

한국영화의 제목번역 고찰

오 미 형
(한국외대)

1. 서론

표준국어대사전에 따르면 제목은 작품이나 강연, 보고 따위에서, 그것을 대표하거나 내용을 보이기 위하여 붙이는 이름으로 제목에 해당하는 영어 단어인 'title'은 책, 연극, 영화, 또는 음악의 이름¹⁾으로 정의된다. 즉, 다양한 분야의 작품에서 이들의 내용을 대변하는 이름에 해당하는 것을 제목이라고 볼 수 있다. 이렇듯 제목은 해당 작품의 얼굴이다 보니 제목을 생산하는 사람은 텍스트의 내용과 의도를 잘 보여줄 수 있는 제목을 정하기 위해 상당한 노력을 기울이게 되고, 텍스트를 수용하는 사람은 다른 텍스트에 비해 자신의 눈길을 끄는 제목을 가진 텍스트에 우선 흥미를 느끼게 된다. 또한 많은 경우 이러한 흥미는 실제 해당 텍스트를 읽거나 보는 수용의 행위로 이어지게 된다. 일례로 뉴스제

1) the title of a book, play, film, or piece of music is its name(Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary)

작시장에서 뉴스제목이 점차 자극적이고 선정적이 되어 가는 것도 독자의 관심을 끌기 위한 경쟁 때문이라고 한다(최영, 박창신, 고민경 2010: 115).

뉴스 뿐 아니라 영화에서도 제목이 갖는 중요성은 매우 크다. 영화는 시장에서 최대한 많은 관객으로부터 선택받아야 하는 상품이라는 점에서 제목은 상품의 이름이나 브랜드와 같은 역할을 한다. 시장에서 독자의 선택을 받아야 한다는 점에서 출판도서 역시 제목의 중요성이 크지만, 계속해서 서점에서 판매되는 도서와 달리 영화는 짧은 상영기간 내에 다수의 영화와 경쟁해야 하며, 주어진 상영기간이 지나면 개봉관 시장에서 아예 판매조차 이루어질 수 없다는 점에서 관객에게 매력을 좀 더 부각시킬 수 있는 것이 중요하다²⁾. 해외에서 개봉되는 한국영화도 예외가 아니어서 외국영화 또는 독립영화, 예술영화 등으로 분류되는(이혜정 2005; 전승준 외 2006) 한국영화는 해당 시장의 국내영화와 헐리웃 영화에 대항하여 관객의 눈길을 사로잡기 위한 노력을 더 많이 기울여야 한다. 이때 관객이 영화에 대해 가장 먼저 접하는 정보인 제목은 영화에 대한 인상을 형성하는데 상당한 역할을 하게 된다. 일례로 영화 ‘박쥐’의 영어제목은 ‘Bat’가 아닌 ‘Thirst’인데, 많은 외국인 영화전문가들은 박쥐를 뜻하는 ‘Bat’가 영화 ‘배트맨’을 연상시킬 뿐 더러 뭔가 심오한 느낌이 들지 않는다며 ‘Thirst’라는 제목을 지지했다고 한다(전수진 2009). 한국영화 전문가 마크 러셀은 “‘Bats’라는 제목을 붙였으면 밋밋하기 그지없었을 것이다. 나도 영화를 봤지만 내용에 상당히 잘 어울리는 영어 제목이라고 생각했다. 한국어 제목을 그대로 번역하는 것보다 새로운 영어 제목을 붙여주는 게 더 맞는 경우가 많다” (전수진 2009)라고 평했다. 한국영화의 영어제목에 대한 이 같은 평은 번역에 있어서 도착텍스트 독자의 흥미를 끌기 위해 출발텍스트 제목과 무관하게 자유롭게 번역하는 것이 좋은 방법인가, 만약 자유롭게 번역할 수 있다면 번역의 지향점은 무엇인가, 반대로 원제목에 대한 충실성을 유지해야 한다면 무엇이 그 충실성의 기준이 되어야 할 것인가 등 번역자에게 허용되는 자유의 정도와 구체적인 번역 방법에 대해 많은 고민을 불러일으킨다.

이 같은 번역상의 어려움에 비해 한국영화가 제목을 통해 어떻게 해외시장

2) 자국 영화 산업보호를 위한 스크린쿼터제도를 통해 의무상영일을 보장하는 것 외에 국내 및 해외 시장 모두 개봉 영화에 대해 특정 상영기간을 보장해 주지 않으며, 개봉 후 실적에 따라 상영관에서 기간을 조정하는 것이 주된 방식임(김규한 2011)

에 전달되고 있는지에 대한 연구는 아직 미흡한 편이다. 우리는 영어로 번역된 한국영화의 소비자가 아니기 때문에 이러한 관심의 부족이 일면 당연한 것일 수 있으나, 영화가 한 나라의 문화정체성에 중요한 영향을 끼치고 영상분야의 오리지널 소프트웨어로서 경제적 파급효과가 크다는 점(윤승욱 2002: 27)을 고려하면 영화와 그 영화를 대표해주는 제목에 대한 보다 많은 관심이 필요할 것이다. 또한 한국영화 제작규모는 성장하고 있는데 반해 국내 상영시장의 포화가 심화되고 있어서 한국영화의 해외진출 필요성이 점점 더 커지고 있고, 한국영화의 해외진출이 이제는 국내 영화 수익에 플러스 알파 요인이 아니라 기획, 제작 단계부터 고려돼야 하는 핵심 요소임(김현정 2006: 178)을 감안하면 한국영화의 얼굴이라고 할 수 있는 제목이 어떻게 번역되어 도착문화에 전달되고 있는지 돌아보아야 할 필요가 있겠다.

이러한 배경에서 본 연구는 영어로 번역된 한국영화의 제목을 대상으로 번역 방법을 분석하고, 영화제목 번역에 있어 고려해야 할 점을 논의하고자 한다. 이를 위해 2011년 1월 1일 기준 한국영화 데이터베이스(KMDB)에 등록된 영화 중 1999년 이후 상영작의 한국어 영화제목과 이에 대한 영어제목쌍을 수집하였다. 데이터 수집의 시점을 1999년으로 한 것은 한국영화 수출이 전년의 33편에서 75편으로 괄목할만한 증가(영화진흥위원회 2006: 75)를 보였으므로, 이때를 한국영화의 제목이 본격적으로 번역되어 해외 시장에 제공되기 시작한 시기로 볼 수 있기 때문이다. 영화관련 DB는 네이버 영화와 같이 대형 포털에서 운영하는 것과 여러 사설 사이트가 운영하는 추천영화 DB 등이 있으나, 각 DB에 따라 수록 영화 정보에 조금씩 차이가 있고, 한국영화만을 전문으로 하는 DB가 보다 적합할 것으로 판단하여 영화관련 공식기구인 영화진흥위원회의 KMDB(<http://www.kmdb.or.kr>)를 기준으로 하였다. 2011년 1월 1일 기준 KMDB에 수록된 한국영화는 총 2,796편이고 이중 1999년 이후 발표된 영화로 본 연구의 분석대상이 된 것은 총 723편이다.

