

비디오 게임에서의 유머 번역과 수용:  
「스타크래프트 II」의 문화적 유머를 중심으로\*

이상빈  
(동국대, 서울)

[C]ommunication breaks down when the levels of prior knowledge held by the speaker/writer and by the listener/reader are not similar. While this is true of any communication, the breakdown is particularly obvious in the case of translated humor, whose perception depends directly on the concurrence of facts and impressions available to both speaker/writer and listener/reader. (Del Corral 1988:25)

[T]he decision about what a translation should reproduce becomes negotiable. (Eco 2003:56)

---

\* 본 연구의 일부는 번역과레토릭연구소 월례학술발표회(2012.12.15)에서 소개되었다.

## 1. 서론

비디오 게임이라는 장르에서 유머는 다양한 기능을 수행한다. 도르만 등(Dormann *et al.* 2006:96-98)이 언급하였듯이 유머는 게이머의 긴장감을 완화시켜 주고 게임플레이의 즐거움을 배가시킨다. 또한 게임 속 캐릭터의 이미지를 돋보이게 하고 팬덤(fandom)에 대한 플레이어의 소속감을 강화시켜 준다.

그러나 게임의 유머는 현지화(localization)나 번역과 관련된 학문 분야에서 그동안 충분히 다루어지지 못했다. 먼저 게임의 경우 ‘엔터테인먼트’라는 기본 속성과 ‘소프트웨어 공학’(software engineering)이라는 기술적 제약 등으로 최근에서야 학문의 대상으로 인식되기 시작했으며(Newman 2004, Wolf and Perron 2003), 유머의 경우에는 번역이론의 두 핵심인 ‘번역가능성’(translatability)과 ‘등가’(equivalence)의 관점에서 접근하기 어려운 주제였기 때문이다. 게임과 마찬가지로 다모드 텍스트(multimodal text)로 분류되고 유머와 관련하여 그나마 연구가 활성화되기 시작한 영상분야에서도 유머의 번역은 매우 복잡하고 어려운 영역으로 간주되어 왔다. 일례로 이탈리아 영화번역가 96명을 대상으로 실시된 한 조사에 따르면 유머는 “양질의 영상번역을 제작하는데 있어 가장 도전적인 요소”로 꼽히고 있다(Beninca 1999; Chiaro 2006: 198에서 재인용).

이러한 상황에서 본 연구는 게임 속 유머가 실제로 어떻게 번역되고 있는지 특정 사례를 통해 살펴보고, 게임 플레이어들이 직역된 유머를 제대로 인지할 수 있는지를 실증적으로 탐구해 보고자 한다. 단, 유머는 시각적 정보만으로도 충분히 전달될 수 있기 때문에 본 연구에서는 구두로 표현된 유머(Verbally Expressed Humor [VEH])만을 분석의 대상으로 한정한다. 또한 유머를 유발하는 ‘유머적 요소’(humorous elements)도 언어적 요소, 문화·제도적 요소, 시각적 요소, 복합적 요소 등으로 그 종류가 다양하기 때문에(Zabalbeascoa 1996) 본 연구에서는 문화·제도적 요소, 특히 ‘문화적 지시’(cultural references)와 관련된 VEH만을 살펴보기로 한다. 문화적 지시는 문화를 표상하는 사물이나 행위 등의 기표를 의미하는데, 아고스트가 지적한 영화, 책, 음악, 인물 등의 문화요소가 이에 해당한다(Agost 1999:99; Martinez-Sierra 2006: 123에서 재인용).

본 논문이 살펴 볼 기본 가정은 다음과 같다.

- (1) 비디오 게임에서 문화와 관련된 VEH가 직역될 경우 도착어권의 게임 플레이어들은 문화적 지식의 부족으로 인해 번역된 VEH를 파악·이해 하는데 어려움을 겪을 것이다.
- (2) 번역된 VEH를 파악·이해했다고 답변한 게이머들은 의도된 유머 반응을 보인 것이 아니라 자신만의 방식으로 VEH를 해석한 것이다.

위의 두 가정을 검증하기 위해 본 연구에서는 「스타크래프트2: 자유의 날개」(StarCraft II: Wings of Liberty [SC2])의 VEH를 논의한 후, 직역된 문화적 VEH가 게이머들에게 제대로 전달되고 있는지 간단한 설문조사를 통해 살펴볼 것이다.

## 2. 선행연구

유머번역에 관한 기존의 연구들은 주로 문학번역이나 영상번역의 분야에서 이루어졌으며 번역의 방법이나 전략이 유형별로 제시된 경우가 많다(박운철 2010, 장민호 2008, Chiaro 2006, Rojo Lopez 2002). 가령 키아로(Chiaro 2006)는 영화 *Four Weddings and a Funeral*, *My Big Fat Greek Wedding*, *Chicken Run*, *Marx Brothers* 등의 VEH가 크게 세 가지 방식으로 번역되고 있음을 확인했다. 즉, 출발어의 VEH는 (1)도착어의 VEH로 대체되거나 (2)도착어의 관용구로 대체되는가하면 (3)보상(compensation)의 전략을 통해 유머의 효과가 유지되는 방향으로 번역된다. 마찬가지로 로호 로페즈(Rojo Lopez 2002)는 필모어(Fillmore 1976)의 틀(frame) 이론을 바탕으로 소설 *Small World*의 번역 사례를 유형별로 제시했다. 그는 유머효과를 창출하는 독자의 인지들이 번역의 과정에서 어떻게 변화될 수 있는지를 분석하고 그 ‘유형’을 네 가지로 요약했다. 그리고 틀 이론을 통한 유머의 분석은 유머번역의 실제 과정에서 매우 유용한 방법이라고 주장했다. 그가 제시한 네 가지 유형은 “변형”(modification), “강화”(reinforcement), “은유적 매핑”(metaphoric mapping), “환유적 매핑”(metonymic mapping)이다.

유머번역의 전략이나 유형을 소개하는 연구들은 최근 들어 게임 분야에서

도 등장했다. 만지론(Mangiron 2010)은 게임 유머의 번역 사례를 소개하기 위해 「파이널 판타지」(FF)의 일본어 원작과 영어 및 스페인어로 현지화된 FF를 비교분석했다. 그에 따르면 원작 FF의 VEH는 “자기참조”(self-referencing)와 “인물묘사”(characterization)라는 두 가지 방식으로 설명될 수 있으며, 후자의 경우 “방언의 사용”, “젠더에 대한 지칭”, “말장난” 등의 방식으로 재분류될 수 있다. 그리고 이러한 VEH는 앞서 끼아로(Chiaro 2006)의 연구에서 언급되었던 세 가지 전략을 통해 번역되었다. 특히 만지론은 FF의 영어버전에서 새로운 VEH가 도입된 사례들을 분석하면서 미국의 게임 번역가들이 “창의적 번역가”(transcreators)의 역할을 수행했다고 주장했다(p. 104).<sup>1)</sup> 그에 따르면 미국의 번역가들은 유머를 이용해 등장인물의 성격을 보다 뚜렷이 드러내고 게임 속의 다양한 요소들을 통일감 있게 구성하였다. 결국 비디오 게임에서의 유머는 문자 그대로가 아닌, 창의적인 방식으로 번역되어야 한다는 것이 만지론의 주장이었다.

그러나 유머번역에 대한 연구는 단편적인 텍스트 분석만으로는 불충분하다. 끼아로(Chiaro 2005: 136)에 따르면 유머번역에 있어서 가장 중요한 점은 발화 효과(perlocutionary effects)의 유지, 즉 “동일한 감정적, 육체적, 행동적 반응을 유발하는 것”(Mangiron 2010: 90에서 재인용)이다. 다시 말해 유머의 번역은 원문과의 등가, 특히 “형태적 등가”(formal equivalence)(Nida and Taber 1969)를 유지하는 것이 아니라 기능주의 학파에서 주장하는 ‘의도된 기능’을 달성하는

1) 게임 번역을 연구한 베르날-메리노(Bernal-Merino 2006)는 “transcreation”이라는 용어의 사용을 거부한다. 그는 이 용어가 “자국화”(domestication), “목표 지향적 번역”(target-oriented translation) 등의 기존 용어와 큰 차이를 갖지 않으며 모든 번역이 어느 정도 창의성을 내포하고 있기 때문이라고 주장한다. 다만, 문화적 특징이 강한 텍스트나 지시(references)를 의식적으로 바꾸는 경우 이 용어가 유용할 수 있다고 지적한다. 하지만 필자의 생각은 다르다. 창의적 번역(transcreation)이라는 용어는 (1)게임 번역자(현지화 업체)가 텍스트를 자유롭게 수정, 삭제, 첨가할 수 있는 권한을 사전에 부여받는다는 점, (2)비디오 게임은 수용 효과와 번역의 스키포스(게임플레이)를 일차적으로 중시하는 장르라는 점, (3)게임의 영역에서는 번역의 창의성이 다른 장르에서처럼 예외적이거나 일부에 국한되지 않는다는 점에서 얼마든지 수용, 확장될 수 있다. 창의적 번역이라는 용어는 만지론과 오헤이건(Mangiron and O'Hagan 2006)의 연구에서 그 사용 맥락을 확인할 수 있다.

