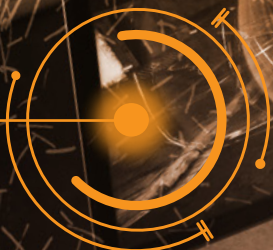


LIONBRIDGE

GAMES



번역에서 문화화로의 전환

비디오 게임 로컬라이제이션의 과거와 현재, 그리고 미래

비디오 게임 로컬라이제이션은 단순히 자막 몇 줄이나 음성 몇 마디로 정의하기 어렵습니다. 물론 게임 로컬라이제이션 초창기에는 단순 번역에 불과했을지도 모릅니다. 하지만 지금 게임 로컬라이제이션은 새로운 분위기 조성과 공감을 통해 전 세계 플레이어를 하나로 모으는 산업으로 발전하게 되었습니다.

이러한 변화는 지난 30년의 작업물들을 놓고 보면 한층 피부에 와닿을 정도입니다. 세가의 고전 작품이자 '용과 같이' 시리즈의 정신적인 토대로 회자되는 작품이면서 지금까지도 많은 사랑을 받고 있는 '웬무'를 예로 들어보겠습니다.



'웬무'는 2000년에 출시되었습니다. 그 당시 개발자들은 로컬라이제이션의 막대한 경제적 잠재력을 이해하고는 있었지만, 어떻게 로컬라이제이션을 해야 하는 것이 좋은지는 제대로 알지 못했습니다.

그렇게 로컬라이제이션 수요가 높아짐에 따라 지난 10년간 업계의 매출은 100% 이상 증가하게 되었고, 게임 로컬라이제이션 전문 기업 역시 괄목할 만큼 증가하게 됩니다. 그 결과 번역 기술도 눈에 띄게 개선되었습니다. 하지만 내러티브 로컬라이제이션이 가지는 복잡성에 대한 인식은 여전히 부족한 상태였습니다.



"Kiss off"는 "무례하고 갑작스럽게 무시하다"라는 의미를 가진 모호한 표현입니다. 물론 미국과 캐나다에서는 정통 속어로 인정받은 표현이기는 합니다. 다만 진짜 조직폭력배가 상대를 모욕할 때 쓰기에는 너무 미온적이고 애매한 표현이라고 할 수 있습니다.

그 당시 '웬무'는 수백만 달러에 달하는 로컬라이제이션 예산이 투입된 최초의 게임 중 하나였습니다. 하지만 이전 게임들과 마찬가지로 수많은 문제에 직면하고 말았습니다. 검수되지 않은 번역, 인물과 전혀 맞지 않는 목소리, 웅얼거리는 듯한 녹음 상태는 시작에 불과했습니다. 전문성을 갖춘 언어 전문가가 없으니 **우스꽝스러운 대사들**이 넘쳐났습니다. "Kiss off twit!"이라는 대사는 지금까지도 이 시리즈의 컬트 팬들이 종종 인용하는 명대사이기도 합니다.

원작과 함께 개발되어 2001년에 출시된 '웬무 2' 역시 이와 유사한 문제에 직면하고 말았습니다. 특히 '웬무 2'의 영어 더빙은 목소리 연기의 어색함이 주는 '독특한 매력'으로 인해 각종 인터넷 밈을 만들어내기도 했습니다. 하지만 동시에 당시 게임 로컬라이제이션의 수준이 얼마나 열악했는지를 보여주는 증거이기도 합니다.

'웬무'의 로컬라이제이션 담당자였던 Jeremy Blaustein은 **GameSetWatch와의 인터뷰**에서 "여러분이 생각하는 것보다 훨씬 큰 재앙이었습니다."라고 회상합니다



2015년의 히트작인 '용과 함께 제로'와 비교해 보면 로컬라이제이션 업계가 어떻게 급변했는지 체감할 수 있습니다. '셴무'와 마찬가지로 세가에서 출시한 '용과 함께 제로'는 전 세계적으로 비평가들의 찬사를 받으며 스팀에서만 200만 카피 이상의 판매량을 기록한 글로벌 히트작입니다.

아마 이쯤 되면 다들 짐작하시겠지만, '용과 함께 제로'의 성공은 대부분 뛰어난 로컬라이제이션 덕분이라고 할 수 있습니다. 단순히 번역의 정확함만으로 만족하지 않고 해당 지역의 대중 문화를 참고한 뒤 속어의 자연스러움과 여기에서 더 나아가 **일본 미디어와 이를 채택한 서구 국가 간의 문화적 상호 작용**까지 고려해 최대한의 자연스러움을 연출해 냈기 때문입니다.

