

영한 영상번역 전략 연구

정인희
(용인송담대)

1. 서론

21세기를 살아가는 현대인들은 영상물의 홍수 속에 살고 있다. 이 영상물 중 외국의 영화, TV드라마, 다큐멘터리 등의 작품은 영상번역가의 번역을 통해 관객이나 시청자에게 전달된다. 최근에는 케이블 방송 및 위성 방송의 실행으로 인해 외화의 방영율도 한층 증가하고 있는 실정이다. 그러나 이러한 외화를 제대로 번역할 유능한 번역가의 교육과 효율적인 번역 방법론에 대한 연구는 초보단계를 벗어나지 못하고 있다. 본고에서는 영상번역에 적용할 수 있는 기본적인 번역이론을 간단히 소개하고 그 이론을 토대로 다양한 영상번역 전략을 살펴보고자 한다. 영상번역의 두 가지 형태인 더빙번역과 자막번역에 대해 알아보고 더빙번역 작품인 「유브 갓 메일」(You've Got Mail), 「라이언킹」(The Lion King), 「타인의 그림자」(The Shadow of a Stranger)와 자막번역 작품인 「사운드 오브 뮤직」(The Sound of Music), 「트루먼쇼」(The Truman Show)에서 발췌한 사례를 토대로 영상번역의 전략을 검토하고자 한다. 본 논문

에서 다루는 자막 번역은 일반인을 위한 번역자막을 대상으로 하였으며 청각장애인을 위한 자막(closed caption)은 논의에서 제외하였음을 밝혀둔다.

2. 번역이론

2.1 등가이론

나이다는 번역에 있어 기존의 형식적 대응 번역을 비판하며 독자의 반응을 중심으로 한 역동적 등가 번역을 주장하였다. 이에 따르면 번역가는 역동적 등가를 원칙으로 번역하여 도착 언어 독자와 번역문간의 관계가 출발 언어 독자와 원문간의 관계가 같아지도록 해야 한다. 나이다는 번역가가 역동적 등가를 이루기 위한 방법론으로 다음과 같은 과정을 제시하면서 각 단계에 따른 전략을 소개하였다(136).

출발 텍스트의 분석 - 전환 - 도착 텍스트 재구조화

이에 따르면 번역가는 첫 번째 단계인 출발 텍스트에서 나타나는 문법 관계와 단어 및 구문의 의미를 분석하여야 한다. 두 번째 단계인 전환과정에서 번역가는 의미적 조정과 구조적 조정을 해야 하고 마지막 재구조화 단계에서 도착어의 사회 문화적 특성이 고려된 번역 결과물을 도출해야 한다. 번역가는 원문과 번역문간의 역동적 등가를 실현하기 위해서 번역의 대상이 되는 텍스트의 기능이 무엇인지 우선적으로 파악해야 한다.

2.2 스키포스 이론

스키포스(skopos)는 그리스어로 '목적' 또는 '목표'란 뜻이다. 페르메르의 번역에 있어 기능주의를 출발시켰으며 번역가는 번역의 목적에 초점을 맞추어 그 목적에 따라 적절한 결과물을 생산하기 위한 번역 방법과 전략의 결정해야 한다는 스키포스이론을 제창하였다(221). 이러한 기능주의 관점은 나이다의 역동

적 증가성을 좀 더 명확하게 만들어준다. 텍스트의 기능에 따라 번역의 목표가 달라지고 정해진 목표에 따라 역동적 증가성의 방향과 적정 수준이 결정된다. 언어학적 차원에서 제기된 나이다의 역동적 증가성은 텍스트 기능주의의 도입으로 ‘텍스트의 기능’이라고 하는 의사소통 차원으로 발전된다. 스크포스 이론에 따르면 번역자는 원천텍스트가 번역되는 이유와 목표텍스트가 어떤 기능을 수행하는지 파악하고 이에 따른 번역 전략을 세워야 한다. 텍스트의 가장 중요한 기능은 소통의 기능이며 이를 성취하기 위해서는 언어적, 문화적 장벽을 해결해 줄 번역이 필요하다. 번역의 중심테마는 문화에 관한 이해이다. 따라서 번역은 원어의 표현으로부터 그 문화권의 문화적 사태관계를 정확히 인식하고 이것을 완벽하게 이해한 후 그 이해한 내용을 역어 문화권의 언어로 표현하는 작업이라고 할 수 있다(김효중 46). 예를 들어 원천텍스트에 존재하는 독특한 원천문화 현상에 대해 번역가는 원천문화를 보존하는 ‘이국화(foreignization)’ 전략을 택할 것인지 목표텍스트의 문화에 맞게 ‘자국화’ (domestication) 전략으로 번역할 것인지 의사결정을 하여야 한다.

3. 영상번역의 특징과 종류

3.1 영상번역의 특징

영상물을 번역하는 것과 인쇄물을 번역하는 것에는 큰 차이가 있다. 책으로 쓰인 문학 작품을 번역할 경우에는 작품의 내용과 문체를 중심으로 작업을 하지만 영상물을 번역할 경우에는 영상화면, 배경음악, 배우의 연기, 말투, 호흡 등을 모두 참고하여 영상과 일치하는 번역을 해야 한다. 따라서 흔히 영상번역은 대사 또는 문장의 번역이 아니라 화면의 번역이며 상황의 번역이라는 말을 쓴다(김덕수)¹⁾. 30년 가까이 영상번역작가로 활동 중인 박찬순은 번역자는 독자나 관객을 의식해 정확한 의미의 전달에 힘을 쏟는 동시에, 표현에서도 미적 즐거움을 주도록 노력해야 한다는 뜻에서 영상번역 활동을 ‘소통(疏通)의 미학’이라고 하였다(박찬순 12). 다시 말해 영상번역작가는 목표 문화권의 시청자가

1) 영상번역작가 김덕수 홈페이지에서 발췌 : <http://www.transaca.co.kr/>

더빙이나 자막으로 번역된 영상물을 보고 원천 문화권의 시청자와 마찬가지로 영화 주인공의 감정에 공감대를 형성하고 감동을 받아 웃고, 울 수 있도록 번역을 해야 한다는 것이다. 그러므로 번역작가는 영상물 번역 전에 해당 영상물의 전체 내용과 등장인물들의 성격, 역할, 관계 등을 완전히 파악한 후에 번역 작업에 착수해야 한다. 영상 번역을 할 때는 무엇보다 현장감을 살리는 것이 중요하며 영화 속에 의사 전달 방식으로 쓰인 대사체를 목표 언어로 번역할 때에도 일상 생활에서 쓰는 구어체를 써야 한다. 또한 영상번역가는 영화의 한 구성 요소인 대사만 번역하는 것이 아니라 영상물을 총체적으로 파악함으로써 그 작품의 주제, 감독의 연출 의도 등을 대사 속에 나타내야한다(이석규 276).

