

# 해외영화 포스터가 한·일 양국에 유입시 나타나는 문자표기 구성에 관한 연구\*

정 성 욱\*\*

(e-mail : asahi7574@gmail.com)

## < 목 차 >

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| 1. 머리말            | 3.1. 연대별      |
| 2. 연구 목적, 범위 및 방법 | 3.2. 언어구성별    |
| 2.1. 연구 목적        | 3.3. 글자 수 별   |
| 2.2. 연구 범위 및 방법   | 3.4. 포스터 내용 별 |
| 3. 연구 결과 및 분석     | 4. 나가기        |

키워드 : 映画ポスター(Movie Poster), 네이밍(Naming), タイトル(Titles), 文字表記(Character Notation), 对照研究(Control Study)

## 1. 머리말

여유시간을 어떻게 보내는 것이 관심사가 되는 요즘이다<sup>1)</sup>. 2018년 7월 한국문화관광연구원의 조사에 의하면 근무 외 시간 활동에 대해 ‘건강·휴식 활동’, ‘취미 오락 활동’을 주로 하는 것으로 답했으나, 앞으로는 ‘문화예술 관람(참여)’, ‘국내 관광’등 보다 다양하고 적극적인 여가활동에 기대를 나타낸다고 조사되었다. 그러한 여가를 보내는 방법의 하나인 관람은 현대를 살아가는 인간이 가지고 있는 욕구 중 하나로 자리 잡았다고 할 수 있다. 관람은 연극, 영

\* 이 논문 또는 저서는 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-과제번호)(NRF-2018S1A5B5A07073588)

\*\* 중앙대학교 아시아문화학부, 강사, 사회언어학

1) 김초희(2018.10.15.) “주 52시간 근무’ 도입 3개월, 여가시간 활용 기대감 ↑” 투어코리아, www.tournews21.com/news/articleView.html?idxno=29707 (검색일: 2020.06.30.)

화, 운동경기, 미술품 따위를 구경하는 단어이다. 그 중 영화가 사람들에게 어떠한 형태로 흥미유발을 하는가라는 의문을 명명학(命名學, Onomastics)<sup>2)</sup>에 초점을 두고, 포스터에 나타나는 문자표기에 맞추어 보고자 한다. 영화 포스터는 사람들이 영화 선택시에 정보를 얻을 수 있는 가장 손쉬운 방법이다. 그러나 영화 초기의 포스터가 주는 기능과 현재의 기능은 다르다고 볼 수 있다. 영화타이틀과 작품의 설명, 감독, 출연진, 영화의 정보(음악 및 색감 등), 수상내역 등의 나열로 정보가 한가득이던 초기의 포스터와 현재 영화 포스터의 차이는 상당하다고 본다. 본 연구에서는 이러한 언어의 변화에 관심을 갖으며 시간이 경과함에 따라 변하는 언어의 모습을 영화라는 장르에서 문자의 표기 형태 및 변화 추이를 살펴보려 한다.

## 2. 연구 목적, 범위 및 방법

### 2.1. 연구 목적

인류가 사용하는 언어는 끊임없이 변화하고 있다. 예를 들어 훈민정음 해례본의 한글표기와 현재 우리가 사용하는 한글표기의 언어체계는 천양지차이다. 이는 그 당시의 언어체계 및 표기와 현재의 형태에는 많은 변화가 있었기 때문이라 할 수 있다. 이러한 언어의 변화에 관심을 갖으며 시간이 경과함에 따라 변하는 언어의 모습을 시각화가 가능한 영화라는 하나의 장르로 좁혀서 살펴보려 한다. 우선 영화는 ‘일정한 의미를 갖고 움직이는 대상을 촬영하여 영사기로 영사막에 재현하는 종합예술’<sup>3)</sup>이라고 정의되어 있다. 영화는 백년이 조금 넘는 정도의 길지않은 역사를 가지고 있지만, 짧은 역사 속에서도 끊임없이 변화하고 있으며, 계속해서 변화해 나아갈 것이다. 영화 포스터 속에서의 패턴과 함께 언어의 변화를 탐구해보고자 하는 것이 이번 연구의 목적이고, 그 변화 속에서 나타난 시대적 변화에 대한 고찰이 사회언어학적 연구의 필요성이라고 할 수 있다.

사람들은 왜 영화를 보며, 어떠한 기준으로 선택을 하는 것인가를 우리 삶

2) 고유명사학(固有名詞學)이며, 모든 고유명사와 그 기원을 연구하는 학문이 명명학이다. 위키피디아 재팬 <http://goo.gl/hnHA12> (검색일: 2020.06.30.)

3) 국립국어연구원(2001) 「표준국어대사전」 <https://goo.gl/o2hWzp> (검색일: 2020.06.30.)

가운데 시대의 흐름을 파악할 수 있는 방법 중 하나인 명명학의 분야에 초점을 두어 분석 접근하고자 한다. 본 연구에서는 「명명하다」는 뜻을 개념화 할 수 있는 대상과 그 이외의 것을 구분할 수 있게 문자로 표현, 하나의 기호(이름)로 부여하는 행위로 보아, 네이밍(naming, ネーミング)이라는 용어로 표기하려 한다.

그 중 이번 연구는 “영화의 얼굴”이라고 할 수 있는 영화 포스터를 분석 대상으로 보았다. 영화 포스터는 영화의 제목, 즉 타이틀이 드러나 있는 포스터가 얼마나 독특한가에 따라 영화의 흥행이 좌우되기도 하고, 광고의 효과에도 크게 영향을 미치므로 중요하다고 생각한다. 영화라는 장르를 이해하는데 있어서 하나의 기준이 되는 포스터에서 볼 수 있는 언어의 변화를 찾아보려고 하는 것은, 지금도 쉬지 않고 변화하고 있는 언어표기의 단면을 구분해 낼 수 있는 유용한 자료가 되리라 사료되어 접근하려 한다. 제한적인 크기의 용지임에도 불구하고, 영화 포스터를 제작하는 것은 결코 간단한 일은 아닐 것이다. 영화를 좋아하는 사람은 물론이며, 영화에 관심이 적거나 전혀 흥미가 없는 사람에게도 확실하게 인상은 주어, 기억에 남기기 위하여 포스터의 구성에도 상당한 노력이 필요하다고 본다.