2. 이론적 배경

2.1 등가

번역은 기본적으로 등가 달성을 목적으로 한다. 물론 등가가 무엇인가, 무엇에 대한 등가를 달성해야 하는가에 대해서는 여러 가지 의견이 피력되어 왔다. 등가 논의에서 자주 언급되는 학자인 나이다(Nida 1964)는 ‘형식적 등가(formal equivalence)’와 ‘역동적 등가(dynamic equivalence)’를 구분한다. 형식적 등가는 출발텍스트 메시지의 형태와 내용을 모두 도착어 수용자에게 전달하는 것을 목적으로 하며 정확성(accuracy)과 적확성(correctness)을 기준으로 삼는다. 이러한 번역을 지향할 경우 출발텍스트 메시지의 형태와 내용을 모두 있는 그대로 재현하는 번역 방법을 취하게 된다. 반면, 역동적 등가는 ‘효과의 등가성(the principle of equivalent effect)’을 달성하는 것으로, 이때의 번역은 도착텍스트의 메시지가 출발텍스트의 메시지와 얼마나 부합하는가 보다는 수용자와 메시지간의 관계가 원래의 메시지와 그 수용자간에 존재했던 관계와 동일할지, 즉 역동적 관계에 초점을 둔다. 따라서 이러한 번역은 전적으로 자연스러운 표현을 추구하며, 이를 위해 문법, 어휘, 문화적 지시체 등에 대한 변안(adaptation)³⁾이 필수적이라고 본다(Nida 1964: 167-8). 역동적 등가가 형식적 등가에 우선한다고 본 나이다는 텍스트간의 관계로만 등가를 설정하던 당시 견해에서 한 단계 나아가 각각의 의사소통 상황에 놓인 출발텍스트와 도착텍스트, 그리고 이들과 독자 간의 관계를 고려하였다.

유사하게 거트(Gutt 1991)는 번역을 직접적인 것과 간접적인 것으로 나눈다. 직접적 번역은 출발텍스트의 명시적 내용에 충실(1991: 122)한 것이 반면, 간접적 번역은 출발텍스트의 고유한 의미를 도착텍스트 독자에게 제공하기보다

3) adaptation은 번역사가 도착어 청중의 기대에 부응하기 위하여 출발어의 사회문화적 내용을 도착어의 문화적 현실에 맞게 바꾸는 번역절차로서 보통 ‘의역’ 또는 ‘변안’이라고 에 번역됨(이연향 역 2005: 55, 110). 본 연구에서는 출발텍스트의 변형이 동반되더라도 상황에 적절하게 맞추는 것(표준국어대사전)임을 강조하기 위해 줄거리는 그대로 두되 풍속, 인명, 지명 등을 시대에 맞게 바꾸는 것(표준국어대사전)인 ‘변안’보다는 ‘조절’을 사용. 단, 이론적 고찰에 언급되는 경우 기존 한국어 번역서에 번역된 표현을 따름.

는 출발텍스트에 담긴 정보의도를 가능한 명료하고 정확하게 소통하는 것(1991: 177)이다. 한편, 베스넷(Bassnet 1991: 23-29)은 등가가 전반적으로 기호들 자체의 관계, 기호와 그 의미, 또 기호를 사용하는 사람들 사이의 상관성에 따라 발생한다고 본다. 출발어의 어구는 도착어 문화 내에서 출발어의 어구와 같은 목적으로 사용되는 도착어 어구로 대체되는 것이며, 이때 출발어의 기호를 도착어의 기호로 대체하는 과정이 번역이다.

한편, 켈러(Koller 1979, Munday 2001: 46-49 재인용)는 다양한 등가의 유형을 제시하여 등가가 절대적인 것이 아님을 강조한다. 켈러가 나눈 다섯 가지 등가는 텍스트의 내용차원에서 이루어지는 외연적(denotative)등가, 어휘 선택에 있어서의 등가인 내포적(connotative)등가, 텍스트의 종류에 따라 달라지는 규범의 등가를 이루는 텍스트 규범적(text -normative)등가, 나이다의 역동적 등가와 비슷하게 수용자를 중시하는 소통적 등가 또는 화용적(pragmatic)등가와 통사, 텍스트의 형태에 대해 등가를 이루는 표현적 또는 형태적(formal) 등가를 포함한다. 켈러는 각 등가 유형에 따라 등가의 달성 방법도 조금씩 다를 수 있음을 주장한다. 외연적 등가의 경우 대용과 텍스트 요인간의 상호 작용을 분석함으로써 달성할 수 있는 반면, 화용적 등가에서는 독자가 다른 등가의 요건보다 우선한다고 보았다. 형태적 등가에 대해서는 등가관계의 설정 기준이 작가의 창작력이며, 출발텍스트와 유사한 형태를 도착텍스트에 구현함으로써 도착언어에서 사용 가능한 용어나 새로운 표현을 창출해 내는 것을 등가의 방법이라고 주장한다(박용삼 2005).

살펴본 바에 의하면 등가는 절대적인 것이 아니며, 출발텍스트의 특성, 번역의 목적이나 번역을 둘러싼 제도, 번역자의 의도나 역량 등에 따라 다양하게 구현 될 수 있다. 그렇다면 영화제목 번역에 있어서도 단순히 원제목의 언어적 요소 뿐 아니라 제목으로서 해당 영화를 잘 드러내는지, 도착어 독자의 흥미를 자극하는지, 도착어 독자의 기대 또는 도착어 문화의 수용범위에 포함되는지 등의 여러 요소가 포괄적으로 고려되어야 한다. 구체적으로 영화제목 번역에 대해 고려할 수 있는 번역방법에 대해 다음에서는 그동안 영화제목의 번역에 대해 이루어진 논의를 고찰한다.

2.2 영화제목의 번역접근

영상번역에 대한 연구가 비교적 최근에서야 활기를 띠기 시작한 것과 맥을 같이하여 영화제목에 대한 연구 역시 아직까지는 활발히 이루어지지 않았다. 이전 연구를 크게 두 가지로 나누다면 오역을 지적한 것과 번역 유형을 분류한 것으로 볼 수 있는데, 먼저 오역 분석에 중점을 둔 것으로 중국영화의 한국어 자막을 대상으로 한 연구 중 일부로 제목을 언급한 연구(나민구 2004), 프랑스 영화제목에 대한 한국어 번역 사례 연구(신광순 1998), 문학 및 회화 작품명의 제목 번역에 있어서 오역을 지적하면서 그 중 일부로 영화 9편의 제목 오역을 지적한 이재호(2000), 외국 영화의 한국어 제목을 대상으로 잘된 번역과 그렇지 못한 번역으로 나누어 평가를 한 박영복과 최인화(1999) 등을 들 수 있다. 이러한 연구는 자막번역의 일부분으로 제목의 번역을 제한적으로 다루거나 오역 분석의 특성상 언어 사이의 상이한 부분을 대조하는 특징을 보인다. 한편, 번역에 대한 평가보다는 번역이 이루어지고 있는 양상에 초점을 둔 연구로 미국 영화를 대상으로 영화 제목의 번역 유형을 분류한 지은영(2002)이나 영어에서 한국어로의 영화제목 번역과 한국어에서 영어로의 영화제목 번역을 함께 다루면서 영화제목 번역 방법의 언어 조합에 따른 차이를 밝힌 김순영(2006)이 있다. 해외 연구로는 영중 영화제목 번역을 대상으로 어휘만 바꾸면 번역이 되는 제목이 상당수 있음을 지적하고 그 외에 고유명사를 중심으로 음차, 그 외에 번역을 동반한 음차가 영화제목 번역에 활용되고 있음을 분석한 연구(Shin 2010)와, 마찬가지로 영중 영화제목 번역에 대해 자국화와 이국화의 틀을 적용해 분석하고 원제목과 무관하게 헐리웃 대작의 제목 짓기 방식을 지나치게 습작하는 현상을 비판한(Liu & Xiang 2006) 연구를 들 수 있다.