'용과 함께 제로'는 위트가 넘치는 각색부터 성우의 열연, 거기에 낯선 것과 익숙한 것 사이의 세심한 균형까지 두루 갖춘 비디오 게임 로컬라이제이션의 표준이라고 할 수 있는 작품입니다. 하지만 이 조합은 표준이라는 단어가 지닌 의미를 넘어, 기민함과 더불어 혁신성까지 내포하고 있습니다.

문화화란 무엇일까요?

'용과 함께 제로'를 포함해 2010년대 후반에 출시된 여타 내러티브 중심의 게임들은 수많은 게이머에게 비디오 게임 로컬라이제이션의 새로운 개념을 처음으로 접하게 해주었습니다. 그로 인해 문화적인 뉘앙스와 지정학적 민감성, 점차 연결되는 세계의 영향을 탐색하는 일은 그 자체로 하나의 분야로 거듭나게 됩니다. 그리고 지금도 대다수의 퍼블리셔나 개발자, 언어 서비스 제공업체는 이러한 부분을 앞으로 로컬라이제이션이 나아가야 할 미래로 보고 있습니다.

도입: 문화화.

Lionbridge Games 콘텐츠 품질 담당 이사인 Eva Herreros는 "대략적으로 이렇게 생각하시면 될 것 같습니다."라고 말합니다. "번역은 한 언어를 다른 언어로 바꾸는 것입니다. 번역 단계에서는 말이죠. 번역은 이해 불가능함의 벽을 허무는 첫 번째 단계입니다. 그러나 로컬라이제이션은 대중 문화를 참고하고 속어나 특정 시청각 요소 등을 적절히 활용해 게임을 현지의 감성에 맞게 조정합니다. 즉, 현지의 게이머가 보다 흥미롭게 즐기고 몰입할 수 있도록 하는 과정인 것이죠. 로컬라이제이션은 흐름과 일관성, 세련미를 보장해 보다 자연스럽고 '본토'의 감성에 맞는 결과물을 만들어내는 과정입니다. 다만, 번역과 로컬라이제이션만으로는 언어 간의 근본적인 장벽을 허물 수 없습니다. 그래서 문화화가 필요한 거고요."

문화화는 창의적인 콘텐츠를 대상 문화의 맥락에 녹여내는 과정입니다.

Herreros는 "문화화라는 것은 먼저 본래의 의도를 가져와 그 안에 담긴 속뜻을 읽는 겁니다. 그리고 전달하고자 하는 메시지와 목적을 보존한 채 문화적 규범과 사회적 가치를 고려해 아예 새롭게 구축하는 거예요. 그렇게 해서 만들어진 결과물이 게이머에게 전달되는 것이죠."라고 덧붙입니다.



언어 적응의 3단계

번역, 로컬라이제이션, 문화화는 전 세계 고객을 위해 콘텐츠를 조정하는 과정에서 각기 다른 분야를 다루기 때문에 프로세스를 확실하게 구분해야 합니다.



번역

대상 언어의 언어적 정확성에 초점을 맞춥니다.
(즉, 원본의 메시지를 정확하게 전달해야 합니다.)



로컬라이제이션

로컬라이제이션은 대상 고객층의 언어와 지역 선호도에 맞게 범위를 넓히는 과정입니다. 로컬라이제이션은 주로 번역한 내용이 목표 시장(비교적 구체적인 개념인 대상 고객층과 혼동하지 않도록 유의)과 부합하도록 개편하는 데 초점을 맞춥니다. 이 프로세스에는 다음과 같은 작업이 포함됩니다.

- » 대본 각색(예: 텍스트 상자에 맞추거나 컷신의 속도에 맞추기 위해 대화 줄이기)
- » UI 서식 변경(예: 텍스트 방향, 용어, 색상 팔레트 등)
- » 숫자 서식 지정(예: 날짜, 통화, 단위, 도량형 등)
- » 명칭 로컬라이제이션(예: 무기, 주문, 지명, 인물 등)
- » 어투 확인(예: 경어체, 격식체 등)



문화화

문화화는 대상 고객층의 문화적 규범, 사회적 가치, 지정학적 민감성에 맞춰 몰입도를 높인 다음, 문화적으로 공감할 수 있는 경험을 전달할 수 있도록 깊이 파고드는 과정을 의미합니다. 또한 플레이어의 개인적, 정서적 수준을 고려한 유일한 수준의 언어적 적응 과정이기도 합니다. 이 프로세스에는 다음과 같은 작업이 포함됩니다.

