

번역을 통한 한국 창작뮤지컬의 중국 진출에 관한 소고

백선(이화여자대학교)

1. 서론

1960년대 예그린 악단이 제작한 <살짜기 읍서예>를 시작으로 대동하기 시작한 한국 창작뮤지컬은(이소은, 2021, pp. 32-33) 창의적인 콘텐츠, 앞선 제작 역량과 K-POP 열풍에 힘입어 전례 없는 빠른 성장세를 보이며 한국을 뮤지컬 수입국에서 수출국으로 발돋움시켰다. 특히 2010년에 한류 스타가 출연한 작품이 많은 일본 팬 사이에서 큰 인기를 끌며, 한국 창작뮤지컬의 해외 진출 가능성을 보여주었다(김상욱, 2016, p. 2). 이후 2013년까지 일본을 중심으로 해외 진출이 이루어졌으나, 2014년을 기점으로 일본 진출 뮤지컬은 점차 줄어들고 중국이 급속도로 관심받는 시장으로 부상하기 시작했다(박병성, 2018). 13억 인구를 가진 중국이 국내 창작뮤지컬 새로운 수출 시장으로 급부상하며 2024년 기준 총 15편의 국내 뮤지컬이 투어공연 형태로 중국에 소개되었고, 44여 편이 라이선스 방식으로 수출됐다(부록 참조).

중국은 현재 한국 창작뮤지컬의 주요 수출 시장으로 주목받고 있다. 상대적으로 미흡한 공연 기술에 비해 중국의 거대한 시장과 자본력은 무한한 가능성을 지닌 잠재적 요소로 간주되기 때문이다(한국문화예술위원회, 2015. 이하 ‘예술위’로 표기). 게다가 정책·경제적 측면에서 강대국으로 자리매김

한 중국은 국제사회에서의 위상을 높이기 위해 문화, 정책 등을 통한 문화강국의 정책을 펼치며 해마다 문화체육분야 예산을 약 15% 이상씩 증가시켰다(예술위, 2015). 그 일환으로 베이징, 상하이에 새로운 공연장과 문화단지를 조성하는 등 과감한 인프라 투자로 공연예술 시장의 성장 가능성과 잠재력을 높이고 있다. 무엇보다 중국 뮤지컬 업계 관계자들이 “자신만의 색깔을 지닌” 한국 뮤지컬에 매력을 느끼고 있다는 점이 고무적이다(예술위, 2015).

하지만 한국 뮤지컬의 중국 진출 관련 연구를 살펴보면, 진출방안, 중국 뮤지컬 시장 개발, 중국 관객 성향 파악 등 산업적인 측면에 방점을 둔 경제적 논의가 대부분이고 번역에 대한 논의는 찾아보기 어렵다. 2024년 11월 10일 기준 국내 최대 학술정보 검색 사이트인 학술연구정보서비스(RISS)와 디비피아(DBpia)에서 “한국 뮤지컬”, “창작뮤지컬”, “K뮤지컬”, “중국”, “진출”, “수출” 등 키워드를 다양하게 조합하여 검색한 결과, 한국 뮤지컬의 중국 진출 관련 연구 총 44여 편 중에서 번역 관련 논의는 박현주와 임대근(2014) 및 김설화(2017) 두 편뿐이다. 그마저도 번역학에 입각하여 심층적인 논의가 이루어진 것이 아니다. 박현주와 임대근(2014, p. 385)은 중국 진출 한국 뮤지컬의 현지화 사례를 고찰하며 “문화의 특징과 감수성, 유퍼의 코드까지도 고려한 문화적 맥락에 맞는 중층적인 번역이 관객들의 공감을 얻을 수 있다”는 현지화 전략의 일환으로 “언어의 현지화”를 언급했고, 김설화(2017, pp. 77-80)는 한국 뮤지컬의 “중국 수용과정에서 나타난 변화” 가운데, “줄거리의 단순화 및 내용의 추가”, “번역에서 비롯된 가사의 변화” 등 원작에 비해 “변화”된 내용만 간단히 언급한 수준이었다. 번역학 이론을 적용하여 한국 뮤지컬의 중역(中譯)에 대하여 심층적으로 고찰한 논문은 전무하다.

번역은 목표 문화권 수용자들이 한국 창작뮤지컬의 세계를 이해하고 수용하는 중요한 수단이다. 언어·문화 간 이동을 통해 다른 패러다임에서 원작에 대한 조망은 작품에 대한 이해를 더욱 체계적이고 명확하게 만들 수 있다(Lefevere, 1985, pp. 220-221). 즉 번역이란 과정을 통해 새롭게 해석된 원작은 목표 문화권에 영향을 미칠 뿐 아니라, 목표 문화권에서 이루어진 색다른 해석을 통해 원작에 대한 이해를 더욱 깊이하고 원작을 더 풍성하게

발전시킬 수 있다. 따라서 어떤 작품이 선택되고, 왜 선택되었으며, 어떻게 번역되고, 왜 그렇게 번역되었는지, 어떻게 목표 문화권에 수용되었는지에 대한 깊이 있는 고찰은 한국 창작뮤지컬의 목표 문화권에서의 성공적인 안착과 더불어 원작에 대한 새로운 관점과 해석을 통해 더욱 훌륭한 창작뮤지컬을 만드는 데도 의미 있는 기여를 할 수 있다. 이에 본 연구는 투리(Toury, 1995)의 번역 정책에 기반하여 중국이 한국 뮤지컬을 선택하는 데 영향을 미친 텍스트 외적 요인들을 우선 고찰하고자 한다. 그 외 뮤지컬의 번역 전략, 번역의 수용 양상과 사회에 미치는 영향 등은 차후 연구과제로 남겨두겠다.

본 연구의 구성을 살펴보면, 먼저 2장에서 뮤지컬 번역에 관한 선행연구와 원작(ST) 선택에 관한 이론적 배경을 고찰한다. 이를 이론적 바탕으로 3장에서는 본고의 분석틀을 도출하고, 4장에서는 한국 뮤지컬을 포함한 중국 내 뮤지컬 수용역사에 대한 전반적인 검토를 통하여 중국이 한국 뮤지컬을 선택하는 데 영향을 미친 텍스트 외적 요인을 실증적으로 분석한다. 마지막 5장에서는 논의를 종합하고 함의를 도출한다.

2. 이론적 배경

2.1 뮤지컬 번역에 관한 선행연구

번역학에서 뮤지컬 번역에 관한 논의는 2001년부터 시작되어¹⁾ 역사가 그리 길지 않다. 국내외 뮤지컬 번역 연구 동향을 분석한 홍정민(2020)의 연구에 따르면, 뮤지컬 번역에 관한 논의는 대부분 대사, 가사, 음악 등을 분석한 텍스트적 접근에 집중되어 있다. 가령 충실성(fidelity)과 포맷(format)을 두 축으로 <마이 페어 레이디>의 스칸다비아어 번역양상을 고찰한 프랜존(Franzon, 2005)은 넘버 번역 시 번역된 가사가 전반적인 뮤지컬의 상황적

1) 홍정민(2020)에 따르면 맥켈비(Mckelvey, 2001)의 학위 논문「Translating the musical Les Misérables: A polysystemic approach」을 필두로 온전한 뮤지컬 번역에 관한 논의가 태동하기 시작한 것으로 파악된다.

재현, 캐릭터 부각, 무대에서의 상호작용, 스토리 재현, 음악과의 운율적 합치성 등 면에서 제 기능을 할 수 있어야 한다고 주장했다. 또한 <맨 오브 라만차>에 수록된 넘버 3곡의 영-프 번역 양상을 고찰한 뢰쉬(Hübsch, 2006)는 언어와 음악 간 관계가 뮤지컬 넘버 번역에 미치는 영향에 주목했다. 카르피(Carpi, 2017)는 더 나아가 뮤지컬 넘버 번역은 언어적 기호 외에도 무대 미술, 배우의 비언어 기호와도 상호작용을 통하여 새로운 의미를 형성할 수 있기에 언어, 청각, 시각 모두를 아우르는 멀티모달적 접근이 필요하다고 지적하였다.

국내에서도 가창성(singability)을 중심으로 한 텍스트적 접근이 주를 이룬다. 예컨대 박미준 등(2014)은 영한 넘버 번역상의 구문 및 운율적 대칭 구조를 연구하였다. 이지민(2019)은 가창용이성 관점에서 국내 라이선스 뮤지컬 가사 번역의 문제점을 분석하였다. 이 외에도 홍정민(2017)은 뮤지컬 가사 번역에서 배우의 영향에 대해 고찰하였고, 홍정민(2022)은 멀티모달적 접근을 통하여 뮤지컬 번역의 상호텍스트성에 대해 고찰하였다.

중국 역시 엄복(嚴復)의 신달아(信達雅), 스코퍼스 이론 등 번역학 이론을 적용하여 중국의 심미의식과 가창성에 맞게 번역해야 한다는 연구가 주를 이루고 있다(李金花, 2019; 費元洪, 2014).

텍스트적 접근에 비해, 텍스트를 둘러싼 사회·문화적 요인을 고려한 텍스트 외적 연구는 아직 미진한 상황이며 그마저도 대부분 영미 중심으로 이루어지고 있다. 맥켈비(2001)²⁾는 뮤지컬 장르를 하나의 폴리시스템으로 보고, 투리의 환경 규범(preliminary norm), 실행 규범(operational norm) 및 수용에 관한 이론을 적용하여 뮤지컬 <레미제라블>의 ST 선택, 번역 전략에서부터 수용에 이르기까지의 전반적인 과정을 고찰했다. 하지만 환경 규범에 대한 그의 분석은 다소 단선적이다. 그는 뮤지컬 <레미제라블>이 미국에 선택된 이유가 원작 소설과 같으며, 프랑스 혁명을 배경으로 한 해당 작품이 당시 내전에 처해 있는 미국의 시대적 상황과 유사하고, 민주주의, 인도주의

2) 맥켈비(2001)의 논문은 텍스트외적 접근과 텍스트적 접근을 동시에 사용하고 있지만, 해당 연구의 초록에서 설명하듯이 폴리시스템 이론과 DTS 이론을 전체 연구의 경험적 툴(heuristic tool)로 채택하고 있어, 큰 틀에서 봤을 때는 텍스트 외적 접근을 중심으로 하고 있다.

등 이데올로기 및 사회·정치적 의제 형성을 촉진할 수 있었기에 선택받을 수 있었다고 설명했다. 물론 목표 문화권의 사회·정치적 의제와 이데올로기는 번역 대상 작품 선택에 있어 핵심 요인으로 작용하지만, 뮤지컬 작품 선택에는 이외에도 작품의 상업적 성공 가능성, 원작의 확장 가능성 등 많은 요인이 복합적으로 작용한다.

2008년에 이루어진 마테오(Mateo)의 연구는 보다 체계적으로 ST 선정 기준을 분석하였다. 영미 뮤지컬 수입 시 스페인의 원작 선택 기준을 고찰한 마테오는 화용론, 문화학, 연극학 등 다양한 이론적 틀을 적용하여 ‘출발 문화와 언어(source culture and language)’, ‘생산적 수용과 사회적 접합도(productive reception and social relevance)’, ‘상업적 요인(commercial aspects)’, ‘출발 텍스트의 특징(source text features)’, ‘경제적 요인(economic factors)’ 등 5개의 요인으로 나누어 다각적으로 분석했다. 다음 소절에서 상술하겠지만, 마테오의 연구는 같은 체제 내에서 이루어진 작품의 국경 횡단에만 한정되어 있어, 한-중처럼 사회체제와 이념이 다른 국경 넘기에서 주요 이슈로 지목되는 이데올로기, 사회·정치적 의제 등에 대한 분석이 미비하다.