방향으로 이루어져야 한다.

그래서 끼아로(Chiaro 2007), 로사토와 끼아로(Rossato and Chiaro 2010) 등은 텍스트 차원을 넘어 유머수용에 관한 실증적 연구를 수행한 바 있다. 이 두 연구는 설문지법을 기반으로 더빙 또는 자막 처리된 영화와 그 원작에 대한 두 문화권의 유머반응(Humor Response)<sup>2)</sup>을 비교분석했다. 먼저 끼아로(Chiaro 2007)는 이탈리아 피험자 34명의 유머반응이 영어 원작을 감상한 영국인 피험자 22명의 유머반응보다 소폭 낮다는 결과를 제시하면서, 번역이 유머반응에 미친 영향은 미미했다고 밝혔다. 이와 비슷하게 로사토와 끼아로(Rossato and Chiaro 2010)는 독일인 22명(서독인, 동독인 각각 11명)과 이탈리아인 22명을 대상으로 독일의 코미디 영화 *Good Bye Lenin!*과 그 더빙판에 대한 유머반응을 비교했다. 분석 결과 이탈리아 피험자의 유머반응이 독일 피험자의 반응보다 낮게 나타났으며, 서독인과 동독인의 반응 차이도 독일인과 이탈리아인의 차이만큼이나 크게 발생했다. 로사토와 끼아로는 이러한 결과를 바탕으로 유머반응이 “문화적 거리”(cultural distance)와 더불어 “감정적 거리”(emotional distance)에 의해서도 크게 영향을 받는다고 주장했다(Rossato and Chiaro 2010:135).

유머수용에 관한 실증적 연구 중에는 본 연구의 관심영역인 문화적 지시를 분석한 사례도 있다. 안토니니(Antonini 2007)는 다양한 부류의 이탈리아인(253명)을 대상으로, 미국의 교육, 스포츠, 음식 등의 문화적 지시가 TV 프로그램에서 더빙을 통해 제대로 수용되고 있는지를 살펴보았다. 분석 결과 응답자의 약 70%가 문화적 지시를 이해했다고 답했으나 실상 약 80%는 그 내용을 제대로 이해하지 못한 것으로 드러났다. 그러나 이러한 연구는 응답자들이 더빙과 관련된 시각적 정보를 함께 지원받는다라는 특징이 있다. 따라서 시각적 정보에 크게 의존하게 되는 시청자의 입장에서는 문화적 지시를 이해했다고 답할 확률이 높게 나타날 수밖에 없다.

위와 같은 논의를 바탕으로 제3장에서는 우리나라의 SC2 게이머들이 직역

2) 유머반응은 유머에 대한 생리적 반응, 가령 ‘웃음’과 ‘미소’ 등을 설명하기 위해 폴 맥기(Paul McGhee)라는 심리학자가 고안한 용어이다. 유머 관련 연구에서는 유머 자극이 만들어 낼 수 있는 포괄적인 감정을 지칭하기도 한다. 이러한 논리대로라면 유머반응은 겉으로 표현되지 않더라도 수용자의 심리세계에서 얼마든지 발현될 수 있다.

된 문화적 VEH를 영어권 게이머만큼이나 제대로 파악·이해하고 있는지 간단한 설문조사를 통해 살펴볼 것이다. 이를 위해 먼저 SC2라는 게임과 그 속에 등장하는 VEH의 특징을 살펴본 후(3.1장), 한글화된 SC2에서 VEH가 어떻게 번역되었는지를 검토할 것이다(3.2장). 이어 제3.3장과 3.4장에서는 SC2에 대한 배경지식을 바탕으로 연구방법과 설문분석결과가 제시될 것이다.

### 3. 사례연구

#### 3.1. SC2와 VEH

SC2의 전편인 「스타크래프트: 브루드워」(StarCraft: Broodwar [SC])는 1998년 출시 이후 약 10년간 폭발적인 인기를 누려 왔다. 현지화 과정 없이 영문판 그대로 출시되었음에도 불구하고 출시된 지 1년 7개월 만에 기네스북 한국어판에 등재되었고, 2007년 현재 국내 판매량이 전 세계 판매량(950만장)의 절반가량을 차지했다. 특히 SC는 국내 게임산업과 e스포츠의 발전에 직접적인 기여를 하는 등 국가 경제 면에서도 적지 않은 영향을 주었다.

SC2는 전작과 달리 게임 내 모든 콘텐츠가 한글화되었다. 가령, 전략 시뮬레이션 게임에서 중요한 부분을 차지하는 유닛과 건물의 명칭, 그리고 각 유닛의 행동 명령어 등도 모두 한글화되었다. 특히 테란과 프로토스 종족의 경우 한국어 음성이 지원되는데, 이들의 유닛 대사는 유명 성우를 통해 더빙되었다. 이와 같은 한글화 서비스는 플레이어들에게 전쟁 영화를 보는 듯한 느낌을 제공하고 게임 플레이를 보다 실감나게 만드는데 기여한다.

SC2 플레이어들은 유닛을 클릭하거나 지정함으로써 다양한 대화와 음성 효과를 접할 수 있는데, 유닛을 연속하여 여러 번 클릭할 경우 코믹한 대사들을 들을 수 있다. 이러한 유머들은 게임의 진행 상황이나 화면의 이미지와는 관계 없는 VEH이다. 플레이어가 유닛을 계속 클릭하면 유닛당 7~17개의 VEH가 순환적으로 등장한다. 제작사 블리자드 엔터테인먼트(Blizzard Entertainment)는 SC2를 제작할 때 “[앞서 제작한] 다른 게임에서와 마찬가지로 유닛과 캐릭터를 여러 번 클릭할 경우 웃긴 대사들이 등장”하도록 만들었다(StarCraft Wiki, n.d.).<sup>3)</sup>

아래의 대사들은 영어 버전에서 ‘해병’(Marine)이라는 유닛을 여러 번 클릭할 경우 등장하는 VEH의 일부이다.<sup>4)</sup>

- Man... Still stuck in this chickens\*ht outfit...
- This is my C-14 Impaler gauss rifle! There are many like it, but this one is mine!
- I came here to kick ass and chew bubble gum...
- The only thing you should feel when you shoot someone...is the recoil.
- Man, am I just being paranoid or is that medic following me?!
- This one time, at boot camp...
- Thank you, sir! May I have another!

이러한 영어 버전의 VEH는 한국어 버전에서도 비슷하게 나타난다. 유닛을 여러 번 클릭하여 나타나는 한국어 대사들은 영어 VEH를 직역했거나 유머효과를 기대하고 만든 유사한 VEH이다. 다만 극소수의 한국어 VEH는 생략과 보상을 통해 만들어진 새로운 형태의 유머이다.

### 3.2. 테란 유닛의 VEH 번역

본 연구에서는 SC2의 세 종족 가운데 테란(인간 종족)만을 살펴본다. 테란 유닛의 경우 VEH의 종류와 수가 상대적으로 많을 뿐만 아니라 본 연구의 분석 대상인 문화적 VEH도 풍부하기 때문이다. 테란의 VEH는 언어·문화와 관계

- 
- 3) 유머의 정의와 관련하여 학자마다 이견이 있을 수 있지만 대개의 경우 유머를 의도성이 있는 언어 행위로 간주하고 있다(cf. Long and Graesser 1988). 유머의 필요조건 가운데 하나는 웃음을 유발하고자 하는 의도, 즉 ‘의도성’인데, 우리는 청자의 반응과 관계없이 의도성의 존재에 따라 유머의 존재를 인식한다. 가령, 남을 웃게 하려는 의도를 가지고 어떤 말을 했지만 상대방이 웃지 않는 경우에도 우리는 ‘재미없는 유머’라는 말을 쓴다. 우연한 실수로 남을 웃기는 경우 유머라고 보기 어렵다.
  - 4) 전략시뮬레이션 게임을 하다보면 게임이 정체되는 경우가 종종 발생한다. 예를 들어 상대방에 대해 선부른 공격을 할 수 없는 경우 플레이어들은 서로 눈치만 보며 게임 플레이를 유지하는데, 이처럼 지루한 상황에서 플레이어들은 유닛을 반복 클릭함으로써 코믹한 대사를 즐길 수 있다. 따라서 제작사가 의도적으로 삽입한 유닛 대사의 유머적 요소는 게임플레이의 스포츠 측면에서 매우 중요한 기능을 담당한다.

