

영화 “왕의 남자” 자막번역에 나타난 문화소 번역 전략 고찰

조재범
(한국외대)

I. 서론

영화는 인류 역사상 가장 대중성 있는 매체 중 하나로, 예술성, 상징성, 미적 요소를 두루 갖추고 있다. 영화는 100년 남짓한 짧은 역사에도 불구하고 영향력이 매우 큰 예술이며 오락성과 산업적 기반으로 대중에 미치는 위력이 매우 큰 분야이다. 더욱이 영화는 예술이면서 동시에 매우 부가가치가 높은 산업이며 오락성 속에 이데올로기를 숨기고 있는 가공할 위력을 가진 매체이다.¹⁾ 그러나 최근까지 영상 번역이 번역 이론의 일반 범주에 포함될 수 있는가에 대한 여러 논의가 진행되었다. 예컨대 Ballester(1995)는 영상 번역이 시청각 매체의 대중성을 이유로 문화적 특권이 약화되어 결과적으로 문학 번역

1) 이형식(2001: 16).

보다 열등한 존재로 인식된 것으로 추정하였으며, Fawcett(1996)은 기존 영상 번역의 비 이론적 특징과 코퍼스 부족을 영상 번역의 지위와 관련된 논쟁의 이유로 꼽은 바 있다. 그러나 1980년대 후반 이후 영상 번역은 다양한 명칭²⁾으로 불리면서 번역학의 연구 분야로 정착하게 된다.

21세기는 문화의 세기라는 점이 부각되면서 문화에 대한 논의는 번역학을 포함한 각 분야에서 활발히 논의되고 있다. 특히 1990년대 이후 번역과 문화에 대한 논의가 활기를 띠기 시작했으며,³⁾ 최근에는 문화 특정 어휘(culture-specific terms) 또는 문화소(cultureme)에 관련된 연구가 활발히 진행되고 있다.⁴⁾ 그러나 문화소와 관련된 그간의 선행 연구는 문학작품 번역 및 관광 안내문, 광고 등 특정 문화 텍스트를 위주로 진행되어 영상과 음악, 언어, 기호 등이 다른 언어로 전환하는 영상 번역의 문화소 번역 양상을 고찰하는데 한계가 있다고 판단된다. 더욱이 문화 중개의 맥락에서 특정 언어의 전통 및 역사적 내용을 다루는 영화 번역에서는 문화소적 요소가 풍부하며, 의사소통적 기능을 위한 다양한 번역 전략이 구사된다. 이에 본고에서는 역사적 맥락의 표현, 군대, 감옥 등 특정 공간 및 사회의 표현 등 특정 문화권 고유의 표현을 문화소로 정의하고, 영화 '왕의 남자(2005년 제작)'의 영어 자막 번역에 나타난 문화소 번역 전략을 첫째, 특정한 문화적 배경을 가진 어휘, 역사적 배경을 가진 사건이나 인물 등을 포함하는 고유명사군, 둘째, 도량형, 도박 등 특정 사회에만 존재하는 사회적 특수어군, 셋째, 속어, 비어를 포함한 관용어군, 넷째, 언어 유희 등 4개 분야로 범주화하여 살펴보고, 구현된 번역 전략의 양상을 고찰하고자 한다.

2) 예컨대 Snell-Hornby(1988)의 'flim dubbing' 및 'film translation', Delabastita(1989)의 'film and TV translation', Mason(1989)의 'screen translation', Gambier & Gottlieb(2001)의 'multimedia translation'은 모두 영상번역(audiovisual translation)을 의미한다.

3) Bassnett & Lefevere(1990)의 '문화적 전환(cultural turn)' 이후 번역학은 텍스트 외적 요소(extra-textual factor)에 더욱 많은 관심을 기울이게 된다.

4) 예컨대 이근희(2005:254)는 문화 관련 어휘란 '원천 언어를 사용하는 사회 공동체의 역사, 사회, 경제, 정치, 언어관습 등을 둘러싼 고유하거나 특정 문화에서 비롯되는 어휘'라 하였고, 김효중(2005:523)은 문화소를 '어느 특정 상황에서 특정의 이해, 그리고 이에 상응하는 행위를 유발시키는 어느 언어권의 모든 문화적, 사회 경제적 소여성(所興性)을 일컫는데, 언어적 요인 뿐만 아니라 원어 문화권에는 나타나지만 역어 문화권에는 알려져 있지 않거나 다르게 정의된 비언어적 현상, 제도 등도 여기에 속한다'고 정의하였다.