국내에서는 뮤지컬의 수용, 뮤지컬 번역 교육, 뮤지컬 평가 담론 등 텍스트 외적 연구가 시도되긴 했으나 여전히 상당히 제한적인 상황이다. 가령 최승연(2009)은 반세기 동안 한국 뮤지컬장 안에서 이루어진 번역 뮤지컬의 추이와 번역 양상을 고찰함으로써 번역은 점차 이(異)문화를 원전에 가깝게 해석하고 수용하는 방향으로 진행된다고 분석했고, 이지민과 강연종(2023)은 재학생들이 수행하는 실제 사례 연구를 통해 뮤지컬 번역 교육에 ‘프로젝트 기반 학습법(PBL)’을 제안하였다. 아울러 홍정민(2023)은 정량적·정성적으로 분석을 통해 뮤지컬 번역 평가 담론 및 기준을 고찰했다. 하지만 이런 연구들 대부분이 한국 뮤지컬을 주변부로서 수용자의 관점에서 다루는 인바운드 번역에만 초점을 맞추고 있다.

중국의 텍스트 외적 연구는 현재까지 두 편에 불과하다. 진(Jin, 2017)은 뮤지컬 영-중 번역에 있어 적극적으로 문화적 변용(acculturation) 전략을 구사해야 한다고 강조했다, 소르비(Sorby, 2014)는 행위자 네트워크 이론(ANT)을 적용하여 뮤지컬의 영-중 번역을 고찰함으로써, 행위자의 시각차가 영-중 번역에 영향을 줄 수 있다고 주장했다.

지금까지의 선행연구를 살펴보면, 뮤지컬 번역 연구는 주로 텍스트적 접근에 집중되어 있고, 텍스트 외적 접근의 경우 영미 중심으로 이루어지거나 국내의 경우 수입국의 입장에서 인바운드 번역에만 초점이 맞춰져 있다. 번역은 “사회적 환경에 영향을 받는 활동(Wolf, 2010, p. 337)”으로 텍스트에 국한된 연구만으로는 번역이 생산된 역사적·문화적 조건들을 고찰하는 데 한계가 있다. 아울러 라이선스 수출을 통해 공급과잉, 과다 경쟁, 제작비 상승에 따른 제작 환경 악화 등 구조적인 문제로 정체기에 접어든 국내 뮤지컬 시장의 고질적인 문제를 해결하기 위해서는(김상욱, 2016, pp. 4-5) 한국 뮤지컬의 아웃바운드 번역에 대한 연구가 뒷받침되어야 한다. 이런 연구 공백을 메우기 위해 본고는 한국 창작뮤지컬의 주요 수출국으로 주목받고 있는 중국 시장의 입장에서 왜 한국 뮤지컬을 선택했고, 구체적인 ST 선정 기준이 무엇인지 등 텍스트 외적 요인을 분석하고자 한다.

2.2 투의 번역 정책 및 뮤지컬 원작 선택에 관한 이론적 배경

투리(1995, pp. 60-85)는 번역 과정에서 작동하는 유형별 번역 규범(norm)을 규명하고, 이를 바탕으로 번역 행위에 대한 일반 법칙을 제시하고자 번역 규범을 특정 커뮤니티가 공유하는 번역에 대한 일반적인 가치와 관념으로 구체적인 상황에 적용 가능한 수행 지침(instructions)이라고 설명했다. 아울러 그는 규범을 번역자의 기본적인 선택(basic choice)과 관련된 기본 규범(initial norm), 번역 정책과 중역(重譯) 여부와 관련된 환경 규범, 도착 텍스트의 완성도 및 언어 요소 선택과 관련된 실행 규범으로 구분하였다. 이중 번역 정책은 특정 언어, 문화, 시기에 따라 번역할 텍스트를 선택하는 데 작용하는 여러 결정요인을 지칭한다. 즉, 특정 목표 문화권에서 선호하는 원천 언어와 문화가 무엇인지를 분석하는 것을 의미한다.

마테오(2008)는 투리의 번역 정책에 기반하여 스페인 내 영미 뮤지컬 수입 시 작용한 결정요인을 ‘출발 문화와 언어’, ‘생산적 수용과 사회적 접합도’, ‘상업적 요인’, ‘출발 텍스트의 특징’, ‘경제적 요인’ 등 5가지로 분석했다.

그는 20세기 후반 영어 및 영어 문화권의 헤게모니가 스페인이 영미 뮤지컬을 선택하고 긍정적으로 수용하는 데 큰 영향을 미쳤으며, ‘출발 문

화와 언어'를 그 첫 번째 결정요인으로 꼽았다. 마테오는 20세기 초부터 뉴욕의 연극이 창의적인 프로덕션에 힘입어 유럽 드라마에 강력한 영향력을 미치며 2차 세계대전 후 스페인에서 영국 다음으로 미국 드라마를 선호했다고 설명했다. 이런 흐름은 뮤지컬 분야에도 이어져 영미 뮤지컬이 스페인에서 가장 우선적인 선택지가 되게 만들었다.

르페브르(Lefevere, 1998, p. 44) 역시 문화와 언어의 상대적 지위(*prestige*)를 번역을 통한 문화자본의 분배와 규제를 결정하는 핵심 요인 중 하나로 꼽았다. 그는 원작의 언어적 자본은 ST에 사회적 인정과 발언권을 부여하는 중요한 수단으로 출발 문화 및 언어가 지닌 문화적 자본은 목표 문화권에서 번역을 통해 새로운 텍스트를 도입할 때 중요하게 고려하는 요인이라고 역설했다.

두 번째 선택 요인으로 마테오는 ‘생산적 수용과 사회적 접합도’를 들었다. 마테오(2008, pp. 330-331)는 알토넨(Aaltonen)으로부터 ‘생산적 수용’이란 개념을 차용하여 “목표 문화권에 발생한 문제점에 따라 해외 문화 요소들이 생산적으로 받아들여질 수 있으며, 적합한 텍스트 선택은 항상 목표 문화권의 수요, 출발 텍스트와 목표 문화권 담론의 호환성을 기반으로 이루어진다”고 설명했다.

이는 이븐 조하르(Even-Zohar)의 폴리시스템 이론과도 맞닿아 있다. 이븐 조하르(1978/2000, pp. 193-195)는 목표 문화권의 폴리시스템에 ‘문화적 공백’이 발생할 경우, 목표 문화권은 주변 더 큰 문학 시스템으로부터 번역을 통해 새로운 장르를 도입하여 문화적 격차를 메운다고 주장했다. 그에 따르면, 새로 도입된 장르는 목표 문화권 폴리시스템 내 다른 시스템과 양립할 수 있어야(*compatibility*) 하며, 또한 그 문화권에서 감당해야 하는 창의적 역할(*innovatory role*)에 부합해야 한다.

한편 ‘사회적 접합도’는 마르티 이 페레스(Marti i Pérez)가 특정 장르의 음악과 사회, 공동체, 민족 집단 등 사이의 관련 정도 및 맥락적 영향력을 설명하기 위해 화용론에서 원용한 개념이다(Mateo, 2008에서 인용됨). 즉 특정 장르의 음악이 사회적 접합도를 지닐 때 해당 사회문화적 영역에 속한다고 말할 수 있다. 마테오(2008)는 마르티 이 페레스의 ‘사회적 접합도’라는 개념을 빌려 영미 뮤지컬 도입 당시 스페인에도 오페라, 오페레타, 사르수엘

라 등 전통 예술 장르가 존재했지만 ‘사회적 접합도’의 상실로 대중들 사이에서 한물간 장르로 여겨지며 공연예술로서의 예술적 가치를 잃게 되었고 분석했다. 당시 스페인 대중들은 전통보다는 신선한 주제와 새로운 정서적 경험을 제공할 수 있는 즐길거리를 원했다. 마테오는 영미 뮤지컬이 바로 스페인 대중들의 이러한 욕구에 적중했기에 선택받을 수 있었다고 분석했다.

세 번째 요인으로 마테오는 ‘상업적 요인’을 지목했다. 그는 뮤지컬 선택에 있어 스페인 관객들은 높은 티켓 가격에도 불구하고 ‘상업적 품질 (commercial quality)’이 높은 작품을 선호한다는 점을 발견했다. 여기서 말하는 높은 ‘상업적 품질’이란 토니상 수상 등으로 원작이 출발 문화권이나 국제적으로 이미 흥행하여 검증된 대작/히트작이거나, 혹은 고전 영화를 모티브로 각색된 완성도가 높은 작품을 의미한다.

네 번째 요인으로 마테오는 ‘출발 텍스트의 특징’을 언급했다. 그는 훌륭한 대본과 넘버가 뮤지컬 성공의 핵심이지만, 대본과 가사는 반드시 ‘문화적 보편성’을 지녀야 한다고 지적했다. 그는 미국에서 흥행한 <저지 보이즈>가 스페인에서 실패한 이유를 문화적 연결성 부족에서 찾으며, 원천 문화에 지나치게 국한되지 않은 ‘문화적 근접성(cultural proximity)’이 목표 문화권의 원작 선택에 영향을 미치는 중요한 요인 중 하나라고 지적했다.

사실 마테오의 ‘문화적 보편성·근접성’ 개념은 이데올로기의 일치성으로 해석하는 것이 더 타당하다. 특히 서로 다른 사회체제를 지닌 문화 횡단에서는 이데올로기가 작품이 국경을 넘을 수 있을지를 결정하는 핵심 요인으로 작용하기 때문이다(성승은 등, 2022, p. 39). 일례로 마테오는 동성애가 주요 이슈였던 뮤지컬 <빅터 빅토리아>가 스페인에서 성공적으로 수용된 이유를 스페인이 유럽에서 최초로 동성결혼을 허용할 만큼 동성애에 대해 관용적인 ‘문화적 보편성’을 갖췄기 때문이라고 설명했다. 하지만 실제로 이는 이데올로기의 일치가 그 배경이라고 보는 것이 더 타당하다. 즉 동성애라는 주제가 스페인의 주류 이데올로기에 부합했기 때문에 목표 문화권에 성공적으로 안착할 수 있었다. 르페브르(2017, p. 16)는 이데올로기를 정치를 비롯한 인간의 사상이나 생활 방식을 제약하고 역사적·사회적 입장을 반영하는 신념 체계로 정의하고 번역을 통한 문학작품의 수용에 가장 중요한 영

향력을 미친다고 주장한 바 있다.

마지막 요인으로 마테오는 ‘경제적 요인’을 지목했다. 그는 뮤지컬이 막대한 저작권료, 감독·배우·번역가 등 다수 주체의 참여, 스펙타클한 연출과 무대 설치, 정부 보조금 부재, 오페라처럼 비싼 티켓을 감당할 수 있는 충성도 높은 관객층 부족 등 원인으로 인해 대규모 자원이 투입되는 고위험성 투자 장르라고 설명했다. 따라서 저작권료가 낮고, 투어공연을 통한 빠른 투자금 회수 등 경제적 수익성이 보장된 작품이 선택될 여지가 높다고 분석했다.

