

※ 본 아티클은 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

Gamasutra.com

브랜드와 라이선스 현지화

Corinne Isabelle Le Dour

2007년 1월 10일

http://www.gamasutra.com/features/20070110/ledour_01.shtml

우리 업계의 창의적이고 풍부한 자원에도 불구하고 시장의 대부분은 유명한 IP(지적 재산)와 프랜차이즈들이 차지하고 있다. 우리는 영화 속에서와 같이 좋아하는 캐릭터들이 에피소드 별로 성장해가는 것을 보고 있는 것이다.



이런 경향은 개발 비용이 점점 증가하면서 더욱 심화되고 있다. 대형 스튜디오와 배급사들이 위험을 줄이기 위해 유명한 브랜드와 라이선스에 투자를 계속하고 있는 것이다. 게다가 한 동안 영화 관련 게임이 많이 출시되는 것도 이런 추세에 힘을 실어주고 있다.

시장이 커지고 매출이 증가함에 따라 현지화 작업(Localization)이 자연적으로 필요하게 되었다. 본 아티클은 라이선스와 프랜차이즈에 기반을 둔 비디오 게임의 현지화 작업을 다양한 관점에서 살펴보고 현지화 작업 준비와 진행에 대한 이해를 돕고 팁을 제공하는데 중점을 두고 있다.

이론적으로는 소유자가 거의 모든 것에 대한 결정을 내리므로 주된 변수는 IP 소유권이 되겠다. 하지만 게임 현지화 작업에서는 IP에 대한 자신의 소유 여부를 불문하고 다른 방식의 접근이 필요하다. 자신이 소유한 라이선스에 기반한 게임인지, 새로 개발한 IP인지, 이미 자리 잡은 IP인지, 영화 개봉 일에 맞춰야 하는 게임인지(현지화 전문 용어로는 “무비 타이 인(movie tie-in)”이라고 한다.)에 상관없이

작업에 심각한 영향을 줄 수 있는 몇 가지 요소와 함정들이 도사리고 있기 때문이다. 자신이 IP의 소유자가 아니라면 작업 스케줄에 상당한 영향을 끼칠 것을 감수하고 라이선스 소유자에게 다른 항목들의 승인을 받아야 할 수도 있다.

1. 조직화: 사람들은 모두 거짓말을 하지만, 문제가 되는 것은 거짓말의 경중이다.

중소 규모의 개발사라면, 배급사에서 자신들의 판단에 따라 직접 현지화 작업을 해달라고 요구할 지도 모른다. 이런 경우, 배급사에서 함께 작업할 현지화 작업 프로듀서나 코디네이터를 붙여줄 것이다.

작업 시에 주로 협력할 사람들과 최초 회의(kick-off meeting)를 가져야 한다. 이 때 계획서와 합당한 작업 흐름, 그리고 시간 계획을 세워놔야 한다. 이상적으로는 이 회의에서 참석자 전원이 자신의 업무 목록과 모든 주요 인물들의 세부 사항, 납기일에 대해 완벽히 숙지해야 한다. 문제점을 빠르게 예상/발견하기 위해 정기적으로 상황 회의(Status meetings)를 가져야 한다. 모든 참석자들이 결정 사항들을 다시 한 번 생각해볼 시간을 주는 것을 잊지 말아야 한다.

마지막으로 배급사와 협력하고 요구 사항을 관철시키는 역할을 할 누군가를 지명해야 한다. 이 역할을 할 사람은 흥정을 잘해야 하는 것은 물론이고 프로덕션 파이프라인 전반에 대한 이해가 필요하고 위험을 평가할 수 있어야 하며, 때로는 반발할 줄도 알고, 차선책을 제안할 줄도 알아야만 한다. 부 프로듀서(Associate producer)나 코디네이터(coordinator)는 보통 현지화 작업 담당자가 맡는다.

배급사에서 당신에게 직접 현지화 작업을 맡길 수도 있지만 보통은 자신들과 성공적인 업무 제휴 관계에 있는(물론 서비스 계약도 되어있는) 훌륭한 IP 전문 지식을 갖춘 현지화 업체(Localization agencies)나 프리랜서와 계약하자고 할 것이다. 이런 경우에는 참여자 전원이 초기에 자신들의 업무와 일정에 대해 정확하게 숙지해야 한다. 그리고 각 나라 간에는 작업 문화에 차이가 있으니 이러한 부분에 대비할 추가적인 노력을 쏟을 준비를 해두는 것이 좋다.

현지화 업체에서는 보통 번역, 캐스팅, 녹음 등을 제공하며 가끔 언어 검수(Linguistic QA)도 해준다. 업체에 따라서 다양한 언어를 취급하는

곳도 있고 한두 가지 언어만 취급하는 곳도 있다. 하지만 당신이나 배급사가 모든 언어에 대한 작업을 한 곳의 업체에 맡겨버리면 (연간 업무 계약을 맺지 않는 이상) 비용이 많이 들 수 있으며 현지화 업체에서는 지역 녹음실이나 배우들과 같은 하청업자에게 외주를 맡긴다는 것에 유의하라.

자체 현지화 부서를 가지고 있는 대형 개발사(또는 배급사)라고 해도 기본적인 논리는 동일하다. 사람을 적재적소에 배치하고 참여자 전원에게 명확한 작업 분담을 해주고 체계를 명확하게 잡아놔야 한다. 자신이 배급사이고 소규모 개발 회사와 함께 작업을 한다면 그들이 어떤 일을 해야 하는지 정확하게 이해시켜야 하고(모든 사람이 현지화 전문가는 아니다.), 자살 임무를 맡은 게 아닌 이상에는 실습생을 교육시킨다거나 글씨만 달랑 쓰는 화면으로 디버그한다던가 하는 일 따위를 방지하기 위해 현지화 작업에 충분한 경험을 가진 사람들로 팀을 꾸려야 한다.

이들은 현지화된 작품을 생성하기 위해 알맞은 도구와 버전 생성 문서(Version-making documentation)를 가지고 있어야 한다. 가까운 곳에서 작업하는 것도 도움이 될 것이다. 만약 자신의 게임을 다른 나라에서 발매하려고 소규모 개발사와 계약을 맺었다면 게임의 원래 개발팀에서 상급자 몇 명을 파견해 잠시 교육을 시켜라. 결과적으로 많은 시간을 아껴줄 것이고 골칫거리도 예방해줄 것이다.

