

넷플릭스 자막과 생성형 AI의 번역 전략 비교: <흑백요리사> 닉네임 번역 사례를 중심으로*

박건영(경희사이버대학교)

1. 서론

2022년 11월 30일 오픈AI가 챗GPT를 출시한 이후(임대준, 2023) 인공지능(artificial intelligence, 이하 AI)은 인간의 삶에 빠르고 넓게 파고들었다. 번역 분야에서도 AI 번역 결과물의 수준이 하루가 다르게 향상을 거듭하면서 번역사는 물론 일반인도 AI 번역을 일상에서 광범위하게 사용하는 상황이다(강수정과 천종성, 2025). 이에 따라 현재 AI 번역에 대비하여 인간 번역의 위치가 어디인가라는 질문이 계속하여 제기되고 있다. 그렇다면 인간 번역과 AI 번역의 차이점은 어디에서 찾을 수 있을까? 인간 번역에 대비하여 AI 번역의 현주소는 어디일까? 본 연구는 유명 OTT(Over-the-Top) 예능 프로그램의 출연자 ‘닉네임(nickname)’이라는¹⁾ 특정 요소의 사례에 기반하여 이러한 의문을 탐구해 보고자 한다.

<흑백요리사: 요리 계급 전쟁>(이하 <흑백요리사>)은 글로벌 OTT 서비

* 논문에 귀한 통찰을 나누어 주신 세 분 심사자에게 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

1) ‘별명’ 또는 ‘별칭’이라는 한국어로도 쓸 수 있으나 <흑백요리사>의 후속저 요리사 타이틀과 관련해 대다수 매체에서 ‘닉네임’을 사용하며 현재 한국의 언어생활 측면에서도 흔히 사용되는 외래어이므로 이하 ‘닉네임’으로 기재한다.

스인 넷플릭스(Netflix)에서 방영되는 요리 서바이벌 쇼로 2024년에 시즌 1, 2025년에 시즌 2가 공개되었고 2026년에 시즌 3이 제작 중이다. 시즌 1은 넷플릭스 비영어권 시리즈물 부문에서 한국 예능 프로그램 최초로 3주 연속 1위에 올랐고 시즌 2도 2주 연속 1위를 기록했다(김승환, 2026). 이 쇼의 주요 내용은 한국에서 유명 요리사로 입지를 굳힌 ‘백수저’ 요리사 20인에게 요리사, 요리 유튜버 등 80인의 ‘흑수저’ 요리사가 맞서는 요리 대결로, 시즌 1과 시즌 2의 1화 초반에는 각각 “모든 참가자는 이름 대신 키워드로 불린다”, “흑수저는 이름이 아닌 키워드로 불린다”라는 내레이션이 나온다. 규칙에 따라 흑수저 요리사 80인은 최종 우승을 하기 전까지는 쇼에서 모두 본명이 아닌 ‘키워드’, 즉 별칭인 닉네임으로 불리게 되는데 ‘요리하는 돌아이’, ‘나폴리 맛피아’ 등 개성 있는 닉네임이 화제를 불러일으켰다. 또한 <흑백요리사> 공개 후에 이들 요리사가 타 매체에 출연할 때도 계속 해당 닉네임으로 불리며 닉네임을 활용한 밈이 유행하기도 했다.

흑수저 요리사의 닉네임이 특히 시청자의 뇌리에 각인된 이유는 이들 닉네임이 시청자의 호기심을 자극하고 흑수저 요리사 개개인의 캐릭터를 부각하는 장치로 사용되었기 때문이다. 한편, 각 닉네임은 인물과 대응하는 고유명사인 동시에 해당 셰프의 삶의 궤적을 부각하는 제목의 성격도 가지며, 다수 닉네임이 한국 문화, 신조어, 언어유희, 상호텍스트성 등 번역의 측면에서 그간 까다롭다고 논의되어 온 다양한 요소를 내포한다.

현재 한국 드라마와 영화뿐 아니라 예능 프로그램, 유튜브 영상 등이 전 세계에서 인기리에 이용되고 있으며 이러한 다양한 영상물에서 요리사뿐만 아니라 유튜버, 연예인의 ‘부캐(부가 캐릭터)’ 등 많은 출연자가 본명 이외에 다양한 별칭을 사용하고 있다. 이에 따라 연구자는 <흑백요리사>의 닉네임 번역 양상을 살펴본다면 현시점의 번역학 측면에서 연구 의의가 있을 것이라고 보았다. 또한 넷플릭스는 글로벌 OTT 서비스 중 사용자와 제공 프로그램에 있어서 영향력이 큰 매체이므로 넷플릭스의 번역 양상을 살펴보는 것은 추후 해당 요소의 번역에 있어서 방향성의 측면에서도 의미 있는 사례 연구로 기능할 수 있겠다고 판단하였다. 한편, 현재 AI 번역의 대상은 문어 텍스트를 넘어서 시청각 텍스트로 범위를 넓혀가고 있다. 이를 고려할 때 넷플릭스 자막과 AI 번역 결과물을 비교한다면 본 연구가 통번역 분야

AI 활용에 있어서 AI 번역의 현 상황을 점검하는 사례가 될 수 있을 것으로 보았다.

이러한 연구 배경과 목적에 따라 설정한 연구 질문은 아래와 같다.

첫째, <흑백요리사> 시즌 1, 2에 등장한 흑수저 요리사의 닉네임 번역에서 넷플릭스 자막과 생성형 AI 번역 결과물은 어떤 경향을 나타내는가?

둘째, 넷플릭스 자막과 AI 번역 결과물을 비교하였을 때 번역 전략의 측면에서 어떤 차이가 나타나며 그 함의는 무엇인가?

위의 연구 질문을 해결하기 위해 먼저 고유명사와 제목 번역, 넷플릭스 프로그램 번역, 인간 번역과 AI 번역 비교에 대하여 이론적 배경과 선행 연구를 살펴볼 것이다. 다음으로 본 연구의 연구 방법을 설명한 후, 분석 결과를 정량적 측면과 정성적 측면에서 제시한 뒤 본 연구의 분석 결과에서 도출할 수 있는 함의를 찾아보고자 한다.

2. 이론적 배경과 선행 연구

2.1 고유명사와 제목의 번역

<흑백요리사>에서 흑수저 셰프가 본명 대신 사용하는 닉네임은 자신의 요리 스타일과 정체성을 시청자에게 각인시키는 수단이다. ‘급식대가’, ‘이모카세’, ‘철가방 요리사’ 등의 닉네임은 그들의 요리 세계와 이력을 직관적으로 나타낸다. 본 연구는 흑수저 셰프의 닉네임이 해당 인물을 지칭하는 고유명사인 동시에 인물의 배경과 스토리, 특성을 단적으로 보여주는 제목의 특성을 갖는다는 데에 주목하고 이의 번역을 고유명사와 제목 번역의 연장선상에서 고찰해 보고자 한다.

그간 영상 번역 분야에서 고유명사 번역은 문화 특수성(culture-specificity), 유머, 대사 속 호격(vocatives), 번역 불가능성(untranslatability), 이중언어 맥락(bilingual contexts), 매체 간 전이(transfer across media)와 관련하여 논의되었다(Pettini, 2022, p. 97). 고유명사 번역에서 유의할 점은 고유명사를 두 가지 범주로 나눌 수 있으며 그에 따라 번역

방법이 달라질 수 있다는 것이다. 관습적 고유명사(conventional proper nouns)는 텍스트에서 특정한 의미를 갖지 않는 경우로 번역 방법은 음차가 일반적이다. 반면 의미가 내포된 고유명사(loaded proper nouns)의 경우 음차 번역으로는 고유명사 속에 내포된 ‘의도’와 특정 문화 맥락에서 축적된 역사 및 문화적 연관성이 번역 결과물에는 반영되지 않을 수 있다. 이를 전제로 헤르만스(Hermans, 2015)는 고유명사 번역 방법을 원어 유지(copy), 음차(transcribe), 대체(substitute), 의미 번역(translate), 이들 방법의 혼합, 무번역, 일반명사로 대체로 분류하였다(pp. 13-14). 본 연구는 이에 착안하여 분석 대상인 닉네임을 번역 난제 내포 여부에 따라 두 가지로 분류하여 각각의 번역 전략을 분석하였다. 본 연구에서 ‘번역 난제(translation problem)’는 번역자의 개인적 역량이나 작업 환경에 따른 주관적 어려움이 아니라, 원문의 언어적·문화적·텍스트적 특성 또는 번역 상황의 차이로 인해 목표 텍스트의 기능을 충족하기 위해 번역 과정에서 해결해야 하는 객관적 또는 상호주관적 문제를 의미한다(Nord, 2011). 이에 따라 본 연구에서 말하는 번역 난제를 내포한 닉네임은 언어유희, 문화적 함축, 상호텍스트성, 한국어 특유의 표현이나 신조어, 직역이 불가능하거나 맥락에 따라 의미가 달라지는 표현을 담은 닉네임이다. 이들 번역 난제를 특정한 문화적 의미를 지닌다는 면에서 문화소(cultural references)로 규정할 수도 있으나, 본 연구에서는 분석 데이터인 닉네임의 번역 전략에 있어서 인간 번역사와 AI의 차이점을 관찰하는 기준으로 번역에 어려움을 주는 다양한 요소의 포함 여부를 기준으로 삼고자 번역 난제라는 용어를 사용하였다.

노르트(Nord, 2003, pp. 183-185)는 문학작품에서 고유명사는 지칭하는 인물의 성별, 나이, 출신지에 대한 정보를 제공하거나 문화 표지자(cultural markers)의 기능을 한다고 말한다. 따라서 독자가 출발어나 문화적 맥락을 모르는 경우 고유명사가 내포한 의미를 이해하지 못할 수 있다. 또한 이러한 고유명사는 번역에 있어서 난제를 유발하는데, 고유명사가 함축적 의미를 담았거나 문화 표지자의 기능을 하는 경우 번역된 이름이 이를 유지하지 못할 수 있고 번역사는 맥락 정보를 보충해야 한다.

영상 번역에서도 마찬가지로 등장인물의 이름은 해당 인물 및 인물의 삶에 대한 정보를 담는 경우가 있으며 이를 도착어로 번역하였을 때 전달하

지 못하는 경우 이름의 화용적 효과가 부분적으로 소실되므로 인물의 이름 번역에 제약이 발생할 수 있다(Matkivska, 2014, p. 41).

제목 번역도 고유명사 번역과 유사한 측면이 있다. 제목은 다른 작품과 구별하는 차별적(distinctive) 기능, 제목임을 알게 하는 메타텍스트적(metatextual) 기능, 독자의 관심을 유발하고 접촉을 시도하게 하는 친교적(phatic) 기능, 텍스트의 특성에 대한 정보를 전달하는 지시적(referential) 기능, 텍스트에 대한 저자의 감정 및 의견을 나타내는 표현적(expressive) 기능, 독자를 특정 방식으로 행동하게 이끄는 소구적(appellative) 기능을 갖는다. 이러한 기능적 특성을 갖는 제목의 번역에 있어서 번역사는 도착 텍스트로서 제목의 목적을 파악하고, 원저자의 의도를 고려하며, 주어진 목적을 달성하기에 적절한 문화적 변안, 패러프레이즈, 축소, 확장, 삭제 등의 번역 기법을 사용해야 한다(Nord, 1995, pp. 282-283).