라이선스 뮤지컬의 이런 시장성 논리는 재번역과도 맞닿아 있다. 베누티(Venuti, 2013, p. 100)는 재번역 시 상업적 이데올로기(ideology of commercialism)가 원문 선택에 영향을 미치는 중요한 요인 중 하나라고 주장했다. 출판사는 수익성을 확보하기 위해 높은 저작권료를 지불해야 하는 텍스트보다 시장성이 검증되고 저작권료가 저렴한 고전을 선택할 가능성이 높다는 논리다. 특히 뮤지컬은 관객의 티켓 수익에 철저히 의존하는 장르로(홍정민, 2017, p. 257), 시장성이 검증되고 저작권료가 합리적인 작품이 선택받을 개연성이 높은 것은 당연지사다.

이상 마테오가 제시한 상기 5가지 요인 외에도 맥켈비(2001)가 언급한 목표 문화권의 담론/의제도 ST 선택에 있어 중요한 고려 대상이다. 베누티(2013, p. 119)는 원문 선택과 이를 번역하기 위한 담론적 전략 개발이 목표 문화권의 정체성 형성에 기여한다고 주장하며, 특정 ST가 선택되는 이유는 그 원문이 생산된 출발 문화권의 사회적 상황이 목표 문화권의 상황과 유사하다고 여겨져 목표 문화권의 특정 의제(agenda)를 조명할 수 있거나, ST의 형태와 주제가 목표 문화권에서 특정 담론(discourse)을 형성하는 데 이바지할 수 있다고 여겨지기 때문이라고 설명했다.

이밖에도 르페브르(1998, p. 43)에 따르면, ‘후원자’ 역시 번역을 통한 문화자본의 분배와 규제를 결정하는 요인 중 하나이다. ‘후원자’는 작품이 읽고, 쓰이고, 개작되도록 독려하거나 억제할 수 있는 권력을 지닌 개인 또는 집단으로, 이미 여러 선행연구에서 작품이 국경을 넘는 데 중요한 역할을 하는 요인으로 입증된 바 있다(성승은 등, 2022; Lefevere, 2017).

이상 원작 선택과 관련된 이론적 배경 검토를 바탕으로 이어지는 3장에

서는 한-중처럼 서로 다른 사회체제를 지닌 국가 간의 뮤지컬 수출에 영향을 미친 텍스트 외적 요인을 고찰할 수 있는 본고의 분석틀을 마련하고자 한다.

3. 연구 방법

3.1 분석 대상

본 연구는 기술적 협력(합작), 투어공연, 라이선스 수출 등 한국 뮤지컬의 중국 진출방식 가운데서 라이선스 형식으로 진출한 작품 44편만 연구 대상으로 삼는다(부록 음영 부분 참조). 그 이유는 다음과 같다.

우선 세 가지 진출방식을 차례로 살펴보면, 기술적 협력은 뮤지컬 <공주의 만찬>, <미용명가>처럼 중국 내 뮤지컬 제작에 한국 제작진이 참여하여 공동 제작하는 방식을 말한다. 본 연구는 번역학에 기반한 연구로 번역이 개입되지 않은 기술적 협력은 연구 범위에서 제외한다. 투어공연의 경우 해외 창작뮤지컬을 해외의 공연팀이 직접 공연하는 형태로, 주로 뮤지컬 발달 초기 단계에서 관객에게 낯선 ‘뮤지컬’이란 장르를 소개하는 역할을 한다(박현주와 임대근, 2016, p. 256). 이러한 투어공연은 비록 자막 번역이 제공되지만, 대개 초기 문화교류의 일환으로 이루어지며 초대받은 나라가 공연 작품을 결정하는 경우가 많다. 따라서 중국이 왜 한국 뮤지컬을 선택했는지를 분석하고자 하는 본 연구의 취지와 어긋난다. 반면, 라이선스 뮤지컬은 라이선스를 수입한 뒤, 현지 제작진이 현지 배우, 스태프와 함께 목표 문화권의 문화 코드에 맞게 각색하여 현지 버전으로 제작하는 작품을 말한다. 즉 배우들은 번역된 대본과 가사로 연기하며, 원작 선택부터 번역에 이르기까지 모두 목표 문화권 중심으로 이루어진다.

3.2 자료 수집 방법

본 연구는 예술경영지원센터가 작성한 『중국 공연시장 진출 A to Z』를

바탕으로 2001년부터 2019년까지 국내 뮤지컬의 작품별 진출 상황을 정리한 후, 뮤지컬 전문지 『더뮤지컬』의 보도 내용과 교차검증하였다. 아울러 2020년부터 2024년까지의 진출 상황은 『더뮤지컬』 보도자료, 뮤지컬 관련 논문, 그리고 중국 최대 포털사이트인 바이두에서 “연도”, “音樂劇(뮤지컬)”, “韓國(한국)”, “原創(창작)”, “版權音樂劇(라이선스 뮤지컬)”, “中文版(중국어 버전)” 등 키워드를 다양하게 조합하여 검색한 결과를 토대로 교차검증하여 정리하였다. 이와 함께, 다양한 문헌 검토를 통해 한국 뮤지컬을 포함한 중국 뮤지컬 수용역사의 전반적인 흐름을 정리하였다.

3.3 분석틀

본 연구는 투리의 번역 정책에 기반하여 중국의 한국 뮤지컬 선택에 영향을 미친 텍스트 외적 요인을 분석하기 위해, 앞서 논의된 이론적 배경을 토대로 다음과 같은 분석틀을 마련했다.

- 목표 문화권의 문화적 결핍
- 목표 문화권의 담론/의제
- 출발 문화의 위상
- 후원
- 이데올로기의 일치성
- 상업적 품질
- 경제적 수익성

우선 ‘목표 문화권의 문화적 결핍’에서는 중국이 뮤지컬이라는 장르를 도입하게 된 배경과 이를 통해 한국 뮤지컬이 중국에서 수용되기까지 어떤 문화적 결핍이 작용했는지를 고찰한다. 이를 통해 한국 뮤지컬이 중국의 문화적 공백을 어떻게 채웠는지도 탐구할 것이다. 아울러 ‘목표 문화권의 담론/의제’에서는 한국 뮤지컬이 중국 내 특정 담론과 의제 형성에 어떤 방식으로 이바지했는지를 중점적으로 살펴본다. 더 나아가 중국에서 현재 형성된 주요 담론과 의제가 무엇이며, 이러한 맥락 속에서 한국 뮤지컬이 어떤 역할을 했는지 분석한다. ‘출발 문화의 위상’에서는 한국의 어떤 문화적 자

본이 중국으로 하여금 한국 뮤지컬에 관심을 갖게 만들었는지를 심층적으로 검토한다. ‘후원’에서는 이미 영미권 명작 뮤지컬이 강세를 보이는 중국 시장에서, 상대적으로 인지도가 낮고 후발주자인 한국 뮤지컬이 주목받게 된 배경을 분석한다. 특히 이런 현상이 정부 간 문화교류 정책이나 특정 후원 체계의 영향을 받았는지를 집중적으로 조명할 것이다. ‘이데올로기의 일치성’에서는 이데올로기적 요소가 한국 뮤지컬의 원작 선택과 수용과정에서 어떻게 작용했는지 분석할 예정이다. ‘상업적 품질’에서는 중국 관객들의 성향 분석을 통하여 관객들이 뮤지컬 선택에서 중요하게 여기는 요소를 파악한다. 마지막으로, ‘경제적 수익성’에서는 뮤지컬의 경제적 이익을 확보하기 위한 전략으로서 원작 선택에 어떤 요인이 작용했는지를 밝힐 것이다.

4. 분석 및 논의

한국 뮤지컬에 대한 중국의 ST 선정 기준을 실증적으로 고찰하기 위해 4장에서는 우선 한국 뮤지컬을 포함한 중국의 전반적인 뮤지컬 수용역사와 양국의 실제 교류 상황을 점검한 후, 상기 분석틀을 토대로 요인별로 구체적으로 분석할 예정이다.

4.1 중국의 뮤지컬 수용역사

중국에서 현대적 의미의 서양 뮤지컬 수용은 ‘중국 뮤지컬계의 제1인’으로 불리는 심승주(潘承宙)로 거슬러 올라갈 수 있다. 개혁개방 정책으로 중국이 빗장을 열면서 당시 연극인들에게 해외 방문 교류할 수 있는 계기가 마련되었다. 이에 1980년대에 처음으로 미국 브로드웨이 뮤지컬 견학 길에 나선 심승주는 1년간 연구를 통해 중국에 본격적으로 서양 뮤지컬을 소개하기 시작했다(鐘蓓, 2014, p. 29). 미국에서 공부하는 동안 그는 <‘도-레-미’에서부터 시작하다 — 미국 뮤지컬에 대한 고찰>이란 글을 통해 처음으로 ‘musical’이란 개념을 중국에 도입했다. 그는 춤이 주된 표현 방식인 중국 전통 공연예술인 가무극(歌舞劇)과 구분하여 음악이 필수 요소인 ‘musical’을 ‘음악극(音樂劇)’으로 옮겼다³⁾. 귀국 후 심승주는 자신이 브로드웨이 뮤지컬

에서 받은 감흥과 브로드웨이의 역사, 대표 작품, 예술적 특색을 1981년 개최된 중국 “제1차 전국가극대회(第一屆全國歌劇會議)”에서 발표하면서 중국에서 뮤지컬을 발전해야 할 당위성과 가능성을 강조했다(師會娟, 2009; 鐘蓓, 2014). 그 후 수많은 예술인이 외국에 뮤지컬 견학을 다녀오면서 신문이나 저널에 뮤지컬에 관한 글을 발표하는 일이 잦아졌고, 영상자료 등 다양한 수단을 통해 서양 뮤지컬 현황, 명작, 유명 예술가를 소개하기 시작했다(師會娟, 2009, p. 4).

이런 영상자료에서 영감을 받은 당시 중국 작곡가들은 서양 뮤지컬을 모방하여 탐색적 성격이 짙은 <요즘 젊은이(我們現代的年輕人)>, <방초심(芳草心)>, <풍류연화(風流年華)>, <차를 잘 못 타다(搭錯車)> 등 일명 중국 본토 ‘창작뮤지컬’로 일컬어지는 작품들을 만들어 냈다(한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 2013. 이하 ‘진흥원’으로 표기).

하지만 번역을 통해 처음으로 서양 뮤지컬이 도입된 것은 1987년 5월 중앙오페라원에서 초연된 <뮤직맨>부터다(潘承宙, 2019, p. 65). 당시 심승주가 번역을 맡았고, 유진 오닐 씨어터 센터(Eugene O'Neill Theater Center)와 중국극작가협회의 협업으로 작품이 상연되었다(진흥원, 2013). 해당 작품은 감독에서부터 안무 제작, 무대·조명·의상 등 핵심 제작팀에 이르기까지 모두 미국에서 초청한 전문 스태프들로 이루어져 처음으로 진정한 서양 뮤지컬의 형식을 갖추었다는 평가를 받고 있다(潘承宙, 2019, p. 67). 그 후 <판타스틱스> 역시 미·중 협업으로 베이징에서 초연되었고(潘承宙, 2019, p. 68), 1988년에는 상하이연극단과대학 배우·감독반 졸업생들이 <마이 페어 레이디>를 현지화하여 졸업 작품으로 무대에 올렸다(진흥원, 2013).

