

# 영상번역 과정에 나타나는 클라이언트의 역할\*

최수연(Suyeon Choi)

숙명여자대학교

**Suyeon Choi (2016), The Role of Clients in Audiovisual Translation:** *This research aims at describing the role of clients in audiovisual translation process. For this purpose, the researcher analyzes hundreds online articles, a few interviews with actors and several observations and compares five audiovisual texts. This approach is ANT and shows that there are four kinds of clients' roles in audiovisual translation. (1) There are some differences between direct distributors (international distribution company) and indirect distributors in Korea. (2) There are different translation guides among various media. (3) Translation modes change translation guides in audiovisual translation process. (4) As the number of audiovisual media rises, the number of audiovisual translation becomes bigger. Through the analysis of the role of clients, this paper tries to expand the scope of study field into extra-text circumstances such as networks among actors in audiovisual translation process.* (Sookmyung Women's University, Korea)

**Keywords:** audiovisual translation, clients, actor-network theory, dubbing, subtitling

## 1. 서론

영상번역의 연구는 1930년대부터 시작되었고, 번역학의 정식 분과로서 연구되기 시작한 것은 1980년대부터이다(Otero 2009). 국내외를 막론하고 현재 영상번역에 관한 학술적 논문의 수는 빠르게 증가하고 있으며, 그 주제 역시 점차 다양해지고 있다. 10여 년 전까지만 해도 영상번역의 연구 쟁점은 자막번역에서 시간과 공간적 제약(constraints)에 따른 손실에 대한 것이 주를 이루었고, 이 주제는 국내외에서 여전히 언급되거나 연구되고 있다(Gottlieb 1992; Kovacic 1998; de Linde and Kay 1999; Perez-Gonzalez 2009; 장민호 2004, 2007; 김정립 2015). 그러나 최근 영상번역의 연구에서 자막번역의 시간과 공간적 제약은 당연한 것으로 여기며, 과거의 연구 주제에서 벗어나 팬자막(fansub) 등 사용자 생성 자막(User-Generated Translation, UGT), 청

\* 본 연구는 학위 논문 중 일부를 바탕으로 한 연구임을 밝힌다.

각장애인을 위한 자막(subtitling for the deaf and hard hearing, SDH), 시각장애인을 위한 화면 해설(audio description(AD) for the blind), 공연 자막(surtitleing for the stage), 영상번역의 코퍼스(corpus) 연구 등 점차 그 범위를 넓혀가고 있다.

그러나 영상번역에는 다른 분야의 번역에 비해 연구가 이루어지지 않은 주제가 많이 남아있다. 그런 주제 중 하나가 영상번역의 행위자<sup>1)</sup>에 관한 연구이다. 번역학 내에서 번역 과정의 행위자에 대한 연구는 문학번역과 같은 분야에서 후원자 등의 개념을 통해 진행되었던 것과 달리 국내외의 영상번역 연구에는 행위자 중심의 연구가 매우 적다. 특히, 국내 영상번역 연구는 팬자막 연구에서 비전문 번역가를 언급하는 경우 외에 전문 번역가나 그 외의 다양한 행위자에 대한 내용을 찾아보기 힘들다.

그러나 번역은 번역가뿐만 아니라 다양한 행위자가 참여하는 과정이다. 그리고 영상번역은 다른 번역에 비해 그 과정에 여러 분야의 전문가가 참여하기 때문에 다양한 행위자의 중요성을 간과할 수 없다. 그러므로 본 연구는 영상번역 과정에서 행위자들이 번역 결과물에 미치는 영향력에 주목하고자 한다. 이를 위해 영상번역에서 클라이언트란 무엇인지 살펴보고, 행위자-네트워크 이론(Actor-Network Theory: ANT)의 관점에서 다양한 자료에 나타난 영상번역의 클라이언트의 역할을 분석한다. ANT의 목적은 다양한 출처의 자료 분석과 관찰을 통해 행위자를 추적함으로써 지금까지 알려지지 않았던 “블랙박스”(Latour 1987)를 여는 것이다. 이 논문은 이런 ANT의 연구 방법론을 따라 영상번역에서 클라이언트의 행위를 추적하고 이를 기술함으로써 지금까지 영상번역 연구에서 주목 받지 못했던 부분에 집중한다.

## 2. 영상번역의 클라이언트<sup>2)</sup>

번역학 연구에서 가장 주목 받는 행위자는 번역가이다. 모든 번역 과정에서 일차적 결정은 번역가가 하기 때문이다. 그러나 “번역은 번역가 단독에 의해서가 아니라 ‘에이전트들’(agents)의 네트워크에 의해서 생성된다”(Jones 2009: 303). 즉, 번역가 외에도 ‘다수’의 행위자가 번역에 참여한다. 그러므로 기존의 번역학 연구에서도 번역가 이외에 출판사나 신문사, 정부 등 다양한 행위자들에 대한 연구가 이루어졌다.

- 
- 1) 이 논문에서 행위자(actor)란 기존 번역학 연구에서 에이전트(agent)나 후원자(patronage)의 개념과 유사한 번역 과정의 참여자를 의미한다. 그러나 필자가 의도하는 행위자란 기존 번역학 연구에서 사용하는 용어(에이전트, 후원자)와 다른 존재를 포함하는 개념이기 때문에, 본 논문에서는 행위자란 용어를 사용한다. 행위자의 개념과 그 범주에 대한 좀 더 자세한 내용은 필자의 다른 논문(최수연 2016)을 참조할 수 있다.
  - 2) 클라이언트는 영상의 제작을 맡은 제작 클라이언트와 영상의 번역을 맡은 번역 클라이언트로 나눌 수 있다. 그러나 이 논문에서는 영상번역을 다루고 있기 때문에 ‘번역 클라이언트’를 클라이언트로 지칭하고 제작 클라이언트는 제작사로 지칭해 두 행위자를 구분한다.

그러나 다른 분야의 번역과 비교했을 때, 영상번역은 번역가 외에 더 많은 종류와 수의 행위자들이 번역 과정에 참여하기 때문에 영상번역의 결과물은 다른 행위자들로부터 많은 영향을 받는다. 언어적 번역 행위의 주체는 영상번역가이지만, 최종 결정권자는 클라이언트이고, 그 외에도 연출가, 성우, 엔지니어 등 다양한 분야의 전문가들이 각자 전문성을 바탕으로 영상번역 과정에 참여한다<sup>3)</sup>. 그러므로 영상번역은 번역가가 언어적 번역을 끝낸 이후에도 연출가, 성우, 클라이언트 등 다양한 행위자가 각자 자신의 입장에서 번역을 수정한다. 그러므로 영상번역가의 번역과 최종 결과물이 많이 차이 나는 경우도 종종 있다. 영상번역의 과정에서 영상번역가는 언어적 번역 과정에만 참여할 뿐, 다른 단계에는 거의 참여하지 않기 때문이다 (Hernández Bartolomé and Mendiluce Cabrera 2005: 93).

이렇게 영상번역의 다양한 행위자 중 연출가는 자막번역에서 출판번역의 편집자와 유사한 역할을 한다. 그러나 더빙번역의 연출가는 출판번역의 편집자나 자막번역의 연출가와 달리 대부분 번역가의 동의 없이 번역을 수정한다<sup>4)</sup>. 그리고 더빙번역에는 자막번역에 존재하지 않는 성우라는 행위자가 참여하고, 성우 역시 더빙 녹음 과정에서 의도적으로 혹은 비의도적으로 번역가의 번역을 수정한다. 이처럼 연출가는 자막번역보다는 더빙번역에서 더 적극적인 번역 수정을 하는 경향이 있고, 성우는 더빙번역 과정에만 존재하는 행위자이다.

그러나 클라이언트는 자막번역과 더빙번역을 포함하는 모든 모드와 장르의 영상번역에 공통적으로 존재하는 행위자이다. 일반적으로 영상번역의 클라이언트는 수입배급사로 번역에 직접 참여하지는 않지만 영상번역의 생산 과정에서 가장 처음과 마지막에 참여한다. 영상번역에서 클라이언트가 최초의 그리고 최종의 행위자가 될 수 있는 이유는 영상번역이 자본과 밀접한 관계를 맺고 있다는 의미이다. 영상번역은 다른 번역에 비해 더 많은 비용<sup>5)</sup>이 들고, 이 때문에 영상번역에는 더 많은 자본이 투자된다. 영상번역에 많은 비용이 드는 이유는 크게 두 가지로 볼 수 있다. 첫째, 영상번역은 그 과정에 참여하는 행위자가 더 많다. 앞에서 살펴본 바와 같이 영상번역은 번역가뿐만 아니라, 연출가, 엔지니어, 성우 등 다양한 행위자들이 참여하기 때문에 번역 비용도 증가한다. 둘째, 영상번역은 번역 과정에서 다양한 기술을 사용한다. 자막번역은 자막을 만들기 위한 비디오 기술을 사용해야 하고, 더빙번역은 더빙을 위한 녹음 시설과 믹싱 등의 오디오 작업을 위한 기술, 자막을 위한 비디오 기술을 사용해야 한다. 그러므로 이런 기술과 기기 사용료는 영상번역의 번역 비

- 
- 3) 그 외에도 종합편집자, 오디오 엔지니어 등 다양한 행위자들이 존재하고, 필자의 다른 논문(최수연 2016)에서는 시청자도 영상번역의 행위자로 제시하고 있다. 그러나 본 논문에서는 지면상의 이유로 다른 행위자에 대한 내용은 생략한다.
  - 4) 이는 필자가 더빙 연출가 및 영상번역가로 활동하는 동안 필자의 경험 및 다른 더빙 연출가와 더빙번역가를 통해 확인한 부분이다.
  - 5) 본 연구에서 ‘번역비용’이란 작품을 수입해서 최종 개봉하는 데까지 드는 모든 비용을 의미한다. 즉, 홍보와 마케팅 등 언어적 번역 활동이 끝난 뒤라도 영상번역 작품이 시청자에게 소비되기까지 소요되는 비용을 모두 포함하는 광의의 개념이다.

