

영화포스터의 영한 번역에서 여성의 시각적 변화 - 발화의 주체에서 응시의 대상으로

신 나 안
(부산대)

1. 서론

영화포스터는 영화를 홍보하는 동시에 영화의 내용을 충실하게 담아내는 텍스트다. 그 텍스트가 어떻게 시각적으로 구성되느냐에 따라서 그 의미는 다르게 해석된다. 다시 말해, 영화포스터의 인물과 사물 그리고 배경이 어떠한 관점에서 보여지느냐에 따라서 그것의 재현양상도 달라진다. 특히, 영화포스터는 정형화된 틀에서 멀리서 조망하는 방식으로 만들거나 아니면 이와는 반대로 가까이서 텍스트의 세부적인 의미까지 충실히 드러내도록 만드는 두 가지 재현방식으로 크게 분류할 수 있다.

영화포스터의 인물들은 영화에 등장하는 동일 인물이지만 이들이 포스터에 재현되는 방식은 영화 내용과 차이를 보이는 경우가 허다하다. 특히 광고와 영화와 같은 대중매체에서 재현되는 인물들은 그 문화의 체제에 의해 표현되는데,

지금까지 매체 속 대부분의 이미지는 주로 가부장적인 거시적 관점에서 재현되어 온 것이 사실이다. 이점에 주목하여 랭(Lang 2015)과 배시와 반두라(Bassey and Bandura 1999)와 같은 비평가들은 영화나 광고와 같은 대중매체에 재현된 인물의 이미지가 남성 중심으로 재단되어 남녀의 이미지 모두가 현실 혹은 남성이 바라는 방향으로 재창조되어 왔음을 지적해왔다. 그렇다 보니 자연스럽게 여성의 역할은 대중매체를 통해 왜곡될 수밖에 없었다. 랭(2015)은 영화에서 여성이 가족이라는 테두리, 즉 가부장적인 제도의 틀 안에서 그려져 어머니, 아내, 그리고 연인과 같은 이미지로만 나타나고 있음을 비판한다. 배시와 반두라(1999)는 미디어에서 여성에게 부여된 전형적 특성과 여성이 겪는 사회적 불평등에 대해 지적한다. 그들에 따르면, 여성 대부분은 의존적이고 감정적이며 직책이 낮은 것으로만 묘사된다. 로젠(Lauzen 2015)은 2014년도에 상영된 흥행 순위 100위권의 영화들을 조사한 결과, 여성이 주인공인 영화는 단지 12%밖에 되지 않음을 밝힌다. 이러한 수치는 이전 해보다 그 비율이 감소한 것으로 남성이 주인공인 영화가 압도적으로 많음을 시사한다.

특히 영화를 비롯한 대중매체에서 여성은 남성의 시선, 즉 가부장적 틀에 의해 언제나 주변화된 인물로 등장한다. 이러한 여성 이미지의 왜곡은 영화뿐 아니라 심지어 그 영화의 내용을 집약적으로 보여주는 영화포스터의 번역과정에서도 잘 드러난다. 해외에 영화가 수출될 때, 영화포스터는 1차적으로 목표 문화에 맞도록 그 이미지와 카피가 재창조된다. 이러한 재창조 과정에서 여성의 주체적이고 자율적인 이미지는 대부분 왜곡된다. 예컨대, 번역과정에서 여성의 전통적인 이미지는 더 강화되고 젠더역할은 고착되어 버린다. 하지만 미디어를 통한 여성 재현에 관한 대부분의 연구들은 대중매체에서 그려지는 여성의 제한된 역할을 논의하는 것에 맞춰져 있어 여성 이미지의 번역에 대한 연구는 많지 않다. 그나마도 문학 텍스트 혹은 영상 속의 여성을 페미니즘의 시각만으로 번역하는 양상을 논할 뿐 영화포스터를 분석대상으로 삼아 여성의 이미지가 어떻게 번역과정에서 변이되고 왜곡되는지에 대한 연구는 거의 없다. 사실, 영화포스터와 같은 광고텍스트가 번역연구의 대상으로 다루어지는 사례는 드물다. 영화포스터는 대개 지역화(localization)의 과정을 거치면서 해외판 영화포스터와 국내판 영화포스터가 원문과 번역문의 관계로 보기 힘들 정도로 서로 텍스트와 이미지에 상당한 변이가 발생하기 때문이다. 그리하여 영화포스터의 번역 양상을 밝히는 국내 연구는 포스터

의 번역을 문화는 물론 마케팅 전략을 고려하는 일종의 개작(adaptation) 혹은 트랜스크리에이션(transcreation)으로 보고, 텍스트와 이미지의 변이 양상을 논의한다(신나안 2018; 이상빈 2015; 이주리에 2014). 발데즈-로드리게스(Valdes-Rodrigues 2016: 132) 또한 광고번역은 국가나 문화마다 마케팅과 같은 제도적 규범(institutional norms)이 다르기 때문에 결국 번역이나 다문화적 커뮤니케이션이 달라질 수밖에 없음을 지적한다. 이와 같은 맥락에서 볼 때, 영화포스터의 번역이란 텍스트와 이미지뿐 아니라 마케팅전략까지 반영한 작업인 것이다. 그리하여 미국판 영화포스터와 국내판 영화포스터는 그 차이가 당연히 클 수밖에 없다. 또한, 국내용 영화포스터는 해외 영화제작사에서 제공받는 원문이미지, 추가적인 이미지 스틸 컷, 디자인 가이드, 그리고 영화의 시나리오를 기초로 제작하되¹⁾ 국내의 사정을 적극 반영하여 재창조된다. 그리하여 국내용 영화포스터에서 여성의 이미지가 어떻게 재구성되고 있는지를 분석함으로써 해외 영화포스터가 번역될 때 어떠한 맥락과 관점이 고려되어야 하는지도 파악할 수 있다.

영화포스터에서 여성의 시각적 재현 방식은 크게 드 세르토(de Certeau 1984)가 제시하는 ‘보기’(seeing)와 ‘걷기’(walking)라는 두 가지 개념으로 살펴볼 수 있다. 그는 도시를 묘사하기 위해 도시를 바라보는 것과 실제 걸으며 거리를 체험하는 두 가지 방식을 제시하는데, 이 두 가지 재현방식은 영화포스터에 재현된 여성 이미지를 읽어내는 것에 유용하다. 그중 하나가 멀리서 도시를 내려다보기, 즉 훑쳐보기의 방식이고, 다른 하나는 걷기를 통해 도시를 묘사하는 방식이다. 그가 예로 드는 첫 번째 방식은 세계 무역 센터(지금은 존재하지 않지만) 110층과 같이 높은 곳에서 ‘맨해튼을 내려다보는 것’(seeing Manhattan)이다. 이때, 관찰자들은 도시를 조망할 수는 있지만, 거리 곳곳을 실제로 체험할 수는 없는 한계를 가진다. 두 번째는 걷기의 방식으로 걷는 자는 스펙터클한 사회의 이면을 들여다볼 수 있는 산보자²⁾(flâneur)와 동일시된다. 비록 산보자는 도시를 멀리서 바라볼 수는 없지만 걷기를 통해 맨해튼 거리 구석구석을 체험한다. 이

1) 대부분의 수입영화는 디자인 가이드가 있어 이에 따라 작업을 한다. 특히 영화의 규모가 클수록 제약이 많아 스틸 사진의 매수와 종류, 그리고 포스터 디자인에 대한 가이드도 그대로 따라야 하는 경우가 많다(이원희 2018: 14-15).