3.2 영상번역의 종류

영상물은 장르에 따라 극영화, 다큐멘터리, 애니메이션, 액션, 공포물, 가족물, 코믹물 등으로 분류된다. 또한 영상물의 번역형식에 따라 크게 더빙용 번역이나 자막용 번역으로 구분되며 이에 따라 번역 방식에 차이가 있다.

3.2.1 더빙번역

현재 공중파 방송에서는 일반적으로 외화를 더빙해서 방영하고 있다. 그 이유는 남녀노소를 포함한 전 국민이 시청자임을 전제로 공중파를 통해 나가는 방송은 우리말로 방송되어야 한다는 믿음 때문이다(박찬순 50). 박찬순은 외화 더빙 번역작가는 세상에서 입맞춤을 제일 많이 해본 사람들이라고 하였다. 즉 더빙 번역작가는 이미 제작이 완료되어 있는 영상을 번역하는 것이므로 대사 번역시 화면 속 배우의 제스처, 연기, 호흡, 뉘앙스 등에 따라 입을 잘 맞추어 놓아야 시청자는 화면과 일치될 이루는 자연스러운 외화를 감상할 수 있게 되는 것이다. 한편의 외화를 시청자 또는 관객이 감상하기 위해서는 다음 단계를 거쳐야 한다.

번역 → 번역 감수, 수정 작업 → 심의 → 성우캐스팅 → 대본시사
→ 더빙 → 믹싱 → 자막편집 → 최종검수 → 방송/출시 (김형욱 31)

더빙번역의 장점은 번역가의 기량에 따라 대사의 맛과 내용을 충실하게 옮길 수 있으며 원영상물에 등장하는 비속어나 혐오스러운 표현들을 걸러내 국민의 언어생활을 보호할 수 있다는 점이다. 한편 영화의 사운드 트랙과 배우의 고유한 목소리 연기를 원음대로 감상할 수 없다는 단점이 있다.

3.2.2 자막번역

일반 상영관에서 상영하는 외화, 케이블 TV를 통하여 방영되는 외화 및 비디오, DVD의 경우에 관객의 선호도 및 경제적 효율성을 고려하여 주로 한글 자막 번역을 택하고 있다. 극장가에서 상영되는 외화의 경우 어린이를 대상으로 하는 애니메이션을 제외한 대부분의 영화가 세로 한글자막을 입혀 상영된다. 케이블 TV나 비디오, DVD의 경우 역시 외국 영화나 드라마 방영시 영어의 원대사가 방송이 되면서 화면 아래에 한글로 자막이 들어간다. 대사를 자막으로 처리하는 영상 번역의 경우 다음 단계가 필요하다.

**번역 → 번역 감수, 수정 작업 → 심의 → 자막 편집
→ 최종 검수 → 방영/출시** (김형욱 31)

자막번역은 시청자 또는 관객이 편안하게 볼 수 있을 정도의 글씨 크기로 넣어야 하며 자막 읽는 시간을 고려하여 보통 5-8초에 걸쳐 최대 극장용은 8자씩 두 줄 이내, TV용은 13자씩 두 줄 이내로 대사를 압축하여 번역해야 한다. 따라서 원작의 내용을 충실히 전달하기에 한계가 있으며 비속어나 욕설등도 걸러지지 않고 관객 및 시청자에게 그대로 전달된다. 반면에 영화의 사운드 트랙과 배우의 목소리 연기를 원음대로 100% 감상할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 기술적인 제한 속에서 자막 번역가는 글자수를 지키면서 대화의 흐름이 잘 이어지도록 번역하여야 하며 맞춤법, 구두점까지 신경 써서 시청자가 읽기 쉽고 이해하기 쉽게 자막을 넣어주어야 한다. 이와 같은 시간적 공간적 제약을 받는 자막번역의 특성 때문에 자막번역시 언어의 경제성을 염두에 두고 삭제, 요약, 생략, 대체 등의 방법을 써서 번역해야 한다(장민호 102).

4. 영상번역 전략

4.1 상황 일치 번역

텍스트는 주어진 상황에 귀속되며, 상황 자체는 사회-문화의 요인에 따라서 결정된다. 따라서 번역은 역어 문화권에 소속된 텍스트 기능에 의존하므로 번역자는 번역과정에서 원어텍스트 본래의 기능을 역어텍스트에 그대로 보존하든지 또는 역어문화권에 적합하도록 원래의 기능을 바꾸어야 한다(김효중 55).

4.1.1 다양한 일상어로의 번역

외화 영상번역작가는 영화의 핵심 내용을 충실하게 번역하여 의미를 전달해야 하는 한편 영화의 흐름에 큰 영향을 미치지 않는 일상적인 인사말이나 가벼운 군더더기 대사 등은 원문 대사의 뜻과는 차이가 나더라도 일상적인 우리말 습관에 맞추어 번역해 주어야 한다. 이는 위에서 언급한대로 영화를 감상하는 목표언어권의 관객과 시청자가 매끄럽고 자연스런 대사의 흐름을 통해 영화에 쉽게 동화되도록 하기 위한 전략이라 할 수 있다. 다음은 「유브 갓 메일」에 나오는 등장인물들이 일상생활 중에 만나고 헤어지는 인사를 나누는 장면에서 발췌한 대사들이다. 즉 이 대사들은 영화의 흐름을 좌우하는 중요한 대화이거나 특별한 의미가 있는 대사라기보다는 영화를 생동감 넘치고 현실적으로 느끼게 하기 위한 부수적이고 간단한 대사들이다.