살펴본 바와 같이 지금까지의 영화제목 번역에 대한 국내 연구는 대부분 외국어에서 한국어 방향을 대상으로 하여 소규모 코퍼스를 대상으로 오역을 분석하는 데 집중하여, 번역의 현상을 기술하고 이에 대해 논의하는 것은 상대적으로 부족하다고 볼 수 있다. 논의에 앞서 영화제목의 번역에 대해 어떠한 접

4) 김순영(2006)은 영화제목의 영한 및 한영번역을 모두 다루었으나, 대상 코퍼스가 외국영화 739편과 한국영화 106편으로 상대적으로 외국영화에 대한 논의가 보다 중점으로 이루어졌다고 볼 수 있음.

근이 가능한가에 대해 생각해본다면, 어의적 번역(semantic translation)과 소통적 번역(communicative translation)을 양 극으로 하여 다양한 번역방법을 담고 있는 뉴마크(Newmark 1988)의 번역방법을 적용해볼 수 있다.

<그림1> 소통적, 어의적 번역 방법(Newmark 1988: 45)

출발어 중심

- 단어대단어 번역 (word-for-word)
- 죽어역 (literal)
- 충실한 번역 (faithful)
- 어의적 번역 (semantic)

도착어 중심

- 번안 (adaptation)
- 의역 (free)
- 관용적 번역 (idiomatic)
- 소통적 번역 (communicative)

뉴마크는 도착어의 어법 구조 제약 속에서 출발텍스트의 정확한 맥락 의미를 옮기며 출발텍스트의 심미적 가치를 보다 고려하는 어의적 번역과 출발텍스트의 정확한 맥락적 의미를 옮기면서도 내용과 언어가 독자에게 받아들여지고 이해되기 쉽게 만드는 소통적 번역을 양축으로 하여 다양한 번역방법이 적용가능하다고 보았다. 텍스트 유형별로는 어의적 번역은 표현적 텍스트에, 소통적 번역은 정보 및 호소적 텍스트에 각각 적용하는 것이 바람직하다(Newmark 1988: 45-50). 영화 제목은 텍스트의 유형에 언급되지 않았으나, 메시지의 효과를 보존하는데 우선순위를 두며 광고나 안내문 등에 적용해 생각할 수 있는 것이 소통적 번역이라면 영화제목 역시 소통적 번역에 가까운 접근방식을 통해 보다 설명하는 것이 적절할 것으로 예상할 수 있다.

물론 다양한 번역 방법이 서로 완전하게 분류될 수 없으며 하나의 텍스트 안에서도 어떤 부분은 어의적 번역이 필요한 반면 다른 부분에서는 소통적 번역이 이루어져야 한다. 이는 텍스트의 유형 자체가 텍스트에 하나로 고정되는 것이 아니라 하나의 텍스트에도 다양한 기능이 있다는 점에서도 당연한 논리적 귀결이겠다. 비록 뉴마크(1981: 39)는 번역방법이 어의적이건 소통적이건 가장 최상의 접근법은 직역이라고 주장하였으나, 직역을 통해 어색하고 비정상적인 도착텍스트가 도출된다면, 나아가 영화제목의 번역과 같이 도착텍스트 생성이

도착어 독자의 흥미를 유발하여 해당 영화를 보고 싶도록 만드는 목적을 가지고 있을 경우 소통적 번역방법을 비롯해 보다 폭 넓은 번역 방법에 대한 고민이 필요할 것이다.

이처럼 다양한 번역 방법을 적용해 출발텍스트와 도착텍스트 사이의 관계 요소에 대해 등가를 추구하는 과정에는 도착텍스트가 출발텍스트와 상이한 점을 보이는 전환(shift)이 발생하게 된다. 전환은 도착텍스트가 출발텍스트와 다른 모습을 보이는 현상이기도 하지만, 동시에 두 언어 사이에 존재하는 차이를 해결하기 위해 발생하는 것이기도 하다(Bakker, Koster, Van Leuven-Zwart 1998: 226). 비네와 다블네(Vinay & Darbelnet 1958/1995)는 이러한 전환을 두 가지 번역전략과 일곱 가지의 번역기법으로 설명한 바 있다. 직접번역 전략은 차용(borrowing), 모사(calque), 대어역(word-for-word)이며, 간접번역 전략은 치환(transposition), 변조(modulation), 등가(equivalence), 변안(adaptation)이다. 이때 등가는 일반적인 의미의 등가와 달리 출발어의 관용어를 도착어에서 통용되는 관용어로 완전히 바꿔 말하는 것을 뜻한다.

이 중 특정 번역기법에 비네와 다블네가 특별히 가치를 부여하지는 않았으나 치환과 변조를 잘 활용할 수 있어야 함을 지적한바 있다. 그러나 번역자의 의사 결정은 언제나 언어 및 소통 상황에 의해 제약을 받는다(Ivir 1998). 예를 들어 차용의 경우 도착문화에 해당 어휘가 존재하지 않을 경우 적절한 번역의 방법이 될 수 있지만, 차용의 대상이 되는 어휘가 해당 텍스트에서 일회성으로 등장하는 것인지 아니면 텍스트의 메시지 형성에서 어느 정도 비중을 차지하는 것인지 등 의사소통에 있어서 해당 어휘가 어느 정도 초점이 되느냐의 여부, 즉 소통적 상황에 의해 차용을 번역 방법으로 선택할 것인가에는 영향을 받게 된다. 마찬가지로 언어적으로도 차용을 했을 경우 발음이 이상하거나 도착어의 다른 무엇인가를 떠올리게 하는 발음이라면 차용이 적절한 번역 방법으로 사용될 수 없다. 직역도 마찬가지로 직역을 번역방법으로 선택함에 있어서 소통과 언어적인 제약을 받게 되므로 직역의 대상이 소통의 초점인지 배경인지를 고려해야 하며, 직역을 하면 언어적으로는 분명할 수 있으나 함의나 함축의 경우 문화적으로는 오히려 명료성이 떨어질 수 있다는 점 등도 언어적인 제약으로 작용한다(Ivir 1998: 135-144).

영화제목의 번역은 기본적으로 상위 테스트인 영화 한편의 일부로서 줄거

리에 대한 정보를 제공하고 영화의 매력을 더해 관객의 관람 욕구를 자극한다는 목적을 가지고 있을 뿐 아니라(Yin 2009: 171), 문화를 넘나드는 것이기에 때로는 도착어 관객의 문화적 감수성을 고려하여 변형이 가해져야 할 때도 있으며, 국가에 따라 제목 짓기의 관습이 다르고 언어유희 등의 사용으로 인해 언어적인 측면에서 번역의 난제를 제시하기도 한다. 이러한 배경에서 번역을 둘러싼 직역과 의역의 이분법적 구도가 자막처리에 나타나는 과정이나 쟁점 사항을 파악하는데 만족스러운지에 대한 의문(Gambier 2004: 370)은 영화제목 번역에 대해서도 상당한 유관성을 갖는다고 볼 수 있으며, 출발텍스트인 영화제목 자체가 갖는 특징과 도착텍스트 생산의 목적 및 환경을 고려한 보다 폭넓고 다양한 번역방법에 대한 고민이 필요하다.