이들 기능에 더해 제목의 특성으로 상호텍스트성(intertextuality)도 언급된다(남윤지, 2015; Nord, 1995). 광의의 상호텍스트성은 한 텍스트가 다른 텍스트와 맺고 있는 상호 관련성으로, 이는 곧 번역 불가능성으로 연결된다. 협의의 상호텍스트성은 인용, 지시, 인용, 표절, 패러디, 혼성모방의 형태로 나타난다(남윤지, 2016). 예를 들어 ‘뉴욕 장금이’라는 닥네임의 경우 과거 한국은 물론 해외에서도 인기를 끈 한국 드라마 <대장금>의 주인공 이름을 사용했다는 점에서 상호텍스트성의 사례로 볼 수 있다.

상호텍스트성에 있어서 결정적 요소는 독자의 수용이다. 텍스트가 내포한 상호텍스트성을 독자가 이해하였을 때 상호텍스트성이 성립하게 되는 것이다. 마찬가지로 원문의 상호텍스트성이 번역문에서도 나타나는 지는 이 요소가 도착 텍스트 독자에게 수용되었는지에 연관된다. 베누티(Venuti, 2009)는 번역과 관련하여 상호텍스트적 관계를 원문 텍스트와 다른 텍스트 간의 상호텍스트성, 원문 텍스트와 번역 텍스트 간의 상호텍스트성, 번역 텍스트와 다른 텍스트 간의 상호텍스트성의 세 가지로 분류한다(pp. 157-158). 본 연구에서 분석한 닥네임의 상호텍스트성은 이 중 원문 텍스트와 다른 텍스트 간의 상호텍스트성, 번역 텍스트와 다른 텍스트 간의 상호텍스트성이다.

상호텍스트성의 번역 방법으로 남윤지(2016)는 생략, 직역, 등가 번역,

해설 번역을, 김진아(2024)는 보존, 대체, 손실, 추가를 제안하였고, 이는 고유명사 번역 및 문화 특정 항목의 번역 방법과도 유사성을 갖는다. 다만 본 연구의 분석 대상인 다키임 번역은 영상 텍스트로서 자막 번역이 갖는 시간적 제약을 수반한다. 오미형(2012)은 한국 영화제목 번역 연구에서 도착어 관객의 문화적 감수성, 국가에 따른 제목 짓기의 관습, 언어유희 등 언어적 측면의 번역 난제와 같은 영화제목 자체의 특징과 도착 텍스트 생산의 목적과 환경을 고려해 제목의 번역 방법을 무번역(zero translation), 음차(transliteration), 직역(literal translation), 조절(adaptation), 새로 쓰기(text production)로 나누었다. 이에 본 연구에서는 선행 연구의 한국 영화 영어 자막 속 문화소 번역 전략과 위의 한국 영화 제목 번역에서 사용한 번역 방법 분류의 틀을 수정하여 사용하였다.

2.2 넷플릭스 예능 프로그램 번역

과거 비디오테이프와 DVD를 대여하는 업체였던 넷플릭스가 인터넷의 발전과 함께 글로벌 OTT 서비스 제공자로 탈바꿈하면서 이제 영화, 드라마, 예능 등 여러 장르의 넷플릭스 프로그램이 다양한 언어로 번역되어 전 세계에 제공되고 있다. 넷플릭스 프로그램의 번역에 대한 국내외 다수 연구가 자막 번역을 다루었는데, 문화 관련 어휘(김해연과 조민성, 2025; 안희연과 김보영, 2021; 정윤희, 2023; El-Farahaty & Alwazna, 2024), 고유명사(강동희, 2023), 관용어(김규형, 2023), 비속어(조재범, 2021; Abu-Rayyash et al., 2023), 정보 압축과 재구성(유준희, 2026), 외화 제목(김진아, 2024) 등 자막의 다양한 요소를 비롯하여 번역 교육에의 활용(Türkmen, 2020), 수용자 연구(Kuscu-Ozbudak, 2022), 자막 작업 흐름(Massidda, 2023), 기계번역과의 비교(임소영과 임소정, 2023; Bellés-Calvera & Quintana, 2021)도 연구되었다.

김해연과 조민성(2025)은 <흑백요리사> 시즌 1을 대상으로 한-인니 음식명의 번역 전략을 분석하였다. 번역 전략은 문화소 번역의 관점에서 유지, 직역, 중립화, 확대/축약, 문화 내 적응, 대체, 생략으로 분류되었는데 유지와 직역 전략이 가장 많이 사용되어 원문의 형식과 의미를 번역문에서도 보존하려는 시도로 분석되었다.

김진아(2024)는 넷플릭스 외화 제목 중 영어를 매개어로 한 중역 사례의

상호텍스트성을 분석하였는데, 넷플릭스의 제목 번역 방식이 타 영상 콘텐츠의 제목 번역 전략 결정 기준이 될 것으로 예측하는 한편, OTT의 다국어 현지화가 상호텍스트적 측면에서 문제가 될 가능성을 언급하였다는 점에서 본 연구의 연구 배경 및 논의와 접점을 갖는다.

넷플릭스 공식 자막과 기계번역을 비교한 연구는 대개 신경망 기계번역(neural machine translation, 이하 NMT) 결과물과 자막을 비교하였다. 벨레스-칼베라와 키타나(Bellés-Calvera & Quintana, 2021)는 스페인 드라마 <Cable Girls>(마드리드 모던걸)의 영어 자막, 구글 번역 결과물, 딥엘 번역 결과물을 BLEU(Bilingual Evaluation Understudy) 지표로 비교하였는데 분석 결과 딥엘 번역이 구글 번역보다 우수한 것으로 나타났고 NMT 결과물의 번역 수준을 고려할 때 영상 번역 실무에서 번역사에게 도움이 될 것이라는 다소 평이한 결론을 도출하는 데 그쳤다.

넷플릭스 한국 예능 프로그램의 번역을 다룬 연구로 임소영과 임소정(2023)은 <솔로지옥2>의 자막에서 구어체에 초점을 두고 한중 AI 번역의 오류를 연구하였는데 한국과 중국의 NMT 플랫폼 5종을 사용하였다. 해당 연구는 예능 프로그램에서 특히 중심을 이루는 구어체 대사의 번역을 다루었다는 점에서 의미가 있으나 NMT와 생성형 AI 번역의 격차가 큰 시점에서 NMT의 오류 분석에 그쳤다.

본 연구는 넷플릭스 자막 번역에 대한 기존 선행 연구 다수가 자막의 특정 언어 요소 번역 방법에 초점을 둔 점, 그리고 공식 자막과 기계번역 비교연구는 NMT와의 비교 위주였던 점에서 나아가 생성형 AI 번역의 수준이 날로 향상하는 상황에서 공식 자막과 생성형 AI 번역 결과물의 번역 전략을 비교하였다.

2.3 인간 번역과 AI 번역 비교

번역학 분야에서 AI 번역에 관한 연구는 초기 번역 결과물 오류 연구 중심에서 AI 번역의 수준이 높아지고 번역 교육과 실무에 적극 활용되면서 프롬프팅 기법, 인간 번역과 AI 번역 비교로 확장되고 있다.

인간 번역과 생성형 AI 번역 결과물을 비교한 연구는 인간 번역이 우세함을 보유했다고 여겨지는 문학번역 연구가 다수지만 점차 문학번역 분야

에서도 문체(배유진과 김순영, 2025; 정혜연 등, 2025), 감정(손재은, 2025), 은유 표현(전수, 2025) 등 특정 요소에 초점을 둔 연구가 이루어지는 추세이고 시(마승혜, 2025; Manapbayeva et al., 2024), 과학 텍스트(Fu & Liu, 2024), 법률 텍스트(임해경, 2024; Moneus & Sahari, 2024) 등의 텍스트 번역도 비교되었다. 그러나 영상 텍스트를 대상으로 인간 번역과 생성형 AI 번역 결과물을 비교한 연구는 아직 많지 않다.

영상 텍스트에서 인간 번역과 생성형 AI 번역을 비교한 연구 중 알 사위와 알람(AI Sawi & Allam, 2024)은 미국 영화 <버드맨>(Birdman)의 아랍어 자막 중 인유(allusion) 표현을 인간 번역과 챗GPT 번역의 전략, 빈도, 품질 면에서 비교하였다. 고유명사를 상호텍스트적으로 이용한 인유 번역은 인간 번역과 AI 번역 모두 유지 전략(retentive strategies)이 우세하나 출발 문화권의 종교·문학·대중문화 텍스트를 이용한 인유 번역에서는 인간 번역이 직역보다 축소 전략을 사용한 반면 AI 번역은 모든 사례에서 직역을 사용하였고 8개 중 5개 사례에서 심각한 언어적 오류를 나타냈다. 이에 해당 연구는 페데르센(Pedersen, 2017)이 제안한 자막 번역 품질 평가 모델(FAR model)의 척도로 기존의 기능적 등가(functional equivalence), 수용성(acceptability), 가독성(readability)에 일관성(consistency)을 추가할 것을 제안하였다.

심현보 등(2025)은 넷플릭스 한국어 드라마 세 편의 한국어 대사를 2023년과 2025년에 각각 챗GPT를 사용해 일본어로 번역한 결과물과 인간 번역인 넷플릭스 일본어 자막과 비교하였다. 분석 결과 2023년 자막에 비해 2025년 자막은 오류가 89.3% 감소하여 생성형 AI 번역의 수준이 단기간에 비약적으로 향상하였으나 호칭어와 직명 오역, 감탄사와 비유의 과잉번역, 원문에 없는 어휘 추가 등의 오류가 여전히 존재하였다.

나즈미 등(Najmi et al., 2026)은 영상 텍스트에서 관용 표현이 번역 난제에 속한다는 전제하에 영화 <Habibie and Ainun>(하비비) 속 인도네시아 관용어의 아랍어 자막 번역을 넷플릭스 자막과 딥시크(DeepSeek) 번역 결과물로 비교하였다. 인간 번역과 AI 번역에서 공통으로 패러프레이즈 전략이 우세하였다. 그러나 AI 번역이 의미의 등가에 초점을 둔 반면 인간 번역은 서사 배경과 감정적 의미를 고려했음이 나타나 두 결과물 간의 차이가 드러났다.

이창수(2024)는 한영 문학번역에서 챗GPT, 파파고, 인간 번역가 2명의 번역이 문체, 창의성, 번역 오류 면에서 어떤 차이가 있는지를 분석하였다. 분석 결과 파파고는 문장 단위 번역에 의존하여 인간 번역과 뚜렷한 차이를 보였고 기본적 오류가 많았으나 챗GPT는 문맥 정보를 활용하며 문체 면에서 인간 번역과 유사했고 창의적 개입 수행 능력을 나타냈다. 이 연구는 챗GPT가 인간 번역과 기계번역의 중간 지점에 위치하는 것으로 결론을 내렸다. AI 번역이 NMT와 달리 어느 정도의 창의성을 나타낸다는 이러한 분석 결과는 그렇다면 창의성을 요구하는 닥네임 번역에서 인간 번역과 AI 번역이 얼마나, 그리고 어떻게 다른지 본 연구에서 살펴보고자 하는 동기를 유발하였다.

선행 연구는 문학, 영상 등 여러 텍스트에서 인간 번역과 AI 번역의 차이점을 보여준다. 본 연구에서는 내용 면에서 문화 요소, 유머, 언어유희, 상호텍스트성 등 번역 난제를 포함하는 한편 형태 면에서 자막으로서 시공간의 제약을 고려해야 하는 예능 자막의 닥네임이라는 특정 요소의 한영 번역에 있어서 인간 번역과 AI 번역의 차이점이 어떻게 나타나는지를 번역 전략을 비교함으로써 알아보하고자 한다.