용으로 이어진다.

이렇게 영상번역에는 많은 비용이 들고, 흥행에 실패할 때 경제적 손실을 감수하는 건 클라이언트이다. 그러므로 영화 제작사 및 클라이언트 등 모든 관계자의 일차적, 최종적 목표는 수익창출이다. 그리고 많은 비용을 투자하는 클라이언트는 자연스럽게 번역 과정에서 핵심적인 행위자가 된다. 영상번역에서 클라이언트가 결정하는 대표적인 사항은 다음과 같다. 첫째, 클라이언트는 번역 모드를 결정한다. 더빙번역에 비해 자막번역이 번역 비용이 훨씬 적게 들지만, 실제 더빙번역과 자막번역의 선택은 관객 선호도 및 그 외의 다양한 요인들에 따른 흥행 결과를 고려해야 하고, 이를 결정하는 주체는 클라이언트이다. 둘째, 클라이언트는 성우의 캐스팅을 결정한다. 최근 한국에서 개봉하는 애니메이션은 더빙번역이 주를 이루는데, 전문 성우나 비전문 성우의 캐스팅 여부나 성우의 최종 캐스팅 결정은 항상 클라이언트가 한다. 셋째, 클라이언트는 2차3차 부가판권의 판매를 결정한다. 최근 영화나 드라마 등 많은 전통적 영상물들은 1차 형태로의 소비만으로는 이윤을 내지 못한다. 그러므로 작품의 수입배급사는 케이블 채널, IPTV, 디지털케이블TV, DVD 등 다양한 2차, 3차 형태로 추가 이윤을 생성할 방안을 고심한다. 그리고 이런 과정에서 판권 판매에 관한 사항은 대부분 클라이언트만의 결정으로 진행된다.

이처럼 영상번역 과정에 참여하는 행위자의 수는 다른 번역 과정에 비해 더 많고, 그 번역에 사용하는 기술에도 더 많은 비용이 들어가기 때문에, 영상번역은 다른 번역에 비해 번역 비용이 높다. 그리고 영상번역의 투자의 규모가 커지면서 클라이언트는 영상번역 과정에서 결정적인 역할을 하는 행위자 중 하나로 작용한다. 그렇다면 실제 영상번역 과정에서 클라이언트는 번역에 어떤 영향을 미치는 지 살펴본다.

### 3. 자료 선정 및 연구 방법

#### 3.1. 자료 수집 방법

자료 수집 방법은 총 세 가지로 인터넷 조사, 행위자 인터뷰, 텍스트 비교 분석이다. 첫 번째, 인터넷 조사에서는 언론 기사와 영상번역가의 블로그를 살펴보았다. 인터넷 조사 기간은 2013년 12월부터 2015년 10월까지 대부분 진행했고, 그 전후로도 일부 기사 및 뉴스를 추가 검색했다. 언론 기사는 일반 검색 엔진인 NAVER(네이버)를 중심으로 검색이 가능하고, 출처가 확인되는 온라인판 신문 기사 및 TV 뉴스를 중심으로 취합했다. 블로그는 다양한 영상번역가의 블로그를 참조했고, 본 논문에 인용된 부분은 영상번역가인 함혜숙과 황석희의 게시물이다.

두 번째, 행위자 인터뷰는 영상번역가이자 클라이언트 한 명, 연출가이자 클라이

언트 한 명을 대상으로 진행했다. 첫 번째는 영상번역가이자 영화 수입·배급사의 대표인 윤혜진이다. 윤혜진은 경력 12년의 영상번역가이자 2014년 7월부터 영화 수입·배급사의 대표라는 클라이언트를 겸하고 있는 행위자이다. 특히, 이 논문의 분석 텍스트인 <눈의 여왕2>의 영상번역가이면서, 동시에 <눈의 여왕2>의 수입·배급 과정에 수입사 대표와 함께 클라이언트의 역할에도 참여했다. 윤혜진은 인터뷰를 통해 영상번역가와 클라이언트로서 겪은 영상번역 업계의 전반에 대한 경험과 두 행위자의 역할과 업무에 관한 내용, 그리고 <눈의 여왕2>의 수입과 번역 과정에 대해 상세히 기술했다. 두 번째는 더빙 연출가이자, 영화 수입·배급사인 레트카펫엔터테인먼트의 대표인 김정규이다. 김정규는 <눈의 여왕2>를 녹음한 녹음 스튜디오의 대표이자 <눈의 여왕2>의 더빙 총괄 연출가로 인터뷰를 통해 <눈의 여왕2>의 더빙 녹음 과정 전반에 관한 내용과 더불어, 최근 영상번역 시장의 동향에 대해 자세히 설명했다.

세 번째, 영상번역 텍스트 분석은 극장 개봉 애니메이션 영화 세 편과 지상파 TV에서 방영한 실사 드라마 시리즈 한 작품, 케이블 채널에서 방영한 실사 드라마 시리즈 한 작품을 대상으로 진행했다. 극장 개봉 애니메이션 영화는 <겨울왕국>(Frozen, 2013), <눈의 여왕>(The Snow Queen, 2012), <눈의 여왕2: 트롤의 마법거울><sup>6)</sup>(The Snow Queen 2, 2014) 세 편이고, 지상파 TV에서 방영한 실사 드라마 시리즈는 <셜록>(Sherlock)의 시즌1(2010), 시즌2(2012), 시즌3(2014)로 세 편씩 총 아홉 편, 케이블 채널에서 방영한 실사 드라마 시리즈는 <왕좌의 게임>(Game of Thrones)의 시즌1(2011)부터 시즌4(2014)까지 열 편씩 총 마흔 편이다. 모든 작품의 영상과 자막번역, 더빙번역은 DVD를 기반으로 분석하였고, 두 종류의 IPTV인 BTV와 OllehTV의 번역도 함께 비교 분석했다<sup>7)</sup>.

## 3.2. 자료 선정

### 3.2.1. 분석 텍스트 및 선정 근거

#### 3.2.1.1. <겨울왕국>

최근 한국에서 개봉한 많은 애니메이션 영화 중 <겨울왕국>을 분석 텍스트로 선정한 이유는 네 가지이다. 첫째, <겨울왕국>은 애니메이션으로는 이례적으로 국내는 물론이고, 전 세계에서 기록적인 흥행에 성공한 작품이다. <겨울왕국>은 한국에서는 <아바타>에 이어 외화로서는 두 번째로 천만 관객이 넘는 작품으로 한국 개봉 애니메이션 사상 천만 관객을 돌파한 첫 작품이다. 이는 국내 개봉작 전체를 놓고 봐도 놀라운 기록이지만, 이 작품이 애니메이션이라는 점은 고려한다면 더욱 놀라운 결과이다. 대부분의 애니메이션은 아동과 그 가족으로 목표 관객이 한정되어 있기 때문

6) 이하 <눈의 여왕2>

7) 2015년 한국에서 제공되는 IPTV 서비스는 SK BTV, KT OllehTV, LG U+ 홈초이스가 대표적이다. 그러나 본 연구에서는 BTV와 OllehTV만을 조사했다.

에, 다양한 연령층을 목표 관객으로 하는 일반 영화와의 경쟁 속에서 흥행순위 1위를 달성하는 경우는 드물기 때문이다. 그러므로 애니메이션으로서는 드물게 크게 흥행한 영화의 번역 과정에서 나타나는 행위자-네트워크와 이 작품의 흥행이 다른 애니메이션의 영상번역에 어떤 영향을 주는 지 살펴보기 적합하다고 판단해서 분석 텍스트로 선정했다.

둘째, <겨울왕국>은 자본과 권력을 가진 클라이언트의 행위자-네트워크를 살펴보기 위한 예로 보기 적합한 작품이다. 디즈니와 같은 대형 제작사는 각국에 직접 배급까지 하고 있는 직배사 시스템을 갖추고 있기 때문에, 영상번역 과정에서 중소 애니메이션 업체가 제작하고 국내의 중소기업이 수입·배급하는 작품과는 다른 특징을 보인다. 따라서 직배사라는 대형 번역 클라이언트의 작품을 대표하는 분석 텍스트로 <겨울왕국>을 선정했다.

셋째, <겨울왕국>은 전문 성우를 목소리 연기하는 성우로, 뮤지컬 배우를 노래하는 성우로 이중 캐스팅했다. 2006년경부터 최근까지 국내에서 개봉하는 극장 개봉 애니메이션 중 다수가 배우나 개그맨, 아이돌 가수 등 연예인 비전문 성우를 주연으로 캐스팅하고 있었다. 그러나 <겨울왕국>은 목소리 연기를 할 전문 성우와 노래를 할 뮤지컬 배우를 각각 캐스팅해서, 이전까지 연예인 비전문 성우를 캐스팅함으로써 홍보 효과를 노렸던 전작들과 차별화했다. 이런 <겨울왕국>의 캐스팅은 2014년 이후 개봉하는 극장 애니메이션의 수입과 더빙의 경향에 큰 영향을 주었기 때문에 분석 텍스트로 선정했다.

넷째, <겨울왕국>은 성인 관객은 자막판을 아동 관객은 더빙판을 더 많이 본다는 전례를 깬 작품이다. 애니메이션 영화는 목표 관객의 연령이 낮은 경우에는 더빙판만 개봉하고, 목표 관객이 성인을 포함하는 경우에는 더빙판과 자막판 두 가지로 개봉한다. 이런 경우 일반적으로 성인 관객은 더빙판을 관람하지 않는다. 그리고 성인 관객은 더빙판에 대해 매우 비판적인 경향이 강하다. 그러나 <겨울왕국>은 더빙판의 성인 관객 점유율이 높았다. 따라서 <겨울왕국>은 더빙판의 성인 관객 동원력이 뛰어난 성공적인 더빙 사례로 손꼽힌다. 그러므로 이례적인 반응을 얻은 작품의 더빙번역을 살펴보는 예로 <겨울왕국>을 선정했다.