- » 내러티브 조정(예: 실제 역사적 사건과 유사하지 않도록 게임 내 사건 변경 등)
- » 인물 각색(예: 인물의 나이, 배경 설정, 의상 변경 등)
- » 게임플레이 메커니즘 조정(예: 과금 시스템 공식, 난이도, 속도감 등)
- » 컨텍스트 추가(예: 게임 내 메모 추가, 아이템 설명 확장, 대화 내용 변경 등)
- » 지정학적 검토(예: 다른 지역의 인종, 민족, 성적 지향, 성별에 맞지 않는 언어 사용, 정치, 종교 등과 같은 주제 탐색)

모든 글로벌라이제이션 전략의 핵심이 텍스트를 변환하는 것이라면, 문화화의 핵심은 플레이어를 중심으로 하는 게임 경험을 향상하는 것입니다. 즉, 게임 개발 초기부터 특정 게임 메커니즘부터 스토리라인, 인물들이 다양한 대상 문화권에서 어떻게 인식될지 고려하는 것이 중요합니다. 개발자, 로컬라이제이션 팀, 퍼블리셔 모두가 긴장감을 유발할 수 있는 요소를 파악하고 이에 대한 해결 방안을 이해할 수 있어야 합니다.

Lionbridge Games 내러티브 디자인 책임자 Ji Shin의 말을 들어보겠습니다. "네, 여기부터는 정말 깊게 파고들게 됩니다. 자막, 보이스오버, UI는 물론이고 심지어는 무기나 이름의 번역까지 고려해야 되거든요. 이 모든 것들이 번역과 로컬라이제이션의 일부인 셈이죠. 이제 내러티브에 대해 말해 볼까요? 시청각적인 신호들을 하나하나 떠올려 보세요. 이번에는 플레이어의 목표, 도전 과제, 보상 등 전반적인 게임플레이에 대해 생각해 보겠습니다. 그리고 스스로 되묻는 거예요. '이 모든 것들이 대상 문화의 지정학적 측면과 어떻게 연결될까? 종교와는 어떻게 연결되지? 각종 법규하고는 어떻게? 현재와 역사 속의 사건, 사고하고 연결되는 관계는?'"이라고 설명합니다.

게임은 문화 검토 프로세스에서 상당한 변화를 겪을 수도 있으며, 이는 어떻게 보면 당연한 것입니다. 다만 문화화는 시시각각 변하는 그런 개념이 아닙니다.

Lionbridge Games 유럽 콘텐츠 딜리버리 디렉터인 Baptistin le Blanc의 말을 들어보겠습니다. "문화화 작업에서 가장 까다로운 부분 중 하나는 낯선 것과 익숙한 것 사이에서 균형을 맞추는 일입니다. 예를 들어볼까요? 게임의 본래 지명이나 인물의 이름 또는 문화적 참조를 유지할 수는 있어요. 대신 고객층이 이런 요소들을 이해하고 감상할 수 있도록 적재적소에 맥락이나 설명을 추가할 수는 있겠죠. 이런 식으로 토착적이고 친숙한 느낌을 주는 경험을 만들어내는 방식이 저희의 목표입니다. 게임 고유의 매력과 의도는 유지하면서 말이죠."

'블랙 워리어'라고 더빙된 인물이 있다고 가정해 보겠습니다. 이 명칭을 본 미국 유저는 이런 식으로 생각할 수도 있겠죠. '애는 갑옷 색깔이 검정색인가? 아, 휘장이 검은색이라 블랙 워리어인가? 흑인 전사를 말하는 건가? 여기서 악당을 블랙이라 부르나?' 명칭만 보고 이 인물을 긍정적으로 생각하는 서양 유저는 그리 많지 않을 테니까요. 일례로 힌두 문화에서는 검은색이 순수한 악을 상징하기도 합니다. 하지만 여러 동아시아 국가에서는 검은색이 상서로운 색으로 받아들여지며, 힘이나 권력을 의미하기도 합니다.

그렇기 때문에 저희 문화화 팀은 개발자의 원래 의도를 파악하고 이름을 로컬라이제이션하거나, 그 의미에 대한 맥락을 제공하는 등 대상 고객층이 이해할 수 있는 방식으로 전달할 방법을 찾기 위해 노력합니다. 또는 부적절한 인물이 있다면 아예 새롭게 작업하기도 하죠. 어두운 피부색으로 악을 표현했다면 진짜 큰 문제가 발생할 수도 있거든요.

"문화화의 가장 까다로운 부분 중 하나는 낯선 것과 익숙한 것 사이에서 균형을 맞추는 일입니다."

- Lionbridge Games 유럽 콘텐츠 딜리버리 디렉터, Baptistin le Blanc

왜 문화화가 중요할까요?