이처럼 1980~90년대에 번역을 통한 서양 뮤지컬의 현지화가 주를 이뤘다면, 2000년대에는 <맘마미아>, <레미제라블>, <캣츠>, <오페라의 유령>

3) 중국 언론에서 공식적으로 처음으로 ‘음악극(音樂劇)’이란 표현을 사용한 작품은 1945년 상하이런신극장에서 초연된 <맹강녀(孟姜女)>이다. 하지만 당시 ‘음악극’은 서양 ‘뮤지컬(musical)’과 동등한 개념이 아닌 가극, 노래와 춤이 두루 갖춰졌다 하여 붙여진 이름으로 ‘가무극’의 하위 장르로 간주되었다. 엄격한 의미에서의 서양 뮤지컬은 개혁개방 이후 중국에 유입되었고, ‘musical’의 대응어로서 ‘음악극’이란 표현을 사용한 것은 심승주가 처음이다(傅顯舟, 2019, p. 28).

등 대작들이 오리지널 투어형식으로 중국 무대에 등장하기 시작했다. 이를 두고 종배(鐘蓓, 2014, pp. 30-34)는 개혁개방 전 중국인들에게 상업성과 오락성을 위해 여성의 허벅지 등 자극적인 요소로 눈요기하는 저속한 잡기(雜耍)로만 치부됐던 뮤지컬의 대중 공연이 가능했던 이유는 “정치적 정확(政治正確)”과 중국 관객들의 정서에 맞는 주제 선택이 주요했다고 분석했다.

뮤지컬의 중주국인 미국과 협업을 도모하는 동시에, 중국은 아시아에서 가장 먼저 뮤지컬의 산업화를 이룬 일본과도 협력 기회를 모색했다. 1986년 중국 문화부는 중국 대표단을 일본에 파견하여 아시아 창작뮤지컬의 신화로 불리던 극단사계가 장기공연 중이던 <캣츠>를 보고 일본과의 교류·협력을 시작했다(진홍원, 2013). 일본과의 뮤지컬 교류는 1988년 <한스 안데르센의 사랑(漢斯·安徒生之戀)>의 초청 공연을 시작으로 1997년에는 <이향란(李香蘭)>, <사람이 되고 싶은 고양이(想變成人的貓)> 등 일본 창작뮤지컬의 투어공연이 이루어졌다. 그 후 중국은 극단사계와 협업하여 <미녀와 야수>, <웨스트사이드 스토리>, <햄릿> 등 서양 뮤지컬의 중국어 버전을 제작하였다. <미녀와 야수> 중국어 버전 제작 시 극단사계는 본인들이 사용했던 무대장식과 소품을 중국 제작팀에 무료로 제공하였고, <사람이 되고 싶은 고양이>, <웨스트사이드 스토리>의 현지 버전 제작 시에는 공연 저작권까지 무료로 제공하고 리허설까지 지도하는 등 지원을 아끼지 않았다. 이로써 아사리 케이타 극단사계 단장은 중국 뮤지컬 산업 발전에 기여한 공로를 인정받아 중국 정부로부터 ‘우호상’과 ‘문화교류 공헌상’을 수상했다(진홍원, 2013). 하지만 그 후 국가 간 마찰로 인한 반일 감정으로 중국 뮤지컬 제작진들은 한국 뮤지컬로 눈을 돌리기 시작했다(박현주와 임대근, 2014, p. 375).

중일 양국의 마찰은 한중 뮤지컬 교류를 위한 객관적 계기를 마련해 주었다. 2001년 한·중·일 3국이 공동 제작한 어린이 뮤지컬 <숲으로 간 도깨비>를 계기로 시작한 한중 뮤지컬 교류는 일본과의 교류 패턴과 비슷하게 초기에는 관 주도하에 문화교류 차원의 초청 공연이 많았고, 2010년부터 본격적인 산업적 교류가 이루어지면서 라이선스 수출이 점차 증가하기 시작했다. 중국에 소개된 첫 한국 뮤지컬은 2001년 학전이 독일 뮤지컬을 공연화하여 제작한 <지하철 1호선>이다(박병성, 2021b, p. 15). 그 후 2003년에는

<로미오와 줄리엣>이 베이징 세기극원에 상연되었고, 2007년과 2008년에는 <공길전>이 베이징 올림픽을 앞두고 베이징과 상하이 두 도시에서 문화행사의 일환으로 공연되었다(이의신, 2014, p. 77). 이외에도 <하늘의 열쇠>, <대장금>, <브레멘음악대>, <투란도트>, <미용평가>, <광화문연가2> 등 작품들이 잇달아 투어공연 형식으로 중국 여러 도시에 소개되었다. 초기의 이러한 투어공연은 국내 뮤지컬을 알릴 수 있는 계기로 작용하여 차후 투어된 작품이 기술적 협력이나 라이선스 수출로 이어지는 계기를 마련했다. 가령 2011년 상하이국제어린이연극제에 초청되어 투어공연을 진행한 <브레멘 음악대>는 2016년 초샤오야어린이극단(醜小鴨兒童劇團)에 의해 베이징에서 라이선스 공연을 펼쳤고, 씨에이치수박의 <빨래>도 2016년에 중국 투어공연이 7차례 진행된 이후 2017년부터는 라이선스 공연으로 무대화되었다(예술경영지원센터, 2019. 이하 ‘예경’으로 표기).

한·중 뮤지컬 교류에 획기적인 전환점을 가져다준 사건은 2010년 CJ ENM가 중국 문화부 산하 기관인 중국대외문화집단공사(中國對外文化集團公司), 중국 최대 미디어그룹 상하이동방미디어유한공사(上海東方媒體公司)와 공동 투자하여 아주연창문화발전유한공사(이하 아주연창)라는 합작회사를 설립한 것이다(박병성, 2021b, p. 15). 아주연창은 설립 후 <맘마미아>, <갯츠>, <오페라의 유령> 등 해외 인기 대작들의 중국어 버전 제작으로 큰 흥행을 이끌며 ‘라이선스 뮤지컬’이란 개념을 중국에 확립시켰다(鐘蓓, 2014, p. 32). 특히 무대감독을 비롯한 한국 스태프 10명과 중국팀이 함께 제작한 <맘마미아>의 중국어 버전은 중국 뮤지컬 공연시장 확산의 기폭제 역할을 했다는 평가를 받고 있다(진홍원, 2013).

유하(劉夏, 2013, p. 120)는 <맘마미아> 중국어 버전의 대흥행을 두고 중국 뮤지컬이 앞으로 나아가야 할 길은 “수입-소화-흡수-재창작(引進消化吸收再創造)”이라고 분석했다. 그는 중국 문화의 “국제화”를 이루기에 앞서 중국은 먼저 앞선 경험모델 학습을 통하여 “국제화”가 무엇인지를 배우고 이런 앞선 문화들로 자국 문화를 무장해야 한다고 주장했다. 즉 서양의 앞선 과학기술, 정치제도, 사상을 선별적으로 받아들여 중국의 문화를 살찌우자는 ‘중체서용(中體西用)’의 논리와 맞닿아 있다. ‘중체서용’은 청나라 말기 양무운동부터 시작된 사상으로 중국이 서양 문물을 받아들이는 특유의 담론이

다(김설화, 2017, p. 4).

이처럼 아주연창 설립을 통해 먼저 중국이 원하는 뮤지컬 제작 노하우를 전수한 CJ ENM은 신뢰 관계를 바탕으로 2013년 자사 뮤지컬인 <김종욱 찾기>의 판권을 아주연창에 판매하여 국내 창작뮤지컬로는 처음으로 라이선스 수출이 이루어졌다. <김종욱 찾기>는 <첫사랑 찾기(尋找初戀)>로 각색되어 상하이에서 장기 공연됐다. 이듬해에는 라이브(주)와 공동제작 방식으로 계약한 <총각네 야채가게>를 아주연창에 라이선싱하여 중국에서 투어공연을 진행했다. 2016년에는 CJ ENM의 중국법인 CJ ENM CHINA를 통해 외국기업으로서로는 처음으로 독자적으로 <쓰릴 미>의 중국어 버전을 제작하였다. 또한 2017년에는 오디컴퍼니로부터 <지킬 앤 하이드>의 중국 라이선스 권리를 부여받고, CMC화인 문화와 공동 설립한 합작회사인 CC Live에 판권을 판매하여 중국어 버전을 제작하였다. 이처럼 CJ ENM은 국내 뮤지컬의 초기 중국 진출에서 가교 역할을 충실히 수행했다.

CJ ENM의 활약으로 국내 뮤지컬의 수출 가능성을 본 정부는 2013년부터 뮤지컬을 게임, 음악, 애니·캐릭터, 영화와 함께 <5대 글로벌 킬러콘텐츠>로 선정하여 집중 육성시켰다(채지영, 2014). 그 일환으로 2016년부터 문화체육관광부와 한국문화예술위원회 후원, 예술경영지원센터 주최로 해마다 ‘K-뮤지컬 로드쇼’를 개최하는 등 국내 창작뮤지컬의 해외 진출 기반을 체계적으로 마련하고 유통에 일조하기 시작했다. ‘K-뮤지컬 로드쇼’는 영상 쇼케이스, 피칭 프로그램과 비즈니스 미팅으로 구성된다. 영상 쇼케이스에서는 작품별 30분 내외로 다양한 작품 장면과 무대 구성을 보여주고, 피칭 프로그램에서는 기획 단계부터 유통 단계까지의 다양한 작품을 선보인다. 아울러 비즈니스 미팅에서는 한국 제작사와 중국 현지 제작사들의 네트워크를 형성하기 위한 자리를 마련해 준다. 또한 2021년부터는 문화체육관광부와 예술경영지원센터의 주최·주관하에 해마다 ‘K-뮤지컬국제마켓’도 개최했다. 현재까지 중국으로 수출된 라이선스 작품 총 44여 편 중에서 ‘K-뮤지컬 로드쇼’를 통해 수출된 작품이 약 34편에 달한다. 올해부터 ‘K-뮤지컬 로드쇼’는 그 범위를 확장하여 홍콩, 타이완 등 전반적인 중화권에 국내 뮤지컬을 소개하며 한국 대외 뮤지컬 교류의 교두보 역할을 하고 있다.

상하이의 로드쇼를 공동 주최한 상하이문화광장의페이위안홍(費元

洪) 부사장은 “K-뮤지컬 로드쇼는 매우 의미 있는 행사이며 중국 뮤지컬 업계에도 매우 큰 촉진 작용을 하고 있다”며, “현재 중국 뮤지컬 시장에 나오는 많은 한국 뮤지컬은 대부분 로드쇼에서 배출됐으며 업계에서 매년 기대하고 있는 행사다”라고 전했다(김현정, 2021). 또한 그는 “동양의 문화가 비슷하고 정서적으로도 공감할 수 있는 면이 많아 중국에서 한국 뮤지컬의 경쟁력이 있다”며, “소극장에서는 한국 뮤지컬의 비중이 크고, … 전반적으로 작품성도 좋고 성공률도 높아 중국 시장에서 한국 뮤지컬이 증가하고 있는 것은 사실이다”라고 한국 뮤지컬에 대한 인상을 전했다(박병성, 2021a).