없이 보편적으로 유머를 유발할 수 있는 경우를 제외할 때 다음과 같이 분류될 수 있다.

- (1) 영화, 음악, 비디오 게임, 유명인사 등의 문화적 지시를 포함한 VEH
- (2) 말장난(wordplay)을 통한 VEH
- (3) 속어 또는 고정된 표현(fixed expression)을 이용한 VEH
- (4) 인물묘사(characterization)를 기반으로 한 VEH

아래 [표 1]은 영어 버전의 VEH와 그 한국어 번역을 유머적 요소별로 두 가지씩 보여주고 있다.

[표 1] 테란 유닛의 유머(VEH)와 그 번역

요소	영어 버전의 VEH	한국어 버전의 VEH
문화적 지시	(1) I see live people. I see dead people. (Ghost)	산 사람이 보인다. 이제 죽은 사람이 보인다. (유령)
	(2) I'm Speed. <i>Ka-Chow!</i> (Hellion)	나는야, 스피드광, 가자! (화염차)
말장난	(3) You can't get it cheaper, you called the reaper. (Reaper)	싸게 사신다구요? 사신을 부르세요. (사신)
	(4) Darn. I appear to have 'Turrets Syndrome.' (Raven)	생략) (밤까마귀)
속어, 고정된 표현	(5) Like a bat out of...ah, forget it. (Hellion)	지옥에서 나온 박쥐처럼, 에이 관두자. (화염차)
	(6) My cow died last night, so I don't need your bull. (SCV)	난 충치 있어. 그러니까 옛은 댁이나 드셔. (건설로봇)
성격 묘사	(7) I have an announcement! I am drunk! (Battlecruiser)	중대 발표가 있겠다. 나 세 잔째다. (전투순양함)
	(8) Baby, if I could rearrange the alphabet, I'd put U and I together... (Marauder)	자기, 내가 글자를 다시 만든다면, 가,나..너.. 다라마바사로 쓸텐데. (불곰)

영어 버전의 (1)과 (2)는 각각 *The Sixth Sense*와 *Cars*에서 등장한 대사를

5) 이에 대응하는 직접적인 번역을 찾을 수 없다. 대신 “사실 전 까막눈입니다.”라는 대사가 있는데, 이는 해당 유닛의 이름이 밤까마귀라는 사실을 고려해 볼 때 매우 흥미롭다.

유머적 요소로 사용하고 있다. (1)의 “I see dead people.”은 유령과 대화할 수 있는 주인공 콜 시어의 대사이며, (2)는 주인공 라이트닝 맥퀸이 영화 내내 외치는 구호이다. (1), (2) 모두 영화의 흥행과 함께 유명해진 대사이다. 한편, (3)과 (4)는 발음과 철자의 유사성을 기반으로 만들어진 말장난이다. (3)의 경우 “cheaper”와 “reaper”가 수평적 유형유음어(horizontal paronymy)를 이루고 있고, (4)에서는 “Turrets”와 “Tourette’s”가 수직적 유형유음어(vertical paronymy)를 구성하고 있다(Delabastita 1993:78-81). 여기서 Turret은 테란의 미사일 포탑을 의미하고 뚜렛 증후군(Tourette’s Syndrome)은 유전적 신경 장애의 일종이다. (5)에서는 ‘쏟살같이’라는 의미의 표현인 “like a bat out of [hell]”이 사용되었으며, (6)에서는 ‘헛소리 그만하라’는 뜻의 관용적 표현이 사용되고 있다(마지막 단어 “bull”은 bullshit의 줄임말). 한편 (7)에서는 보드카를 좋아하는 러시아 함장의 이미지가 표현되어 있으며, (8)의 경우에는 바람둥이 기질을 가진 Marauder의 성격묘사가 이루어지고 있다.

한편, 영어 VEH에 대응되는 한글 번역들은 크게 두 가지 전략을 보이고 있다. (1), (2), (5), (7)의 경우 VEH를 구성하는 개별 단어들에 대해 ‘직역’의 방식으로 전달되고 있다.<sup>6)</sup> 반면, (3), (6), (8)에서는 영어 VEH의 유머적 요소나 효과를 고려하여 직역이 아닌 창의적 번역의 방식이 사용되었다. (3)에서는 “수평적 동형동음어”(horizontal homonymy)를 통해 유머적 요소가 구현되고 있으며(Delabastita 1993:78-81), (6)에서는 ‘옛 먹어’라는 지속한 표현과 ‘옛→충치’라는 인과적 상황을 통해 영어 버전과 비슷한 효과가 나타나고 있다. 마지막으로 (8)에서는 유닛의 성격묘사가 수직적 유형유음어를 통해 비슷하게 구현되고 있다.

6) 본 논문에서 “직역”의 의미는 파룸보(Palumbo 2009:49-50)의 지적처럼 광범위하다. 보통 직역은 부자연스러운 번역을 의미하기도 하는 ‘단어 대 단어 번역(word-for-word translation)’ 또는 도착어의 문법을 유지하면서 원문에 최대한 가깝게 번역하는 것을 의미한다. 본 논문에서는 게임 번역의 특징과 본 연구의 탐구주제를 고려하여, 원문을 구성하는 단어들의 의미를 대개 보존하거나 새로운 요소를 추가하지 않은 번역을 의미한다.

### 3.3. 연구방법

본 연구의 가정은 다음과 같다.

- (1) 비디오 게임에서 문화와 관련된 VEH가 직역될 경우 도착어권의 게임 플레이어들은 문화적 지식의 부족으로 인해 번역된 VEH를 파악·이해 하는데 어려움을 겪을 것이다.
- (2) 번역된 VEH를 파악·이해했다고 답변한 게이머들은 의도된 유머 반응을 보인 것이 아니라 자신 만의 방식으로 VEH를 해석한 것이다.

필자는 위의 두 가정을 검증하기 위해 설문지법을 사용하였다. 설문은 테란 대사의 문화적 VEH가 플레이어들 사이에서 실제로 이해되고 있는지를 파악하기 위해 설계되었으며, 영어 버전과 한국어 버전을 플레이하는 서로 다른 두 집단을 대상으로 실시되었다. 즉, 설문 1은 우리나라의 플레이어들을 대상으로 번역된 VEH에서 유머적 요소를 발견할 수 있는지를 물어보는 설문이며, 설문 2는 외국인을 대상으로 영어 버전의 VEH가 실제로 유머반응을 일으킬 수 있는지를 확인하는 설문이다. 설문은 2012년 11월 1일~20일 온라인상에서 실시되었으며, 설문지의 작성과 시행은 서베이몽키(SurveyMonkey)를 통해 이루어졌다.

#### 3.3.1. 설문 참여자

설문에 참여한 사람들은 「스타2 매니아: 스타크래프트2 네이버 1위 공식 팬 카페」라는 인터넷 카페의 회원들과 *StarCraft2Forum*, *ING StarCraft Game Community*라는 해외의 SC2 카페의 회원들이다. 필자는 이 카페의 회원들이 SC2에 대한 플레이 경험과 지식을 충분히 갖추고 있고 본 연구의 VEH를 실제로 접했거나 접할 수도 있는 사람들이라고 판단하여 이들을 모두 설문대상으로 간주하였다.

### 3.3.2. 설문구성

본 연구의 설문구성은 비교적 단순하다. 설문의 각 페이지는 제시된 유닛의 대사 속에서 (1)유머적 요소를 찾을 수 있는지 그 여부를 묻는 폐쇄형(closed-ended) 문항과 (2)유머적 요소를 찾을 수 있는 경우 그 내용을 묻는 개방형(open-ended) 문항으로 구성되어 있다. 여기서 폐쇄형 문항은 가정 1을, 개방형 문항은 가정 2를 검증하기 위한 것이다. 설문에 이용된 대사는 총 13개로, 각 페이지에 하나씩 제시되었다. 따라서 설문지의 주요 부분은 13개의 폐쇄형 문항과 13개의 개방형 문항으로 이루어진 셈이다. 문화적 VEH에 대해 답변을 마친 응답자의 경우, 성별, 연령대, 게임 플레이 횟수, 원어민 여부(외국인의 경우)에 대해서도 답변하도록 했다. 설문 1에서 VEH 관련 문항은 다음과 같다.

앞으로 보시게 될 13개의 대사는 유머적 효과를 의도하고 만든 영어 대사의 한국어 번역입니다. 각 대사에서 유머적 요소(humorous elements)를 찾을 수 있는지 답하십시오.