이처럼 <겨울왕국>은 최근 10여 년 간 개봉한 애니메이션 영화의 경향과는 다른 특징을 여러 가지 보이고 있고, <겨울왕국>의 흥행 이후 지난 3년간 다양한 측면에서 애니메이션의 번역 경향이 변화하고 있다. 그러므로 <겨울왕국>은 한국 영상번역의 경향에서 주목할 만한 전환점이 된 작품이라고 판단했기 때문에 분석 텍스트로 선정했다.

### 3.2.1.2. <눈의 여왕>

<눈의 여왕>을 두 번째 분석 텍스트로 선정한 이유는 세 가지이다. 첫째, 이 작품은 애니메이션 제작에서는 주류라고 할 수 없는 러시아의 작품으로, 대형 제작사인 디즈니의 <겨울왕국>과 대조적인 지위에 있는 작품이기 때문에 선정했다. 그리고

수입과 배급 역시 국내의 중소기업이 맡아 진행한 작품이기 때문에, 대형 직배사와 배급사의 상영 전략과는 달랐다.

둘째, 지난 10년 간 애니메이션 더빙에서 자주 볼 수 있는 연예인 비전문 성우를 주인공으로 캐스팅한 작품이기 때문이다. 비전문 성우가 더빙한 작품의 특징을 살펴볼 수 있고, 전문 성우가 더빙한 분석 텍스트와 비교 가능하다.

마지막으로 후속편 영화가 개봉됐지만, 수입과 배급은 물론이고, 번역 및 홍보를 모두 다른 업체가 맡았다. 동일한 작품 시리즈의 수입·배급을 다른 업체가 맡는 것은 이례적인 사례이기 때문에 분석 텍스트로 선정했다.

### 3.2.1.3. <눈의 여왕2>

<눈의 여왕2>를 분석 텍스트로 선정한 이유는 두 가지이다. 첫째, <눈의 여왕2>의 번역 과정 행위자가 전작 <눈의 여왕>의 행위자와 다르다. 같은 제작사에서 제작한 후속편을 다른 수입사에서 수입해 다른 더빙 업체를 통해 녹음했고, 더빙하는 성우들까지 모두 바뀌었다. 이런 차이로 인해 제작사가 같은 두 작품의 영상번역 결과물은 전체적인 분위기가 완전히 변했다. 따라서 영상번역에서 번역 클라이언트를 비롯한 다양한 행위자에 따라 유사한 작품이 얼마나, 어떻게 변화하는지 살펴볼 수 있다.

둘째, 필자가 직접 녹음 과정에 참여해 관찰할 수 있었기 때문이다. 일반적으로 더빙 녹음 과정은 비공개되며, 홍보를 위한 언론 공개 이외에는 관계자의 출입이 어렵다. 그러므로 더빙 녹음 현장을 참관할 수 있는 작품 중 하나를 분석 텍스트로 선정했다.

### 3.2.1.4. <셜록>

분석 텍스트로 <셜록> 시리즈를 선택한 이유는 네 가지다. 첫째, <셜록>은 시즌1은 BBC에서 방송한 지 4개월 뒤에, 시즌2는 4주 뒤에, 시즌3는 4일 뒤에 KBS에서 방영했다. 이렇게 시즌마다 BBC와 KBS에서 방영한 날짜의 간격이 점점 좁아져, 시즌3의 에피소드1은 BBC에서 방영한 지 불과 나흘 만에 KBS에서 번역된 작품을 방영했고 이는 같은 영어권 국가인 미국보다도 빠른 아시아 최초의 방영일자였다.

둘째, <셜록> 시리즈는 첫 번째 분석 텍스트인 <겨울왕국>과 함께 번역에 대한 언론 기사와 관련 행위자들과의 인터뷰가 가장 많았던 작품이다. 한국에서 극장 개봉 애니메이션 영화와 지상파에서 방영되는 해외 드라마는 큰 관심을 받지 못한다. 그러나 <겨울왕국>과 <셜록>은 각 언론사에서 다양한 주제별로 인터뷰를 하고, 기획 기사를 신는 등 다양한 언론 매체에서 관심을 받았다. 특히, 이전까지는 좀처럼 찾아볼 수 없었던 번역과 관련된 기사가 많았고, 더빙 연출가나 목소리 연기를 맡았던 성우들의 인터뷰도 여러 차례 이루어졌다. 긍정적인 평가를 받았던 <겨울왕국>과 달리 <셜록>의 더빙은 시청자와 클라이언트, 성우 간의 의견 차이로 언론과 대중의 주목을 받았다. 그러므로 두 작품의 더빙은 어떤 차이가 있으며, 이 차이가 각

작품의 더빙번역에 대한 시청자의 전혀 다른 반응과 어떤 관련이 있는 지 살펴볼 수 있을 것으로 기대했다.

셋째, <설록>은 한 작품을 KBS, KBS미디어, BTV, OllehTV라는 각기 다른 클라이언트가 다른 목표 시청자를 대상으로 다르게 번역해 방영했다. 따라서 클라이언트에 따른 번역의 차이를 확인해 볼 수 있는 작품이다.

넷째, 시즌1부터 시즌3까지 <설록>은 시즌별로 세 편씩, 총 아홉 편이 2년에 한 시리즈씩 5년 간 방영되었기 때문에, 한 작품의 인기 등 영상번역과 관련된 다양한 제작환경의 변화와 이에 따른 번역 과정의 변화를 통시적으로 관찰하기 적합한 작품이다.

### 3.2.1.5. <왕좌의 게임>

<왕좌의 게임>을 분석 텍스트로 선정한 이유는 세 가지 이다. 첫째, <왕좌의 게임>은 다른 작품과 달리 더빙번역 없이 자막번역만 된 작품이지만, 같은 실사 드라마인 <설록>의 자막번역과 비교해 특징을 살펴볼 수 있다.

둘째, <설록>과 <왕좌의 게임> 등 성인을 대상으로 하는 작품은 IPTV 등 2차 부가 관련 서비스로 제공되는 경우에 영상과 번역을 따로 계약하거나 혹은 함께 계약을 하더라도 자막 작업을 다시 하는 등 다양한 형태로 재번역이 이루어지고 있기 때문에 분석 텍스트로 선정했다.

셋째, <왕좌의 게임>의 영상번역가인 황석희는 언론을 통해 작품의 번역 과정 및 영상번역의 다른 행위자들과의 관계에 대해 많이 언급하고 있다. 그러므로 이를 기반으로 작품을 둘러싼 행위자들 간의 관계를 살펴볼 수 있다.

## 3.2.2. 분석 텍스트의 클라이언트

분석 텍스트 중 <겨울왕국>, <눈의 여왕>, <눈의 여왕2>는 극장 개봉 영화로 <겨울왕국>만 직배사이고, <눈의 여왕>과 <눈의 여왕2>는 국내 수입·배급사의 작품이다. <설록>, <왕좌의 게임>은 TV 시리즈로 각각 국내의 업체가 수입과 배급을 맡았다. 각 분석 텍스트의 클라이언트는 다음과 같다.

### 3.2.2.1. <겨울왕국>의 클라이언트

<겨울왕국>의 클라이언트는 제작사이자 수입·배급사인 월트 디즈니(Walt Disney)이다. 디즈니는 직배사 시스템으로 전 세계에 배급하고 있으며, 한국의 수입 및 배급은 한국 소니픽처스 릴리징 월트디즈니 스튜디오스 코리아(이하 디즈니코리아)가 맡고 있다. 디즈니와 같은 직배사의 경우, 국내 대형 배급사와의 상영권 점유 경쟁에서 밀릴 가능성이 있다. <겨울왕국>의 흥행 성공 이전까지 디즈니의 작품은 같은 대형 제작사에서 만든 드림웍스의 <슈렉>, <쿵푸팬더>, <드래곤 길들이기>에 비해 흥행에 크게 성공하지 못했다. 이는 드림웍스의 국내 배급을 맡고 있는 CJ E&M이 투자배급사로 영화계 최고의 “절대 권력”(정양환 2015. 2. 11)이기 때문이다. 이런

국내 대형 배급사의 힘은 자사의 투자배급 영화에 상영권 배정을 많이 할 수 있기 때문에, 직배사를 포함한 다른 배급사의 상영권 점유율이 떨어지거나, 수치적 점유율은 유지되지만 상영 시간대가 관객의 좌석 점유율이 높지 않은 시간이기 때문에 결국 수익률이 떨어지게 된다. 따라서 한국에서 직접 배급을 하는 디즈니와 픽사는 지금까지 상대적으로 흥행이 잘 되지 않았다. 그러나 <겨울왕국>의 흥행으로 2014년 1분기에 디즈니코리아의 관객점유율은 23.8%로 국내의 배급사 중 1위였다.

직배사가 국내 대형 배급사와의 경쟁에서 불리하다는 한계에도 불구하고, 직배사 시스템은 디즈니 등 제작사의 이름이 가지는 권위와 작품성에 대한 기대 덕분에 다른 제작사들의 작품에 비해 일정 수준 이상의 흥행은 늘 유지된다. 그러므로 다른 중소 배급사보다는 훨씬 공격적인 투자가 가능하고, <겨울왕국> 역시 연예인 비전문 성우를 캐스팅하는 한국의 유행과 상관없이 전문 성우가 목소리 연기를 녹음하고, 노래는 전문 성우와 뮤지컬 배우가 나누어 부르는 이전까지는 흔하지 않던 시도를 할 수 있었다. 또한 씨스타의 효린이 부른 엔딩 크레딧의 노래(<Let It Go>)를 뮤직비디오로 만들어 홍보하는 등 다른 작품과는 다른 방식의 투자와 홍보를 시도했다.