문화화가 글로벌라이제이션의 마지막 장식 정도로 느껴질 수도 있지만 실상은 전혀 그렇지 않습니다. 로컬라이제이션 전문가가 역동적이면서 매력적인 게임을 만들기 위해 노력하는 동안, 문화화 전문가는 퍼블리셔와 플레이어 간 상호 존중의 기반을 마련하여 공감할 수 있는 경험을 구축합니다. 다시 말해, 문화화는 각색한 콘텐츠를 감상하고 즐길 수 있도록 토대를 마련하는 과정이라고 할 수 있습니다.

물론 문화화에 대해 '그저 팬덤 만들기'에 불과하다거나 '그다지 관심이 없다'고 하는 일반적인 인식도 알고 있습니다. 하지만 문화화는 유저의 관심을 끌고 유지하는 데 있어 매우 중요한 요소임은 부정할 수 없는 사실입니다. 문화, 그리고 그에 따른 세계 구축에 대한 신중한 접근은 좋은 게임과 훌륭한 게임을 나누는 요소이기도 합니다.

Shin은 이에 대해 이렇게 얘기합니다. "개발자와 플레이어 간의 관계에는 일정 수준의 존중과 이해가 필요합니다. 여느 관계하고 마찬가지로 말이죠. 누군가 게임을 플레이하면서 혼란스러워하거나 불쾌감을 느낀다고 한다면 더는 그 게임에서 뭔가를 기대하기가 어려워지기 마련입니다. 또한 '번역'이 잘 되었다 해도 이질감이 느껴지거나 어조 자체가 어색하다면 제아무리 좋은 글이라도 의도한 것을 전달하기가 어려워집니다." 라고 강조합니다. Shin은 이어서 "분위기를 제대로 잡을수록 게임의 수명도 더 오래 가는 법입니다."라고 덧붙입니다.

게임은 다양성과 포용성을 증진하는 데 도움을 줄 수 있습니다. 게임은 타인의 삶을 들여다볼 수 있는 훌륭한 창구입니다. 또한 현실에 적용할 수 있는 개념을 탐구할 수 있게도 해줍니다. 개인의 경험을 사실적으로 묘사하는 것은 게임의 성공에 있어 가장 중요한 척도라고 할 수 있습니다.

이런 점에서 문화화는 이러한 공감을 불러일으키는 경험을 조성하는 데 이바지하는 요소인 셈입니다. 플레이어는 문화화를 통해 콘텐츠에 더 깊이 몰입할 수 있으며, 한층 고양된 감성적인 반응을 끌어낼 수 있습니다. 이 같은 경험은 캐주얼 플레이어를 장기적인 팬으로 만들고 강력한 커뮤니티를 형성하게 합니다. 그리고 이 커뮤니티는 회사의 엄청난 자산이 되기도 합니다. 플레이어가 게임에 가치가 있다고 여기면 이는 곧 게임 구매로 이어집니다. 그렇게 자신이 구매한 게임을 응원하면서 그 회사의 다른 시리즈도 플레이할 가능성이 자연스럽게 높아집니다.



"개발자와 플레이어 간의 관계에는 일정 수준의 존중과 이해가 필요합니다. 여느 관계하고 마찬가지로 말이죠. 누군가 게임을 플레이하면서 혼란스러워하거나 불쾌감을 느낀다고 한다면 더는 그 게임에서 뭔가를 기대하기가 어려워지기 마련입니다. 또한 '번역'이 잘 되어 있다 해도 이질감이 느껴지거나 어조 자체가 어색하다면 제아무리 좋은 글이라도 의도한 것을 전달하기가 어려워집니다."

- Lionbridge Games 내러티브 디자인 리드, Ji Shin

Herreros는 "감정은 일종의 고리 역할을 해줍니다. 인물과 그들의 이야기에 공감하면 이런 감정들이 닳아 되어 계속 그 몰입을 유지하게 해주거든요. 포용적이며 상호 존중을 기본적으로 내재한 게임일수록 더더욱 그렇습니다. 그렇게 계속 다른 플레이어와 공동체 의식을 갖고 더 깊게 소통하게 됩니다. 게임 자체에서 배우고 성장할 가능성이 더 높은 셈이죠. 또 환영을 받고, 보고, 듣고, 인정받는 일은 그만큼 기분을 고양시키니까요."라고 말합니다.

따라서 문화화가 시장 진입에 핵심적인 역할을 한다는 사실은 그리 놀라운 일이 아닙니다. **지난 10년 간 모국어로 읽을 수 없는 상품은 구매하지 않는** 소비자 현상이 두드러지게 나타났습니다. 로컬라이제이션 전략을 구현하면 수익을 높일 수 있다는 사실은 이미 잘 알려져 있습니다. 그러나 로컬라이제이션 투자에 문화화 과정을 추가한다면 더없이 높은 수익을 기대할 수 있습니다. 서로 존중하는 배경을 중심으로 풍부하고 매력적인 분위기를 조성하면 대상 고객층의 확대를 기대할 수 있으며, 동시에 기존의 게이머 이탈도 예방할 수 있습니다.