1. 다음 유닛의 대사에서 유머적 요소를 찾을 수 있습니까?  
 [유닛명: \_\_\_\_\_]: 유닛대사 “\_\_\_\_\_”  
 (1) 있다(다음 문항으로) (2) 없다(다음 페이지로)

- 1.1 유머적 요소를 찾을 수 있다면, 그것이 무엇인지 간단히 설명해 주시기 바랍니다. ( )

설문에 사용된 13개의 대사들은 문화적 지시를 포함하고 있는 영어 대사의 한국어 번역으로, 대부분 직역으로 만들어졌다. 필자는 설문 시행의 현실적 제약을 고려하여 SC2의 모든 문화적 VEH를 조사하지 않고 가급적 다양한 유닛과 다양한 문화적 지시를 보여줄 수 있는 대사들로 엄선했다. 사용된 대사들을 유닛별로 살펴보면 의료선 2개, 밴시 1개, 화염차 1개, 토르 1개, 밤까마귀 2개, 유령 1개, 바이킹 3개, 해병 1개, 사신 1개이며, 문화적 지시의 종류별로 살펴보면 영화 4개, 비디오 게임 3개, 음악 2개, 유명인사 2개, TV 프로그램 1개, 군사 독트린(또는 상품명 등) 1개였다. 영어 버전에서 영화와 관련된 문화적 지시

가 상대적으로 많이 사용되고 있음을 감안하여 본 연구에서도 영화와 관련된 VEH를 상대적으로 많이 포함시켰다. 단, 문화적 지시가 출발어권과 도착어권에 모두 존재하는 경우 본 연구의 고려 대상에서 제외하였다. 가령, 해병의 대사에서 “I came here to kick ass and chew bubble gum.”(한국어 버전: “침 좀 뱉고 껌 좀 씹으러 왔다.”)는 특정 영화의 문화적 지시를 포함하고 있음에도 불구하고 번역의 영향을 보기 어려운 VEH이기 때문에 설문대상에서 제외하였다.

다음 [표 2]는 설문지용 VEH와 그 유머적 요소를 간단히 정리한 것이다.

(표 2) 설문지용 VEH와 유머적 요소

번호, 유닛	VEH(영어, 한국어)	영어 버전의 유머적 요소
1. 의료선 (Medivac)	Uh, why you boys all wearing redshirts anyway? 다들 왜 빨간 옷을 입고 계세요?	<b>Redshirt</b> : 소설이나 영화 등에서 등장한지 얼마 지나지 않아 사망하는 불운의 인물들 뜻함. 영화 <i>Star Trek</i> 에서 유래
2. 뱀시 (Banshee)	Today's in-flight movie will be Ghost Academy: The Musical, starring Zec Afron and Corbin Green. 오늘의 기내 상영작은 제길 아프군과 골빈 그놈 주연의 유령 사관학교 뮤지컬입니다.	<b>Musical, Zac Efron, Corbin Bleu</b> : <i>High School Musical 3</i> 에서 Zac Efron과 Corbin Bleu가 부른 <i>The Boys Are Back</i> 에서 유래
3. 화염차 (Hellion)	I am Speed. <i>Ka-Chow!</i> 나는야, 스피드광, 가자!	<b>I am Speed. Ka-Chow</b> : 애니메이션 <i>Cars</i> 의 주인공(라이트닝 맥 퀸) 대사
4. 토르 (Thor)	If someone asks me if I am really a god, I'll say yes! 누가 나한테 물어봐, 당신 정말 신이요? 그럼 난 대답하지, 그럼!	<b>When someone asks you if you're a god, you say "YES!"</b> : 영화 <i>Ghost Busters</i> 에서 유래
5. 밥까마귀 (Raven)	All your base are belong to us. 모든 너 기지 다 내꺼다요.	<b>All your base are belong to us</b> : 일본의 Toaplan에서 만든 게임인 제로윙의 영어 버전에 나오는 대사. 어법, 문법이 엉망인 대사로 인터넷 밈(internet meme)으로 발전
6. 유령 (Ghost)	Nucular [sic.] launch detected. 핵코지가 감지되었습니다.	<b>Nucular</b> : 부시 대통령의 어눌한 발음. nuclear를 뉴클라로 발음하여 많은 패러디를 낳았음
7. 바이킹 (Viking)	Co-ordinates set. Norse by Norsewest. 좌표설정. 북북서로 진로를 돌려라.	<b>Norse by Norsewest</b> : 블리자드의 게임 <i>Lost Vikings II: Norse by Norsewest</i> 에서 유래. SC2에서 휴게실에 들어서면 고전풍의 게임기를 볼 수 있는데, 그것을 실행하면 SC2의 유닛인 바이킹으로 이 게임을 패러디한 슈팅 게임이 등장. 언어 유희적 요소도 포함되어 있음. <i>North by Northwest</i> 는 1959년에 제작된 알프레드 히치콕 감독의 첩보영화가기도 함
8. 해병 (Marine)	The only thing you should feel when you shoot someone...is the recoil. 방아쇠를 당길 때 느껴야 할 것은 단 하나, 반동이다.	<b>Recoil</b> : “What do you feel when you shoot a terrorist?”라는 CNN 기자의 질문에, “Recoil”이라고 짧게 답한 저격수의 일화에서 유래

9. 바이킹 (Viking)	Fly the unfriendly skies. 적군의 하늘을 가로질러!	<b>Fly the unfriendly skies:</b> 1970년대 <i>The Bob Newhart Show</i> 의 첫 번째 에피소드. 이 표현은 언론매체에서 다양하게 사용되고 있음
10. 밤까마귀 (Raven)	Who said anything about cake? 저는 다른 게임에 출연한 적이 없습니다.	<b>The cake is a lie:</b> <i>Portal</i> 이라는 게임에서 유래. 약속받거나 기대했던 보상이 애당초 존재하지도 않았다는 뜻
11. 바이킹 (Viking)	Shock and Awe, baby. 충격과 공포를 보여주지.	<b>Shock and Awe:</b> 작전의 개념을 지칭하는 용어로, 압도적 군사력을 총동원해 적의 중심부를 혼들어 싸울 의지를 상실케 한다는 뜻임. 애니메이션(심슨), 영화, 상품명 등 다양한 분야에서 활용되었음
12. 의료선 (Medivac)	The power of Medivac compels you. 의료선의 이름으로 명하노라.	<b>The power of Christ compels you:</b> 영화 <i>The Exorcist</i> 에서 노신부 메린이 외친 대사
13. 사신 (Reaper)	This is ground control to Major Tom. 여긴 지상 관제소, 톰 소령 나와라.	<b>Major Tom:</b> David Bowie가 만든 가상의 우주인으로 <i>Space Oddity</i> , <i>Ashes to Ashes</i> 등의 노래는 물론 수많은 프로그램에서 등장함. "Ground Control to Major Tom"은 <i>Space Oddity</i> 에서 찾을 수 있음

설문에 사용된 대사 가운데 2, 6, 10번은 원문의 의미를 단어 차원에서 전달한 것이 아니다. 아마도 적절한 유머 반응을 이끌어 내기 위해 만든 창의적 번역의 한 형태로 보인다. 이와 같은 VEH를 설문 중간에 포함시킨 이유는 가설 1에서 언급한 ‘직역’이라는 변수가 실질적으로 어떠한 영향을 미칠 수 있는지 간단하게나마 살펴보기 위해서이다. 또한 설문 참여자들이 응답과정에서 자칫 유머적 요소를 발견하지 못하고 설문 자체에 흥미를 잃는 경우를 방지하기 위함이다.

### 3.4. 설문결과

최초 본 설문에는 내국인 57명, 외국인 68명이 참여하였다. 하지만 최종 분석에서는 성실하게 응답하지 않은 사람(결측치가 한 개라도 있는 경우), 최근 한 달 동안 게임플레이를 전혀 하지 않은 사람 그리고 영어 원어민이 아닌 외국인을 제외하기로 했다. 최종 응답자에 대한 기본 정보는 [표 3]과 같다.

[표 3] 최종 응답자 기본 정보<sup>7)</sup>

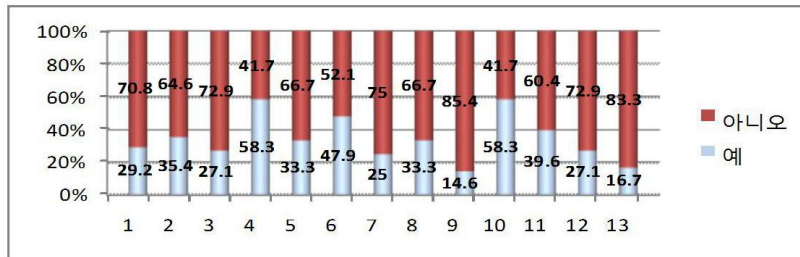
	설문 1: 내국인(총 48명)	설문 2: 외국인(총 26명)
성별	남자: 48명(100%) 여자: 0명(0%)	남자: 24명(92.3%) 여자: 2명(7.7%)
연령대	10대: 37명(77.1%) 20대: 10명(20.8%) 30대: 1명(2.1%) 40대: 0명(0.0%)	10대: 10명(38.4%) 20대: 14명(53.8%) 30대: 1명(3.8%) 40대: 1명(3.8%)
플레이 횟수	한 달에 1-2회: 5명(10.4%) 일주일에 1회: 9명(18.8%) 일주일에 2-3회: 14명(29.2%) 거의 매일: 20명(41.7%)	한 달에 1-2회: 4명(15.4%) 일주일에 1회: 5명(19.2%) 일주일에 2-3회: 7명(26.9%) 거의 매일: 10명(38.5%)

3.4.1. 문항별 설문결과

먼저 13개의 VEH에 대한 폐쇄형 문항의 응답결과를 살펴보자. 설문 1과 설문 2의 결과는 각각 [그림 1], [그림 2]로 요약될 수 있다.