3. 연구 방법

3.1 분석 자료 추출

본 연구의 분석 텍스트인 넷플릭스 예능 프로그램 <흑백요리사>는 2024년 9월 17일에 공개된 시즌 1은 12부작, 2025년 12월 16일에 공개된 시즌 2는 13부작으로 구성되어 있다. 본 연구는 이중 흑수저 요리사 80명의 닥네임이 언급되는 각 시즌의 1화부터 3화에서 분석 대상인 닥네임을 추출하였다. 먼저 한국어 대사로 언급되거나 화면에 자막으로 등장하는 한국어 닥네임 중 영어 자막으로 나타난 닥네임을 각각 한국어-영어 쌍으로 수기로 엑셀 파일에 입력하였다. 시즌 1에서 57개, 시즌 2에서 43개로 총 100개의 데이터를 추출한 뒤 이들 데이터를 선행 연구에서 알아본 바와 같이 문화적

요소, 유머, 언어유희, 상호텍스트성 등 번역 난제의 요소를 포함하지 않는 관습적 고유명사 성격의 닉네임과 이들 번역 난제를 포함한 것으로 판단되는 의미를 내포한 고유명사 성격의 닉네임으로 나누어 다음에서 소개할 분류 틀에 따라 데이터 전체의 번역 전략과 이들 두 집단의 닉네임 번역 전략을 각각 계수하였다.

3.2 번역 전략 분류

아이셀라(Aixelá, 1996, pp. 61-65)는 고유명사를 아우르는 문화 특정 항목(culture specific items)의 번역 전략을 크게 보존(conservation)과 대체(substitution)로 분류하고 보존은 반복(repetition), 음차(orthographic adaptation), 언어적 번역(linguistic translation), 텍스트 외 주석(extratextual gloss), 텍스트 내 주석(intratextual gloss), 대체는 동의어(synonymy), 제한적 일반화(limited universalization), 절대적 일반화(absolute universalization), 자국화(naturalization), 삭제(deletion), 자율적 창조(autonomous creation)로 세부 분류하였다. 선행 연구 중 문화소 번역 전략을 영상 번역에 특화하여 제시한 페데르센(2005)이나 란자토(Ranzato, 2013)의 분류법도 있으나, 이들 연구의 분류는 각각 13개와 11개의 세분화된 전략을 사용하고 있다. 본 연구는 분석 데이터인 닉네임의 번역 전략에 있어서 인간 번역과 AI 번역의 거시적 측면에서의 차이점을 보다 직관적으로 보고자 보존과 대체, 즉 출발어 지향과 도착어 지향이라는 두 개의 큰 범주를 사용한 아이셀라(1996)의 번역 전략을 변용하여 문화소 한영 번역 전략에 적용한 박건영 등(2021)과 한국 영화의 영어 제목 번역 방법을 분류한 오미형(2012)을 참고하였다.

이에 따라 아래 <표 1>과 같이 선행 연구의 번역 전략을 재구성해 상위 범주와 세부 전략으로 분류하였다. 번역 전략은 크게 원문을 보존하거나 대체하는 두 가지 상위 범주로 나뉘고 이들 상위 범주는 각각 보존은 무번역, 음차, 직역으로, 대체는 축소, 추가, 부분 변형, 전체 변형의 세부 전략으로 나뉜다.

표 1

본 연구의 번역 전략 분류

상위 범주	세부 전략	예시
보존	무번역	라따뚜이 → Ratatouille
	음차	안산 백종원 → Ansan Paik Jong-won
	직역	급식 대가 → Master of School Meals
대체	축소	50억 초밥왕 → Sushi King
	추가	뉴욕 기사식당 → New York Diner Driver's Table
	부분 변형	간귀 → God of Seasoning
	전체 변형	골목식당 1호 → Hidden Gem
혼합		만찢남 → Comic Book Chef

세부 전략을 예시와 함께 설명하면, 무번역은 ‘라따뚜이’와 같이 외래어를 한국어로 음차한 닉네임을 다시 원어 철자로 표기한 경우이다. 음차는 ‘안산 백종원’을 ‘Ansan Paik Jong-won’으로 옮긴 사례와 같이 한국어 고유 명사를 로마자로 옮긴 것이다. 축소는 ‘50억 초밥왕’을 ‘50억’은 삭제하고 ‘Sushi King’으로 번역한 사례처럼 원문의 정보나 형태소를 삭제한 것이다. 추가 전략은 원문 ‘뉴욕 기사식당’을 ‘New York Diner Driver’s Table’로 번역한 사례와 같이 원문에 없는 어휘를 추가한 경우이다. 부분 변형은 ‘간귀’를 ‘God of Seasoning’으로 옮긴 사례에서처럼 원문의 일부를 변형한 전략이고, 전체 변형은 ‘골목식당 1호’를 ‘Hidden Gem’으로 옮겨 원문을 새롭게 번역한 경우이다. 마지막으로 혼합 전략은 위의 세부 전략이 한 닉네임에 2개 이상 함께 사용된 경우를 말한다. 이들 번역 전략을 넷플릭스 자막과²⁾ 생성

- 2) 넷플릭스 자막을 생성형 AI 번역과 비교할 인간 번역 결과물로 상정한 이유는 시공간적 제약이라는 자막 번역의 특성상 번역 실무에서 인간 번역으로 작업하거나 기계번역 후 인간 포스트에디팅을 거치기 때문이다(정인선, 2022). 넷플릭스 자막 번역 현황과 전략에 대해 더 자세히 알아보기 위해 2026년 4월 21일 관계자와의 인터뷰를 시도하였으나 어렵다는 답변을 받았다. 현재 그 외 언론 매체 등에서는 <흑백요리사>의 번역 주체에 대한 정보를 찾을 수 없으나, 본 연구의 분석 데이터를 추출한 시즌 1의 1~3화의 크레딧 영상에는 자막 번역 주체가 A 번역회사, 시즌 2의 1~3화의 크레딧 영상에는 개인 번역사 B로 기재되어 있다는 점에서 시즌 1과 시즌 2의 번역 주체가 다른 것으로 추측할 수 있다.

형 AI의 번역 전략을 분류하는 데 공통으로 사용하였다.3)

3.3 생성형 AI 번역 실행

번역 전략 분류 후 생성형 AI를 사용하여 한국어 닉네임을 영어로 번역한 결과물을 도출하였다. 사용한 생성형 AI는 챗GPT(5.4 mini)이다. 여러 생성형 AI 중 챗GPT를 본 연구의 AI 번역 도구로 선택한 이유는 분석 데이터인 닉네임 중에는 문화적 요소, 유머, 언어유희, 상호텍스트성 등 번역 난제로 꼽히는 요소를 포함한 경우가 다수 있어서이다. 챗GPT는 생성형 AI의 대명사로 2026년 발표된 과학기술정보통신부 조사 결과 가장 대중적으로 쓰이는 동시에4) 숙어를 자연스럽게 번역하고 정확도도 높다는 연구 결과도 있다(이상빈, 2025, pp. 71-87). 신경망 기계번역 등장 시점부터 기계번역을 연구 및 실무에서 다룬 연구자의 개인 경험에 비추어도 챗GPT가 타 생성형 AI에 비해 언어유희, 관용구, 유머 등 번역 난도가 있는 요소를 맥락을 파악하여 자연스럽게 번역하는 경우가 많았기에 이를 도구로 선택하였다.

먼저 <흑백요리사> 시즌 1에서 추출한 57개 닉네임을 번역하는 데 사용한 1~3차 프롬프트는 아래 <표 2>와 같다.

표 2

시즌 1 닉네임 번역에 사용한 프롬프트

1차	넷플릭스 예능 <흑백요리사> 시즌 1의 흑수저 셰프 80명 중 영어 자막에서 번역이 된 57명의 한국어 닉네임을 알려줄 테니 네가 영어로 번역해 봐. 넷플릭스 자막과 똑같이 할 필요는 없어. 각 셰프의 특성에 맞는 영어 닉네임으로 원문의 맥락적 의미나 상호텍스트성, 언어유희, 유머가 있다면 반영해 보면 좋겠어. 시작하자. (한국어 닉네임 입력)
----	---

- 3) 통번역학 일반에서는 번역의 거시적 경향성을 번역 전략(strategy), 미시적 개입을 번역 방법/기법(procedure, technique)으로 일컫는다. 본 연구에서는 큰 틀에서의 보존과 대체, 하위의 번역 방법을 모두 번역 전략으로 기술하였다.
- 4) 과학기술정보통신부가 2026년 3월 31일 발표한 2025 인터넷이용실태조사 결과에 따르면 생성형 AI 서비스 중 챗GPT가 41.8%로 국내 이용량 1위이며 유료 구독의 경우에도 가장 비중이 높은 것으로 나타났다(정용철, 2026).

2차	내가 부가 정보를 더 제공해 줄게. 간귀에서 간은 간을 귀신처럼 잘 맞춘단 뜻이야. 불꽃남자는 식당 이름이 Bistro Spark 고 헬스 키친은 요리사가 운동을 좋아해. 만찢남은 요리 만화책을 찢어서 요리 옆에 두는 셰프고 셀럽의 셰프는 연예인들이 즐겨 찾는 셰프야. 이 정보를 바탕으로 다시 번역해 봐.
3차	영어권 닥네임 스타일을 적용하면서 예능 느낌을 살려줘.

번역의 방향이 한국어에서 영어이므로 전문 번역가 여부에 상관없이 일반 한국인 사용자가 사용하기 편리한 언어인 한국어로 프롬프트를 설계하였다. 또한 기계번역의 생산성 측면을 고려하여 프롬프트를 상세하고 길게 기술하기보다는 분석 데이터의 번역에 필요한 핵심 정보를 넣어 설계하였다. 생성형 AI가 인터넷상에서 영어로 번역된 닥네임을 찾아서 결과물에 그대로 반영할 가능성을 고려하여 ‘넷플릭스 자막과 똑같이 할 필요는 없다’라는 문구를 프롬프트에 넣었다. AI 번역 결과의 재현성과 분석의 타당성을 확보하기 위해 본 연구에서는 번역에 사용한 프롬프트를 명시적으로 구성하였다. 프롬프트 설계에는 AI 및 프롬프트 엔지니어링 관련 교육 자료를 제공하는 AI 교육·연구 플랫폼인 DAIR.AI(2026)가 제시한 프롬프트의 네 가지 구성 요소인 지시 사항(instruction), 맥락(context), 입력 데이터(input data), 출력 지시자(output indicator)를 적용하였다. 이에 따라 본 연구의 프롬프트를 첫째, 한국어 닥네임을 영어 닥네임으로 번역하도록 요구하는 지시 사항, 둘째, 해당 닥네임이 넷플릭스 예능 <흑백요리사> 시즌 1의 자막에서 사용된다는 맥락, 셋째, 영어 자막에서 번역된 57명의 흑수저 셰프의 한국어 닥네임, 넷째, 각 닥네임에 대해 영어권 시청자가 이해할 수 있는 간결하고 자연스러운 영어 닥네임을 출력하도록 지정하는 출력 지시자로 구성하였다. 또한 번역 과정에서 각 셰프의 특성, 원문의 맥락적 의미와 상호텍스트성, 언어유희 및 유머를 가능한 경우 반영하도록 구체적인 번역 조건을 제시하였다. 이를 통해 AI가 임의의 방식으로 닥네임을 번역하는 것이 아니라 동일한 번역 조건 아래에서 각 닥네임의 의미와 기능을 고려하여 번역하도록 하였다.⁵⁾

5) 프롬프트 3에 ‘영어권 닥네임 스타일을 적용’하라고 언급하고 ‘영어권 시청자’를 구체적 대상으로 기재하지 않았으나 해당 프롬프트 입력 후 챗GPT가 ‘전부 자연스러

먼저 시즌 1의 57개 데이터를 프롬프트 1로 1차 번역한 뒤 뚜렷한 오류가 발생한 닉네임에 대하여 해당 닉네임의 의미를 한국어로 설명하여 정보를 피드백하는 프롬프트 2를 제공하여 2차 번역 결과물을 도출하고, 마지막으로 프롬프트 3에서 ‘영어권 닉네임 스타일을 적용하면서 예능 느낌을 살려달라’고 요청하여 3차 번역 결과물을 도출하였다. 이렇게 시즌 1의 데이터 번역 시 챗GPT에 데이터의 맥락과 결과물 형식을 학습시킨 후 연결하여 시즌 2의 닉네임도 데이터와 함께 ‘시즌 2 흡수저 닉네임도 번역해 줘. 마찬가지로 유머나 언어유희, 상호텍스트성, 인물 특징을 살려서 번역해 줘’라는 프롬프트를 제공하여 번역 결과물을 만들었다.