어떤 경우건 번역과 녹음에 필요한 항목(Asset)을 파악하고(Extracting), 규격화하고(Formatting), 작업자에게 전달하고(Delivering), 사용 가능한 이미 현지화된 항목을 다시 게임에 통합하고(Reintegrating), 디버깅(Debugging)하는 것은 주로 개발사의 몫이다. 그리고 배급사/하청업자는 번역(그리고 업데이트해야 할 모든 사항들)과 오디오 녹음 및 언어 검수(자체적으로 하지 않는 이상은)를 맡게 된다. 책임 소재를 분명히 하고 작업의 비용은 누가 지불하는 것인지 확실하게 하기 위해 작업을 시작하기 전에 계약서(Publishing contract)를 주의 깊게 읽어보아야 하는 것은 두말할 나위도 없다. 필요하다면 작업 참여자들에게 오해하기 쉬운 조항들을 명확하게 밝혀주기 위해 법률 자문을 받는 것도 좋다.

2. 프랜차이즈의 소유자일 때(아싸!)

당신이 성공한 IP 를 보유하고 있고 속편을 작업하고 있다고 하자. 이것은 프랜차이즈로 불리기도 하며 이미 작업을 해본 경험이 있고 참고할 실제 제품이 있기 때문에 가장 쉬운 패턴이다.



외부 자원

전작을 작업했던 업자(현지화 업체/프리랜서)들은 당신의 게임과 브랜드에 익숙하다. 그들의 작업 결과물이 마음에 들었다면 다시 그들과 계약을 맺어라. 당신의 브랜드를 알고 작업(도구, 프로세스 등)이 어떻게 진행되는지 이해하고 있는 좋은 현지화 업체는 무엇과도 바꿀 수 없다. 당신은 처음부터 다시 설명을 해줘야 할 필요가 없다. 이미 그들은 작업 과정을 알고 있을 것이다.

그들은 아마도 전작과 동일한 번역가와 더빙 감독(Voice director)과 배우들을 다시 고용할 것이니 억양/목소리 일관성 문제가 발생할 일은 없을 것이다.

- **예제 1:** 캐릭터를 지칭하는 것은 국가별로 관례화된 방식으로 해야 한다. 어떤 국가에서는 격식을 차리지 않아도 되며(프랑스어의 “tu” 같은) 어떤 국가에서는 격식을 차려야 할 수도 있다. (독일어의 “Sie”, 스페인어의 “Usted”와 같이) 말투를 맞추는 것도 중요하다. 기사가 마치 자신의 말 사육사에게 말하는 것처럼 왕에게 말을 할 리가 없지 않는가. 언어 간에는 말의 격식을 차려야 할 때와 차리지 않아도 될 때의 구분도 상당히 많은 문화적 차이가 있다. 이런 부분은 현지화 업체에게 결정을 맡겨라. 그들은 보통 시장에 대해 상당히 잘 알고 있을 것이다.

- **예제 2:** 어쩌면 새로운 게임에 회상 형식으로 전편의 장면이 다시 등장하는 경우도 있을 것이다. 플레이어들이 전편과 다른 배우를 활용했다는 것을 알아채게 하고 싶지 않다면 같은 음성을 사용해야만 한다. 예제 1 번은 이런 경우에도 활용할 수 있다. 영상과 음향 자료를 재활용하면 캐릭터들 간에 대화할 때의 일관성을 얻을 수 있다.

만약 새로운 업체를 이용하기로 결정했다면 새로 현지화 작업을 진행하기 전에 현지화가 완료된 이전 게임을 업체 쪽에 보내줘라. 그러면 그들은 모든 잠재적인 문제점들에 대한 꽤 긴 질문 목록을 보내올 것이다.

내부 자원

준비 단계에서 전작의 개발 과정에서 겪었던 현지화 작업이나 더 큰 문제점들의 목록이 적혀있는 사후 평가 자료 및 기타 출시 후 메모들을 수집하라. 작업팀이 텍스트와 오디오 통합 작업에서 사용할 엔진과 다른 보조 도구들에 대한 정보도 필요하다. 이런 자료들을 초기에 충분히 구한다면 제안이나 개선 사항을 전달할 수도 있을 것이다.

주요 인물

주요 인물에는 현지화 코디네이터(Localization Coordinator)나 프로젝트 관리자(Project Manager), 번역을 위해 텍스트 자산을 규격화(Formatting)하고 번역된 것을 받아 게임에 통합시키고 모든 텍스트와 관련된 디버깅을 전담하는 리드인티그레이터(Lead Integrator), 사운드 디자이너(Sound Designer), 언어 검수 코디네이터(Linguistic QA Coordinator), 데이터 관리 리드(Data Management Lead), 프로듀서(Producer), 부 프로듀서(Associate Producer) 등이 포함된다. 이들이 누구인지 모르겠다면 제작진 목록(Credits)을 확인하라. 사람들은 보통 자신들의 이름과 직책을 정확하게 불러주기를 원한다.

배급사라면 전편의 현지화 품질을 평가하기 위해 전편의 모든 외국 리뷰들을 모아라. 현지 브랜드 매니저(Local Brand Manager)가 다른 의견과 캐스팅 제안을 해줄 수도 있으니 현지 브랜드 매니저에게 의견을 묻는 것도 좋은 생각이다. (“지난 번에 메인 캐릭터의 연기가 개판이라고 욕먹었으니 이번에는 이탈리아 업체에게 새로운 배우를 물색해보라고 하는 게 좋겠네요.”, “유명한 TV 여배우를 캐스팅하면 광고 효과가 아주 좋을 것 같은데요.” 등……) 이들의 의견이 최종적으로 현지화 방식에까지 영향을 끼칠 수도 있다. (“네덜란드에서 이 게임이 그렇게 잘 팔릴 것 같지는 않으니 자막만 넣어서 발매하는 게 좋겠네요.”)

함정

전작에서 녹음한 음성을 재활용할 권리를 가지고 있는지 확인하라. 이것은 사소한 문제가 아니다. 연기자 조합과 문제를 일으키고 싶지는 않을 것이다. 국가마다



법이 다르기는 하지만 대부분의 배우들은 전체적인 제품 군이 아니라 게임 하나 단위로 계약한다.

프랑스를 예로 들자면, 계약 위반을 피하려면 게임의 제목이 완벽하게 동일해야 한다. 당신이 PS2 게임을 PSP 로 포팅한다 치자. 그러면 PS2 용 음성들을 재활용하고 Sony 사의 추가 콘텐츠 표준을 만족시키기 위해 몇 가지 새로운 음성을 녹음할 것이다. 물론 마케팅 팀에서는 당연히 게임에 새로운 제목을 붙이려고 할 것이다. 하지만 그 전에 배급사에서 모든 배우들과 계약할 때 미리 다른 기종으로 포팅할거라고 말을 해주던지(포팅이 처음부터 계획된 것이라면), 협상을 해야 한다. (보통은 배우들에게 그에 비례해서 추가적인 금액을 지불한다.)

