

온라인 커뮤니티 크라우드소싱 번역 - 비키(Viki)의 참여 자막번역을 중심으로*

김 순 미
(숙명여대)

1. 머리말

최근 우리가 접하는 디지털 텍스트는 매우 빠른 속도로 쏟아지고 종류도 다양하며 양도 방대하여 전문 번역가들만으로는 이를 신속하게 처리할 수 없다. 또한 자동기계 번역은 빠른 속도로 발전하고 있으나 아직 “정확한 문법과 문장 부호를 사용한 단문 텍스트 번역에서 사용되고 있다”(Rychtyckyj & Plesco, 2012: 44). 이와 같이 수요와 공급이 불균형을 이루고, 서로의 요구가 상충하는 환경에서 번역계에 나타나는 하나의 중요한 변화는 소위 “비전문가 통번역”(Pérez-González & Susam-Saraeva 2012)이다. 이는 갬비어(Gambier 2016)가 말한 새로운 번역, 즉 디지털 문화가 제공하는 연결성을 배경으로, 사용자들이

* 본고는 2016년도 10월 7-8일 이화여자대학에서 개최된 통역번역대학원 주최 국제학술 대회의 발표 내용을 바탕으로 함.

본인들이 가진 언어 능력, IT 지식, 특정 장르에 대한 지식을 이용하여 자신이 소비하는 콘텐츠의 번역물 생산에 참여하는 번역의 일환이라고 할 수 있다. 참여 번역가들의 번역은 전문가 번역보다는 품질이 낮지만 신속하고 저렴하다는 장점이 있고, 무료로 실시간 진행되는 기계번역보다는 느리지만 더 정확하게 때문에 양 쪽의 틈새를 채워주는 역할을 하고 있다¹⁾. 참여자들은 주로 실제 콘텐츠의 사용자들로 모바일 기기를 활용하여 물리적 거리의 제약 없이 협업을 통해 번역(O'Hagan 2009)을 하기 때문에 신속하게 제작되고, 지속적으로 수정 가능하며, 신속하게 소비되는 디지털 환경에 맞는 번역(Cronin 2010)이라 할 수 있다.

초기에 사용자들은 자신들이 즐기는 오락물을 남과 함께 공유하고자 하는 열정만을 가지고 활동을 했기 때문에, 활동 범위가 소규모 온라인 커뮤니티 내에서 영상물이나 애니메이션 등에 자막을 넣는 수준에 머물렀다. 그러나 페이스북(Facebook), 링크드인(LinkedIn), 구글(Google), 마이크로소프트(Microsoft) 등 사용자들의 능력과 영향력을 파악한 업체들이 늘기 시작하면서 기업들이 자신들의 웹사이트나 콘텐츠 등을 영어가 아닌 다른 언어로 번역하는 데에 사용자들의 참여를 적극적으로 유도하는 현상이 나오기 시작했다(Jimenez-Crespo 2013: 193-194). 이와 같이 상업기관이 자체 콘텐츠에 대한 번역을 의뢰하는 경우는 “저작권에 위배되지 않는다는 면에서 팬들이 스스로 원하는 콘텐츠를 선택하여 온라인 상 공유하는 팬번역과 차이가 있다”(O'Hagan 2011: 12). 또한 상업 기관이 콘텐츠 번역에 관심을 기울이게 된 이후 사용자 번역의 평가와 운영 시스템이 급속도로 상업화, 시스템화(Désilets 2007; Jiménez-Crespo 2011) 하고 있다는 점을 고려할 때 번역을 발주하고 수행하는 주체가 이윤을 추구하는 사업체인가 개인적 흥미와 공유 정신을 기반으로 하는 팬 커뮤니티인가는 사용자 번역의 종류를 구분하는 중요한 기준이 된다. 즉, 사용자 번역을 ‘운영 주체’를 기준으로 기관이 의뢰하는 경우와 팬들의 자발적 커뮤니티로 구분한

1) 이데일리 “구글 번역 이쉽잖아요...아시아 최고상 수상한 이정수 플리토 사장 (2014.8.4.) <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=JE31&newsid=01102086606184040&DCD=A00503>
창조경제타운 최신 경제 이슈 [Viki] 보석 같은 콘텐츠 150개 언어 번역... 글로벌 공유 목표(2016.12.5.) <https://www.creativekorea.or.kr/scienceinfo/view/20161205000048>

다면, 전자가 더 합법성, 효율적 운영 등의 성격이 진하다 할 수 있다.

그러나 위와 같은 기준으로 성격을 구분하기 어려운 사용자 번역 커뮤니티가 있다. 바로 팬들이 번역한 드라마, 노래 등 각종 영상물을 전 세계적으로 스트리밍 제공하는 플랫폼 비키(Viki)이다. 비디오 스트리밍 사이트인 비키는 이윤창출을 목적으로 하는 사업체이면서도 순수한 팬심과 무료로 제공되는 노동력을 기반으로 운영된다. 회사는 라이선스를 획득한 콘텐츠를 팬들에게 제공함으로써 합법성의 테두리 내에서 운영을 하기 때문에 비키 번역은 저작권 침해 문제로 불법성에서 자유로울 수 없는 일반 팬번역과는 다르다.²⁾ 한편, 비키는 사업체이지만 페이스북이나 링크드인의 번역체계와는 다르게 운영된다. 고객들에게 자사 콘텐츠의 번역을 유도하는 형식이 아니라 팬들이 주도하여 자신들이 즐기는 문화 콘텐츠 번역을 위해 ‘채널’을 만들고 각자 역할을 분담하여 번역을 하기 때문이다. 이를 위해 회사는 “팬들이 스스로 토론과 참여, 콘텐츠 번역 제안 등을 할 수 있는 다양한 장을 마련하고 있다”(Dwyer 2016). 다시 말해 비키는 ‘운영주체’를 기준으로 하는 위의 사용자 번역 분류 기준으로 구분할 수 없으며, 팬덤의 주도성, 창의성, 개방성과 이윤추구 상업기관의 시스템과 합법성이라는 양쪽의 특징을 모두 가진 회사라고 할 수 있다.

디지털 시대의 번역은 인쇄된 콘텐츠를 기본으로 한 기존의 단편적인 전문가 번역으로부터 기술과 다양한 인적 요인이 조화되는 방향으로 발전해 나아가고 있다(Cronin 2010). 본 연구는 이와 같은 번역 환경의 변화에 근거해, 새로 등장하는 번역의 특징과 향후 발전 방향을 조사하고자 한다. 다양한 디지털 시대 사용자 번역 중 분석 대상으로는 비키 플랫폼을 선정하였다. 그 이유는 앞서 밝혔듯이 이윤모델과 팬덤 커뮤니티의 특징을 모두 지니고 있어 무엇보다 디지털 시대 번역의 특징을 통합적으로 잘 드러낸다는 점이다.

본 연구는 두 가지 단계로 이루어진다. 첫째, 크로닌(Cronin)의 “위키 번역(wiki translation)”(2013)과 피뎀(Pym)(2003, 2011, 2013)의 번역 윤리와 기술발전에 관한 연구, 오헤이건(O’Hagan)과 애쉬워스(Ashworth)의 “디지털 시대 번역을 통한 의사소통”(2002) 등을 기본 틀로 하여 디지털 시대에 변화하는 번역의

2) be Success 저작권 문제 앞에 선 콘텐츠 스타트업의 바람직한 자세 (2014. 11.10)
<http://kr.besuccess.com/2014/11/copyright-issue-of-startup/>

특징을 추출해 낸다. 두 번째 단계에서는 위에서 도출한 디지털 시대 번역의 특징이 실제 번역 활동에서는 구체적으로 어떤 모습으로 드러나는지를 비키 커뮤니티 번역을 통해 각 항목별로 분석해본다. 이후 디지털 시대의 번역 특징들이 번역의 미래에 주는 시사점을 알아보려 한다.

2. 디지털 시대 번역의 특징 분석

2.1. 번역계의 변화에 대한 전반적인 배경

디지털 시대의 도래와 함께 거의 모든 텍스트를 모바일 기기를 사용하여 접근할 수 있는 환경이 되었다. 발신자 입장에서는 인쇄와 배포 비용, 시간을 경감하고, 신속하게 많은 사람에게 정보를 전파하며 다양한 상호작용이 가능하다는 장점이 있고 수신자들로서는 언제 어디서나 신속하게 정보를 취득하고 상호작용 할 뿐 아니라 정보를 스스로 창출해 내고 전파할 수 있다는 점에서 온라인 텍스트의 중요성은 매우 크다 할 수 있다. 최근에는 브로슈어, 매뉴얼, 홍보물 등 제품과 서비스 정보 관련 텍스트 뿐 아니라 신문과 잡지 등도 수시로 업데이트가 가능한 인터넷판이 함께 제공되고 있다. 소설도 e-book 형태로 제공이 되고 하이퍼텍스트 기능까지 추가가 되어 이제는 거의 모든 종류의 텍스트가 디지털화 되고 있다 할 수 있다. 이는 텍스트가 과거와 같은 인쇄물에서 소리와 이미지를 포함하는 멀티미디어 환경으로 전환되고 있음을 보여준다(O'Hagan & Ashworth 2002).