이와 같이 도출한 AI 번역 결과물도 앞서 언급한 번역 전략 분류에 따라 분류한 뒤 넷플릭스 자막과 AI 번역 결과물이 사용한 번역 전략 전체를 정량 분석하고 다시 관습적 고유명사와 의미가 내포된 고유명사로 분류하여 정량 분석한 뒤 정성적으로 분석하였다. 번역 전략 분류 시 시즌 1은 1차 프롬프팅의 번역 결과를 사용했고 시즌 2는 1회의 프롬프팅으로 번역 결과를 도출했는데 이는 기계번역의 생산성을 고려해 여러 차례에 걸친 정교한 복잡한 프롬프팅보다 간결한 프롬프팅에 의한 결과물을 인간 번역과 비교하고자 했기 때문이다. 단 생성형 AI가 시즌 1 데이터를 3차례의 프롬프팅을 거쳐 번역하며 학습한 결과를 시즌 2 데이터 번역에서 얼마만큼 반영하는지를 보기 위해 시즌 2 데이터 번역은 시즌 1 데이터 번역의 채팅에 바로 연결해 실행하였다. 시즌 1의 데이터와 시즌 2의 데이터를 이어서 번역한 이유는 넷플릭스 자막이 제작 시기에 따라 시즌 1 번역 작업 후 시즌 2 자막 번역 작업이 이루어졌으므로 인간 번역사가 시즌 1의 데이터에 대한 지식을 시즌 2 데이터 번역에 반영했을 가능성을 염두에 두고 AI가 시즌 1을 번역하며 학습한 내용을 시즌 2에 반영할 수 있도록 한 것이다. 번역 전략은 2026년 4월에 전체 데이터를 1차 분류한 후 분석의 신뢰도를 제고하기 위해 2026년 8월에 두 차례 재분류하여 총 세 차례의 분류를 통해 연구자 단독 분석의 한계를 보완하고자 하였다.

운 영어권 닉네임 스타일로 통일’, ‘영어권에서 실제로 쓸 법하면서’도라는 문구를 넣어 답변했기 때문에 영어권 시청자를 독자로 고려하여 번역을 수행한 것으로 보인다.

4. 분석 결과

4.1 넷플릭스 자막 번역 전략

4.1.1 정량 분석

<흑백요리사> 시즌 1, 2의 넷플릭스 자막 번역 전략을 정량 분석한 결과를 <표 3>과 <표 4>로 정리하였다.

표 3
넷플릭스 자막 번역 전략 정량 분석 (1)⁶⁾

상위 범주	세부 전략	시즌 1	시즌 2
보존	무번역	13(-4)	9(-4)
	음차	6(-5)	13(-13)
	직역	22(-6)	14(-7)
대체	축소	6(-3)	4(-3)
	추가	7(-7)	3(-3)
	부분 변형	12(-3)	16(-8)
	전체 변형	6	4
혼합		13	18
총계(세부 전략 수/항목 수)		85/57	81/43

<표 3>은 <흑백요리사> 시즌 1, 2의 영어 자막에 등장한 흑수저 요리사 닥네임의 넷플릭스 번역 전략을 <표 1>의 번역 전략 분류에 따라 정량 분석한 결과이다. 연구자가 번역 전략 분류 후 계수하여 결과를 산출하고 각 세부 전략 옆에 수치로 기재했다. 각 세부 전략의 수치 옆에 괄호로 또 다른 수치가 기재된 경우는 그 중 혼합 전략을 사용한 경우를 구분하기 위해 기재한 것이다. 예를 들어 ‘만찐남’을 ‘Comic Book Chef’로 번역한 경우 축소,

6) 각 표 하단의 총계에서 오른쪽의 수치는 해당 항목의 한국어 닥네임 개수이고 왼쪽의 수치는 번역된 닥네임에 사용된 전략의 수이다. 여러 단어로 이루어진 경우에도 닥네임은 한 개로 계수하고 하나의 닥네임에 여러 가지의 번역 전략이 사용되는 경우 전략마다 계수하므로 항목 수보다 전략 수가 커진다.

추가, 부분 변형 전략이 함께 사용되었으므로 축소, 추가, 부분 변형에 각각 1회로 기재하고 그 오른쪽 괄호 안에는 (-1)로 기재한 뒤 혼합 전략에 1로 기재했다. 이로써 단일 전략만 사용된 경우에는 해당 칸 왼쪽의 수에서 오른쪽 괄호 안의 수를 감해 계수하고 혼합 전략과 겹치지 않게 계수했다. 하나의 닉네임 번역 사례에서 복수의 번역 전략이 관찰된 경우 우세한 전략을 기준으로 단일 전략으로 분류하기보다 혼합 전략으로 중복하여 집계한 이유는 인간 번역과 AI 번역이 각 세부 전략의 사용량과 혼합 전략을 사용하는 경향에서 차이가 있는지를 알아보기 위해서였다.

넷플릭스 번역 전략을 정량적으로 살펴본 결과 시즌 1은 보존 41회(48.2%), 대체 31회(36.5%), 혼합 전략이 13회(15.2%) 사용되었고 시즌 2는 보존 36회(44.4%), 대체 27회(33.3%), 혼합 전략이 18회(22.2%) 사용되어 시즌 2에서는 시즌 1에 비해 혼합 전략이 약 7% 증가하였다.⁷⁾ 따라서 시즌 2에서는 단일 닉네임에 대해 보다 복합적 번역 전략이 사용되는 양상을 볼 수 있었다.

표 4
넷플릭스 자막 번역 전략 정량 분석 (2)

상위 범주	세부 전략	시즌 1 (무)	시즌 1 (유)	시즌 2 (무)	시즌 2 (유)
보존	무번역	8	5(-4)	7(-3)	2(-1)
	음차	3(-3)	3(-2)	9(-9)	4(-4)
	직역	19(-4)	3(-2)	10(-6)	4(-1)
대체	축소	3(-1)	3(-2)	2(-2)	2(-1)
	추가	2(-2)	5(-5)	0	3(-3)
	부분 변형	4(-2)	8(-1)	9(-5)	7(-3)
	전체 변형	3	3	2	2
혼합		6	7	12	6
총계(세부 전략 수/항목 수)		48/36	37/21	51/26	30/17

7) 번역 전략의 백분율 계산 시 분모는 표 최하단 왼쪽의 세부 전략 수이고 분자는 각 전략의 괄호 왼쪽의 수로 계산하였다.

<표 4>는 시즌 1, 2의 한국어 닉네임을 번역 난제 요소 유무에 따라 분류하고 그 번역 전략을 수치로 정리한 것이다. 시즌 1에서 문화적 요소, 언어유희, 유머, 상호텍스트성 등 번역 난제의 요소를 포함하지 않은 관습적 고유명사 성격의 닉네임은 ‘시즌 1(무)’, 이들 번역 난제를 포함한 것으로 판단되는 의미를 내포한 고유명사 성격의 닉네임은 ‘시즌 1(유)’로 기재하고 그에 사용된 번역 전략을 계수하였다.

정량 분석 결과 시즌 1에서 번역 난제를 포함하지 않은 닉네임의 번역 전략은 보존이 62.5%, 대체가 25%, 혼합이 12.5%로 나타났고 시즌 2에서는 보존이 51%, 대체가 25.5%, 혼합이 23.5%로 두 시즌에서 모두 보존이 과반수를 차지하였다.

번역 난제를 포함한 닉네임의 번역 전략은 시즌 1에서 보존이 29.7%, 대체가 51.4%, 혼합이 18.9%였고 시즌 2에서는 보존이 33.3%, 대체가 46.7%, 혼합이 20%로 시즌 1, 2에서 모두 대체가 높은 비율을 차지했다.

따라서 분석 결과 시즌 1, 2 모두 번역 난제가 없는 경우에는 보존, 번역 난제가 있는 경우에는 대체 전략을 사용하는 경향성을 볼 수 있었다.

4.1.2 정성 분석

정량 분석에 이어 <흑백요리사> 넷플릭스 자막 번역을 사례와 함께 정성 분석하였다. 먼저 시즌 1에 등장한 흑수저 셰프 출연자의 닉네임 ‘간귀’의 사례이다.

표 5
<예시 1> 시즌 1 ‘간귀’

원문	번역문	번역 전략
간귀	GOD OF SEASONING	부분 변형
경상도에 아귀,	Gyeongsang-do has the god of gambling,	-
전라도에 짝귀,	Jeolla-do has the master of pokerface,	
서울 남영동에 저.	and Seoul has me, the God of Seasoning.	

<표 5>의 <예시 1>의 ‘간귀’는 ‘간을 귀신같이 잘 맞추는 사람’을 의미

한다. 이 닉네임은 참가자가 자신의 닉네임을 설명하는 대사에서 영화 <타짜>에 등장하는 도박꾼인 ‘아귀’, ‘짜귀’와 함께 ‘귀’로 끝나는 2음절 단어로 운율을 형성하는 동시에 상호텍스트성을 내포한다. 그러나 영어 자막은 영화 속 인물의 특징은 반영하나 ‘아귀’와 ‘간귀’에만 ‘god’를 사용하고 ‘짜귀’에는 ‘master’를 사용하여 세 명칭 간 공통된 단어 및 음운 요소로 운율이나 상호텍스트성을 반영하지는 않았다.

표 6

<예시 2> 시즌 1 ‘뷔페집 둘째딸’

원문	번역문	번역 전략
뷔페집 둘째딸	BUFFET GIRL	부분 변형

<표 6>의 <예시 2>에서 제시한 닉네임 ‘뷔페집 둘째딸’은 동명의 한국 웹소설을 원작으로 2022년에 방영된 인기 드라마 제목 <재벌집 막내아들>을 패러디한 닉네임이다. 영어 자막은 이를 ‘Buffet Girl’로 번역하여 <재벌집 막내아들>과의 연관성을 찾아내기 어렵고 원문의 상호텍스트성을 사용한 유머가 소실되었다. 다만 <재벌집 막내아들>의 공식 영어 제목은 ‘Reborn Rich’이기 때문에 원제목을 ‘The younger daughter of a buffet restaurant family’라 번역하더라도 상호텍스트성이 유지되지 않는 것을 알 수 있다. 그러나 ‘Buffet Girl’은 뷔페에서 일하는 여성 직원 또는 뷔페를 좋아하거나 자주 가는 여성을 의미할 수 있는데 자막으로는 해당 출연자와 뷔페와의 관계가 명확히 드러나지 않는다.

표 7

<예시 3> 시즌 1, 2의 ‘중식’ 관련 닉네임

원문	번역문	번역 전략
중식 여왕	QUEEN OF CHINESE CUISINE	직역
중식 여신	GODDESS OF CHINESE CUISINE	직역
중식 마녀	WITCH WITH A WOK	부분 변형
중식 폭주족	WOK RIDER	전체 변형

<표 7>의 <예시 3>에서 ‘중식 여왕’은 시즌 1에서 백수저 요리사로 출연한 정지선의 <흑백요리사> 출연 전부터의 별명 ‘딤섬의 여왕’에서 유래한 것이다. 그에 도전한 흑수저 요리사의 닉네임은 ‘중식 여신’으로, 영어 자막에서도 동일한 어휘와 구조를 활용한 ‘Queen of Chinese Cuisine’, ‘Goddess of Chinese Cuisine’으로 번역해 이들의 연관성을 짐작할 수 있다.