- (1) Kathleen Good morning, Christina
Christina Good morning, Kathleen.
캐슬린 나왔어, 크리스티나?
크리스티나 이제 나오세요, 캐슬린?(You've got mail)
(You've got mail)
- (2) Annabelle Hey, Joe!
Matt Hello, Joe!
Joe Hey! I know you! Hello, Annabelle, little girl.
애너벨리 우리 왔어, 조!
매튜 안녕, 조 형!

조 아니, 이게 누구야? 어서 오너라. 우리 꼬마 아줌마,
 애너벨리구나
(You've got mail)

(3) Birdie Good night, dearie.
Kathleen Good night!
버디 잘 자거라, 캐슬린
캐슬린 들어주세요.
(You've got mail)

(1)을 보면 주인공 캐슬린이 아침에 책방을 열려고 나와 기다리고 있던 점원 크리스티나와 나누는 대화인데 번역가는 “Good morning”을 틀에 박힌 “안녕하세요”로 번역하지 않고 “나왔어.”와 “이제 나오세요.”로 번역하여 우리나라 문화권의 아래와 같은 상황에서 나눔직한 자연스런 대화를 만들어 주고 있다. (2)역시 아이들과 조가 부엌가에서 만나 인사를 나누는 장면이며 (3)은 서점에서 퇴근하면서 점원 버디와 캐슬린이 나누는 인사이다. 번역가는 위의 예에 제시된 것처럼 대사를 상황에 적합한 일상적인 다양한 대사로 번역하여 반복과 지루함을 피하고 자연스러움을 추구하는 전략을 쓰고 있다.

다음 대사는 「사운드 오브 뮤직」(The Sound of Music) 중 대령의 집에서 파티가 열리는 저녁 대령과 엘자가 현관에서 손님들을 맞이하면서 나누는 대화이다. 손님으로 온 독일인 젤러는 대령의 직함을 부르고 대령 역시 이에 답해 젤러의 이름을 부르며 가볍게 인사를 나눈다.

(4) Zeller Captain!
Captain Herr Zeller!
 Baroness Schraeder, Herr Zeller.
젤러 안녕하십니까?
대령 어서 오십시오.
 쉬레더 남작부인입니다. 젤러씨.
(The Sound of Music)

(4)의 대사를 번역가는 “Captain!”을 “대령님”으로 “Herr Zeller!”를 “젤러씨”로 번역하지 않고 위와 같이 우리나라 사람들이 초대 손님을 맞이하는 상황에서

자연스럽게 쓰는 인사투로 번역하였다. 다음 장면 (5)의 예, 역시 손님으로 대령의 집에 온 맥스가 아이들 앞에서 뉴스를 발표하는 내용이다.

(5) Max I have an announcement to make!
Surprise! Surprise!
맥스 발표할 게 있어요.
무엇일까요? 기대하세요.
(The Sound of Music)

영어권에서는 좋은 뉴스를 상대방에게 전할 때 흔히 “Surprise!”라는 표현을 쓰는데 이를 우리말로 그대로 옮긴다면 영 부자연스런 대사가 되고 말 것이다. 이에 번역가는 위와 같이 번역하여 대사의 자연스러운 흐름을 도모하고 있다.

4.1.2 화면일치 번역

영상번역가는 원본 대사를 번역하기 전에 반드시 영상물을 시청하여 내용의 흐름을 파악한 후 반드시 대사가 화면과 일치하도록 번역하여야 한다. 다음 「사운드 오브 뮤직」(The Sound of Music)의 한 장면을 보자.

(6) Louisa She didn't even say goodbye.
Captain She did in her note.
루이자 우리한테 작별 인사도 안 하고요.
대령 편지에 써 놔줬잖아.
(The Sound of Music)

위에 예시된 (6)의 대사 앞 부분의 영화 내용 중에 마리아가 대령의 집을 떠나면서 편지봉투를 화병 밑에 놓아두고 가는 장면이 있으므로 대사에 나오는 “note”는 “쪽지”나 “메모”로 번역하기보다는 다음과 같이 “편지”로 번역해주는 것이 화면에 대응하는 적절한 번역이라고 볼 수 있다.

영어에서 일반적으로 ‘this’는 가까운 것을 가리키고 ‘that’은 멀리 있는 것을 나타내므로 인쇄번역의 경우라면 전자는 ‘이’ 또는 ‘이것’으로 후자는 ‘저’ 또는 ‘저 것’으로 번역된다. 그러나 영상번역에서는 반드시 화면을 잘 관찰하고 그 화면속의 구도 또는 거리등을 감안하여 우리말에 자연스럽게 일치하는 번역

을 하여야 한다.

- (7) Annabelle Oh, that's not my dad, that's my nephew
 애너벨리 이 사람은 우리 아빠가 아니고 내 조카예요.
 (You've got mail)

(7)에서는 꼬마 소녀 애너벨리가 조를 바로 옆에 두고 하는 대사이므로 “that”을 “이사람”으로 번역하였다.

- (8) Captain I see, and where, may I ask, did they get these....
 Maria Playclothes.
 captain Oh, is that what you call them?
 대령 이것들은 어디서 났소?
 마리아 놀이복이요.
 대령 아, 이 걸 그렇게 부르오?
 (The Sound of Music)

- (9) waiter Can I get you something?
 Kathleen No, no, He's not staying.
 웨이터 주문하시겠습니까?
 캐슬린 아니, 이분은 가실 거예요.
 (You've got mail)

(8)과 (9)에 쓰인 인칭 대명사의 경우에도 “them”을 “그 걸”로 “he”를 “그”로 번역하면 화면에 보이는 장면과 일치하지 않아 어색하게 되므로 번역가는 전자를 “이”로, 후자를 “이 분”으로 번역하였다.