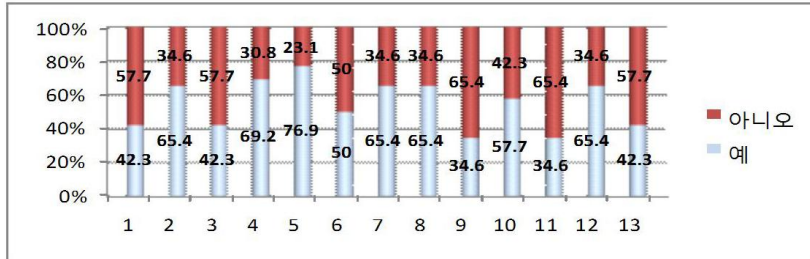
(그림 1) 설문 1(한국어)의 응답결과(폐쇄형 문항)

질문: “유넷의 대사에서 유머적 요소를 찾을 수 있습니까?”



7) 표의 퍼센트 수치는 반올림되었으므로 세부 항목의 합이 100.0%가 아닐 수도 있다.

(그림 2) 설문 2(영어)의 응답결과(폐쇄형 문항)



[그림 1]에서 확인할 수 있듯이, 설문 1의 문항 4, 6, 10의 경우 유머적 요소를 찾았다고 답변한 응답자의 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타났다(50%에 근접했거나 그 이상임). 이 중 6, 10번은 앞서 언급하였듯이 직역의 방식으로 번역된 VEH가 아니라 유머적 효과를 의도한 창의적 번역에 해당한다. 반면 나머지 10개의 경우 유머적 요소를 찾았다고 응답한 사람의 비율은 매우 낮은 것으로 드러났다(14.6~39.6%).

설문 1의 결과는 설문 2와 상당한 대조를 보이고 있다. [그림 2]를 살펴보면 대부분의 경우 유머적 요소를 발견한 응답자의 비율이 높은 것으로 드러났으며, 이 가운데 문항 2, 5, 7, 8, 12는 설문 1의 결과와 뚜렷한 대비를 보이고 있다. 문항 1, 3, 9, 11, 13의 경우 그 비율의 차이는 크지 않지만 ‘예’라고 답변한 사람의 비율이 그렇지 않은 사람의 비율보다 (소폭) 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 영어 원어민들조차도 일부 VEH의 경우 유머적 요소를 쉽게 발견할 수 없었다는 점을 보여준다.

위의 정량 데이터 결과를 기반으로 개방형 질문의 답변을 함께 분석해 보면 [표 4]와 같다.

(표 4) 개방형 문항의 응답 결과 개요(음영처리: 설문1, 비음영처리: 설문2)

유머번호	설문결과 및 분석
1. 의료선	<ul style="list-style-type: none"> <li>유머적 요소가 있다고 답변한 29.2%(14명)의 응답자 가운데 불과 2명만이 ‘스타트랙’을 언급</li> <li>남은 12명 가운데 9명은 “빨간 옷”을 피 묻은 옷으로 이해했고, 나머지 3명은 ‘특별한 이유 없이 웃기다’고 답변함</li> <li>“피 묻은 옷” 자체가 스타트랙이라는 문화적 요소를 직접적으로 설명해 주지는 않지만, 유머 반응을 일으킬 수 있는 합리적 해석이라고 판단됨</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 42.3%(11명)가 유머적 요소를 발견했다고 응답함</li> <li>• 이 가운데 8명은 스타트렉을 언급했고(예: “Star Trek reference”; “Star Trek references, red shirts always die”; “Redshirt, StarTrek’s metaphor, right?”), 나머지 3명은 설문 1에서와 마찬가지로 피 문은 웃으로 이해함(예: “It’s a morbid joke about them bleeding”; “Blood”)</li> </ul>
2. 뱀시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 64.6%(31명)가 유머적 요소를 찾을 수 없다고 답변함</li> <li>• 원문(Zac Efron, Corbin Bleu)의 음가를 빌려 가공한 인물(“골빈 그놈”, “제길 아프군”) 또는 낯선 뮤지컬명(“유령 사관학교”)이 수용자에게 큰 호응을 얻지 못한 것으로 드러남</li> <li>• 설문 1과 대조적으로 65.4%(17명)의 응답자가 의도된 문화적 요소를 정확하게 지적하였음(예: “zac afron = zac afron, he’s in musicals”; “it’s a play on High School Musical, starring Zac Efron”; “hsm reference”)</li> </ul>
3. 화염차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 불과 27.1%(13명)만이 유머적 요소를 발견했다고 응답함</li> <li>• 13명 모두 “화염차가 빨라서”, “화염차는 화려한 스피드를 자랑하니까”, “화염차가 스피드 있는 유닛이니까” 등의 무미건조한 답변만을 제시</li> <li>• 42.3%(11명)가 유머적 요소를 발견했다고 응답했으며, 이들 모두 의도된 애니메이션을 정확히 언급함</li> </ul>
4. 토르	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 58.3%(28명)가 유머적 요소를 발견했다고 응답했으며, 이들 모두 2011년 개봉작 「토르: 천둥의 신」을 언급하였음</li> <li>• 의도된 문화적 요소(Ghost Busters)와는 차이를 보이지만, 천둥의 신이라는 새로운 문화 요소가 유머 반응에 기여한 것으로 보임</li> <li>• 69.2%(18명)가 찾아냈고, 이 가운데 1명(40대 응답자)만이 <i>Ghost Busters</i>를 인용함</li> <li>• 나머지 17명 모두 영화 토르를 언급하였음(우리나라 게이머와 동일)</li> </ul>
5. 밤까마귀	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 33.3%(16명)의 응답자만이 유머적 요소를 찾아냈으며, 유머 반응의 원인은 “기계 풍의 대사”, “어눌한 말투”, “왠도체”<sup>8)</sup> 등인 것으로 확인됨</li> <li>• 유머의 정확한 출처(게임 Portal 등)를 언급한 사람은 없었음</li> <li>• 설문 1과 대조적으로 76.9%(20명)가 유머적 요소를 찾아냈고, 이 가운데 한 명을 제외한 모든 사람이 정확한 출처를 인용했음(예: “Old video game that was poorly translated”; “Internet meme (from game)”; “It is one of the biggest translation errors in history”; “Reference to Japanese game translation”; “Reference to Zero Wing”)</li> <li>• 예외로 언급된 한 명은 “Ungrammatical sentence is intended?”라고 답변함</li> </ul>
6. 유령	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 47.9%(23명)가 찾아냄. 이들 모두 ‘핵공격’이 ‘해코지’로 대체된 사실을 이해하고 있었음</li> <li>• 대부분 “해코지”라는 단어와 “감지되었다”는 말이 어색하게 연결되고 있음에 주목함</li> <li>• 설문 1의 결과와 비슷하게, 50%(13명)의 응답자가 유머적 요소를 발견했음</li> <li>• 이 가운데 부시 대통령을 분명하게 지적한 사람은 10명이었음</li> </ul>
7. 바이킹	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 불과 25%(12명)만이 유머적 요소를 발견했다고 응답함. 이 가운데 2명은 영화 <i>North by Northwest</i>를 언급하였고, 1명은 “언어놀이”라고 지적하였으며, 나머지 9명은 지극히 개인적인 이유만을 제시(예: “한마디로 돌격ㅋㅋ”, “북북서가 어디요?”)</li> <li>• 설문 1과 대조적으로 65.4%(17명)의 응답자가 게임 또는 언어유희를 언급하였음</li> <li>• 대부분 노르드인(Norse)과 바이킹이 동일하다는 점을 들거나, 말장난 (norse=north)이 의도되었다는 점을 지적함</li> </ul>
8. 해병	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 33.3%(16명)가 유머적 요소를 찾았다고 응답했으나, 대개 주관적 판단에 의존함</li> </ul>