하나의 분야에서 언어의 변화라는 것은 100년이라는 기간에서도 그다지 쉽게 발생하지 않지만, 영화라는 장르의 특성상 여러 가지 발전하는 기술력과 그에 따른 정보화 등으로 수많은 변화가 영화에서 나타난다고 생각된다. 사회언어학적인 접근을 영화라는 분야의 시발점인 1890년대 후반 산업혁명 이후부터 현재에 이르는 약 100여 년이 넘는 시기 동안의 영화 포스터의 활용 및 변화된 과정을 통시적 시각에서 고찰하며, 시간이 지남에 따라 발전하는 새로운 대중매체의 출현 및 미디어기기(PC, 태블릿기기, 스마트폰 등)를 활용하는 현대 사회에서도 영화 포스터가 지닌 기능 중 하나, 작품의 내용을 알리는 매개물로서의 명맥을 이어나가며 공존하고 있는 이유를 알아보려 한다. 그리고 포스터에 들어가는 영화의 정보전달 유형에도 시기에 따른 변화가 있었는지의 유무 또한 고찰하려 한다. 본 연구에서는 영화 타이틀이 포스터에 나타나는 문자표기에 대하여 분석하며 한국, 일본의 흥행작품에도 시야를 두어 전체를 바라보며 양국 문자의 표기 형태와 변화의 추이를 고찰하는 목적이 있다.

선행연구에서는 영화 포스터의 이미지의 장르별 구분이나 글자의 디자인에 중점을 두어 진행하는 내용을 찾을 수 있었다. 그러나 본 연구는 영화 포스터에서 사용된 문자표기에 초점을 두어 접근하고자 한다. 테마의 특성상 영화 타이틀 만으로는 내

용 파악이 어렵다는 점을 선행연구에서 인지하였으며, 글자만의 내용에서 벗어나서 사람들의 이목을 끌기 위한 수단의 하나로 영화 포스터에 제목 이외에 어떠한 표기의 사용 및 추가된 형식과 그 변화에 초점을 맞추어 연구하려 한다. 한·일 양국의 명명에 관한 선행연구는 다음과 같다.

모리오카·야마구치(森岡健二·山口仲美, 1985)는 『命名の言語学-ネーミングの諸相(명명의 언어학 - 네이밍의 제상)』<sup>4)</sup>에서 사람과 물건에는 이름이 있으며, 이는 우리가 끊임없이 명명이라는 행위를 하고 있기 때문이라고 언급하였고, 허황희(1998)는 「일본의 영화명」<sup>5)</sup>에서 눈에 띄는 것은 ‘한자’ 표기라고 하였으며, 일본 특유의 명명법이라 하였다. 정성욱(2008)<sup>6)</sup>은 한·일 양국에서 상영된 해외 영화 타이틀을 비교하였으며, 한·일 모두 주로 사용된 표기방식에는 ‘외래어’가 사용되었다고 말하였다.

이 외에도 박상규(2001)의 「한국 영화 포스터의 타이틀 로고에 관한 연구」와 임성택(2005)의 「한국 영화 포스터에서의 효과적인 의미전달을 위한 이미지 활용에 대한 연구」, 최병만(2006)의 「한국 영화포스터 타이틀 로고의 표현방식에 관한 연구; 캘리그래피를 중심으로」, 서인숙·이즈미(泉千春, 2014)의 「韓·日 映画 ポスターデザインのジャンル別比較 -最近10年間の映画ポスターを中心に(한·일 영화 포스터 디자인의 장르별 비교 - 최근 10년간의 영화 포스터를 중심으로)」, 하야시(林佐和子, 2016)의 「映画ポスターの日英比較: 認知言語学の観点から(영화 포스터의 영일비교: 인지언어학의 관점에서)」 등과 같이 영화 포스터의 타이틀 로고나 영화 포스터의 장르별 디자인 비교 인지언어학적 관점에서 보는 연구가 최근 들어서 한·일 양국에서 연구되고 있다.

본 연구에서는 모리오카·야마구치가 주장한 끊임없는 명명이라는 행위를 중심으로 문명의 발달로 인하여 변화가 나타나는 분야 중 영화 장르를 선정하여 영화 포스터에서 사용되는 문자표기의 변화를 살펴보고자 한다. 그리고 선행연구 분야에서 명확히 다루어지지 못한 경제적 측면(홍행 순위를 기준으로)으로서 영화와의 상관관계 또한 영화 포스터 내의 문자 표기에서 한국과 일본의 차이와 함께 이미지나 디자인의 장르별 비교만을 언급한 연구에서 그치지 않고 영화 포스터에서 사용된 문자표기를 중심으로 언어의 변화를 고찰해 보고자 한다.

4) 모리오카·야마구치(森岡健二/山口仲美) (1985)는 『命名の言語学-ネーミングの諸相(명명의 언어학-네이밍의 제상)』 東海大学出版会、p.287.에서 본문과 같이 주장한다.

5) 허황희(1998)는 「日本の映画名-時代別 変遷을 中心으로-」 『日本文化學報』第5輯, 한국일본문화학회, p.12.에서 영화명에서 눈에 띄는 것은 한자이고, 다음은 히라가나와 가타카나 순서라고 언급하였다.

6) 정성욱(2008)은 「한·일 해외영화타이틀의 비교」 『日本語文学』第40輯, 일본어문화회, pp.317-338.에서 ‘외래어’ 표기가 해외영화를 기준으로 한·일 양국 모두 가장 많이 사용되었다고 언급한다.

## 2.2. 연구 범위 및 방법

우선 가능한 한 한·일 양국에서 상영이 된 영화 포스터를 선정하는 것으로 하며, 각 포스터에 나타나는 문자표기의 종류 및 글자 수를 파악하고, 영화의 흥행 순위를 알 수 있는 홈페이지의 자료도 가능하면 함께 활용하여 영화 타이틀과 포스터와의 상관관계(ex. 관객 수, 매출액 등)를 찾아보았다.

본 연구의 분석 자료로는 상기 언급하였듯이 현재까지 출판되어 유통되고 있는 출판물 또는 인터넷의 정보를 이용하여 최대한 많은 수의 작품(약 1,000 편)을 대상으로 선정하려 한다. 출판물 중에서는 정종화(2001)의 『외국영화 포스터 I, II, III』<sup>7)</sup>을 기준으로 하여 Schneider, Steven Jay(2004)의 『1001 MOVIES : you must see before you die』<sup>8)</sup> 와 구로가와(黒川裕一, 2005)의 『見ずには死ねない! 名映画300選-外国編』<sup>9)</sup> 등을 예로 들 수 있다. 최신 자료와 한국과 일본에서 상호 언급되는 작품이 실려 있어야 할 것은 물론이며, 가능한 한 한국과 일본 양국에서 출판된 서적일 것 등이 선정기준이다.