그렇다면 이 많은 디지털 텍스트들은 어떻게 언어 장벽을 넘어 전달이 되는가? 영어가 국제공통어(lingua franca)로 인정되고 있는 상황으로 인해 모두 영어로 소통을 하고 세계적으로 타언어들은 심각한 위협에 직면할 것이라는 인식이 팽배하지만 각종 언어들은 여전히 다양하게 사용되고 있다(House 2003). 또한 세상이 하나의 전자상거래 시장으로 연결되는데 걸림돌은 언어라고 할만큼 언어 장벽은 아직도 교류의 가장 큰 장벽이 되고 있다. 이는 2016년 6월 현재 온라인상 사용 언어 중 영어를 사용하는 인구는 26.3%이며 중국어 사용 인구는 20.8%, 스페인어 7.7% 등 수치에서도 이를 알 수 있다³⁾. 즉, 영어로 텍스

트가 작성되었다고 하여 그것이 웹 기반 환경에서 어디서나 통하는 절대적인 의사소통의 통로라고 할 수는 없는 것이다. 상업적 측면에서 볼 때 세계화와 디지털화가 진행됨에 따라 “특정 시장의 문화적 요소를 잘 반영한 고객의 언어를 사용할 필요성은 오히려 증가하고 있다”(O’Hagan & Ashworth 2002: 12).

디지털 시대에도 지속적으로 번역은 이루어져야 한다면, 멀티미디어 디지털 매체 주도 속에서 이루어지는 번역은 어떤 모습을 지니고 있을까? 이제 이에 대해 예측하는 세 주요 연구자들, 크로닌(Cronin 2013), 뎀(Pym 2003, 2011, 2013), 오헤이건과 애쉬워스(O’Hagan & Ashworth 2002)의 연구를 기본으로 디지털 시대 번역의 특징을 도출해 내도록 하겠다. 세 학자들을 선택한 이유는 번역학 전반에 대한 폭넓은 연구 활동을 하는 동시에 디지털 시대에 이루어지는 번역계의 변화와 그 영향력에 대해 깊이 있는 의견을 제시하고 있기 때문이다. 크로닌과 뎀이 디지털 세상이 가져올 번역계의 전반적인 변화에 대해 논하고 있는 반면 오헤이건은 오디오비주얼 번역(2005), 로컬리제이션 게임번역(2006, 2013) 팬번역의 부상(2009) 등 세부적인 장르에도 관심을 기울이고 있다.

2.2. 크로닌

크로닌은 디지털 시대의 번역(2013)에서 ‘위키 번역’에 대해 다음과 같은 세 가지 특징을 제시하였다.

첫째, 참여하는 독자, 프로슈머화 현상이다. 지금까지는 소비자, 고객, 청중, 독자를 위해 번역물을 생산해내는 번역가라는 개념을 중심으로 번역이 발전해 왔다면 크라우드소싱 번역 개념에서는 번역의 잠재적 독자가 번역물을 생산해내는 생산자 중심 프로슈머 모델이 등장한다. 과거에는 청자들을 위해 목표어권 지향의 모델(target-oriented model)을 적용하는 것이었다면 이제는 청자들 스스로가 자신을 재현해 내는 번역물을 창조하는 것이다. 중요한 점은 번역물의 소비자가 생산자가 됨으로서 자신이 원하는 것, 편한 것이 무엇인지 아는 주체가 스스로 사용할 제품을 생산하게 되었다는 것이다. 이같은 번역은 번역사가 수동적인 독자를 위해 그들이 원하는 것을 ‘가정’하고 번역을 하는 것과 다

3) 언어별 인터넷 사용자 수 (Internet World Users by Language Top 10 Languages)
<http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

르다. 즉, 그 환경에 대한 지식과 용어 지식, 교감의 면에서 외부인이 가질 수 없는 요소를 지니고 ‘스스로’를 위한 번역을 하는 것이다.

둘째, 인쇄매체 이후 디지털 매체 시대의 글쓰기이다. 인쇄물로 작성되는 텍스트의 시대에는 번역 또한 형식에 맞추어 일정하게 이루어지고(steady), 순서대로 읽어가면서(linear), 이해를 더해가는(cumulative) 글 읽기와 쓰기에 맞추어 이루어졌으며 번역 교육도 이와 같은 번역물 작성법에 맞추어 이루어졌다. 그러나 디지털 시대의 글쓰기와 읽기는 과거와 달라 텍스트는 하나의 도구가 되고 한 웹페이지에서 다른 페이지로 신속하고 순서 없이 건너뛰는 파워 브라우징이 특징이라 할 수 있다. 읽기와 쓰기의 규범이 속도 위주, 많은 정보 처리 위주로 변하는 시대에는 요약 번역, 부분 번역이 필요한 경우도 있고 품질이 낮아도 내용 파악이 목적인 번역물이 필요한 경우도 있다. 예를 들어 최근 각종 SNS 등 웹상에서 쏟아지고 있는 원문의 품질이 낮은 문서들의 경우는 오히려 클라우드소싱 번역이 훨씬 효과적이라 할 수 있다(Cronin, 2013: 101). 즉, 엄청나게 생산되는 다양한 웹문서나 영상의 경우, 품질보다는 신속하게 번역 가능한가, 정보 전달 자체가 가능한가, 등이 중요하며, 이런 번역은 품질이 중요한 텍스트 번역과 구별되어진다. 이와 같이 텍스트에 대한 접근법이 완전히 달라지는 시대, 번역 품질은 상황마다 달라지는 다변적인 것이 되고 있다.

셋째, 다양한 주체들의 목소리 내기이다. 인터넷의 발달로 누구나 의견을 공유하게 되면서 기존 매체에서 다루지 않는 콘텐츠나 소수 의견을 반영하는 콘텐츠까지 매우 다양한 주체들의 목소리가 번역에 반영되고 있다. 이는 번역이 민주화에 기여하는 계기를 만들고 있다. 또한 지금까지는 번역의 기계화 과정을 자동화율을 늘리고 인간의 개입은 최소화해야 하는 것으로 여겨 왔다면, 클라우드소싱을 통해서 새로이 나타나는 관점은 디지털 기술이 오히려 인간들이 흥미를 지닌 주제를 확장시켜 주는 도구가 된다고 보는 점에서 차이가 난다 할 수 있다(Cronin 2013: 102). 다시 말해, 인터넷과 디지털 환경은 그 속성상 다양한 목소리를 들을 수 있고 전파할 수 있기 때문에 인권과 민주화의 도구로서의 번역이 부각되는 장이라 할 수 있으며 동시에 소수 문화 소수 언어가 밖으로 확장되거나 외부 문화를 접할 수 있도록 도와주는 장이 될 수 있다 (Costales 2012: 16).

크로닌의 의견을 종합하자면 디지털 텍스트 읽기 환경이 변하면서 번역도

이에 맞추어 변화하고 있으며 사용자들이 번역에 참여하면서 다양한 언어로 문화가 전파되는 동시에 소수 문화, 언어, 의견이 다수에게 전달되는 민주적 의사교환이 이루어지고 있다는 것이다.

2.3. 핼

핼(2003, 2011, 2013) 또한 번역계의 변화에 대해 크로닌과 유사한 의견을 제시하고 있다. 특히, 핼은 번역 주체와 과정의 변화에 집중하며 기술 발전의 시대에 지금까지 번역계에서 중요하게 여겼던 원문과 텍스트 목적에 대한 충실성 개념과 윤리의식이 어떻게 변하고 있는지를 보여주고 있다. 전통적으로 번역은 개인이 생산하는 것으로 간주되었고, 원문이나 원저자, 혹은 그의 의도에 대한 충실성(fidelity)이 텍스트 작성과 윤리적 기준의 근간이 되었다. 그러나 요즘은 다음과 같은 요소들로 인해 이 개념이 도전을 받고 있다.

첫째, 번역 프로젝트는 갈수록 한 개인에 의해 작성되는 것이 아니라 번역가, 용어전문가, 감수자, 기술 엔지니어, 데스크탑 퍼블리싱(DTP) 전문가, 프로젝트 매니저, 저자, 그리고 클라이언트 등이 하나의 팀이 되어 행하는 것이 되고 있다. 개인이 번역에 대해 홀로 책임지는 시대가 아닌 것이다.

둘째, 점점 많은 수의 텍스트가 일련의 수정과 감수 과정을 거치며 ‘다시쓰기’ 되어 저자를 지목할 수 없는(authorless) 것이 되어 가고 있다. 그러므로 번역 또한 하나의 원문에 충실할 수 있는 것이 아니다.