	<p>(예: “뭔가 웃기다”, “반동 못 느끼면 장애인ㅋㅋㅋ”, “전위대!”, “게임에서는 반동 없이 허리 돌리면서 공격해서”)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>65.4%(17명)의 응답자가 유머적 요소를 언급하였고, 저격수와 관련된 언급(예: “This is a sniper’s words”) 또는 “The cold blooded killer marine has no soul”, “It’s sociopathy and lack of emotions given a somewhat humorous spin”, “LOL” 식의 답변이 대부분이었음</li> </ul>
9. 바이킹	<ul style="list-style-type: none"> <li>불과 14.6%(7명)만이 유머적 요소를 찾았다고 답함. 구체적인 언급이 없거나 지극히 개인적인 의견이 많았음</li> <li>34.6%(9명)가 유머적 요소를 설명하였음(예: “United Airlines commercial”; “this is a fixed expression”)</li> <li>다수의 영어원어민도 유머 반응을 보이지 않은 이유는 대사 자체가 이미 일상생활에서 사용되는 고정된 표현이기 때문임</li> </ul>
10. 발까마귀	<ul style="list-style-type: none"> <li>58.3%(28명)가 유머 반응을 보임. 구체적 답변의 예로는 “다른 유닛과는 달리 오로지 스타 2에만 나오기 때문에”, “자신이 신유닛이란 것을 재밌게 말해서”, “게임유닛이 게임에 대해 직접적으로 말하고 있으니까”, “스타크래프트가 게임인 줄 아는 모양이다” 등이 있음</li> <li>이 가운데 한 명은 <i>Portal</i>이라는 출처를 정확히 언급하였음</li> <li>57.7%(15명)의 응답자가 <i>Portal</i> 또는 “cake is a lie.” 등을 지적함. 출발어권에서도 비슷한 정도의 유머반응을 일으키고 있음</li> </ul>
11. 바이킹	<ul style="list-style-type: none"> <li>39.6%(19명)가 유머 반응을 보였으며, 이 가운데 5명만이 심슨(The Simpsons)의 자막(“충격과 공포다, 그지 께께이들야”)을 인용함</li> <li>나머지 14명은 표현(“충격과 공포를 보여주지”)이 주는 어감 때문이라고 답변함</li> <li>34.6%(9명)가 유머적 요소를 찾았다고 답변함(예: “It is the name for the US military’s invasion modus operandi”; “US invasion on Iraq?”)</li> <li>다소 무거운 어감 때문에 영어원어민들도 유머로 받아들이지 못한 것으로 보임</li> </ul>
12. 의료선	<ul style="list-style-type: none"> <li>불과 27.1%(13명)만이 유머적 요소를 파악하였다고 답했으며, 이 중 한 명만이 문화적 요소를 파악함(“엑소시스트?”)</li> <li>“사극풍이라서”라고 답변한 사람도 한 명 있었음</li> <li>설문 1과 달리 65.4%(17명)의 응답자가 유머적 요소를 발견했다고 답변(예: “Exorcist reference?”; “Joke about a religion”, “The power of christ compels you” “Play on the exorcist line”; “definitely a play on a religious phrase”; “movie, healing like christ”)</li> </ul>
13. 사신	<ul style="list-style-type: none"> <li>16.7%(8명)만이 유머적 요소를 찾았다고 답변하였으며 이 가운데 문화요소를 발견한 사람은 없었음(대개 이유를 모르겠다고 답변함)</li> <li>42.3%(11명)가 “Bowie”, “David Bowie song” 등을 언급(응답자의 90% 이상이 10-20대라는 점을 감안할 때 높은 수치임)</li> </ul>

- 8) 인터넷상에서 유행하는 어눌한 문체를 의미하는데, 한글화에 실패한 「마이트 앤 매직 6」가 주목을 받으면서 유행하기 시작했다. 기계번역 수준에도 못 미치는 번역을 비웃기 위해 게임 유저들 사이에서는 어색한 문장을 따라하는 풍습이 생겼는데, “왈도체”라는 말은 NPC 왈도라는 게임의 이름에서 유래되었다.
- 9) 에피소드 *The Italian Bob*에 나오는 대사로 원어로는 “Shock and awe, losers”이다. 우리나라에서는 “충격과 공포다 그지 께께이들야” 또는 줄여서 “충공께”으로 잘 알려져 있는데 이 대사는 다른 매체에서도 패러디된바있다.

위의 [표 4]에서 확인할 수 있듯이 유머적 요소를 찾았다고 응답한 내국인 대부분의 경우 의도된 유머적 요소를 찾은 것이 아니라 특별한 이유 없이 또는 지극히 주관적인 기준으로 유머 반응을 보였다. 개방형 질문을 분석한 결과 설문 1의 응답자들은 “왠지 모르게 웃기다”, “ㅋㅋㅋ”, “이유는 모르겠지만 유닛이 이렇게 말하니 웃기다”, “안 웃는 게 이상하지” 등의 주관적 반응을 보이거나 특별한 이유를 언급하지 않았다. 이는 필자가 제시한 가정 2가 어느 정도 사실에 가깝다는 뜻으로 이해할 수 있다.

개방형 문항의 답변을 기반으로 설문 1에서 유머적 요소를 ‘실제로’ 찾은 응답자들을 분석하면 아래 [표 5]와 같다.

[표 5] 설문 1에서 유머적 요소를 찾은 응답자(창의적 번역 사례 제외)

유머번호	1	3	4	5	7	8	9	11	12	13
A(명)	14	13	28	16	12	16	7	19	13	8
B(명)	2	0	0	0	3	0	0	5	1	0
C(%)	14.3	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	26.3	7.6	0.0
D(%)	4.1	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	10.4	2.0	0.0

A: 유머적 요소를 찾았다고 답변한 응답자의 수 (단위: 명)

B: 실제로 유머적 요소를 파악한 응답자의 수 (단위: 명)

C:  $B/A \times 100$  (단위: %)

D:  $B/\text{전체 응답자의 수}(N=48) \times 100$  (단위: %)

[표 5]에서 확인할 수 있듯이 창의적 번역이 뚜렷한 문항 2, 6, 10을 제외한 나머지 10개의 번역에 대해, 실제로 의도된 유머적 요소를 발견한 사람은 문항 1의 경우 4.1%, 문항 7의 경우 6.3%, 문항 11과 문항 12의 경우 각각 10.4%, 2.0%인 것으로 나타났다. 다시 말해 설문 1의 응답자 가운데 객관적인 유머 반응을 일으킨 사람은 10% 정도에도 못 미치고 있다.

한편, 설문 2에서 유머적 요소를 찾은 사람들은 [표 6]에서와 같이 분석될 수 있다.

[표 6] 설문 2에서 유머적 요소를 찾은 응답자(참의적 번역 사례 제외)

유머번호	1	3	4	5	7	8	9	11	12	13
A(명)	11	11	18	20	17	17	9	9	17	11
B(명)	8	11	1	19	17	5	9	3	17	11
C(%)	72.7	100.0	5.6	95.0	100.0	29.4	100.0	33.3	100.0	100.0
D(%)	30.8	42.3	3.8	73.1	65.4	19.2	34.6	11.5	65.4	42.3

- A: 유머적 요소를 찾았다고 답변한 응답자의 수 (단위: 명)
- B: 실제로 유머적 요소를 파악한 응답자의 수 (단위: 명)
- C:  $B/A \times 100$  (단위: %)
- D:  $B/\text{전체 응답자의 수}(N=26) \times 100$  (단위: %)

[표 6]에서 볼 수 있듯이 유머적 요소를 찾았다고 답변한 외국인 응답자들은 대부분 의도된 유머적 요소를 정확히 언급하였다. 특히 문항 3, 7, 9, 12, 13의 경우 확인 대상자 모두 의도된 문화적 지시를 정확히 지적한 것으로 드러났다. 반면, 문항 4, 8, 11의 경우에는 의도된 문화적 지시를 언급한 응답자가 상대적으로 낮았다. 4번 문항에서는 한 명만이 영화 *Ghost Busters*를 언급하였고 나머지 응답자들은 최신 개봉작 *Thor*를 유머의 출처로 생각했다. 또한 8번 문항의 경우 응답자들은 저격수의 냉혹함을 유머의 원인으로 생각하는 경향이 강했으며, 11번 문항의 경우 당초 유머적 요소를 파악한 사람도 많지 않은데다 해당 문화적 지시를 유머로 받아들인 사람도 거의 없었던 것으로 드러났다.

## 4. 논의 및 결론

### 4.1. 설문결과에 대한 논의

연구의 결과를 논의하기에 앞서 본 논문에서는 다음과 같은 한계점이 고려되어야 한다. 첫째, 본 연구는 SC2의 문화적 VEH 가운데 일부만을 분석 대상으로 삼았다. 테란 종족의 VEH 가운데 문화적 요소를 포함하고 있는 VEH는 그 수가 제한되어 있기 때문에 보다 의미 있는 정량 데이터를 얻기 위해서는 모든 문화적 VEH를 조사하는 것이 바람직했음에도 모른다. 앞서 언급하였듯이 필자는 설문조사가 갖는 시행상의 제약 요건을 극복하고자 대표성을 갖는 문화

적 VEH를 엄선하여 분석하였다.