II. 이론적 배경

1. 문화소

그간 문학 텍스트, 관광 표지, 관광용 텍스트 등 한국 문화와 관련된 정보성 텍스트의 문화소 번역 전략은 여러 층위에서 이루어졌다. 예컨대 김도훈(2006)은 한국 문학 작품 영역에서 나타나는 인지적 축적물이 문화소 번역에 끼치는 영향을 연구하여 단어 및 관용구 차원에서 구현된 번역 전략을 제시하였고, 정호정(2008)은 문화 텍스트의 번역에서 문화소 및 축적된 문화 경험 혹은 지식 기반의 상대적 거리로 인한 번역의 간극을 해소하는 등가를 제시하였으며, 최희섭(2009)은 전주 사고(史庫) 관광지 안내판의 번역에서 나타난 생략, 삽입, 문법적 오류를 분석하여 문화소의 번역 양상을 고찰하였다. 위의 여러 연구는 문어 텍스트의 문화소 번역을 대상으로 하였으나 시간 및 공간의 제약이 따르는 자막 번역에도 원용될 수 있다고 판단된다.

영상 번역에서 나타나는 문화소의 구체적 번역 양상에 관한 연구도 증가 추세에 있다. 예컨대 장민호(2007)는 영한 자막 번역에서 고찰되는 메시지의 축소, 화행, 유머효과, 공손성의 변화 등 번역 전략의 구현 빈도 및 방향을 제시하였고, 황지연(2006)은 드라마 ‘대장금’의 중국어 번역 시 사물 및 음식 등 문화 단어의 번역에서 나타나는 현지화(localization)와 타국화(foreignization) 전략을 고찰하였다. 그리고 박윤철(2009)은 상황 요소를 고려한 영화 자막 번역 시 맥락적, 구조적, 영상장면 상황을 고려한 번역을 유도할 필요성을 제기하였다. 그러나 한국 영화의 영어 자막 번역에서 나타나는 문화소 번역 전략에 대한 연구는 아직 본격적인 연구가 진행되지 않는 상황이므로 이에 대한 연구가 진행되어야 할 것으로 보인다.

2. 번역 전략

번역 전략과 관련하여 Vinay & Darebelnet(1958/1995)은 직접 번역 전략과

-
- 5) Localization과 foreignization은 각각 동화와 이화, 현지화와 타지화, 익숙하게 하기 및 낯설게 하기 등 다양한 표현이 혼용되고 있으나, 본고에서는 이를 현지화 및 타국화로 사용하기로 한다.

간접 번역 전략으로 구분한 뒤 직접 전략에는 차용, 모사, 직역이, 간접 전략에는 치환, 변조, 번안이 포함된다고 하였으며, Lörcher(1991)는 개인이 텍스트 단위를 한 언어에서 다른 언어로 번역할 때 직면하는 문제 해결을 위한 잠재적 과정이라고 기술하였다. 번역 전략에서 자주 등장하는 개념으로는 현지화(localization)와 타국화(foreignization) 전략을 꼽을 수 있는데 Venuti(1995)는 도착어(target language: TL) 독자에게 낯선 출발어(source language: SL)의 문화적, 언어적 요소 등을 도착어 문화와 관습에 맞추는 것을 현지화(localization), SL 문화의 색채를 그대로 보존하여 독자가 번역문을 읽으면서 번역문임을 확연히 알 수 있도록 문화적 이질감을 느끼게 하는 것을 타국화(foreignization)라 하였다. Zabalbeascoa(2008)는 영상 번역이 텍스트 모드, 텍스트 매체, 저장 매체, 대상 청중의 특징에 따라 상이한 전략이 구사된다고 기술하였다.

영상 번역 전략의 경우 여러 연구자의 선행 연구가 이루어졌다. 먼저 Bartoll(2006)은 영화 'My Fair Lady(1964년 제작)'의 다국어 번역 전략 연구에서 발음 연습 부분 장면⁶⁾이 가장 번역하기 어려운 부분으로 꼽으면서 이탈리아어 번역본에서는 해당 부분이 의도적으로 누락한 전략을 선택한 것으로 보았다. Kovačič(1996)는 실제 자막 번역 작업에서 전문(全文)을 번역한 후 자막의 축소 과정을 제시하면서 자막에 표시할 어휘 선정의 과정을 설명하였다. 박윤철(2008)은 영화 자막에서 영한 자막 번역에서 나타나는 추상명사와 보통명사의 어휘선택 연구를 통하여 어휘의 단의성 및 다의성 구현 사례를 제시하여 번역사의 충실한 의미 전달 노력을 규명하였고, 이근희(2009)는 영상 번역 중 더빙에 대한 스포츠 관점 번역 비평을 통한 번역 행위의 목적성 달성 여부를 평가하였다.

