

## 소셜미디어에 나타나는 젠더 다양성을 위한 움직임

- 알록 베이드-메논(Alok Vaid-Menon)의 인스타그램 계정 분석을 중심으로 -

정 수 진 · 임 은 혁\*

배화여자대학교 패션산업학과 겸임교수  
성균관대학교 의상학과 교수\*

### 요 약

본 연구의 목적은 젠더에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 소셜미디어에 나타나는 젠더 다양성을 위한 움직임을 연구하는 것이다. 연구방법은 문헌연구와 빅데이터 연구방법인 텍스트마이닝과 인스타그램 아카이브 분석을 병행했다. 본 연구에서는 트랜스젠더 여성으로서 젠더 인식변화를 위해 다양한 활동을 펼치고 있는 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정을 분석하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 인스타그램을 통한 젠더 인식변화의 움직임은 젠더 다양성을 의미하는 ‘degenderfashion’, ‘beyondthegenderbinary’ 등의 해시태그와 함께 전개되었다. 둘째, 알록 베이드-메논은 이분화된 성 관념에서 벗어나 원피스 드레스, 스커트, 화려한 프린트와 다채로운 컬러 등의 여성 복식과 진한 메이크업, 화려한 장신구 착용 등의 외양을 통해 크로스 드레싱 이미지를 공유하며 젠더 인식변화를 위해 노력하였다. 셋째, 트랜스젠더 여성으로서 알록 베이드-메논은 페미니즘 운동의 일환인 #nothingwronghair을 전개하며, 제모가 문화 인종주의임을 알리고, 팔로워들에게 #nothingwronghair 활동을 독려했다. 더불어 젠더 인식변화뿐만 아니라 여성 인권과 인종차별 개선을 위한 움직임에도 활동을 펼쳤다. 넷째, 인스타그램에서 알록 베이드-메논의 활동은 많은 팔로워에게 지지를 받아 팬션을 구축하였으며, 사회적 자본으로 역할을 하였다. 알록 베이드-메논의 활동은 인스타그램에서 확장되어 주류 매체 및 주류 패션에도 등장하였다. 인스타그램을 통해 2015년부터 시작된 알록 베이드-메논의 젠더 다양성을 위한 움직임의 전개 양상과 흐름을 분석한 본 연구는 최근 더욱 세분화되어 표현되는 젠더리스 및 젠더 플루이드 경향을 이해하고 예측하는 데 도움이 될 것이라 사료된다.

주제어 : 젠더리스, 젠더 다양성, 트랜스젠더, 인스타그램, 알록 베이드-메논

본 논문은 박사학위 논문의 일부임

\*교신저자: 임은혁, [chyim@skku.edu](mailto:chyim@skku.edu)

접수일: 2023년 2월 22일, 수정논문접수일: 2023년 3월 18일, 게재확정일: 2023년 3월 20일

## I. 서론

최근 패션계에서는 다양성(diversity)와 포용(inclusion)에 대한 관심과 함께 젠더(gender) 이슈 또한 주목받고 있다. 2022년 10월 보그 『Vogue』 106년 역사상 최초로 영국 보그의 표지 모델로 남자 영화배우 티모시 샬라메(Timothee Chalamet)가 등장하였고, 에디토리얼에는 뮤지션 해리 스타일스(Harry Styles)의 젠더리스(genderless) 스타일이 소개되었다. 런웨이 위에서는 화려하고 다채로운 색상의 남성복, 여성복과 동일한 룩을 입은 남성 모델 등 남성, 여성의 구분이 모호한 젠더리스 스타일, 젠더 뉴트럴(gender neutral) 스타일이 자주 등장하고 있다. 런웨이 뿐만 아니라 패션 필름, 광고 등에서도 LGBTQIA+ 등의 젠더 다양성을 표현하고 있으며, 2016년 트랜스젠더 여성 모델 하리 네프(Hari Nef)가 구찌(Gucci) 2016 FW 남성복 컬렉션에 등장하여 주목받은 이후로 트랜스젠더 여성, 트랜스젠더 남성 모델들이 자주 등장하고 있다. 또한 Zara, H&M를 비롯한 다수의 패션 브랜드에서는 유니섹스(unisex) 및 무성(無性)을 의미하는 에이젠더(a-gender) 의류 라인이 출시되었다. 이러한 흐름은 이제는 이벤트가 아닌 하나의 주류현상으로 등장하고 있으며, 최근 패션산업에서 젠더는 남성과 여성의 이분법적 성의 구분에서 벗어나 다양하고 세분화 되어 나타나고 있다. 이를 반영하듯, 패션저널 『BoF(The Business of Fashion)』와 매킨지(McKinsey)는 2023년 주목해야 할 10가지 테마 중 하나로 젠더 플루이드(gender fluid)를 언급하며, 젠더 플루이드 패션은 젠더 정체성과 젠더 표현에 대한 소비자의 태도가 변화함에 따라 큰 주목을 받고 있다고 하였다(BOF Team., & McKinsey & Company, 2023).