둘째, 분석의 결과는 설문 내 백분율과 설문 간 단순 비교 방식으로 제시되었다. 보다 타당한 결과를 얻기 위해서는 샘플의 수가 훨씬 더 커야 하며 그 결과는 통계적인 방식으로 산출되어야 할 것이다. 그러나 본 연구의 설문이 본연적으로 유머의 독자반응(reader response)과 관련되어 있기 때문에 극명한 대조를 보이는 결과를 기대하기란 쉽지 않을 것으로 판단된다. 또한 제2장에서 살펴 본 바와 같이 번역학 내에서 유머수용에 관한 최근의 연구들은 대개 소규모의 형태로 진행되었다.

셋째, 응답자들은 실제 게임플레이가 아닌, 가상의 읽기 상황에서 VEH를 판단하였다. 물론 본 연구에서 다룬 VEH는 실제 플레이 상황과 무관한 것들이며 응답자 대부분이 SC2에 대한 지식을 충분히 가지고 있었다. 하지만 본 설문이 음성 서비스와 시각적 이미지를 동시에 제공하였다면 설문시행의 환경이 실제의 게임 상황과 더욱 더 흡사했을 것이다. 이는 설문의 시행적 한계라는 점에서 무심코 넘어갈 수도 있는 부분이지만 게임이라는 장르가 다모드 텍스트라는 점을 감안하면 다소 아쉬운 점으로 지적될 수 있다.

위와 같은 한계점들을 고려하여 본 연구의 설문결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 논문의 서두에서 제시한 가정 1과 2는 본 연구의 틀 속에서 어느 정도 타당성이 있는 주장이다. 직역의 방법으로 번역된 문화적 VEH의 경우 응답자의 60~85% 정도가 유머적 요소를 발견할 수 없다고 답변하여, 문화적 지식이 부족한 도착어권의 게이머들은 해당 VEH를 이해하는데 어려움이 있었던 것으로 드러났다. 이러한 결과와 더불어 본 연구에서는 유머적 요소를 발견했다고 응답한 사람들을 대상으로 개방형 질문의 답변도 함께 분석하였다. 그 결과, VEH를 이해했다고 답변한 응답자 가운데 최대 1/4만이 의도된 유머적 요소를 찾아낸 것으로 나타났다. 이를 다른 시각에서 보면, 전체 응답자(N=48) 가운데 10%도 안 되는 비율만이 의도된 유머적 요소를 파악한 셈이다. 이는 설문 2의 결과와 큰 차이를 보인다. 외국인 응답자의 경우 문항마다 다소 차이는 있지만 대개 35~77% 정도의 응답자들이 VEH에서 유머적 요소를 찾을 수 있다고 응답하였다. 이 가운데 유머적 요소를 정확히 지적해 낸 사람들의 비율은 문항 4, 8, 11을 제외하면 해당 응답자의 3/4 수준이거나 그 이상이었다. 특히 문항 3, 7, 9, 12, 13의 경우, 유머적 요소를 발견했다고 응답한 사람들 모두 의도된 문

화적 지시를 정확히 찾은 것으로 드러났다.

둘째, 일부 문항의 경우 영어 원어민들도 문화적 지시를 찾는데 어려움이 있었으며, 이러한 점을 감안해 볼 때 직역된 VEH를 접했던 도착어권의 게이머들은 유머적 요소를 찾기가 더욱 더 어려웠을 것이다. 외국인 응답자들조차 어려움을 느꼈던 이유는 크게 두 가지로 요약해 볼 수 있다. 먼저, SC2의 VEH가 가지는 본연적 특징에서 그 원인을 찾을 수 있다. 유머가 쉽게 인지되기 위해서는 그 발화의 구조가 ‘구조 만들기→급소문구(punch line)’로 이루어져야 하는데(Schultz 1972), SC2의 유머는 [표 2]에서 살펴보았듯이 급소문구만으로 이루어져 있다(cf. 문항 7번). 따라서 SC2 게이머가 유머를 이해하기 위해서는 자신의 문화적 지식을 바탕으로 ‘구조’를 스스로 만들어내야 한다. 영어 원어민이 유머적 요소를 찾기 어려웠던 또 다른 이유는 일부 문화적 지시가 일상적인 언어표현으로 굳어져 버렸기 때문이다. 가령, 문항 9, 11의 경우 문화적 VEH라기보다 일상적 언어표현으로 인식될 수 있다. 특히 설문의 VEH가 더빙이 아닌 밋밋한 텍스트의 형태로 제공되었기 때문에 대사 자체를 일상적 언어표현으로 받아들일 확률이 더욱 높았을 것이다.

셋째, 유머는 번역의 여부와 관계없이 수용적 측면에서 매우 주관적일 수 있으며 특히 문화적 VEH의 경우에는 그 주관성이 더욱 더 클 수도 있다. 설문 1에서 유머적 요소를 발견했다고 응답한 사람들 가운데 상당수는 개인의 취향과 판단에 따라 주어진 대사를 ‘웃기다’고 판단했으며, 일부의 경우에는 구체적인 이유 없이 유머러스하다고 답변하였다. 키누넨이 지적하였듯이 유머는 기본적으로 주관적 속성을 가지고 있으며(Kinnunen 1992; Marjamäki 2001: 8에서 재인용) 유머는 일종의 감정적 경험이기 때문에 ‘왜 웃긴가?’라는 질문에 대해 객관적인 답변을 찾기가 매우 어렵다(Greengross 2012). 또한 상당수의 유머는 어느 정도 사회문화적 요소와 관련이 있으며, 따라서 유머 전달자와 수용자가 서로 다른 사회문화적 지식을 가지고 있을 경우 또는 용이하게 접근할 수 있는 사회문화적 지식이 서로 다른 경우 유머반응의 정도나 종류가 달라질 수 있다(Chiaro 1992). 설문 1과 2 모두, 문항 4(토르의 대사)의 경우에는 높은 비율의 응답자가 유머적 요소를 찾았다고 답변하였으나 주관적 문항을 조사해 본 결과 유머적 요소의 실체는 당초 의도한 것과 달리 최근에 개봉된 영화였다. 따라서 이 경우 당초 의도한 것과는 다른 사회문화적 지식이 게이머들 사이에서 더 큰

호응을 얻은 것으로 볼 수 있다. 문항 8(해병의 대사)의 경우에도 설문 1과 2의 응답자 모두 정확한 출처를 찾은 사람은 거의 없었으며 유머적 요소를 발견했다고 응답한 사람들도 자신의 판단과 감정을 기준으로 답변하였다.

#### 4.2. 결론: 게임 속 유머의 번역

비디오 게임의 존재 이유(raison d'être)는 게이머들에게 즐거움을 선사하는 것이다. 게임 현지화의 스포포스도 마찬가지다. 번역된 게임이 비록 원작과 동일한 '내용'을 전달할 수 없다 하더라도 "모습과 느낌"(look and feel) 면에서는 유사한 특징을 가져야 하며(Fry 2003) 그래야만 도착어권의 게이머들도 출발어권의 게이머들과 비슷한 기쁨을 맛볼 수 있다. 특히 현지화 과정에서 언어·문화적 차이로 인해 번역의 문제가 발생할 경우, 번역은 게임의 스포포스를 달성하는 방향으로 이루어져야 한다. 현지화가 성공적으로 이루어지지 않아 도착어권의 게이머들에게 즐거움을 제공하지 못하는 경우 게이머들은 언어적 불편함을 감수하고라도 다시 원작으로 돌아간다(Chandler 2005).

만지론(Mangiron 2006)은 게임 번역자가 갖추어야 할 일곱 가지 역량(competence)을 소개한 바 있는데 그 가운데에는 "창의성"(creativity)과 "문화적 인지"(cultural awareness)도 포함되어 있다. 그는 이 두 요소와 관련하여 다음과 같이 언급하였다.