이상의 제반 선행 연구를 바탕으로 본고에서는 전술한 바와 같이 문화소를 고유명사군, 사회적 특수어군, 관용어군 및 언어유희의 4개 범주로 구분하여 제시함으로써 실제 문화소 번역 과정에서 어떠한 번역 전략이 구현되는지 양상을 살펴보도록 하겠다.

6) 해당 장면에서 히긴스 선생이 두리틀양에게 “The rain in Spain stays mainly in the plain”이라는 발음 연습을 시키자 “The rine in Spine stays mostly in the pline”으로 발음한다.

III. ‘왕의 남자’ 번역에 나타난 번역 전략

1. 연구 대상 소개

본고의 분석 대상 영화인 ‘왕의 남자’는 2005년 12월 29일 개봉하여 2006년 3월 5일 배급사 집계 기준으로, 당시 ‘태극기 휘날리며’가 지니고 있던 대한민국 영화 흥행 기록(1174만 명)을 경신한 흥행 대작이다.⁷⁾ 영화는 조선왕조 연산군, 장녹수, 공길 등 실존 인물이 등장하는 사극 드라마 장르의 영화이므로, 당시의 시대상을 반영하는 문화소적 요소가 다양하게 표출될 것으로 예상되어 본고의 연구 대상으로 선정하였다. 총 대사 수는 871개인 ‘왕의 남자’는 김용옥 전 순천대 석좌교수와 영화번역 전문가 이진영씨의 번역 등 2개의 영어 번역본이 존재한다. 이 가운데 본고에서는 셰익스피어나 희랍의 발라드 등 문학적 지식을 총동원해 고어(古語)체 어법으로 한국 문화의 품격을 높이는 데 주력한 것으로 판단되고 영화진흥위원회의 우수영화 해외 홍보용 DVD로 제작된 김용옥 번역본⁸⁾을 대상으로 문화소 번역 전략을 고찰하기로 한다.

2. 번역 전략

아래와 같이 ‘왕의 남자’는 도입부에서 여타 번역과는 다른 양상을 보인다.



7) 출처: 위키백과 한국어판

(http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%99%95%EC%9D%98_%EB%82%A8%EC%9E%90)

8) 출처: 조선일보 인터넷판

(http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2006/03/07/2006030770191.html)

예 1)

*Korea's Chosun Dynasty, founded at the end
of the 14th century, lasted until the
beginning of the 20th...*

(14세기 후반 개국한 조선왕조는 20세기 초반까지 지속되었다...)

위의 예문은 총 10개의 소개 장면 중 첫 번째 장면으로, 스크립트에는 존재하지 않는 영화의 시대적, 역사적 배경, 즉 조선 왕조와 조선왕조실록, 그리고 등장인물인 연산군에 관한 설명을 제시한다. 그러나 첫째, 글자 수와 줄 수에 관한 자막 번역의 공간적 규범⁹⁾을 준수하지 않으며, 둘째, 원문에는 없는 번역문이다. 그러나 이는 청중의 이해도를 높이기 위한 번역사(혹은 제작사)의 맥락적 상황 정보를 위한 의도적인 개입으로, 영화의 등장인물 가운데 실존 인물에 대한 부연 설명을 역자 개입 형식으로 표현한 것으로 판단된다.

2.1 고유명사군

고유명사군은 지명 및 인명이 빈번하게 등장하며, 의금부 등 역사적 기관의 명칭도 등장하였다. ‘왕의 남자’에 등장하는 지명은 개성(1회), 한양(7회), 평양(2회) 및 일반 명사로 도성(1회)이 등장한다.



예2)

ST: 오호. 개성 최고의 기녀 매향이라. 그 자태 한번 요염하네 그려.

TT: So it is! The one and only! With rose petal'd lips!

9) Hatim & Mason(1997)은 1줄 당 33 ~ 40자(공백 포함), 2줄 이내를 자막 번역의 공간적 규범으로 제시한다.



예3)

ST: 한양 가자.

TT: Let's go to Seoul.



ST: 한양서 제일가는 재롱둥이들 올시다. 한 닢 던져줍쇼.

We're the best showmen in town,
just workin' for a livin'.

예2)에서는 개성이라는 고유명사의 번역을 생략하였으나 예3)에서는 한양이 Seoul로 번역된 경우와 in town이라는 일반적 표현으로 대체된 경우가 혼재한다.

등장인물의 경우 대부분 우리말을 그대로 영어로 표현하였으나 예 4)와 같이 예외적인 경우도 나타났다.



예4)

ST: 저기. 육갑이오.

TT: Howdy, I'm **Six Dix**.

ST: 으흠. 저기. 자는 칠득이고. 고 옆이 팔복이오

TT: He's **Seven Ravin'** and that one's **Eight Pate**.