한편 소셜미디어는 이러한 젠더 다양성의 인식 변화에 중요한 역할을 했다고 볼 수 있다. 참여, 개방, 공유를 기반으로 하는 소셜미디어는 전문가와 비전문가의 경계가 모호해지게 하고 탈중심화

(decentralization)를 초래하였다. 더불어 소셜미디어를 통하여 누구나 개인의 취향과 정체성을 드러낼 수 있게 되었다. 그동안 사회와 패션산업에서 소외되었던 다양한 논바이너리(non-binary) 젠더, 유색인종, 플러스 사이즈(plus-size), 시니어(senior), 장애(disability) 등의 비주류들은 소셜미디어를 통해 기존의 고정화된 관념에 저항하거나 자신의 고충과 의견을 전달할 수 있게 되면서, 소셜미디어는 비주류의 대안의 공간으로 역할을 하고 있다(Chung, 2022). 사회에서 소외되었던 비주류의 다양한 젠더는 소셜미디어를 통해 이분화된 성에 저항하며 젠더 인식변화를 위한 노력을 펼치고 있다. 이들은 소셜미디어를 통해 이분법적 성에 대해 비판하며, 젠더에 대한 개인의 생각을 공론화하고 있으며, 개인의 스타일, 화장법 그리고 일상 등을 공유하며 젠더 인식변화를 위해 노력하고 있다.

본 연구에서는 소셜미디어를 통해 나타나고 있는 젠더 다양성을 위한 움직임을 분석하였다. 패션 분야의 젠더리스 관련 선행연구를 살펴보면, 패션 컬렉션에 나타난 젠더리스 경향(An, 2018; Chung et al., 2018; Kim et al., 2018), 패션 필름 연구(Kim et al., 2018) 젠더리스 메이크업 연구(Choi & Moon, 2020; Kim, 2020), 그리고 국내 패션 상품에 나타난 젠더리스 연구(Yoo, 2007) 등이 있다. 패션에서의 젠더리스는 10년 넘게 연구되어왔지만, 소셜미디어를 통한 젠더 인식변화를 위한 움직임에 관한 연구는 미비하므로 미디어 환경 변화에 따라 연구의 필요성이 제기된다. 이에 본 논문에서는 소셜미디어에서 전개되는 젠더 다양성 인식변화를 위한 움직임에 대해 연구하였다. 본 연구는 최근 더욱 세분화되어 표현되는 젠더리스 및 젠더 플루이드 경향을 이해하고 예측하는 데 도움이 될 것이라 사료된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 젠더 다양성

Giddens and Sutton(2017/2020)에 따르면, 오랫동안 사회에서는 남성과 여성 간의 해부학적, 생리학적인 차이를 의미하는 성(sex)과 남성과 여성에게 기대되는 행동의 사회적 차이인 젠더(gender)를 구분해 왔다. 그러나 젠더 연구는 1960년대부터 페미니즘 연구가 활발히 이루어지기 전까지 간과된 주제였다(Giddens & Sutton, 2017/2020). 젠더 초기 연구에서 젠더 정체성에 대한 상반된 견해가 있었다. 먼저, 사회화를 통해 젠더 정체성을 형성한다는 일부 사회학자들의 주장이 있었는데, 이들에게 젠더 사회화(gender socialization)는 중요한 접근법이였다. 젠더 사회화는 가족, 학교, 매스미디어 등의 사회기관을 통해 젠더 역할을 익히는 것을 의미한다(Giddens & Sutton, 2017/2020). 젠더 사회화의 접근은 생물학적 성과 사회문화적 젠더를 구분하며 출생하면서 생물학적 성을 지니고, 사회문화적 젠더가 학습에 의해 형성된다는 내용이다(Giddens & Sutton, 2017/2018). 특히 가족, 또래 집단, 학교에서의 사회화 과정은 이들이 젠더화된 자아 정체성을 내면화하도록 촉진하며, 이러한 방식으로 젠더 차이는 문화적으로 재생산되고, 남성과 여성은 각각 문화에 따른 ‘남성다움’과 ‘여성다움’의 서로 다른 역할로 사회화된다는 내용이다. 특히 젠더별로 다른 장난감과 옷, 그리고 텔레비전, 영화, 비디오 게임에서 보이는 고정화된 역할은 젠더와 관련된 기대를 따르도록 젠더 고정관념을 형성한다(Gottlieb, 2019/2020). 요컨대 이들은 젠더 차이에 나타나는 생물학적 근거를 부정하며, 젠더는 문화적으로 구축된다는 입장을 취한다.