시즌 2에서 흑수저 요리사로 출연한 ‘중식 마녀’와 ‘중식 폭주족’의 닉네임은 이들 4인이 모두 중식계에는 드문 여성 요리사라는 면에서 의도적으로 연결성을 갖는 한국어 닉네임을 지은 것으로 추측할 수 있다. 그러나 시즌 1에서 ‘중식’을 ‘Chinese Cuisine’으로 직역한 것과 달리 시즌 2에서는 대표적 중식 조리도구인 ‘Wok’으로 반영하면서 시즌 1, 2의 연결성과 상호텍스트성이 소실되었다. 또한 시즌 2 안에서도 ‘중식 마녀’는 ‘Witch with a Wok’, ‘중식 폭주족’은 ‘Wok Rider’로 번역하여 두 닉네임이 ‘Wok’을 사용한 것은 동일하나 형태적 유사성이 나타나지 않아 시즌 2 내에서도 닉네임 간의 연결성과 상호텍스트성이 시즌 1에서보다 약화 되었다.

표 8

<예시 4> 시즌 2 ‘부채도사’

원문	번역문	번역 전략
부채도사	FAN MASTER	직역
닉네임이 뭐지? 부채도산가?	What's his title? Fan Master?	-
아, 설마.	No way.	

‘부채도사’라는 닉네임을 ‘Fan Master’로 직역한 <예시 4>의 경우 영어 번역도 일본식 복장을 하고 부채를 부쳐 온도를 조절하며 장어를 굽는 출연자의 이미지에 걸맞아 의미 전달에 있어서 일견 별다른 부족함이 없어 보인다. 그러나 해당 자막에 이어 나오는 이를 관람하는 백수저 요리사들의 한국어 대화에서는 ‘부채도사’가 ‘부채를 든 사람’을 넘어서 이들이 공통으로 아는 특정 대상을 지칭한다는 점을 유추할 수 있다. 이들이 말하는 ‘부채도사’는 한국에서 1980년대에 방영된 코미디 프로그램의 한 코너 제목인 ‘부

채도사’에서 가져온 닉네임이다. 요리사들이 서로 이를 알고 대화한다는 상호텍스트성을 전달하려면 닉네임을 영어로 직역한 데에는 큰 의미상의 문제가 없다 해도 이어지는 대사 ‘아, 설마’ 부분에서 ‘The one in the comedy show?’ 등을 추가하여 이를 전달할 수도 있을 것이다.

4.2 생성형 AI 번역 전략

4.2.1 정량 분석

챗GPT에 번역할 데이터에 대한 기본 정보를 제공하고 ‘원문의 맥락적 의미나 상호텍스트성, 언어유희, 유머를 반영’하라고 1차 프롬프팅을 하여 얻은 시즌 1의 번역 전략, 그리고 시즌 1 데이터를 3차 프롬프팅까지 거친 뒤 이어서 1회 프롬프팅으로 실행한 시즌 2 데이터의 번역 전략을 <표 9>로 정리하였다.

표 9
생성형 AI 번역 전략 정량 분석 (1)

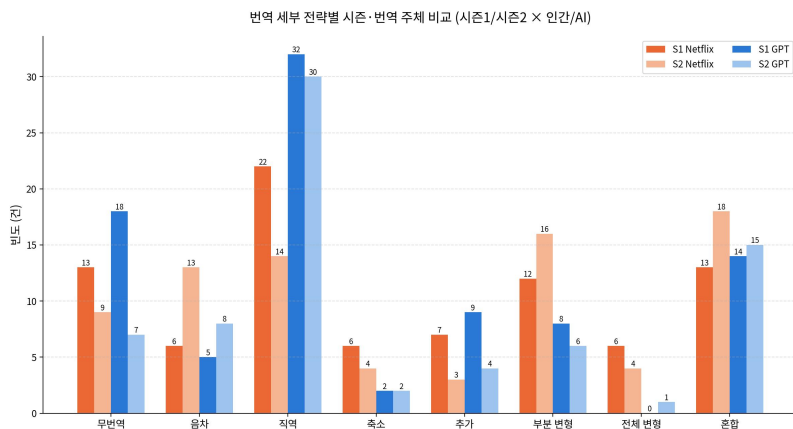
상위 범주	세부 전략	시즌 1	시즌 2
보존	무번역	18(-8)	7(-3)
	음차	5(-4)	8(-8)
	직역	32(-9)	30(-13)
대체	축소	2(-2)	2(-1)
	추가	9(-7)	4(-3)
	부분 변형	8(-1)	6(-2)
	전체 변형	0	1
혼합		14	15
총계(세부 전략 수/항목 수)		88/57	73/43

챗GPT의 번역 전략은 시즌 1과 2에서 보존이 각각 62.5%와 61.6%로 과반수를 차지하며, 세부 전략 중에서는 직역이 각각 36.4%와 41.1%를 차지하여 가장 많이 사용된 번역 전략이다. <표 3>의 넷플릭스 자막의 번역 전략과 비교하면 두 번역 간의 차이점을 볼 수 있는데 이를 아래 <그림 1>의 도

표로 나타냈다.

그림 1

넷플릭스 자막과 챗GPT의 번역 전략 비교



<그림 1>은 시즌 1, 2의 닉네임 번역 전략에 있어서 넷플릭스 자막과 AI 번역 결과물의 차이를 막대그래프로 나타낸 것이다. 시즌 2에서는 넷플릭스 자막과 챗GPT 모두 무번역, 직역, 추가 사례가 감소하고 음차와 혼합 전략이 증가하였다. 넷플릭스 자막은 음차 전략이 시즌 1의 6건에서 시즌 2의 13건으로 크게 증가한 대신 직역 전략은 시즌 1의 22건에서 시즌 2의 14건으로 감소했다. 또한 부분 변형과 혼합 전략이 각각 12건에서 16건, 13건에서 18건으로 증가하였다. 챗GPT의 시즌 1과 시즌 2의 세부 전략을 관찰하면 무번역 전략이 18건에서 7건으로 크게 감소하였고 추가 전략은 9건에서 4건으로 감소한 것 외에는 시즌 간 수치상 현격한 차이는 나타나지 않았다. 따라서 동일한 채팅창에서 시즌 1과 시즌 2를 번역하였으나 이로 인한 학습 효과는 그리 크지 않았던 것으로 해석할 수 있다.

직역의 경우 수치 자체는 넷플릭스 자막과 챗GPT 모두 시즌 1보다 시즌 2에서 감소하였으나 두 번역을 비교하면 시즌 1에서는 넷플릭스는 22회, 챗GPT는 32회 직역 전략을 사용했고 시즌 2에서는 넷플릭스는 14회, 챗GPT는 30회 직역 전략을 사용해 시즌 2에서 챗GPT가 넷플릭스 자막에 비해 직역

전략을 2배 이상 더 많이 사용했다는 차이점이 두드러진다.

또한 추가 전략은 넷플릭스 자막은 시즌 1과 2에 각 7건과 3건, 챗GPT는 9건과 4건으로 수치와 경향에 있어서 인간 번역과 생성형 AI 번역이 큰 차이를 보이지 않았지만 축소 전략은 넷플릭스가 시즌 1과 2에 각 6건과 4건이었던 반면 챗GPT는 시즌 1, 2 모두 2건에 그쳤다.

대체 전략의 세부 전략 중 부분 변형과 전체 변형은 원문의 어휘를 변형한다는 점에서 본 연구에서 분류한 번역 전략 중 창의성이 많이 요구되는 번역 전략이다. 이들 전략의 경우 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역이 직역, 무번역 전략과 반대의 양상을 나타냈다. 넷플릭스 자막은 부분 변형을 시즌 1에서 12회, 시즌 2에서 16회 사용했고 챗GPT는 각각 8회, 6회 사용했다. 가장 창의적 번역 전략이라 할 수 있는 전체 변형의 경우에도 넷플릭스 자막은 시즌 1에서 6회, 시즌 2에서 4회를 사용한 데 반해 챗GPT는 시즌 1에서 0회, 시즌 2에서 1회만을 사용하였으므로 넷플릭스 자막에 비해 챗GPT가 원문을 대체하거나 창의적으로 번역하기보다는 직역 위주의 원문을 보존하는 번역 전략을 위주로 사용했음을 알 수 있다.

챗GPT가 이처럼 직역 위주의 번역 전략을 사용한 원인을 유추하기 위해 연구자는 <표 2>의 1차 프롬프트에서 “넷플릭스 자막과 똑같이 할 필요는 없어”라는 부분을 챗GPT가 넷플릭스 자막을 창의적 자막으로 간주하고 이와 반대되는 직역을 사용했을 가능성도 생각해 보았다. 그러나 연구자가 챗GPT에 넷플릭스 영어 자막을 예시로 제공하지 않았으며, 위의 1차 프롬프트와 한국어 닉네임 데이터를 입력했을 때 챗GPT가 “좋아, 맥락 살려서 ‘직역+캐릭터성+약간의 센스’ 섞어서 번역해 볼게. 넷플릭스식보다는 좀 더 살아있는 별명 느낌으로 갈게”라고 대답한 것에서 미루어 볼 때 챗GPT가 연구자가 프롬프트에 요청하지 않은 ‘직역’을 번역 방향으로 설정한 점을 주목할 필요가 있다. 즉 번역에 있어서 챗GPT는 뚜렷이 프롬프트로 요청하지 않는 한 직역을 기본 설정으로 하며 번역 대상인 원문에 ‘맥락적 의미, 유머, 언어유희, 상호텍스트성’이 있을 수 있다는 점을 첫 번째 프롬프트에 포함하였음에도 불구하고 직역 중심의 번역 전략을 사용한 것을 볼 수 있다.

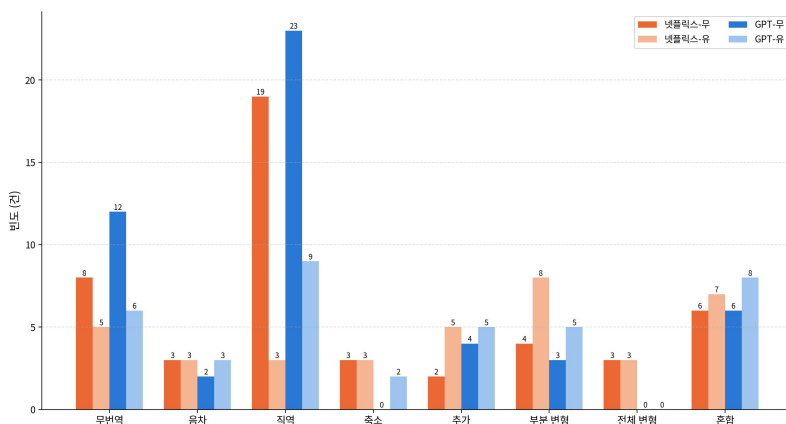
표 10
생성형 AI 번역 전략 정량 분석 (2)

상위 범주	세부 전략	시즌 1(무)	시즌 1(유)	시즌 2(무)	시즌 2(유)
보존	무번역	12(-3)	6(-5)	6(-2)	1(-1)
	음차	2(-2)	3(-2)	7(-7)	1(-1)
	직역	23(-6)	9(-3)	17(-9)	13(-4)
대체	축소	0	2(-2)	1(-1)	1
	추가	4(-2)	5(-5)	1(-1)	3(-2)
	부분 변형	3	5(-1)	4(-1)	2(-1)
	전체 변형	0	0	1	0
혼합		6	8	10	5
총계(세부 전략 수 / 항목 수)		50/36	38/21	47/26	26/17

<표 10>에서는 <표 4>와 마찬가지로 시즌 1, 2의 한국어 닉네임을 번역 난제 요소 유무에 따라 분류한 뒤 생성형 AI의 번역 전략을 수치로 정리하였다. 뚜렷한 차이점이 나타난 부분은 무번역 전략과 직역 전략이다. 번역 난제가 없는 닉네임의 경우 무번역 전략은 시즌 1의 12회에서 시즌 2의 6회로 절반 가량 감소하였다. 직역 전략 역시 시즌 1의 23회에서 시즌 2의 17회로 감소하였다. 그러나 번역 난제가 있는 닉네임의 경우 챗GPT의 번역 전략은 시즌 1과 시즌 2에서 크게 유의한 차이를 보이지 않았다. 이는 <표 4>에서 넷플릭스 자막이 시즌 1, 2에서 공통으로 번역 난제가 없는 경우 보존, 번역 난제가 있는 경우 대체 전략을 두드러지게 사용한 것과 현저히 다른 점이다. 즉 생성형 AI가 원문의 번역 난제 유무에 크게 영향을 받지 않고 일관되게 직역 전략을 많이 사용했으며 큰 틀 안에서는 보존 전략을 사용했음을 알 수 있다.