2) 벤야민(1983)은 보들레르(Baudelaire)의 산보자(flâneur) 혹은 산책자라는 표현을 빌려 산책자를 보행을 통해 공간을 관찰하는 행위의 주체자로 정의한다.

처럼 산보자들은 낮을 잃은 구경꾼이 아니라 정신을 차리고 영화포스터의 모든 대상을 주의 깊게 관찰하는 자들이다. 요컨대, 멀리서 바라보는 관찰자는 영화포스터를 거시적으로 바라보면서 주어진 의미만을 받아들이는 관객이라면, 후자는 미시적인 방식으로 영화포스터를 경험하는 자로서 의미를 주체적으로 읽어내려는 산보자와 같다. 거시적으로 바라보는 시선은 ‘태양의 눈’(solar eye)처럼 기존의 남성 중심적인 체계와 다를 바 없다. 영화포스터는 종종 가부장적 시선에 의해 일방적으로 포착됨으로써 남성 중심적인 시선으로 고정화되어 묘사된다. 반면, 영화포스터의 여성 이미지를 미시적으로 바라보도록 유도하는 영화포스터는 관객의 체험적 실천에 의해서 이미지를 주체적으로 바라볼 수 있도록 한다. 이처럼 드 세르토가 제시한 두 가지 묘사의 방식은 영화포스터를 어떻게 번역할 것인가에 대한 전략으로 적용할 수 있다. 동일한 여성 캐릭터를 가부장적 시선으로 볼 것이냐 아니면 여성의 독립적인 주체성을 강조할 것이냐에 따라 표현되는 여성의 이미지는 크게 달라진다. 만약, 여성 이미지의 번역과정에서 가부장적인 시선을 택한다면, 여성들의 모습은 타자화되거나 주변화되어 나타난다.

요컨대, 본 논문은 영화포스터 번역과정에서 포스터에 재현된 여성의 이미지가 어떻게 변이되는지를 드 세르토의 ‘보기’와 ‘걷기’의 개념을 원용하여 읽어낸다. 이를 위해 우선 시놉시스의 원문과 번역문 간의 의미 차이를 분석한다. 시놉시스는 영화의 내용을 충실히 반영하기 때문에 이의 번역양상은 영화포스터의 이미지의 의미 변이를 이해하는 데 많은 정보를 제공한다. 그리하여 이를 바탕으로 포스터 속 여성의 이미지를 비교 분석한다. 포스터 분석을 위해서는 여성의 이미지가 어떻게 1) 발화의 주체에서 쟁취의 대상으로, 2) 사유의 주체에서 요구되는 행위의 주체로, 3) 행위의 주체에서 시선의 대상으로 변이되는지를 살펴본다. 요컨대, 이는 영화포스터 번역에서 여성이 어떻게 남성 중심적 시선에 의해 변이되어 나타나는지를 밝히는 것이다.

2. 영화 <브리짓 존스의 베이비>: 발화의 주체에서 쟁취의 대상으로

여성의 일상을 소재로 다루는 드라마 장르의 영화들은 대부분 그 사회를 살아가는 여성들의 모습을 재현해냄으로써 여성들의 지위나 현실을 보여준다.

분석 대상인 영화 세 편 <브리짓 존스의 베이비(Bridget Jones's Baby)>, <하이힐을 신고 달리는 여자(I Don't Know How She Does It)>, <에린 브로코비치(Erin Brockovich)>는 출산, 양육, 직장생활과 같은 고충을 저마다의 방식으로 해결해가는 주체적인 여성들을 그리고 있다. 이와 마찬가지로 이 영화들의 포스터도 여성이 겪는 어려움과 이를 주체적으로 해결해나가는 여성의 힘에 관해 이야기한다. 하지만 미국판 영화포스터들은 국내에서 번역되는 과정을 거치면서 여성은 수동적이고 의존적 대상으로 국내판 영화포스터에서 묘사된다. 본 논문에서는 여성의 주체적 이미지가 번역본 영화포스터에서 어떻게 약화되거나 주변화되어 재현되는지를 살펴본다. 이를 위해, 영화의 시놉시스와 포스터의 번역과정에서 여성의 이미지가 재현되는 양태를 인물과 소도구를 통해 분석하고 이를 가부장적 시선에서 논의한다.

주체적인 여성의 이미지는 로맨틱 코미디의 영화포스터에서 종종 의존적이고 남자 사이에서 갈등하는 인물로 보이게끔 왜곡되어 번역되기도 한다. 영화 <브리짓 존스의 베이비>는 40대 싱글 맘인 브리짓 존스가 아이의 생물학적인 아버지를 찾는 내용으로 시작한다. 물론 말미에는 아이의 아버지인 마크(Mark)와 이어지지만 브리짓(Bridget)은 아이의 아버지를 찾는 대신 홀로 아이를 키울 결심을 하고 출산 준비를 하는 주체적인 여성이다. 다소 서툴지만 독립적인 브리짓의 모습은 미국판 영화포스터에서도 잘 나타난다. 하지만 이것이 번역되면서 미국판 포스터에 드러난 미혼모로서 브리짓의 현실적 고민은 단순한 연애사의 문제로 변이되고 만다. 즉, 영화포스터 속 미혼모라는 소재는 로맨틱 코미디의 장르를 부각시키기 위해서, 그리고 가부장 중심의 잣대에 의해서 삭제되고 재구성된다. 이러한 번역과정에서 왜곡의 문제는 영화포스터뿐만 아니라 영화포스터와 긴밀히 연결되어 영화의 내용을 간단히 보여주는 시놉시스에서도 나타난다.

본 영화의 원문 시놉시스는 여주인공이 임신한 사실과 아이의 아빠를 찾는 내용을 요약하여 <표 1>3)과 같이 보여준다. 하지만 시놉시스가 번역되면서 한글번역본에서는 미혼모와 관련된 내용이 삭제된다.

<표 1> <브리짓 존스의 베이비>의 시놉시스 번역과정에서 미혼모의 삭제

ST	Breaking up with Mark Darcy (Colin Firth) leaves Bridget Jones (Renée Zellweger) over 40 and single again. Feeling that she has everything under control, Jones decides to focus on her career as a top news producer. Suddenly, her love life comes back from the dead when she meets a dashing and handsome American named Jack (Patrick Dempsey). Things couldn't be better, until <u>Bridget discovers that she is pregnant. Now, the befuddled mom-to-be must figure out if the proud papa is Mark or Jack.</u>
TT	동시에 찾아온 인생 최고의 전성기VS뜻밖의 대위기! 시청률 1위 뉴스쇼의 PD가 되었지만 여전히 싱글인 브리짓 존스(르네 켈 위거)는 연애정보회사 CEO 잭 퀴트(패트릭 뎀시)와 뜨거운(?) 사교를 치게 된다. 얼마 후 우연한 자리에서 전 남친 마크 다시(콜린 퍼스)와 마주친 브리짓 존스는 서로의 애뜻한 마음을 다시 한번 확인하게 된다. 인생 최고의 전성기를 맞은 브리짓 존스에게 <u>예상치 못한 뜻밖의 대위기가 닥치고 놓칠 수 없는 두 남자 사이에서 갈등하게 되는데...</u> 9월, 그녀의 선택은?