예문에서 역자는 등장인물 육갑, 칠득, 팔복의 연속된 숫자에 대한 언어 유희적 고유명사를 6, 7, 8을 각각 영어로 표현하는 전략을 사용하였다. 기타 인물은 모두 우리말의 음차 형식으로 표현하였으나 이 3인에 한정하여 의미를 번역할 경우 번역 전략의 일관성 위배로 판단할 수도 있으나 해당 등장인물의 비중을 암시하기 위하여 의도적으로 일관성 위배 전략을 구사한 것으로 해석할 수 있다.

2.2 사회적 특수어군

본고의 사회적 특수어군은 상하관계, 투전 등 도박, 도량형, 화폐 단위 등 특정 사회에만 존재하는 용어를 의미한다. '왕의 남자'에서 나타난 사회적 특수어군의 예와 번역은 다음과 같다.



예5)

ST: 오늘처럼 내가 살판을 놓고 있을테니께 형님이.

TT: It's only the first game, so, Captain...

ST: 저 형님이라 해도 돼겠죠?

TT: Mind if I call you 'Captain'?

위의 예문은 ‘형님’이라는 표현이 연장자와 관련된 상하관계가 아닌, 사회적 상하관계의 형성을 의미한다. 따라서 번역사는 현지화 전략을 통하여 화자가 청자의 아랫사람으로 들어간다는 의사소통 중심의 번역전략을 구사하였다.



예6)

ST: 아이고 이거 죄송해서 어쩌나. 나 가보요.

TT: Gosh, I feel just awful! I have 9!

‘가보’란 투전판에서 끝자리가 ‘9’인 패를 의미한다. 따라서 투전을 모르는 청중의 경우 의미가 생경할 수 있음에도 번역자는 타국화 전략을 구사하였다.



예7)

ST: 임금의 하사한 술을!

TT: Spill the cup given by the King?

위의 예문은 상하관계의 특수성을 표현하는 문장으로 사회적 지위 또는 연령이 많은 사람이 권하는 술은 두 손으로 받으며, 술을 흘릴 경우 예의에 어긋나는 한국적 상황을 뜻하는 문장이다. 번역문은 술잔을 떨어뜨리는 장면이 등장함에도 자막에 표현하는 명시화 전략을 구사하였다.



예8)

ST: 용안을 보아서는 안 된다.

TT: Never look at his face.

‘용안’은 임금의 얼굴을 의미하지만, 번역문에서는 단순히 ‘얼굴’이라는 일반화 전략이 구사되었다. 이상의 예문에서와 같이 사회적 특수어의 번역은 의사소통 중심적 번역, 명시화, 타국화, 일반화 등 여러 번역 전략이 혼재되어 나타난다.

2.3 관용어군

본고의 관용어군은 속담, 격언 외에 비어, 속어 등을 모두 포함하는 개념으로 사용된다. 더욱이 본고의 분석 대상인 ‘왕의 남자’는 광대라는 등장인물의 특성상 관용어군에 속하는 표현이 자주 등장한다.



예9)

ST: 한 상 차려준다고 했잖아요. 이걸 누구 코에 붙인담.

TT: You promised us a meal! We ain't squirrels!

예문에서 ‘한 상 차리다’는 거하게 먹거나 푸짐한 음식 대접을 받는다는 의미이지만 화면에는 감자만 등장한다. 따라서 ‘meal(식사)’이라는 층위가 낮은 어휘를 구사하면서도 이미지를 통하여 의미를 전달하는 현지화 전략이 구사되었고, 음식의 양이 터무니없게 적다는 의미인 ‘누구 코에 붙이냐?’라는 표현은 ‘We ain't squirrels(우리가 다람쥐도 아니고)’라는 비유적 표현과 더불어 ‘ain't’라는 비문법적 요소로 화자의 교육 수준을 드러내는 현지화 전략이 구사되었다.



예10)

ST: 허, 저년 저 저 저 말버릇 좀 보게.