중국 공연 전문회사 AC Orange에 영입된 전 뮤지컬해본 박용호 프로듀서는 “중국은 아직 팬층이 얇고, 단관이 구조적으로 이루어지기 힘들어, 적은 제작비로 최대한 리스크를 줄여야 한다”고 설명했다. 또한 그는 “너무 개성이 강하거나 음악이 세련됐지만 어려운 작품은 피해야 하며, 아직은 보편적인 소재를 다루고 즐겁고 희망을 줄 수 있는 작품이 중국 시장에 적합하다”고 덧붙였다(박병성, 2017). 즉 중국 관객들의 정서에 맞는 소극장 중심의 작품을 선호한다는 의미다. 실제로 최근 중국에서 상연된 <피아파밀리아>, <미오 프라텔로>, <우주대스타> 등 국내 라이선스 뮤지컬은 모두 작은 규모의 전용관을 마련하여 오픈런 방식으로 운영하고 있다.

한편 2015년 한국뮤지컬협회의 주최로 진행된 한중 뮤지컬 전문가 포커스 그룹 면접(FGI)에서 중국 제작진들은 한국 뮤지컬의 강점으로 다음과 같이 4가지를 꼽았다. ①한국 콘텐츠에 대한 중국 내 높은 호감도와 인지도, ②한국 제작진들의 풍부한 라이선스 공연 경험, ③공동저작권에 대한 공감대 및 훌륭한 공연 크리에이터, 노하우와 시스템, ④한국 뮤지컬팀의 중국 기술이전 가능성과 의지가 그것이다(예술위, 2015). 예컨대 제작사 칠막인생(七幕人生)은 한국 뮤지컬에 대한 생각을 묻는 질문에 “라이선스 뮤지컬을 참 잘 만든다...<엘리자베스>는 중국에서 공연된 독일판보다 제작 수준이 더 높다”며 “<빨래>와 <김종욱 찾기>는 소극장 뮤지컬로서 수준이 높고 한국 드라마의 특징이 뚜렷하다”고 평가했다. 또한 “보통 관객들은 한국 아이들을 통해 한국 뮤지컬을 알게 되기 때문에 한류의 영향이 크다”고 설명했다. 제작사 진후이(錦輝)는 “한국 뮤지컬 제작자들은 어떠한 요소를 투입하면 상업적으로 성공할 수 있는지를 잘 파악하고 있지만, 중국 제작진은 그

러한 성공 요소에 대해 잘 모른다”고 답했다. 무엇보다 노하우를 감추려는 영미권 제작진들에 반해, 일본과 한국은 자신들의 노하우를 공유하려는 경향이 있어 중국 제작진들이 선호한다고 설명했다(예술위, 2015). 또한 저작권에 있어서도 영국은 중국과의 합작공연 시 공동저작권이 아닌 공영판권을 장기적으로 보장해 주겠다는 입장이기에 저작권을 공동으로 소유하고자 하는 중국의 입장과 상충된다. 반면 일본과 한국은 중국과의 공동저작권을 허용한다(예술위, 2015).

4.2 중국이 한국 뮤지컬을 선택한 텍스트 외적 요인 분석

4.2.1 목표 문화권의 문화적 결핍

중국은 10여 년의 문화대혁명을 겪으면서 찬란했던 4천 년 중국사와 중국 전통문화 기반이 통째로 흔들릴 정도로 피해가 심각했다. 음악, 미술, 영화, 체육, 소설, 만화, 공연예술에 이르기까지 모든 분야에서 정치적 숙청이 일어났고, 특히 문화계의 피해가 치명적이었다. 개혁개방으로 국민들의 억제됐던 문화소비 욕구가 분출되면서 문화적 공백이 형성됐다. 경극 등 중국 전통 가무극은 ‘사회적 접합도’ 상실로 더 이상 중국 국민의 욕구를 충족시킬 수 없었다. 1980년대 일어났던 중국의 ‘대중가요 파동(流行歌曲風波)’이 이점을 가장 잘 보여주고 있다. 1980년 1월 중앙인민방송국문예부의 주최로 ‘내가 가장 좋아하는 노래 베스트 15’ 투표 이벤트를 진행했다. 그 결과, 놀랍게도 15곡 모두 사랑을 주제로 한 솔로 가수의 유행가였다. 이를 두고 ‘인민음악(人民音樂)’에서는 업계 전문가들과 함께 두 차례 토론까지 펼쳤다. 대중가요가 국민의 목소리를 대변해야 한다는 진보주의 사상과 노래와 예술가의 사회적 책임을 운운하며 “자본주의 나라에서도 이해할 수 없는 중국의 뜬금없는 ‘유행가 붐’에 많은 중국 국민들이 맹목적으로 동조하고 있다”는 보수주의 사상이 치열하게 부딪혔다. 급기야 1981년 ‘5.1 근로자의 날’에 펼쳐진 축하공연에서는 중국의 현대화 건설을 찬양하는 낭송은 관중의 야유를 받은 반면, 솔로 가수들의 유행가만 박수갈채를 받는 진풍경이 벌어졌다(陳占彪, 2011, p. 35). 문화대혁명 10년 동안 혁명, 사회주의 건설, 집단주의를 노래하는 단체 합창에 신물이 난 중국 젊은이들은 자신의 감정을 대변하고 개인의 욕구를 충족해 줄 수 있는 새로운 장르를 갈망했다.

이러한 문화적 공백과 대중의 수요가 심승주 등 선구 예술인들이 새로운 문화적 자본 도입의 길에 나선 배경으로 작용하고 있다. 물론 이들 예술인 뒤에는 높아진 국민의 정신적 수요와 낙후한 자국의 문화산업 간의 격차를 인지하고 본국의 문화적 공백을 메우고자 하는 중국 당국의 태도 전환도 자리하고 있었다. 결국 문화대혁명을 거치면서 ‘취약’해진 중국의 문화 시스템으로 인해 ‘생산적 수용’이 일어난 것이다.

거시적으로 보면 한국 뮤지컬의 도입 역시 중국의 문화적 결핍을 메우기 위한 일환이다. 하지만 중국이 국내 뮤지컬 선택에는 나름 특유의 맥락이 존재한다. 이는 한중 양국 뮤지컬 산업 발전 현황을 통해 유추해 볼 수 있다.

뮤지컬 산업 발전은 크게 오리지널 투어, 라이선스, 자체 창작 세 단계로 나눌 수 있다. 한국 뮤지컬 시장은 현재 라이선스 공연을 넘어 창작뮤지컬의 활성화가 이뤄지고 있어 새로운 시장 확보가 필요한 상황이고, 중국은 투어공연 단계에서 라이선스 수입을 통한 현지화를 거쳐 창작뮤지컬 개발 단계로 접어들고 있다(박현주와 임대근, 2014, p. 374). 다시 말해, 한국은 내수 시장에서 성공을 거둔 창작뮤지컬의 안정적인 해외시장 확보가 필요한 상황이고, 중국은 자국의 창작뮤지컬 콘텐츠의 질적 수준을 향상시키기 위한 다양한 모델 콘텐츠가 필요한 상황이다. 목표 문화권에 존재하는 ‘문제점’과 출발 문화권의 ‘수요’가 맞물리면서 양국 뮤지컬 교류를 위한 기반이 마련된 셈이다.

4.2.2 목표 문화권의 담론/의제

‘문화적 결핍’이 국내 뮤지컬의 중국 진출을 위한 거시적 맥락을 제공했다면, 브로드웨이, 웨스트엔드 등 뮤지컬 종주국의 명작들이 쟁쟁한 가운데 상대적으로 인지도가 낮고 후발주자인 한국 뮤지컬이 중국 시장에서 선전할 수 있는 데는 ‘중체서용’의 중국 담론/의제에 맞는 진출전략이 주효했다.

중국의 뮤지컬 수용역사에서도 드러나듯이 초기(2000년대 초) 중국 뮤지컬 시장은 새로운 장르 도입과 관객 개발이 절실했다. 따라서 영미 대작의 오리지널 투어 열풍에 이어 한국 뮤지컬 역시 관 주도로 투어공연이 이어졌다. 하지만 이러한 양적 성장을 거치면서 중국은 해외 전문 인력과의 교류

를 통한 자체 창작 능력의 질적 제고, 라이선스 확보, 해외 창작팀의 고용, 중국 문화콘텐츠의 해외진출을 위한 공동 작업 등 외국의 기술 습득을 통한 자국의 기술 향상이 필요했다(박병성, 2021b; 박현주와 임대근, 2014). 한국 뮤지컬의 경우, 대부분 논레플리카⁴⁾의 스몰 라이선스⁵⁾ 방식으로 수출되기에 중국 제작진들이 각색할 수 있는 운신의 폭이 크고, 더욱이 중국어 라이선스 버전 제작에 국내 프로듀서나 스태프들이 직접 동참하여 기술을 이전하기에 중국이 원하는 라이선스와 제작 기술 확보라는 두 마리 토끼를 다 잡을 수 있다.

뮤지컬 번역에서도 중국은 현지 문화 감수성과 유머 코드를 적극 반영하여 문화적 맥락에 맞게 현지화 작업을 진행했다. 가령 첫 라이선스 수출 뮤지컬인 <김종욱 찾기>는 중국 관객들의 작품에 대한 이해를 돕기 위해 제목에서부터 한국식 이름인 ‘김종욱’을 삭제하고, 원작의 주제를 살려 <첫사랑 찾기>로 각색했다. 해당 작품은 표준 중국어로 번역되었지만, 상하이 공연에서는 지역적 특성을 고려해 원작에 없는 상하이 방언과 인도식 중국어를 가미하며 현지 관객의 정서에 맞게 유머 코드를 재구성했다(박현주와 임대근, 2014, p. 385). 이에 대해 중국 최대 리뷰 사이트인 ‘더우반통청(豆瓣同城)’에는 “상하이 방언이 재미있었다”, “인도계 승무원의 인도식 중국어가 인상적이었다”는 등 긍정적인 평가가 게시되었다(豆瓣同城, 2024). 아울러 청년들의 도전과 노력을 다룬 <총각네 야채가게> 역시 제목부터 <토마토는 간단하지 않아(番茄不簡單)>로 각색하여, 방울토마토처럼 작은 농작물 재배에도 많은 노력과 관심이 필요하다는 메시지를 담아 작은 일에도 최선을 다하자는 작품의 핵심 메시지를 부각했다. 넘버 번역에서는 원작의 “총!각!네!야!채!가!게”라는 구호를 “너에게 새로움과 희망을 주는 것은 나/너에게 즐거움과 에너지를 주는 것도 나/ 야채 가게로 놀러 오세요/ 여러분의 방문

4) 라이선스 뮤지컬은 레플리카(replica)와 논레플리카(non-replica) 방식으로 나뉜다. 레플리카는 이미 제작된 작품의 복제품을 원형 그대로 무대에 올리는 계약으로, 무대, 조명, 음향, 의상 등 각종 디자인부터 연출, 동선까지 변경 없이 공연하는 반면 논레플리카는 대본과 악보를 구입한 후 기본 구조는 살리면서 원작자 또는 권리자와의 협의를 통해 일부 수정이 가능하다(예경, 2019).

5) 스몰 라이선스는 논레플리카 방식의 일종으로, 음악과 대본만 가져와 현지에 맞춰 재창작하는 방식으로 제작되는 공연을 말한다(예경, 2019).

을 환영합니다(給你新鮮希望是我/給你快樂能量是我/歡迎光臨蔬果店/大家來做客)”로 대체하였다(김설화, 2017, pp. 48-49). 이를 통해 당시 중국 젊은이들 사이에서 유행했던 창업 열풍을 조명하며 작품이 전달하려는 메시지를 효과적으로 재구성했다. 특히 해당 작품은 “번역에 많이 신경 쓴 것 같다”, “중국의 유행어를 잘 활용해 번역이 생경하지 않았다”는 등 번역에 관련된 평가가 상대적으로 많았다(豆瓣同城, 2024).