브리짓이 아이를 임신한 사실을 ST는 ‘Bridget discovers that she is pregnant’ (브리짓은 자신이 임신한 사실을 알게 된다)로 직접적으로 언급한다. 하지만 TT에서는 브리짓이 임신한 사실을 삭제하고 직접적으로 말해주지 않는다. 또한 ST는 ‘Now, the befuddled mom-to-be must figure out if the proud papa is Mark or Jack’(혼란스러운 예비 엄마 브리짓은 아이의 아빠가 마크인지 책임지 가려내야 한다)과 같이 브리짓이 아이의 아빠가 누구인지 몰라 이를 찾아야 하는 난관에 부딪힘을 관객에게 알려준다. 하지만 TT는 ‘예상치 못한 뜻밖의 대 위기가 닥치고 놓칠 수 없는 두 남자 사이에서 갈등하게 되는데...’라는 카피를 추가할 뿐 그 갈등과 위기가 무엇인지 명확히 알려주지 않는다. 다시 말해, ST는 브리짓이 임신으로 커리어를 유지하는 것과 아이 아빠를 찾는 문제가 중심인 데 반해, TT는 미혼모의 이야기를 삭제하고 ‘9월, 그녀의 선택은?’이라는 카피를 추가하여 단지 직장생활과 연애, 혹은 연애 대상으로서 두 남성 중 한 명을 저울질하는 문제로 여성의 고민을 축소한다.

미혼모라는 사실을 삭제하고 수동적 여성으로 왜곡하는 문제는 영화포스터 속 여성 이미지의 행위와 시선의 변이를 통해서 더욱더 잘 드러난다. 특히, 영화포스터가 번역되는 과정에서 미국판 영화포스터 속 여성이 가진 동작성이 국내판 포스터에서는 시선으로 전환되는 것과 여성이 들고 있는 소품이 임신부용

3) ST는 구글 영문판, TT는 구글 한글판 시놉시스이다.

팬츠에서 수첩으로 대체되는 것에 주목하여 살펴본다.



그림 1 미국판 <브리짓 존스의 베이비>



그림 2 국내판 <브리짓 존스의 베이비>

<브리짓 존스의 베이비>의 영화포스터는 번역과정을 통해 여성이 행동하는 주체에서 시선의 주체로 넘어가면서 미국판 영화포스터 속의 여성의 주체성과 능동성이 다소 약화되고 있음을 보여준다. ST의 여주인공인 브리짓은 임신부용 팬츠를 양손으로 잡아당기는 행동과정을 보이고 TT는 포스터 밖을 바라보는 반응과정을 보인다. 즉, ST의 여성은 팬츠를 늘이는 행위의 주체로 나타나지만, 이것이 번역되면서 TT의 여성은 행위 없이 바라만 보는 시선의 주체 혹은 남성의 시선을 받는 대상으로서 수동적으로 그려진다. 여성의 주체성은 카페에서도 잘 나타난다. ‘We are going to need bigger pants’(우리는 더 큰 바지가 필요해요)와 같이 ST는 앞으로 아이를 키우기 위해서 필요한 것들을 얘기하고 있다. 또한, ‘we’라고 명하는 인물이 누구인지는 분명하지 않지만 ‘we’에 포함됨은 물론 이러한 발화를 하는 주체는 브리짓이다. 즉, 여성은 상황과 결단에 있어서 목소리를 내는 발화의 주체로 표현되고 있다.

반면, TT에서 브리짓은 행위가 아닌 어리숙한 표정을 지으며 관객을 응시하는 반응적 과정으로 변이됨으로써 ST와 비교하여 볼 때 수동적인 모습을 보인다. 크레스와 반 리우웬(1996)은 등장인물이 움직임이 있는 행동, 즉 행동과정을 하는지 아니면 바라보는 반응적 과정을 가지는지에 따라서 인물의 능동성이나 수동성이 결정된다고 본다. 이들은 바라보는 행위자를 적극적으로 사건을

이끌어가는 인물로 보고, 지켜봄을 당하는 대상, 즉 반응자는 수동적으로 해석하여 행위나 시선의 방향성에 따라 주체와 객체를 결정짓는다. 물론 바라본다고 하여 모든 응시자가 수동적이라고 보기는 힘들다. 그러나 브리짓의 수동적 이미지는 바라보는 반응적 과정을 가진 것은 물론 두 남성이 추가되어 쟁취의 대상으로 나타나면서 강화된다. TT에서 추가된 두 남성은 직접적으로 브리짓을 바라보지는 않지만, 두 남성이 경쟁하는 듯한 시선 사이에 당황한 브리짓의 이미지가 놓임으로써 브리짓의 이미지는 남성의 획득 대상으로 전환된다. 갤러거(Gallagher 1979)는 여성의 이미지가 왜곡되고 비현실적으로 나타나는 두 가지 모습에 대해 지적한다. 하나는 ‘장식적 대상’(decorative objects)으로서의 여성이며 또 다른 하나는 남성에게 경제적, 감정적 그리고 신체적인 도움을 받기 위해 가정이나 결혼에 있어서 ‘수동적인 개개인’(passive individuals)이다. 따라서 브리짓은 자신의 목소리를 내던 발화의 주체에서 응시의 대상, 즉 획득의 대상으로 변이되어 수동적이고 보호받아야 하는 여성으로 왜곡된다.

영화포스터 번역과정에서 나타나는 여성 이미지 왜곡의 문제는 여성이 들고 있는 소도구를 통해서도 나타난다. ST에서 브리짓이 들고 있는 임신부용 바지는 임신과 관련한 신체적 변화는 물론 경제적인 부분까지 암시하는 상징적인 도구이다. 아이를 키우기 위해서 여러 가지 출산 물품이 필요하고 미혼모는 이를 혼자서 해결해야 한다. 하지만 TT의 브리짓은 임신부용 바지 대신 커리어를 상징하는 수첩을 들고 있다. 이로 인하여 ‘그녀의 선택’이라는 카피는 두 남성을 가리키는 것일 수도 있지만 그녀가 커리어와 남자 중 무엇을 택할 것인지의 문제로도 해석 가능하다. 즉, 임신부용 바지를 삭제하고 수첩으로 대체함으로써 미혼모와 출산에 관한 이야기는 앞서 분석한 시놉시스의 번역양상과 마찬가지로 커리어와 사랑 사이의 갈등과 같은 전형적인 로맨스물의 소재로 변형된다.

브리짓 존스의 전작들은 모두 노처녀인 브리짓이 이상형의 남성을 만나는 과정의 갈등을 통해 주체적인 여성으로 성장하는 내용을 담고 있다.⁴⁾ 하지만 <브리짓 존스의 베이비>의 영화포스터는 번역되는 과정에서 미혼모로서의 브

4) 브리짓 존스의 일기는 총 3편의 시리즈로 <브리짓 존스의 일기>(2001), <브리짓 존스의 일기 - 열정과 애정>(2004), <브리짓 존스의 베이비>(2016)로 구성되어 있다. 1편은 독신인 브리짓이 연인을 만나기 위한 노력, 2편은 연인과의 관계 유지와 관련된 해프닝, 3편은 임신과 결혼의 문제를 다룬다.