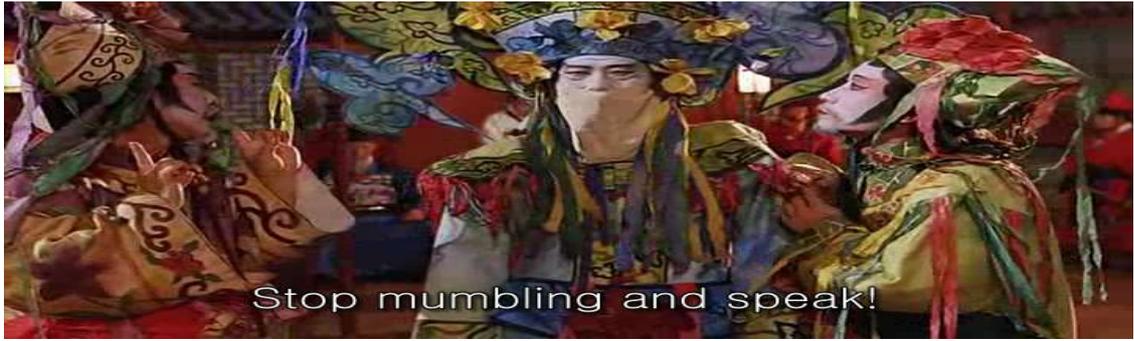
TT: Ho! A tongue most untamed!

ST: 내가 이 대갓집 어르신이다. 이년아.

TT: Master of this house am I, come to bait thee!

위의 대사는 광대놀이 장면에서 등장한다. 통상적인 광대놀이는 속어적, 일반적

표현이 다수 등장하지만 번역문은 영어의 고어(古語) 표현을 사용하거나 생략함으로써 어역(register)을 높이는 전략을 구사하였다. 이러한 생략 전략과 어역의 강화 현상은 궁중 내 광대놀이 및 광대들의 대화 장면에서도 동일하게 등장한다.



예11)
 ST: 말을 해라 이년들아.
 TT: Stop mumbling and speak!



예12)
 ST: 임금 웃기려고 엠병한다고 우리까지 죄 싸잡아가지고..
 TT: We're mentioned too, and not in a nice way!

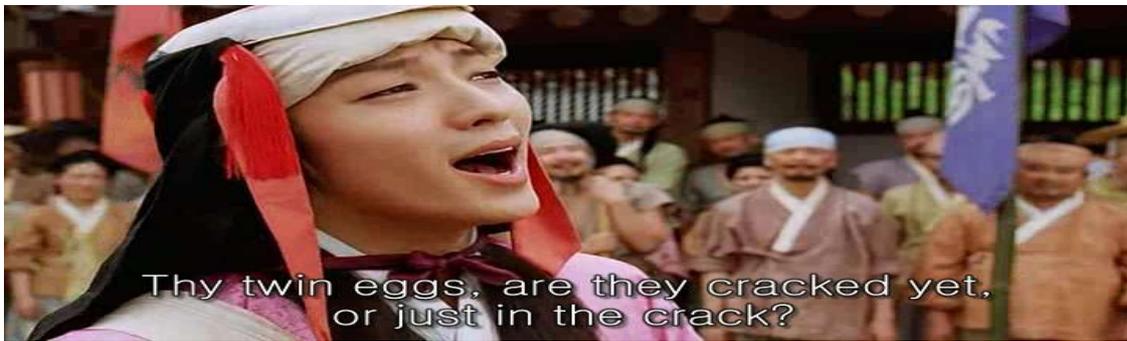
위의 예11) 및 예12)에서와 같이 관용어군 가운데 속어 및 비어의 경우 어역 또는 공손성의 강화(혹은 본래 의미의 약화¹⁰⁾) 및 생략 전략이 자주 구사되며, 타국화 전략보다 현지화 전략이 선호되는 양상을 보여 낮은 문화를 알리

10) Fawcett(2003)은 프랑스어 영화의 영어 자막 번역에서 비어(卑語)의 의미 약화 현상 등을 제시하면서 자막 번역의 특징을 축약(suppression), 대체(substitution) 및 일반화(normalization)로 요약하였다.

는 대신 청중의 수용성 중심으로 번역이 진행되는 것으로 판단된다.

2.4 언어유희

국어대사전(1993)에 의하면 언어유희란 “언어가 본래 지니는 의미를 전달하는 기능은 차치하고 언어의 반응이나 의미를 이용한 유희”이다. 본 연구 대상에서 주의를 끌기 위한 언어유희는 음소의 변형, 관용적 표현의 변형, 화행 (speech act), 그리고 영상을 수반한 복합적 번역 전략을 통한 표현 등의 양상이 관찰되었다.