- (10) Joe OK. I need a vase. A vase. Vase.
 kathleen Above the refrigerator.
 Joe Oh, there it is, obviously.
 조 꽃병이 필요한데 어디 있나요? 꽃병이요.
 캐슬린 냉장고 위에 있을 텐데요.
 조 아, 여기 있군. 눈앞에 두고
 (You've got mail)

또한 번역가는 (10)에 쓰인 “there”을 “거기”라는 고정관념을 버리고 화면에 맞추어 “여기”로 번역해 주어 화면에 나오는 주인공과 꽃병의 위치에 맞도록 일치시켰다. 이로써 번역가는 시청자에게 화면과 대사가 일치하는 느낌을 성공적으로 전달하고 있다.

(11) waiter Would you like another tea?
 Kathleen Yes, thank you. Oh, excuse me.
 waiter Thanks
 웨이터 차 한 잔 더 드릴까요?
 캐슬린 네, 주세요. 아, 이것도요.
 웨이터 알겠어요.
 (You've got mail)

(11)은 카페에서 조를 기다리던 캐슬린이 웨이터에게 휴지를 집어 건네며 치위달라는 뜻으로 하는 “excuse me.”이다. 번역가는 이 또한 여주인공 캐슬린의 동작에 맞추어 자연스럽게 “이것도요.”라고 재치 있게 번역하였다.

4.1.3 전환 번역

번역가는 경우에 따라 발상의 전환을 할 필요가 있으며 원문의 형식이나 내용을 전환하여 번역할 재치가 필요하다.

(12) Shawn You dropped your keys on the boat.
 I came here to return them.
 Sarah I didn't drop them. You stole them.
 손 배에서 열쇠를 주웠거든요. 그래서 돌려드리려고 왔죠.
 사라 주운 게 아니라 훔쳐간 거겠죠.
 (The Shadow of a Stranger)

(13) Robert Sarah, I like to ask you some questions.
 Sarah Okay, I'll answer some questions.
 Robert 물어볼 게 좀 있어요.
 사라 네. 뭐든 물어보세요.
 (The Shadow of a Stranger)

(12)와 (13)의 밑줄 친 대사를 보면 번역가는 행동의 주체와 동사를 전환시켜 번역하여 그 상황에 적합한 우리말의 자연스런 대사를 만들어냈다.

(14) cashier You have my pen.
 계산원 펜은 주세요.
 (You've got mail)

(14)의 경우는 화면 속의 계산원이 쌀쌀한 표정으로 캐슬린에게 서명하고 난 펜을 돌려달라고 하면서 던지는 대사인데 번역가는 이를 전환하여 “펜은 주세요.”로 번역하였다.

4.1.4 삽입

영상물 원대본이나 대사에 없더라도 화면상 나타나는 중요한 정보는 반드시 번역을 해주어야 한다. 예를 들어 간판, 편지, 신문 머리기사 등이 이야기의 흐름에 영향력이 있을 때는 자막 번역시는 물론이고 더빙 번역시에도 이를 반드시 번역하여 자막으로 처리하여 관객이나 시청자의 이해를 도와야 한다.

(15)

<u>Closing</u>
<u>All Stock</u>
40% off

자막 폐업, 40% 할인
 (You've got mail)

(16)

<u>AFTER 42 YEARS,</u>
<u>WE ARE CLOSING</u>
<u>OUR DOORS.</u>
<u>WE HAVE LOVE BEING PART</u>
<u>OF YOUR LIVES</u>

자막 여러분과 함께 한 42년간
 행복했습니다.
 (You've got mail)

(15)와 (16)은 각각 캐슬린의 서점이 폐업 세일을 할 때와 폐업을 한 직후 가게 앞 유리창에 붙여 둔 표시판이므로 주인공 서점의 폐업을 한눈에 알려주는 중요한 단서 역할을 한다. 따라서 번역가는 영화의 대본에 있는 등장인물의 대사가 아니지만 이를 번역하여 위와 같이 자막처리를 해주었다.

(17) 신문기사 COPS NAB ROOFTOP KILLER
자막 옥상살인범 잡히다
(You've got mail)

(17)은 서점에서 일하는 조지가 캐슬린에게 신문을 보여주며 이야기를 건네는 장면에서 클로즈업되어 보이는 신문 머리기사이다. 위와 같은 경우처럼 영화의 화면에 나타나는 간판이나 신문 머리기사 등이 영화 속 줄거리의 연결고리이거나 중요한 단서를 제공할 때는 반드시 이를 자막으로 번역하여 시청자의 이해를 도와야 한다.

4.2 개념의 전환

4.2.1 개념의 일반화

개념의 구체화와 반대로 종개념에서 유개념으로 번역하는 것이며 도착어에 원천어 개념에 유사한 구체적인 개념이 없을 때 개념의 일반화 기법이 이용되어야만 한다(김진원 134). 영상번역에서는 도착어에 해당 개념이 없는 경우와 더불어 극의 흐름상 구체적인 개념이 중요하지 않거나 화면상으로 개념이 전달되는 경우에도 개념을 일반화 할 수 있다. 다음에서 나누는 대화를 살펴보자.

(18) Birdie Thank you for the scones²⁾. they look lovely!
버디 과자를 가져오다니 생각도 깊지. 참 맛있게 생겼다.
(You've got mail)

(19) Kathleen I own a store. Did I ever tell you that? It's a lovely store
and in a week it will become something very depressing...
Like a Baby Gap³⁾.