셋째, 번역작업 중이나 그 전후 수시로 위와 같은 팀워크 활동이나 다시쓰기 과정이 일어나기 때문에 번역이라는 것은 텍스트 생성에서 분리된 과정이 아니라 그 자체로 텍스트 생산과 통합된 과정이 되고 있다. 결국 핼은 번역문을 포함한 모든 텍스트에서 원저자, 단일 저자 중심주의가 더 이상 통하지 않는 과정 위주의 현실을 강조하고 있다(Pym 2003).

이에서 한 발 더 나아가 핼은 번역 메모리 사용과 관련하여 향후 번역가들의 작업은 언어적 치환 행위에 집중되고 과거에 저장된 메모리에 의존하게 되어 일관성과 효율성만을 중시하게 될 수 있다고 하였다(Pym 2011). 핼이 제시하는 EMT(유럽 번역의 거장 협회)에서 밝힌 번역가에게 요구되는 자질은 “경영 능력, 언어 능력, 주제지식, 텍스트 언어학/사회언어학적 문화간 이해 능력,

데이터 검색 능력, 디지털기술 구사 능력 등이다”(Pym 2013: 489). 이중에 번역 능력이 빠져 있는 것에서 알 수 있듯이 디지털 시대에는 번역 메모리와 기계 번역을 사용하는 경우 원천언어 구사 능력이 뛰어나지 않아도 목표언어를 구사할 수 있고 주제지식이 있는 경우 번역 메모리나 기계를 이용한 번역 이후 감수를 할 수 있다고 보는 것이다(491).

핼의 주장을 종합하면, 디지털 시대의 번역은 메모리, 툴, 기계, 용어집 등을 사용하여 주제지식 전문가, 번역가, 감수자, 엔지니어 등이 협업으로 진행되는 과정으로 언어구사력과 번역 기술이 부족해도 가능하다 할 수 있다. 또한 번역은 한 명이 책임지기보다는 공동으로 행하는 작업이다. 후에도 지속적으로 수정이 이루어지게 되므로 원문이나 번역문 모두 최종본이 존재하지 않는 상황이 된다.

2.4 오헤이건과 애쉬워스

오헤이건과 애쉬워스(2002)는 디지털 시대의 번역은 과거의 번역과 다음과 같은 점에서 차이가 난다고 주장했다.

첫째는 속도이다. 인쇄 과정이 디지털 출판으로 교체되면서 원문을 만들고 유포하는데 드는 시간차가 줄어들었다. 이에 따라 번역에 소요되는 시간 또한 감소하거나 실시간으로 까지 행해져야 하는 시대가 도래했다. 정보사회에서 정보의 가치는 시간에 반비례하기 때문에 번역에 있어 시간이라는 요소의 중요성은 그 어느 때보다 크다 할 수 있다.

둘째는 디지털 콘텐츠 사용 능력이다. 번역은 디지털 환경에서 텍스트가 구성되는 요건에 적합하게 이루어져야 한다. 즉, 디자인 요소들과 같은 비텍스트적 요소들이 도착어권 시장에 적합하게 이루어져야 하며 번역에서 디지털 미디어 이해능력과 IT 툴 이용 능력 등은 매우 중요한 요소가 된다.

셋째는 모바일 IT 기기를 통한 번역 서비스이다. 모바일 기기의 발전과 확산으로 다른 언어를 사용하는 개인들 간에 일대일 교류가 급증하고 있다. 이와 함께 언어지원도 현재의 일대다 번역에서 고품질의 일대일 번역으로까지 발전되어야 한다. 아직까지는 부족한 기계 번역이 모바일 환경에 맞는 고품질 일대일 번역까지 발전되어야 하는 것이다.

넷째는 품질이다. 온라인 텍스트의 독자 수는 인쇄물의 독자수보다 훨씬 많기 때문에 번역 품질 또한 더 상향되어야 한다. 품질에는 문서 그 자체 뿐 아니라 문서의 기능성, 즉 하이퍼링크 구성, 그래픽 이용, 채팅처럼 동시적으로 일어나거나 이메일과 같이 시간차를 두고 일어나는 의사소통 행위에 대한 서비스 가능 여부 등 디자인적 요소까지 모두 포함한다. 동시에 이처럼 번역이 제품 안에 내장되면서 이에 대한 객관적인 품질 평가를 마련해야 하는 상황이다.

다섯 번째는 가격이다. 번역 효율 결정은 인터넷으로 인해 큰 영향을 받고 있다. 즉각적으로 폐기되는 온라인 텍스트에는 고비용 인간 번역은 적합하지 않으며 이전과 다른 번역요율을 책정해야 한다. 가격은 품질과 직결되는 문제이기 때문에 지속적으로 매우 다변화 된다고 할 수 있다.

여섯 번째는 텍스트와 음성의 다매체성이다. 동시, 혹은 시간차를 두고 이루어지는 의사소통 행위가 웹상에서 자연스럽게 통합이 되어야하기 때문에 번역과 통역이 함께 제공되는 하이브리드 방식의 서비스가 제공되어야 하는 경우가 많다.

일곱 번째는 부가가치이다. 언어지원 서비스는 엔지니어링 작업을 통해 목표어권 언어와 문화의 문맥 안에서 적절하게 디지털 미디어에 내장됨으로써 콘텐츠의 부가가치를 상승시켜야 한다. 전통적인 번역에 엔지니어링 요소가 통합되어야 하는 것이다.

마지막으로 포괄적인 세계화 서비스이다. 과거에는 세계화 과정의 마지막 단계에 번역이 고려되었다면 온라인 환경에서 진행되는 세계화 과정에서 번역은 이에 통합된 중요한 부분을 차지한다. 그러므로 언어 지원 서비스는 온라인 상에서 이루어지는 세계화에 대한 포괄적인 지원을 제공해야 한다.

오헤이건과 애쉬워스의 연구는 번역이 오디오비주얼 콘텐츠의 일부로 통합되어 제공되는 서비스이며 모바일 환경에 맞게 더욱 발전되어야 함을 강조했음을 알 수 있다. 그 외에 번역이 나오는 속도의 중요성을 강조한 면과 가격과 품질에 대한 접근 방법이 달라져야 한다는 면도 주목할 필요가 있다.

2.5. 디지털 시대 번역을 통한 의사소통의 특징

위 학자들의 이론을 종합하여 볼 때 전통적인 번역은 전문번역가의 번역

경우 원저자와 원작에 대한 충실성이 중요한 평가 기준이 되었고, 전문가나 대중의 평가를 받을 때 모든 책임은 개인 번역가의 몫이었으며, 번역된 텍스트는 항상 완성본으로 존재했다. 또한 각 텍스트의 상황을 반영하기 보다는 일률적으로 품질 기준을 적용하였고, 생산자와 소비자는 엄격히 구분되어 작가와 번역가, 출판사는 생산자 독자는 소비자의 역할만을 담당했다. 이를 다음 그림 1에 정리하여 보았다.

그림 1 전통적인 번역의 특징

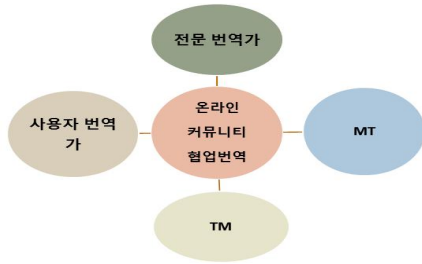


이에 반해 현재 진행되고 있는 디지털 시대 번역의 특징은 다음과 같다.

첫째, 주체의 변화이다. 전통적으로 전문 번역가들이 활동하던 세계에 참여적 사용자들과 각종 번역 메모리(Translation Memory 이하 TM)와 기계번역(Machine Translation 이하 MT)이 등장하여 전문가, 비전문가, 기계가 번역업계의 3대 주요 주체가 되었다. 즉, 이제는 전문 통번역 교육을 받지 않았거나 언어 능력이 높지 않은 사람들도 다양한 자문, 지도, 지원 등 협업과 분업 과정을 통해 쉽게 번역에 참여할 수 있게 되었으며 TM의 용어와 표현의 지원을 받아 번역을 하거나 MT로 일차 번역을 한 후 이에 기초한 인간 번역을 할 수 있게 되었다. 이와 함께 온라인 커뮤니티 내에서 전문가와 일반인은 공동 작업을 할 수도 있게 되었다. 디지털 시대 부상하는 번역 주체들은 그림 2에 나타나 있다.

둘째, 번역과정의 변화이다. 번역은 온라인 커뮤니티 내의 협업을 통해 이루어지기 때문에 일회적으로 이루어지고 종결되는 과정이라기보다는 연속적으로 진행되며 지속적으로 수정되는 과정이 되었다.

그림 2 협업번역 프로세스 (De Palma & Kelly 2011)



셋째, 번역 텍스트 성격의 변화이다. 웹상의 텍스트들은 최종본으로 존재하는 것이 아니고 꾸준히 업데이트 되며 독립적인 한명의 원저자가 존재하지 않는 경우가 많아 원문에 대한 충실성 개념이 없어지고 있다.