예13)

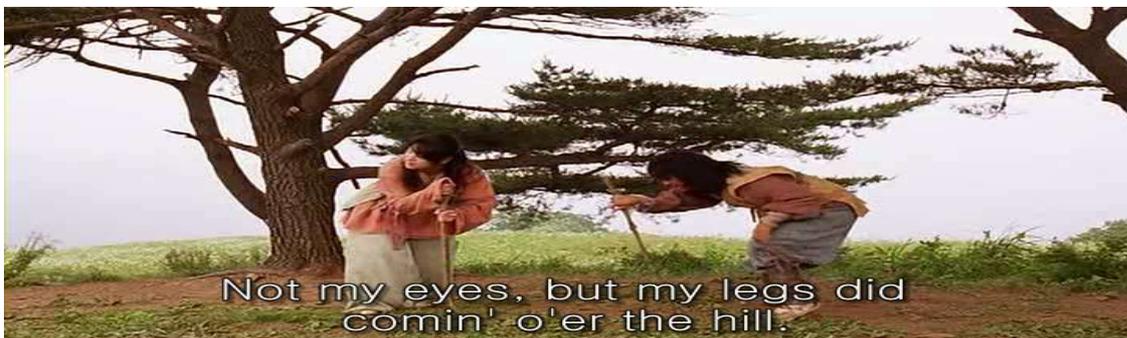
ST1: 아 이놈아. 아 니 다리 사이 두 동네가 한 동네 되겠다.

TT1: Thy twin eggs, are they cracked yet, or just in the crack?

ST2: 두 동네고 한 동네고 간에.

TT2: Safely in the crack...

위의 예문에서 ST2는 ST1과의 화행에서 상대방의 말을 응용하여 언어유희를 구현하였으나 번역문에서는 'crack'이란 동일 어휘를 반복하여 사용하는 번역 전략을 구사하였다.



예14)

ST1: 아 눈이 빠었냐?

TT1: Sprained your eyes, did ya?

ST2: 눈은 안빠고. 저 산을 넘다가 다리를 빠꿔했지.

TT2: Not my eyes, but my legs did comin' o'er the hill.

예문에서 ST1의 ‘빠었냐’는 ‘없느냐?’의 의미로 사용되었으나 ST2는 이를 ‘접질리다’의 의미로 중의적으로 해석하여 ‘눈은 안빠고 다리를 빠꿔했다’는 언어유희를 사용하였으나 번역문에서는 본래의 의미보다는 후자의 ‘빠다’ 의미를 강조하여 ‘sprain’이라는 동사를 ‘눈(eyes)’과 조합하여 언어유희의 효과를 달성하고자 시도하였다. 이러한 언어유희 효과 달성을 위한 예는 다음의 예문에서도 관찰된다.



예15)

ST1: 어이 김내관 방울소리 요란하게 어딜 그리 바빠 가나?

TT1: Eunuch Kim, what haste causes thee to jingle thy bells so?

ST2: 아이 이놈이 방울이 있어야 소리가 나지.

TT2: Jingle, shingle!

Sure, if I had any!

ST2에 대한 TT2의 번역은 ST에 비하여 음운 반복현상을 통한 언어유희 효과가 강화되는 현상을 보이기도 하였다. 그러나 다음의 예문과 같이 ‘강건너 강봉사’의 ‘강’자 반복을 통한 ST의 언어유희가 TT에서는 생략되는 경우도 목도된다.

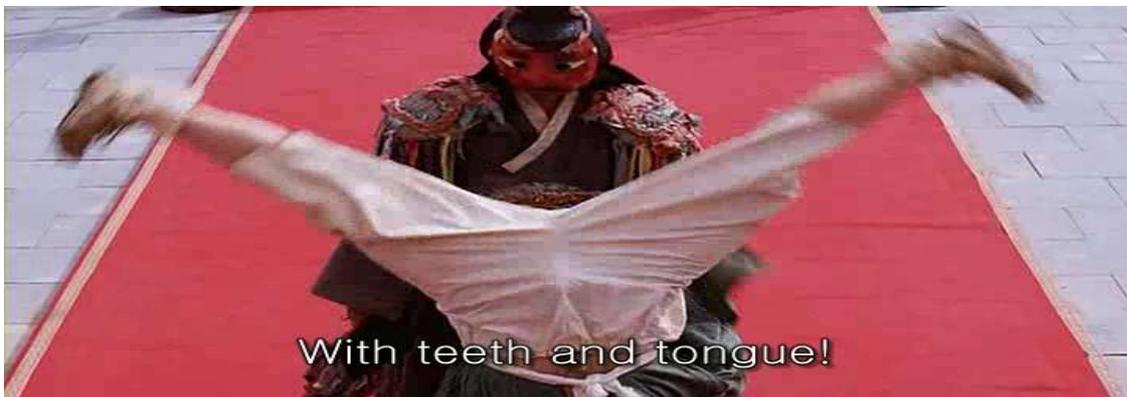


예16)

ST: 아 이 근데 이 소리가 강건너 강봉사?

TT: Hey, you sound like **Kang** the Blind!

다음의 예17)과 같이 언어유희는 영상을 수반하는 경우도 있다.



예17)

ST1: 윗 입을 채워주랴. 아랫입을 채워주랴?

TT1: The one above or the one below?