한국과 일본의 영화 포스터는 영진위(KOFIC)<sup>10)</sup>와 일본 영화제작자연맹<sup>11)</sup>, 네이버<sup>12)</sup>와 위키피디아<sup>13)</sup> 및 구글<sup>14)</sup>에서 조사를 하였다. 검색 자료가 불충분하거나 자세한 자료가 필요할 시에는, 각 영화의 홈페이지(검색 가능 시에만)와 포털사이트(네이트(Nate), 다음(Daum), 야후(Yahoo) 등)에서 추가로 조사하는 방식을 취하였다.

연구 방법으로는 선행연구에서 고찰한 내용을 바탕으로 본 연구에서는 영화 포스터에서 나타나는 문자표기에 대하여 분석하고자 한다. <Roman Holiday (로마의 휴일)(ロ-マの休日) (1953) [米]><sup>15)</sup>과같이 한국어 제목의 경우 5자의

7) 정종화(2001) 『외국영화 포스터 I (2001) · II(2003) · III(2004)』 범우사.

8) Schneider Steven Jay(2004) 『1001 MOVIES : you must see before you die』, ネコ,パブリッシング.

9) 구로가와(黒川裕一, 2005) 『見ずには死ねない! 名映画300選 (外国編)』 中経出版.

10) 한국 영화진흥위원회 [www.kofic.or.kr](http://www.kofic.or.kr) (검색일: 2020.06.30.)

11) 일본영화 제작자연맹의 통계를 주로 활용. [www.eiren.org/toukei/index.html](http://www.eiren.org/toukei/index.html) (검색일: 2020.06.30.)

12) 네이버(Naver)는 한국의 대표적인 검색사이트. [search.naver.com](http://search.naver.com) (검색일: 2020.06.30.)

13) 위키피디아(Wikipedia, ウィキペディア)는 웹상에서 어느 정도 신뢰하는 백과사전식 사이트로 급변 조사에서 사용된 사이트는 일본어로 구성된 사이트이다. [ja.wikipedia.org/wiki](http://ja.wikipedia.org/wiki) (검색일:2020.06.30.)

14) 구글(Google)은 전 세계의 대표적 검색사이트로 한국과 일본을 아우르는 정보의 양을 제공하여 선정하였으며, 특히 이미지 검색에서는 다른 검색사이트보다 한 단계 높은 수준임을 알 수 있다. [www.google.com](http://www.google.com) (검색일: 2020.06.30.)

15) 본 연구의 영화명은 <원어 영화명 (한글 영화명)(일본 영화명) (개봉연도) [제작국]>의 형태인 <Gone With The Wind (바람과 함께 사라지다) (風と共に去りぬ) (1955) [미]> 와 같이 표기한다.

한글 표기로 분류되며, 일본어 제목의 경우 가타카나 2자, 히라가나 1자, 한자 2자 기호 1자로, 원작은 로마자 12자가 쓰인 제목으로 분류된다.

한·일 양국의 자료가 1950년대부터 2010년대까지로 파악되어 이를 상호 취합하여 10년 단위로 분류하며, 분류 및 정리 방법으로는 히나타(日向茂男, 1991)<sup>16)</sup>와 허황희(1998)<sup>17)</sup>를 병행 참고하였다. 문자표기는 「한글<sup>18)</sup>」, 「외래어」, 「한자」, 「로마자」, 「히라가나」, 「가타카나」, 「숫자」, 「기호」의 여덟 가지 표기로 구분한다. 그리고 포스터의 연대별 수와 포스터에 나타난 내용의 종류(「영화 제목」, 「수상 이력」, 「출연 배우 명」, 「감독명」, 「원작자 명」, 「영화 줄거리」, 「영화정보(영화의 색상, 필름의 크기, 사운드 등)」 등 총 7가지)로 그 변화의 추이를 정리 후 서로의 상관관계를 파악하고자 한다. 「조사」와 「접사」도 문자표기의 구성단위로 인정하며, 수치상의 표기에서는 소수점 둘째 자리에서 반올림하여 소수점 첫째 자리까지 표기하도록 한다. 흥행 순위 관련 자료는 한국 영화진흥위원회와 일본 영화랭킹 닷컴의 홈페이지<sup>19)</sup> 자료를 기준으로 하여, 각종 포털사이트의 검색을 이용하여 수집·정리하였다. 다만 흥행 순위는 최근에 와서 집계된 것으로 집계되지 않은 시대의 타이틀도 있음을 알고 수집하였다. 이런 기준으로 선정한 각각의 포스터 자료로 연대별, 순위별, 문자 표기별, 형태별, 음절 수별로 분석하며, 부득이하게 조사 자료의 기간이 상이하게 될 수도 있음을 밝힌다. 이처럼 영화 포스터를 통하여 표기의 변화를 보려 하는 것도 현재에도 빠르게 변화하고 있는 표기의 단면을 보는 좋은 자료가 된다고 생각한다.

한국과 일본의 영화 포스터에 나타나는 한·일 어휘 고찰이라는 목표를 잡고, 포스터에 나타나는 문자표기를 언어구성별, 글자 수별, 연대별로 정리 후 서로의 상관관계를 파악하고자 한다.

16) 히나타(日向茂男) (1991)의 「歌謡ポップス日本語(2)가요 팝 일본어(2)」 10-12, 明治書院, p.57.에서 는 일본의 가요곡명 표기분류 기준을 ‘한자어’, ‘히라가나’, ‘가타카나’, ‘로마자’로 구분하였다.

17) 허황희(2009)는 「第6章 戦争と人間-映画名の変遷-」 『日本における命名の記述的研究』 제이앤씨, p.157. 글자의 카테고리는 한자, 가타카나 히라가나 로마자 숫자가 포함된다고 하였다.

18) 한자어의 한글 표기는 모두 한글로 구분하였다.

19) 한국은 영화진흥위원회www.kofic.or.kr의 역대 박스오피스를 기준으로 하며, 일본은 영화랭킹닷컴映画ランキングドットコム, www.eiga-ranking.com의 역대 흥행 수입을 기준으로, 흥행 수입 및 매출액은 현재 시세와 비슷하게 100엔을 1,000원으로 대략 계산하기로 한다. (검색일: 2020.06.30.)