2) 속을 넣지 않고 구운 영국의 전통 빵으로 티타임에 홍차와 함께 먹는 간식류

캐슬린 난 가게를 해요. 그런 말 했었던가요? 괜찮은 가게였지만
일주일 후엔 아기 용품 가게처럼 아무 특징 없는 곳이 되
겠지요.
(You've got mail)

(20) bartender Uh, champagne, please.
Joe Stoli on the rock, but in a fresh glass. please
바텐더 샴페인이요.
조 보드카 온 더록이요. 새 잔에다 주시면 고맙겠는데요.
(You've got mail)

(18)에서 “스콘”을 “과자”로, (19)에서는 아기 옷가게의 이름인 ‘베이비 깡’을 “아기 용품 가게”로 마지막 (20)에서는 보드카의 한 상품명인 “스톨리”를 “보드카”로 번역하였다. 이는 번역가가 원대사에 소개된 개념들을 보다 일반화된 개념으로 바꾸어 줌으로써 시청자들의 이해를 꾀하는 역동적 등가 번역을 실행한 예라고 볼 수 있다. 만약 번역가가 이를 원본의 단어를 그대로 “스콘”, “베이비 깡”, “스톨리”라고 번역했다면 우리나라 일반 관객들에게 생소한 느낌이 전달 되었을 것이다. 번역가는 이를 일반화된 단어들로 전환하여 시청자들이 영화의 내용을 한층 더 잘 이해할 수 있도록 도모하고 있다.

4.2.2 개념의 구체화

개념의 구체화는 번역을 할 때 유개념에서 종개념으로 한다는 것이다. 종개념을 표기하는 단어는 예를 들면 과일, 채소, 전쟁행위, 운동선수, 가구, 생산물, 작품 등이다. 종개념은 사과, 또는 배, 토마토 또는 양배추, 공격 또는 백병전, 축구선수 또는 달리기 선수, 찬장 또는 안락의자 등의 단어들로 표기된다. 번역어에 유개념이 존재하지 않을 수도 있기 때문에 그러한 경우 개념의 구체화는 매우 필수적이다(김진원 133).

(21)Patricia I said to her, "If you think I'm even going to talk to you
about paying that kind of a advance, an author whose last
book is being used as trivets all over the world, you are

3) 미국 전역에 걸쳐 있는 아기 옷 상점의 이름

completely crazy."

패트리샤 내가 “스테파니가 마지막 출간한 책이 전 세계적으로 넘버
받침으로 애용되는 걸 피차 알고 있는데 그런 거금을 선금
으로 요구한다면 당신은 정신병원에 가 봐야 해요”라고 쓰
아줬어요.
(You've got mail)

(21)을 보면 원대사에서 단지 “author”로 나와 있는데 번역가는 이를 “스테파
니”란 이름으로 번역하였다. 이는 영화의 흐름에는 영향을 미치지 않는 부분으
로 번역가는 단지 자연스러운 대사를 살리기 위해 구체적으로 작가의 이름을
쓰는 구체화 전략을 썼다고 볼 수 있다.

4.2.3 개념의 대체

번역가에게 특별한 전문성이 요구되는 기법으로 원천어에 쓰인 개념을 원
인과 결과, 부분과 전체의 상관관계를 파악하여 다른 개념으로 바꾸어주는 것
이다(김진원 136). (22)는 대령의 친구 막스가 엘자에게 결혼 후 일곱 아이들을
어찌할 것인지에 대해 이야기를 나누는 장면이다.

(22) Elsa Darling, Haven't you ever heard of a delightful little thing
called "boarding school"?
Max Baroness Machiavelli!
엘자 기숙사학교라는 편리한 제도가 있다는 걸 못 들어봤어요?
막스 역시 잔머리의 여왕다우서!
(The Sound of Music)

위 대화에서 막스는 권모술수와 임기응변에 뛰어난 “마키야벨리”를 언급하면서
엘자의 비상한 머리를 칭찬과 빈정거림을 섞어 놀리고 있다. 번역가는 원작의
뉘앙스를 살리기 위해 “Baroness”까지 살려 이 부분을 “잔머리의 여왕”으로 재
치 있게 번역하였다.

(23) Joe ... It's not the name of our store, it's where it is. And you
do not own the phrase, "Around the corner!"
조 ...그건 서점 이름이 아니고 서점 위치입니다. 모퉁이란 단

어에 대해 저작권 등록을 하시건 아니잖아요?
(You've got mail)

(23)은 조와 캐슬린이 말싸움을 하는 장면인데 번역가는 조의 독설부분 중 밑줄 친 부분을 원뜻대로 번역하지 않고 “저작권 등록”이라는 대체 개념을 도입하여 따지는 듯한 말투를 실감나게 표현하고 있다.

(24) Patricia Where are my tic-tacs? Ahhh! what?
패트리샤 무설탕 껌이 어디 간 거야? 왜 그래?
(You've got mail)

(24)에 나오는 “tic-tac”은 박하향이 나는 구강 청량제 역할을 하는 알갱이이지만 우리 나라에 이에 대응하는 유사제품이 없기 때문에 번역가는 이를 ‘무설탕 껌’으로 대체하여 번역하였다.

이상에서 살펴본 바와 같이 번역가가 영상물을 번역하는데 있어 다양한 개념의 변화를 시도하는 전략으로 원작의 의미를 역동적으로 전달하고 있음을 알 수 있다.

4.3 이국화와 자국화

베누티는 번역가의 ‘가시성’에 관해 논의하면서 ‘이국화’와 ‘자국화’라는 두 가지의 번역 전략을 소개하였다(민대이 146). 베누티는 번역에서 ‘자국화’는 영미권의 자민족 중심주의에서 비롯되어 자신의 언어 및 문화적 가치에 맞추어 이국적인 텍스트를 축소하는 것으로 비판적인 시각으로 보았다. 반면 베누티는 이국화 전략이 “이국 텍스트의 언어적, 문화적 차이가 받아들여지게끔 목표 언어의 문화적 가치에 비중을 두어 독자를 이국으로 보내는 것”이라 말하면서 이를 매우 바람직한 번역 전략이라고 하였다. 영상번역에서는 특히 시각적으로 또는 청각적으로 이국적인 영상물을 시청하는 것을 전제로 번역이 이루어지므로 원천텍스트의 문화적 요소를 번역할 때 어떠한 전략을 세워야할지 번역가는 충분히 고민하고 의사결정을 내려야 한다. 또한 번역할 영상물이 극장용인지

공중파인지와 더빙번역인지 자막번역인지도 번역가의 의사 결정에 영향을 주는 중요한 요소로 작용한다.

4.3.1 이국화

(25) Joe The whole purpose of places like Starbucks is for people with no decision-making abilities whatsoever to make 6 decisions just to buy one cup of coffee.