ST2: 윗 입. 자

TT2: The one above.

ST3: 윗입 대령이요.

TT3: With teeth and tongue!

위의 예에서 ST는 다분히 성적인 의미를 내포하고 있으나 TT에서는 ‘입술’이라는 표현을 ‘the one’으로 의미를 약화시킨다. 그러나 해당 영상부분을 직접 관찰할 경우 ‘the one’으로도 ST의 본래 의미를 자연스럽게 파악할 수 있다.

예13)에서 예17)까지에서 살펴본 바와 같이 언어유희에서는 번역사의 전략에 따라 어휘의 생략, 일반화, 언어유희의 효과의 유지 또는 강화 등 다양한

번역 전략이 구현되었다.

IV. 결론 및 문제의 제기

본고에서 살펴본 문화소 번역 전략은 다음과 같이 요약할 수 있다. 먼저 고유 명사군에서 ‘한양’이라는 지명은 화자가 한양이라는 공간 밖에 있을 때에는 ‘서울’이라는 현대 용어로 번역되었으나, 한양으로 들어온 이후에는 생략되거나 일반 명사로 처리되었다. 그러나 인명의 경우 전술한 바와 같이 특정 인물은 의미 중심의 번역을, 그 외의 인물은 우리말을 그대로 영어로 표기하는 전략을 택하였다. 이러한 번역 전략은 번역의 일관성(coherence) 차원에서는 문제가 될 소지가 있다. 더욱이 영화의 주인공은 음차 형식의 번역 전략을 채택한 반면 주변 인물의 이름을 의미 중심으로 번역할 경우 스토리라인의 중심이 주연이 아닌, 조연에게 집중되는 효과로 이어질 수 있으므로 가급적 통일성 있는 번역 전략을 구사하는 것이 타당할 것이다.

둘째, 사회적 특수어군의 번역은 현지화 전략보다 타국화 전략의 빈도가 높은 것으로 보인다. 예문에서 소개한 ‘가보’, ‘임금이 하사한 술을!’ 등의 표현은 도착어 문화권보다는 출발어 문화권을 기준으로 번역이 실시되었는데, 아직 한국의 문화적 특성이 제대로 알려지지 않은 상황에서 문화적 지식을 알린다는 차원에서 타당한 전략으로 판단된다.

셋째, 관용어군에서 비속어의 경우 어역 강화, 공손성 강화 등의 현상과 함께 생략 전략이 함께 구사되었다. 그러나 비속어의 일반화(normalization) 번역 전략은 성인을 위한 소설의 어린이 독자용 번역 등 예상 청중 설계에 따라 제한적으로 적용하되, 가급적 원래 의미에 최대한 근접하게 번역하여야 특정 문화권에는 비속어가 많지 않다는 오해를 피하고, 나아가 진정한 의사소통 기능에 부합할 것으로 판단된다.

넷째, 번역사는 ST의 언어유희 효과를 TT에서 구현하기 위하여 생략 전략을 택하는 경우도 있었으나 가능한 본래의 의미를 전달하고자 메시지의 강화 또는 유지 전략을 구사하는 경우가 대부분이었다. 언어유희는 주로 광고, 유머 등 표현 및 효과중심 텍스트에서 주로 구현되므로 번역사에게는 매우 힘든 대

상이다. 더욱이 물리적으로 한정된 자막이라는 수단으로 언어유희를 번역하는 작업은 번역사에게는 커다란 장애물일 수 있다. 그러나 자막 번역은 일반 텍스트 번역과는 달리 영상과 음성이라는 보조 수단이 존재하므로 번역사는 ST에 가장 근접한 TT를 생산하여 번역의 의사소통적 기능을 달성하게 될 것이다.