### 3. 연구 결과 및 분석

이번 연구 포커스는 영화 포스터에 두었기 때문에 가장 중요한 것이 포스터의 획득이었다. 1900년대 초의 작품부터 나와 있는 『1001 movies you must see before you die』가 영문<sup>20)</sup>과 한국어<sup>21)</sup> 그리고 일본어<sup>22)</sup> 판과 여러 나라에서까지 출판이 되어서 기본 정보를 얻는 기준이 되는 서적이 되었다. 다만 모든 영화 포스터는 삽입되어있지 않았으며, 편집자가 중요하다고 생각하는 영화에만 영화 포스터가 실려 있었고, 영화의 스틸컷이 포스터를 대신하여 실려 있는 작품이 많았다. 이를 보완하기 위해 『외국영화 포스터 I, II, III』과 『見ずには死ねない!名映画300選-外国編』의 내용을 대조하였으나 자료가 불충분하거나 정확한 자료가 이번 조사에서는 찾을 수 없어서 분석되지 않았다.

#### 3.1. 연대별

조사는 초기작품인 <The Jazz Singer (재즈 싱어) (ジャズ・シンガー) (1927) [미]> 를 시작으로 최신작인 <Sonic the Hedgehog (수퍼 소닉) (ソニック ザ・ムービー) (2020) [미]>까지 대략 1,000여 편을 연구범위로 선정하였다. 다만 이번 조사에서 대한민국에서 외국영화가 상영되기 시작한 것을 모아둔 자료의 척도로 사용한 『외국영화 포스터』에 실려 있는 <Miss Julie (令嬢 줄리-, 1953) (令嬢ジュリー, 1952) (1951) [스웨덴]><sup>23)</sup>를 자료의 시작점으로 잡았다.

<표1> 『외국영화 포스터』에 수록된 영화의 한국 연대별 편수 단위: 편(%)

연대별	1953~59	1960~69	1970~79	1980~89	1990~99	합계
영화편수	148(21.4)	72(10.4)	109(15.8)	111(16.1)	250(36.2)	690(100)

20) Schneider Steven Jay(2010) 『1001 movies : you must see before you die/general editor』 London: Cassell Illustrated 영문판 분석자료.

21) Schneider Steven Jay, Smith Ian Haydn·정지인 역(2019) 『죽기 전에 꼭 봐야 할 영화 1001, 스티븐 제이 슈나이더, 이언 헤이든 스미스 책임편집자』 서울: 마로니에 북스 국문판 분석자료.

22) Schneider Steven Jay·野間けい子역(2011) 『死ぬまでに観たい映画1001本/Steven Jay Schneider general editor』 東京: ネコノバブリッキング 일문판 분석자료.

23) 영화 작품명 뒤의 괄호 안의 네 자리 숫자는 각각의 나라에서 상영된 연도를 표기한 것으로 기본적으로 외국영화의 상영연도와 차이가 없을 때는 표기하지 않았다.

『외국영화 포스터』에 수록된 자료는 1950년대부터 시작하여 1990년대 말까지 총 690편이었으며, 이를 정리한 것이 <표1> 이다. 시대별로 제시된 숫자보다 많은 영화가 있었지만, 자료의 정보수집에 한계가 있었다. 포스터로 남아 있을 정도의 유명한 영화를 기준으로 조사를 하였다.

<표1> 을 보면 1950년대는 총 148편(21.4%)의 외국영화 포스터를 확인 할 수 있었다. 1990년대를 제외하고 20%가 넘는 수치를 보여준 연대로 이는 전쟁 후유증과 관람이라는 문명의 발전을 쉽게 접할 수 없었던 시절, 놀이라는 개념에 속하는 영화가 인기를 끌게 된 시기라고 볼 수 있다. 그 후 1960년대(72편, 10.4%)부터 1980년대(111편, 16.1%)까지는 국내영화산업이 발전하면서 외국영화도 수입이 되었지만, 국내영화가 더욱 호응을 얻는 시기이다. 1990년대(250편, 36.2%)에 들어오면 영화 장르에 하드웨어는 물론이고 소프트웨어에서도 큰 변화가 오는 시기라 할 수 있다. 기술발전에 의해 영화가 점점 큰 화면의 상영관(파노라마, 아이맥스 등)으로 바뀌거나, 여러 크기의 필름 영화가 디지털화되기도 하였으며, 복합상영관<sup>24)</sup>이 생기면서 여가를 즐기는 방법으로 이곳을 자주 찾게 된다. 단관극장이던 영화관이 복합상영관이 되고, 그로 인해 영화상영관이 늘어났으며, 많은 편수의 영화가 필요하게 되었다고 할 수 있겠다.

한국 자료에 대조하여 일본 자료를 다음 <표2> 와 같이 정리하였다.

<표2> 『외국영화 포스터』에 수록된 영화의 일본 연대별 편수 단위: 편(%)

연대별	1953~59	1960~69	1970~79	1980~89	1990~99	합
영화편수	138(20.7)	68(10.2)	100(15.0)	111(16.6)	250(37.5)	667(100)

일본의 영화 편수는 한국과 비교하였을 때 1950년대부터 70년대 말까지 약간씩 적은 수치를 나타내지만 그다지 크게 다르지 않았고, 80년대와 90년대는 모든 영화가 맞아떨어졌다. 한국이나 일본 모두 1960년대가 가장 적은 조사대상이 나타났는데, 여러 이유가 있을 수 있지만 그중 하나는 컬러TV가 보급된 것을 꼽을 수 있다. 게다가 일본에서는 도쿄올림픽과 왕세자의 결혼 등 큰 이

24) 복합상영관(multiplex 또는 megaplex)또는 멀티플렉스는 영화관의 한 형태로서 다수의 상영관이 한 건물에 모여 있는 극장을 말한다. 대한민국에서는 1998년 4월 서울 광진구 강변역 테크노 마트에 개관한 CJ CGV 1호점이 최초의 복합 상영관으로 기록되어 있다. [http://ko.wikipedia.org/wiki/복합\\_상영관](http://ko.wikipedia.org/wiki/복합_상영관) (검색일: 2020.06.30.)



슈가 있었던 시기로 영화보다는 TV에 관객을 빼앗겨 영화관의 입지가 줄어들 것으로 보인다. 기타 연대는 크게 다르지 않은 것으로 파악되었다.