리짓의 이미지를 삭제하고 남자 사이에서 고민하고 선택되길 바라는 수동적인 여성으로 왜곡시킨다. 미혼모인 여성에 대한 암묵적인 배제가 일어나는 것이다. 이는 혼인이 전제된 출산만이 인정받고 축복받는 제도에 영향을 받은 것이라고 볼 수 있다. 즉, 여성의 이미지는 보수적 규범인 부계 중심적 차별주의에 의해 왜곡된다. 이 외에도, 번역본에서 두 남자 사이에서 혹은 커리어 사이에서 고민하는 행복한 싱글녀로서의 여성 이미지는 로맨틱 코미디 장르의 전형적인 갈등 구조(를) 보여준다. 그리하여, 미혼모의 이미지는 삭제되고 로맨틱 코미디 장르가 표방하는 발랄하고 엉뚱한 매력을 가진 여성의 원형으로 변이된다.

‘브리짓 존스의 베이비’라는 제목에서도 알 수 있듯이 태어나는 아이는 아버지의 아이가 아닌 브리짓의 아이로 묘사됨으로써 여성은 가족을 구성하고 선택할 수 있는 주체적인 인물로 나타난다. 하지만 국내용 포스터는 이러한 여성의 자율성과 주체성을 포착하지 못하고 두 남자를 둔 여자의 선택 혹은 커리어와 결혼 사이의 선택에 빠진 인물로만 그린다. 그리하여 여성은 일과 사랑을 모두 가질 수 없는 제한적인 능력을 가진 인물로 묘사된다. 그리고 그녀의 선택마저도 여성에게는 남성이 필요하다는 전제를 바탕으로 하기에 국내판 영화포스터의 브리짓은 가족을 구성할 수 있는 주체로서의 힘을 잃고 만다. 요컨대, 미국판 포스터에서 드 세르토가 주장한 미시적인 읽기를 통해 부각시키고자 한 여성의 삶의 ‘일상적 차원’은 국내판에서 유지되지 못하고 결국 ‘제도적 차원’, 즉 가부장제에 종속된 삶으로만 그려진다. 그리하여 여성의 이미지는 가부장적 제도에서 정상적이라고 규정하는 가족 이데올로기에 의해 주변화되는 등, 미혼녀의 출산을 부정적으로 여기는 보수적인 관념에서 벗어날 수 없음을 보여준다.

3. 영화 <하이힐을 신고 달리는 여자>: 사유에서 행위로

영화포스터가 번역되는 과정에서 여성이 가까스로 주부와 가장으로서의 두 역할을 해내는 모습은 마치 즐거운 일을 수행하는 것처럼 왜곡되어 나타나기도

5) 로맨틱 코미디는 “주인공들이 서로에 대한 오해로 시행착오를 겪지만, 결국 결합하게 된다는 내용의 영화 양식으로 로맨틱 코미디는 주인공들이 별로 적극적이지 않거나 덜 과격한 모습을 보인다”(김광철·정병원 2004: 101).

한다. 영화 <하이힐을 신고 달리는 여자(I Don't Know How She Does It)>는 집안일과 회사일의 균형을 맞추어 두 역할을 완벽하게 수행해내는 워킹 맘의 일상을 그린다. 본 영화의 미국판 포스터에서도 워킹 맘인 여주인공이 가정과 회사의 일을 완벽히 소화하기 위해 홀로 얼마나 많은 일을 해야 하는지를 보여준다. 하지만 미국판 영화포스터 속에 나타난 여성의 희생과 고충에 대한 논의는 번역과정에서 매우 가볍게 다루어져 마치 여성이 하는 일이 원래부터 쉽게 해낼 수 있는 것, 그리고 당연히 여성이 직장을 가지고 있더라도 집안일도 완벽하게 해야 하는 것처럼 느껴지게 한다.

심지어 한글번역본 시놉시스는 아래 <표 2>와 같이 워킹 맘의 이미지를 완전히 삭제하고 싱글 여성의 커리어 성공기로 변이시킨다. 원문은 두 역할을 해내기 위한 고충과 이를 결국 해내는 여성의 능력을 균형감 있게 보여준다. 하지만 번역문은 원문과 달리 워킹 맘을 바라보는 냉소적인 시선을 마치 감탄인 것처럼 왜곡하고 싱글 여성의 능력과 업무의 성취 여부에만 초점을 맞추고 있다.

<표 2> <하이힐을 신고 달리는 여자>의 시놉시스 번역과정에서 워킹 맘의 삭제

ST	As an employee at a Boston-based financial firm, Kate Reddy (Sarah Jessica Parker) <u>struggles daily to balance the demands of her high-powered career with the needs of her husband (Greg Kinnear) and children.</u> When she gets an account that requires frequent trips to New York and her husband gets a new job, <u>Kate finds herself spread even thinner.</u> Complicating Kate's life even more is new business associate Jack Abelhammer (Pierce Brosnan), who throws temptation into the mix.
TT	까지고! 결리고! 넘어져도! 포기할 수 없는 10cm 위 세상을 향한 전력 질주가 시작된다! 롤러코스터 타듯 정신없는 나날을 보내는 펀드 매니저 케이트. 그녀에게 사람들은 “어떻게 그 많은 일들을 다 해내는지 몰라!”라며 감탄을 금치 못한다. 어느 날, 뉴욕 본사 글로벌 프로젝트가 주어지고, 자신의 능력을 인정해주며 호의를 베푸는 매력적인 클라이언트를 만나게 된다. 혼남과 함께 커리어도 높일 수 있는 일생일대의 찬스! 과연, 그녀는 그 많은 일들을 다 해낼 수 있을까?

여주인공 케이트는 완벽한 워킹 맘으로 ST는 케이트가 워킹 맘임을 ‘struggles daily to balance the demands of her high powered career with the needs of her husband and children’(그녀의 커리어와 남편과 아이 사이에서 균형을 잡기 위해 매일 고군분투한다.)라는 표현을 써서 직접적으로 나타낸다. 하지만 TT에서

는 ‘펀드 매니저’라는 그녀의 직업을 언급할 뿐 그녀의 결혼 여부를 알리거나 워킹 맘인지에 대해서는 언급하고 있지 않다. 또한, ST는 워킹 맘의 고충을 표현하지만, TT는 여성의 커리어에서 성취 여부에 대해서만 주목한다. 예컨대, ST에서는 ‘struggles’(고군분투하다), ‘spread even thinner’(이것저것 다 하다)와 같이 여러 가지 일을 하느라 정신이 없고 하나에만 온전히 집중하기 힘든 상황을 묘사하는 문구들이 워킹 맘의 숨은 노력과 고충을 말해준다. 반면에, TT에는 ‘그녀에게 사람들은 “어떻게 그 일을 다 하는지 몰라”라며 감탄을 금치 못한다.’와 같은 카피가 추가된다. 실제 이 카피는 영화에서 워킹 맘을 폄하하기 위한 의도로 직장동료나 전업주부들이 여주인공 뒤에서 뺨는 대사들이다. 하지만 이러한 비난의 의도는 ‘감탄을 금치 못한다’와 같이 여성이 하는 일을 긍정적으로 평가하는 외부의 목소리를 넣어 관객들이 긍정적으로 생각하게 유도하고, 완벽함 이면에 숨은 여성의 노력에 대해서는 생각하지 못하도록 방해한다. 따라서 ST 속 워킹 맘의 어려움은 삭제되고 TT에서는 완벽하게 일을 수행해내어 칭찬받는 싱글 여성의 이야기로 전환된다.