3. 분석 및 논의

3.1 분석방법

본 연구는 제목의 번역 방법을 크게 무번역(zero translation), 음차(transliteration), 직역(literal translation), 조절(adaptation), 새로 쓰기(text production)로 나누어 분석하였다. 무번역은 출발텍스트 영화제목이 영어로 되어 있어 사실상 번역이 필요하지 않은 것으로 실제 번역행위가 수반되었다고 볼 수 없다. 따라서 번역 방법을 분석하는 과정에서는 무번역에 해당하는 데이터는 제외했으나, 분석대상 전체 중 영어로 된 영화제목이 어느 정도의 비중을 차지하는지 파악한다는 차원에서 무번역에 대해 이 장에서 간단히 언급하기로 한다. 음차는 출발어를 도착어의 발음 규칙에 따라 적는 것을 뜻하며, 직역은 한국어 제목의 어휘를 영어 대응어로 번역한 것을 말한다. 한편, 조절은 직역과 달리 영어 대응어가 있으나 대응어가 아닌 다른 어휘를 사용하거나 형식 등의 요소에 변화가 발생한 경우, 마지막으로 새로 쓰기는 원래의 영화제목과 의미가 완전히 다른 영어제목으로 번역을 한 경우이다. 새로 쓰기를 번역의 한 방법으로 볼 수 있을지에 대해 논란이 가능하지만, 새로 쓰기 역시 출발점이 되는 텍스트가 존재하며, 조절의 가장 마지막 단에는 번역자에 의한 새로운 텍스트

생산(text production)까지 포함된다(Nord 1991: 33)는 점에서 다양한 번역방법 중 하나로 간주하였다. 이처럼 번역을 하지 않는 것, 직역하는 것, 출발텍스트와 일부분 변화가 발생하는 것, 출발텍스트와 완전히 달라지는 것 등 번역방법을 최대한 광범위하게 분류한 후 각각에서 구현되는 번역방법은 분석에서 보다 자세히 살펴볼 수 있도록 하였다.

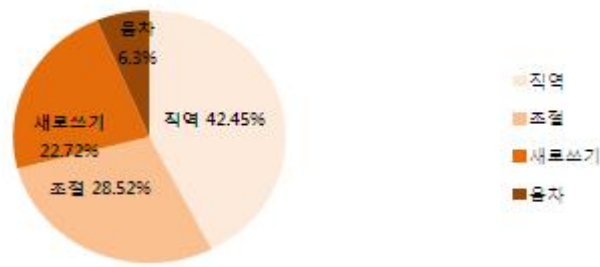
3.2 분석 결과

총 723편의 한국영화 중 무번역은 120건으로 전체의 15.83%를 차지했다. 무번역은 영화제목이 ‘오디션’, ‘히어로2010’, ‘인플루언스’와 같이 애초에 영어로 만들어져 영어로 번역할 때 원래의 어휘를 한글표기에서 영어철자로 바꾸기만 하면 되는 것이다. 무번역이 전체의 약 15%로 비교적 큰 비중을 차지하는 것은 영어가 우리의 일상생활에 널리 사용되는 언어라는 점을 배경으로 들 수 있다. 거리의 간판이나 다양한 안내 및 경고 문구 등에서 외국인을 대상으로 하지 않는 경우에도 한국어가 아닌 영어를 사용하는 등 무분별한 영어사용 실태에 대한 비판(장아름 2011)이 있을 정도로 우리사회는 영어에 대해 높은 수용성을 보이고 있다. 실제로 분석 데이터 723건 중 영어 외에 다른 외국어를 사용한 제목은 프랑스어를 사용한 ‘그랑프리’와 ‘카페 느와르’ 두 건에 불과했다.

무번역한 영화제목을 제외한 603건을 대상으로 번역 방법을 분석한 결과 이 중 직역이 256건으로 전체의 42.45%를 차지했으며, 새로 쓰기가 172건 28.52%, 조절이 137건으로 22.72%, 음차가 38건으로 6.30%를 각각 차지하고 있었다⁵⁾.

5) 본 논문의 백분율을 소수점 셋째 자리에서 반올림하였으며, 무번역을 제외한 각 번역 방법의 백분율 총합은 99.99%임.

<그림2> 한국영화제목의 번역방법



3.2.1 음차

외국어 제목을 발음 나는 그대로 도착어로 표기하는 음차는 2011년 국내 상영 외화만 보아도 ‘언피니시드’, ‘어브덕션’, ‘스톤’, ‘리얼 스틸’, ‘히트’, ‘비우티풀’, ‘체인지 어드레스’ 등 도착어인 한국어로 번역을 하기 보다는 원제목 그대로 음차한 영화제목이 상당수에 달해 음차가 영화제목의 영한 번역에 있어서는 하나의 경향으로 잡았다고 해도 과언이 아니다. 그러나 이는 원제목의 언어가 우리 언어생활에서 이미 널리 사용되고 있는 영어이기 때문에 가능한 것으로 볼 수 있다. 실제로 같은 연도에 상영된 일본 영화인 ‘냉정과 열정사이’, ‘코쿠리코 언덕에서’ 등은 한국어로 번역된 제목을 내걸고 있다. 이러한 배경에서 볼 때 덜 알려진 언어인 한국어를 해외 시장에서 그대로 음차 하는 것은 그다지 효과적인 번역 방법이 아님을 짐작할 수 있다. 전체 603건의 제목 중 6.30%에 해당하는 38건은 한국어 발음 그대로 영어로 표기하는 음차의 방식으로 번역되었다.

<표1> 음차: 고유명사⁶⁾

한국어 제목	영어 제목
오세암	Oseam

6) 지면관계상 표의 예문은 최대 10개를 넘지 않음.

철수♡영희	Chulsoo and Younghee
실미도	Silmido
봉자	Bongja
마파도	Mapado

<표1>에서와 같이 영화제목이 고유명사로 이루어진 경우, 굳이 자국화 대 이국화의 논의를 하지 않더라도 음차가 정당한 번역의 방법으로 고려될 수 있겠으나, 한국어에 대한 해외시장의 노출도가 낮다는 점을 고려하면 효과에 대한 고민이 필요하다. 더불어 고유명사 아님에도 한국어 제목 전체에 대해 음차가 이루어진 사례도 찾아 볼 수 있었다.

<표2> 음차: 영화제목 전체

한국어 제목	영어 제목
비상	Bisang
이리	Iri
바보	BA:BO
별	Byul
비천무	Bichunmoo
소름	Sorum

이러한 방식의 음차는 영화의 제목 자체를 고유명사화 하겠다거나 생소한 외국어를 통해 이국적인 정서를 자극하겠다는 등 특정한 의도가 없는 이상 상당히 부자연스럽고 제목으로서의 기능을 달성하기 어려운 번역 방법이라고 볼 수 있다.

3.2.2 직역

무번역을 제외한 603건의 한국영화제목 중 42.45%인 246건은 직역을 통해 번역되었다. 먼저 어휘 수준에서 직역된 것을 살펴보자.

<표3> 직역

	한국어 제목	영어 제목
어휘	박하사탕	Peppermint Candy
	여배우들	Actresses
	비단구두	Silk Shoes
	시	Poetry
	시간	Time
구문	오래된 정원	The Old Garden
	이웃집 남자	The Man Next Door
	나의 결혼 원정기	My Wedding Campaign
	호로비츠를 위하여	For Horowitz
	내 마음의 풍금	The Harmonium in My Mind
문장	그놈은 멋있었다	He was Cool
	여자는 남자의 미래다	Women is The Future of Men
	나의 불행에는 이유가 있다	There's a Reason to My Misfortune
	악마를 보았다	I Saw Devil
	누구나 비밀은 있다	Everybody Has a Secret

<표3>에서 알 수 있듯이, 어휘 차원에서 직역하는 경우 도착어의 대응어를 이용하면 크게 무리 없이 번역이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 다만, 한자어를 사용하는 우리 언어습관으로 인해 영화제목에도 ‘청연’, ‘밀양’ 등 한자어를 활용한 경우가 있는데, 이때는 한자어를 사용함으로써 발생하는 중의성은 두 가지 의미 중 하나에 해당하는 도착어 어휘를 이용해 번역이 이루어지고 있다. ‘청연’의 경우 ‘Blue Swallow’로, ‘밀양’은 ‘Secret Sunshine’으로 원제목의 의미를 풀어 이를 기반으로 한 직역이 이루어졌는데, 이 과정에서 ‘비밀스러운 햇빛’과 지역 명칭이자 영화의 배경인 ‘밀양’ 중 하나의 의미에 초점을 두고 번역이 이루어지고 있었다.