현지화 업체는 [게임 속의] 무기, 물체, 능력, 명령 등을 번역할 때 창의적이어야 한다. [...] 유머는 농담과 말장난이 풍부한 게임에서 매우 중요한 요소이다. 농담과 말장난은 도착어권에서 코믹한 효과를 유지하기 위해 문자 그대로 번역될 수 없고 재창조되어야 한다. 종종 현지화 업체는 창의성을 한 단계 더 끌어올려 유머가 없었던 부분에 새로운 농담과 말장난을 추가한다. (Mangiron 2006: 312)

번역자의 역할은 한 언어에서 다른 언어로 단어를 옮기는 것을 넘어선다. 번역자는 양 쪽의 간극을 좁히고 두 문화 집단이 보다 가까워질 수 있도록 하면서 문화중재자로서의 역할을 수행한다. 게임 현지화의 경우, 번역자는 원작의 문화적 지식을 파악하고, 이를 보존, 변형, 억제함으로써 적절하게 옮길 수 있어야 한다. (Mangiron 2006: 313)

창의성과 문화적 인지는 게임의 유머, 특히 문화적 유머를 번역할 경우 더욱 더 중시되어야 한다. 본 연구에서 살펴본 바와 같이 게임의 유머 중에는 그 발화 효과가 문화적 지시만으로 형성되는 것들이 있으며, 이 경우 번역자가 문화적 정보를 충분히 전달해 주거나 새로운 유머적 요소를 만들어 내지 못하면 게이머로부터 적절한 유머반응을 기대하기가 어려워진다. 게임 장르에서는 텍스트의 해석에만 의존하는 번역을 하거나 기존의 관행대로 직역식의 전략만을 사용해서는 안 된다. 특히 문화적 유머를 번역할 때는 숨겨진 문화적 지시를 찾아 도착어권의 수용자가 이해할 수 있는 형태로 변형, 첨가하고 이를 통해 비슷한 종류나 수준의 효과를 전달할 수 있도록 노력해야 한다. 특히 본 연구의 사례처럼 유머의 발생이 사전에 의도되었고 급소문구만으로 이루어진 문화적 VEH라면 더욱 더 그렇다.

물론 일각에서는 문화적 간극을 메우기 위한 이와 같은 번역방식을 문제 삼을 수도 있다. 예를 들면, 번역자가 (저자가 아닌) 자신의 생각과 방식으로 수용자의 유머반응을 이끌어 내는 것이 과연 타당한 일인가? 창의성을 어디까지 인정할 수 있는가? 창의성이라는 명목 하에 번역의 영역이 희미해지는 것은 아닌가? 등의 의문이 제기될 수 있다. 그러나 규정적인(prescriptive) 관점에만 근거해 유머번역을 논한다면 유머번역에 대한 모든 논의는 결국 ‘번역 불가능성’으로 귀결될 수밖에 없다. 유머번역, 특히 엔터테인먼트를 중시하는 게임에서의 유머번역은 효과의 관점에서 조명되어야 한다.

## 참고문헌

- 박윤철 (2010) 「코미디 영화 자막번역 고찰: 유머(humor) 요소를 중심으로」, 『영어영문학연구』 36(4): 203-220.
- 장민호 (2008) 「시트콤에서의 유머효과 번역 전략」, 『국제회의 통역과 번역』 10(1): 143-159.
- Antonini, Rachele (2007) ‘SAT, BLT, Spirit Biscuits, and the Third Amendment: What Italians Make of Cultural References in Dubbed Texts’, in Yves Gambier, Miriam Shlesinger and Radegundis Stolze

- (eds) *Doubts and Directions in Translation Studies*, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 153-167.
- Bernal-Merino, Miguel (2006) 'On the Translation of Video Games', *The Journal of Specialised Translation* 6: 22-36.
- Chandler, Heather (2005) *The Handbook of Game Localization*, Massachusetts: Charles River Media.
- Chiaro, Delia (1992) *The Language of Jokes: Analysing Verbal Play*, London: Routledge.
- Chiaro, Delia (2006) 'Verbally Expressed Humour on Screen: Reflections on Translation and Reception', *The Journal of Specialised Translation* 6: 198-208.
- Chiaro, Delia (2007) 'The Effect of Translation on Humour Response: The Case of Dubbed Comedy in Italy', in Yves Gambier, Miriam Shlesinger and Radekundis Stolze (eds) *Doubts and Directions in Translation Studies*, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 137-152.
- Delabastita, Dirk (1993) *There's a Double Tongue: An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay with Special Reference to Hamlet*, Amsterdam: Rodopi.
- Del Corral, Irene (1988) 'Humor: When Do We Lose It?' *Translation Review* 27: 25-27.
- Dormann, Claire, Pippin Barr and Robert Biddle (2006) 'Humour Theory and Videogames: Laughter in the Slaughter', *Sandbox '06 Proceedings of the 2006 ACM SIGGRAPH Symposium on Videogames*, New York: ACM, 95-98.
- Eco, Umberto (2003) *Mouse or Rat? Translation as Negotiation*, London: Rhoenix.
- Fry, Deborah (2003) *The Localization Primer* (2nd ed., Revised by Arle Lommel). Available at <http://www2.ilch.uminho.pt/falves/documentos/LISAprimer.pdf>.
- Greengross, Gil (2012) 'A Review of Matthew M. Hurley, Daniel C. Dennett,

and Reginald B. Adams Jr., *Inside Jokes: Using Humor to Reverse-Engineer the Mind*. MIT Press, 2011', *Evolutionary Psychology* 10(3): 443-456.

Long, Debra L. and Arthur C. Graesser (1988) 'Wit and Humor in Discourse Processing', *Discourse Processes* 11: 35-60.

Mangiron, Carmen (2006) 'Video Games Localisation: Posing New Challenges to the Translator', *Perspectives: Studies in Translatology* 14(4): 306-312.

Mangiron, Carmen (2010) 'The Importance of *Not* Being Earnest: Translating Humour in Video Games', in Delia Chiaro (ed.) *Translation, Humour and the Media*, London and New York: Continuum, 89-107.

Mangiron, Carmen and Minako O'Hagan (2006) 'Game Localisation: Unleashing Imagination with "Restricted" Translation', *The Journal of Specialised Translation* 6: 10-21.

Marjamäki, Pekka (2001) *Scottish Football Association or Sweet Fanny Adams: A Study on Language-bound Humour and its Translation*, Unpublished M.A. thesis, U of Helsinki, Helsinki.

Martinez-Sierra, Juan Jose (2006) 'Translating Audiovisual Humour: A Case Study', *Perspectives: Studies in Translatology* 13(4): 289-296.

Martinez-Sierra, Juan Jose (2010) 'Building Bridges between Cultural Studies and Translation Studies: With Reference to the Audiovisual Field', *Journal of Language & Translation* 11(1): 115-136.

Newman, James (2004) *Videogames*, New York and London: Routledge.

Nida, Eugene A. and Charles R. Taber (1969) *The Theory and Practice of Translation*, Leiden: E. J. Brill.

Palumbo, Giuseppe (2009) *Key Terms in Translation Studies*, London and New York: Continuum.

Rojo Lopez, Ana Maria (2002) 'Frame Semantics and the Translation of Humour', *Babel* 48(1): 34-77.

Rossato, Linda and Delia Chiaro (2010) 'Audiences and Translated Humour: An Empirical Study', in Delia Chiaro (ed.) *Translation, Humour and the*

*Media*, London and New York: Continuum, 121-137.

Schultz, Thomas R. (1972) 'The Role of Incongruity and Resolution in Children's Appreciation of Cartoon Humor', *Journal of Experimental Child Psychology* 13: 456-477.

StarCraft II Unit Quotations. Available at [http://starcraft.wikia.com/wiki/StarCraft\\_II\\_unit\\_quotations](http://starcraft.wikia.com/wiki/StarCraft_II_unit_quotations).

Wolf, Mark J. P. and Bernard Perron (2003) 'Introduction', in Mark J. P. Wolf and Bernard Perron (eds) *The Videogame Theory Reader*, New York and London: Routledge, 1-24.

Zabalbeascoa, Patrick (1996) 'Translating Jokes for Dubbed Television Situation Comedies', *The Translator* 2(2): 235-257.

[Abstract]

**Translation and Reception of Culture-based Humor in a Video Game:  
A Case Study of *StarCraft II***

Lee, Sang-Bin  
(Dongguk University Seoul)

This study aims to examine whether literally translated humor in a localized video game can be understood and appreciated by target-culture game players. The main focus of attention is on Verbally Expressed Humor (VEH) whose humorous elements are based almost entirely on cultural references. Cultural references refer to intertextual features that are rooted in and tied to a specific culture, especially those related to films, books, celebrities, songs, etc.

This study is based on the hypothesis that: (1) if culture-based VEH in a video game is translated literally, the target-culture game players will have difficulty in understanding and appreciating the translated humor for lack of knowledge of source culture and (2) if target-culture game players declare they understood certain instances of culture-based VEH, such response will be a personal, individualized reinterpretation of the humor, not the intended humor response. To examine this hypothesis, the researcher discussed illustrative examples of culture-based VEH in *StarCraft II* and conducted a comparative questionnaire survey of source- and target-culture game players on whether the two respondent groups understand the intended humorous elements in their respective versions.

▶ Key Words: Verbally Expressed Humor (VEH), cultural references, humor response, video game translation

210 번역학연구 ● 제14권 1호

이상빈

동국대학교(서울) 영어영문학부 영어·통번역전공

sblee01110@gmail.com

관심분야: translator studies, discourse in/about translation, public service  
interpreting

논문투고일: 2013년 1월 23일

심사완료일: 2013년 2월 28일

게재확정일: 2013년 3월 13일