워킹 맘의 고민과 힘든 일과들은 삭제되고 마치 즐겁게 자발적으로 수행하는 것처럼 여성의 업무가 왜곡되는 문제는 아래 영화포스터에 재현된 여성의 이미지를 통해 확인할 수 있다. 특히, 이는 여성의 행위의 형태와 소지품으로 들고 있는 가방과 신고 있는 하이힐을 통해 잘 드러난다.



그림 3 미국판 <하이힐을 신고 달리는 여자>



그림 4 국내판 <하이힐을 신고 달리는 여자>

ST에는 주인공 케이트가 무언가를 응시하고 있는 모습과 함께 그녀의 사유가 시각화되어 나타난다. TT에서는 이러한 모습이 삭제되고 여성은 웃으며 경쾌하게 걷는 듯한 이미지로 전환된다. 특히, ST 속 여성의 우측으로는 많은 활자가 쏟아져 나와 있는데 이것은 그녀의 의식들이 가시화되어 텍스트로 표현된 것으로, 여주인공이 늘 염두에 두고 있는 가사와 직장의 일거리들이다. 상단에는 그녀가 집에서 해야 하는 업무들로 ‘do laundry’(세탁하기), ‘drop-off kids’(아이들 학교에 데려다주기), ‘pack lunches’(도시락 싸기) 등이 있다. 그리고 하단은 ‘schedule meetings’(미팅 스케줄 짜기), ‘check email’(이메일 확인하기), ‘organize files’(서류 정리하기)와 같이 그녀가 직장에서 해야 할 업무들을 나타낸다. 이는 그녀의 해야 할 일 목록에 있는 것으로 극 중 여주인공은 자기 전에 이 목록을 확인하고 외우기를 반복하며 쉽사리 잠에 들지 못한다. 또한 여주인공은 직장생활은 물론 아이들의 학교 행사나 집안 행사 어느 것에도 완벽하지 못하다는 죄책감을 느끼는 인물로 늘 동분서주한다. 즉, 가정의 일이 여성에게만 부과된 임무라는 관념에 의해 미국판 영화포스터는 사회에서 완벽한 커리어 우먼도 집안일을 소홀히 할 수 없는 여성의 모습을 보여준다. 이로써, 관객들은 워킹 맘이 얼마나 많은 일을 가족을 위해 암묵적으로 수행하는지 그 희생적 삶을 들여다보게 된다.

이처럼 워킹 맘이 느끼는 일과 가정 사이의 괴리감과 죄책감이 크에도 불구하고 국내판 영화포스터는 남성 중심적 시선으로 여성들의 즐거운 모습만을 비추고 워킹 맘의 현실적 문제들을 별것 아닌 것으로 만들어버린다. TT 속 여성은 스커트에 하이힐을 신고 가볍게 걷는 듯한 밝은 모습이다. 다시 말해, TT에서 강조되던 고민과 그녀의 할 일들이 삭제되는 대신 아름답고 불만 없는 여성의 모습만이 시선을 사로잡는다. ‘거친 도시 완벽하게 전력 질주’와 같이 추가된 카피는 여성이 완벽하게 일을 수행해냄을 보여준다. 밝은 미소를 띤 그녀의 표정에서도 한곳을 고요히 바라보는 ST 속 워킹 맘의 고민은 찾아볼 수 없다.

원제 ‘I Don’t Know How She Does It’(그녀가 그 일을 어떻게 다 해내는지 모르겠어)와 국내판 영화포스터의 제목인 ‘하이힐을 신고 달리는 여자’에서도 워킹 맘을 바라보는 관점의 차이가 드러난다. 원제는 집안일과 회사 일을 정신없이 해내는 여성을 보며 직장동료가 하는 말이다. 남자 동료는 그녀가 워킹 맘이기 때문에 회사 일에 남성처럼 완벽할 수 없음을 비꼬아서 상사에게 알리는 의도로, 여자 동료는 워킹 맘의 고충을 알기 때문에 자신은 절대 그렇게 되고 싶지 않다

는 의도로 하는 영화 속 대사이다. 즉, 극 중 인물들은 이 워킹 맘이 얼마나 많은 일을 수행하는지를 알고 있다. 그리하여 이 제목은 이 워킹 맘의 주변 사람들의 목소리를 통해 가사와 회사 일을 모두 수행해야 하는 여성의 고통을 사실적으로 보여준다. 하지만 국내판 영화포스터의 제목인 ‘하이힐을 신고 달리는 여자’는 높은 굽을 신고 달려야 하는 고통에 대해서는 언급하지 않고 여성이 완벽하게 두 일을 수행하면서도 아름다움을 포기하지 않아야 함에 더 무게를 둔다.

포스터 속 여성의 이미지가 어떻게 완벽한 워킹 맘의 이미지로 변이되는지는 그녀가 신고 있는 하이힐과 가방으로도 분석할 수 있다. ST와 TT의 두드러진 차이는 하이힐의 등장 여부이다. ST와 달리 TT에서는 하이힐을 신은 여성의 이미지가 등장한다. 이러한 하이힐은 여성에게 강요되는 아름다움을 상징하기 위해 사용되고 있다. 말끔한 정장 차림과 함께 신은 하이힐은 미적인 효과를 주어 남성의 시선을 크게 끈다. 즉, 국내판 영화포스터 속 하이힐은 여전히 여성에게 주어지는 아름다움에 대한 강박을 의미한다. 국내 드라마 속 여성의 몸체에 대한 연구에서 홍지아(2010: 125)는 성공한 여성이라 하더라도 외모와 옷차림이 늘 업무 능력과 함께 평가되는 요소임을 지적한다. 그리고 여성이 아름다운 외모를 유지하지 못할 때 그들의 사회적 성공도 평가절하될 수 있다는 위험에 대해 언급한다. 즉, 번역본 포스터는 정장을 입고 달리는 여성에 하이힐을 신김으로써 여성에게 아름다워야 한다는 강박관념을 덧씌운다. 페리스와 영(Ferris and Young 2006) 또한 여성이 강하고 독립적이면서도 동시에 그들의 여성성을 유지하고 있기를 끊임없이 사회가 요구하고 있음을 지적한다.

여성이 하는 역할의 강도 차이는 그녀가 가방을 들고 있는 이미지의 변이에 서도 나타난다. ST에서 여성은 두 손을 모아 아이가방과 인형과 서류 가방을 쥐고 있다. 극 중 여성은 늘 여러 가방을 들고 다니며 그 속에서 놓친 물건이나 필요한 물건을 허둥거리며 찾는다. 즉, 가방은 여성에게 과도하게 주어진 일의 양을 보여준다. ST에는 이 모두를 두 손으로 쥐으로써 어느 한쪽도 소홀히 하지 않고 균형을 맞추고자 하는 책임감이 엿보인다. 하지만 TT의 여성은 양손에 두 가방을 하나씩 나누어 든다. 마치 가사의 일과 직장의 일이 쉽게 분리가 가능하고 여성이 손쉽게 이 모두를 처리할 수 있다는 듯이 가뿐하게 들고 있다. 이는 여성이 회사 일을 하더라도 가정의 일도 당연히 수월하게 잘하기를 기대하는 남성 중심의 시선에서 비롯된다. 즉, TT 속 워킹 맘은 두 역할을 하기 위한 그들

의 노력을 은폐하고, 척척 일을 수행해내는 슈퍼우먼 같은 여성을 제시한다.