어휘에서 조금 더 확장된 구문 형태를 띤 제목의 번역 예시이다. 대부분 무리 없이 직역이 이루어지고 있으나, 이 과정에서 도착어로 어색한 제목이 생성되는 경우도 발견할 수 있었다. 일례로 ‘나의 결혼원정기’는 ‘My Wedding Campaign’으로 번역되었는데, 억지로 국제맛선을 보게 된 농촌총각이 다양한 에피소드를 겪다 예상치 않게 사랑하는 여자를 만나게 되는 영화의 내용을 고려하면 일정 기간 동안 특정 목적을 달성하기 위해 하는 행동인 ‘campaign’은 행위의 적극성이나 의도성에서 영화와 다른 인상을 줄 수 있다. 한편, 문장형식

을 띤 제목은 전체 중 65건이었는데, 이 중 문장형태를 유지하면서 직역된 영화 제목은 15건에 불과했다. 이는 문장 형태의 제목을 도착어로도 동일하게 문장형태를 유지하면서 번역하는 것, 그러면서도 출발텍스트의 어휘 등을 그대로 직역하는 것은 비교적 어렵다는 점을 보여준다.

뉴마크(1981: 39)도 언급한 바와 같이 출발텍스트의 모든 요소를 도착어의 등가로 구현 가능하다면 직역은 가장 정당하고 효과적인 번역방법이 될 수 있다. 그러나 일부 사례에서 확인한 바와 같이 문화적 차이, 공유정보의 차이가 있는 경우에는 의미 전달이 미흡해질 수 있고, 오역 발생의 원인이 되기도 하며 (김순영 2006: 39) 제목으로서의 매력을 부여하기에 부족한 번역의 방법이 될 수 있다.

3.2.3 조절

603건 중 137건으로 22.72%를 차지한 조절은 출발텍스트와 완전히 다른 제목을 생성하는 새로 쓰기와 달리 원제목의 특질을 일정 부분 보존한다. 조절이 이루어진 제목의 경우 가장 두드러지는 특징은 명시화(explicitation)⁸⁾가 진행되었다는 것이다. 명시화는 단순히 원문에 없는 것이 번역문에 나타나는 것뿐 아니라 출발텍스트에서 전제(presupposition)등을 통해 이해 가능한 것이 도착텍스트에서는 강조나 어휘의 선택을 통해 두드러지게 되는 것도 포함한다 (Séguinot 1988, Klaudy 1998: 82 재인용). 명시화가 이루어질 것으로 쉽게 예상할 수 있는 것은 도착텍스트 독자가 이해하기 힘든 출발텍스트 문화의 고유명사가 포함된 제목인데, 실제로 고유명사가 포함된 제목 중에는 음차와 더불어 고유명사에 대한 설명을 통한 명시화가 이루어진 사례들을 찾아 볼 수 있었다.

7) A campaign is a planned set of activities that people carry out over a period of time in order to achieve something such as social or political change(Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary).

8) 'explicitation'은 '명시화', '선명화', '명세화', '외연화' 등으로 다양하게 번역되고 있음. 본 논문은 내용이나 뜻을 분명하게 드러내 보인다는 의미에서 '명시화' 사용.

<표4> 조절: 고유명사가 포함된 제목의 명시화

한국어 제목	영어 제목
타짜	Tazza: The High Rollers
오구	OGU: A Hilarious Mourning
거칠마루	Geochilmaru - the Showdown
신성일의 행방불명	The Forgotten Child : Shin Sung-il lost
다세포소녀	Dasepo Naughty Girls

<표4>의 고유명사가 포함된 제목들은 모두 고유명사를 음차한 후 이에 대한 설명을 첨언하는 방식으로 명시화가 이루어졌다. 도박꾼에 대한 영화인 ‘타짜’에는 거액을 자주 배팅하는 도박꾼을 뜻하는 ‘high roller’가, 장례굿인 ‘오구’에는 축제와도 같은 애도(a hilarious mourning), 무협사이트 인물인 ‘거칠마루’에게는 최후의 결전(showdown), ‘신성일의 행방불명’은 신성일이라는 이름의 고아 이야기임을 알 수 있도록 잊혀진 아이(the forgotten child)라는 보충 설명이 더해졌다.

한편, ‘다세포 소녀’의 경우 등장인물의 이름은 다세포가 아니지만 한국어 ‘다세포’ 자체를 고유명사화 하여 ‘Dasepo’로 표기하고 등장인물들의 엉뚱함을 담아 ‘naughty girls’로 명시화 하였다. 흡사하게 ‘무궁화 꽃이 피었습니다’라는 영화는 무궁화의 영어표현인 ‘rose of Sharon’으로 번역될 수 있지만⁹⁾, 무궁화를 여타 고유명사와 같이 음차하고 한국의 국화라는 설명을 붙여 ‘Mugoonghwa-Korean National Flower’로 번역되었다. 603건의 데이터 중 한건에 불과했지만 명시화 과정에서 도착텍스트 독자의 이해를 보다 고려한 영어제목도 찾아 볼 수 있었다. 영화 ‘의적 임꺽정’은 ‘Lim Keok Jeon, Korean Robin Hood’로 번역되어 의적이라는 함축된 정보를 제공하되 도착텍스트 독자의 문화에 존재하는 또 다른 의적을 이용하여 번역되었다.

그러나 고유명사가 포함되지 않은 제목에서도 명시화는 이루어졌다.

9) 실제 2011년 후반기 제작된 동명의 단편영화 영어제목은 ‘The Rose of Sharon Has Blossomed’임.

<표5> 조절: 고유명사가 포함되지 않은 제목의 명시화

한국어 제목	영어 제목
너와 나의 21세기	Our Fantastic 21st Century
궤도	Life Track
마지막 선물	His Last Gift
선물	Last Present
인어공주	My Mother, The Mermaid
달마야, 서울 가자	Hi, Dharma 2 -Showdown in Seoul
더 게임	The Devil's Game

<표5>의 제목은 모두 원제목이 보다 분명하게 이해될 수 있도록 명시화가 이루어졌다. 예를 들어, ‘너와 나의 21세기’는 ‘fantastic’이 첨가되어 어떠한 21세기인지가 보다 분명해졌으며, ‘궤도’나 ‘마지막 선물’, ‘선물’ 역시 각각 ‘life’, ‘his’, ‘last’를 삽입함으로써 ‘삶의 궤도’, ‘그가 준 마지막 선물’, ‘마지막 선물’로 좀 더 명확하게 영화의 주제를 전달하고 있다. ‘달마야, 서울 가자’는 원제목에는 없으나 영화의 내용을 반영해 서울에서 벌어지는 결전임을 부제로 삽입하였고, ‘더 게임’의 경우도 원제목 자체가 영어이므로 무번역이 가능하지만 이에 대해 ‘devil’을 삽입해 악마의 게임이라는 점을 명시화했다.

그러나 조절이 이루어지는 방식이 이처럼 꼭 명시화를 포함하는 것은 아니다. 대표적으로 <표6>과 같이 시점을 전환하여 번역하는 방법이 있다.