돈, 돈, 돈. 일본에서는 모든 PS2 음성을 재활용할 때 돈을 다시 지불해야 한다. 일본 연기자 조합(Japanese actor's unions)에서는 음성을 단 한 번만 녹음한다고 해도 각 플랫폼 별로 전체 수당을 지급하도록 요구하고 있다.

일본어 PS2 음성 녹음 비용이 \$18,000 라고 치면 360 버전에 다시 사용하려면 추가로 \$18,000 를 내야하고, 또 PSP 에 사용 시에도 추가로 \$18,000 를 내야 한다. 새로운 음성이 추가되면 그 비용은 따로 청구된다.

일류 배우들은 협상에서 유리한 고지를 점하고 있으며 그들이 수년간 유명한 게임 속 주인공들의 더빙을 맡았다면 정도가 더 심해진다. 그러다가 터무니없는 금액을 요구하기도 한다. (미국 버전에도 적용되는 이야기다.) 다른 사람들은 너무 바빠서 일정에 못 맞출 지도 모르는 일이다. 그러니 추가적인 비용과 위험 부담 사이에서 신중하게 생각하라.

어떤 사람과 수년간 일해왔고 연기도 잘 한다고 치자. 하지만 그 사람이 비용을 3 배로 올려버린다면 어쩔 것인가? 충분히 일어날 수 있는 일이다. 만약 너무 바빠서 3 일 동안 녹음 일정을 잡지 못해 반나절은 여기서 작업하고 남은 반나절은 다른 곳에서 작업해야 한다면? 이런 일이 발생하면 오디오 후반 작업과 통합, 검수와 디버그에 쏟을 시간을 잡아먹을 것이고 현지화된 음성¹ 납품 기일을 넘기게 될지도 모른다.

유용한 문서

캐스팅. 캐릭터들은 종종 후속 작에서 모습이나 성격이 변하는 경우가 있으니 당신의 현지화 업체 쪽에 캐릭터에 대한 상세한 설명과 갱신된 정보가 담겨있는 캐릭터 개요(Character Brief)를 보내줘라.

캐릭터 개요에서는 주요 캐릭터의 “최종” 모습과 음성 묘사, 연기 느낌과 같은 것을 제공해야 하며 할리우드에서 자주 사용하는 참고 자료를 보면 다음과 같다. “*XXX는 다혈질의 경찰과 반주인공적인 고고학자의 성향을 띤다. 오스트리아 억양을 가진 인디애나 존스와 존 맥클레인을 상상하라.*”

목록에 포함된 모든 모델들을 읽어보면 다른 나라 사람이라도 바로 캐릭터의 모습을 상상할 수 있어야 한다. *다이하드(Die Hard)*와 *터미네이터(Terminator)*는 누구나 알고 있지만 미국 TV 쇼나 다른 미국 내 참고자료는 다른 사람이 친숙하다고 볼 수 없다.

번역. 바이블과 단어 사전(Glossaries)을 만드는 것도 좋은 생각이며 만들기도 간단한 편이다. 영어 단어와 각 언어별로 기존의 번역된 단어를 적어놓은 엑셀 스프레드시트에 캐릭터 이름(가끔은 적당히 변형시키기도 한다.), 장소 이름, 함선, 무기 등의 중요한 항목을 적어라.

해리 포터 라이선스를 예로 들면 해리 포터에는 많은 수의 재치 있는 명사들(캐릭터, 장소 이름 등)이 사용되었는데 이것들은 모두 의미를 담고 있으므로 각 나라별로 현지화를 시켜야 한다.

*Hogwarts*는 프랑스어에서 *Poulard*로 변형되었다.

*Cornelius Fudge*는 이탈리아어에서 *Cornelius Caramell*로 변형되었다.

*OWL(Ordinary Wizarding Levels)*는 스페인어에서 *TIMO(Titulo Indispensable de Magia Ordinaria)*로 변형되었다. TIMO 에는 속이다라는 실제 의미가 있다.

1. 현지화된 음성을 제대로 녹음하려면 영문 음성들이 필요하다. 영문 음성은 참고 자료로 사용된다. (특히 길이와 애니메이션 동기화 제한 때문에 필요하다.) 그러므로 영문 음성이 없이 외국 버전을 녹음하는 것은 매우 위험한 일이다 (립 싱크와 애니메이션 인공지능이 각 언어에 완벽하게 적응할 만큼 환상적인 성능을 자랑하고 녹음 대본이 완전무결하며 대체 장면, 음량, 캐릭터 간의 거리 등 녹음에 필요한 모든 잡다한 문서를 완벽하게 제공하지 않는다면).

3. 자신이 IP의 소유자가 아니고,
그 IP가 유명한 IP일 때

일정 계획

다시, 당신이 라이선스를 받아서 사용하는 쪽이라면 조직화와 승인 과정이 중요한 변수로 작용한다. 프로듀서나 총괄 프로듀서(Executive Producer)가 당신에게 현지화 과정에서 어떤



부분까지 라이선스 소유자에게 승인을 받아야 하는지 알려줄 것이다. 일정 계획만 제대로 해놓는다면 어떤 작업이라도 할 수 있을 것이다.

다음은 일정에 영향을 끼칠 수 있는 항목/자산들의 간단한 목록이며 이것들은 라이선스 소유자가 일부분이나 전체에 대해 통제를 요구할 수도 있다.

번역. 초대형 기업들은 겉보기에는 이상해 보일지라도 반드시 준수해야 할 방침들을 가지고 있다. 월트 디즈니(Walt Disney)사의 자회사인 Buena Vista Games 는 게임에서 현존하는 종교에 관한 모든 참조를 삭제하라고 요구한다. (“Oh my god” 같은 말들은 모두 쓰지 말아야 한다.) 그러니 영문과 다른 언어들에서 이런 것들을 모두 없애야 한다.

만약 라이선스 소유자가 번역물을 검토하고 싶어한다면 이런 검토 과정과 그 이후의 검수 과정이 일정에 반영되어야 한다. 일류 라이선스 코디네이터(Licensing Coordinator, 리뷰를 하고 교정까지 보는 사람)일지라도 하루에 10,000 단어 이상은 꼼꼼하게 확인하지 못한다. 약간의 시차도 고려하고 라이선스 소유자의 팀이 일거리가 너무 많아서 끝까지 함께 일하지 못한다 던지 하는 다른 변수들도 고려해야 하므로 번역물을 게임에 통합하는 과정은 상당히 늦어질 수 있다고 생각하라.