### 3.2.2.2. <눈의 여왕>의 클라이언트

<눈의 여왕>의 제작사는 러시아의 기업으로 러시아는 애니메이션 제작의 강국은 아니다. 그러나 러시아어가 아닌 영어로 작품을 제작한 것으로 보아, 국내 상영이 아닌 수출을 목적으로 만든 작품이라는 것을 알 수 있다.

<눈의 여왕>의 클라이언트는 한국의 중소기업으로 수입은 (주)씨씨에스미디어가 맡았고, 배급은 NEW가 맡았다. 수입사인 (주)씨씨에스미디어가 수입한 작품의 제작 국가를 살펴보면 알 수 있듯이, 대부분의 작품들은 대형 제작사의 제작 작품이 아닌 다양한 국가들의 작품이다<sup>8)</sup>. 또한 <눈의 여왕>의 배급을 맡은 NEW 역시 중소 투자배급사이다. 그리고 번역 클라이언트인 수입사의 대표가 더빙 연출을 맡았다는 점은 <눈의 여왕>과 일반적인 다른 더빙 애니메이션과의 차이점이다.

### 3.2.2.3. <눈의 여왕2>의 클라이언트

<눈의 여왕2>는 <눈의 여왕>의 후속편으로 제작사는 동일하지만, 국내의 수입·배급사는 다르다. 극장 개봉작이라 하더라도 후속편은 전작의 수입·배급사가 수입과

8) 2006년 설립한 (주)씨씨에스미디어는 영화 애니메이션 제작과 영화 수입 및 배급, 비디오물 제작 그리고 국내 캐릭터라이선싱 수입 및 수출사업을 주로 하고 있는 업체다. 수입한 작품으로는 <톨스토이의 마지막 인생>(2010)(롯데시네마 배급), <아프리카 마법여행>(2011)(롯데시네마 배급 및 투자), <드래곤볼Z: 신들의 전쟁>(2013)(20세기폭스 배급)(일본), <스퀴시>(Squishes, 2014)(한국, 미국), <모비우스>(Mobius, 2014)(프랑스), <감루 3D>(Kamlu 3D, 2014)(인도), <드래곤 네스트 3D: 라이즈 오브 블랙 드래곤>(Dragon Nest 3D, 2014)(한국, 중국), <투모로우>(Tomorrow, 2014)(미국), <테스트먼트>(Testment, 2015)(미국), <차밍 3D>(Charming 3D)(미국), <피노키오 3D>(Pinocchio 3D, 2015)(미국, 프랑스), <윌리엄 텔 3D>(William Tell 3D, 2016)(미국) 등이다.

배급하는 것이 일반적이지만, <눈의 여왕2>는 예외였다. <눈의 여왕2>의 수입사는 중소수입업체인 시네마리퍼블릭이고, 배급사는 씨네그루(주) 다우기술이다.

#### 3.2.2.4. <셜록>의 클라이언트

<셜록>의 제작사는 영국의 국영방송인 BBC로 BBC ONE에서 방영했다. BBC는 영향력 있는 방송사지만, <셜록>의 영상번역 과정에서 한국의 수입·배급사가 클라이언트로 역할을 한다.

이 논문에서 분석한 <셜록>의 클라이언트는 총 넷으로 KBS, KBS미디어, IPTV인 BTV와 OllehTV이다. <셜록> 시리즈는 OCN 등 케이블 채널에서도 수입해 자막번역으로 방영했지만, 케이블 채널의 영상은 별도의 구매가 불가능하기 때문에 위의 네 클라이언트만 분석 대상으로 한다.

국내에서 가장 먼저 <셜록>을 수입한 클라이언트는 KBS로 KBS2에서 더빙판과 자막번역로 방영했다. <셜록>의 다른 클라이언트는 IPTV인 BTV와 OllehTV이다. 두 업체는 동일한 번역을 사용했지만, 영상이나 자막, 제목 서비스 제공 방식 등 다양한 부분에서 다른 서비스를 제공하기 때문에 다른 클라이언트로서 작용하고 있다.

#### 3.2.2.5. <왕좌의 게임>의 클라이언트

<왕좌의 게임>의 클라이언트는 <왕좌의 게임>을 방영하고, DVD 제작을 맡은 케이블 채널인 SCREEN(스크린) 채널이다. SCREEN은 편성, 번역 가이드 등 다양한 부분에서 케이블 채널로서의 특징을 보이고 있기 때문에 다른 작품들의 클라이언트와의 차이점을 확인할 수 있다. 그리고 이를 2차 부가권으로 계약해서 IPTV로 송출한 BTV와 OllehTV가 또 다른 클라이언트이다. 그러나 <왕좌의 게임>의 번역을 비교해본 결과 BTV와 OllehTV의 번역은 SCREEN의 번역과 거의 유사한 번역으로 SCREEN의 번역을 기반으로 하고 있다는 것을 알 수 있었다.

### 3.3. 연구 방법

이 논문은 과학기술학(Science and Technology Studies: 이하 STS)에서 출발해 현재 사회학 이론으로 자리잡은 부르노 라투르(Bruno Latour)의 행위자-네트워크 이론(Actor-Network Theory: 이하 ANT)에서 제안하는 “행위자를 추적하라”(follow the actors)(Latour 1987)는 연구 방법을 따른다<sup>9)</sup>. 일반적으로 라투르의 ANT는 관찰자가 하나 혹은 그 이상의 프로젝트에 참여하여 행위자의 행동을 관찰하고 추적하는 방

---

9) 라투르의 ANT는 기디언 투리(Gideon Toury)의 기술번역학(Descriptive Translation Studies: DTS)와 유사하다. 그러나 두 이론 사이에는 몇 가지 차이점이 있기 때문에, 본 연구는 투리의 기술번역학이 아닌 라투르의 ANT를 분석 방법으로 선전했다. 그러나 이 논문에서는 지면상의 이유로 자세한 설명은 생략한다.

식으로 진행된다. 그러나 이 논문에서 연구하고 있는 영상번역을 비롯한 많은 번역 연구에서는 연구자가 해당 번역 프로젝트의 행위자가 아닌 경우에는 번역 과정에 참여하고 관찰하기 어렵다. 그러므로 이 논문에서는 더빙 녹음 참관과 행위자 인터뷰 등 일반적으로 ANT에서 주로 사용하고 있는 방법과 번역학 연구에서 주로 사용하는 텍스트 분석과 더불어 인터넷 조사를 함께 사용한다. STS에서 출발한 ANT 역시 연구 보고서와 학술 발표 내용 등의 자료를 행위자를 추적하는 방법의 하나로 사용하기 때문에, 이 연구 역시 인터넷 기사를 통해 클라이언트라는 행위자를 추적한다.

## 4. 분석 결과

본 장에서는 다양한 자료를 통해 추적한 클라이언트의 역할이 영상번역에서 구체적으로 어떻게 드러나는지 정리한다.

### 4.1. 분석 결과

인터넷 기사와 행위자 인터뷰, 더빙 녹음 참관, 텍스트 분석을 통해 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 극장 개봉 영화는 클라이언트가 직배사인지 국내의 수입·배급사인지에 따라 번역 전략의 차이를 보인다. 둘째, 매체에 따라 클라이언트가 제시하는 번역 가이드와 번역 스타일이 다르다. 셋째, 번역 모드에 따라 클라이언트가 선호하는 번역 스타일이 다르다. 넷째, 영상번역이 제공되는 매체가 다양해지고 그 수가 증가함에 따라 번역 클라이언트가 증가하고, 이로 인해 영상번역의 수량도 증가한다.

#### 4.1.1. 클라이언트에 따른 번역 차이

행위자 인터뷰와 더빙 녹음 참관을 통해 관찰한 클라이언트는 영상번역의 과정에 세세하게 관여하지 않는다. 그러나 인터뷰, 녹음 참관을 비롯해 인터넷 기사에서 클라이언트가 해당 작품의 영상번역의 번역 환경을 결정하는 행위자의 역할을 하는 것을 확인할 수 있다. 현재 국내의 영상번역 현장에서 클라이언트는 극장 개봉 영화의 수입사와 TV 매체의 방송사로 나눌 수 있다. 극장 개봉 영화의 클라이언트는 다시 국외의 직배사와 국내의 수입·배급사로 나눌 수 있다. 직배사는 국내의 수입·배급사에 비해 번역 과정에서 더 많은 영향력을 행사한다. 직배사는 제작 클라이언트가 곧 번역 클라이언트이므로 영상번역의 과정에서 매 순간 제작사의 확인을 받는다. 반면, 국내의 수입·배급사가 번역 클라이언트가 되는 경우에는 제작사와 수입·배

급사가 분리되기 때문에, 작품과 상황에 따라 클라이언트의 권한이 다양하게 변화한다.

극장 개봉 영화의 대표적인 직배사인 워너브라더스(Warner Brothers Pictures Inc.), 20세기폭스(20th Century Fox Film Corporation), 유피아이(UPI) 등은 미국 본사에서 전 세계 모든 자막을 직접 관리한다(김구철 2015. 3. 25). 예를 들어, 20세기폭스와 계약을 맺은 자막업체에서 한국의 번역가에게 직접 대본과 영상 파일을 보내주고, 완성된 자막을 받아 극장 상영용 디지털시네마패키지(이하 DSP)를 제작한다(김구철 2015. 3. 25) UPI도 한국 지사에서 번역가에게 의뢰해 만든 자막을 받아 영상에 입히고, 이 파일을 다시 미국에 보내 검수 과정을 거친 후 최종적으로 DPS를 만든다(김구철 2015. 3. 25). 또 다른 직배사 중 하나인 디즈니는 전 세계에서 가장 큰 애니메이션 제작사 중 하나이다. 자막번역을 주로 하는 다른 직배사들과 같이 더빙번역을 주로 하는 디즈니는 더빙번역의 품질 관리가 까다롭다. 디즈니는 더빙번역의 품질 관리를 위해 지상파 TV인 KBS에서 방영하던 과거에도 더빙 스튜디오와 연출가를 직접 2년 간 훈련시키기도 했다(우남희 2014. 3. 19). 더빙 연출가인 김정규는 할리우드에서 제작한 애니메이션의 더빙번역 중에는 “할리우드에서 슈퍼바이저가 찾아와 그들의 방식을 강요”(정예찬 2014. 1. 17)하는 경우도 있다고 말했다. 이처럼 직배사는 직접 번역 품질을 관리하기 때문에, 대부분의 직배사는 해당 국가의 영상번역 경향에 따르기보다는 각각 자체 기준을 가지고 영상번역을 진행한다. 그러므로 일부 직배사에서 선호하는 특징이 드러나기도 한다. 예를 들어, 20세기폭스코리아는 유머를 가미한 재미있고 간결한 자막을, 워너브라더스코리아는 원본에 충실하며 너무 압축하지 않은 자막을 선호한다는 것이 중론이다(장미 2007. 5. 29).