문화화가 제대로 이루어질 경우 하나의 IP가 영화, TV 시리즈, 책 등 다양한 형태의 미디어로 확장될 수도 있습니다.

다른 매체에서 하나의 세계를 재현할 때는 원본의 자료, 이 경우에는 게임의 세계관에 일관성이 있어야 하며 강한 설득력을 갖추고 있어야 합니다. 그렇게 명확한 세계관을 확보하면 더 높은 품질과 강한 정서적 영향력, 충성도가 더 높은 팬층을 확보할 수 있습니다.

이에 대해 Herreros는 "요즘은 소위 게임의 홍수 시대입니다. 눈에 확 띄는 게 제일 중요하죠. 게임도 다양한 문화를 포용하고 공감할 수 있도록 노력해야 합니다. 그래야 플레이어의 관심을 끌고 경쟁에서도 우위를 점할 수 있으니까요. 개인적으로도 그게 맞다고 생각하고 있습니다."라고 덧붙입니다.

하지만 가장 높은 수준의 문화화는 플레이어의 경험을 향상하는 데 그치지 않습니다. 문화화는 포용적인 분위기를 형성하는 것만으로 그치지 않습니다. 더 나아가 게임을 곤경에 빠뜨릴 수 있는 불쾌함이나 문화적인 편견을 방지하는 것까지 상정해야 합니다. 문화화를 진행하면 민감성 부족으로 인해 발생할 수 있는 홍보, 매출 손실, 평판 손상, 더 나아가 법적 처벌까지도 피할 수 있게 됩니다.

"요즘은 소위 게임의 홍수 시대입니다. 눈에 확 띄는 게 제일 중요하죠. 게임도 다양한 문화를 포용하고 공감할 수 있도록 노력해야 합니다. 그래야 플레이어의 관심을 끌고 경쟁에서도 우위를 점할 수 있으니까요. 개인적으로도 그게 맞다고 생각하고 있습니다."

- Lionbridge Games 콘텐츠 품질 디렉터,
Eva Herreros

민감한 문제: DEI (DIVERSITY, EQUITY, AND INCLUSION)

이제는 결정해야 합니다. DEI는 게임계에서 오랫동안 논란이 되어 온 주제이고, 앞으로도 계속 논란에서 벗어날 수 없는 주제이기도 합니다. 언급하기도 어렵고, 무언가 왜곡되고 오해를 사기 좋은 주제이기도 합니다. '깨어난', 'ESG' 등의 유행어가 논점을 흐릴 수도 있지만, 이런 잡음들이 끼어들 틈이 없는 핵심 개념으로 '소외'를 들 수 있습니다.

학교나 직장에서 긴 하루를 보낸 후, 좋아하는 신작 게임을 이제 막 실행했다고 가정해 보겠습니다. 새로운 지역이 열리고, 이제 메인 스토리의 최신 줄거리를 따라가고 있는 중입니다. 풍부한 색감과 참신한 건축물, 매력적인 사운드에 휩쓸려 아름답고 이국적인 세계가 여러분의 눈에 펼쳐집니다.

그런데 그때, 아군이라고 생각했던 조연 역할의 캐릭터가 똥똥하다는 농담을 던집니다.

이런 언급이 심각해지는 이유는 그 사실 자체가 게임에 어떤 영향도 끼치지 않을 뿐더러 해당 발언의 문제점을 인지하지도 못한다는 사실입니다. 이제 더는 게임에 몰입할 수 없게 되고, 대신 이 기괴한 설정을 파고들며 왜 체중이 문제가 되는지 고민하게 됩니다. 날개에, 꼬리에, 비늘까지 이상하지 않은 세계에서 작가들은 왜 작중 인물이 그런 말을 하게 했을까요? 조금은 진부한 예지만, 그만큼 많은 사람들이 공감할 수 있는 사례일 것입니다.

Shin은 이에 대해 이렇게 말합니다. "물론 게임에 민감한 콘텐츠가 있을 수는 있습니다. 그렇지만 문제는 그 누구도 그걸 살펴보려고 시도조차 하지 않는다는 겁니다. 분명하게 되물어봐야 하는 문제죠. 게임 곳곳에 배치된 요소가 플레이어 경험에 어떤 영향을 미치게 될까? 이 대사는 게임에서 어떤 점을 시사할까? 스토리에 비중이 있는 대사인가? 이 인물이 이렇게 말하는 게 당위성이 있는가? 혹여나 특정 인구 집단을 비하하거나 불필요하게 언급하는 콘텐츠가 보인다면 그런 것도 발견하는 즉시 삭제해야 합니다."라고 말합니다.