캐스팅. 당신의 게임이 유명한 TV 쇼를 기반으로 제작되었다고 생각해보자. 그럼 라이선스 소유자가 게임에 동일한 배우의 음성을 녹음하기를 요구할 수도 있다². (그리고 가끔 동일한 더빙 감독을 요구하기도 한다.) 이것은 영화나 TV 쇼를 녹음하는 것과 게임을 녹음하는 것은 배우, 더빙 감독, 스튜디오에게 상당히 다른 문제라는 것만 제외하면 충분히 가능한 일이다.(물론 녹음 전에 “누가 돈을 내는 것인가”하는 문제를 해결해야 한다.)

영화를 녹음할 때야 영화라는 명확한 정보가 있지만 게임 녹음은 연기자나 기술자들에게 훨씬 더 적은 양의 정보만을 제공하므로 상당히 어려운 일이다. 가능하다면 당신의 팀에서 콘텐츠와 게임 모두를 알고 있는 사람을 녹음실로 보내 게임 속의 상황과 게임의 다양한 기능을 설명하게 하라. 아주 자세한 오디오 스크립트를 보내주는 것도 좋지만 문서보다는 사람이 더 낫다.

대본에서 어떤 항목이 약간만 누락되면 또는 녹음실에서 숨겨진 칼럼을 깜박하고 출력을 안 했다면 당신의 게임 주인공이 헬기에 대고 소리쳐야 하는 상황에서 “이봐, 정말 아무 것도 안 보인다고!”라며 평소와 다를 바 없이 말하는 것을 들을 수 있을 것이다. 이런 것은 녹음실에서 수정할 수가 없는 문제다. 그러니 주요 배우를 다시 불러서 재 녹음을 해야만 한다. (물론 항상 이런 문제는 작업 후반에나 발견된다.)

이 문제는 또한 어째서 다른 언어를 녹음하기 전에 영문 음성의 녹음을 끝내놔야 하는지 설명해주고 있다. 당신 게임의 오디오 디자이너나 대본 작가는 동시에 4~5 개의 녹음을 진행할 수 있는 초능력자가 아니다. 지역 스튜디오에서 영문 음성을 가지고 있다면 대본이 불분명하거나 아직 결정이 안 난 사항, 동일한 대사가 여러 개 있을 경우(상황, 음량, 어조 등)에 매우 유용하게 사용할 수 있다.

다른 경우로는 IP 소유자가 캐스팅에 대한 최종적인 선택을 하고 싶어할 수도 있다. 모든 샘플을 정기적으로 IP 소유자에게 보내고 다음 작업으로 넘어갈 수 있도록 정중하게 빠른(그리고 상세한) 피드백을 요청하라. 이 때 기한을 정해주는 것이 좋지만 어느 정도 여유를 주는 것을 잊지 말아라.

자신의 알고 있는 사람이 여러 업체에 걸쳐 매우 다양하다면 실제로 음성을 들어보고 캐스팅하는 것을 선호하라. (반대의 경우는 업체의 데이터베이스에 녹음되어 있는 샘플을 듣고 캐스팅하는 것이다.) 좀더 비용이 많이 들기는 하지만 배우가 배역에 맞는지 시험해볼 수 있는 더 쉬운 방법이다. 게임 디자이너나 크리에이티브 디렉터(Creative Director)의 도움을 받아 각 캐릭터의 느낌을 알 수 있는 3~4 개의 대사를 선정하라. 일단 선정한 대사들이 번역되고 업체 측에 의해 녹음되면(보통 배역 당 서너 명이 오디션을 본다.) 몇 개를 함께 편집해서 많은 장면에 함께 등장하는 배우들끼리 어울리는지 평가해보라.

오디오(모든 현지화된 녹음 자료들) 승인. 이 승인 과정에서는 라이선스 소유자의 지정인이 모든 대사를 들어보기 때문에 엄청나게 시간을 잡아먹을 수도 있다. (스크립트된 장면에만 수천 가지의 대사가 있을 수도 있다.) 덧붙여서, 파일을 납품하기 전에 모든 대체 장면들을 들어보고 약간 편집을 해야 하며(간단한 잘라내기와 잡음 제거) 음향

작업에 익숙하지 않은 사람도 녹음된 것을 들어볼 수 있도록 알맞은 형식으로 여러 개의 폴더에 나눠서 저장해야 할 것이다.

만약 라이선스 소유자가 녹음 자료에 대해 승인 여부를 해야겠다고 주장한다면 그들에게 녹음 과정에 참석할 현지 대리인을 보낼 것을 건의하라. 라이선스 소유자의 태도가 비효율적이지 않은 이상에는 대리인이 현장에서 각각의 대사 녹음에 대해 승인을 해서 작업이 터무니없이 길어지는 것을 방지할 수 있을 것이다. 일반적으로 현장 승인이 시간을 아낄 수 있으니 이쪽을 더 선호하게 될 것이다.

빌드 승인. 어떤 라이선스 소유자는 자신들이 현지화된 빌드를 시험해서 퍼스트 파티들에게 보내기 전에 언어 버그를 교정하고 싶어한다. 보통 이런 요청은 작업의 아주 후반 단계(당신이 할 수 있는 일이 별로 많지 않은 시점)에서 들어오며 이미 확인된 버그만 다시 나타날 뿐이다. (앞서 수정하지 않았다면)

라이선스 소유자는 현지화된 버전이 평균적인 품질 기준을 만족하지 못하거나 브랜드 가치와 동떨어져도 상관하지 않을지 몰라도 당신 역시 그러해서는 안 된다. 당신의 목표는 게임을 성공적으로 현지화해서 최대한 많이 판매하는 것이다. 당신이 아주 유명한 브랜드를 작업하고 있다면 이미 전세계에 걸쳐 두터운 팬들이 소중한게 생각하고 있는 참고 사항들을 해결해야만 한다. 이것은 다음 주제인 브랜드 가치에서 이어서 얘기하겠다.

2. 이 점은 영문판과 다른 “원본” 버전들에도 적용된다.

브랜드 가치

스타 워즈(Star Wars) 라이선스를 한 번 살펴보자. 조지 루카스(George Lucas)의 창조물을 작업한다는 것은 곧 관련된 전문 지식과 속임수를 쓸 수 없을 만큼 세부 사항에 집착하는(어쩌면 숭배할 지도 모르는) 수백만의 팬들과 상대해야 한다는 것이다.