<표6> 조절: 시점의 전환

한국어 제목	영어 제목
소년, 천국에 가다	A Boy Who Went to Heaven
주먹이 운다	Crying Fist
거북이 달린다	Running Turtle
어떤 방문	Visitors
과속스캔들	Scandal Makers
귀신이 산다	Ghost House
사람을 찾습니다	Missing Person
뚫어야 산다	Dig or Die

‘소년, 천국에 가다’, ‘주먹이 운다’, ‘거북이 달린다’는 각각 한국어 제목의 동사보다는 ‘천국에 간 소년’, ‘우는 주먹’, ‘달리는 거북이’로 행위자를 보다 강

조하는 제목으로 시점이 변경되어 번역되었다. ‘어떤 방문’, ‘과속스캔들’, ‘귀신이 산다’ 역시 방문을 하거나 어딘가에 산다는 행위나 스캔들이라는 사건이 방문을 하는 사람, 귀신이 사는 장소, 스캔들을 만드는 사람으로 시점이 변경되어 번역되었다. ‘사람을 찾습니다’와 ‘뚝어야 산다’는 원제목과 달리 찾음의 대상인 없어진 사람(missing person)과 뚝지 않으면 죽는다(dig or die)로 원제목의 내용을 반대의 시각에서 기술하고 있다.

이처럼 원제목의 내용은 거의 그대로 보존하되 바라보는 시점을 달리하여 번역하는 것 외에도 원제목의 내용을 일부 바꾸어 영화의 내용이 보다 잘 드러날 수 있도록 번역한 사례를 찾아 볼 수 있다.

<표7> 조절: 내용의 일부 변경

한국어 제목	영어 제목
국화꽃 향기	Scent of Love
피아노 치는 대통령	The Romantic President
학교전설	The Spooky School
그녀들의 방	The Room Nearby

‘국화꽃 향기’와 ‘피아노 치는 대통령’은 구체적인 사물을 누락한 대신, 영화의 주제인 사랑, 로맨티스트 대통령의 이야기라는 점이 드러나도록 원제목의 일부 내용이 변경되었다. 한편, ‘학교 전설’, ‘그녀들의 방’ 역시 그대로 번역하기 보다는 공포스럽고 무서운 일이 발생하는 학교, 타인이 근처에 있는 누군가의 방에 우연히 들어오면서 벌어지는 이야기임을 알 수 있도록 번역되었다. 이때 원제목의 일부, 즉 ‘향기’, ‘대통령’, ‘학교’, ‘방’에 해당하는 어휘는 유지하였지만 그 외의 부분은 조절을 통해 원제목과 다르게 번역되고 있다.

3.2.4 새로 쓰기

새로 쓰기는 무번역을 제외한 603건의 제목 중 172건으로 전체의 28.52%를 차지했다. 새로 쓰기의 번역 방법이 적용된 사례 중 대표적인 것이 고유명사가 포함된 경우이다.

<표8> 새로 쓰기: 고유명사 포함 제목

한국어 제목	영어 제목
대한이, 민국씨	Love is Beautiful
된장	The Recipe
광식이 동생 광태	When Romance Meets Destiny
오! 수정	Virgin Stripped Bare By Her Bachelors
황산벌	Once Upon a Time in a Battlefield
마음이	Hearty Paw

<표8>의 ‘대한이, 민국씨’, ‘광식이 동생 광태’는 사랑이야기임이 드러나도록, ‘마음이’는 반려견에 대한 이야기임이, ‘오! 수정’ 및 ‘황산벌’은 사람 이름과 지명을 배제하고 이들이 무엇인지 설명하는 방식으로 영어제목이 생성되어 있다. 이 영어제목들은 원제목의 고유명사를 완전히 배제하고 영화의 내용이 무엇에 대한 것인지를 반영한 다른 내용으로 대체하여 생성되었다. 이처럼 고유명사가 포함된 제목의 경우 한국어와 한국문화가 덜 알려진 언어와 문화임을 고려하면 자연스러운 선택이 아닌가 생각되지만, 영화의 즐거리를 반영하여 새로 쓰는 번역 방법은 고유명사가 포함되지 않은 제목에서도 자주 활용되고 있다.

<표9> 새로 쓰기: 고유명사 불포함 제목

한국어 제목	영어 제목
안녕, 형아	Little Brother
내 머리 속의 지우개	A Moment to Remember
천년학	Beyond Years
여행자	A Brand New Life
화려한 휴가	May 18

‘안녕, 형아’의 경우 아픈 형을 둔 개구쟁이 9살 꼬마의 이야기로 입원한 형이 얼마나 심각한 상태인지 모른 채 재미있는 장난으로 형을 즐겁게 해주는 동생의 이야기이다. 어린 아이들의 형제애와 가족애가 강조되는 드라마인데, 한국어 제목과 달리 영어제목은 즐거리를 실제 끌어가는 주인공인 동생을 강조하고 있다. 유사하게 기억을 상실해가는 아내와 그 아내와 사랑했던 추억을 남겨 주려는 남편의 이야기인 ‘내 머리 속의 지우개’ 역시 기억을 상실하는 것에 초

점을 맞춘 한국어 제목과 달리 영어제목은 기억이 다 사라지기 전 추억을 되짚고 만들어가는 즐거리를 보다 드러나게 반영하고 있다. ‘서편제’ 이후의 이야기라고 할 수 있는 ‘천년학’은 한국어 제목과 달리 오랜 시간이 흐른 뒤 동이와 송화의 이야기를 다루고 있는 즐거리를 반영한 영어제목이, ‘여행자’와 ‘화려한 휴가’ 역시 한국어 제목을 그대로 번역하지 않고 긴 여행에 비유되는 방향 끝에 얻은 새로운 삶과 광주항쟁 날짜를 각각 영어제목에 담고 있다.

새로 쓰기의 방식 역시 다양하게 나타났다. 우선 원제목의 형태를 변형시키는지 여부는 아래 <표10>의 ‘박쥐’와 같이 영어제목이 뜻은 다르지만 원제와 마찬가지로 하나의 어휘라는 형태를 유지하는 경우도 있고, ‘똥파리’의 경우와 같이 원제와 마찬가지로 단일 어휘로 구성된 형식은 유지했지만 대응어를 사용하지 않고 품사 역시 변경하는 경우도 있었다. 한편, ‘눈부신 날에’와 ‘지금, 이대로가 좋아요’에서처럼 구문을 문장으로 또는 문장을 구문으로 변형한 사례도 많았다.

<표10> 새로 쓰기: 원제목 형태의 변형

한국어 제목	영어 제목	문장 형식 변형 유무
박쥐	Thirst	X
똥파리	Breathless	X
눈부신 날에	Meet Mr. Daddy	O
지금, 이대로가 좋아요	Sisters on the Road	O

새로 쓰기 과정에는 굳어진 도착어 표현이 활용되기도 한다.