조 스타벅스 같은 곳은 결단력 없는 현대인들에게 커피 한잔을 마시는 데 적어도 여섯 가지 결단을 내리게 하는 큰 역할을 하는 곳이에요.
(You've got mail)

(26) Maria Doorbells and sleigh bells and schnitzel with noodles.

마리아 초인종 소리와 썰매 방울소리
국수를 곁들인 슈니첼
(The Sound of Music)

(25)와 (26)은 서로 대조적인 경우로서 “스타벅스”라는 커피숍은 이미 국내에 잘 알려진 이름이므로 번역가는 이를 그대로 써주었고 “슈니첼”이라는 음식은 “송아지요리”로 번역을 하더라도 한국인에게 생경하기는 마찬가지이므로 이를 원음대로 써주는 이국화 전략을 썼다.

(27) Joe We're also gonna have a section dedicated just to writers who've lived on the West Side.

조 웨스트사이드 출신 작가만 취급하는 코너도 따로 만들 생 각이에요.
(You've got mail)

번역가는 (27)에서 “웨스트 사이드”가 맨해튼 남부를 일컫지만 영화의 맥락을 좌우하는 중요한 요소가 아니므로 원음 그대로를 살려서 번역하였다.

(28) Joe Listen, call the Super and then 911, 9-1-1.
The fire department. That's right.

조 잘 들어요. 911을 부르고 관리인한테 연락하세요.
 911 말이오. 소방서 구급대요. 또 모르니까.
 (You've got mail)

(28)번을 보면 번역가는 미국의 구급대 번호인 “911”을 우리나라의 구급대 번호인 “119”로 번역하지 않고 그대로 “911”로 쓰고 있다. 번역가는 미국의 구급대 번호가 “911”인 것을 다수의 한국 사람들이 인지하고 있음을 전제로 이국화 전략을 썼다. 그러나 위의 작품 「유브 갓 메일」은 공중파 방송되었던 외화이다. 공중파를 접하는 다양하고 광범위한 시청자를 고려하여 “911”을 우리나라의 구급대 번호인 “119”로 자국화하여 번역하는 것이 의사소통에 보다 효율적이라고 생각된다.

4.3.2 자국화

(29)~(31)의 대사를 보면 번역가는 원문의 관용어구에 걸맞은 느낌을 주는 한국어의 관용어구를 찾아 적재적소에 채워 맛깔스럽고 자연스런 대화를 연출해내고 있다.

(29) Max Have you made up Georg's mind yet?
 When do I hear wedding bells?
 막스 대령 마음은 정해졌소? 국수는 언제 먹게 되는 거요?
 (The Sound of Music)

(30) captain If the Nazis take over Austria, I have no doubt Herr
 Zeller, that you will be the entire trumpet section.
 Zeller You flatter me, Captain.
 대령 나치가 우리나라를 점령하면 귀하도 앞에서 나발을 불고
 있겠구려!
 젤러 칭찬해 줘서 고맙소.
 (The Sound of Music)

(31) Meryl You're soaked. Where have you been?
 메릴 물에 빠진 생쥐가 됐네요.
 (The Shadow of a Stranger)

(32)를 보면 서양인과 한국인의 나이에 대한 관념과 연관성이 있는 대사임을 알 수 있다.

(32) Ted ...Nine months isn't that long. I think they'll still remember your name. Do you think he'll have brown eyes or blue?

테드 열 달은 그리 길지 않으니까. 사람들에게 잊히진 않을 거야. 우리 아기가 밤색 눈일까, 파란 눈일까?
(The Shadow of a Stranger)

서양인들이 나이를 만으로 따지듯 것과 마찬가지로 임신 기간을 만 9개월로 치는 반면 우리나라 사람들은 임신 기간을 열 달로 간주한다. 번역가는 위의 대사 중 “nine months”를 한국식 관념으로 재해석하여 “열 달”로 번역해 주어 자연스런 대사를 완성했다.

계량단위는 국제적으로 통용되며 우리나라에서도 사용하고 있는 계량단위로 전환하여 우리 나라 시청자들의 이해를 돕는 것이 바람직하며 넓은 범주에서 보자면 이 역시 ‘자국화’ 전략에 속한다고 할 수 있다.

(33) Joe I see, and we are the price club. Only instead of a 10gallon vat of olive oil for \$3.99 that won't even fit under our kitchen cabinet, we sell cheap books.

조 알겠습니다. 우리야 프라이스클럽이라고 해야겠죠. 부엌 찬장에 들어가지도 않을 만큼 주체 곤란한 35킬로 짜리 올리브기름을 3달러 99전에 파는 대신 우린 싸구려 책을 팝니다.
(You've got mail)

(34) Robert A man washed up a couple of miles from here. He hasn't been identified.

로버트 남자 시체가 여기서 2-3 킬로 떨어진 곳에 떠내려 왔어요. 신원은 아직 미상이구요.
(The Shadow of a Stranger)

(33)과 (34)를 보면 번역가는 원문에 쓰인 무게의 단위와 거리의 단위를 우리나라에서 쓰이는 “킬로”를 도입하고 숫자를 환산하여 대체하였다.

4.4 말장난

영상번역이나 인쇄문학을 불문하고 번역가를 가장 고뇌하게 하는 요소 중의 하나가 원문에 쓰인 ‘말장난(pun)’일 것이다. 말장난은 말을 도구로 장난을 쳐 재미를 돋우자는 것이지 그 자체에 중요한 의미를 내포하고 있거나 극의 흐름을 좌우하지 않은 경우가 대부분이다. 다음의 (35)~(38)의 예에서 보여주듯이 말장난이 영화의 흐름에 중요한 역할을 한다기 보다는 관객의 웃음을 자아내는 양념 역할을 하고 있다. 따라서 번역가는 영화 속에서 말장난의 기능을 파악하고 그에 따라 적절한 번역을 해주어야 한다. (36)~(37)은 월트디즈니의 만화영화 「라이언킹」에서 발췌한 대사이다.