### 3.2. 언어구성별

영화 포스터에 나타나는 문자표기를 언어구성별, 글자 수별로 정리 후 서로의 상관관계를 파악하고자 한다. 자료의 분류방식은 위에서도 언급하였듯이 언어구성별 조사는 10년 단위로, 영화 포스터에 나타나는 표기가 어떠한 형태로 조합되어 사용되고 있는지에 대해서 분석한다. 다만 「한글」과 「히라가나」를 하나의 형태로, 「외래어」와 「가타카나」를 하나의 형태로 하여 총 여덟 가지 형태 분류를 여섯 가지(「한글/히라가나」, 「외래어/가타카나」, 「한자」, 「로마자」, 「숫자」, 「기호」)로 나누는 방법을 사용했다. 최소 한 가지 조합 형태부터 최대 네 가지 형태가 조합된 총 56가지 분류 형태로 조사를 진행하였다.

우선 외국어 영화의 표기별 분석에서 분류 형태는 많이 나오지 않았다. 「로마자」 및 제작국의 언어를 사용한 타이틀<sup>25)</sup>이 압도적 수치(90%)를 나타냈으며, 「로마자+숫자」(4.3%)와 「로마자+기호」(1.3%)를 제외한 「로마자」+「한자」의 타이틀(4.3%)<sup>26)</sup>은 한자권에서 제작된 영화였다. 「로마자」를 사용한 단순 표기만으로 충분히 영화의 내용을 전달할 수 있다는 것을 짐작할 수 있다.

한국 영화 포스터의 타이틀에서는 총 31종류의 조합 형태가 조사되었다. 가장 많은 「외래어(230편, 31.3%)」<sup>27)</sup> 형태는 거의 모든 제목이 원어 제목을 그대로 한글로 표기하는 방식이었기에 영어 및 제작국의 언어 지식이 없다면 어떤 영화인지 파악하기 어려운 타이틀이 있었다. 두 번째는 「한글(138편, 22%)」이었으며, 세 번째가 「한글+외래어(57편, 8.3%)」였다. 좀 더 자세히 보면, 1950년대에는 「한글(65편, 41.7%)」<sup>28)</sup>로 된 타이틀이 가장 많이 나타났고,

25) <To Be Or Not To Be (사느냐 죽느냐)(生きるべきか死ぬべきか) (1942年) [미]>, <La Boule Bie de Beronique (베로니카의 이중생활)(ふたりのベロニカ) (1991年) [프]>, <Elephant (엘리펀트)(エレファント) (2003年) [미]> 등을 예로 들 수 있다.

26) <Postman In The Mountains / 那山那人那狗 (꿈꾸는 풍경)(山の郵便配達) (1999年) [중]>, <Farewell My Concubine / 霸王別姬 (패왕별희)(さらば、わが愛/霸王別姬) (1993年) [중·홍콩]>, <A City of Sadness / 悲情城市 (비정성시)(悲情城市) (1989年) [대만]> 등이 있다.

27) <West Side Story (웨스트사이드 스토리, 1967)(ウエスト・サイド物語) (1961) [미]>, <Beverly Hills Cop (비버리 힐스 컵)(ヒバリーヒルズ・コップ, 1985) (1984) [미]> 등

28) <Random Harvest (마음의 행로)(心の旅路) (1953) [미]>, <Gone With The Wind (바람과 함께 사라지다)(風と共に去りぬ) (1955) [미]> 등

그다음이 「외래어(15편, 12.3%)」였다. 1960년대에도 「한글(25편, 33.6%)」과 「외래어(22편, 31.7%)」의 순이었지만 외래어가 크게 비중이 늘어나는 것을 알 수 있다. 1970년에 들어와서는 「외래어(29편, 26.6%)」가 가장 많았으며, 「한글+한자+기호(15편, 13.8%)」<sup>29)</sup>의 형태와 같은 두 가지 이상의 조합된 타이틀이 순위에 들기 시작하였다. 1980년대가 되면서 「외래어(46편, 41.4%)」<sup>30)</sup>와 「외래어+기호」의 조합이 순위를 이었다. 1990년대는 「외래어(118편, 47.2%)」가 절반에 미치는 타이틀의 조합을 보여주었으며, 그 뒤는 「한글(38편, 15.2%)」이었다. 네 가지의 형태의 다양한 조합을 보여준 타이틀은 총 9편(1.3%)<sup>31)</sup>이었다.

일본 영화 포스터 타이틀은 13종류의 조합 형태가 나타났다. 일본어 표기는 ‘외래어=가타카나’라는 공식이 존재 할 수 있을 만큼, 높은 비율 표기는 「가타카나」였으며, 「가타카나」가 포함된 타이틀은 53.3%(157편)이며, 단독 혹은 복수 형태의 표기로 「가타카나」가 포함된 타이틀은 75.6%(227편)이었다. 다음은 「히라가나 + 한자」가 48편, 「히라가나 + 가타카나」가 42편 조사되었다. 「히라가나」 단독으로 사용된 작품은 거의 없었지만, 「히라가나」를 포함하고 있는 타이틀은 약 1/3을 차지하였다. 이는 「히라가나」가 조사로 사용된 경우라고 할 수 있다.

### 3.3. 글자 수 별

글자 수 조사를 살펴보자. 해외 영화에서 가장 짧은 글자 수는 두 글자<sup>32)</sup>로 한자권 영화였다. 한자권 영화 제목은 수출 시 영문으로 바뀌어서 수출하는 경우가 많지만, 보통은 한자 제목을 사용하는 것으로 조사되었다.

가장 긴 글자 수는 40글자<sup>33)</sup>이었으며, 20자 이내의 제목이 대부분을 차지하였다. 한자 제목이 아닌 「로마자」 방식으로는 세 글자가 가장 짧은 영화 제목이었으며 30자가 넘는 영화 제목은 시리즈물과 부제가 달린 작품이 많았다.