넷째, 품질과 가격에 대한 개념의 변화이다. 디지털 텍스트의 읽고 쓰기는 과거와 달리 처음부터 순차적으로 이해하는 방식보다는 방대한 양을 신속하게 소비하는 방식으로 이루어진다. 이에 따라 텍스트 별로 목적이나 기능이 다 달라 소비자들이 원하는 품질과 가격이 차별화 되어 있으며 번역 서비스는 이에 맞추어 진행되어야 한다.

다섯째, 디지털 리터러시의 중요성이다. 많은 경우 번역물은 엔지니어링 작업을 통해 멀티미디어 콘텐츠에 통합되어 부가가치를 올리는 ‘상품’의 일부가 되고 있다. 이로 인해 전반적인 IT기기 사용과 이해 능력이 무척 중요한 요소가 되었고 기관은 번역가들이 활동할 수 있는 플랫폼 제공자로서 역할이 중요하게 되었다.

여섯째, 번역은 민주화와 다양성 확산에 중요한 역할을 하고 있다. 누구나 모바일 기기를 사용하여 언제나 번역을 할 수 있는 세상에서 다양한 관점, 언어와 문화적 다양성이 번역을 통해 외부로 확산되기도 하고 예전에는 외부의 문명을 수용하기 어려운 환경에 있던 소수언어 사용자들은 이제 디지털기기를 통해 외부 문화를 쉽게 받아들이고 있다.

위에서 정리한 디지털시대 번역의 특징은 그림 3에 정리하여 보았다.

그림 3 디지털 시대 번역의 특징



이제 비키 자막 번역의 사례를 중심으로 이들 다섯 가지 측면이 실제 번역에서 어떻게 드러나고 있는지를 살펴보면서 이 현상이 번역계에 미치는 영향에 대해 알아보려고 한다.

3. 비키 번역을 통해 드러나는 온라인 협업 번역의 특징

3장에서 비키란 무엇인지를 먼저 정리 한 후 위에서 본 디지털 시대 번역의 특징을 프로슈머 현상, 협업 번역 과정, 품질과 가격의 다변화, 디지털 리터러시, 정치적, 문화적 다양성 확대 등으로 나누어 이들 특징을 실제 모델인 비키의 참여번역을 통해 어떻게 드러나는지 분석하고자 한다.

3.1. 비키

비키는 ‘비주얼’과 사람들의 자발적인 참여를 뜻하는 ‘위키(wiki)’의 합성어로 열성적인 팬들이 주도하는 자원봉사 커뮤니티에 바탕을 둔 글로벌 TV 사이트이다. 2008년, 미국에 유학 가 공부하던 문지원, 호창성 부부에 의해 만들어졌다. 드라마에 자막을 다는 작업을 통해 재미있게 영어 공부를 할 수 있다는 점에 착안해서 엔터테인먼트와 교육의 결합 위에 세워진 것이다. 2009년 여름 드라마 ‘꽃보다 남자’와 라이선싱 계약을 정식으로 체결하고 서비스를 시작해 폭발적인 반응을 얻어 낸 이후, KBS와 라이선싱 계약을 체결해 팬번역의 가장

큰 장애물인 저작권 문제의 돌파구를 찾게 되었다. 2010년에는 싱가포르에 본사를 둔 스타트업으로 탄생하게 되었고 2013년에는 일본의 소매업체 라쿠텐(Rakuten)이 비키를 인수하게 된다. 한국 콘텐츠가 수적으로나 인기로나 대세지만 2017년 6월 현재 본사는 산 마테오(San Mateo)에 있고, 싱가포르, 서울, 도쿄, 상하이 등에 지사를 두고 있으며 유저 중 50% 이상이 백인계이고 한국계는 3% 미만으로 한류문화의 글로벌 문화 확장에 앞장서고 있다⁴⁾. 비키 공식 웹사이트⁵⁾에 의하면 비키의 TV 드라마, 쇼, 영화, 뮤직 비디오 등 프리미엄 콘텐츠는 200여개 언어로 번역되어 스트리밍 서비스 되고 있다.

비키와 관련된 중요한 특징의 하나는 문화적 다양성이다. 비키를 통해 제공되는 드라마나 영화는 비키가 없었다면 세상에 소개되기 어려웠을 비주류문화나 국가에서 제작된 것들이 많기 때문이다. 특히 비키의 플랫폼에 소개되어 인기를 모은 제3세계 드라마나 영화들 중 일부는 훌루(Hulu)와 넷플릭스(Netflix) 등 회사와 협력관계를 맺고 있는 미국의 유명 동영상 사이트 등을 통해 더 많은 사람들에게 알려지기도 한다. 이와 같이 비키는 한국 드라마에 자막을 달아 세계에 제공하는 플랫폼으로 시작하였으나 이제는 팬들이 만든 자막을 수정하여 콘텐츠를 판매하기까지 하는 세계적인 동영상 콘텐츠 플랫폼으로 성장하였다.

이제 앞 장에서 본 번역계의 변화 요인들을 중심으로 비키 커뮤니티 참여 번역 현상을 분석하여 보자. 분석은 2장의 디지털 시대 번역의 특징을 기초로 하고 있으나 디지털 리터러시와 같은 경우 모든 측면에서 드러나고 있어 따로 구분을 하지 않았으며 번역과정과 텍스트의 성격도 함께 설명할 수 있는 부분이기 때문에 특징은 4가지로 분류하게 되었다.

3.2. 비키 참여번역을 통해 나타나는 디지털 시대 번역의 특징

3.2.1. 참여하는 소비자 프로슈머

과거에 번역가는 수주 받은 번역 텍스트를 일방적으로 번역하였다. 그러나 최근 자막, 웹툰, 게임 등 다양한 장르에서 콘텐츠 소비자들은 생산자로 활동하

4) 앙트십 코리아 “소셜의 힘으로 콘텐츠유통허브 일구는 ViKi 호창성대표”

5) <https://www.viki.com/>

고 있다. 비키는 그 좋은 예로 사이트에 올라오는 동영상의 자막 작업과 마케팅, 홍보는 사용자들의 자발적인 참여로 이루어진다. 이는 크로닌의 프로슈머 개념을 그대로 적용할 수 있는 현상이다. 이들은 콘텐츠에 대한 애정과 충성도가 매우 높은 집단이다. 비키에서는 각각의 TV 쇼나 영화 등을 전달하는 단위 커뮤니티를 ‘채널’이라고 하는데, 인기 프로그램의 경우 본방송의 방영이 시작되기 전부터 채널을 만들어 자발적으로 채널관리자, 언어 중재자, 자막번역가, 웹페이지 디자이너, 영상 분리작업가(segmenter) 등 역할을 분담한다. 채널을 생성하는 단계는 회사의 개입 없이 팬들의 열정으로 진행되는데 언어 구사 능력자들은 자막번역가나 언어 중재자 역할을 할 수 있고, 외국어 구사 능력이 부족한 경우는 자막 분리 작업인 세그멘팅이나 웹 디자인 제작 등을 통해 커뮤니티에 지원을 할 수도 있다.

번역이나 디지털 기기 사용 능력을 통해 커뮤니티에 참여하지 못하는 팬들의 경우는 번역된 비디오를 감상하면서 실시간으로 영상에 대한 댓글 리뷰를 달수 있는데 이는 자막과 함께 팬들간의 유대감을 형성하는 역할을 한다. 아래 그림 4의 위쪽에 위치한 “This is how he became a conman, this guy tried to con him XD.”는 팬이 영상을 보면서 올린 댓글 리뷰로 이는 대부분 유명인에 대한 가십이나 진행되는 장면의 인물, 패션, 스토리 등에 대한 반응 등 감상이 섞인 코멘트들이다(Dwyer, 2012). 비키 공식 웹사이트에 의하면 이같은 댓글 리뷰는 시청자 서로간 대화 형식으로 이루어진다.⁶⁾ 비키의 서혜영 팀장 인터뷰에 의하면 코멘트를 보기 위해 비디오를 다시 보는 팬들도 많다고 할 정도로 비키가 내세우는 특징이며 이를 통해 팬들간 유대감이 강화되는 수단이라 할 수 있다. 정통 팬덤 번역에서 볼 수 있는 역주를 추가한 충실한 번역 기법과는 또다른 방법으로 드라마를 보는 즐거움을 선사하는 동시에 커뮤니티 내의 유대감을 형성하는 데에 큰 기여를 하고 있는 비키 번역의 중요 요소이다. 비즈니스 인사이더(Business Insider)⁷⁾는 실시간 댓글을 다른 미디어 회사들도 도입해야 할 미래의 소통방식이라고 소개하고 있다. 이와 같은 적극적, 소극적 참여행위들은 함께 시너지 효과를 내며 커뮤니티 내의 결속력을 더하게 된다.