불과

38%

대형 게임 회사가 게임을 기획할 때 본인들의 성향을 고려해 준다고 믿는 게이머의 비율

[출처: *Glaad*]



20%

자신이 LGBTQ임을 밝힌 활성 게이머의 비율

[출처: *Glaad*]



다음 이상

2/3

흑인, 히스패닉, 아시아인 및 태평양계 미국인인 게이머의 비율

[출처: *ESA*]



53%

개발자가 게임과 게임 공간을 보다 포용적으로 만들 책임이 있다고 생각하고 있는 게이머의 비율

[출처: *Glaad*]



50%

여성으로 판단되는 게이머의 비율

[출처: *Statista*]



44%

게임 플랫폼에서 인종 차별과 혐오 발언을 경험하거나 목격한 적이 있다고 응답한 게이머의 비율

[출처: *Preply*]

현재 게임에 다양성을 더하고 연대를 옹호하는 것에 대한 다양한 논의가 오가고 있는 것은 사실입니다. 그럼에도 비디오 게임의 건강한 다양성을 위한 발의 자체를 더부시하는 경향은 여전히 팽배합니다.

이에 대해 Shin은 "요즘 보면 대다수의 사람들은 DEI 이니셔티브를 '진보적'으로 보이기 위한 수단으로 여기고 있습니다. 그래서 최대한 많은 성소수자, LGBTQIA+, 여성, 장애인 인물을 넣기 위해 경쟁하는 결과를 낳은 거 같고요. 이런 보여주기도 중요하긴 합니다. 다만 이런 방식으로 다양성에 대한 접근하기에는 진정성이 떨어지죠. 결국에는 좋지 않게 끝나게 마련이고요."라고 말합니다.

플레이어는 개발자가 다양성을 구현한 방식을 통해 개발자의 의도를 파악할 수밖에 없습니다. 하지만 '다양한' 인물상을 포함만 하는 최소한의 일에만 집중하는 경우 애초에 자연스러울 수가 없게 됩니다. 심지어 이러한 방법은 크나큰 역효과가 발생할 수도 있습니다.

장애가 있지만, 그 장애의 개념이 타당하지 않은 인물을 예로 들어보겠습니다. 게임 내에서 이들의 상태가 묘사되는 방식은 지나치게 과장되고 비현실적이며 일관성이 없습니다. 더 심각한

경우는 주인공이 쇠약해지는 상처를 입었는데, 이것이 마법처럼 흔적도 없이 사라지는 일이 발생하기도 합니다.

해당 커뮤니티에서도 이런 설정들을 보면 탐탁지 않아 할 것임은 자명한 일입니다. 이렇게 속이 뻘히 보이는 기반 연구의 부족 및 노력의 부재는 벌어진 상처에 소금을 뿌리는 격이라고 할 수 있습니다.

이에 대해 Shin은 "고객을 소외시키지 않는 것이 관건입니다. 수익이 나지 않으면 할 가치가 없다는 철저히 자기중심적인 사고관을 버려야 합니다. 옳은 일은 그 자체만으로 옳기 때문에 행할 가치가 있는 것이거든요."라고 말합니다.

모든 플레이어가 만족할 만한 경험을 구현하고자 하는 것은 분명 '고귀한 일'입니다. 하지만 그 어떤 플레이어도 특별히 소외감을 느끼지 않도록 경험을 구현하는 것은 반드시 필요한 일입니다.

세계관이나 인물, 그러한 인물이 얽히며 상호작용하는 모든 요소에서 플레이어가 자신의 가치를 인정받지 못하거나 불쾌감을 느끼는 등 일종의 소외감을 느끼지 않도록 해야 하는 것입니다.

모든 플레이어가 만족할 만한 경험을 구현하고자 하는 것은 분명 '고귀한 일'입니다. 하지만 그 어떤 플레이어도 특별히 소외감을 느끼지 않도록 경험을 구현하는 것은 반드시 필요한 일입니다.

문화화는 어떻게 이루어지나요?

문화화는 원천 문화와 대상 문화 모두를 깊게 이해하고 창의적인 비전을 기반으로 다루어야 하는 세심한 과정입니다. 또한 게임의 가장 기본적인 구성 요소까지 포함하고 있기 때문에 게임 개발 초기부터 구현해야 하는 부분이기도 합니다. 내러티브와 인물 디자인부터 오디오, 로컬라이제이션 테스트에 이르기까지 제작과 글로벌라이제이션 프로세스의 모든 부분이 문화화의 영향을 받기 때문입니다.