29) <Death Wish (追放客[추방객]) (狼よさらば) (1976) [미]>, <Bruce Lee, The Man And Legend (李小龍[이소룡]의 生[생]과死[사]) (ブルース・リーの生と死) (1979) [홍콩]> 등

30) <Fantasia (환타지아) (ファンタジア) (1982) [미]>, <Rain Man (레인맨) (レインマン) (1989) [미]> 등

31) <La Boum 2 (소피·마르소의 라·붐 2) (ラ・ブーム2) (1986) [프]>, <Enchanted April (4월의 誘惑[4월의 유혹]) (魅せられて四月) (1993) [영]> 등

32) <人生 (인생, 1995)(生きる, 2002) (1994) [중·홍콩]>

33) <The Best of Walt Disney's True-Life Adventures (월트디즈니 모험의 세계, 1979)(1975)[미]>

<그림1-1>이 한자로 표기된 포스터 밑에 영어 제목이 쓰여있으며, <그림 1-2>가 영어로 표기된 포스터, 한국어 포스터는 한자 밑에 음독이 달린 형태였으며, 일본어 포스터는 인생이라는 제목보다는 영어 제목인 To Live에서 착안한 것이 아닌가 생각되었다.



<그림1-1>인생 중국어판 <그림1-2>인생 영어판 <그림1-3>인생 한국어판 <그림1-4>인생 일본어판

한국어 제목에서는 한 글자 제목<sup>34)</sup>이 두 편 있었다. 긴 영화 제목은 원작 명에 한국어 제목을 병기한 작품<sup>35)</sup>이 많았다. 70년대 말까지는 「한자」만으로 구성된 영화 제목이 자주 보였지만, 점점 「한글+한자」로 된 형태나 「한자(한글 독음)」표기가 등장하기 시작하였으며 그마저도 90년대 중반 이후부터는 「한자」 사용량이 급격하게 줄어들고 그 부분을 원작 그대로의 「로마자」 표기 제목이나 「로마자」를 그대로 한글로 적어놓은 「외래어」 표기 제목이 차지하기 시작하였다.

일본어 영화 제목 초기에는 한국과 마찬가지로 한 줄에 쓸 수 있는 약 3~4자의 짧은 제목이 많았고, 10글자가 넘는 영화 제목<sup>36)</sup>은 그다지 볼 수 없었다.

다만 최근 들어서는 원제 이외의 부제가 붙기 시작하여 제목이 매우 길어지는 경향이 나타나기 시작하였다. 이런 경향은 제목만 들었을 경우 선전하려는 영화 관련 정보를 제공할 수 없다고 생각되는 제목에 많았다.

34) <La Strada (길, 1957)(道, 1957) (1954) [이]>, <The Mountain (산, 1957)(山, 1956) (1955) [미]>

35) <The Last Emperor (The Last Emperor(마지막 황제), 1988)(ラストエンペラー, 1988) (1987) [영·이탈]> 등

36) <Seven Brides for Seven Brothers (七人の新婦, 1955)(掠奪された七人の花嫁) (1954) [미]>



<그림2-1> 길 이탈리아어판 <그림2-2> 길 일본어판 <그림2-3> 길 한국어판

한가지 더하자면 한국어 포스터 원래 길이는 기존 포스터의 1.5배 정도 길이로 길을 부각했다. 박스오피스의 흥행 순위에서 10위까지 영화명 평균이 한국은 글자 수 3.8자, 단어 수는 1.6개였으며, 일본은 글자 수 9.6자, 단어 수는 2.6개로 조사되었다.

### 3.4. 포스터 내용 별

다음은 포스터에 나타난 내용의 종류(「영화 제목」, 「수상 이력」, 「출연 배우 명」, 「감독명」, 「원작자 명」, 「영화 줄거리」, 「영화정보(영화의 색상, 필름의 크기, 사운드 등)」 등을 살펴보자. 모든 포스터가 동일한 내용과 동일한 정보를 제공하지는 않는다는 것을 조사 결과를 통하여 살펴볼 수 있었다.

<그림3> 의 석장을 비교하면, 「영화 제목」, 「수상 이력」, 「출연 배우 명」, 「감독명」, 「영화정보」가 가득히 적혀있다. 물론 작품마다 약간씩의 차이는 있지만 각 나라의 언어로 영화 제목이 나타나 있고, 원작의 포스터를 똑같이 따라 하거나 그 안에 이미지를 따와서 포스터를 다시 제작하기도 하였다. <그림3-2>의 한국어 포스터를 보면, 「영화 제목」은 원어와 한국어로 포스터 상하에 표기가 되어있으며, 「수상 이력」은 좌측부분에 한글과 한자로 적혀있다. 「출연 배우 명」은 우측에 한글로 표기가 되어있고, 「감독명」은 중앙에 있다.



<그림3-1> 벤허 영어판



<그림3-2> 벤허 한국어판



<그림3-3> 벤허 일본어판

「영화정보」로는 70미리 대형영화라고 중앙 하단에 적혀있다. 상당히 간결하면서도 많은 정보를 제공하는 영화 포스터라고 할 수 있겠다. <그림3-3>의 일본어 포스터는 이 영화가 아카데미상을 받은 명화라는 것을 문자와 이미지로 충분히 알려주고 있으며, 전체적인 구도는 원어 포스터와 큰 차이를 보이지 않는다. 다만 어떤 영화라는 것이 중간에 한 줄 적혀있고, 한국 포스터에는 표기되어 있지 않았던 제작사와 배급사가 표시되어 있다.

전체 조사연대에서 조사 수로 가장 많은 7가지를 보여준 작품은 57편이었으며, 6가지 정보를 알려준 작품이 456편, 다섯 가지 825편, 네 가지 465편, 세 가지 132편, 두 가지 84편이 조사되었다. 편수는 원래 작품과 한국과 일본의 작품으로 나누어져 3배수가 되었다. 그리고 2000년대와 2010년대 흥행랭킹 상위권의 외화 작품을 20편씩 찾아서 함께 비교 대조하였다.

1950년대 포스터에서는 7가지 정보 모두가 실린 <벤허>의 일본 포스터와 <레미제라블>의 한, 일 포스터 등이 있었으며, 가장 많은 5가지는 1950년대에 135편, 1970년대에 158편이 조사되었다. 전체적인 추세를 본다면 초창기 포스터에는 정보전달에 꽤 큰 노력을 들인 것을 알 수 있었으며, 현대에 올수록 하나의 영화에 여러 가지 형식의 포스터가 나오면서 글자로서의 정보전달이 아닌 그림과 색채로서의 정보전달능력을 더욱 중시하는 형태가 되어가고 있다는 것을 알 수 있었다. 대체로 「제목」은 100%에 준할 정도로 포스터에 표기되는 경향을 보였고, 그 뒤를 「배우명」과 「감독명」이 거의 함께 제시되었다.



