

문화로
읽는
사회

‘언니’ 찬양 새로운 문화가 되다 걸 크러시(Girl Crush)

글 김일균

‘걸 크러시’는 ‘여자(Girl)’와 ‘반하다(Crush on)’가 합쳐진 단어로 동성에게 열광하는 여성을 대표하는 말이다. ‘오빠’가 아닌 ‘언니’에게 열광하는 새로운 문화 주체의 탄생을 예고하는 ‘걸 크러시’에 대해 알아보자.





힙합 경연 프로그램
(언프리티 랩스타)에서
가수 제시의 솔직하고
자유로운 행동은
여성팬들에게 큰
반향을 일으켰다.



센 언니, '판' 깨는 용기로 여성 대변해

“니들이 뭘데 날 판단해” 가수 제시가 힙합 경연 프로그램 <언프리티 랩스타> 출연자들에게 던진 랩이다. 이는 전날 경연에서 다른 출연자들이 자신을 최하위 래퍼로 지목한데 대한 불만이었다. 제시는 이어지는 랩을 통해 ‘우리는 팀이 아니고 이걸 경연이다’라고 못 박으며 본인이 승리하겠다는 선전포고를 했다. 주변을 신경쓰기보다 본인의 생각을 자유롭게 말했던 제시의 행동은 시청자에게 큰 반향을 일으켰다. 특히 남성보다는 여성이 제시의 행동에 열광했는데 남성팬들이 많은 힙합 장르의 특성상 이례적인 일이었다. 팬들은 제시에게 ‘센 언니’라는 별칭을 붙여줬고 그의 행동 하나하나를 ‘걸 크러시’라고 정의하며 화답했다.

걸 크러시는 여성이 다른 여성에게 존경, 찬양을 보내며 우상화할 때 많이 쓴다. 외국에서 먼저 시작된 말로 국내에서도 출판, 문화 등 다양한 분야에서 폭넓게 쓰인다. 강인하거나 자주적인 면모를 많이 풍기는 스타들에게 주로 사용하지만 뛰어난 재능을 보이거나 사회적으로 성공하는 등 확고한 스타일을 가진 여성은 모두 걸 크러시의 대상이 된다.

제시의 경우는 사람들의 시선이 무서운 상황에서 거침없는 언행으로 자기표현을 한 점이 인기를 끌었다. 게다가 최근 사회적으로 페미니즘 사상이 대두되면서 성역할의 변화가 일어나고 있어 이런 열광이 민감하게 받아들여졌다. 방 송인 김숙처럼 독립적인 여성들의 목소리를 대변하는 이들에게 걸 크러시라는 찬사를 보내는 것이 대표적이다. 걸 크러시는 여성의 역할이 가족을 돌보는 데서 사회적 활동을 활발히 하는 것으로 변화한 것을 나타내기도 한다.



tvN 드라마
〈검색어를 입력하세요: WWW〉는 커리어우먼의 이야기를 감각적으로 다뤄 인기를 끌었다.

‘찬양’으로 자기에 표출, 문화 주체로 부각

여성에 대한 인식 변화는 문화적 관심사에서 크게 감지되고 있다. 남성 스타, 아이돌 등 주로 이성에게 열광했던 여성들의 소비 패턴이 달라졌다. 올리트 TV 〈밤블레스유〉 등 여성 진행자들이 진행하는 예능 프로그램이 여성들의 높은 지지를 받았고 방송인 이영자는 각각 다른 방송국에서 연예대상 2개를 거머쥐며 성과를 인정받았다.

가요계에는 2NE1에 이어 블랙핑크와 f(x), 레드벨벳 등 여성 아이돌이 등장해 동성에게 꾸준히 인기를 끌고 있다. 최근에는 제시나 치타, 헤이즈 등 여성 힙합 스타들도 두각을 나타내고 있다. 영화 분야에서는 여경을 주인공으로 한 영화 〈결갑스〉가 여성 관객의 지지로 손익분기점을 넘기는 등 그 가능성을 보여줬다. 걸 크러시는 방송, 영화, 음원과 영상, 뮤지컬 등 그야말로 전방위적으로 파급력을 보이고 있는 것이다.

최근 방송된 tvN 드라마 〈검색어를 입력하세요: WWW〉 역시 뛰어난 능력을 가진 커리어우먼들의 이야기로 30대 후반 여성들의 고민과 로맨스를 다뤄 여성들에게 큰 반향을 불러일으켰다. 문화계 전반에서 나타나는 이런 현상은 여성 소비자들의 관심이 남성에서 여성으로 옮겨가고 있음을 방증한다.

다양한 분야에서 돈을 쓰는 주도적인 소비자, 여성

통계청 자료에 따르면 2011년 33만 건을 기록한 혼인 건수와 47만 명을 기록한 신생아수가 2018년 각각 26만 건과 32만 명까지 떨어졌다. 독신 여성이 증가하는 추세임을 알 수 있는 부분이다. 이처럼 독신 여성이 증가하면서 이들의 관심사가 자기애를 반영할 수 있는 동성 스타에 대한 열광으로 이어졌다고 분석된다.

결혼 연령의 상승도 변화의 한 원인으로 보인다. 2000년 26.49세였던 여성 평균 초혼 연령은 2018년 30.4세로 상승했다. 독신 생활이 길어지면서 자기충족 욕구가 강해지고 자아발전을 위한 방법이 보편적인 관심사로 떠오른 것이다. 이들은 사회적 성공은 물론 여성의 마음을 대변하는 동성 스타를 자아발전을 위한 롤모델로 인식하고 있다.

걸 크러시와 맞물려 최근에는 여성의 소비 파워를 나타내는 '쉬코노미(SHEconomy)'라는 용어가 등장했다. 가정의 경제권을 갖고 있는 기혼여성은 물론 사회활동을 하는 독신 여성이 기호에 따라 아낌없이 돈을 쓰기 때문이다. 특히 독신 여성은 자신에게 아낌없이 돈을 투자하는 경향이 있어 누구보다 소비활동이 활발하다. 미용, 해외여행, 취미활동 등 소비 분야도 다양해 미래 산업을 주도하는 소비자로 성장하고 있다. 걸 크러시라는 용어로 여성의 사회 활동을 응원하는 새로운 문화가 기대되는 시점이다. 🍷