커스터마이징 가능한 인물의 이름, 그리고 성별 표현 같은 요소들은 게임 코드에도 반영됩니다.

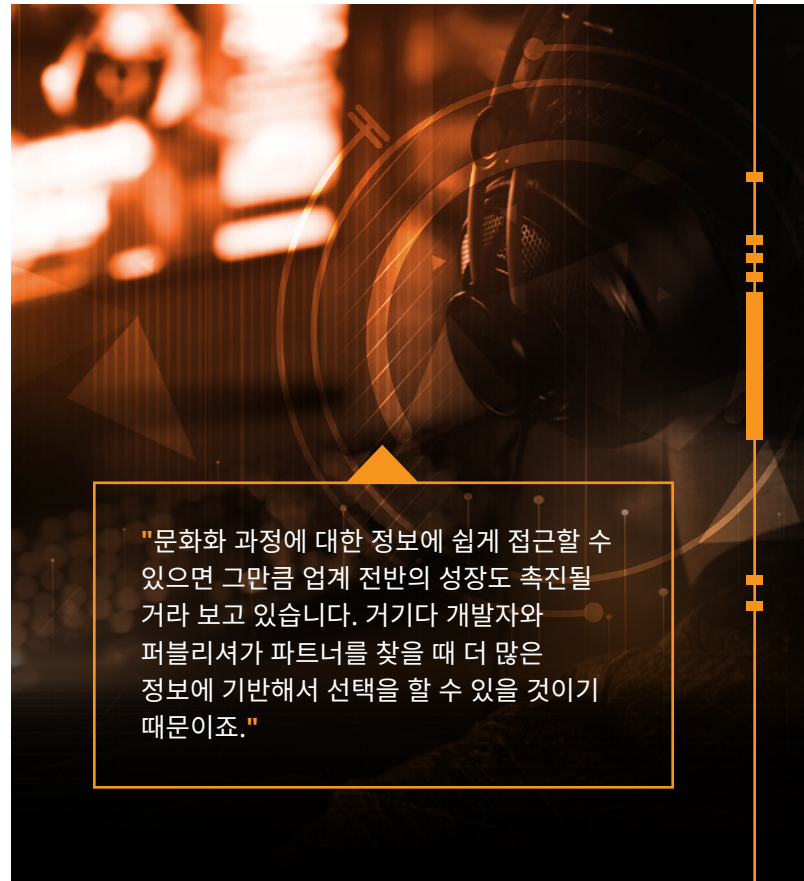
다만 이러한 문화화 프로젝트에는 분석 단계와 적응 및 품질 보증 테스트로 이어지는 일반적인 구조가 존재합니다.

다음은 Lionbridge Games의 프로세스에 대해 Le Blanc이 설명한 내용입니다.

- ▶▶ **첫째로**, 게임의 원래 맥락에서 게임을 분석하고 스토리, 인물, 테마 및 문화적 뉘앙스를 심도 있게 이해합니다.
- ▶▶ **그런 다음**, 대상 문화에 대한 심층적인 지식을 갖춘 현지의 문화 컨설턴트 및 언어 전문가와 긴밀히 협력해 나갑니다. 쉽게 말해 게임 콘텐츠를 조정하는 데 도움을 받는 과정입니다. 이 단계에서 게임의 원래 의도를 훼손하지 않도록 개발자 및 퍼블리셔와 긴밀하게 협업해야 합니다. 특히 캐릭터 간 매트릭스나 언어별 스타일 가이드, 지역별 DEI 프로토콜과 같은 도구는 번역가와 내러티브 팀이 게임의 문화적 비전에 충실할 수 있도록 도와주는 것들입니다.
- ▶▶ **마지막으로** 로컬라이제이션을 끝마친 게임이 원작의 의도와 진정성에 부합하는지 확인하기 위해 광범위한 품질 보증 테스트를 실시하게 됩니다.

Lionbridge Games의 이런 과정을 노출하는 것이 비즈니스 리스크처럼 보일 수도 있습니다. 하지만 le Blanc가 위에서 설명한 바와 같이, 누구든 공식이 있다고 해서 방정식을 풀 수 있는 건 아닙니다.

"단순히 지식만 가진 상태로는 최고 수준의 문화화를 제공할 수 없기 때문입니다. 또한 문화화가 제대로 작용하려면 충분한 경험, 인재, 인프라 및 워크플로가 필요합니다. 이런 프로세스가 노출된다고 해서 비즈니스에 위협이 되지는 않습니다. 사실, 우리는 이 주제를 보다 많은 사람이 이해해야 한다고 생각합니다. 그 과정에서 전문 역량이 필요하다면 얼마든지 공유할 생각이요. 문화화 과정에 대한 정보에 쉽게 접근할 수 있으면 그만큼 업계 전반의 성장도 촉진될 거라 보고 있습니다. 거기다 개발자와 퍼블리셔가 파트너를 찾을 때 더 많은 정보에 기반해서 선택을 할 수 있을 것이기 때문이죠."