이와 반대의 입장에서는 젠더 정체성은 사회 속에서 인지된 생물학적 성 차이와 연계되어 있다고 본다. 더불어 이들은 젠더 정체성뿐만 아니라

인간의 신체 그 자체도 사회적 요인을 형성하고 변경한다고 보았다. 예컨대 사람들은 운동, 다이어트, 피어싱, 성형 수술, 성전환 수술 등의 다양한 방식으로 자신이 원하는 대로 자기 신체의 구성 및 재구성을 선택할 수 있다(Giddens & Sutton, 2017/2020). 또한 특정 사회에서 공유되는 남성스러움이 육체적 근력이나 ‘거친’ 태도를 의미한다면 이는 남자들로 하여금 남성성에 대한 다른 규범을 보이는 어느 사회화 차이가 나는 특정한 형태의 몸매 가꾸기나 일련의 틀에 박힌 태도를 개발하도록 부추기는 것이 된다. 이러한 이유로 젠더는 정체성과 생물학적 차이는 특정인의 신체 속에서 복합적으로 연계되어 존재한다(Giddens & Sutton, 2017/2018). 요약하자면 이들의 관점은 젠더 정체성과 성 차이는 개인의 신체 내에서 불가분의 관계에 있으며, 문화에서 생물학을 떼어내는 것은 불가능하다는 것이다.

이후 주디스 버틀러(Judith Butler)는 생물학적 몸의 차이인 성과 문화적 사회적 동일시 양식인 젠더, 그리고 성적 실행이 발생 되는 근원적 욕망인 섹슈얼리티(sexuality)의 전통적 구분에 저항하여 성, 젠더, 섹슈얼리티를 모두 젠더로 인식하고 젠더 ‘수행성(performativity)’에 대해 주장하였다. 버틀러에 따르면, 젠더 수행성은 사람들의 젠더는 무대 위에서 배우가 행하는 퍼포먼스처럼 언제나 행위로 나타나며, 고정된 것이 아니다(Butler, 1990/2016). 이러한 젠더 수행성은 신체에 본래부터 내재된 사물과 같은 것이 아니라 지속적으로 진행되는 수행 또는 작업에 더 가까운 것으로, 이는 젠더가 여러 변수를 포함하며 상당히 급격히 변화할 수 있는 불안정한 사회적 범주임을 뜻한다(Butler, 1990/2016). 한편, 심리학자 산드라 벰(Sandra Bem)은 인간을 남성성과 여성성으로 국한 시키는 것은 위험하며, 남성과 여성 모두 남성적 특질과 동시에 여성적 특질을 함께 지닐 수 있다고 주장하면서, 양성성을 의미하는 ‘앤드로지니(Androgyny)’를 제시하였

다(Kim, 2013).