<표11> 새로 쓰기: 도착어 관용표현의 활용

한국어 제목	영어 제목
뭘 또 그렇게까지	Lost & Found
아버지와 마리와 나	Like Father, Like Son
연애, 그 참을 수 없는 가벼움	Between Love and Hate
이쁜 여자	Someone Special
죽어도 좋아	Too Young To Die
우아한 세계	The Show Must Go On

<표11>과 같이 새로 쓰는 과정에서는 도착어의 속담이나 관용구 등을 사용하여 원제목과 완전히 다른 영어제목을 생성하기도 한다. 한편, ‘Too Young To Die’와 ‘The Show Must Go On’과 같이 도착어의 자주 사용되는 관용적 표현이면서 동시에 상호텍스트성을 가진 제목도 찾아 볼 수 있다. 상호텍스트성이란 텍스트 상호간의 유기적 관련성을 가리키는 것으로, 모든 작가는 텍스트를 창작하는 사람이 되기에 앞서 먼저 다른 작가들의 작품을 읽는 독자가 되지 않을 수 없기 때문에 어느 한 텍스트는 그동안 저자가 읽어 온 여러 텍스트들의 영향을 받지 않을 수 없다는 점과 독자 역시 어느 한 텍스트를 읽을 때 여태까지 읽은 모든 텍스트들에 대한 기억을 총동원한다는 두 가지 전제를 근거로 한다(김옥동 1992: 202-203). 따라서 해당 문화에 대한 지식과 노출이 없는 독자는 출발텍스트에 담긴 상호텍스트적 유기성을 감지하기 어렵고, 반대로 저자가 상호텍스트성을 적절히 이용할 경우 해당 문화권에 속한 독자에게 상당한 친숙함을 줄 수 있다. <표11>의 영어제목 중 ‘Too Young To Die’는 젊은 나이에 아깝게 사망한다는 의미로 자주 사용되는 관용적 표현이기도 하지만, 브래드 피트 주연의 1990년 미국 드라마 제목이기도 하다. 한편, 쇼는 계속 되어야 한다는 의미의 ‘The Show Must Go On’은 연예오락산업에서 자주 사용하는 표현이면서 동시에 그룹 핑크플로이드와 퀸의 노래 제목이기도 하다. 이처럼 상호텍스트성을 가진 제목은 도착어 독자에게 익숙함을 줄 수 있지만, 동시에 자칫 영화와 무관한 이미지를 심어 줄 수 있다는 점에서 유의가 필요하다. 미국 드라마 ‘Too Young To Die’는 살인누명을 쓴 소년이 진실을 밝혀가는 과정을 그린 반면, 한국영화 ‘죽어도 좋아’는 70세가 넘는 노인들의 사랑 이야기이다. ‘The Show Must Go On’ 역시 가수와 매니저 사이의 대화와 죽음을 앞두고도 노래를 하는 가수 프레디 머큐리의 모습을 노랫말에 담고 있는데, 한국영화 ‘우아한 세계’는 평범한 가장이 되고자 노력하는 조직폭력배의 이야기이다.

이처럼 도착어의 굳어진 표현을 사용한 것이 아니라도 상호텍스트성을 이용한 새로 쓰기 번역은 여러 작품에서 찾아볼 수 있다.

<표12> 새로 쓰기: 상호텍스트성의 활용

한국어 제목	영어 제목
약탈자들	The Pit and the Pendulum
저수지에서 건진 치타	Who's That Knocking at My Door?
친하장사 마돈나	Like a Virgin
여덟 번의 감정	The Grass Is Greener

‘약탈자들’의 영어제목 ‘The Pit and the Pendulum’은 애드가 알랜 포우가 1842년 발표한 단편제목과 같다. 그러나 두 작품은 스페인 종교재판수감자의 이야기와 장례식장에 모인 동창들의 과거 회상으로 상이하다. 영화 ‘저수지에서 건진 치타’는 왕따를 당한 주인공이 고립된 생활을 하다가 한 친구를 만나면서 세상 밖으로 나오는 이야기이다. 이에 대한 영어제목인 ‘Who's That Knocking at My Door?’는 1967년 개봉 영화의 제목이기도 한데, 평범한 뉴욕의 한 이탈리아계 청년을 중심으로 종교갈등을 다룬다. ‘여덟 번의 감정’ 역시 30대 중반 남성의 사랑을 잔잔하게 그린 로맨스 드라마인데 반해, ‘The Grass Is Greener’는 1960년대 유명 배우인 캐리 그랜트, 데보라 커 등이 등장하는 코미디 영화로 내용은 물론 분위기도 사뭇 다르다.

분석한 바와 같이 도착어 독자의 관심을 보다 자극하고 이해를 도우며 영화의 즐거움을 보다 드러내기 위해 새로 쓰기는 비교적 높은 빈도로 사용되는 영화제목의 번역 방법으로 많은 경우 원제목의 형태를 변형시키며 도착어의 관용적 표현이나 상호텍스트적 환기 효과를 가질 수 있는 제목을 생산해내기도 한다. 특히 도착어 독자에게 상호텍스트적 관계를 환기시킬 때에는 영화의 내용이나 이미지 등에 끼칠 수 있는 영향을 충분히 고려하는 것이 필요하겠다.

4. 결론

본 연구는 한국영화의 해외시장 진출의 확대와 더불어 관객에게 가장 먼저 영화에 대해 제공되는 정보로서 영화제목이 중요하다는 점에 관심을 가지고, 한국영화의 영어제목이 어떠한 번역방법을 통해 생성되고 있는지 분석하였다.

KMDB등록 영화 중 1999년 이후 개봉작 723편을 대상으로 분석한 결과

120건(15.83%)에 달하는 영화제목은 영어로 만들어져 있어 번역이 필요하지 않다는 점을 확인했다. 이를 제외한 603건을 대상으로 번역 방법을 분석한 결과 직역(42.45%), 새로 쓰기(28.52%), 조절(22.72%), 음차(6.30%)의 순으로 활용되고 있으며, 원제목의 일부 또는 전체를 바꾸는 새로 쓰기와 조절을 합하면 51.24%로 원제목을 그대로 유지하는 직역에 비해 원제목을 변형하는 번역 방법이 조금 더 활용되고 있음을 확인하였다. 이는 영화의 제목이 다른 언어와 문화로 이전되면서 직역만으로는 원래의 제목에 출발문화 고유의 지시체등을 제목이라는 제한된 공간에서 설명하기 어렵거나 원제목이 출발어에서 갖는 매력이나 흥미유발의 기능을 다할 수 없기 때문이라고 볼 수 있다.

본 연구를 통해 영화제목 번역에서 고려해야 할 점으로 논의한 것은 우선, 음차는 출발문화의 고유명사가 영화제목일 때 주로 이루어지지만 일부 영화 제목 자체를 음차하는 사례도 발견되었는데, 이는 영화 제목을 고유명사화한다거나 생소함을 통한 관심의 집중을 노리는 등 특정한 전략적 의도가 있는 것이 아니라면 덜 알려진 언어인 한국어의 위치를 고려할 때 효과적인 번역방법이 될 수 있을지에 대한 고민이 필요할 것으로 보인다. 다음으로 직역은 등가어를 활용하여 크게 무리 없이 번역될 수 있으나 구문이나 문장형태의 제목을 직역할 때 살펴본 바와 같이 어색한 제목이 생성될 수 있으므로 유의가 필요하다는 점이다. 출발텍스트의 내용을 일부 유지하나 어휘나 구문 등이 변경되는 조절의 경우 명시화하거나 원제목의 시점을 전환하여 번역하는 것, 원제목의 일부 내용을 변경하는 것 등 다양한 방식을 통해 이루어지나, 영화의 내용을 보다 잘 드러내는 방향으로 번역이 이루어진다. 마지막으로, 새로 쓰기는 조절과 마찬가지로 새로 생성된 영어제목이 출발텍스트인 한국어 제목에 비해 영화의 내용이나 줄거리가 보다 더 드러나게 생성되는 경향이 있는데, 이 과정에서 도착어의 관용적 표현이나 상호텍스트적 관계를 환기 시킬 수 있는 제목이 생성되기도 한다. 이때에는 실제 영화가 가진 이미지나 내용이 이러한 상호텍스트적 환기에 의해 흐려지거나 왜곡되지 않는지 고려해야 할 것이다.