이와 반대로 한국의 수입배급사가 번역 클라이언트인 경우에는 작품과 상황에 따라 클라이언트의 번역 전략이 다양한데, 대체로 당시 국내에서 유행하는 영상번역 경향을 따르는 경우가 많다. 동일한 제작사가 만든 <눈의 여왕>과 <눈의 여왕2>은 국내의 수입사가 달라지면서 전혀 다른 번역 전략을 사용했다. 2006도 이후로 한국 애니메이션 영화는 연예인 비전문 성우가 더빙하는 것이 유행이었다. <눈의 여왕>은 이런 당시 국내 더빙번역 경향을 따라, <늑대소년>으로 주목 받던 배우 박보영과 <개그콘서트>의 개그맨 이수근을 캐스팅했다. 그리고 대중에게 알려진 전문 성우인 최수민과 전문 성우 출신 배우인 장광을 캐스팅함으로써 홍보 효과와 더빙 품질의 향상을 시도했다.

그러나 동일한 제작사의 후속편인 <눈의 여왕2>를 수입한 시네마리퍼블릭은 <겨울왕국> 이후 변화한 국내 애니메이션 더빙 경향대로 전문 성우를 캐스팅하고, <겨울왕국>의 OST인 ‘Let It Go’를 부른 효린과 같은 그룹의 소유가 엔딩곡을 부르는 번역 전략으로 더빙 품질과 홍보 효과를 동시에 노렸다.

이렇게 극장 개봉 영화는 클라이언트가 직배사인지 국내의 수입사인지에 따라 클라이언트의 번역 전략의 경향 차이가 뚜렷하지만, TV의 지상파나 케이블 채널을 통해 방영되는 드라마 시리즈는 수입사에 따른 차이보다는 매체에 따른 차이가 더욱 크게 나타난다.

#### 4.1.2. 매체에 따른 번역 스타일의 차이

영상번역은 제공되는 영상 매체에 따라 클라이언트가 제공하는 번역 가이드가 다르기 때문에 번역 스타일이 크게 차이 난다. 물론 본 논문에서 살펴본 분석 텍스트 중, 극장 개봉작과 DVD, IPTV(<겨울왕국>, <눈의 여왕>, <눈의 여왕2>), 지상과 TV와 DVD(<셜록> 시리즈), 케이블 채널과 DVD, IPTV(<왕좌의 게임>)의 번역이 동일하다. 그러나 이는 이 연구에서 분석한 텍스트의 경우일 뿐, 일반적으로 극장 개봉 영화와 케이블 채널, 지상과 TV 등은 매체에 따라 번역 스타일의 차이를 보인다. 그러므로 많은 작품이 DVD나 블루레이, 케이블 채널, IPTV 등에서 각각 재번역된다.

이 중 가장 뚜렷한 번역 스타일의 차이를 보이는 매체는 극장과 케이블 채널이다. 일반적으로 지상과 TV의 번역 스타일은 케이블 채널과 크게 다르지 않다. 영상번역가와와 인터뷰, 인터뷰 기사, 블로그의 글을 통해 영상번역가들이 밝힌 극장과 케이블 채널의 번역 가이드는 네 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 극장의 작품은 재미를 우선하고, 케이블 채널은 출발 텍스트에 충실한 번역을 선호한다. 극장 개봉 영화의 번역에도 유행 경향은 있지만 작품마다 번역 전략이 매우 다양하고, 최근에는 예전보다 유행어를 적게 쓰지만, 케이블 채널이나 IPTV와 비교하면 여전히 관객의 재미를 우선한다. 반면, 케이블 채널의 영화나 드라마는 출발 텍스트에 충실한 번역을 주로 하고, 유행어나 개그가 없는 중성적인 번역을 선호한다. 이는 짧은 기간 상영하는 극장과 달리 케이블 채널에서는 여러 차례 재방송되기 때문이다. 예를 들어, <박물관이 살아있다>(Night at the Museum, 2006)는 극장 개봉 당시에는 배급사인 20세기폭스사의 요구로 유행어를 넣은 번역을 시도했다. 그러나 이후 케이블 채널인 OCN에서 <박물관이 살아있다>를 방영할 때는 유행어를 전혀 사용하지 않고 번역했다.

둘째, 극장과 케이블 채널에서 허용하는 표현의 수위가 다르다. 극장의 영화는 영상물등급위원회에서 영화마다 관람 등급을 결정하기 때문에, 청소년 관람불가 등급의 영화는 성적 표현이나 비속어 등을 자유롭게 사용한다. 반면, 케이블 채널은 성적 표현이나 비속어에 관해 훨씬 까다로운 기준을 적용해서 야한 표현, 비속어, 욕설을 최대한 자제한다. 대표적인 예는 케이블 채널에서는 섹스'라는 단어 자체를 사용하는 것에 민감하다(정시우 2013. 4. 22). 비속어 역시 제한된 표현만 가능하고, 거친 표현조차 사용하지 못하는 케이블 채널도 많다. 다음은 SCREEN에서 방영하는 <왕좌의 게임>에서 실제 방영된 자막과 영상번역가가 제시한 자막이다.

예시 1. <왕좌의 게임>

ST : [Clegane] Pull out you gut, grip your throat.

TT1<sup>10)</sup>: [클리게인] 네놈의 목을 부르뜨릴 테다

TT5<sup>11)</sup>: [클리게인] 네놈의 창자를 뽑아 / 목을 즐라 버릴 테다

10) TT1: Target Text1. 도착어 텍스트로 본 연구에서는 DVD에 자막번역 된 자막을 TT1으로 표기한다.  
11) TT5: Target Text5. 영상번역가의 번역으로 실제 자막번역에 적용되지 않은 번역을 TT5로 표기

셋째, 케이블에서는 극장보다 띄어쓰기, 맞춤법, 부호표기 등 그 기준이 훨씬 엄격하고, 요구하는 용어의 범주도 명확하다. 예를 들어, ‘홍길동 씨’에서 ‘홍길동’과 ‘씨’ 사이의 띄어쓰기나 ‘힘 줌 씨 봐’의 ‘씨 봐’ 등의 표현은 극장에서는 지키지 않는 경우가 많다. ‘못해’와 ‘못 해’, ‘안돼’와 ‘안 돼’는 띄어쓰기에 따라 의미가 완전히 변한다. 그럼에도 불구하고 극장의 영화 자막은 시각적으로 보기 편한 띄어쓰기를 사용하는 경우가 대부분이다. 극장의 화면은 크기 때문에 띄어쓰기의 공간 크기가 상대적으로 넓게 느껴져서 시각적으로 불편하거나 예쁘지 않기 때문에, 극장 개봉 영화를 번역하는 많은 영상번역가들은 미적 효과를 위해 의식적으로 띄어쓰기를 지키지 않는 경우가 많다. 그러나 케이블 채널은 원칙적으로 문법적 띄어쓰기를 따른다.

그리고 극장 개봉 영화를 번역하는 경우에는 맞춤법에 맞지 않는 표현이나 문장 부호를 자유롭게 사용한다. ‘했고요’를 구어체인 ‘했구요’라고 소리 나는 대로 쓰거나 (정시우 2013. 4. 22), ‘뭘 때문에’를 ‘뭇 땀에’라고 쓰는 것도 극장에서는 가능하지만, 케이블에서는 허용되지 않는 표현이다(함혜숙 2012. 1. 16). 또한 극장에서는 ‘?!’ 처럼 문장부호를 겹쳐서 사용할 수 있지만, 케이블에서는 허용되지 않는다(함혜숙 2012. 1. 16).

케이블 채널에서는 이런 문법뿐만 아니라 상세한 용어에 대한 번역 가이드도 엄격히 제시한다. <왕좌의 게임>을 번역한 황석희는 작품이 판타지 사극이고 ST의 대사도 시대상을 반영한 고풍스러운 어휘이기 때문에 번역에 이런 느낌을 반영해 시즌1을 번역했다. 그러나 시즌2를 번역할 당시, <왕좌의 게임>의 클라이언트인 SCREEN은 “시청자들이 어려워할만한 어휘는 쓰지 말아 달라”(황석희 2012. 7. 21)고 요구했다. 예를 들어, ‘wedding’의 번역인 ‘혼인’을 ‘결혼’으로 바꾸거나, ‘league’ (약 3마일을 뜻하는 단위)의 번역인 ‘리’를 ‘km’로 바꾸는 것이다.

넷째, 극장은 출발 텍스트와의 거리가 중요하지 않지만, 케이블 채널은 가능한 출발 텍스트에 가까운 번역을 한다. 케이블 채널은 소위 ‘의역’이라고 부르는 방식의 번역을 한 경우에 오역이라고 지적을 받기 때문이다. 영상번역가 황석희가 시청자에게 ‘잘못된 번역’ 혹은 ‘오역’이라고 지적 받은 부분은 다음과 같다. 예시 2의 상황은 킹스랜드의 전설적인 노(老)기사인 바리스탄 셀미(Baristan Selmy)가 자신의 앞을 막아서는 젊은 왕성 근위대 다섯 명의 앞에서 소리친 대사이다(황석희 2012. 7. 21).