(35) Timon Gee, he looks blue.
 Pumbaa I'd say brownish-gold.
 Timon No, no, no, no I mean he's depressed
 티몬 폭 가라앉았네.
 폼바 배냐? 가라앉게?
 티몬 그게 아니라 우울해 보인다고
 (The Lion King)

(36) Pumbaa King? Your Majesty! I gravel at your feet.
 Simba Stop it.
 timon it's not "gravel." It's "grovel." And don't. He's not the
 king.
 폼바 왕? 대왕천하, 황공 무지개로소이다.
 심바 그만해
 티몬 황공무지개가 아니라 황공무지야. 관둬. 쟈 왕이 아니야.
 (The Lion King)

(37) Nala Simba's gone to challenge Scar.
 Timon Who?

Nala Scar.
Pumbaa Who's got a scar?
Nala No, no, no. It's his uncle.
날라 심바가 스카한테 갔대.
티몬 누구?
날라 스카.
폼바 웬 스카프?
날라 아냐, 아냐 삼촌 이름이야.
(The Lion King)

(35)를 보면 티몬이 말한 “blue”의 참뜻을 이해하지 못한 멧돼지 폼바가 자신이 보기에는 새끼사자 심바가 파란색이 아니라 갈색이라고 엉뚱한 반박을 하는 부분을 번역가는 원문의 본 내용과는 전혀 상관이 없는 “배”와 그와 연관되는 “가라앉다”를 도입해 난관을 해결하고 있다. 이러한 번역 전략은 원대사의 뜻과는 거리가 멀지만 관객을 웃게 한다는 기능적인 면에서는 역동적 등가를 이루었다 할 수 있으며 (36)과 (37)의 번역에도 활용되고 있다.

독일 나치주의자인 젤러가 오스트리아의 민족주의자인 폰트랩 대령의 거실에 걸린 대형 오스트리아국기를 빗대어 설전을 주고받는 장면 (38)을 보자.

(38) Captain Some of us prefer Austrian voices raised in song to ugly German threats.
Zeller The ostrich buries his head in the sand and sometimes in the flag.
대령 추잡한 독일의 호통소리보다 우리 노랫 좋아하는 사람이 많죠.
젤러 타조는 모래에 머릴 숨기고 타락한 나라엔 깃발뿐이죠.
(The Sound of Music)

젤러는 대화에서 겁쟁이 타조(ostrich)를 오스트리아에 비유해 비하 발언을 하고 있으므로 번역가는 기지를 발휘해 타조와 오스트리아를 두운을 맞추기 위해 “타락한 나라”로 번역해 냈다.

4.5 인명

영어권에서는 성과 이름, 애칭을 혼용해서 쓰므로 시청자의 이해를 도모하기 위해 등장인물들의 이름을 통일해 주는 것이 좋다(서계인 77). 인명을 통일하는 데도 원칙이 따른다. 상황에 따라 남자는 주로 성으로 여자는 이름으로 통일한다. 안정효는 소설에서 등장인물 등의 본명과 애칭과 별칭이 뒤섞여 나올 경우 세 가지 이름을 다 쓰면서 역주를 붙여주는 방법이 가능하다고 했다(안정효 111). 그러나 영상물은 시간적 제약과 일회성이라는 특성으로 인해 영상더빙번역이나 자막 번역시 역주를 다는 방법은 타당성이 없으며 적용할 수 없는 경우가 대부분이다.

- (39) Police Harbourville police.
 Sarah (to phone) detective Logan, please.
 목소리: (필) 하버빌 경찰입니다.
 새라 로버트 형사님 부탁드립니다.
 (The Shadow of a Stranger)

(39)를 예로 들자면 「타인의 그림자」(The Shadow of a Stranger)에서 주인공 사라의 동창인 경찰관이 영화 전반부에 “로버트”라는 이름으로 등장하지만 영화 중반부인 아래의 대사에서는 “로건”이라는 성으로 불리고 있다. 여기서는 주인공 사라가 “로버트”를 전화로 찾고 있는 상황이므로 번역가가 앞에서 사용했던 이름과 동일하게 “로버트”라고 번역하지 않았다면 시청자는 “로건”과 “로버트”를 다른 인물로 혼동할 수 밖에 없다. 이 경우에는 반드시 “로버트” 또는 성을 포함해 “로버트 로건”이라고 번역해 주는 것이 바람직한 번역가의 전략이라 할 수 있다.

- (40) Rolf I have a telegram for Herr Detweiler.
 Max I am Herr Detweiler.
 롤프 막스 데트바일러씨께 전보입니다.
 맥스 내가 막스 데트바일러인데.
 (The Sound of Music)

(40)은 막스로 불리는 대령의 친구에게 전보를 전해주는 배달부 소년이 “데트 바일러”라는 성과 존칭어인 “Herr”을 함께 써서 부르고 있다. 이 경우에도 시청자들이 “데트바일러”를 이미 “막스”로 인지하고 있는 상황을 감안하여 ‘막스 데트바일러씨’로 번역하여 시청자가 혼동하지 않도록 하였다.

4.6 생략

더빙번역보다 자막 번역에서 자주 사용되는 두드러진 번역 전략중의 한 가지가 바로 함축 및 생략기법이다. 3.2.2에서 언급한 대로 자막은 관객이 5-8초의 주어진 시간에 소화할 수 있는 만큼의 글자수로 제한을 받기 때문이다. 다음의 예 (41)과 (42)를 보자. (41)은 「투르먼쇼」(The Truman Show)에서 메릴역을 맡은 배우가 주방용 만능 칼을 남편에게 들어보이면서 빠른 속도로 대사를 하는 장면이다.

(41) Meryl Hi, honey. look what I got free at the checkout. It's a
"Chef's-Pal". It's dicer, grater, and peeler in one. Never
needs sharpening. Dishwasher safe.
메릴 뭘 사왔는지 보세요. 셰프펠이예요.
주방에서 야채와 과일 껍질 벗기는데 그만이죠.
(The Truman Show)

위 밑줄 친 부분의 대사를 보면 5초 안에 빨리 진행되는데 번역가는 이 부분을 11자와 8자 두 줄로 번역하였다. 이 과정에서 칼의 구체적인 기능을 묘사한 부분을 함축하여 표현하였고 두 번째 문장과 세 번째 문장은 아예 생략하여 번역하는 전략을 쓰고 있다.