그림 2

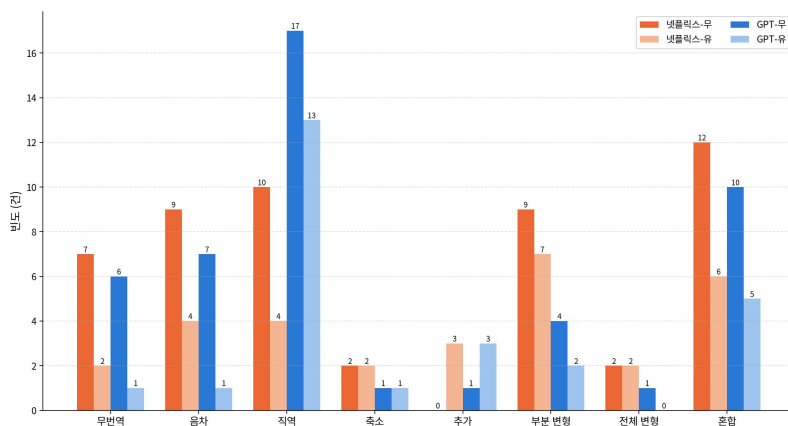
번역 난제 유무에 따른 넷플릭스 자막과 생성형 AI 번역 전략 비교: 시즌 1



<그림 2>에서는 시즌 1의 데이터의 번역 난제 유무에 따른 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역 결과를 비교했다. 음차 전략의 경우 번역 난제 유무와 관계없이 두 번역의 수치가 유사한데 이는 ‘안산’, ‘백종원’ 등 한국의 인명과 지명, 그리고 ‘비빔’과 같이 한국 문화에 관심이 있는 해외 시청자라면 알 수 있는 어휘를 넷플릭스 자막과 챗GPT가 공통으로 음차 번역했기 때문이다. 직역 전략의 경우 챗GPT가 번역 난제 유무와 관계없이 넷플릭스 자막보다 많이 사용했다. 또한 넷플릭스 자막은 대체 전략 중 추가를 제외한 축소, 부분 변형, 전체 변형 전략에서 챗GPT 번역보다 높은 수치를 보였다. 챗GPT 번역이 넷플릭스 자막보다 눈에 띄게 높은 빈도를 나타낸 번역 전략 항목이 무번역, 직역, 추가라는 점에서 닥네임 번역에 있어서도 기존에 인간 번역과 생성형 AI 번역의 차이로 논의된 직역 위주의 번역, 삭제 및 축소 기법 현상이 나타남을 볼 수 있다(이창수, 2023).

그림 3

번역 난제 유무에 따른 넷플릭스 자막과 생성형 AI 번역 전략 비교: 시즌 2



<그림 3>은 시즌 2에서 번역 난제 유무에 따른 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역 결과를 비교한 도표이다. 시즌 1과 마찬가지로 원문의 번역 난제 유무와 관계없이 넷플릭스 자막보다 챗GPT 번역이 직역을 많이 사용하고 부분 변형, 전체 변형 전략을 적게 사용하였다. 넷플릭스 자막이 무번역 전략과 음차 전략을 챗GPT 번역보다 많이 사용한 것은 ‘라면’, ‘돼지곰탕’ 등의 어휘를 챗GPT가 ‘Ramen’, ‘Pork Gomtang’ 등으로 번역한 것과 달리 넷플릭스 자막은 ‘Ramyeon’, ‘Dwe-Ji gomtang’ 등으로 음차하여 한국의 문화 특정 항목을 더욱 이국화했기 때문으로 볼 수 있다. 전반적으로 시즌 1 데이터 번역이 시즌 2 데이터 번역에 있어서 학습 효과로 작용할 수 있음에도 불구하고 넷플릭스 자막과 챗GPT 자막은 여전히 차이를 보였다.

4.2.2 정성 분석

챗GPT에서 1차 프롬프팅으로 얻은 번역 결과물에서는 NMT 결과물보다 생성형 AI 번역이 맥락을 반영하기 때문에 한영 번역 결과물의 품질이 대체적으로 높다는 연구 결과에도 불구하고(이창수, 2024, pp. 30-31) 여전히 NMT에서부터 발견된 기계번역의 특징적 오류가 나타났는데 그 사례는 다음과 같다.

표 11

<예시 5> 시즌 1 ‘간귀’ 1차 번역 결과

원문	번역문(넷플릭스)	번역문(챗GPT)
간귀	GOD OF SEASONING	Liver Phantom

<표 11>의 <예시 5>는 앞서 <표 5>의 <예시 1>에서도 소개한 닉네임 ‘간귀’의 사례이다. ‘간을 귀신같이 잘 보는 이’라는 의미의 ‘간귀’를 넷플릭스 자막은 ‘God of Seasoning’으로 번역한 반면 챗GPT는 ‘간’을 ‘음식의 간을 맞추다’가 아닌 ‘인체의 장기인 간’으로 잘못 파악하여 ‘Liver Phantom’으로 번역하였다. 이는 신경망 기계번역에서 흔히 발견할 수 있는 한자어 동음이의어를 잘못 파악한 오류로, 한국어를 영어로 기계번역할 때 자주 지적되는 사례이다(박건영, 2021, p. 127).

표 12

<예시 6> 시즌 1 ‘장사천재 조사장’ 1차 번역 결과

원문	번역문(넷플릭스)	번역문(챗GPT)
장사천재 조사장	GENIUS RESTAURATEUR	Business Genius Mr. Jo

<표 12>의 <예시 6>의 사례는 생성형 AI의 문제점으로 꼽히는 편향성의 오류를 보여준다. 닉네임 ‘장사천재 조사장’을 넷플릭스 자막은 ‘Genius Restaurateur’로 번역했는데 챗GPT는 ‘Business Genius Mr. Jo’로 번역하였으므로 일견 챗GPT의 번역이 원문의 요소를 빠뜨리지 않고 번역한 것으로 보인다. 그러나 이는 AI가 해당 영상을 보지 못한 채 글 텍스트에만 의존하여 번역했기 때문에 발생한 오역으로 영상 번역의 특성을 보여주기도 한다. 해당 참가자는 여성이므로 ‘Mr. Jo’로 기재할 수 없기 때문이다. 따라서 이는 ‘조사장’은 남성일 것으로 판단하여 번역한 AI의 오류로, 남녀의 성역할에 따른 고정관념을 반영하여 ‘대통령’과 ‘의사’는 남성형으로, ‘간호사’는 여성형으로 번역하는 젠더 편향성의 또 다른 사례이다(이상빈, 2025, pp. 93-97).

1차 프롬프트로 번역한 결과 <표 11>과 <표 12>의 예시와 같은 오역이 발생하였기에 2차 프롬프트에서 오류가 발생한 인물에 대한 정보를 제공하

고 3차 프롬프트에서 스타일을 영어권의 닉네임 및 예능 자막 느낌으로 반영해달라고 프롬프팅한 결과 얻은 결과물을 아래 <표 13>과 <표 14>의 예시에서 제시하였다.

표 13

<예시 7> 시즌 1 ‘간귀’ 수정 번역 결과

원문	번역문(넷플릭스)	번역문(챗GPT 1차)	번역문(챗GPT 수정)
간귀	God of Seasoning	Liver Phantom	Seasoning Phantom

<표 13>의 <예시 7>은 <표 11>의 <예시 5>의 오역 발생 후 챗GPT에 “간귀에서 간은 간을 귀신처럼 잘 맞춘단 뜻이야. 이 정보를 바탕으로 다시 번역해 봐”라고 피드백을 준 후 수정 번역을 한 결과이다. 수정 번역 후에는 ‘간’이 원문에서 뜻하는 ‘간을 맞추다’에 맞는 ‘seasoning’으로 수정되었다. 그러나 ‘귀’는 ‘귀신’을 직접 의미하는 것이 아니라 한국어로 ‘동작이나 추측이 정확하고 재주가 기막히게 뛰어나다’라는 의미의 ‘귀신같다’라는 비유에서 유래한 표현이므로 영어로는 ‘phantom’보다는 ‘god’나 ‘master’ 등의 표현이 원문이 내포한 의미를 전달할 수 있다. 하지만 챗GPT는 ‘귀’를 ‘귀신, 유령’을 뜻하는 ‘Phantom’으로 직역해 원문의 비유 표현이 갖는 의미를 전달하지 못했다.

표 14

<예시 8> 시즌 1 ‘장사천재 조사장’ 수정 번역 결과

원문	번역문(넷플릭스)	번역문(챗GPT 1차)	번역문(챗GPT 수정)
장사천재 조사장	Genius Restaurateur	Business Genius Mr. Jo	Business Genius Jo

<표 14>의 <예시 8>은 챗GPT에 ‘장사천재 조사장’이 여성임을 피드백한 후 얻은 결과물을 보여준다. 챗GPT는 남성에 대한 호칭 ‘Mr.’를 삭제하고 ‘Business Genius Jo’로 수정했다. 이는 원문과 마찬가지로 해당 인물의 성별을 드러내지 않기 때문에 안전한 번역 방안이 될 수 있다. 그러나 여기서도

한 가지 의문이 남는다. 해당 참가자의 성인 ‘조’의 로마자 표기법이 과연 ‘Jo’가 맞는가이다. 현행 로마자 표기법(문화체육관광부고시 제2014-0042호)에 따르면 한국의 성씨인 ‘조’는 ‘Jo’로 표기하는 것이 맞으나 ‘Cho’로 표기하는 것이 가장 보편적이며, 고유명사이므로 본인의 선택에 따라 ‘Zo’로 표기하는 사람도 있다.⁸⁾ 따라서 해당 성씨 표기법은 결국 포스트에디팅 과정에서 참가자의 공식 영어 이름을 확인하는 과정을 거칠 수밖에 없다. 인물에 대한 별도의 구체적 정보가 주어지지 않은 상황에서 AI 번역이 표준 로마자 표기법을 준수한 점을 기계번역의 오류로 지적할 수는 없다. 다만 이와 같은 고유명사의 특수한 표기법은 결국 인간 번역사의 손길이 닿아야 하는 부분임을 다시 확인할 수 있다.