예시 2. <왕좌의 게임>

ST : [Baritan] Even now, I could cut through / the five of you like carving a cake!

TT1: [바리스탄] 지금도 대어섯은 / 가뿐히 벨 수 있다!

TT5: [바리스탄] 지금도 너희 다섯을 / 케이크 자르듯 잘라버릴 수 있다

---

한다.

위의 예시 2는 문맥상 어색하지 않은 번역이다. 그러나 시청자는 출발 텍스트를 그대로 한국어로 옮기지 않았다는 이유만으로 ‘오역’이라 지적하고 있는 것이다. 이 경우는 극단적인 예이지만, 케이블 채널에서는 이런 경우가 빈번하기 때문에 최대한 출발 텍스트에 가까운 번역을 요구한다.

지금까지 살펴본 바와 같이 극장 개봉 영화는 대체로 번역 전략에 따라 번역 스타일이 자유롭고 다양한 반면, 케이블 채널은 대체로 엄격하다. 이렇게 극장과 케이블 채널이나 지상파 TV 등의 매체는 번역 스타일이 일부 공개된 반면, IPTV의 영상 번역 시장이 확장되기 시작한지 얼마 되지 않았기 때문에 IPTV별 번역 가이드에 대한 정보는 찾을 수 없었다. 그렇지만 일반적으로 케이블 채널의 번역 가이드 수준이라는 의견이 지배적이다(윤혜진 2015. 10. 16). 그리고 필자의 경험에 따르면 IPTV의 번역 클라이언트가 제공하는 번역 가이드는 일반적으로 케이블 채널의 번역 가이드가 유사하며, 일부 IPTV에서는 셋톱 박스나 VOD 제공을 위한 작업에 사용하는 기나 프로그램에 따라 특정한 글자나 부호를 금칙어로 제시하는 경우도 있다.

#### 4.1.3. 번역 모드에 따른 번역 스타일의 차이

이렇게 클라이언트가 직배사인지 국내의 수입사인지 혹은 매체의 종류가 무엇인지와 상관없이 번역 모드에 따라 번역 스타일이 다른 경우도 있다. 극장 개봉 영화와 지상파 TV 중 일부는 더빙번역을 제공한다. 일반적으로 더빙번역은 자막번역에 비해 길기 때문에, 더빙번역이 포함되는 영상번역은 종종 자막번역만으로 이루어지는 작품과 다른 특징을 보인다. 다음 예시 3은 <겨울왕국>의 자막번역과 더빙번역의 비교이다.

예시 3. <겨울왕국>

ST : [Kristoff] I don't want to scare you. // They can be a little / inappropriate and loud. // Very loud. // They are also stubborn at times, // and a little overbearing. // And heavy. Really, really, heavy. // But you'll get it. / They mean well. //

TT1 : [크리스토프] 다들 좀 무례하고 시끄러울 거요 // 엄청 시끄럽지 // 고집 세고 / 꽤 드세요 // 그리고 무거워요 / 굉장하! // 하지만 마음은 착해요

TT1)2 : [크리스토프] 겁 주는 게 아니라 // 그들 행동이 좀 엉뚱하거든요 / 그리고 시끄럽죠 // 무지 시끄럽죠 // 또 고집도 아주 세고 // 때론 고약하게 굴기도 하며 // 아주 무겁죠 / 정말이지 어마하게 무거워요 // 그래서 혹시 불편할까봐 / 하지만 진짜 착해요

이처럼 더빙번역이 자막번역보다 길기 때문에 더빙번역과 자막번역이라는 두 가지 번역 모드가 있는 작품은 자막번역만 있는 작품보다 긴 편이다. 그 이유는 두 가

12) TT2: Target Text2. 도착어 텍스트로 본 연구에서는 DVD와 KBS 방영 시 더빙대사와 <설류>의 KBS 방영 시 영상의 화면을 TT2로 표기한다.

지 모드의 번역이 이루어지는 경우에 클라이언트는 더빙번역이 가능한 영상번역가에게 의뢰하고 영상번역가 역시 더빙번역을 염두에 두고 번역을 하기 때문이다. 다음의 예시 4는 KBS의 번역을 사용한 DVD의 자막과 더빙, BTV의 번역 중 한 부분을 비교한 것이다.

예시 4. <셜록> 시즌1 에피소드1

ST : [Watson] **Er, here...** use mine.

TT1 : [왓슨] **어, 여기**, 내 거 써요

TT2 : [왓슨] **어, 여기**, 내 거 써요

TT3<sup>13)</sup> : [왓슨] **그럼...** // 내 걸 써요

일반적으로 자막번역은 ST의 소리를 시청자가 그대로 들을 수 있기 때문에, 배우의 호흡을 글자로 넣지 않는다. 그러나 더빙번역은 배우의 호흡까지 연기하기 때문에 더빙 대본에는 호흡까지 넣는다. 따라서 TT2의 대사는 성우가 목소리 연기를 하기에 적합한 반면, 자막을 목적으로 번역된 TT1은 시청자의 가독성을 해치기 때문에 적절한 자막이라고 보기 어렵다. TT3과 비교하면 이런 점은 더욱 잘 드러난다. <겨울왕국>과 <셜록>의 자막 중 위의 예시처럼 더빙번역의 특징이 드러나는 부분을 여러 곳에서 찾을 수 있다. 그러므로 TT1의 자막과 TT2의 더빙은 같은 대본으로 제작한 것을 알 수 있다.

특히, <셜록>의 DVD 자막은 이런 스타일의 차이가 더욱 뚜렷하다. 일반적으로 자막번역은 최대 두 줄, 한 줄에 띄어쓰기를 포함해 10자에서 최대 14자 정도로 제한하고 있다. 하나의 자막이 화면에 떠 있는 시간인 5~6초 동안 읽을 수 있는 글자 수를 계산한 결과이다. 그러나 <셜록>의 DVD 자막은 자막번역의 글자 수 제한을 철저히 지키지 않고 있다. DVD의 자막은 KBS의 방영 당시 더빙을 위한 대본을 기초로 제작되었기 때문이다. 반면, 예시 5와 예시 6에서 자막으로 제작하기 위해 번역된 TT3의 글자 수는 자막번역의 글자 수 원칙을 따르고 있다.

예시 5. <셜록> 시즌1 에피소드1

ST : [Holmes] Mrs. Hudson, the landlady, / she's given me a special deal. // Owes me a favour. A few years back, //

TT1: [홀مز] **허드슨 부인이 집주인이신데 / 나한테 신세진 게 있어서 싸게 해줬어요 //**

TT2: [홀مز] 허드슨 부인이 집주인이신데 / 나한테 신세진 게 있어서 싸게 해줬어요 //

TT3: [홀مز] **허드슨 여사가 내게 신세진 게 / 있어서 좀 싸게 해 줬어요 //**

예시 6. <셜록> 시즌1 에피소드1

ST : [Holmes] I'm guessing the media, going by / the frankly alarming shade of pink.

13) TT3: Target Text3. 도착어 텍스트로 본 연구에서는 IPTV인 BTV의 자막번역을 TT3으로 표기한다.

- TT1: [홈즈] 눈에 띄는 분홍색 옷을 입은 걸로 봐서 / 미디어 쪽 종사자일 가능성이 커요
- TT2: [홈즈] 눈에 띄는 분홍색 옷을 입은 걸로 봐서 미디어 쪽 종사자일 가능성이 높아요
- TT3: [홈즈] 분홍색으로 빼입었으니 / 방송 쪽일 확률이 높고요 //

예시 5와 예시 6에서 볼 수 있듯이 같은 자막번역인 TT1과 TT3은 같은 자막번역임에도 불구하고 길이가 차이가 난다. TT1은 더빙번역인 TT2와 같지만, TT3은 일반적인 자막번역의 길이에 맞춘다. 이렇게 더빙번역을 중심으로 번역하는 경우에는 예시 7과 예시 8처럼 더빙번역보다 자막번역이 더 긴 경우도 발생한다.

예시 7. <셜록> 시즌1 에피소드1

ST : [Holmes] And I know your therapist thinks / your limp's psychosomatic, // quite correctly, I'm afraid.

TT1: [홈즈] 당신 상담 치료사는 당신이 심리적인 이유로 다리를 전다고 믿고 있어요 // 나도 그렇게 생각하고요

TT2: [홈즈] 당신 상담 치료사는 심리적인 이유로 다리를 전다고 믿고 있어요 // 나도 그렇게 생각하고요

TT3: [홈즈] 담당 정신의는 스트레스로 / 몸에 이상이 온 거라고 하죠 //

예시 8. <셜록> 시즌1 에피소드1

ST : [Holmes] Always a chance that my number will be / recognised. It's on the website.

TT1 : [홈즈] 내 건 안 돼요, 번호가 웹사이트에 / 올라 있어서 알아볼지도 모르거든요

TT2 : [홈즈] 내 번호는 웹사이트에 올라 있어서 알아볼지도 모르거든요

TT3 : [홈즈] 내 번호는 홈페이지에 남겨 뒀서 / 들길지도 모르거든요

자막번역인 TT1이 더빙번역인 TT2보다 긴 이유는 영상번역가가 더빙을 위해 번역한 문장을 성우가 줄여서 녹음했지만, 자막은 영상번역가가 더빙을 위해 번역한 그대로 작업되었기 때문이다.

이처럼 <셜록> 이외에도 <겨울왕국> 등 더빙번역과 자막번역을 동시에 제작하는 작품은 자막번역에서 더빙번역의 특징을 찾을 수 있다. 클라이언트는 번역 모드에 따라 다른 번역 가이드를 제시하기 때문이다.