이렇게 매체 속 직장 여성은 종종 왜곡되는 방식으로 재현되어 왔다. 특히 이러한 왜곡은 워킹 맘에서 슈퍼 맘에 대한 사회적 강요로 확장된다. 홍경아·홍지아(2011)는 매체 속 워킹 맘의 편향된 재현방식에 대해 지적한다. 이들에 따르면, 직장가정을 오가는 슈퍼 맘은 생기 있고 화사한 표정에 세련된 옷차림을 하고 있다. 집안은 깨끗하고 식탁은 풍성하게 잘 차려져 있다. 즉, 여성에게만 덧씌워진 완벽한 슈퍼맘이라는 틀에 의해 국내판 포스터 속 여성들은 자신들에게만 요구되는 모성이나 희생에 저항하지 않고 순순히 받아들이는 것으로 그려진다.

미국판 영화포스터는 드 세르토가 지적하듯이 지배체제 아래에서 일상 생활자들이 나름으로 저항의 목소리를 내는 ‘작은 이야기’(micro-stories)가 있음을 보여준다. 이러한 작은 이야기는 ‘멀리서 보기’와 같은 거시적인 관점에서는 볼 수 없다. 이때 미국판 영화포스터는 미시적 접근으로 여성의 생각을 텍스트로 옮겨내어 정신적 과정을 보여줌으로써 여성들이 어떠한 생각을 하는지 그들의 사유를 들여다볼 수 있게 해준다. 그리하여 그들이 가진 작은 이야기도 포착할 수 있다. 하지만 거시적인 관점은 행위자의 동작만을 잡아낼 뿐 미국판 영화포스터처럼 고민이나 사유는 드러내지 못하는 한계를 가진다. 예컨대, 미국판 영화포스터가 보여주는 작은 이야기는 완벽한 모습 이면의 여성들의 힘든 삶과 노력을 보여준다. 하지만 국내판 영화포스터는 유토피아적 공간 속에 있는 행복한 여성을 묘사하는 데 그침으로써 미국판 포스터에서 주는 여성의 일상적 차원의 이야기를 전달하지는 못한다.

4. 영화 <에린 브로코비치>: 행위의 주체에서 시선의 대상으로

여성의 이미지는 번역과정을 거치면서 독립적인 행위의 주체에서 시선의 대상으로 영화포스터에 왜곡되어 나타나기도 한다. 영화 <에린 브로코비치>는 홀로 아이를 키우며 생계까지 책임져야 하는 싱글 맘 에린 브로코비치의 이야기를 다룬다. 미국판 포스터도 영화 내용을 충실히 반영하여 여성의 독립적 모습과 싱글 맘으로서의 고통을 잘 담아내고 있다. 하지만 이것이 번역되면서 한글번역본 포스터에서는 여성의 고통과 극복 의지가 삭제되고 시선의 대상, 즉

보여지는 대상으로 치환된다.

번역 과정에서 일어나는 여성 이미지의 왜곡 문제는 포스터뿐 아니라 영화를 소개하는 시놉시스에서도 나타난다. 아래 <표 3>과 같이 원문과 번역문 시놉시스는 여성이 일자리를 구하는 태도, 그리고 여성의 겉모습을 소개하는 방식에서 차이를 보인다.

<표 3> <에린 브로코비치>의 시놉시스 번역과정에서 능동적 여성의 삭제

ST	Erin Brockovich (Julia Roberts) is a woman in a tight spot. Following a car accident in which Erin is not at fault, <u>Erin pleads with her attorney Ed Masry (Albert Finney) to hire her at his law firm.</u> Erin stumbles upon some medical records placed in real estate files. <u>She convinces Ed to allow her to investigate, where she discovers a cover-up</u> involving contaminated water in a local community which is causing devastating illnesses among its residents.
TT	에린은 두 번의 이혼 경력과 16달러의 은행 잔고가 가진 것의 전부인 여자. 일자리도 없어 당장의 생계를 걱정해야하는 상황. 직업 소개소에도 가보고, 직접 찾아가거나 전화를 해보지만 고졸에다 뚜렷한 자격증도 경력도 없는 그녀를 오라는 곳은 없었다. 절망에 빠진 에린은 차 사고로 알게 된 변호사 에드를 무턱대고 찾아가 어떤 일이라도 닦치는대로 하겠다며 놀러 앉는다. 맘 좋은 에드는 할 수 없이 에린에게 장부정리 일을 시키지만 학벌도 뺄도 없는 그녀의 버릇없고, 거친 태도와 속옷이 다 드러나는 차림새가 동료 변호사들의 눈에 거슬린 건 당연한 일. 하지만 에린은 남들의 시선일랑 무시한 채 당당하게 자신의 일에 몰두한다. 그러던 어느 날, 에린은 수북하게 쌓인 서류 중에서 이상한 의학적기록들을 발견한다. <u>그 일에 흥미를 느낀 에린은 진상을 조사하며 엄청난 사실을 발견하는데</u> 바로 그 마을에 들어서 있는 대기업 PG&E의 공장에서 유출되는 크롬성분이 마을 사람들을 병들게 하고 있었던 것. 에린은 에드의 도움을 받아 거대기업을 상대로 한 미국 역사상 최대의 전쟁을 시작하게 되는데..

원문과 번역문은 그녀가 일자리를 얻는 과정을 표현하는 부분에서 차이를 드러낸다. ST의 경우 ‘Erin pleads with her attorney Ed Masry (Albert Finney) to hire her at his law firm’(에린은 에드에게 그의 로펌에 취직시켜달라고 애원한다)가 TT에서는 ‘변호사 에드를 무턱대고 찾아가 어떤 일이라도 닦치는 대로 하겠다며 놀러 앉는다’로 변이된다. ST의 경우, ‘plead’에서 그녀의 절박함이 나타난다. TT의 경우도 절박한 상황과 그녀의 적극성이 표현되지만 ‘무턱대고’, ‘놀러 앉는다’는 어휘를 통해서 남을 헤아리지 않는 듯한 다소 부정적인 뉘앙스를 전달한다. 그리고 ‘맘 좋은 에드는 할 수 없이 에린에게 장부 정리 일을 시

키지만’과 같이 남성의 도움이 있어야만 마치 여성의 문제가 해결되는 것처럼 남성이 조력자로 나타나거나 여성보다 힘을 가진 결정권자로 등장한다.

일을 수행하는 과정에서도 번역문은 원문에 나타난 여성의 주체적인 면을 삭제한다. ST에서는 ‘She convinces Ed to allow her to investigate’(그 사건을 조사할 수 있도록 에드를 설득하고), ‘she discovers a cover-up...’(은폐된 사실을 발견한다)와 같이 여주인공이 상사가 사건을 진행할 수 있도록 확신시키고 문제의 회사가 은폐하고 있는 사실들을 그녀 스스로 발견했음이 강조된다. 이러한 그녀의 적극성은 TT에서도 ‘흥미를 느낀 에린은 진상을 조사하며 엄청난 사실을 발견하는데’와 같이 유지되는 듯하지만 ‘에린은 에드의 도움을 받아[...] 전쟁을 시작하게 되는데’로 번역되어 사건 해결을 위해 상사인 에드가 조력자로 등장함에 따라 여성의 주체성이 약화된다. 또한, ST에서는 에린의 옷차림에 대한 묘사가 없지만, TT는 그녀의 옷매무새에 대해 ‘그녀의 버릇없고, 거친 태도와 속옷이 다 드러나는 차림새가 동료 변호사들의 눈에 거슬린 건 당연한 일’이라며 외양과 함께 주위의 부정적인 반응을 추가하여 번역한다. 즉, 여성은 늘 도움이 필요하고 민폐를 끼치는 인물로 그려지고, 남성은 주체적이고 결정권을 쥐고 있으며 여성을 돕는 인물로 묘사된다.