"문화화 과정에 대한 정보에 쉽게 접근할 수 있으면 그만큼 업계 전반의 성장도 촉진될 거라 보고 있습니다. 거기다 개발자와 퍼블리셔가 파트너를 찾을 때 더 많은 정보에 기반해서 선택을 할 수 있을 것이기 때문이죠."

개발자와 퍼블리셔는 어떻게 로컬라이제이션과 문화화 지원을 받을 수 있을까요?

모든 단계에서 몰입도를 보장하는 것은 결코 쉬운 일이 아닙니다. 고객의 몰입을 유지하고자 한다면 대상 언어는 물론, 대상 문화에 대한 상세한 이해가 필요하기 때문입니다. 더 나아가 문화화를 이해하는 것은 절반의 고비를 넘긴 것에 불과합니다. 나머지 절반의 몫은 문화화를 잘 수행할 수 있는 리소스를 찾는 일입니다. 그나마 다행인 점은, 오늘날에는 비디오 게임 로컬라이제이션 전문 회사가 아주 많다는 점입니다. 다만 모든 업체가 심층적인 문화적 검토를 할 수 있는 것은 아니라는 사실도 명심해야 합니다.

이에 따라 개발자와 퍼블리셔는 다음과 같은 역량을 갖춘 로컬라이제이션 업체를 찾아야 합니다.

- » 풍부한 경험
- » 글로벌 인프라
- » 대상 지역에서의 입지 확보
- » 자격을 갖춘 언어 전문가 및 번역사

- » 검증된 지정학적 검토와 다양성 및 포용성을 갖춘 인재
- » 전담 프로젝트 관리 팀
- » 전담 콘텐츠 및 내러티브 디자인 팀
- » 분야별 전문가 및 NGO와의 긴밀한 관계
- » 데이터 기반 프로세스 및 도구
- » 포괄적인 방법론을 통한 개발부터 출시 이후까지의 전반적인 처리

파트너를 선택할 때 고려해야 할 다른 중요한 요소는 겸손한 마음가짐입니다. 문화화 팀은 경험이 풍부해야 하는 것은 물론, 필요하다면 외부 리소스가 필요한 시점을 파악할 수 있을 만큼 겸손해야 합니다. 경험이 부족한 로컬라이제이션 업체는 자신이 모르는 상태조차 인지하지 못하기 때문입니다. 그리고 적절한 자격을 갖춘 리소스에 도움을 요청할 수 있는 파트너십도 전무합니다. 그러나 위의 기준을 충족하는 제공업체를 찾게 되면 로컬라이제이션을 마친 콘텐츠의 품질은 눈에 띄게 향상됩니다.

이제 문화화는 게임 업계에 없어서는 안 될 과정으로 자리 잡게 될 것입니다. 문화화는 보다 다양하고 글로벌한 고객을 수용하기 위해 언어의 장벽을 뛰어넘는 과정입니다.

게임 로컬라이제이션 업체는 끊임없이 현지에 걸맞은 게임 경험을 제공해야 합니다. 그래야 게임 역시 그에 따라 더욱더 공고한 산업이 될 것이기 때문입니다. 정리하면, 문화화란 게임을 단순히 번역하거나 로컬라이제이션하는 것이 아닙니다. 문화화란 진정한 의미의 글로벌화가 이루어지는 미래를 의미합니다.



귀사의 성공을 뒷받침하는 최고의 파트너

Lionbridge Games의 서비스 페이지를 방문하여 개발사와 퍼블리셔가 뛰어난 게이밍 경험을 제작하는 과정을 어떻게 지원하는지 확인해 보세요.

자세한 내용

GAMES.LIONBRIDGE.COM



LIONBRIDGE GAMES 소개

우리는 전 세계 플레이어에게 최상의 게임 경험을 제공하는 열정적인 게이머입니다. Lionbridge Games는 2013년, 세계 최대 글로벌라이제이션 기업인 Lionbridge에 소속된 게이머들의 손 끝에서 시작되었습니다. 이후 Lionbridge의 글로벌 인프라를 기반으로 게임 서비스에 중점을 둔 팀을 꾸렸으며, 세계 시장을 겨냥한 기술 중심의 새로운 게임 서비스 접근 방식을 구축했습니다.



자세한 내용

GAMES.LIONBRIDGE.COM



LIONBRIDGE

© 2024 Lionbridge. All Rights Reserved.