그다음으로 ‘색상이나 필름 크기, 사운드의 종류’ 등의 「영화정보」를 나타내는 표기가 가장 많았다. 「수상 이력」이나 작품의 「원작자」는 그리 많이 나타나지는 않았으며, 「줄거리」 또한 약 50% 이하의 수준을 보였다.

원 포스터와 한국과 일본의 포스터를 비교하면, 전체적으로 초기에는 세 가지 포스터 모두 많은 정보를 싣는 데 주력을 하였으나, 시간이 지날수록 동일하게 제시되던 정보가 점점 특색있게 제시되며 내용이 줄어드는 경향을 보이게 된다. 그리고, 3개국 포스터의 정보량을 비교하면, 현재 가장 많은 정보를 포함하고 있는 포스터는 일본 포스터로 조사되었다.

그렇다면 최근 영화 포스터는 어떠한 변화가 있는지 한번 살펴보자. 대상 영화는 <Sonic the hedgehog (수퍼 소닉)>(ソニック ザ・ムービー) (2020) [미·일·캐]>이다. 북미판 포스터는 「영화 제목」, 「출연 배우 명」, 「영화정보」만 제시를 하고 있다. 그리고 한국어판은 「영화 제목」과 「영화정보」만 보인다. 그에 반해 일본어판의 경우는 「영화 제목」, 「영화 줄거리」, 「영화정보 (제작자), (개봉일)」 등의 여러 가지 정보가 제시되어 있으며 배경은 북미판이나 한국어판과는 다르게 소닉 캐릭터가 묘사되어 있다. 「수상 이력」이나 「감독명」 등이 배제된 이유는 개봉한 지 얼마 되지 않은 작품이라는 점과 꽤 유명한 캐릭터와 출연진이라 추가적인 내용은 배제된 것으로 고려되지만, 원래 게임 캐릭터였던 소닉의 고향 버전이 아닐까도 생각해본다.

<그림4>는 영화 하나에도 여러 가지 버전의 포스터가 나오고 있는 것이 현실임을 알려준다. 그리고 개봉하는 나라마다 다르게 나와 있다.

영화 포스터는 제작자가 의도적으로 의미를 숨기거나 관람자에게 궁금증을 유발하게 시키는 도구로 자리 잡았다고 할 수 있다.



<그림4-1> 소닉 북미판



<그림4-2> 소닉 한국어판



<그림4-3> 소닉 일본어판

최근 해외에서 크게 성공한 <Parasite (기생충)>(パラサイト 半地下の家族) (2019) [한]>의 포스터를 비교 분석하였다. 한국에서 관객 수 1천만을 넘긴 박스오피스 25위의 작품이다. <그림5-1>과 <그림5-2>는 포스터의 구도상으로는 거의 다른 부분을 찾을 수 없다. 단지 제공되는 정보의 위치만 바뀌었을 뿐이다. 그런데 <그림5-3>은 무언가가 다르다.



<그림5-1> 기생충 영어판 <그림5-2> 기생충 한국어판 <그림5-3> 기생충 일본어판

포스터 하단부의 하얀 여백이 없어지고 잔디밭 위에 모든 정보가 나타나 있고, 내용을 알려주는 줄거리와 함께 제공되는 정보의 양이 많아졌다. 한 가지 더 꼽는다면 눈을 가린 줄이 모두 하얀색으로 되어있고, 좌측 하단부의 하반신이 지워져 있다. 정보 제공량 때문에 지워진 것인지 제작자가 보내는 메시지인지 단순한 실수인지 확인은 어렵지만, 영화를 보고 난 후의 관객들은 이러한 부분에서 나타나는 의미가 무엇인지 알 수 있을 것파 이로 인해서 영화 관람이 즐거워진다는 것은 확실한 일이다.

이처럼 해외영화가 자국에 들어왔을 때 영화를 표현하는 포스터의 정보제공 형식은 기존의 것을 답습하는 방식과 해당 국가의 특성에 맞게 변형시키거나, 인접국의 형식을 빌려오는 방식으로 크게 나누어 볼 수 있겠다.

## 4. 나가기

이번 연구는 해외영화 유입 시에 영화 포스터가 가지고 있는 정보를 한국과 일본에서는 어떻게 제시하고 있는가에 대하여 알아보았다. 연대별, 언어구성별, 글자 수별, 포스터 내용별로 분류하여 접근하였으며, 700편에 가까운 영화 포스터를 조사범위로 삼았다. 수출이 되는 영화는 대부분 「로마자」를 사용한 표기만으로도 충분히 영화 내용을 전달 할 수 있는 것을 짐작할 수 있었으며, 한글 표기에서는 「외래어」의 사용량이 증가함을 알 수 있었다. 일본어 표기에서는 「가타카나」가 한글 표기의 「외래어」와 같은 취급을 받고 있었다. 글자 수 별에서는 10위까지 흥행 랭킹에서 보면, 한국은 3.8글자에 1.6 어휘 수의 제목이, 일본은 9.6글자, 2.6 어휘가 사용됨이 조사되었다. 포스터 내용별에서는 주로 다섯 가지의 정보를 알려주는 포스터가 많았다. 조사 초기 포스터에서는 많은 정보를 제공하였고, 현대에 들어서면서 영화 하나에 여러 가지 형식의 포스터가 제공되면서 글자만으로도 정보전달이 아닌 그림과 색채를 사용한 정보 전달능력을 더욱 중시하는 형태가 되어가고 있다고 생각된다. 점점 특색 있는 정보제시로 제공되는 내용이 줄어드는 경향을 보이는 것을 알 수 있었다. 현재 가장 많은 정보를 포함한 포스터를 제공하는 곳은 일본으로 조사되었다.

이와 같은 방식으로 차후 연구에서는 기준이 되는 외국영화가 아닌 한국 영화가 일본에, 일본 영화가 한국에 들어올 때의 포스터와 신문이나 잡지에서의 광고의 고찰도 할 수 있을 것이다. 그리고 더 나아가서는 영화 이외의 타 장르와의 연구방식을 공유함으로써 학문 내에서 장르의 연계 또한 꾀할 수 있으리라 사료된다.