6) <https://support.viki.com/hc/en-us/articles/200139124-Timed-Comments>

7) <http://www.businessinsider.com/is-this-simple-feature-the-future-of-television-2012-4>

“Is This Simple Feature The Future Of Television?”(Business Insider)

그림 4 비키 홈페이지 팬들의 실시간 댓글 리뷰 예⁸⁾



팬들이 번역에 참여함으로써 드러나는 특징은 번역에도 나타난다. 팬들은 스스로도 그렇듯이 한국어와 문화를 배우려는 열의가 있는 시청자들의 관심을 반영하여 ‘오빠’, ‘아저씨’ 등 자주 쓰이는 한국어어를 음차번역 하는 경향이 있는데, 이는 “비전문가들은 전문적인 번역 교육을 받지 않아 오히려 특정 규범을 고수하려고 하지 않으므로 자신들도 일원으로 속해 있는 독자층의 흥미를 자아낼 수 있는 창의적인 번역을 하는 경향이 있다”(Pérez-González & Susam-Saraeva 2012: 158)는 전반적인 팬번역의 특징을 보이는 예이기도 하다.

번역 다음으로 중요한 팬들의 역할은 프로그램과 스타에 대한 마케팅이나 홍보 행위이다. 팬들은 영상물 배포 이전부터 드라마티를 스스로 구성하여 프로그램에 대한 입소문을 내기도 하고 스타 관련 소식을 개인 블로그나 SNS에 올린다. 이어 드라마 방영이 시작되면 팬들은 본격적으로 관련 UCC를 만들어 정보를 확산시키고 영상을 감상하며 댓글 리뷰를 다는 등 드라마 방영 전후로 2차 콘텐츠를 생산한다. 이를 통해 회사는 자막번역에 들어가는 비용뿐 아니라 마케팅, 홍보비까지 절감하는 효과를 거두고 있다. 드라마 방영 중, 그리고 방영 이후는 팬커뮤니티 내에서 번역된 영상물을 훌루(Hulu)나 넷플릭스(Netflix), 유튜브 등을 통해 2차 배포하면서 추가적인 콘텐츠 확산이 이루어진다. 단지, 비키의 서해영 팀장에 따르면 상업적인 목적으로 영상물을 배포할 때에는 팬들

8) Viki website “Turning Timed Comments On/Off”

<https://support.viki.com/hc/en-us/articles/200138774-Turning-Timed-Comments-On-Off>

이 만든 자막을 전문가들이 수정하는 경우도 있고 전문번역가들이 번역을 하는 경우도 있다9). 구체적인 홍보, 마케팅 프로세스는 다음 그림 5와 같다.

그림 5 차세대 콘텐츠 컨퍼런스 2011 발표집
우리 콘텐츠 플랫폼의 글로벌 서비스 가능성



그렇다면 이들은 어떤 동기에서 이와 같이 열정적으로 번역에 참여하고 있을까? 비키 회사에서는 3,000개 이상의 세그먼트를 번역하여 가장 열정적으로 커뮤니티에 참여하는 멤버들에게 ‘우수 기여자’QC(Qualified Contributor) 지위를 부여하고 다음과 같은 혜택을 제공한다. 이런 혜택은 회사가 팬들의 열정에 보답하기 위해 준비한 것이기 때문에 팬 번역가들이 참여하는 동기를 간접적으로 파악할 수 있는 수단이 된다고 할 수 있다.

- a. Viki Originals 같은 스페셜 비디오 시청 권한
- b. 무료 Viki Pass!
(광고 없이, HD 화질로, Viki Pass 독점 비디오도 시청 가능함)
- c. 프로필 페이지의 스페셜 배지
- d. Viki 공인 QC 증명서
- e. QC 전용 프로모션
- f. Gold QC 전용 프로모션¹⁰⁾

9) 2016년 8월 비키 서울 지사의 서혜영 팀장과의 인터뷰

10) 비키 번역 커뮤니티 웹사이트

<https://www.viki.com/community>

a와 b의 경우 콘텐츠를 즐길 수 있는 직접적인 혜택, e와 f는 간접적으로 콘텐츠와 관련된 흥미를 촉발할 수 있는 혜택, c와 d는 커뮤니티 내의 인정을 받고 소속감을 주는 혜택으로 볼 수 있다. 특히, d는 외부에 번역 경험을 입증할 수 있는 이력으로 볼 수 있다. 이와 함께 웹사이트에 올라온 팬들의 참여 동기에 대한 의견¹¹⁾을 보면, 자막번역에 대한 흥미, 책임감, 자신이 즐기는 콘텐츠 공유, 재미 등이 이유가 되는 것을 볼 수 있다. 종합하면, 사용자들이 콘텐츠 제작에 참여하는 동기는 콘텐츠에 대한 애정과 흥미에서 나온 문화 즐기기, 공유문화, 소속감, 사회적 인정 등으로 나누어 볼 수 있다. 이는 크라우드소싱에 참여하는 번역가의 성격에 대한 기존 연구 결과와 유사하다. 돌마야(Dolmaya)(2012)는 참여번역가들을 대상으로 한 설문 연구를 통해 번역가들이 크라우드소싱에 참여하는 가장 큰 이유는 다른 언어를 사용하는 사람들과 자신이 흥미를 가진 정보를 공유하는 것에 있음을 밝혀냈으며, 이 경향은 과거 번역 경험이나 전문성 정도와 상관없이 90% 가량의 번역가에게서 나타났다.

디지털 시대 번역의 가장 큰 특징인 사용자들의 번역 참여와 디지털 기기 익숙함 등과 관련하여 비키를 분석해 본 결과 이 커뮤니티는 소속감과, 콘텐츠에 대한 애정, 흥미를 가진 팬들이 참여하는 것이며 활동은 번역을 넘어 SNS를 통한 홍보와 마케팅, UCC 창조, 결속력 확장 등으로까지 이어지고 있음을 알 수 있다.

3.2.2. 온라인 커뮤니티의 협업 번역 과정

비키 번역자들은 온라인 커뮤니티 내에서 각자 채널 매니저, 언어 전문가, 웹페이지 디자이너, 번역가, 영상 분리작업가, 캡션 전문가 등 임무를 맡고 분업하여 작업을 한다. 이 같은 분업은 팬들 간에 자발적으로 이루어지는 것이지만 회사가 번역 플랫폼을 만들어 팬들에게 활동 공간을 마련해 주기 때문에 가능한 것이기도 하다.

구체적으로 살펴보면, 채널 운영자는 언어 전문가, 영상 분리자, 번역가 등으로 구성된 채널 팀원을 선발하고 번역 품질을 전반적으로 관리하며, 비키에서 정한 규칙을 위반하는 경우에 이를 회사 운영진에게 통보해야 하며, 그 이외

11) <https://discussions.wiki.com/t/what-is-your-incentive-to-do-subtitles/9930>

다양한 활동을 해야 할 책임이 있다. 구체적으로는 자신이 운영하는 채널에 대한 설명과 제목을 정하고, 커뮤니티의 웹페이지 디자인을 수정하며, 각 언어별로 자막이 완성되었을 때 더 이상 번역에 수정을 할 수 없도록 잠금 장치를 하거나, 실시간 달리는 댓글 리뷰(timed comment)를 관리하고, 팀명을 짓는 등 다양한 업무를 하게 된다. 언어 전문가의 업무도 기본적으로는 채널 매니저와 유사하지만 채널 내의 각 언어를 담당하고 번역의 품질을 관리하는 언어적 역량이 더 강조된다. 이 외에 번역가, 그리고 번역하기 쉽게 각 장면을 분리하는 영상 분리자들이 있다.

번역가의 경우는 오리지널 비디오를 영어로 번역하는 경우와 영어로 번역된 비디오를 자신의 언어로 번역하는 경우로 크게 나누어진다. 의학이나 법률 드라마와 같이 특수 배경지식이 필요한 경우, 각 배경 분야의 전문가들이 참여하여 자신들이 가진 의학적, 법률적 지식을 자막번역에 활용하는 경우도 있다. 예를 들어 영국의 변호사이자 법대 교수인 한 번역가는 기업의 인수합병과 그 배후 음모를 다룬 한국 드라마 ‘마이더스’에 빠져 한국 문화를 잘 아는 주변의 친구들에게도 자문해 전문용어까지 정확하게 번역된 자막을 비키 사이트에 올릴 수 있었다¹²⁾. 참여하는 개인의 역량은 부족할 수 있으나 이런 협력과정을 통해 신속하고 정확한 번역이 만들어 지는 것이다.

번역 과정에 대해 구체적으로 알아보면, 프로그램 본방영이 끝나는 대로 팬들은 바로 자막작업에 들어가 인기 드라마의 경우 일차적으로 1-2시간 안에 영어로 번역을 마치고, 그에 기초해 영어로부터 제3의 언어로 번역을 시작한다. 협력 과정에서 궁금한 점이 있는 경우, 온라인상에서 토론이 가능하며 용어 통일을 위한 가이드라인도 존재한다. 여기에서 회사의 역할은 팬들이 활동할 수 있는 플랫폼과 토론 할 수 있는 포럼, 자막 분리기, 번역 지원 도구, 에디팅이나 포매팅 도구 등 모바일 환경을 제공하는 것이다.¹³⁾ 비키 회사에서 제공하는 번역 환경은 번역 그 자체를 위한 협력뿐 아니라 같은 드라마와 음악을 즐기는 사람들 간의 공감대 형성을 매우 중요시한다는 특징이 있다. 커뮤니티 내의 친

12) 동아사이언스 “보석 같은 콘텐츠 150개 언어 번역… 글로벌 공유 목표”

<http://dongascience.donga.com/news.php?id=-5479212>

13) 비키 홈페이지 자막과 자막 분리 보조 도구 설명

<https://support.wiki.com/hc/en-us/sections/200155995-The-Subtitling-Segmenting-Tools>

밀감은 다른 장르의 팬들의 번역에서도 매우 중요한 점이다(조성은, 조원석 2015). 결국 비키 온라인 번역 커뮤니티는 회사와 팬, 각종 번역 지원도구들로 구성된 하나의 번역 생태계라 할 수 있다.