4.2.3 출발 문화의 위상

선행연구에서 언급했듯이 출발 문화와 언어의 위상이 ST 선택의 중요 고려 대상이라면 한국 창작뮤지컬은 어떤 문화적 자본을 갖고 있는가? 한국 뮤지컬의 중국 수용과정을 통해 한류와 문화의 유사성이 큰 역할을 했다는 것을 알 수 있다.

한국과 중국은 1992년 8월 ‘한중 외교관계 수립을 위한 공동성명’에 서명함으로써 공식적인 외교가 시작되었다. 이후 한국 드라마, K-POP, 예능프로그램까지 다양한 국내 콘텐츠들이 중국에 진출하면서 1990년대 말부터 중국 대도시 청소년을 중심으로 이른바 ‘한류’ 현상이 나타났다. 초기의 한류가 드라마, K-POP 등 방송매체에서 시작되었다면 점차 그 영역을 넓혀 공연예술 분야까지 확산하였다(김설화, 2017, p. 6). 김희선(2017, p. 13)은 한국 뮤지컬이 ‘K-뮤지컬’로 변모하는 데는 한류 자본의 유입이 매우 주요했다며, “K-뮤지컬은 한류 문화자본을 활용한 한류 콘텐츠의 파생상품이자 전방위 한류 브랜드, 한류 상품의 번역물이다”고 역설했다. 중국 제작진들은 “영미에 비해 (한국 뮤지컬이) 내용적인 면에서 중국과 문화적 차이가 작고 관객들이 쉽게 받아들일 수 있다”는 점을 한국 뮤지컬의 경쟁력으로 꼽으며(원월아, 2019, p. 27), “중국 내 한류는 드라마, 영화, 예능에 이어 그다음 단계로 뮤지컬이 될 가능성이 높다”고 전망했다(예술위, 2015). 또한 중국뮤지컬연구회 회장 왕조개(王祖皆)는 한·중·일 3국은 아시아 문화권에 속하는 국가로 높은 문화적 상관성과 비슷한 심미관을 가지고 있어 뮤지컬 영역의 교류와 협력 활성화의 높은 발전 가능성을 가지고 있다고 언급한 바 있다(진홍일, 2013).

4.2.4 후원

절대적인 문화적 자본을 지닌 영미 뮤지컬과 달리, 한국처럼 신흥 뮤지컬 수출국의 경우, 정부의 후원이 없었다면 해외 진출이 결코 쉽지 않을 것이다. 2013년부터 정부는 뮤지컬을 <5대 글로벌 킬러콘텐츠>로 선정하여 집중적으로 육성하는 등 적극적인 후원 정책을 펼치며, ‘K-뮤지컬 로드쇼’를 통해 2001년부터 2024년까지 라이선스 방식으로 무려 34편(총 44편 중)을 수출했다.

아울러 국내 뮤지컬을 알리는 데 절대적인 기여를 한 초기 투어공연 역시 모두 정부의 보조금 없이는 이루어지기 어려웠다. 예컨대 <광화문연가>는 정부로부터 4억 원의 보조금을 받았고, <쌍화별곡>은 3억 원의 보조금을 받아 투어공연을 진행했으며, 2012년부터 중국에서 3차례 투어공연을 올린 <투란도트>의 경우 한국콘텐츠진흥원의 ‘글로벌 프로젝트 기술개발사업’, 문체부의 ‘창작뮤지컬 육성지원사업’으로 선정되어 지원받은 동시에 대구시로부터 4억 2천만 원의 보조금까지 지원받았다(예술위, 2015).

또한 한중 양국의 뮤지컬 교류를 문화교류에서 상업적인 진출로 변모시킨 중심에는 CJ ENM의 ‘후원’도 자리하고 있다. 2004년 11월 CJ의 이성훈 부총경리는 먼저 중국으로 들어가 2008년 베이징 올림픽 때까지 5년간 기업 스스로 시장 조사를 진행했다. 이를 기반으로 중국 내 문화산업 발전 가능성을 확인하고 현지 회사와 합작회사를 설립하여 3년간 중국 뮤지컬 시장의 발전을 이끌었다(예술위, 2015). 대기업의 후원 역할로 국내 창작뮤지컬의 첫 중국 라이선스 수출 사례가 탄생하였고 뒤이어 <총각네 야채가게>, <쓰릴 미>, <지킬 앤 하이드> 등 작품의 라이선싱이 이어지면서 국내 창작뮤지컬 라인선스 수출의 물꼬가 트인 셈이다.

정부와 대기업의 후원은 여기에서만 그친 것이 아니라 다양한 창작뮤지컬 지원 프로그램을 통하여 영세한 제작사들의 제작 지원에도 나서고 있다. 대본 작성에서 재공연지원까지 단계별로 지원하는 ‘창작뮤지컬 육성 지원사업(문화체육관광부 주최, 한국뮤지컬협회 주관)’, ‘창작산실(문화체육관광부 주최, 명동예술극장 주관)’, ‘CJ 크리에이티브 마인즈(CJ문화재단 주최)’, 본 공연에 앞서 트라이아웃(Try Out) 공연 역할을 하는 ‘대구 국제 뮤지컬 페스티벌 창작지원 (대구 국제 뮤지컬 페스티벌 주최)’, 작품 경쟁을 통해

공연 제작 기회를 주는 서울뮤지컬 페스티벌 ‘에그린 어워드(한국뮤지컬협회 주최)’ 등이 대표적인 예라 할 수 있다(이의신, 2014, p. 73). 이외에도 정부는 학술행사 개최, 전문 서적 출판, 뮤지컬 페스티벌 개최 등 다양한 방식으로 국내 뮤지컬의 해외 진출을 위해 뮤지컬 교류의 연쇄적 다양화를 구성해 내는 등 적극적인 ‘후원자’ 역할을 담당하고 있다.

4.2.5 이데올로기의 일치성

중국은 정부가 주도적으로 정책을 수립하는 중앙집권형 체제로 중국 내 모든 공연에 대해 <영업성 공연 관리 조례>에 따라 사전심사를 시행하고 있다(예술위, 2015). 더욱이 중국 공산당 19회 5중 전회(十九屆五中全會)에서는 “국제무대에서 중국의 문화 영향력을 제고하기 위해 우수한 중화 민족문화를 전승·강화하여 중국만의 이야기를 잘 풀어내야” 하며 문화예술 창작에 있어 “주제 선택을 중점 업무”로 “국민의 삶, 혁명·역사적인 주제, 시대 발전 및 국가 중차대 전략에 부합하는 주제, 애국주의, 청소년 이야기, 군사 이야기” 등 의미 있는 소재 발굴을 통해 “당, 국가, 인민, 새로운 시대 발전, 영웅을 찬양하는 작품창작을 독려해야 한다”고 밝히고 있다. 즉 자국의 이데올로기에 맞는 작품을 ‘승인’하고, 자국 담론 형성에 기여하지 않을 것으로 보이는 가치, 논의는 배제한다는 것이다.

한국문화예술위원회가 발간한 『아시아 뮤지컬 시장 진출방안 연구』에서도 “대다수 공연장이 (중국) 정부가 운영하고 있어 중국 당국의 이데올로기에 맞지 않은 작품은 상연되기 어렵다”고 밝힌 바 있다(예술위, 2015). 실제로 현지화 버전 제작 시 중국 당국의 이데올로기에 맞지 않거나 관객들의 정서에 맞지 않은 부분들은 삭제하거나 재구성하였다. 가령 <첫사랑 찾기>에서는 반일 감정이 팽배한 중국의 상황을 고려하여 원작의 일본에 관한 소재를 삭제하고, 극 중 등장하는 일본인을 인도인과 태국인으로 바꾸었다. 또한 군인을 희화화할 수 없는 중국 현지 사정과 자상하고 가정적인 모습이 상하이의 보편적인 아버지상이라는 점을 고려하여 원작의 무뚝뚝한 군인으로 설정되어 있던 아버지 캐릭터를 다정한 아버지로 재설정하였다(김병석, 2015, p. 56). 아울러 점쟁이가 등장하는 장면, 여주인공이 본인이 “역마살이 끼어 한곳에 오래 머물러 있지 못한다” 등 대사 역시 미신을 반대하는 중국

사회 풍토에 맞게 수정하였다(김병석, 2015, p. 56). 뮤지컬 <쓰릴미>의 중국어 버전에서도 사전심사와 사회 분위기를 고려하여 많은 키스 신을 삭제한 것으로 드러났다(조양, 2017, p. 51).

4.2.6 상업적 품질

중국 뮤지컬 관객의 성향을 연구한 논문에 따르면, 중국 관객들이 뮤지컬 작품을 선택할 때 가장 중요하게 고려하는 기준이 작품 내용과 넘버이다(유명연, 2019, pp. 70-72). 특히, 코믹 요소를 가장 선호하는 것으로 분석됐다. ‘더우반통칭’에 올라온 관객 리뷰에서도 감동과 재미를 선사하는 탄탄한 스토리 구성과 넘버에 관한 평가가 주를 이루는 것을 확인할 수 있다.

실제로 중국 제작진들이 선택한 한국 뮤지컬 작품들은 국내에서 극본상, 작사·작곡상을 수상하거나 높은 관객 점유율을 기록하며 작품성과 흥행성을 이미 입증받은 경우가 대부분이다. 가령 <빨래>는 제11회 한국뮤지컬대상 작사상·극본상에 제4회 더 뮤지컬 어워즈 작사·작곡상 및 극본상까지 휩쓸었다. 저작권자가 직접 라이선스를 수출한 <블랙 메리 포핀스>는 제18회 한국뮤지컬대상 베스트 창작뮤지컬상·연극상·극본상·음악상에 노미네이트되며 작품성을 인정받았다. <김종욱 찾기> 역시 제1회 더뮤지컬어워즈에서 작사상과 극본상을 수상했으며, 특히 작품을 쓴 장유정 작가는 짜임새 있는 스토리와 탄탄한 연출로 관객들에게 큰 사랑을 받으며 뮤지컬계의 ‘마이더스의 손’으로 평가받고 있는 인물이다(김병석, 2015, p. 50).

4.2.7 경제적 수익성

뮤지컬은 산업화된 예술 장르로서 빠른 투자금 환수를 통한 수익성 확보가 매우 중요하다. 창작뮤지컬 대신 라이선스 뮤지컬을 선택하는 이유도 자체 창작에 비해 작품성과 흥행성이 이미 검증된 상태에서 수입하는 라이선스 뮤지컬의 경우, 투자 측면에서 위험 부담이 적고, 대본 및 음악 작업 등에 소요되는 기간이 필요치 않아 전체 제작 기간 단축으로 비용 절감의 효과가 있기 때문이다(박현주와 임대근, 2016, p. 257). 따라서 소극장 위주의 한국 뮤지컬은 관객층이 얇은 중국 시장에서 리스크를 최소화할 수 있고 투자금도 빠르게 환수할 수 있어 안정맞춤이다. 앞서 언급한 박용호 전 뮤

지컬해븐 프로듀서와 페이위안홍 부사장의 인터뷰가 이점을 뒷받침하고 있다. 실제로 2001년부터 2024년까지 라이선스 방식으로 수출된 작품을 보면 모두 소극장 작품들이다. ‘K-뮤지컬 로드쇼’ 피칭 프로그램에서도 국내 제작사들이 중국 관계자들의 러브콜을 받기 위해 ‘확장 가능한 소극장 뮤지컬’이라는 점을 키워드로 강조하고 있는 모습을 볼 수 있다(子彦娛樂, 2020).