<표 13>과 <표 14>의 사례는 순차적 프롬프팅을 이용한 피드백과 수정을 거쳐 생성형 AI 번역 결과물의 품질이 향상할 수 있음을 보여준다. 그러나 영상 번역 실무에서 짧은 작업 시간 내에 납품해야 하는 번역 작업의 경우, 이러한 순차적 프롬프팅을 하는 경우 생산성의 문제에 부딪히게 된다. 또한 생성형 AI 사용이 일반화되었다 해도 프롬프팅 기법을 익히거나 직접 써본 경험이 없는 경우 ‘~를 번역해 줘’와 같은 기본적 원샷 프롬프팅(one shot prompting)에 의존하여 번역 결과물을 도출하기 쉬운 것이 사실이다.

이제까지의 예시에서는 인간 번역에 비해 생성형 AI가 제한된 번역 전략을 사용하거나 기계번역의 한계를 벗어나지 못하는 면을 고찰하였다. 그러나 분석 결과 중에는 기계번역의 장점과 이를 활용할 방법을 보여주는 사례도 있다.

표 15

<예시 9> 시즌 2 ‘뉴욕 기사식당’ 번역 비교

원문	번역문(넷플릭스)	번역문(챗GPT 1차)
뉴욕 기사식당	Kisa from New York	New York Diner Driver's Table

<표 15>의 <예시 9>는 인간 번역과 생성형 AI 번역이 갖는 각기 다른 강점을 보여주는 사례이다. 원문의 ‘뉴욕 기사식당’은 미국 뉴욕 맨해튼에

8) 배우 조인성이 그 예이다(https://www.instagram.com/zoinsung_official).

실제로 있는 한국 식당 ‘Kisa’에서 따온 것으로, 해당 식당의 헤드 셰프인 참가자가 이를 닉네임으로 하여 <흑백요리사> 시즌 2에 참가했다. 넷플릭스 자막은 ‘기사식당’을 ‘driver’s restaurant’가 아닌 ‘Kisa’로 번역했는데, 이는 해당 식당의 실제 영어 이름이다(김송이, 2025). 즉 인간 번역사는 원문인 참가자의 닉네임에만 바탕한 번역을 한 것이 아니라 맥락 정보를 활용하여 해당 닉네임이 뉴욕에 실재하는 식당의 이름에서 유래했다는 것을 알고 식당의 명칭을 검색하여 번역에 반영한 것이다.

반면 챗GPT는 해당 닉네임을 ‘New York Diner Driver’s Table’이라고 번역했다. 원문의 ‘식당’을 ‘restaurant’로 번역하는 대신 미국식 대중식당을 뜻하는 ‘diner’로 번역하고, 원문에 없는 ‘table’도 추가해 ‘기사들을 위한 밥상’이라는 의미를 전달하였다. 물론 실제 업장의 명칭과는 다른 번역이 되었으나, 본 연구의 번역 전략 분석 결과에서도 나타났듯이 생성형 AI 번역이 축소나 삭제에는 약하지만 추가에는 강하다는 장점을 보여준다. 따라서 인간 번역사는 생성형 AI를 번역에 활용할 때 번역사가 떠올리지 못했으나 AI가 추가한 정보 및 내용을 선택지로 두고 이를 취사선택 및 축소, 삭제 등 편집하여 결과물을 도출할 수 있을 것이다.

5. 결론

5.1 분석 결과 논의

영상 텍스트에서 인간 번역과 생성형 AI의 차이점을 알아보기 위해 <흑백요리사> 시즌 1, 2의 흑수저 요리사 닉네임의 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역 전략을 정량 분석한 결과 두드러진 차이점은 넷플릭스 자막에 비해 챗GPT는 직역 전략을 많이 사용했다는 점이다. 또한 넷플릭스 자막은 챗GPT에 비해 부분 변형과 전체 변형, 축소 전략을 많이 사용하여 번역했음이 나타났다.

분석 데이터인 닉네임을 문화 요소, 유머, 언어유희, 상호텍스트성 등의 번역 난제 유무 포함 여부에 따라 둘로 나누어 넷플릭스 자막과 챗GPT 번

역 결과물의 번역 전략을 비교했을 때, 넷플릭스 자막은 시즌 1, 2에서 모두 번역 난제가 없는 경우 보존, 번역 난제가 있는 경우에는 대체 전략을 사용하는 경향성을 보였다. 그러나 챗GPT는 원문의 번역 난제 유무에 크게 영향을 받지 않고 일관되게 직역을 사용하는 양상이 나타났다.

시즌 1의 분석 데이터 중 번역 난제가 없는 닉네임의 경우 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역 결과물 사이에 큰 차이가 없으나 번역 난제가 있는 닉네임의 경우 넷플릭스 자막이 부분 변형 전략을 가장 많이 사용한 데 반해 챗GPT는 직역 방법을 많이 사용했음이 나타났다.

시즌 2의 분석 데이터의 경우 챗GPT에 시즌 1의 데이터 번역 결과물에 대한 피드백을 주는 과정에서 생성형 AI가 일정 부분 학습이 이루어졌을 것이라고 짐작할 수 있다. 그러나 여전히 시즌 2의 닉네임의 넷플릭스 자막과 챗GPT 번역은 시즌 1의 데이터의 분석 결과와 근본적으로는 다르지 않은 양상을 보였다. 즉 한국어 원문 데이터의 번역 난제 유무가 넷플릭스 자막에서는 번역 전략의 차이를 가져온 것과 달리, 챗GPT의 번역 전략에서는 큰 차이를 보이지 않았다. 이러한 면에서 인간 번역에 의해 이루어진 넷플릭스 자막의 번역 전략과 생성형 AI의 번역 전략에 근본적 차이점이 있다고 해석할 수 있는데, 그 차이점은 인간 번역과 생성형 AI의 번역 전략 차이를 고찰한 선행연구의 결과와 다르지 않다. 생성형 AI는 직역 위주의 번역을 하며, 삭제 및 축소 전략은 잘 사용하지 않는다는 것이다. 한국어에서 영어 방향으로의 신문 사설 문체 연구와 영어에서 아랍어 방향으로의 영상 번역 연구에서 모두 유사한 결론을 도출하였다는 점에서(이창수, 2023; Al Sawi & Allam, 2024) 현시점에서는 본 연구의 분석 결과와 종합해 볼 때 원문의 특성이나 텍스트 장르, 언어 쌍에 국한되지 않는 생성형 AI의 한계라고 해석할 수 있을 것이다.

또한 챗GPT 결과물은 NMT 결과물에서도 발견되는 한국어 동음이의어 번역 오류, 생성형 AI 특유의 편향성 오류 등을 드러냈다. 그러나 동시에 ‘New York Diner Driver’s Table’의 사례에서 볼 수 있듯이 정보 추가 면에서의 장점도 보여주었다. 따라서 생성형 AI 번역을 보편적으로 사용하는 현재 인간 번역사는 생성형 AI의 장단점이 무엇인지를 파악하여 효과적으로 활용해야 함을 본 연구의 분석 결과를 통해 다시 확인할 수 있었다.

5.2 연구의 한계와 의의

본 연구는 특정 텍스트의 사례를 분석하였다는 점에서 그 결과를 인간 번역과 AI 번역의 차이에 대해 일반화할 수는 없다는 한계를 갖는다. 또한 생성형 AI가 나날이 발전하는 상황이므로 일정 기간 후에는 본 연구에서 언급한 생성형 AI 번역 결과물보다 더욱 개선된 결과물을 손쉽게 얻을 수 있을지도 모른다.

또한 본 연구는 시즌 1의 데이터에 대해 후속 프롬프팅과 정보 제공을 거친 반면 시즌 2의 데이터는 이러한 상호작용이 이루어진 동일한 대화창에서 이어져 번역함으로써 인간 번역사의 행동 패턴과 유사하게 조건을 만들고자 하였다. 그러나 두 시즌의 AI 번역 조건이 완전히 동일하지 않았다는 점에서 생성형 AI의 특성을 고려할 때 동일한 조건에서는 다른 결과를 도출했을 가능성을 상정할 수 있다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 글로벌 OTT 서비스 제공 플랫폼의 대표적인 넷플릭스에서 화제를 일으킨 한국 예능 프로그램 시리즈에서 ‘닉네임’이라는 특정 핵심 요소를 분석하였으며 특히 ‘닉네임’이라는 고유명사를 제목 번역의 관점에서 바라보았다는 점에서 연구의 의의를 갖는다. 또한 유머, 언어유희, 상호텍스트성 등 번역 난제를 내포한 고유명사와 이를 포함하지 않은 고유명사로 분석 데이터를 구분하여 인간 번역과 AI 번역 전략을 비교함으로써 현시점에서 인간 번역에 비해 AI 번역이 어떤 점에서 다르며 AI 번역 결과물의 어떤 부분을 인간 번역으로 보완할 수 있는지를 제시하였다. 이로써 기존 인간 번역과 AI 번역 비교 연구가 AI 번역 오류 분석이나 인간 대 AI 번역의 창의성 측에 초점을 둔 것에서 나아가 문법적 분류로는 같은 언어 요소라 하더라도 내포하는 의미와 성격에 따라 인간 번역과 AI 번역이 사용하는 전략이 다를 수 있고 이를 보완하기 위해 어떤 프리에디팅, 프롬프팅, 포스트에디팅 기법을 사용하면 좋을지 고민해 볼 수 있을 것이다.

본 연구는 닉네임이라는 특정 요소의 번역에 있어서 인간 번역과 생성형 AI 번역의 차이를 고찰한 초기의 연구로, 닉네임의 번역 난제 유무에 따른 번역 전략을 구분해 알아보았으나 원문인 닉네임을 구체적으로 범주화하고 이러한 원문의 특성이 번역 전략에 어떠한 영향을 미치는지는 분석하지 않았다. 후속 연구에서 원문의 특성을 더욱 상세히 고찰하고 이를 바탕

으로 번역 전략을 분석한다면 보다 정교한 연구를 진행할 수 있을 것으로 보인다. 그리고 향후 본 연구에서 범위를 넓혀 <흑백요리사>의 음식명, 밈(meme) 등 다른 요소의 번역과 AI 번역을 비교해 연구하는 것도 의미가 있을 것이다. 또한 타 프로그램의 유사 항목을 분석하고 AI 번역 결과물과 비교하여 분석 사례의 수를 확장할 수도 있을 것으로 보인다. 본 연구가 인간 번역과 생성형 AI 번역의 차이점을 인지하고 AI를 보다 유용하게 활용하는데 디딤돌이 되기를 기대한다.