3.2.3. 품질과 가격의 다변화

과거에는 모든 번역이 지향하는 방향은 최고의 품질이었다. 그러나 요즘과 같이 다양한 목적과 장르의 텍스트들이 무한으로 쏟아지는 시대에는 일괄적인 번역 품질을 모든 텍스트에 적용하기 어렵다. 번역이 되는 경우도 품질이 매우 중요한 텍스트부터 품질보다는 가격과 속도, 번역량 등이 중요한 텍스트까지 다양한 층위가 존재한다. 빠른 시간 내에 저렴하게 번역해야 하는 경우, 부분적으로 발췌하거나 요약해야 하는 경우, 혹은 사장되지 않고 번역되는 것 자체가 중요한 경우도 있기 때문이다.

비키의 경우 그냥 둘 경우 번역이 되지 않거나 시간이 오래 걸릴 수 있는 텍스트를 다른 독자들과 신속하게 공유하는 것이 일차적인 목표이다. 이로 인해 상업적으로 이용되는 전문 텍스트 수준의 번역 품질은 보장되지 않는다. 또한 한국드라마의 한영번역을 예로 들자면, 대부분 팬번역가들이 해외에 주재하고 있고, 한국문화나 드라마가 좋아 한국어를 배워 영어로 번역을 하는 경우가기 때문에 한국어 수준은 전문번역가와 많은 차이가 난다. 봉사로 하는 번역이기 때문에 때로는 책임을 다하지 않는 구성원으로 인해 영상이 완성이 되지 않는 경우도 있고 팀이 와해되어 새로운 팀이 다시 번역을 맡는 경우도 있고 오역이나 직역 등의 문제도 드러나고 있다¹⁴⁾.

그렇지만 이들은 불법 다운로드 받을 수 있는 팬덤 커뮤니티보다는 콘텐츠의 품질 관리에 많은 노력을 기울이고 있다. 우선 비키 번역은 회사가 번역 플랫폼을 제공하며 최종적으로는 수정을 거쳐 상업적 목적으로 판매 되는 경우도 있기 때문에 여타 팬덤 번역과 같이 언어의 문법과 형태를 철저히 무너트리고 비주얼 요소까지 새로운 실험을 통해 철저히 뒤집어 버리는 ‘형식타파 자막번역’(abusive subtitling)(Normes 1999; Pérez-González, 2014: 79 재인용)이 용인되지 않는다. 이로 인해 비키의 번역 방법은 전문가들의 번역과 유사한 표준화

14) 2016년 8월 서혜영 팀장 인터뷰 내용.

과정을 갖추고 있다(Pérez-González, 2014). 이와 같은 표준화 장치는 상업기관으로서 다양한 매체들과 라이선싱을 통해 구매한 프로그램들을 전세계에 스트리밍 서비스로 제공하고 있고, 넷플릭스나 훌루와 같은 스트리밍 사이트에 콘텐츠를 판매하는 경우도 있기 때문이다. 구체적인 품질관리 시스템의 예로는 번역된 텍스트를 온라인 커뮤니티 내의 다른 구성원들이 ‘좋아요’, ‘싫어요’ 등의 투표를 통해 평가하는 투표 제도(voting system), 번역 관련 질의응답이 이루어지고 새로운 구성원을 충원하는 토론의 장(discussion forum)¹⁵⁾, 등급제¹⁶⁾ 등과 함께 사용자들이 완료한 번역을 언어 전문가가 감수하는 분업체계, 용어 제공 등을 통해서 체계화된 번역과 감수가 진행되는 것 등을 들 수 있다.

종합하여 볼 때 비키 번역은 팬덤 번역과 전문가 번역 사이의 지점에 위치한다는 특성을 지니고 있기 때문에 최고의 상업적 품질 기준을 획일적으로 들이대기보다는 비키가 존재하지 않았을 경우 가능하지 않았을 전 세계의 팬들이 드라마를 보면서 함께 즐기고 공감한다는 기대수준에 맞는 평가를 할 필요가 있다 할 수 있다.

3.2.4. 정치적, 문화적 다양성 확대

전통적인 번역은 일대다로 서구로부터 다른 곳으로 옮겨지는 일방적인 것이었다면 “비키는 영어가 최고에 위치하는 구조에서 벗어나 주변부의 언어들이 서로 교류하는 미디어의 흐름을 만들어 내고자 한다”(Dwyer, 2016). 월스트리트 저널(2011)이 행한 전직 CEO 호바히미언(Hovaghimian)과의 인터뷰에 의하면 K드라마의 경우도 미국내 시청층의 20%가 흑인, 30%가 스페인어계로 전체 시청자 중 70%는 비아시아계라고 한다. 그는 세계 수십억 인구가 온라인상에서 콘텐츠를 시청하며 그 중 85%가 할리우드에서 제작된 것이 아님을 강조하는데 이는 비키의 협력업체가 홍콩의 TVB, 한국의 SBS, 일본의 Fuji TV, 러시아의 Amedia 등 주로 아시아권인 것에서도 잘 드러난다. INQUISITR 에 의하면 비키에서 가장 많이 번역되는 언어는 영어, 스페인어, 불어, 포르투갈어, 루마니아어, 이탈리아어, 독일어, 폴란드어, 터키어 등으로 루마니아어, 인도네시

15) <https://discussions.viki.com/>

16) <https://discussions.viki.com/t/viki-drama-rating-system/8861>

아어, 터키어 등이 높은 자리에 위치하고 있는 것은 이윤모델로는 어려운 문화 전파가 비키를 통해 이루어지고 있음을 보여준다.

또한 언어적인 다양성을 추구하기 위해 비키는 ‘멸종위기 언어를 위한 언어 사용 연구소(Living Tongues Institute for Endangered Languages)’와 협력 관계를 맺고 비키에 자막을 넣는 작업을 통해 지구상의 멸종위기 언어를 살리는 작업을 하고 있다. “현재 두 기관은 동러시아의 토착어로 약 35만 명이 사용하는 우드무르트(Udmurt), 미국의 동남부 지역 인디언 1만8000명가량이 사용하는 언어인 체로키(Cherokee), 뉴질랜드에서 약 6만 명가량이 사용하는 마오리(Maori) 등의 언어 보존 작업을 진행하고 있다”¹⁷⁾ 또한 대부분 일차적으로 영어로 번역을 한 후 이차적으로 200개 이상의 언어로 확장되는 번역을 함으로써 세계 곳곳으로 문화가 전파되는 역할을 하고 있다. 그림 6에서는 제3의 언어로 번역되는 수를 볼 수 있는데 특히 인기가 많은 한국, 중국, 일본 콘텐츠는 많게는 거의 100개국 언어로 번역이 되고 있음을 알 수 있다.

그림 6 기가움(Gigaom)¹⁸⁾(2013)제공 비키 번역 언어 수

Content Origin	Languages Subtitled In
Korea, Taiwan, Japan, Mainland China, Philippines, Hong Kong, Thailand	40~94
Turkey, Mexico, India, Colombia, Venezuela, UK, Spain, Egypt, Russia, France, US	15~39
30+ Countries	5~15

K-drama 중 가장 인기를 끈 ‘꽃보다 남자’의 경우 총 46개 언어로 번역이 되었고, tvN의 4부작 드라마 ‘스무살’은 국내 최고 시청률이 0.69%에 불과했지만 비키 사이트에서는 아랍어와 그리스어 등 42개 언어로 번역되었다.¹⁹⁾ 최근

17) <http://www.segye.com/content/html/2014/10/07/20141007004915.html>

세계일보 “한류드라마의 힘... 멸종위기 언어 살린다”(2014.10.7.)

18) Gigaom “Global TV platform Viki widens its reach with Amazon Instant partnership” <https://gigaom.com/2013/01/24/viki-amazon-instant/>

19) <http://news.donga.com/3/all/20160802/79514898/1>

에는 영어를 거치지 않고 원문에서 바로 제3 언어로 직접 번역하는 방법도 권장하고 있다(Dwyer, 201: 234). 이 모든 것은 전문 번역계에 존재하는 영어 위주의 일방적인 번역 흐름과 영어로 만들어진 문화의 일방적인 확장에 저항하고자 하는 노력으로 볼 수 있다(Venuti, 1995; Dwyer, 2012: 234 재인용).