행성 이름을 바꿔서도 안되고 “light saber(광선검)” 대신에 프랑스어로 “saber laser”라고 쓰거나 스페인어로 “sable laser”(초기 3부작에서는 “Espada de luz”라고 번역)라고 써서는 안 된다. 프랑스 사람들은 당신이 웃기다고 생각하건 말건 “Darth Vader(다스 베이더)”라고 하지 않고 “Dark Vador”라고 한다. “Death Star”는 모든 언어에서 글자 그대로 번역되지 않는다.(프랑스어로는 “l'étoile Noire”, 즉 검은 별이라고 번역되었다.)

벤더사에서 이미 IP 에 친숙한 사람이나 제대로 훈련 받은 사람을 고용하도록 만전을 기하라. 그리고 어떤 사소한 실수라도 그냥 넘어가지 않도록 확실히 하기 위해 만화책, 영화, 서적, 웹사이트 등의 최대한 많은 참고 자료를 모아라. 게임 속의 “L'Étoile de la Mort(죽음의 별)”과 같은 최후를 맞이하고 싶지 않다면 말이다.

중요한 이름들의 철자와 발음에 주의를 기울여라. “Wookiee(우키)”와 같은 이름에서 e 2 개를 빼먹으면 팬들이 바로 잡아낼 것이다.

일단 벤더사로 부터 각 지역별로 사용되는 “공식” 번역문을 모았다면 라이선스 소유자에게 보낼 다국어 언어 사전(Multilanguage glossary)을 제작하라. (이미 라이선스 소유자가 자신이 가지고 있는 것을 주지 않았다면) 라이선스 부서와 제품 부서는 보통 일이 너무 많아서 준비 과정에 전념할 시간이 아주 적은 경우가 많으니 단어 사전을 제작하면 당신이 작업하고 있는 제품의 정확성 확인을 라이선스 소유자에게 떠넘기는 것이 되지만 어느 정도는 그들의 일을 돕는 셈이 된다. 이제 그림 1 을 보자.

ENGLISH	FRENCH	ITALIAN	GERMAN	SPANISH	DUTCH
Jedi Star Fighter I	Chasseur Jedi	Caccia stellare Jedi	Jedi-Raumjäger	Caza estelar jedi	Jedi Star Fighter
Droid Fighter	Chasseur droïde	Caccia droïde	Droidenjäger	Caza droïde	Droid Fighter
Arc 170: Clone Starfighter	Chasseur clone Arc 170	Arc 170: caccia stellare clone	Arc 170: Klon-Raumjäger	Arc 170: caza estelar clon	Arc 170: Kloon Starfighter
V-Wing: Clone Fighter	Chasseur clone V-Wing	Ala-V: caccia clone	V-Wing: Klon-Jäger	Ala V: caza clon	V-wing: Kloon Fighter
Tie Fighter	Chasseur TIE	Caccia TIE	TIE-Fighter	Caza TIE	Tie Fighter
X-Wing	X-wing	Ala-X	X-Wing	Ala-X	X-Wing
Millennium Falcon	Faucon Millenium OR Millenium Condor?	Millennium Falcon	der Rasende Falke	Halcón Milenario	Millennium Falcon

그림 1:

그림 1: 다국어 우주선 단어 사전

위의 예제를 보면 게임에서 사용되는 우주선들의 각 나라별 공식 용어가 나열되어 있다. 그리고 Millennium Falcon(밀레니엄 팔콘)이 프랑스어로 2 가지의 번역이 있는 것을 알 수 있을 것이다. (초기 3 부작의 더빙 과정에서 못 듣고 지나친 실수이다.) 이런 경우에는 라이선스 소유자에게 어떤 것을 사용할 것인지 승인을 받아라. 어떤 것이 맞는 것이고 어떤 것을 사용할 지 결정하는 것은 그들의 몫이다.

무비 타이 인

후에 베이더 경이 되는 아나킨 스카이워커가 말하길, “이제부터 재미있어지겠군.” 당신의 게임이 영화 개봉일에 맞춰야 한다면 게임을 현지화 작업 과정에서 영화와 공통되는 부분을 맞추기 위해 적은 양의 자산(아주 없지는 않다.)에 의존해야 한다. 게다가 별로 새삼스러운 일은 아니지만 개발사와 배급사 간에 라이선스 거래도 힘들어진다. 당신이 라이선스 소유자와 협상할 여지가 상대적으로 적어지니 조심스럽게 접근해야 한다.

영화 라이선스는 구입하기 비싸고(대략 6 자리 숫자) 라이선스 소유자는 영화 촬영을 마무리하고 전세계 후속 작업을 마무리하느라 눈코 뜰 새 없이 바쁠 것이다. 그러므로 그들이 당신의 일정에 맞춰 제작 일정이나 후속 작업을 맞춰줄 리도 없다. 당신이 작업할 수 있는 기간은 영화가 전세계 동시 개봉이냐, 아니면 각각 다른 날짜에 개봉하느냐(순차적 개봉)에 따라서 그리고, 계약이 얼마나 잘 조율되었는가와 작업 이전에 종속 관계에 대해 얼마나 의견을 조율하고 잘 조직화했는가에 따라 조금씩 달라진다. 이제 영화와 게임의 종속 관계에 대해 더 자세히 살펴보자.

현지 스타일과 미술적 선택: 게임에는 어쩌면 영화에서 인용한 대사가 등장할 지도 모른다. (애니메이션의 대본은 영화 작업의 아주 후반에나 확정된다는 것에 주의하라.) 이런 대사는 당연히 동일하게(동일한 방식으로) 표현(번역)되어야 한다.

몇몇 캐릭터는 현지 적응이 필요한 억양을 사용해 말을 할 수도 있다. 어떤 대사는 영어로는 쓸 수 있을지 몰라도 다른 국가에서는 쓸 수 없을지도 모른다. 미국판 니모를 찾아서(Finding Nemo, Disney / Pixar,

2003 년 개봉)에서 소라게인 자끄(Jacques the hermit crab)는 프랑스인으로 설정되어 있고 당연히 매우 강한 프랑스 억양으로 말한다. 몇 가지 명백한 이유가 있다고 해서 프랑스판 영화에서 이렇게 놔두는 것은 앞뒤가 안 맞는 일이며 프랑스어로 현지화된 게임에서도 마찬가지로 앞뒤가 안 맞는다. 그래서 자끄는 남부 프랑스 억양(마르세유)을 부여해 캐릭터의 특이성과 “귀여움”을 살릴 수 있었다.

이것은 특히 아동용 제품에서 상당히 중요한 점이다. 음성이 어울리지 않는다거나 말투가 맞지 않는다면 몰입에 방해만 될 뿐이다. 난 최근에 아동용 CGI 영화를 기반으로 한 일련의 게임들의 현지화를 담당했는데(13 개 국어) 거의 모든 지역에서 다른 억양을 사용했다.