이밖에 영미, 유럽 등에 비해 저렴한 국내 뮤지컬의 로얄티도 중국 제작진들이 한국 뮤지컬에 눈을 돌리게 한 중요한 요인이다(원월아, 2019, p. 27). 라이선스 비용이 덜 들기 때문에 더 많은 경제적 수익을 창출할 수 있다는 논리다.

5. 결론

본 연구는 투리의 번역 정책에 기반하여 2001년부터 2024년까지 20여년간 중국의 국내 뮤지컬 원작 선택에 영향을 미친 텍스트 외적 요인을 ‘목표 문화권의 문화적 결핍’, ‘목표 문화권의 담론/의제’, ‘출발 문화의 위상’, ‘후원’, ‘이데올로기의 일치성’, ‘상업적 품질’, ‘경제적 수익성’ 등 7가지 측면에서 고찰했다.

10년간의 문화대혁명으로 ‘문화적 공백’이 컸던 중국은 개혁개방 후 자국의 문화적 격차를 메우기 위해 적극적으로 서양 문물을 받아들이는 등 새로운 장르에 대한 ‘생산적 수용’이 일어났다. 그러나 이러한 수용과정에서 중국은 중학(中學)을 기조로 서양의 앞선 과학기술, 정치제도, 사상을 선별적으로 받아들여 중국의 문화를 살찌우자는 ‘중체서용’의 담론을 유지했다. 이에 인력 진출을 앞세워 우선 제작 역량을 인정받고 점차 라이선스 수출로 이어지는 한국의 진출전략이 국내의 앞선 제작 기술을 배워 자국의 창작 능력을 키우고자 하는 중국의 ‘중체서용’ 담론에 적중했다. 그 결과, 영미권 대작들이 선점한 시장에서도 한국 뮤지컬이 후발주자로서 틈새시장을 공략하며 자리를 잡을 수 있었다. 물론 여기에는 한류로 상대적으로 많은 문화적 자본을 축적한 한국 문화와 콘텐츠에 대한 호감도도 개입됐다. 게다가 CJ ENM 등 대기업과 정부 차원에서의 뮤지컬 창작에서부터 홍보, 수출 판

로 개척에 이르기까지의 전폭적인 후원이 국내 뮤지컬의 해외 진출에 촉진 요인으로 작용했다. 또한 자국민의 사상과 체제의 안정성을 중요시하는 중국이 사전심사를 통해 당국의 이데올로기에 맞지 않은 작품은 철저히 배제했기에 원작과 목표 문화권 이데올로기의 일치성도 중요한 요인으로 작용했다. 이 밖에도 국내에서 극본상, 작사·작곡상 등 수상 경력이 있는 검증된 작품들이 러브콜을 받을 여지가 더 높았다. 특히 뮤지컬 확장을 통하여 제작 기술도 배우고, 라이선스도 확보하며 리스크 최소화로 빠른 투자금 환수까지 가능한 소극장 뮤지컬이 가장 인기가 많았다.

한국 뮤지컬의 중국 진출과 관련하여 경제적 논의만 무성한 가운데 본 연구는 국내 뮤지컬의 지속적인 해외 수출을 위해 번역학적 관점에서 국내 뮤지컬이 지닌 문화적 자원을 분석했다. 하지만 본 연구의 결과는 일반화할 수 없고, 향후 번역 전략 및 수용에 이르기까지의 포괄적인 연구를 통해 연구의 깊이를 더 확충해 나갈 필요가 있다. 또한 지면상의 제약으로 정량적인 연구를 병행하지 못한 점도 본 연구의 한계로 남는다.

참고문헌

- 김병석. (2015). 한국 창작뮤지컬의 중국 시장 진출방안 연구 [석사학위논문, 중앙대학교]. RISS.
- 김상욱. (2016). 한국 창작뮤지컬의 해외진출 지원방안 연구: 아시아 지역을 중심으로. 문화산업연구, 16(1), 1-10.
- 김설화. (2017). 한국 뮤지컬의 중국 내 수용에 관한 고찰 — <김종욱 찾기>, <총각네 야채가게>, <투란도트>를 중심으로 [석사학위논문, 서울대학교]. RISS.
- 김현정. (2021. 10. 6.). 한중 뮤지컬 협력교류 플랫폼, 2021 K-뮤지컬 온라인 로드쇼 성료. 엑스포츠뉴스. <https://news.nate.com/view/20211006n17722>
- 김희선. (2017). 케이 뮤지컬의 아시아 이동: 일본 공연 한국 뮤지컬의 다층적 성격과 의미. 음악과 문화, 36, 171-227.
- 박미준, 박세리, 김지은, 권상미, 전종섭. (2014). 영한 노래 번역상의 구분

- 및 운율적 대칭 구조 연구. 통번역학연구, 18(3), 177-207.
- 박병성. (2017. 12. 27.). 중국 시장에 나서는 박용호 프로듀서. 더뮤지컬. <http://themusical.yes24.com/Magazine/Detail?num=3536>
- 박병성. (2018. 5. 3.). 신중한 접근이 필요한 중국 시장. 더뮤지컬. <https://www.themusical.co.kr/Magazine/Detail?num=3691>
- 박병성. (2021a. 11. 19.). 한중 뮤지컬 교류의 교두보 상하이문화광장 — 상하이문화광장의 부총경리페이위엔홍 인터뷰. 더아프로 포커스. https://www.theapro.kr:441/kor/now/now_view.asp?idx=611
- 박병성. (2021b). K-뮤지컬 한류, 전망과 과제. 한국예술연구, 34, 5-28.
- 박현주, 임대근. (2014). 한국 뮤지컬의 중국 진출 유형과 사례 연구. 한중언어문화연구, 35, 367-393.
- 박현주, 임대근. (2016). 국내 라이선스 뮤지컬 공연 현황과 특징 분석. 인문콘텐츠, 40, 253-269.
- 예술경영지원센터 [예정]. (2019). 중국 공연시장 진출 A to Z.
- 성승은, 김보경, 최소영. (2022). 한반도 주변국에서는 북한 작가 반디의 고발을 어떻게 바라보는가? — 일본과 대만 번역서 결텍스트 고찰. 번역학연구, 23(3), 35-62.
- 원월아. (2019). 한국 뮤지컬의 중국 시장 진출 사례 연구 — <블랙 메리 포핀스>, <시간 속의 그녀>를 중심으로 [석사학위논문, 중앙대학교]. RISS.
- 유명연. (2019). 공연 작품 구성요소가 중국 관객의 관람 태도 및 재관람 의도에 미치는 영향 — 라이선스 뮤지컬을 중심으로 [석사학위논문, 중앙대학교]. RISS.
- 이소은. (2021). 창작뮤지컬 제작과정 연구 — 유크박스 뮤지컬 <달빛아리랑>을 중심으로 [박사학위 논문, 광주대학교]. RISS.
- 이의신. (2014). 한국 뮤지컬의 중국 진출 현황과 경쟁력 제고 방안. 음악응용연구, 7, 69-83.
- 이지민. (2019). 가창용이성(singability) 관점에서 본 국내 라이선스 뮤지컬 가사 번역의 문제점. 통역과 번역, 21(1), 85-108.
- 이지민, 강연중. (2023). 현장 기반 프로젝트 실행을 통한 라이선스 뮤지컬

- 번역 교육 연구: <작은 아씨들> 사례를 중심으로. 번역학연구, 24(1), 137-161.
- 조양. (2017). 중국 시장에 진출한 한국 뮤지컬의 현황 연구 — <광화문연가 2>, <김종욱 찾기>, <쓰릴 미>, <상하이탄> 사례중심으로 [석사학위 논문, 동국대학교]. RISS.
- 채지영. (2014). 문화콘텐츠 수출 지원 정책 체계 개선 방안 연구. 한국문화관광연구원.
- 최승연. (2009). 번역된 문화와 한국적 디코딩 — 번역 뮤지컬의 수용에 대한 일고찰. 한국극예술연구, 29, 219-260.
- 한국문화예술위원회 [예술위]. (2015). 아시아 뮤지컬 시장 진출방안 연구. 한국콘텐츠진흥원 중국사무소 [진흥원]. (2013). 중국 콘텐츠 산업 동향.
- 홍정민. (2017). 뮤지컬 가사 번역에서 배우의 영향에 대한 고찰 — <지킬 앤 하이드(Jekyll & Hyde)>를 중심으로. 번역학 연구, 18(2), 255-291.
- 홍정민. (2020). 국내외 뮤지컬 번역 연구 현황 및 향후 연구 방향. 번역학연구, 21(1), 215-251.
- 홍정민. (2022). 뮤지컬 번역에서 상호텍스트성에 대한 멀티모달적 고찰: <썸씽로튼>을 중심으로. 번역학연구, 23(3), 125-153.
- 홍정민. (2023). 한국 뮤지컬 번역 평가 담론 및 기준에 대한 포괄적 고찰: 일간지를 중심으로. 번역학연구, 24(3), 383-412.
- 豆瓣同城. (2024. 12. 4.). <https://www.douban.com/location/drama/24536706/>
- 劉夏. (2013). 百老匯音樂劇與中國音樂劇產業化發展之藉鑒 [브로드웨이 뮤지컬의 발전이 중국 뮤지컬 산업화에 던진 시사점]. 劇作家, 6, 119-120.
- 李金花. (2019). 認知語言學翻譯觀指導下的音樂劇本土化翻譯研究 — 以七幕人生系列作品為例 [인지언어학적 번역 관점에 기반한 뮤지컬 현지화 번역 연구 — 칠막인생 시리즈 작품을 중심으로]. 佳木斯職業學院學報, 1, 206-208.
- 傅顯舟. (2019). 音樂劇改革開放四十年 [뮤지컬 개혁개방 40년]. 雲南藝術學院學報, 2, 26-31.
- 費元洪. (2014). 音樂劇翻譯中的“信達雅” [뮤지컬 번역에서의 ‘신달아’]. 上海戲劇, 8, 13-15.

- 師會娟. (2009). 音樂劇《金沙》初探 [뮤지컬 <금사>에 대한 연구] [碩士學位論文, 江西師範大學].
- 潘承宙. (2019). 中國音樂劇“描紅”第一筆 — 1980年代上演的中文版美國音樂劇 [중국 뮤지컬의 첫 시작 — 1980년대 상연된 미국 뮤지컬의 중국어 버전]. 歌劇, 7, 65-71.
- 子彥娛樂. (2020. 11. 11.). 2020韓國音樂劇大賞如約而至 [2020 K-뮤지컬 로드쇼 예정대로 개최] [비디오]. [SOHU]. <https://haokan.baidu.com/v?pd=wisenatural&vid=7562895375653988906>
- 鐘蓓. (2014). 音樂劇在中國發展研究 [중국에서의 뮤지컬 발전 연구] [碩士學位論文, 復旦大學].
- 陳占彪. (2011). 八十年代初的“流行音樂風波” [80년대 초의 ‘대중음악 파동’]. 讀書文摘: 文史版, 9, 35-38.
- Carpi, B. (2017). *Systematizing the analysis of songs in stage musicals for translation: A multimodal model based on themes* [Doctoral dissertation, University of Surrey].
- Even-Zohar, I. (1978/2000). The position of translated literature within the literary polysystem. In L. Venuti (ed.) *The translation studies reader*(pp. 129-97), Routledge.
- Franzon, J. (2005). Musical comedy translation: Fidelity and format in the scandinavian *My Fair Lady*, in Dinda L. Gorfée (ed.) *Song and significance: Virtues and vices of vocal translation*(pp. 263-297), Amsterdam/New York: Rodopi.
- Hübsch, J. F. (2006). *Musical theatre in translation: A semiotic analysis of Jacques Brel’s “L’Homme de la Mancha”* [Master’s thesis, University of Ottawa].
- Jin, L. (2017). Rewriting the exotic: Acculturation in musical theatre translation. *DEStech transactions on social science education and human science*.
- Lefevere, A. (1985). Why waste our time on rewrites? The trouble with interpretation and the role of rewriting in an alternative paradigm. In T. Hermans(ed.) *The manipulation of literature*(pp. 215-243). Routledge.