4. 논의

비키 온라인 커뮤니티에 대한 분석을 통해 본 연구는 기계의 발전과 자료에 대한 접근성, 단순화된 관리 시스템, 공유문화, 문화적 다양성 확대라는 도양에 기반을 둔 팬들의 번역참여 활동이 실제 세계에서 어떤 식으로 이루어지는지 볼 수 있었다. 온라인 번역 활동의 변화에 영향을 주는 요인은 디지털 기기의 발전이 가져온 속도와 효율성, 그리고 이에 근거하여 각자의 언어로 원하는 콘텐츠를 번역하고자 하는 대중의 참여의지이다. 즉, 디지털 환경에 적합한 신속하고 무료로 가까운 번역이 늘어나는 이유 중 하나는 “포럼, 블로그, SNS, 각종 관계망을 통해 누구나 자신의 관심사와 정보를 공유하고 관계를 형성하는 것이 쉬워졌기 때문이다”(Gambier 2016: 892-893).

비키의 번역 과정은 우선 ‘협업번역’의 모델을 잘 나타내고 있다. 즉, 시간차 없이 모든 행위가 함께 일어나는 협업번역 연구의 기초가 되었던 페이스북의 클라우드소싱을 기본으로 한 모델(De Palmer & Kelly 2009)과 매우 흡사한 것을 알 수 있었다. 이들 연구자들은 협업번역의 장점을 속도, 품질, 확장이라고 보았다.

첫째, 속도 면에서 볼 때 기존 연구에서 페이스북의 경우 스페인어와 독일어 버전은 일주일 안에 프랑스어 버전은 24시간 안에 번역이 가능했고 이는 다른 번역 방법과 비교해 분업을 통한 협업 모델 기반 클라우드소싱 번역이 속도 면에서 크게 우월함을 보여주었다. 본 연구에서 나타난 비키 번역 또한 본방이 종료된 후 한두 시간 내에 클라우드소싱 방법으로 영어 번역을 마치고 이후 각 언어별 번역이 진행된다는 면에서 다른 자막번역과는 비교할 수 없는 속도의

‘7년 된 ‘꽃남’ 식지 않는 인기 ...자발적 번역어만 총 46개’ (인터넷 동아일보)

우위를 갖고 있다는 것을 알 수 있었다.

두 번째, 품질 면에서도 페이스북이 언어능력과 주제지식을 지닌 번역가를 모집하는 동시에 이를 최종 감수할 전문가를 댄으로써 사용자와 전문가의 장점을 취하여 원문의 의미를 잘 살리면서도 자연스런 목표언어로의 번역을 할 수 있었다. 비키 온라인 커뮤니티 내에서도 전문적인 지식을 가진 참여자들의 배경 지식 감수와 언어 전문가의 감수가 이루어지는 것을 알 수 있었다. 비키 번역에 참여하는 대중들은 전문 번역가와 비교해서는 언어 능력, 번역 기술면에서 부족하지만 열정과 배경지식, 협력, 조직의 관리를 통해 자신들의 고유한 개성과 어느 정도 수준의 품질이 보장된 번역 결과물을 보이고 있다. 결국 비키 사례는 “언어 관련 전공자가 아닐 뿐 이미 전문적인 수준의 환경 지식, 인터넷 지식을 지니고 있다”(김순미 2016: 24), “팬들이 가진 환경 지식은 그들의 공식 교육 부족을 보충할 수 있을 수준인 것”(O’Hagan, 2009: 102) 등 선행연구들에서 드러난 배경지식과 기술 관련 지식의 중요성이 실제 어떻게 발휘되고 있는지 보여주고 있다.

마지막으로 확장 면에서도 사용자들을 참여시킨 크라우드소싱 번역은 페이스북이 신속하게 세계로 확장되는데 기여했듯 비키 자막번역이 세계로 확산되는데 기여하고 있다. 또한 비키도 많은 사용자들이 참여하게 되면서 브랜드 인지도 향상과 입소문 마케팅 효과를 올릴 수 있었다(De Palmer & Kelly 2009: 386-387). 이를 기초로 볼 때 비키 번역 역시 영어 번역 1시간 안에 완성이라는 속도, 동료간 리뷰나 언어 전문가의 전반적인 감수 등 품질 관리, 열정적인 팬들이 가지고 있는 장르와 작품에 대한 기본 지식을 기초로 한 일정한 품질 보장, 소수 언어를 포함한 다양한 언어로 번역됨으로써 오는 문화 콘텐츠의 확장 과 문화적 다양성 확대 면에서 다른 크라우드소싱 협업 번역과 유사한 장점을 가지고 있음을 확인 할 수 있었다.

비키 번역의 또 다른 특징은 ‘팬번역’에서 찾을 수 있다. 즉, 공유하는 문화를 중심으로 번역자 간에, 그리고 독자와의 ‘공감대’를 형성하고 있는 것이다. 팬들은 드라마 방영이 이루어지기 전부터 프리버즈를 만들어 내고 방영이 되는 중에도 댓글 리뷰나 SNS활동을 통해 꾸준히 홍보를 하고, 자신들의 온라인 커뮤니티 내에서 벌어지는 토론과 대화, 지원을 하고 있다. 팬들은 공식 번역이 이루어지기 전부터 온라인 커뮤니티 게시판을 통해 열성적으로 홍보하고 공식

번역이 출시된 후에도 끊임없이 번역에 대해 논쟁을 하면서 ‘정서적 감흥’(조성은, 조원석 2015)을 만들어 내는 것을 볼 수 있다. 이상빈(2016b)의 한국형 실시간 게임번역기 MORT연구에서 볼 수 있듯이 이와 같은 팬번역은 번역이 되지 않았을 콘텐츠의 번역도 이루어질 수 있도록 유도하고 상대적으로 적은 노력으로도 사용자의 눈높이에 맞는 번역을 생산할 수 있는 새로운 기회를 제공한다는 데 의의가 있다. 또한 위의 게임번역 연구에서는 기계를 통해 만들어진 1차 번역을 사용자들이 자신들의 언어와 감수성을 넣어 수정을 하고, 최종적으로 로컬라이저들이 이를 현지화 하는 과정을 거치는 반면 비키 번역에서는 사용자들의 번역이 이루어진 후에 이를 전문가들이 수정하여 홀루나 넷플릭스에 판매하는 방식이 이루어지고 있음을 알 수 있었다. 이를 통해 MORT연구에서 드러난 기계번역 → 팬 수정 → 로컬라이제이션 → 현지화 라는 모델이 이 경우는 기계 번역이 아닌 비전문가 번역 후 전문가가 수정하여 상업적으로 판매하는 모델로 나타나는 것을 볼 수 있었다. 게임 번역 연구자는 이같은 모델이 제한된 영역에 적용되고 있는 한계가 있다고 밝혔으나, 다양한 주체들을 거치는 번역행위가 다른 영역에서도 확인이 됨으로써 이와 같은 모델의 확대 가능성을 보여주었다.

5. 결론

본 연구를 통해 디지털 시대 번역의 특징을 도출해 내고 이를 비키 참여번역 사례를 통해 살펴본 결과 실제 그 특징들이 번역 모델 안에서 드러나는 것을 볼 수 있었다. 번역계에서 벌어지고 있는 변화는 그동안 원문 중심, 획일적인 품질, 전문가, 완성품으로 대표되어온 행로가 크게 수정되고 있음을 보여준다. 번역기계와 용어집, 번역 플랫폼을 기반으로 활동하는 열정적인 일반인들은 개인적 역량으로 볼 때 전문적인 번역가와 많은 차이가 나지만 집단적으로는 월등한 속도로 방대한 양의 번역을 완수하고 있으며 이윤적인 면으로만 볼 때는 전문가가 말지 않을 텍스트도 처리함으로써 소수 언어의 문화 전파와 수용에 크게 기여하고 있음을 알 수 있었다. 또한 표준화된 번역과 일정 수준의 번역 품질 등의 장점을 가지고 활동 영역을 확대해 가고 있다.

특별히 본 연구의 대상인 비키 번역의 경우는 참여자들은 콘텐츠에 대한 무한한 흥미와 애정을 가지고 새로운 언어를 습득하고, 문화를 배우며, 의견을 공유한다. 이로 인해 인기 있는 콘텐츠는 최대 90개 정도의 언어로 번역이 되어 영어권 문화가 아닌 한류와 같은 주변 문화가 평상시에는 닿지 않았을 세계 곳곳으로 확산되는데 큰 기여를 하고 있다. 동시에 이 현상은 소수언어권에 세계 문화를 즐길 수 있는 기회를 준다는 점에서 디지털 기기를 활용한 문화적 다양성 확산에 있어 번역의 역할을 보여주고 있다.