또 다른 예제로는 몬스터 주식회사(Monster Inc, Disney / Pixar, 2001 년 개봉)와 영화의 홍보 문구였던 “We Scare Because We Care”와 같이 영화 제목과 이어지는 홍보 문구(tag line)이다. 이런 홍보 문구는 게임 시작 화면과 박스, 매뉴얼 같은 곳에 표기된다.



이런 문구는 지레짐작으로 번역해서는 안되고 공식적인 홍보 문구를 사용해야 하며 운이 좋다면 이런 홍보 문구는 제작 초기에 결정되어 있을 것이다. 프랑스어로 몬스터 주식회사의 홍보 문구는 “*Monstres et cie. Nous faisons peur et nous le faisons bien*”로 결정됐다. (하지만 원본보다 재미가 덜하다.)

필요한 자산을 계속 추적하는 좋은 방법으로는 벤더에게 정확한 정보를 제공하고 라이선스 소유자가 복합 사전(Compounded Glossary)을 제작(그리고 정기적으로 업데이트)하는 것을 돕는 방법이 있다. 당신이 우선적으로 번역해야 할 자산들의 목록을 만들어 준다면 라이선스 소유자는 매우 고맙게 여길 것이다.

3									
4		US	FRENCH	GERMAN	ITALIAN	SPANISH (CASTILIAN)	RUSSIAN	DANISH	NORV
5	Animal 1	French	South of France	Swiss? Prussian?	French	French	French	French	French
6	Animal 2	New Jersey	NA	Italian	Napolitan	Cuban	Middle/Southern Russia	Arbejder/workmen	
7	Human 1	Latino	NA	Berlin			Yiddish	Amager/part of Copenhagen	
8	Human 2	Irish	English	English	English	Andalusian? English?	No accent but some Japanese words	Posh/Whiskybaet e	
9									
10									
11				confirmed and final					
12				neutral					
13				not yet final					
14				to be determined					
15									
16									

그림 2

그림 2: 캐릭터 집단의 사용 억양 도표

캐릭터와 장소 이름, 공통 대사 등도 비슷하게 도표를 만들어라. (종류 별로 다른 탭을 가지고 있는 한 개의 엑셀 문서로 제작하라.) 버전 관리 시스템(Perforce 같은 프로그램)에 마스터 버전을 계속 유지하고 필요하면 정기적으로 업데이트하라.

당연히 단어 사전도 같이 유지해야 하며 영화와 게임 대본을 서로 비교해 유사한 점을 확인해봐야 한다. 이렇게 하기 위해서는 전자 문서로 되어있는 영화 대본을 구해야 한다는 것이다. (인쇄본으로 작업하기는 어렵다.) 이것은 보안 문제 때문에 구하기가 매우 어렵기는 하다.

성실하게 그것이 왜 필요한지 자세히 설명하라. 사람들은 일단 이유를 설명해주면 의심을 덜하게 된다. 대본을 전자 우편이나 FTP 에 올리지 않겠다고 약속해라. 인쇄본은 보통 쉽게(주로 크리에이티브 디렉터와 대본 작가가 게임 제작할 때 사용하기 때문이다.) 구할 수 있지만 인쇄본으로 작업하면 워드 프로세서의 검색 기능을 활용할 수 없다.

음성:

당신은 일명 B 캐스트라 불리는(동일한 음성 대역과 같은 형식의 연기를 할 수 있는) “목소리가 비슷한” 배우를 고용할 수도 있고 각 나라 별로 영화 더빙에 고용된 배우들을 쓸 수도 있다. (다시 한 번 말하지만 이것은 라이선스 소유자가 요구할 수도 있으며 다른 경우와 마찬가지로 이 작업에 *돈은 누가 내는지를 확인하라.*)

B 캐스트를 고용하려면 당연히 A 캐스트에 대한 상세한 정보가 필요하며 보통 최종 결정은 게임 개발의 후반부에서 결정된다. 배우, 대리인들과 협상하는 것은 상당히 오래 걸리지만 실제 음성 녹음 작업은 열흘 내외로 끝낼 수 있을 것이다. 더빙 작업을 후반으로 밀어놓으면 라이선스 소유자의 후반 작업 부서에서 배우를 캐스팅할 시간과 배우가 대본에 적응할 시간, 영화의 최종 편집본이 완성될 때까지 기다릴 시간을 벌 수 있다. 물론 홍보 자료(예고편 등)를 계속 제작해야 하지만 음성과 음악은 임시적인 것으로 채워 넣기도 한다.

요약해보자. 만약 영화의 후반 작업팀이 충분히 유연한 구조를 가지고 있다면 게임의 녹음은 아무것도 하지 않아도 된다. 홍보 계획에 맞추려면 무비 타이 인 게임은 영화의 개봉일 2 주 전에는 출시되어야 한다. 이 기한을 맞추려면 영문 음성과 모든 현지화된 음성들은 반드시 출시 일의 몇 달 전에 완료해 납품과 제조, 배포 절차를 거쳐야 한다. (다음 페이지에 있는 **그림 3** 참조)

물론 라이선스 소유자가 후반 작업 일정을 앞당겼다면 임시 방편으로 때울 수가 없을 것이다.



(참고: 당신이 유명한 프랜차이즈물을 작업하고

있다면 위험은 더 적어진다. 이미 확정된 캐릭터는 캐스팅하기 쉽다. 그런 유명한 캐릭터들은 보통 제임스 얼 존스 [다스 베이더 음성], 도널드 덕이나 제임스 본드와 같이 수년간 공식적으로 활용해 온 “현지” 음성이 있기 때문이다.

그럼에도 불구하고 영화 개봉일이 순차적이라면 라이선스 소유자와 게임 제작에 대한 제약을 풀기 위해 상당한 노력을 기울여야 할 것이다. 예를 들어 프랑스어와 표준 스페인어판 영화가 유럽에서 몇 달 뒤에 개봉할 예정이더라도 첫 번째 NTSC SKU 로 프랑스어와 스페인어의 작업을 끝마쳐야 할 수도 있다. (그림 3 참조) 전세계 동시 개봉은 라이선스 소유자에게 동시에 모든 현지화된 음성을 납품해야 하기 때문에 좀 더 쉽다. 하지만 이 때는 동시에 더 많은 종류의 언어를 작업해야 한다.