- Lefevere, A. (1998). Translation practice(s) and the circulation of cultural capital: Some Aeneids in English. In S. Bassnett and A. Lefevere(Eds.) *Constructing cultures: Essays on literary translation*(pp. 41-56), Multilingual Matters.
- Lefevere, A. (2017). *Translation, rewriting and the manipulation of literary fame*. Routledge.
- Mateo, M. (2008). Anglo-American musicals in Spanish theatres. *Translator*, 14(2), 319-342.
- Mckelvey, M. (2001). *Translating the musical Les Misérables: A polysystemic approach*, [Master's thesis, Concordia University].
- Sorby, S. L. (2014). *Translating western musicals into Chinese: Texts, networks, consumers* [Doctoral dissertation, Hong Kong Baptist University].
- Toury, G. (1995). *Descriptive translation studies - and beyond*. Amsterdam and Philadelphia.
- Venuti, L. (2013). *Translation changes everything*. Routledge.
- Wolf, M. (2010). Sociology of translation. In Y. Gambier & L. van Doorslaer (Eds.) *Handbook of translation studies*(pp. 337-343). John Benjamins Publishing Company.

Exploring the export of South Korean original musicals to China: Insights from translation studies

Baek, Sun (emmakim1984@gmail.com)

Graduate School of Translation & Interpretation, Ewha Womans University

Abstract

This paper examines the factors influencing the selection of South Korean musicals in the Chinese market from 2001 to 2024. Utilizing a theoretical framework grounded in Toury's translation policy and relevant theories of translation selection, the study analyzes the extratextual factors that have shaped the Chinese market's preference for South Korean musicals. This analysis identifies several key factors, including the productive reception facilitated by a cultural vacuum, the prominence of Chinese discourses emphasizing "Chinese learning as substance and Western learning for application," the rising prestige of Korean culture under the influence of the *Hallyu* (Korean Wave), and strategic patronage by the South Korean government and major corporations such as CJ ENM. Additional factors include the alignment of South Korean musicals with Chinese ideological preferences, their high commercial quality, and the appeal of small-scale productions, which reduce financial risks and increase investment returns. The findings underscore the importance of a comprehensive approach informed by translation studies to enhance the cultural capital of South Korean musicals. Such an approach can further establish South Korea as the "Asian Broadway" to solidify its position in the global musical theater market.

Keywords: South Korean original musicals; translation policy; productive reception; Chinese learning as substance and Western learning for application; patronage; ideology

키워드: 한국 창작뮤지컬, 번역 정책, 생산적 수용, '중체서용', 후원, 이데올로기,

부록

국내 뮤지컬 작품별 진출방식(본 연구의 연구 대상인 라이선스 뮤지컬은 음영으로 표시)

	작품명	제작사	연도	진출방식	중국 제작사
1	숲으로 간 도깨비 越过大海的精 灵们	한국 극단 나이테&일본 극단 에루무&중국어린 이예술극원	2001	합작 한/중/일	어린이예술극장
2	지하철1호선 地鐵一號綫	극단 학전	2001	투어공연	중국대외연출공사
3	로미오와 줄리엣 罗密欧与朱丽 叶	서울예술단	2003	투어공연	베이징 세기극원
			2004	합작	상하이 예해극원
4	하늘의 열쇠 天之鍵	공연기획 열 & 극단 에루무 & 중국북리회	2007	합작 한/중/일	중국북리회 아동예술극장
5	공길전 王的优生·孔吉	(재)서울예술단	2007	투어공연	중국대외문화집단공사
			2008	투어공연	중국대외문화집단공사
6	대장금 大長今	PMC프로덕션	2008	투어공연	베이징 세기극원
7	브레멘음악대 布萊梅樂隊	유열컴퍼니	2011	투어공연	상하이 국제 아동 희극 페스티벌
			2016	라이선스	쑤샤오야어린이극단
8	투란도트 圖蘭朵	(사)대구국제뮤지 컬페스티벌	2012	투어공연	중국동관뮤지컬페스티벌
			2014	투어공연	중국상하이국제아트페 스티벌
			2016	투어공연	헤이룽성 하얼빈대극원
9	미용명가 美发名家	극단 뉴컴퍼니	2012	합작	중국강소공연그룹연극단
			2013	투어공연	상하이당대국제연극제
10	광화문연가2 光華門戀歌·第 二季	스펠엔터테인먼트	2013	투어공연	항주극원, 국제연출극원연맹
11	로스트 가든 巨人的花园	카프리즘	2013	자체제작	*상하이 메르세데스 벤츠 아레나 대관하여 공연

12	쌍화별곡 双花别曲	관엔터테인먼트	2013	투어공연	선전보리극원, 중국불교협회
			2014	투어공연	베이징 전국정협에당
13	김종욱 찾기 尋找初戀	CJ ENM	2013	라이선스	아주연창
			2014		
			2015		
14	공주의 만찬 公主的盛宴	CJ ENM	2013	합작	아주연창
15	총각네 야채 가게 番茄不簡單	라이브(주)	2014	라이선스	아주연창/뮤시문화
			2015		
			2019		
16	어린이 캣츠 貓	극단 뮤다드	2014 2016	라이선스	AC Orange
17	부활-더골든데이즈 復活-The golden day	현대극장	2014	투어공연	베이징세기극원
18	사랑꽃 愛情花	맥씨어터	2015	투어공연	동관뮤지컬 페스티벌
19	영웅 英雄	에이콤	2015	투어공연	하얼빈국제회전중심 환극극장
20	빨래 洗衣服	씨에이치 수박	2016	투어공연	용마사
			2017 2018	라이선스	
21	난쟁이들 Mini Lover	PMC 프러덕션	2016	라이선스	카이신마화
			2017		
			2018		
			2019		
22	쓰릴 미 危險游戲	달컴퍼니	2016	라이선스	CJ ENM China
23	지킬 앤 하이드 變身怪醫	오디컴퍼니	2017	라이선스	CC Live(CJ ENM&CMC화인문화 의 합작 회사)
24	마이 버킷 리스트 我的遺愿清單	라이브(주)	2017	라이선스	상하이문화광장
			2018		
			2019		

25	빈센트 반 고흐 阿爾托·梵高	에이치제이컬처	2017 2018 2019	라이선스	뮤시문화
26	라흐마니노프 拉赫瑪尼諾夫	에이치제이컬처	2018 2019	라이선스	상하이문화광장
27	윈어폰어타 임 인 해운대 時光旅行社意 外事件	더블케이필름앤씨 어터	2018 2019	라이선스	카이신마화
28	시간 속의 그녀 馬不停蹄的憂 傷	라이브(주)	2018	합작	Salute, 징잉문화, 해소문화,
29	심야식당 深夜食堂	달 컴퍼니	2018 2019	라이선스	AC Orange
30	리틀 뮤지션 小樂師	(유)브러쉬씨어터	2018 2019	투어공연 투어공연	중국상하이국제예술제 중국어린이연극제
31	랭보 蘭波	라이브(주)&버블 케이필름앤씨어터	2018 2019	라이선스	해소문화
32	블랙 메리 포핀스 水曜日	서윤미 (극작·작곡)	2019	라이선스	중어문화, 포커스테이 지
33	미스터 마우스 獻給阿爾吉農 的花束	파파프로덕션	2019	라이선스	포커스테이지 (Focustage)
34	인터뷰 面試	더블케이필름앤씨 어터	2019	라이선스	SMG
35	루드윅: 베토벤 더 피아노 路德維：貝多 芬、鋼琴	과수원뮤지컬컴퍼 니	2019	라이선스	해소문화
36	미아 파밀리아 阿波羅尼亞	(주)홍컴퍼니	2020	라이선스	포커스테이지
37	더 픽션	HJ컬처	2020	라이선스	상하이 씨뮤지컬

	小説				
38	미오 프라텔로 桑塔露琪亞	콘텐츠플래닝	2020	라이선스	포커스페이지
39	더 데벨 搖滾浮士德	(주)PAGE1, (주)알앤디웍스	2021	라이선스	다마이, 마이라이브 어메이즈랜드 프로덕션
40	우주대스타 宇宙大明星	별들의 고향	2021	라이선스	포커스페이지
41	원모어 One More	문화공작소상상마 루	2021	라이선스	상하이인민대무대
42	공룡이 살아있다 恐龍復活了	(주)컬처홀릭	2021	라이선스	상하이문화광장
43	팬레터 粉絲來信	라이브(주)	2021	라이선스	상하이문화광장
44	어쩌면 해피엔딩 也許美好結局	네오 프로덕션	2021	라이선스	상하이문화광장
45	인사이드 윌리엄 莎翁樂園	연극열전	2022	라이선스	상하이문화광장
46	웨스턴 스토리 嘿!亞利桑那	뉴프로덕션	2022	라이선스	카이신마화
47	아가사 阿加沙	(주)나인스토리	2021 2022	라이선스	상하이대극장
48	천사에 관하여: 타락천사 편 墮落天使	MJStarfish/달컴퍼 니	2022	라이선스	상하이·공무대
49	사의 찬미 陰天	네오 프로덕션	2022	라이선스	상하이·공무대
50	시데레우스 星際信使	랑	2022	라이선스	상하이문화광장
51	은하철도의	더블케이엔터테인먼트	2022	라이선스	상하이·공무대

	밤 銀河鐵道之夜	먼트			
52	이토록 보통의 愛, 死機了	파크컴퍼니	2023	라이선스	카이신마화
53	이상한 나라의 아빠 爸爸的奇幻世界	(주)다아트	2023	라이선스	제다환회
54	더 모먼트 迷霧山莊	스텐바이컴퍼니	2023	라이선스	카이신마화
55	여신님이 보고계셔 女神在看	연우무대	2023	라이선스	상해예어문화미디어스 튜디오
56	배니싱 消失	네오 프로덕션	2023	라이선스	상하이·공무대
57	광염소나타 狂炎奏鳴曲	연우무대, 낭만바리케이	2024	라이선스	예어문화
58	용의자 x의 헌신 嫌疑人X的獻身	달 컴퍼니	2024	라이선스	인민대무대
59	사칠 47	네오 프로덕션	2024	라이선스	연극예술센터
60	웨스턴 스토리 嘿! 亞利桑那	뉴프로덕션	2024	라이선스	카이신마화

백선(<https://orcid.org/0009-0001-0539-872X>)
이화여자대학교 통번역대학원 박사수료생
emmakim1984@gmail.com

논문 투고일: 2024년 11월 14일
1차 심사 완료일: 2024년 11월 30일
2차 심사 완료일: 2024년 12월 7일
게재 확정일: 2024년 12월 14일