관객이 영화를 선택할 때에는 제목 외에도 출연 배우, 유명한 감독, 헐리웃 제작 여부 등 다양한 요소의 영향을 받으므로, 영화제목이 가장 중요하고 유일한 결정요소라고 말할 수 없다. 그러나 제목은 텍스트를 가장 먼저 그리고 가장 압축하여 보여주는 것임은 분명하다. 번역을 통해 하나의 언어와 문화에서 다

른 언어와 문화로 이전되어서도 매력 있는 제목으로 작용할 수 있는 제목의 생성 방법, 번역 방법에 대한 고찰과 논의가 필요하다. 본 연구의 의의를 찾을 수 있겠다. 더불어 한국영화의 수출의 권역별 편중 현상을 고려할 때, 영미시장을 북미, 영국, 호주, 아시아의 영어사용국가 등으로 보다 세분화하여 각 시장에서 한국영화와 같이 비주류권 외국영화가 영어로 번역될 때 어떤 경향을 보이는지에 대한 분석을 추후 진행한다면 조금 더 도착문화의 규범과 관습을 이해한 번역방법의 개발과 활용이 가능하리라 생각한다.

참고문헌

- 김순영 (2006) 「스코포스의 관점에서 본 영화제목 번역 유형」, 『통번역교육연구』 4(2): 31-46.
- 김육동 (1992) 『포스트모더니즘의 이론: 문학/예술/문화』, 서울: 민음사.
- 김현정 (2006) 『2004년 세계 영화시장 규모 및 한국영화 해외 진출 현황 연구』, 서울: 영화진흥위원회.
- 나민구 (2004) 「중국영화번역의 수사학 - 제목과 자막을 중심으로」, 『중국학연구』 230: 255-296.
- 박영복, 최인화 (1999) 『제목으로 영화읽기』, 서울: 현암사.
- 박용삼 (2005) 「번역활동에서 번역가능성과 불가능성 - 영원한 미해결의 문제인가」, 『독일문학』 96: 324-343.
- 신광순 (1998) 「프랑스 영화 제목의 한국어 번역에 관한 제문제 - 한국에 비디오프로 출시된 프랑스 영화를 중심으로」, 『한국프랑스학논집』 25: 107-139.
- 영화진흥위원회 (2006) 『한국영화연감』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 윤승욱 (2002) 「세계화를 통한 한국 영화 산업의 발전전략 연구」, 『중앙논단』 21: 3-34.
- 이재호 (2000) 「문학작품·영화·미술·음악 분야에서 誤譯된 題目들」, 『말과 글』 82: 66-79.
- 이혜정 (2005) 『‘태극기휘날리며’ 케이스 분석을 통한 마케팅전략』, 서울: 영화진흥위원회.

- 전승준, 이은경, 이민정 외 (2006) 『해외 영화산업 부가시장 현황 연구』, 서울: 영화진흥위원회.
- 지은영 (2002) 수입영화 제목의 번역 유형에 관한 연구: 미국영화를 중심으로. 석사학위논문. 세종대학교
- 최영, 박창신, 고민경 (2010) 「온라인 뉴스의 제목달기 분석: 네이버 뉴스캐스트의 헤드라인 특성을 중심으로」, 『커뮤니케이션학 연구』 18(1): 115-140.
- Bakker, Koster and Van Leuven-Zwart (1998) 'Shift of translation' in Baker, M. (ed.) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London: Routledge, 226-231.
- Bassnet, Susan (1991) *Translation Studies*. London & New York: Routledge
- Gambier, Yves (2004) 「지나가세요 구경할 것이 있어요: 영화 각색의 다양한 측면」, 『통번역과 등가』, 이향, 편혜원, 김도훈 역. 서울: 한국문화사, 369-382.
- Gutt, Ernst-August (1991) *Translation and Relevance: Cognition and Context* Manchester: St. Jerome Publishing.
- Ivir, Vladimir. (1998) 'Constraints on borrowing' in Beylard-ozerooff, B., Králová, J., Moser-mercer, B. (eds.) *Translator's Strategies and Creativity: Selected Papers from the 9th International Conference on Translation and Interpreting, Prague*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 135-144.
- John, Humbley (2005) 『번역용어집』. 이연향 역, 서울: 한국문화사.
- Klaudy, Kinga (1998) 'Explicitation' in Baker, M. (ed.), *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, London: Routledge, 80-84.
- Liu Kelan, Xiang Wei (2006) 'On English and Chinese movie title translation', *Canadian Social Science*, Vol.2(2): 75-81.
- Lu Yin (2009) 'On the translation of English movie titles', *Asian Social Science*, 5(3), retrieved from <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/2682009> on Jan. 14, 2011.
- Munday, Jeremy (2001) *Introducing Translation Studies: Theories and Application*, London & New York: Routledge.

- Newmark, Peter (1981) *Approach to Translations*, New York & London: Prentice-Hall.
- _____ (1988) *A Textbook of Translation*, New York & London: Prentice-Hall.
- Nida, Eugene. A (1964) *Toward a Science of Translating*, Leiden: E.J. Brill.
- Nord, Christian (1991) *Text Analysis in Translation Theory, Methodology, and Didactic Applications of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*, Amsterdam: Rodopi.
- Shin Ming (2010) 'On the translation of film titles', retrieved from <http://www.lunwenqiangshou.com/lunwen-show.asp?id=790> on August 2, 2011.
- Vinay, Jean-Paul and J. Darbelnet (1958, 2nd edition 1977/1995) translated and edited by J .C. Sager and M. J. Hamel as *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*, Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.

<사전 및 신문기사>

- 국립국어원. 표준국어대사전. <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>
- 김규한 「영진위가 발표한 표준상영계약서, 실효성은?」, 『맥스무비』, 2011.8.2
- 장아름 「뭐하는 가게예요? 변화가 외국어 간판 준비」, 『연합뉴스』 2011.10.6.
- 전수진 「Lost In Translation→사랑도 통역이 되나요? 맛깔나고 기억에 남아야」, 『중앙일보』 2009.6.12.
- Harper Collins Publishers (2009) *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary 6th edition*. New York: Harper Collins Publishers.

[Abstract]

Study on Korean Film Title Translation

Oh, Mi-hyung

(Hankuk University of Foreign Studies)

A title represents a text, a play, a song, or a book that it belongs to and, therefore, influences the impression that readers or the audience form about whatever it represents. This is truer in the case of films as they have only short period to compete with each other in a given market. Hence, movie titles need to be translated such that they retain the attractiveness and informativeness that they possessed in the source language.

This study analyzes 723 Korean film titles and their English translations in order to understand the kinds of translation methods used. It also discusses some considerations that we have to make when the methods are to be employed more effectively. The analysis shows that literal translation, text production, adaptation, and transliteration, in this order of popularity, are the methods chosen for the K-E translation of movie titles in the market. Although literal translation is a convenient and justifiable choice, serious consideration should be given to the naturalness of the expression. In the cases of text production and adaptation, the general trend is to reveal the plot of the movie more clearly in its English title. Expressions that are frequently used in the target language or that arouse intertextual relations in the target culture need to be investigated further to determine if they create impressions that are far-removed from the actual images and/or plots of the movies. The transliteration method, although rarely used, demands careful assessment to determine the extent to which Korean, as a lesser known language, is, and can be, accepted in the target culture.

▶ Key Words: film title translation, zero translation, transliteration, literal translation, adaptation, text production

오미형

한국외국어대학교

mihyung.oh@gmail.com

관심분야: 통번역교육, 영상번역

논문투고일: 2012년 1월 27일

심사완료일: 2012년 3월 12일

게재확정일: 2012년 3월 16일