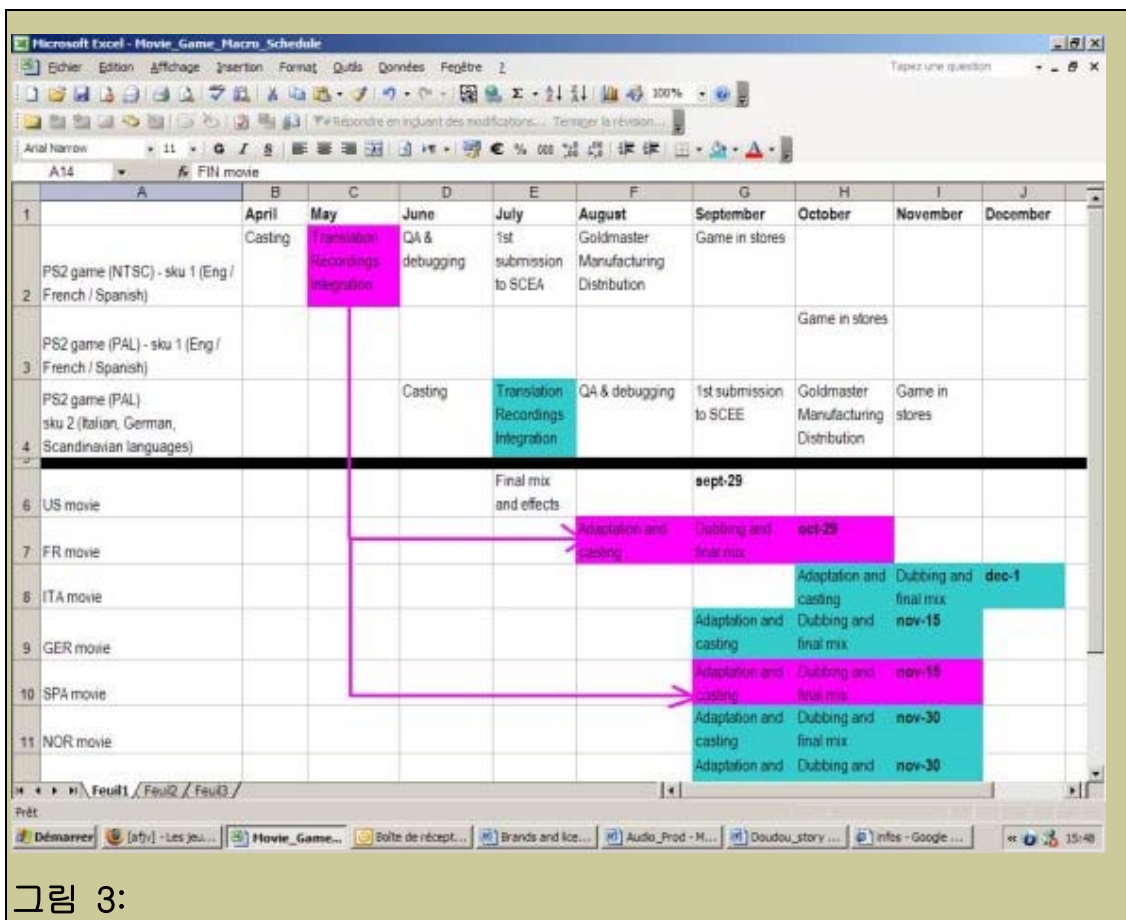


그림 3:

그림 3: 분홍색은 영어, 프랑스어, 스페인어(보통 NTSC 판에서 사용)가 포함된 SKU 1 을 나타낸다. 영화를 더빙하는 것보다 얼마나 더 빨리 현지화 작업을 시작하는지를 살펴보자.

부록:

무비 클립(movie clip)이라고 부르는 영화에서 발췌한 영상은 부록에서 가장 중요한 부분이다. 그러므로 홍보 부서에서는 이 점을 당연히 광고에 활용할 것이다. 이것은 계약서에 조건으로 보통 적혀있다. (라이선스를 받은 자는 영화에서 X 분 분량을 사용할 수 있는 권리를 가진다. 얼마의 분량을 사용할 수 있는가는 보통 라이선스 소유자의 재량이다.) 바로 이 점이 게임의 음성과 영화의 음성을 비슷하게 맞춰야 하는 이유이다.

이런 이유로 영화 클립들을 개발팀이 데이터의 형식을 맞추고 게임에 통합할 수 있도록 제 시간에 받아야 한다. 각 언어별 트랙으로 분리된 음성 트랙이 담겨있는 QuickTime 무비와 같은 고해상도 형식으로 받았다면 디스크 공간을 최소화하기 위해 Bink 파일과 같은 형식으로 변환해서 게임에 포함시키게 될 것이다.

라이선스 소유자 입장에서는 이것은 자신들이 대사를 현지화하고 각 언어별로 따로 녹음해서 믹싱을 해야 한다는 것이다. 이 때문에 초기에 어떤 부분을 삽입할 것인가를 선택해야 하고(특히 애니메이션 같은 경우에는 후반 편집에서 많은 부분이 변경되기 때문에 어려운 일이 되기도 한다.) 라이선스 소유자 측에서는 일정 충돌을 피하기 위해 신중하게 조직화 해야 한다. 미리 조율 해놓지 않는 한, 위험 부담이 너무 크기 때문에 어떤 라이선스 소유자도 당신의 일정에 후반 작업 일정을 맞춰주지 않을 것이다. 그러므로 계약할 때 이점을 분명히 해놓고 넘어가야 한다.

계획 B 는 영화 클립에 자막을 입히는 것이지만 SCEE 와 같은 경우에는 표준이 매우 까다롭기 때문에 퍼스트 파티와 TRC 문제를 일으키기도 한다. Sony 사는 게임이 영화와 일관성을 가지기를 원한다. 만약 당신의 게임이 부분 현지화(영어 음성에 자막)를 거친다면 부록에 자막을 입히는 것이 타당하다. 만약 완전 현지화(현지화된 음성)를 한다면 부록에 자막을 입히는 것은 앞뒤가 맞지 않을뿐더러 플레이어의 몰입을 깨뜨리고 말 것이다. 물론, 소비자들 특히 아이들을 판매 목표로 삼았다면 글을 읽지 못하는 아이들이 완전히 만족하지 못할지라도 퍼스트 파티와 모든 문제를 협상하는 것 보다는 좀 더 심각한 문제들에 대해 협상을 하는 것이 좋다.

라이선스와 프랜차이즈를 현지화하는 것은 라이선스 소유자와 라이선스 사용자의 원만한 관계에 의해서 좌우되며 적절한 일정

계획과 행동을 취한다면 작업이 늘어지는 것을 피할 수 있을 것이다. 라이선스 소유자는 자신들이 확고한 소비자 제품 부서를 가지고 있느냐와 자신들이 당신을 도울만한 충분한 내부 자원과 관심을 가지고 있느냐에 따라 매우 달리 행동한다. 일부는 매우 꼼꼼한 “규정에 따라”라는 식의 태도를 가지고 납품한 모든 항목을 확인하며 많은 수정을 요구한다. 가능하면 그들이 어떤 구조를 지니고 있으며 어떻게 하면 당신 자신과 그들의 일에 도움을 줄 수 있을까를 이해하라. 사람들을 이해하고 긍정적으로 생각하라!