여성의 주체성이 약화되는 시놉시스의 번역 문제는 영화포스터의 번역과정에서도 같은 맥락으로 나타난다. 미국판 영화포스터 속에서 애를 쓰고 능동적으로 표현되는 그녀의 이미지는 국내판 영화포스터에서는 특별한 행동 없이 어딘가를 평온하게 응시하는 인물로 나타난다.



그림 5 미국판 <에린 브로코비치>



그림 6 국내판 <에린 브로코비치>

미국판 영화포스터 속 행위성을 가진 여성이 국내판 영화포스터에서는 어딘가를 응시하는 여성으로 전환되면서 행위자에서 시선만을 가진 응시자로 나타난다. 예를 들어, ST 속 비스듬히 보이는 그녀의 옆모습에서는 무언가를 하고 있는 행위성이 나타난다. 특히 헝클어진 머리와 이를 양 다문 채 어린 아기를 한 팔로 안고 있는 그녀의 모습에서 혼자 육아와 일을 감당해야 하는 여성의 고충이 잘 드러난다. 포스터 속 카피도 이미지와 유사한 번역양상을 보여준다. ST의 카피 'she brought a small town to its feet and a huge company to its knees'(그녀는 작은 마을을 일어서게 하고 큰 기업을 무릎 꿇게 했다.)의 주체는 여성인 'she'(그녀)이다. 그녀는 사건을 해결하는 행위자로서 동작을 가진 이미지와 함께 그녀의 행위성이 강화된다.

하지만 번역과정을 거치면서 주체적인 여성의 이미지는 시선만을 가질 뿐 다른 행위는 하지 않는 수동적인 모습으로 변이되고, 상반신이 클로즈업되면서 응시의 대상으로 전환된다. TT 속 여성은 행위 없이 어딘가를 바라보고 있다. 또한 ST에 등장하던 아이가 사라짐으로써 육아에 대한 고충 또한 무화된다. 비록 TT에서는 여성이 시선을 가진 행위자로 나타나지만 동시에 그 반대로 관찰당하는 대상으로 해석된다. TT는 투쟁도, 처절한 홀로서기의 노력도 없이 다가오는 무언가를 그저 기다리는 온순한 여성으로 그려진다. 카피의 번역양상도 이미지와 유사하다. TT의 '기적처럼 다가온 그녀 생애 최고의 순간'에서 말하는 '최고의 순간'은 그녀가 만들어낸 것이 아닌, 말 그대로 그녀에게 다가온 것, 그저 주어진 것으로 그녀는 행위의 주체가 아닌 수동적인 대상으로 전환된다.

영화포스터 속 여성 이미지의 변이 문제는 영화 이론에서 종종 언급되는 여성에 대한 응시의 개념으로 논의해 볼 수 있다. 이러한 연구들은 여성을 바라보기만 하는 대상, 혹은 응시의 대상으로 묘사되고 있음을 밝힌다. 특히 고프만(Goffman 1976)은 광고에서 주로 남자는 행위의 주체로 여성은 시선을 받는 반응의 대상으로 나타나고 있음을 지적하고 있다. 파울즈(Fowles 1996) 또한 광고 속에서 여성은 행위의 주체이기보다는 응시되어지는 대상으로 존재해왔음을 지적한다. 이렇듯 TT의 여성은 시선을 가지지만 주체적인 행위는 가지지 못하고 주로 시선의 대상으로 객체화되는데, 이는 남성의 시선에 의한 것이다. 버거(Berger 1985)는 명화에 나타난 시선의 분석을 통하여 그림을 보는 남성에게 보여지는 방식으로 그들의 섹슈얼리티에 호소하도록 작품 속 여성이 그려지고

있음을 밝힌다. 즉, 남성 중심적 시선에 의해 여성이 남성 관객의 시선의 대상으로 그려지고 있음을 지적한다. 이에 대한 논의는 포스터 속 여성의 복장 변이를 통해 확인할 수 있다.

상업영화의 클로즈업, 의상, 조명 등이 여성을 성애화된 스펙터클로 구축한다고 멀비(Mulvey 1989)는 강조한다. 이러한 면은 의상의 변이 양상에서 특히 잘 드러난다. ST에 비해 TT의 복장은 노출이 더 강조되고 여성의 상반신이 클로즈업되어 나타난다. 특히, TT 속 여성은 쇄골이 드러나는 의상을 입고 있는데, 이러한 데콜레테(décolleté)는 여성이 어깨나 가슴을 드러내는 것으로 여자의 몸을 부각시키고 여성을 남성의 시선을 받는 성적대상으로 위치시킨다. 초두리(Chaudhuri)는 영화와 같은 매체에서 여성이 에로틱한 볼거리로서 물신적으로 재현되고, 카메라는 클로즈업을 통해 여성 육체의 특정 부분(얼굴, 가슴, 다리)을 부각한다고 언급한다. 특히, 사건과 직접적으로 연관성이 있는 장면 속에서 묘사되는 남성과 달리 여성의 클로즈업은 내러티브의 흐름과 상관없이 그저 에로틱한 사색을 불러일으키기 위해 사용된다(2012: 75). 이러한 맥락에서, TT 속 여성 인물에 대한 클로즈업은 내러티브의 흐름과 무관하게 그저 그녀의 외모, 즉 그녀의 아름다움과 성적인 바람직함을 강조하기 위한 장치로 사용되고 있을 뿐이다. 이뿐 아니라 심지어 TT의 배경까지도 소프트 포커스(soft focus)로 재현되어 이러한 에로틱한 분위기를 한층 더 강화시키는 역할을 한다.

가부장적 사회, 즉 남성의 공공적 영역에서 배척당하지만 자기 성취를 이루기 위해 포기하지 않는 여성의 모습을 미국판 포스터가 그린다면, 국내판 포스터는 멀비(1989: 19)의 표현대로, 여성은 남성 관객의 응시를 받아 에로틱하며 수동적인 대상으로 변이된다. 즉, 여성이 주요 관객인 영화 장르임에도 불구하고 TT는 남성적 시선인 가부장제적 시각에서 여성을 바라보는 방식으로 번역되고 있다. 하지만 이것은 여성 관객이 남성적 응시에 동일시된 것이라고 보기 보다는 여성 관객 또한 남성 지배적인 이데올로기에 길들여져 그 틀을 깨지 못하고 영화 속 여성의 모습이 수동적이고 나약하게 그려져도 이에 대해 불편함을 느끼지 못하는 것으로 볼 수 있다. 즉, 남성 중심적 시선으로 읽어내는 포스터 속 여성의 모습에 관객들도 저항하지 않고 자연스럽게 받아들여지게 된다.

6) 소프트 포커스란 초점을 의도적으로 흐려 부드러운 느낌을 주는 촬영기법이다.