#### 4.1.4. 매체의 다양화로 인한 번역 수량 증가

클라이언트가 직배사인지 국내의 수입사인지에 따라 번역 전략이 달라지고, 영상 매체와 번역 모드에 따라 클라이언트가 제시하는 번역 가이드가 달라지기 때문에, 동일한 작품이라도 여러 번 번역되기도 한다. 그리고 그 결과 영상번역의 수량은 증가한다.

분석 텍스트 별 번역 상황은 다음과 같다. 애니메이션 영화인 <겨울왕국>은 극장

개봉용으로 더빙번역과 자막번역이 상영되었고, 동일한 번역이 DVD에 사용되었다. <겨울왕국>은 케이블 채널에서는 방영되지 않았으며, 현재 IPTV인 BTV와 OllehTV에서 극장 개봉과 동일한 번역으로 더빙과 자막이 제공되고 있다. 애니메이션 영화인 <눈의 여왕>은 더빙번역만으로 극장 개봉되었고, DVD의 더빙번역과 자막번역은 동일하다. <눈의 여왕>은 케이블 채널에서는 방영되지 않았고, IPTV는 OllehTV에서는 서비스되지 않으며 BTV에서는 더빙번역만 제공된다. 애니메이션 영화인 <눈의 여왕2>는 더빙번역으로 극장 개봉되었고, 같은 더빙번역과 자막번역으로 DVD가 제작되었다. 케이블 채널에서는 아직 방영되지 않았고, 현재 IPTV인 BTV에서는 극장 개봉 시와 동일한 더빙번역과 자막번역으로 OllehTV에서는 더빙번역으로만 제공되고 있다.

실사 드라마인 <셜록> 시리즈는 최근 국내에서 가장 다양한 클라이언트와 매체를 통해 반복적으로 번역되고 방영된 작품이다. <셜록> 시리즈는 국내에서 각기 다른 번역 클라이언트에 의해 최소 세 번 이상 번역되었다. 첫 번째 번역 클라이언트는 지상파 방송사인 KBS이다. KBS는 더빙번역과 자막번역으로 방영했고, 모두 한 번역가가 번역했다. 두 번째 번역 클라이언트는 DVD를 제작, 판매한 KBS 미디어(KBS Media)이다. DVD의 자막번역과 더빙번역은 KBS의 번역과 동일하지만, 영상의 CG 등에서 차이가 있다. 세 번째 번역 클라이언트는 자막번역으로 방영한 OCN 등 케이블 채널이다. 케이블 채널의 자막번역은 본 논문에서 분석 텍스트로 다루고 있지 않지만, 필자가 해당 채널의 자막번역과 DVD 등의 자막번역과 비교해서 다른 번역임을 확인했다. 네 번째 번역 클라이언트는 BTV와 OllehTV 등 IPTV이다. 두 IPTV에서는 영상번역가의 이름이 공개되지 않았지만, 번역가를 알 수 있는 KBS(DVD)와 각 에피소드의 제목 및 에피소드 별 줄거리, 작품 내의 자막이 다른 것을 통해 다른 번역가가 번역했음을 알 수 있다. 최근에는 저작권 계약 없이 불법으로 번역을 무단 도용 할 수 없기 때문에 재번역을 하거나 번역까지 포함해 판매하기 때문이다. 그러나 <셜록>은 DVD와 IPTV의 번역은 다르지만, IPTV 간의 번역은 동일하다. IPTV 간의 번역을 제목과 요약, 영상의 자막을 비교해서 보았을 때 번역가의 번역까지 포함된 영상을 구매해서 자막을 새로 제작했다는 것을 알 수 있다. 또한 영상과 번역에 대한 계약은 시즌 별로 다르게 진행되었음도 확인할 수 있었다.

실사 드라마인 <왕좌의 게임>은 케이블 채널인 SCREEN에서 자막번역으로 방영되었고, 동일한 자막으로 DVD가 출시되었다. 케이블 채널인 SCREEN이 DVD의 클라이언트로 DVD의 제작배급을 했기 때문이다. <셜록>과 마찬가지로 <왕좌의 게임>역시 IPTV에서 영상번역가의 이름을 제공하지 않았다. 그러므로 영상의 자막을 비교해서 BTV와 OllehTV의 번역은 스크린의 방영 시 번역한 황석희의 번역을 기반으로 하지만, 일부 수정된 것을 확인했다. 이처럼 같은 IPTV 채널이라도 각 작품마다 계약 기준이 다르기 때문에 같은 번역을 사용하기도 하고, 다른 번역을 사용하기도 한다.

분석 텍스트뿐만 아니라 국내 영상번역 전반의 경향을 살펴보면 최근 국내 영상

번역의 수는 꾸준히 증가하고 있다. 2000년도 초반까지 케이블 채널과 지상파 TV에서 인기리에 방영되던 외화 시리즈는 불법 다운로드 등의 이유로 최근 몇 년 사이 TV에서 방영하는 수가 감소했지만, 영화 수입배급사들이 수입하고 있는 영화의 수는 지난 10여 년간 꾸준히 증가하고 있다(윤혜진 2015. 10. 16). 상영권 수가 제한된 극장이나 TV 채널 외에도 영화나 드라마를 제공할 수 있는 다양한 매체가 발생했기 때문이다. 현재 국내에서 대표적인 영상번역 매체는 극장, DVD나 블루레이, 지상파 TV, 케이블 채널, IPTV 등 다섯 가지이다. 극장과 비디오물, 지상파 TV는 1960년대부터 1980년대까지, 케이블 채널은 1990년대부터 2000년대까지 영상번역의 수요를 증가시킨 영상 매체이다. 최근 영화와 드라마 수입 물량이 증가하게 된 결정적 매체는 IPTV 등 VOD 서비스이다. 2000년대 초 2차 부가관련 시장이 몰락하면서 한국 영화산업은 극장 매출에 의존하는 기형적인 형태로 아슬아슬하게 유지되어왔다(김성훈 2014: 63). 이런 상황에서 IPTV는 태동한지 불과 7년 만에 몰락했던 2차 부가관련 시장을 완전히 부활시켰다. 이처럼 영상 매체가 다양해지면서 수입 물량이 증가하면서 영상번역의 양도 증가했다. 그리고 동일한 작품이 영상 매체에 따라 각각 다른 번역 가이드에 맞춰 재번역이 이루어지기도 했다.

그리고 최근 DVD의 저장용량이 급증하면서, DVD에는 단순히 극장 개봉작과 동일한 본편 영상뿐만 아니라, 감독의 코멘터리, 메이킹 필름, 인터뷰 등 다양한 영상이 추가된다. 그리고 이렇게 DVD에 추가되는 부가 영상 또한 영상번역의 수가 증가하는 원인이 된다. 본 연구의 분석 텍스트인 <겨울왕국>, <눈의 여왕>, <눈의 여왕2>은 모두 극장 개봉 시 더빙번역과 자막번역을 DVD에 그대로 싣고 있지만, <겨울왕국>의 부가 영상 중 일부는 DVD에 추가된 영상은 자막번역으로 제공된다. <눈의 여왕>과 <눈의 여왕2>도 본편 이외의 부가 영상이 있지만, 이는 DVD용 영상이 아닌 예고편과 홍보 영상 등으로 극장 개봉 시 제작한 번역이다.

그러나 <셜록> 시리즈와 <왕좌의 게임> 등 실사 드라마의 DVD에는 제작자와 배우 등 다양한 관계자의 인터뷰 영상을 통해 제작 과정을 보여준다. <셜록> 시리즈의 DVD에는 Special Features란 제목으로 각 시즌의 메이킹 필름과 제작자, 배우의 인터뷰가 담겨 있다. <셜록>의 시즌1은 60분짜리 파일럿 영상이 있고, 모든 추가 영상은 자막이 제공되기 때문에 <셜록>은 DVD 제작을 통해 번역 수량이 증가했다고 할 수 있다.

물론 모든 추가 영상에 번역이 제공되지는 않는다. <왕좌의 게임>에도 각 에피소드에 대한 오디오 코멘터리와 다양한 추가 영상은 있지만, <셜록> 시리즈와 달리 추가 영상에는 번역이 없다. 이는 추가 영상이 본편 이상으로 번역할 양이 너무 많기 때문이라고 볼 수 있다. 그리고 <왕좌의 게임>의 DVD는 <셜록> 시리즈와 비교했을 때 상대적으로 판매량이 적다. 그러므로 추가 영상에 있는 정보의 양이 방대한 반면 DVD의 판매량이 적어, 클라이언트는 비용 대비 수익을 비교해서 추가 영상을 번역하지 않았다고 볼 수 있다<sup>4)</sup>.

이처럼 분석 텍스트 중 <겨울왕국>과 <셜록>을 제외한 다른 작품의 DVD에는 추

가로 번역된 영상이 없다. 그러나 분석 텍스트 외에 많은 영화와 드라마 시리즈의 DVD는 대부분 부가 영상이 있고, 자막번역을 제공한다. 이미 TV나 IPTV 혹은 인터넷 등 다양한 매체를 통해 해당 영상을 접한 시청자가 DVD, 블루레이 등을 구매하는 이유는 제작 과정의 뒷이야기를 볼 수 있는 부가 영상이기 때문이다. 그리고 부가 영상의 번역 여부는 클라이언트가 결정한다. 그러므로 영상번역의 수량은 클라이언트의 수와 클라이언트의 결정에 따라 좌우된다.