마지막으로 도움이 될 몇 가지 팁을 제공하겠다.



전세계 동시 발매

전세계 동시 발매에는 장점과 단점이 있다. 일정 면에서 보면 영화에서는 모든 지역에 맞도록 동시에 음성을 더빙하므로 이득이 된다. 따라서 당신이 사용할 시간에 맞춰 해당 자산을 사용할 수 있을 확률이 높다. 하지만 아주 다양한 언어(4 가지 이상)를 작업해야 한다면 통합, 테스트, 디버깅에 더 자원을 할당해야 할 것이다.

영화/게임 일정 충돌

계약을 하기 전에 미리 모든 문제를 확실히 해놓지 않는 이상에는 피할 수 없는 사항들이 있다. 라이선스 소유자에게 당신의 제약 사항을 이해시켜라. 필요한 자산 목록을 작성하고 잠재적인 문제 발생 시점을 판단하기 위해 통합 일정표(영화와 게임 개발)를 작성하라.

크리스마스나 여름 휴가철 직후에 개봉해야 하는 영화를 주의하라. 연휴 기간 중에는 좋은 업체를 찾기 힘들다. 만약 유럽 지역에서 가을에 개봉할 예정이라면 라이선스 소유자는 영화를 더빙하기 위해 여름이 지나가기를 기다릴 것이다.

또한 법정 공휴일을 매년 피할 수는 없다. 몇몇 국가에서는(특히나 기독교 국가에서는) 매년 한두 차례 2~3 일씩 쉬고는 한다 (일본의

5 월 같이): 그런 공휴일에도 작업을 해야 한다면 미리 알려줘야 할 것이다.

언어 검수(Lingustic QA)

당신이 하나 이상의 플랫폼과 4 가지 언어 이상을 작업해야 하는 빠빠한 일정을 가지고 작업한다면 한 곳의 QA 업체를 선정해 언어 검수를 실시하라. (가급적이면 당신과 동일한 시간대를 이용하는 업체를 선택하라.) 일부 업체는 매우 꼼꼼하므로 준비만 잘 해놓는다면 훌륭한 작업 결과를 기대할 수 있을 것이다. 이렇게 하면 빌드 전송에 걸리는 시간을 아낄 수 있고(보안 문제도 훨씬 줄어들 것이다.) 모든 언어마다 동일한 방식으로(그리고 동일한 시간에) 피드백을 받을 수 있을 것이다.

접시에 올려진 너무 많은 음식

라이선스 소유자의 출시 예정 일정을 확인하라. 당신이 중요하지 않은 라이선스를 작업하고 있는 동안 그들에게 대작 타이틀이 예정되어 있다면 제시간에 피드백을 받기 위해 더 많은 노력을 기울여야 한다.

좋은 관계 유지

당신의 현지화 작업 일정을 확정하기 전에 승인 과정을 확실하게 일정애 포함시켜야 한다. 승인 과정을(다른 작업과 동시에 진행한다고 해도) 반드시 일정애 고려하여야만 한다. (각 승인 단계마다 얼마나 시간이 걸리고 몇 번이나 재 납품을 해야 할지도 알아야 한다.) 승인이 거부된 것을 만회할 예비 시간도 고려해야만 한다.

상세한 협의 사항을 중심으로 정기적으로 회의를 가져라. 어떤 것이 언제, 어느 형식으로 필요한지 항상 자세하게 밝혀라. (당연히 이유도 밝혀야 한다.) 날짜, 형식, 설명, 담당자의 이름이 담겨있는 협의 사항 템플릿을 작성하라.

영리하게 행동하고 계약서에 명기되어 있지 않고 작업의 속도를 떨어뜨릴 수 있는 라이선스 소유자의 견해는 거부하라. 필요하다면 법률 자문을 구하라.

당신의 일정을 지켜라. 특정 수정사항을 후반 작업 과정에서 왜 반영할 수 없는지 설명하라. 그런 일들을 하면 게임의 출시를 왜 어렵게 만드는지 보여줘라.

가능하다면 이미 디버그가 끝난 빌드를 라이선스 소유자가 확인하도록 하라. 그러면 같은 수정 사항을 반복 작업하는 것을 피할 수 있을 것이다.

간혹 음성에 라이선스 소유자가 지정한 특수 효과를 입혀야 할 수도 있다. Lucasarts 사는 자신들의 특수효과를 적용하는 내부 스튜디오를 가지고 있다. 이것은 시간이 걸리는 작업이고 당신은 납품 일정을 지켜내야만 한다.

당신이 작업하는 플랫폼의 사양에 맞춰서 일단 형식을 변형한 후에 게임에 통합할 자막 처리된 클립을 라이선스 소유자는 제공해주지 못할 수도 있다. 그러므로 시간을 투자해 직접 클립에 자막 처리를 하고 다른 화면 레이아웃에 맞도록 조절하고 글꼴의 크기를 맞추는 작업을 종종 해야 할 수도 있다. (글꼴마저 승인을 받아야 할 수도 있다.)

C 계획은 실제 대사가 없고 음악과 의성어만 나오는 장면으로 구성하는 것이지만 홍보하는 입장에서 보면 그리 좋은 선택이 아닐뿐더러 싸구려처럼 보일 위험이 있다.

번역과 더빙이 필요한 제작 과정, 인터뷰, 삭제 장면 등과 같은 다른 형식의 부록을 작업할 때도 주의를 기울여라. 출시 지역에 따라 다른 종류의 부록을 선택할 수도 있지만 이런 경우에는 문서에 표기를 해놔야 한다. (그리고 데이터 관리 팀에 더 많은 일을 떠넘기는 일이다.)

물론 라이선스 소유자가 당신에게 보내준 모든 자산들(영화 대사 번역, 부록 클립 음성)은 모든 지역에서 법적으로 문제가 없어야 한다. 번역가나 더빙 감독, 또는 배우에게 고소당하고 싶지는 않을 것이다. 그리고 작업에 참여한 사람들을 제작진 목록에 표기해야 한다. (모두 다)

위험 감수

일을 잘 할 수 있다는 것을 확신하기 전까지는 AAA 급 프로젝트를 새로운 벤더에게 맡기지 말라.

즐거운 현지화 작업 되시기를! 궁금한 사항이나 논평을 하고 싶다면 주저하지 말고 제게 글을 남겨주십시오.