문화소 번역 전략은 다양한 층위에서 다양한 양상으로 전개된다. 따라서 비록 심층적인 분석을 시도했을지라도 본고의 연구 대상 코퍼스는 매우 한정되어 있다. 이에 추후 연구 대상 영화를 확대하여 후속 연구를 진행함으로써 문화소 번역에서 나타나는 보편적 현상을 규명해야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 김도훈. (2006). 「문화소 번역에서 인지적 축적물의 역할 및 번역 전략」. 『국제회의 통역과 번역』. 8(2), 3-30.
- 김효중. (2005). 「문학작품 번역에서 문화 적용의 문제」. 『어문학』. 87,
- 박윤철. (2008). 「영화 자막 번역에서 어휘 선택 연구: 추상, 보통 명사를 중심으로」. 『번역학연구』. 9(2), 125-147.
- 박윤철. (2009). 「상황요소를 고려한 자막번역 -영화자막 중심으로 영화 자막 번역에서 어휘 선택 연구: 추상, 보통 명사를 중심으로」. 『통번역교육연구』. 7(1), 137-155.
- 이근희. (2005). 『이근희의 번역산책-번역투에서 번역의 전략까지』. 서울: 한국문화사.
- _____. (2009). 「스코포스 이론을 토대로 한 번역 비평 - 사례 연구 더빙영화, ‘빨간 모자의 진실」. 『번역학연구』. 10(2), 61-82.
- 이형식. (2001). 『영화의 이해』. 서울: 건국대학교출판부.
- 장민호. (2007). 「영화번역에서의 텍스트 축소와 메시지 변화」. 『국제회의 통역과 번역』. 9(1), 81-111.
- 정호정. (2008). 「번역된 문화텍스트의 정보성 증가와 로마자 표기 방식의 문제점」. 『국제회의 통역과 번역』. 10(1), 161-188.
- 최희섭. (2009). 「관광지 안내판의 교육적 활용: ‘전주 사고’를 중심으로」. 『통번역교육연구』. 7(1), 73-96.
- 황지연. (2006). 「‘대장금’ 문화단어 번역의 고찰」. 『통번역학연구』, 10(2), 127-142.
- Ballester, A. (1995). *La política del doblaje en España*, Valencia: Ediciones Episteme.
- Bartoll, E. (2006). Subtitling multilingual films. *MuTra 2006 - Audiovisual Translation Scenarios*. Conference Proceedings
- Bassnett, S. & A. Lefevere (Eds). (1990). *Translation, History and Culture*. London & New York: Pinter Publishers.
- Delabastita, D. (1989). *Translation and mass-communication: Film and TV*

- translation as evidence of cultural dynamics. *Babel* 35(4). 193-218.
- Fawcett, P. (1996). Translating Film. In Harris, G. (Ed.), *On translating French literature and film*(pp. 65-88). Amsterdam & Atlanta: Rodopi.
- _____. (2003). The manipulation of language and culture in film translation. In Calzada Perez, M. (Ed.). *Apropos of ideology*. (pp. 145-163). Manchester: St. Jerome Publishing.
- Gambier, Y. & H. Gottlieb (Eds). (2001). *(Multi)Media Translation*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.
- Kovačič, I. (1996). Subtitling strategies: a flexible hierarchy of priorities. in C. Heiss & R. Bollettieri Bosinelli (Eds.). *Traduzione multimediale per il cinema, la television e la scena* (pp.297-305). Bologna: Clueb.
- Lörscher, W. (1991). *Translation performance, translation process and translation strategies: A psycholinguistic investigation*. Tübingen: Gunter Narr.
- Mason, I. (1989). Speaker Meaning and Reader Meaning: Preserving Coherence in Screen Translating. In R. Kölmel & J. Payne (Eds), *Babel: The Cultural and Linguistic Barriers Between Nations*. Aberdeen: Aberdeen University Press.
- Snell-Hornby, M. (1988). *Translation studies. An integral approach*. Amsterdam: John Benjamins.
- Venuti, L. (1995). *The Invisibility of the translator: A history of translation*. London: Routledge.
- Zabalbeascoa, P. (2006). The nature of the audiovisual text and its parameters. In J. Díaz Cintas (Ed.). *The didactics of audiovisual translation* (pp. 21-37). Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.

[Abstract]

A Study of Cultureme Translation Strategy in the film “King and the Clown”

Cho, Jaebum

(Hankuk University of Foreign Studies)

The purpose of the present paper is to identify the cultureme translation strategies employed in film translation from Korean into English. To this end, “King and the Clown,” a film directed by Lee Jun-ik in 2005, was chosen and analyzed based on four cultureme categories established by the author: proper nouns, society-specific terms, idiomatic phrases, and puns. After the analysis, it was found that various types of translation strategies such as localization, foreignization, explicitation, omission, and enhancement of politeness were used according to the translator’s ‘arbitrary’ strategies, which shall guarantee the coherence. Furthermore, the reduction, which had been believed as a common phenomenon in film translation, was not observed in cultureme translation in this study, and accordingly, follow-up studies shall be conducted with other films to secure an enlarged corpus and to assure the reliability of this research.

» Key Words

문화소(cultureme), 번역전략 (translation strategy), 자막 번역(film translation), 현지화(localization), 타국화(foreignization), 축소(reduction), 생략(omission)

조재범

한국외국어대학교 통번역대학 영어통번역학부 강사

stephenjc@gmail.com

관심분야: 자막번역, 통번역교수법, 번역이데올로기

논문투고일: 2009년 10월 29일

심사완료일: 2009년 11월 30일

게재확정일: 2009년 12월 10일