### 【참고문헌】

- 박상규(2001) 「한국 영화 포스터의 타이틀로고에 관한 연구」 『기초조형학연구』 2권 2호, 기초조형학 연구, pp.117-127.
- 서인숙·이즈미 지하루(2014) 「韓·日 映画 ポスターデザインのジャンル別比較-最近10年間の映画ポスターを中心に」 『한국과학예술포럼』 Vol.17, 한국전시산업융합연구원, pp.207-218. (DOI: <http://dx.doi.org/10.17548/ksaf.2014.09.17.207>)
- 임성택(2005) 「한국 영화 포스터에서의 효과적인 의미전달을 위한 이미지 활용에 대한 연구」 『한국디자인포럼』 Vol.11, 한국디자인트렌드학회, pp.341-353.



- 정성옥(2008) 「한·일 해외영화 타이틀의 비교-타이틀의 구성을 중심으로-」 『日本語文学』 第40輯, 일본어문학회, pp.317-338.
- 최병만(2006) 「한국 영화포스터 타이틀 로고의 표현방식에 관한 연구: 캘리그래피를 중심으로」 『디자인융복합연구』 5권 1호, 디자인융복합학회, pp.59-70.
- 허황희(1998) 「日本の 映画名-時代別 変遷을 中心으로-」 『日本文化学報』 第5輯, 韩国日本文化学会, p.12.
- 森岡健二·山口仲美(1985) 『命名の言語学-ネーミングの諸相』 東海大学出版会, p.287.
- 林佐和子(2016) 「映画ポスターの日英比較: 認知言語学の観点から」 『金沢大学人間社会学域経済学類社会言語学演習』 Vol.11、金沢大学人間社会学域経済学類社会言語学演習, pp.1-27.
- 日向茂男(1991) 「歌謡ポップス日本語(2)」 『日本語学』 10-12、明治書院, p.57.
- 許晃会(2009) 「第6章戦争と人間-映画名の変遷-」 『日本における命名の記述的研究』 제이앤씨, p.157.

[분석자료]

- 정중화 『외국영화 포스터 I (2001), II (2003), III (2004)』 범우사.
- Schneider Steven Jay(2004) 『1001 MOVIES : you must see before you die』 네코, 파블리싱.
- 黒川裕一(2005) 『見ずには死ねない! 名映画300選 (外国編)』 中経出版.

[검색사이트]

- 한국 영화진흥위원회 [www.kofic.or.kr](http://www.kofic.or.kr) (검색일: 2020.06.30.)  
영화진흥위원회 역대박스오피스 <http://goo.gl/sE4jZW> (검색일: 2020.06.30.)
- 일본 映画ランキングドットコム [www.eiga-ranking.com](http://www.eiga-ranking.com) (검색일: 2020.06.30.)  
일본영화 제작자연맹 [www.eiren.org/toukei/index.html](http://www.eiren.org/toukei/index.html) (검색일: 2020.06.30.)  
영화랭킹닷컴 역대 흥행수입(종합) <http://goo.gl/6gYuv3> (검색일: 2020.06.30.)
- 한국 네이버 영화: [movie.naver.com](http://movie.naver.com) (검색일: 2020.06.30.)  
구글: [www.google.com](http://www.google.com) (검색일: 2020.06.30.)  
국립국어원 표준국어대사전: [stdweb2.korean.go.kr](http://stdweb2.korean.go.kr) (검색일: 2020.06.30.)
- 일본 위키피디아: [ja.wikipedia.org](http://ja.wikipedia.org) (검색일: 2020.06.30.)  
Goo Movie: [movie.goo.ne.jp](http://movie.goo.ne.jp) (검색일: 2020.06.30.)

논문 투고 일자 : 2020. 06. 30.

논문 심사 일자 : 2020. 07. 20.

게재 확정 일자 : 2020. 07. 24.

---

 <要旨>
 

---

## 海外映画ポスターが韓国と日本の両国に流入する際に現れる文字表記の構成に関する研究

鄭盛旭

本稿は、海外映画の流入時に映画のポスターが持っている情報をどのように提示しているかについて調べたものである。年代別、語種別、文字数別、ポスター内容別に分類してアクセスし、700本近い映画のポスターを調査範囲とした。海外に輸出された映画は、主に「ローマ字」を使用した表記だけで映画の内容を十分に伝えることができると推測でき、ハングルの表記では「外国語」の使用量が増加することがわかった。日本語表記では、「カタカナ」かハングル表記の「外来語」のような扱いを受けていた。文字数別では10位まで興行ランキングで見ると、韓国は3.8文字に1.6語彙数のタイトルが、日本は9.6文字、2.6語彙が使用されることが確認された。ポスターの内容別では、主に5つの情報を知らせるポスターが多かった。調査の結果、初期のポスターでは多くの情報が提供され、現代では映画の一本に様々な形式のポスターが提供され、文字のみでの情報伝達ではなく、絵や色彩を使った情報伝達能力をより重視する形になってきていると考えられる。ますます特色ある情報提示で提供されている内容が減っている傾向を見せていることがわかった。現在最も多くの情報を含むポスターを提供するのは日本であることが明らかとなった。このような手法で、今後の研究では基準となる外国映画ではなく韓国映画が日本に、日本映画が韓国に入ってくる際のポスターや新聞や雑誌での広告の考察もできるだろう。さらに、映画以外の他のジャンルとの研究方式を共有することで、学問内でのジャンルの連携も図ることができると考えられる。

### A Study on the Character Notation Composition of Foreign Film Posters in Korea and Japan

Jung, Sung-Wook

The purpose of this article is to explore how movie poster information introducing foreign movies is portrayed in Korea and Japan. Almost 700 posters were used as the research scope. They were sorted by period, word type, number of letters, and poster content. Generally, it is possible to guess the content of most foreign films by only using the "Romanza," and it was found that there was increased foreign language usage in Korean notation. In Japanese notation, "Katakana" was treated as foreign language in Korean notation. Looking at the box office ranking up to 10th place by number of characters, it was confirmed that Korea uses 3.8 character in 1.6 vocabulary, and Japan uses 9.6 character and 2.6 vocabulary. According to poster content, the posters mainly provided five kinds of information. In the earlier posters, a lot of information was shared through text. Whereas, more recently, a singular movie will release a variety of posters in which there seems to be more emphasis on information delivery through pictures and colors rather than through words and letters. It was found that the amount of content shared through the information was decreasing and the posters containing the most information were released in Japan. In this way, future research could make suggestions for Korean films to consider advertising in newspapers and magazines when Japanese films come to Japan and Korea, not only standard foreign films. Furthermore, it is believed that by incorporating our research methods with media other than movies, it will be possible to link various media within the academic world.