(42) Max Tell me everything. Oh, come on, Tell Max every
teensy-weensy, intimate, disgusting detail.
맥스 이것, 저것, 시시콜콜한 거라도
모두 얘기해주오.
(The Sound of Music)

(42)번 역시 막스의 대사 중 반복적으로 쓰인 첫 문장은 생략되었고 두 번째 문장은 합축되어 번역되었다.

5. 결론

이상과 같이 영상더빙번역과 자막번역의 사례를 토대로 영상번역 전략을 살펴보았다. 종합예술의 산물로서 영상물은 주요 기능이 관객과 시청자를 감동시키는 것이므로 영상번역가는 영상화면, 배경음악, 배우의 연기 내지 몸짓과 말투 등 영화의 전반적인 모든 요소를 참고하여 상황과 장면에 일치하는 자연스럽게 번역하는 전략을 써야한다. 또한 영화 감상은 일반적으로 일회성이고 시간의 제약을 받기 때문에 관객이 더빙 대사를 듣거나 혹은 자막을 읽는 순간 영화의 흐름과 내용이 최대한 이해할 수 있도록 명료하게 압축된 표현으로 번역하여야 한다. 다섯 편의 영상물에서 발췌한 대사의 원문과 번역문을 비교 분석 해본 결과 영상 번역가는 위와 같은 고객 감동의 목적을 실현하기 위해 다양한 번역 전략을 써서 영상물을 번역하고 있음을 알 수 있었다. 즉 영상번역가는 원문에 사용된 개념을 일반화, 구체화, 및 대체를 하고 문화적인 요소면에서는 이국화와 자국화의 번역 전략을 쓰기도 하였다. 그 밖에도 번역가는 대사의 길이를 맞추기 위해 대사에 침삭을 하기도 하며 말장난이 주는 묘미를 살리기 위해 원문을 무시한 과격적인 번역을 시도한 사례도 살펴볼 수 있었다. 이러한 번역 과정을 통해 얻어진 영상번역물을 시청한 후 관객이 영화의 흐름과 대사를 자연스럽게 받아들이고 궁극적으로 ‘감동적이었다’는 만족감을 느낀다면 번역가는 효율적인 번역 전략을 수행하였고 성공적인 영상번역을 하였다고 볼 수 있을 것이다.

분석 텍스트

You've Got Mail(더빙) : 번역-배현나
The Truman Show(자막)
The Lion King(더빙)
The Sound of Music(자막) : 번역-김덕수
The Shadow of a Stranger(더빙) :번역-김덕수

참고문헌

- 김진원, 최준기 역. 2006. 『번역의 이론과 방법』. 서울: 고려대학교 출판부.
김형욱 외. 1998. 『영화보다 재미있는 영화번역이야기』. 서울: 신론사.
김효중. 2004. 『새로운 번역을 위한 패러다임』. 서울: 푸른사상사.
박찬순. 2005. 『그 때 번역이 내게로 왔다』. 서울: 한울아카데미.
서계인. 2004. 『영어번역의 기술』. 서울: 북라인.
송태욱 역. 2005. 『번역과 번역가들』. (쓰지 유미 1995).
안정효. 2002. 『번역의 공격과 수비』. 서울: 세경.
이석규 외. 2002. 『우리말답게 번역하기』. 서울: 도서출판연락.
장민호. 2004. 「번역과 언어의 경계: 영화번역을 중심으로」, 『국제회의 통역과 번역』 6: 2.
전성기 역. 2001. 『번역의 오늘: 해석이론』. 서울: 고려대학교 출판부(Marianne Lederer. 1994. La traduction Aujourd'hui).
Munday, Jeremy. 2001. *Introducing Translation Studies*. New York: Routledge.
Newmark, Peter. 1988. *A Textbook of Translation*. Europe : Prentice Hall.
Nida, Eugene A. 2000. "Principles of Correspondence" ed. Venuti. *The Translation Studies Reader*. New York: Routledge. 126-140.
Venuti, Lawrence. 1995. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London and New York: Routledge.
Vermeer, Hans J. 1989. "Skopos and Commission in Translational Action" ed.

Venuti. *The Translation Studies Reader*. 2000. New York: Routledge.
221-32.

참고 인터넷 사이트

<http://www.transaca.co.kr>: 영상번역작가 김덕수 홈페이지

K C I

[Abstract]

A Research on Movie Translation Strategies

Jung, Inhee
(Yongin Songdam College)

The purpose of this research is to explore effective strategies for translating movies from English into Korean. Translating movies is different from translating printed texts such as novels and articles. While movie audiences follow stories with pictures in front of their eyes book readers understand what is going on just with a written text.

One of the major functions of movies is to give emotion to the audiences in the source language(SL). The audience of the target language(TL) want to have the truest possible feel of the original. Movie translators must therefore try to deliver emotion to the audiences in TL as close as the original movies do in the SL.

The equivalence theory and skopos theory are briefly looked into and two major methods of movie translation, subtitling and dubbing, are explained. Then several conversational examples from five movie scripts in both English and Korean are examined. The conversations in the SL and the TL are compared and analyzed to find what kind of strategies are applied by translators. In this research it is concluded that various translation tactics such as picture-corresponding translation, chunking up, chunking down, foreignization, domestication, deletion, etc, are useful to deliver dynamic equivalence in movie translation.

We can assume a movie translator has carried out a successful translation with effective strategies when the translated movie makes the same resultant impression on the audience as the original does.

▶Key Words: subtitling, dubbing, skopos theory, dynamic equivalence, foreignization strategy, domestication strategy

정인희

용인송담대학 영어과 교수

관심분야: 영상번역

연락처: ihjung@ysec.ac.kr

논문투고일: 2006년 10월 28일

심사완료일: 2006년 11월 24일

게재확정일: 2006년 12월 8일

K C I