참고문헌

<1차 자료>

- 김학민, 김은지. (연출). (2024). <흑백요리사: 요리 계급 전쟁> (시즌 1). [TV 쇼], 서울: 넷플릭스. (넷플릭스에서 유료 구매)
- 김학민, 김은지. (연출). (2025). <흑백요리사: 요리 계급 전쟁> (시즌 2). [TV 쇼], 서울: 넷플릭스. (넷플릭스에서 유료 구매)

<2차 자료>

- 강동희. (2023). 넷플릭스 드라마에서 한국 고유명의 러시아어 표기와 번역 전략의 양상. 노어노문학, 35(1), 3-28.
- 강수정, 천종성. (2025). AI번역 시대, 기계번역에 대한 인식의 간극 : 일반이용자와 전문번역사의 비교연구. 한국과 국제사회, 9(5), 347-375.
- 김규형. (2023). 영상 번역에 나타나는 러시아 관용어 번역연구 — 넷플릭스 ‘국민의 일꾼 더 무비’를 중심으로. 통번역학연구, 27(1), 25-47.
- 김송이. (2025. 3. 10). ‘제철 반찬’ 곁들인 백반 “식당 넘어, 韓 문화 알리는 공간”. 조선비즈.
https://economychosun.com/site/data/html_dir/2025/03/07/2025030700016.html
- 김승환. (2026. 1. 16.). ‘흑백요리사’ 시즌3 참가자 모집...“4인 1조 팀으로만 지원”. YTN.

https://www.ytn.co.kr/_cs/_ln_0106_202601162313512174_005.html

- 김진아. (2024). 넷플릭스 외화 제목의 한국어 번역 분석: 중역을 통한 상호 텍스트성 변화를 중심으로. *번역학연구*, 25(3), 289-316.
- 김해연, 조민성. (2025). 한국어-인도네시아어 영상자막에서 나타난 음식명 번역 전략 연구: 넷플릭스 <흑백요리사: 요리 계급 전쟁>을 대상으로. *한국과 국제사회*, 9(1), 423-456.
- 남윤지. (2015). 잃어버린 제목을 찾아서: 서사텍스트의 제목 번역에 관한 몇 가지 쟁점. *번역학연구*, 16(3), 85-126.
- 남윤지. (2016). 유명하는 텍스트의 안과 밖: 상호텍스트성 번역에 관한 몇 가지 쟁점. *번역학연구*, 17(5), 91-125.
- 마승혜. (2025). AI 시 번역, 어디까지 가능한가 — 『날개 환상통』 번역 비교·분석을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 25(6), 699-707.
- 박건영. (2021). 정보성 텍스트의 한영 기계번역 포스트에디팅 가이드라인 제시 — 신경망 기계번역(NMT)을 사용한 뉴스 기사문 번역의 사례. *번역학연구*, 22(1), 109-137.
- 박건영, 남희지, 임소연. (2021). 영화 <기생충> 자막의 문화소 번역 연구. *통역과 번역*, 23(1), 27-55.
- 배유진, 김순영. (2025). 인간 번역의 문체 재현과 독자 반응 연구: 추리소설 『그리고 아무도 없었다』 사례를 중심으로. *번역학연구*, 26(3), 45-72.
- 손재은. (2025). 투르게네프 『아샤』의 감정 번역 — AI 번역과 인간 번역의 비교 —. *슬라브연구*, 41(4), 271-290.
- 심현보, 카이모리 토키코, 이정희. (2025). ChatGPT 4.0의 일본어 구어체 번역 성능 변화 분석: 2023년과 2025년 번역 결과 비교를 중심으로. *스토리콘텐츠*, 7, 107-129.
- 안희연, 김보영. (2021). 번역불가능성의 관점에서 본 넷플릭스 ‘오징어 게임’의 문화 관련 어휘 번역에 관한 고찰. *아랍어와 아랍문학*, 25(3), 77-104.
- 오미형. (2012). 한국영화의 제목번역 고찰. *번역학연구*, 13(1), 59-85.
- 유준희. (2026). 넷플릭스 한국 드라마 일본어 자막의 정보 압축과 재구성. *통역과 번역*, 28(2), 135-161.

- 이상빈. (2025). AI와 통번역의 미래. 한국문화사.
- 이창수. (2023). 챗GPT 출현 이후 기계 번역과 인간 번역 간의 번역 문제 차이 변화 연구. 번역학연구, 24(3), 539-561.
- 이창수. (2024). 챗GPT, 파파고, 인간 번역가 간의 한영 문학번역 차이점 연구. 번역학연구, 25(2), 11-37.
- 임대준. (2023. 12. 1.). ‘챗GPT’ 등장 1년...내년에는 사람만큼 똑똑해져 있을까. AI타임스.
<https://www.aitimes.com/news/articleView.html?idxno=155566>
- 임소영, 임소정. (2023). 구어체 한-중 AI번역의 오류 양상 연구 — 넷플릭스 「솔로지옥」 발화를 중심으로 —. 중국어문학, 92, 299-330.
- 임해경. (2024). 한영 법령번역의 AI 번역 오류양상 및 포스트에디팅 가이드라인: 관사를 중심으로. 통섭인문학, 3(2), 47-69.
- 전수. (2025). AI 번역과 인간 번역의 은유 표현 번역 결과 분석 — 뉴마크의 번역 방법을 중심으로. 통번역학연구, 29(2), 303-329.
- 정혜연, 김선경, 김해연, 류두진, 유은미, 최재걸, 최혜림. (2025). 제미니와 구글은 인간번역 문제에 얼마나 가까워졌나: 5개 언어, 5개 머신러닝 활용연구. 통역과 번역, 27(3), 257-284.
- 정용철. (2026. 3. 31.). 국민 10명 중 4명 “생성형AI 사용”...챗GPT 1위. 진자신문. <https://www.etnews.com/20260331000083>
- 정윤희. (2023). 넷플릭스 K-드라마 <오징어 게임>의 한국 문화 관련 어휘 번역 양상. 문화와융합, 45(10), 65-80.
- 정인선. (2022. 10. 5.). AI가 넷플릭스 자막 달아도...“뽕 터지는 농담 번역, 사람의 창의성이 필요해요”. 한겨레.
<https://www.hani.co.kr/arti/economy/it/1061482.html>
- 조재범. (2021). 자막번역의 과도한 세속화 — 넷플릭스 비속어 번역 전략의 함의. 2021 한국통역번역학회·동국대 번역학연구소 가을 공동 학술대회자료집 (pp. 106-115).
- Abu-Rayyash, H., Haider, A. S., & Al-Adwan, A. (2023). Strategies of translating swear words into Arabic: A case study of a parallel corpus of Netflix English-Arabic movie subtitles. *Humanities and Social Sciences*

- Communications*, 10(1), 1-13.
- Aixelá, J. F. (1996). Culture-specific items in translation. In R. Alvarez & M. del Carmen-Africa Vidal (Eds.), *Translation, power, subversion* (pp. 52-78). Multilingual Matters.
- Al Sawi, I., & Allam, R. (2024). Exploring challenges in audiovisual translation: A comparative analysis of human- and AI-generated Arabic subtitles in *Birdman*. *PLOS One*, 19(10), 1-20.
- Bellés-Calvera, L., & Quintana, R. C. (2021). Audiovisual translation through NMT and subtitling in the Netflix series ‘Cable Girls’. *Proceedings of the Translation and Interpreting Technology Online Conference* (pp. 142-148).
- DAIR.AI. (2026). *Elements of a prompt*. Prompt Engineering Guide. <https://www.promptingguide.ai/introduction/elements>
- El-Farahaty, H., & Alwazna, R. Y. (2024). Translating cultural references and sensitive elements between Arabic and English: Netflix subtitles as a case study. *Sage Open*, 14(2), 1-15.
- Fu, L., & Liu, L. (2024). What are the differences? A comparative study of generative artificial intelligence translation and human translation of scientific texts. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-12.
- Hermans, T. (2015). On translating proper names. In M. J. Wintle (Ed.), *Modern dutch studies: Essays in honour of Professor Peter King on the occasion of his retirement* (pp. 11-24). Bloomsbury.
- Kuscu-Ozbudak, S. (2022). The role of subtitling on Netflix: An audience study. *Perspectives*, 30(3), 537-551.
- Manapbayeva, Z., Zaurbekova, G., Ayazbekova, K., Kazezova, A., & Pirmanova, K. (2024). AI in literary translation: ChatGPT-4 vs. professional human translation of Abai's poem ‘Spring’. *Procedia Computer Science*, 251, 526-531.
- Massidda, S. (2023). Disruptive AVT workflows in the age of streaming: The Netflix equation. *Target*, 35(3), 455-475.

- Matkivska, N. (2014). Audiovisual translation: Conception, types, characters' speech and translation strategies applied. *Studies About Languages*, 25, 38-44.
- Moneus, A. M., & Sahari, Y. (2024). Artificial intelligence and human translation: A contrastive study based on legal texts. *Heliyon*, 10(6), e28106.
- Najmi, K., Al Farisi, M. Z., & Supriadi, R. (2026). Idiom translation strategies in Netflix subtitle of Habibie and Ainun: A comparative study with DeepSeek-V3.2. *Leksika: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajarannya*, 20(2), 204-215.
- Nord, C. (1995). Text-functions in translation: Titles and headings as a case in point. *Target*, 7(2), 261-284.
- Nord, C. (2003). Proper names in translations for children: Alice in Wonderland as a case in point. *Meta*, 48(1), 182-196.
- Nord, C. (2011). From the “protective workshop” to professional reality: Grading the difficulty of translation tasks. *T&I REVIEW*, 1, 9-33.
- Pedersen, J. (2005, May). How is culture rendered in subtitles. *MuTra 2005—Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*, 18(1), 1-18.
- Pedersen J. (2017). The FAR model: Assessing quality in interlingual subtitling. *Journal of Specialised Translation*, 28, 210-229.
- Pettini, S. (2022). *The translation of realia and irrealia in game localization: Culture-specificity between realism and fictionality*. Routledge.
- Ranzato, I. (2013). *The translation of cultural references in the Italian dubbing of television series*. [Doctoral dissertation, Imperial College].
- Türkmen, B. (2020). Utilising digital media as a second language (L2) support: A case study on Netflix with translation applications. *Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS*, 18(4), 459-470.
- Venuti, L. (2009). Translation, intertextuality, interpretation. *Romance Studies*, 27(3), 157-173.

<AI 도구 활용 보고>

OpenAI. (2026). ChatGPT (5.4 mini, 2026.04.04.), [대형언어모델(LLM)], <https://chatgpt.com/>

AI 번역 전략을 분석하기 위해 AI 도구를 활용해 분석 대상 데이터를 번역하였음.

Anthropic. (2026). Claude (Sonnet 5, 2026.08.15.), [대형언어모델(LLM)], <https://claude.ai/>

<4장 분석 결과> 작성 시 결과 분석을 위한 그래프 생성에서 AI 도구를 활용하였음. p. 237의 <그림 1>, p. 240의 <그림 2>, p. 241의 <그림 3>은 모두 AI 도구로 생성되었으며, 연구자의 검토를 통해 수정하여 본 보고서에 수록함.

Comparing translation strategies in Netflix subtitles and generative AI: Nickname translation in *Culinary Class Wars*

Kunyoung Park

Kyung Hee Cyber University

Abstract

This study compares how Netflix's official subtitles and ChatGPT (version 5.4 mini) render the nicknames of "black spoon" chefs in the Korean Netflix series *Culinary Class Wars* (Seasons 1–2). The dataset comprises 100 Korean-English nickname pairs (57 from Season 1 and 43 from Season 2) extracted from the first three episodes of each season. The nicknames were classified using a framework adapted from Aixelá's (1996) taxonomy of strategies for culture-specific items, distinguishing conservation strategies (non-translation, transliteration, and literal translation), substitution strategies (reduction, addition, partial modification, and total modification) and mixed strategies. The data were also grouped according to whether the nicknames posed particular translation challenges, including cultural references, humor, wordplay, and intertextuality, and were analyzed both quantitatively and qualitatively. The findings show that Netflix's subtitles generally preserved straightforward nicknames while favoring substitution strategies, especially partial and total modification and reduction, in more challenging cases. ChatGPT, by contrast, showed a strong preference for literal translation across both straightforward and challenging items and made little use of reduction or omission. This tendency remained evident in Season 2 even after feedback was provided on ChatGPT's Season 1 translations, pointing to a persistent difference between human and AI approaches to nickname translation. Despite its focus on a single case, the study offers practical insights into the strengths and limitations of generative AI for audiovisual translation.

Keywords: Title translation; subtitle translation; audiovisual translation; artificial intelligence; intertextuality

키워드: 제목 번역, 자막 번역, 영상 번역, 인공지능, 상호텍스트성

박건영(<https://orcid.org/0009-0000-8305-9494>)

경희사이버대학교 미국문화영어학과 강사

kypark1203@hufs.ac.kr

논문 투고일: 2026년 8월 15일

1차 심사 완료일: 2026년 9월 1일

2차 심사 완료일: 2026년 9월 8일

게재 확정일: 2026년 9월 15일