상업적인 면에서 볼 때 회사가 운영한다는 면에서 비키는 팬들의 커뮤니티와는 확연한 차이가 있다. 협력사와의 계약을 통해 라이선싱을 하고 합법적으로 콘텐츠를 제공하여 팬들이 안심하고 번역을 할 수 있게 하고, 번역 플랫폼을 제공하며, 광고와 콘텐츠 판매를 통해 수익을 올린다. 이에 대해서는 일반인들의 노동력 착취라는 비난이 있고 팬심을 이용하여 이윤을 추구하는 비키와 같은 업체들의 윤리적 면을 인정하지 않는 번역계의 시선도 있다. 그러나 비키 토론 포럼이나 CEO 인터뷰 등에 의하면 참여 번역을 하는 번역가들 스스로가 자부심을 가지고 물질적인 대가를 거부한다.²⁰⁾ 또한 팬들은 번역 뿐 아니라 2차적으로 생성되는 관련 블로그, 입소문, SNS 확대 등을 통해 팬들은 콘텐츠에 대한 문화를 즐기기도 한다. 그들이 추구하는 것은 재미와 커뮤니티 내의 공감과 유대감인 것이다.

지금까지 본 번역 프로세스와 시간, 경제적 효율성, 문화 확산 등 면에서의 많은 장점을 통해 향후 번역 기계가 더욱 발달하는 시기에는 일반인 사용자들이 집단의 힘과, 기계의 도움을 받아 더 많은 번역을 처리할 것으로 예상된다. 또한 비키 모델의 성공과 페이스북과 링크드인 등 사례를 볼 때 이들의 무한한 열정과 능력을 이용하는 상업적인 노력은 더 다양하게 전개될 것으로 예상된다. 비키 자체가 처음에는 비영리적인 대학 내 수업 프로젝트에서 시작하여 지금은 일본의 거대 상거래 회사 라쿠텐에 인수되어 세계 200여개 언어로 번역을 해내는 거대한 기관으로 커가는 것을 볼 때 향후 번역을 둘러싼 생태계는 혁명적인 변화를 거칠 것으로 보인다.

20) All Things D “ViKi Raises Millions for Web Video From Around the World” (2010. 12. 8)
<http://allthingsd.com/20101208/ViKi-raises-millions-for-web-video-from-around-the-world/>

참고문헌

- 김순미 (2016a) 「디지털 시대 비전문가들의 참여 번역 현상」, 『번역학연구』 17(3): 7-32.
- _____ (2016b) 「번역가의 ‘전문성’ 개념 변화의 필요성 – 디지털 시대 ‘비전문가’ 번역을 중심으로」, 『통역과 번역』 18(특별호): 1-29.
- 박경리 (2013). 「미국 드라마 팬자막 이용자의 선호도 조사」, 『번역학연구』 14(5): 117-141.
- 이상빈 (2016a) 「트랜스크리에이션, 기계번역, 번역교육의 미래」, 『통역과 번역』 18(2): 129-152.
- _____ (2016b) 「번역기계, 팬번역가, 로컬라이저의 네트워크」, 『번역학연구』 17(3): 117-137.
- 조성은, 조원석. (2015) 「웹툰 팬 번역 양상 연구 – [신의 탑] 팬덤의 정서적 특징을 중심으로」, 『통번역학연구』 19(3): 239-263.
- Costales, Alberto Fernández (2012) ‘Collaborative Translation Revisited’, in FORUM. Revue internationale d’interprétation et de traduction/International Journal of Interpretation and Translation 10(1): 115-142.
- Cronin, Michael (2010) ‘The Translation Crowd’, in revista tradumàtica, 08. Localització i web. Retrived February 12, 2017, from http://revistes.uab.cat/tradumatica/article/view/100/pdf_15
- _____ (2013) *Translation in the Digital Age*, Routledge: NY.
- De Palma, Donald, and Nataly Kelly (2009) ‘Project Management for Crowdsourced Translation: How User-translated Content Projects Work in Real Life’, in *Translation and Localization Project Management: The art of the possible* 379-408.
- Désilets, Alain (2007) ‘Translation wikified: How will massive online collaboration impact the world of translation’, in *Proceedings of Translating and the Computer* 29: 29-30.

- Désilets, Alain, and Lucas Gonzalez, Sebastien Paquet, Marta Stojanovic (2006) 'Translation the Wiki way', in *Proceedings of the 2006 international symposium on Wikis* 19-32.
- Désilets, Alain, and Jaap van der Meer (2011) 'Co-creating a repository of best-practices for collaborative translation' in *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies* (10).
- Dolmaya, Julie McDonough (2011) 'The ethics of crowdsourcing' in *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies* (10).
- _____ (2012) 'Analyzing the crowdsourcing model and its impact on public perceptions of translation' in Luis Pérez-González & Şusam-Saraeva (eds) *The Translator* 18(2): 167-191.
- Dwyer, Tessa (2012) 'Fansub Dreaming on ViKi: "Don't Just Watch But Help When You Are Free"', in Luis Pérez-González & Şusam-Saraeva (eds) *The Translator* 18(2): 217-243.
- _____ (2016) 'Welcome to Viki! Fansubbing and Media Change', in *Media Commons* Retrieved February 12, 2017, from <http://mediacommons.futureofthebook.org/question/what-ways-do-internet-to-ols-and-culture-recursively-affect-both-international-and-localiz-4>
- Gambier, Yves (2016) 'Rapid and Radical Changes in Translation and Translation Studies', in *International Journal of Communication* (19328036), 10.
- House, Juliane (2003) 'English as a lingua franca: A threat to multilingualism?', in *Journal of sociolinguistics*, 7(4): 556-578.
- Jiménez-Crespo, Migual A. (2011) 'From Many One: Novel Approaches to Translation Quality in a Social Network Era', in *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies* (10).
- _____ (2013). *Translation and web localization*, London & New York: Routledge.
- Kelly, Nataly, Rebecca Ray and Donald A. DePalma (2011) 'From Crawling to Sprinting: Community Translation Goes Mainstream', in *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies* (10).

- O'Hagan, Minako (2005) 'Multidimensional translation: A game plan for audiovisual translation in the age of GILT', in *Challenges of Multidimensional Translation*, 76-87.
- _____ (2009) 'Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing', in *Journal of Internationalisation and Localisation* 1(1): 94-121.
- _____ (2011) 'Community Translation: Translation as a Social Activity and Its Possible Consequences in the Advent of Web 2.0 and Beyond', in *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies* (10).
- O'Hagan, Minako and David Ashworth (2002) *Translation -Mediated Communication in a Digital World --Facing the Challenges of Globalization and Localization*, Clevedon & New York: Multilingual Matters Ltd.
- Pérez-González, Luis and Sebnem Şusam-Saraeva (2012) 'Non-professionals Translating and Interpreting: Participatory and Engaged Perspectives', in Luis Pérez-González & Sebnem Şusam-Saraeva (eds) *The Translator* 18(2): 149-165.
- Pérez-González, Luis (2014) *Audiovisual Translation Theories, Methods and Issues*, NY: Routledge.
- Pym, Anthony (2003) 'Translational ethics and electronic technologies' Paper delivered to VI Seminário de Tradução Científica e Técnica em Língua Portuguesa A Profissionalização do Tradutor, Retrived August 24, 2016, from http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/translation/lisbon_ethics.pdf
- _____ (2013) 'Translation Skill-sets in a Machine-translation Age', in *Meta: Journal des traducteurs Meta:/Translators' Journal* 58(3): 487-503.
- Rychtyckyj, Nestor and Craig Plesco (2012) 'Applying automated language translation at a global enterprise level', in *AI Magazine* 34(1): 43.

비디오

<http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000590753>

<http://www.slideshare.net/VentureSquare/5-viki>

[Abstract]

**Crowdsourced translation in the digital era:
Focusing on Viki fansubbing community**

Kim, Soon Mi

(Sookmyung Women's University)

In the digital age, an increasing number of users who have linguistic proficiency, digital literacy, and genre knowledge are participating in translation activities. This trend has unsettled the traditional translation practices. Now, translation is making a transition from something static and sequential to something available in a collaborative system which is user-driven, interactive and ubiquitous. Against this backdrop, this study aims to investigate the following: firstly, to find distinctive characteristics of translation in the digital era drawing on Cronin(2013)'s concept of "wiki translation", Pym(2003, 2011, 2013)'s study on translation ethics and electronic technology, and O'Hagan and Ashworth(2002)'s study on characteristics of translation in the digital age; secondly, to see how these characteristics are manifested in reality through Viki online translating community. Among many user-generated translation community, Viki online subtitling community is chosen for analysis because it is a new initiative which became hugely successful by combining effective commercial strategies and fandom factors. This case study will show how translation activities in the digital environment evolve.

▶ Key Words: translation in the digital era, fandom online community, crowdsourced translation, wiki translation, collaborative translation

김순미

숙명여자대학교 영어영문학부

smikim@sookmyung.ac.kr

관심분야: 번역과 사회학(사회 현상), 디지털 시대의 번역, 커뮤니티 통역

논문투고일: 2017년 4월 23일

심사완료일: 2017년 6월 9일

게재확정일: 2017년 6월 12일