## 5. 결론

### 5.1. 결과 요약

본 연구는 영상번역의 과정에서 클라이언트가 번역에 어떤 영향을 미치는 지에 대해 분석했다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 영상번역은 극장 개봉 영화에서 클라이언트가 직배사인지 한국의 수입·배급사인지에 따라 번역 전략이 다르다. 대체적으로 직배사인 경우에 한국의 영상번역 경향을 따르기보다는 자체 기준에 따라 번역한다. 반면, 한국의 수입·배급사인 경우에는 국내의 번역 경향에 따르는 편이다. 둘째, 영상 매체에 따라 번역 스타일이 다르다. 특히, 극장 개봉 영화와 케이블 채널의 번역 스타일은 뚜렷한 차이를 보인다. 셋째, 클라이언트는 수입사나 매체뿐만 아니라 번역 모드에 따라서도 다른 번역 가이드를 제시한다. 그 결과 더빙번역과 자막번역을 동시에 제공하는 매체와 자막번역만 제공하는 매체의 번역 스타일이 다르다. 넷째, 최근 국내 영상번역의 수는 증가하고 있다. 이는 각각의 클라이언트와 영상 매체, 번역 모드에 따라 번역 전략과 번역 가이드, 번역 스타일이 다르기 때문이다. 물론 이를 인지한 일부 클라이언트는 번역료를 절약하기 위해 다양한 영상 매체에 동시에 사용 가능한 번역 가이드를 제공하기도 한다. 그러나 매체의 다양화로 작품의 본편 이외에 다양한 부가 영상 등의 영상번역이 필요하기 때문에, 전체 영상번역의 양은 증가하고 있다고 볼 수 있다. 이처럼 최근 영상번역에서 나타나는 몇 가지 현상을 통해 클라이언트가 영상번역 과정의 행위자 중 하나로 작용하고 있다는 것을 확인할 수 있다.

### 5.2. 한계와 의의

본 연구는 영화와 TV 드라마의 ST를 다양한 매체와 모드의 TT와 비교·분석하면

---

14) 이는 필자의 추정으로 그 외에도 다른 원인이 있을 수도 있지만, 본 연구에서는 다루지 않는다.

서 영상번역의 행위자 중 하나인 클라이언트의 역할에 대해 살펴보았다. 그러나 기존의 국내 영상번역 연구에 클라이언트에 대한 선행 연구가 거의 없기 때문에 이 연구의 결과가 현재 국내 영상번역의 현황을 모두 반영하고 있다고 보기 어렵다. 또한 분석 텍스트가 전체 시장을 대변한다고 볼 수 없기 때문에, 이 논문의 분석 결과는 한국 영상번역 현장의 일반적인 경향이라고 보기에도 무리가 있다.

그리고 이 논문에서 연구 방법으로 사용한 ANT는 행위자를 추적하는 과정에서 관찰 이전에 미리 판단하거나 가치 평가하지 않아야 한다고 주장하기 때문에 ANT의 분석 결과는 안정적(stable)이기보다는 역동적(dynamic)이다. 그러므로 ANT의 결과들은 대부분 규칙을 찾을 수 없고, 복잡한 패턴을 드러낸다. 이런 분석 결과는 ANT에서는 자연스러운 모습이기 때문에, 본 연구도 영상번역에서 클라이언트의 영향력에 대해 일반적인 경향과 더불어 예외적인 사례까지 모두 기술했다. 그리고 이런 분석 결과는 일반적인 관점에서는 연구의 한계점으로 보일 수도 있다.

그러나 아직까지 영상번역의 다양한 행위자에 대한 연구가 부족한 현재의 상황에서 클라이언트라는 행위자에 대한 정보를 최대한 많이 분석하고 제시하는 것이 후속 연구의 시작점으로서 의미가 있다고 판단했기 때문에, 분석 결과를 단순화시키기 보다는 복잡한 패턴을 그대로 기술하는 ANT의 연구 방법을 충실히 따랐다. 그리고 이는 국외 번역학 연구에서 문화적 연구의 뒤를 잇는 사회적 연구의 방법론 중 하나로 주목 받고 있지만, 아직 국내 번역학 연구에서는 거의 활용되지 않은 연구 방법인 ANT라는 새로운 연구 방법의 적용에서도 그 의의를 찾을 수 있다.

또한 행위자를 중심으로 한 본 연구는 영상번역의 연구 주제를 확장하는데도 의의가 있다. 그러므로 이 연구를 바탕으로 앞으로 더욱 다양한 영상번역 작품을 분석한다면, 영상번역의 다양한 행위자에 대한 동시적·통시적 연구가 가능할 것으로 기대한다.

## 참고 문헌

- Gottlieb, H. (1992). Subtitling – A New University Discipline. In Dollerup, C. and A. Loddegaard (eds.), *Teaching Translation and Interpreting: Training, Talent and Experience*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 161-170.
- Hernández Bartolomé, A. I. and Mendiluce Cabrera, G. (2005). New Trends in Audiovisual Translation: The Latest Challenging Modes. *Miacelánea: A Journal of English and American Studies* 31: 89-104.
- Jones, F. (2009). Embassy Networks: Translating Post-War Bosnian Poetry into English. In Milton J. and P. Badia (eds.), *Agents of Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 301-325.
- Kovacic, I. (1998). Six Subtitlers – Six Subtitling Texts. In Bowker, L., M. Cronin, D. Kenny and J. Pearson (eds.), *Unity in Diversity? Current Trends in Translation Studies*. Manchester: St. Jerome, 75-82.
- Latour, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Cambridge: Harvard UP.
- de Linde, Z. and N. Kay (1999). *The Semiotics of Subtitling*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Lee, Y. K. (2009). The History of Subtitling in Korea. In Au K. and G. Fong (eds.), *Dubbing and Subtitling in a World Context*. Hong Kong: The Chinese UP, 27-35.
- Orero, P. (2009). Voice-over in Audiovisual Translation. In Díaz Cintas, J. and G. Anderman (eds.), *Audiovisual Translation: Language Transfer on Screen*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan, 130-139.
- Perez-Gonzalez, L. (2009). Audiovisual Translation. In Baker, M. and G. Saldanha (eds.), *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (2<sup>nd</sup> edn.). London/New York: Routledge, 13-20.
- Choi, S. (2016). *Sociological Approaches to Audiovisual Translation: Focus on Actor-Network Theory*. Unpublished PhD dissertation, Sookmyung Women's University.
- Ham, H. (2011, December 22). [극작 자막VS케이בל 자막] 미션 임파서블4 번역 중에서~ (online) Retrieved from <http://blog.naver.com/hamsuk77/40147673414> on 5 June 2015.
- \_\_\_\_\_. (2012, January 16). [극방 자막VS케이בל 자막] <장화 신은 고양이> 중에서~ (online) Retrieved from <http://blog.naver.com/hamsuk77/40150423881> on 5 Jun 2015.
- Hwang, S. (2012, July 21). 왕좌의 게임 시즌2 번역 후기 --채널 스크린-- (online) Retrieved from <http://subtitler.net/archives/2665> on 5 February 2015.
- Jang, M. (2004). Economy of language in translation: With focus on movie translation. *Conference Interpretation and Translation* 6(2): 97-125.
- Jang, M. (2007). Text reduction in film translation and changes in message. *Conference Interpretation and Translation* 9(1): 3-30.
- Jang, M. (2007, May 29). 어이 상실 자막에 관객 대략 난감?, *Cine21*, (online) Retrieved from [http://www.cine21.com/news/view/mag\\_id/46648](http://www.cine21.com/news/view/mag_id/46648) on 22 June 2015.
- Jun, Y. (2015, February 11). [한국 영화시장 2조원 시대]<上> 영화산업 ‘빈익빈 부익부’ 영화인 33명 설문조사, *DongAilbo*, (online) Retrieved from <http://news.donga.com/3/all/20150211/69585221/1> on 3 March 2015.

- Jung, S. (2013, April 22). 외화번역가 박지훈 “자막 속에 희로애락을 담는다”, *Tenasia*, (online) Retrieved from <http://tenasia.hankyung.com/archives/128420> on 22 June 2015.
- Jung, Y. (2014, January 17). 가족영화 더빙에 도전하고 싶다, *Cine21*, (online) Retrieved from [http://www.cine21.com/news/view/mag\\_id/75633](http://www.cine21.com/news/view/mag_id/75633) on 5 February 2015.
- Kim, J. (2015). Constraints of Audiovisual translation and reduction strategies for Korean-English Subtitling. *Interpreting and Translation Studies* 19(2): 111-134.
- Kim, K. (2015, March 25). <What> 영상 자막 A급 번역가 편당 400만원 받는다, *MunhwaIlbo*, (online) Retrieved from <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&oid=021&aid=0002231988&sid1=001> on 20 May 2015.
- Kim, S. (2014). 극장에 의존하는 시대는 끝났다, (The end of cinema age). *Cine21*, 947: 62-63.
- Woo, N. (2014, March 19). ‘겨울왕국’ 박원빈 더빙감독, “‘렛잇고’가 ‘다잊어’된 까닭은...누앙스 때문”, *Asiatoday*, (online) Retrieved from <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20140319010010340> on 5 February 2015.

## 분석 텍스트

<겨울왕국>(Frozen, 2013)

<눈의 여왕>(The Snow Queen, 2012)

<눈의 여왕2: 트롤의 마법거울>(The Snow Queen 2, 2014)

<셜록>(Sherlock) 시즌1(2010), 시즌2(2012), 시즌3(2014)

<왕좌의 게임>(Game of Thrones) 시즌1(2011), 시즌2(2012), 시즌3(2013), 시즌4(2014)

## 행위자 인터뷰

김정규(연출가, 클라이언트) : 인터뷰1 (2014. 10. 30), 인터뷰2 (2014. 10. 31)

윤혜진(영상번역가, 클라이언트) : 인터뷰1 (2015. 10. 16)

This paper was received on 20 April 2016; received in revised form on 14 May 2016; and accepted on 20 May 2016.

---

### *Author's email address*

ley9900@hanmail.net

### *About the author*

Suyeon Choi received her PhD in translation studies from the Graduate School of Sookmyung Women's University in Korea. She was a dubbing producer and audiovisual translator. She is currently working as a freelance audiovisual translator and lectures at Sookmyung Women's University.