5. 맺음말

영화포스터의 번역은 관객을 끌기 위해 목표문화의 지배 이데올로기에 맞게 포스터의 텍스트와 이미지를 재창조하는 작업이다. 발라즈(Balazs 1952: 134)는 영화의 편집(cutting)을 통하여 작가 자신이 보는 방식대로 관객이 사물을 보게끔 한다고 말한다. 이러한 맥락에서 볼 때, 영화포스터 번역은 포스터 번역가 혹은 영화 제작자와 같은 포스터 생산자들의 의도에 의해 재편집되는 것으로서 영화의 편집과도 유사하다. 영화포스터의 번역 또한 특정 대상을 바라보는 방식, 즉 관점에 기초하여 새롭게 포스터를 해석하고 원문의 이미지나 카피를 추가 혹은 삭제하는 방식으로 재편집하는 것이기 때문이다. 따라서 이를 바라보는 편집의 관점에 따라 영화포스터의 번역문은 달라질 수밖에 없다.

미국판 영화포스터에서 국내판 영화포스터로의 번역은 ‘겉기’라는 미시적 관점이 아니라 ‘멀리서 보기’라는 거시적인 시선으로 옮겨가고 있음을 보여준다. 예컨대, 미국판 영화포스터는 경제적인 문제, 양육과 출산의 문제 그리고 가정과 직장 생활 사이의 균형의 문제들을 남성과 상관없이 자신만의 힘으로 해결하는 능동적이고 주체적인 여성을 그린다. 이에 반해 국내판 포스터는 거시적인 관점, 즉 남성중심적 시선에서 여성을 재현하여 여성을 획득의 대상, 행복한 워킹 맘, 그리고 시선의 대상으로 왜곡시킨다.

이렇듯 영화포스터의 영-한 번역과정에서 독립적이고 능동적인 여성들의 이미지는 삭제되고 의존적이고 수동적 이미지로 재창조된다. 말하자면, 영화포스터의 번역은 여성이 지닌 독립적이고 주체적인 이미지를 지우는 대신 의존적이고 약한 이미지를 부각시키는 가부장적 지배 이데올로기를 강화하는 장치로 기능한다. 이렇게 가부장적인 시선에 의해 번역된 국내판 영화포스터 속의 아름답고 행복하기만 한 여성 이미지는 일반 관객이 이를 여과 없이 수동적으로 받아들이게 할뿐 아니라, 특히 여성 관객의 감정적 동일시를 이끌어내기에도 충분하다. 이렇듯 수동성과 동일시를 유도하는 영화포스터의 번역양상은 벤야민(Benjamin 1983)의 표현대로 관객을 그저 낮을 잃고 쳐다보는 군중이나 구경꾼의 자리에 위치시키기에 충분하다.

참고문헌

- 김광철·정병원 (2004) 『영화사전』, 서울: media 2.0.
- 벤야민, 발터 (1983/2008) (조형준 옮김) 『도시의 산책자』, 서울: 새물결.
- 신나안 (2018) 「퀴어영화포스터 번역에서 퀴어코드의 이성애화」, 『통역과 번역』 20(3): 21-48.
- 이상빈 (2015) 「광고이론에 기초한 국내 외화포스터의 명시화 유형 분석」, 『번역학 연구』 16(3): 173-96.
- 이원희 (2018) 『영화, 포스터 그리고 사람들』, 서울: 지콜론북.
- 이주리에 (2014) 「한·일 영화포스터의 제목 및 비주얼 고찰 —멜로·드라마 장르를 중심으로」, 『통번역학연구』 18(3): 153-75.
- 초두리, 쇼히니 (2006/2012) (노지승 옮김) 『페미니즘 영화이론』, 서울: 엘피.
- 홍지아 (2010) 「TV 드라마를 통해 재현된 여성의 몸 담론」, 『한국언론정보학보』 49: 122-43.
- 황경아·홍지아 (2011) 「TV 매체에 재현된 한국사회의 모성실천」, 『미디어, 젠더 & 문화』 19: 213-52.
- Balazs, Bela (1952) *Theory of The Film*, London: Dennis Dobson.
- Bassey, Kay & Albert Bandura (1999) ‘Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation,’ *Psychological Review* 206(1): 676-713.
- Berger, John (1985) *The Sense of Sight*, New York: Pantheon Books.
- De Certeau, Michel (1984) *The Practice of Everyday Life*, Steven Randall (trans.), Berkeley: University of California Press.
- Ferris, Suzanne & Mallory Young (2006) *Chick Lit: The New Women’s Fiction*, New York: Routledge.
- Gallagher, Margaret (1979) ‘The Portrayal and Participation of Women in The Media’, UNESCO. Available at <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000037267>
- Goffman, Erving (1976) *Gender Advertisement*, New York: Harper and Row.
- Kress, Gunther and Theo van Leeuwen (1996) *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, 2nd Edition, New York: Routledge.

- Lang, Brent (2015) 'Study Finds Fewer Lead Roles for Women in Hollywood', *Variety*, 9 February. Available at <http://variety.com/2015/film/news/women-lead-roles-in-moviesstudy-hunger-games-gone-girl-1201429016/>
- Lauzen, Martha M. (2015) 'It's a Man's (Celluloid) World: On-Screen Representations of Female Characters in the Top 100 Films of 2014', Center for the Study of Women in Television and Film, Available at https://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2014_Its_a_Mans_World_Report.pdf
- Mulvey, Laura (1989) 'Visual Pleasure and Narrative Cinema,' in Laura Mulvey (ed) *Visual and Other Pleasures*, New York: Palgrave Macmillan, 28-40.
- Valdés-Rodríguez, Cristina (2016) 'Globalization and Localization in Advertising Translation: a Love-Hate Relationship?' *Revista de Lenguas para Fines Especificos* 22(2): 130-53.

[Abstract]

**The Visual Distortion of Women in Movie Poster Translation:
From the Speaking Subject to the Object of Male Gaze**

Shin, Naan

(Pusan National University)

This study discusses how women are visually marginalized and undermined in translations of movie posters by examining three film posters and their translated counterparts: *Bridget Jones's Diary*, *I Don't Know How She Does It*, and *Erin Brockovich*. The images of women on posters are determined by how faithful the portrayal of their lives is. To analyze these images of women, this essay appropriates not only de Certeau's two ways of reading text—'seeing' and 'walking'—but also Kress and van Leeuwen's visual grammar. The changes in these women's images are explored in three categories: 1) from subject of utterance to the object of acquisition, 2) from the subject of thought to the actor as requested, and 3) from the subject of act to the object of gaze. Findings show that while the original American movie posters depict women by the way of 'walking,' Korean-translated posters reproduce women by 'seeing' in the distance. Therefore, the original movie posters show women's independent and subjective images as dealing with economic, parenting and work-home life balance issues; in the translation process, however, those images are erased, and women are represented as passive and weak. By distorting women's images, movie poster translation functions as an apparatus for revealing and strengthening the ideology of patriarchy.

▶ Keywords: translation, movie poster, Michel de Certeau, female image, male gaze

▶ 주제어: 번역, 영화포스터, 미셸 드 세르토, 여성의 이미지, 남성 응시

신나안

부산대학교 영어영문학과 강사

hshin012@naver.com

관심분야: 광고번역, 영상번역, 체계기능언어학

논문투고일: 2019년 2월 9일

심사완료일: 2019년 3월 11일

게재확정일: 2019년 3월 19일