이상에서 살펴보았듯이 젠더는 한 가지로 정의할 수 없으며, 다양한 종류의 젠더가 존재한다. 사회학자 주디스 로버(Judith Lorber)는 열 가지에 이르는 다양한 성적 정체성을 소개하였다. 로버는 이성애자 여성, 이성애자 남성, 레즈비언(lesbian) 여성, 게이(gay) 남성, 양성애자(bisexual) 여성과 남성, 남성 복장을 한 여성, 여성 복장을 한 남성, 성전환 여성, 및 성전환 남성 등으로 분류하였다(Lorber, 2012). 이것을 젠더의 관점으로 정리하면 다음과 같다.시스젠더(cisgender)는 출생과 더불어 부여받은 남성 또는 여성이라는 성별 분류가 자아 정체성인 젠더 행위와 일치하는 사람을 의미한다. 트랜스젠더(transgender)는 여성성 아니면 남성성으로 양분하는 지배적 사회 규범에 따라 출생 또는 그러한 기대치가 계기가 되어 규정된 양성 분류라는 젠더 행위에서 이탈 또는 벗어난 젠더 정체성을 소유한 부류를 포함해 각종 형태의 ‘젠더 다양성’을 표출하는 사람들을 의미한다(Stryker, 2008/2016). 에이젠더는 어떤 젠더 정체성으로도 정체화하지 않은 사람을 뜻한다. 동성애(homosexuality)은 육체적, 감정적으로 같은 성에 끌리는 사람을 의미하는데, 최근에는 이 단어 대신 퀴어(queer), 게이, LGBTQIA+를 사용하고 있으며(Gottlieb, 2019/2020), 2010년경부터 현재까지 패션산업에서는 트랜스젠더, 논바이너리 젠더의 활동이 두드러지는 경향을 보인다(Laver, 2020).

## 2. 복식과 젠더

패션은 사회적 맥락에 따라 비언어적 의사소통의 도구로 작용한다. 복식은 자신과 타인을 구분지어 주며(Bourdieu, 1990/2005; Perrot, 1981/2007; Simmel, 1981/2006), 제2의 피부이자 신체의 연장으로(Rouse, 1989/2003), 타인과 자신의 사회적 정체성을 확립하는 방식에 있어 중요한 요소이다

(Chung, 2022). 또한, 시대정신(zeitgeist)을 반영하는 패션(Valentin, 2022)은 새로운 문화의 범주를 만들고 전복적인 성향과 변화를 유도할 수 있는 수행적 힘을 지니고 있다(Thornquist, 2018). 이와 같은 패션의 정치적 성격은 과거 이분화된 성에 저항하는 페미니즘(feminism) 운동과 청년 하위문화의 안티패션(anti-fashion)에서 잘 드러났다. 이렇듯 패션은 고착화된 시대정신에 저항하고 시대정신을 반영하며 개인의 정체성을 표현하였다. 특히 패션을 통해 표현되는 정체성은 사회에서 요구하는 젠더 인식을 반영하면서 변화하였다.

서구 역사에서 중세시대까지 남성과 여성 모두 같은 형태의 의복을 착용하였다. 중세 이후 기계의 발달과 맞춤형의 보급으로 복식에 남성과 여성의 차이가 나타났다. 남성 복식과 여성 복식은 성적 매력을 자극하기 위해 각각의 기호들을 강조하였다(Entwistle, 2000/2013). 복식은 전통적인 ‘남성성’과 ‘여성성’을 반영하며 발전해왔다. 남성 중심 가부장적 사회에서 남성들은 이성적이고 근엄한 존재였으며, 여성들은 감성적이고 남성들보다 열등한 존재로 인식되었다. 이에 따라 남성 복식은 무채색에 기능적이고 직선적이었으며, 반대로 여성 복식은 신체 노출을 강조하여 에로티시즘을 자극하였고, 장식적 요소가 많고 화려하였다(Chung et al., 2018).

이분법적인 성 차이에 따라 표현된 복식에서의 젠더 인식은 1960년대 등장한 포스트모더니즘(post-modernism)과 페미니즘의 영향으로 시작되었다(Chung, 2022). 포스트모더니즘은 합리적인 사고와 형식을 강조한 모더니즘에 대한 저항으로 기존의 전통과 본질적으로 다른 파격적인 특성을 나타냈다. 포스트모더니즘은 전통적 기성세대에 저항하는 히피(hippies)와 펑크(punks) 등의 청년 하위문화에도 영향을 주었고, 이분화된 성에 저항하는 다양한 사회운동과 함께 안티패션으로 나타났다. 특히 이 시기에 활발하게 활동한 데이비드 보위

(David Bowie), 보이 조지(Boy George) 등의 뮤지션들은 진한 메이크업, 여성 복식 착용 등 이전에 볼 수 없었던 새로운 남성상을 제시하며 ‘남성성의 환원(The Great Masculine Reclamation)’을 가져왔다(Kedves, 2013). 한편 하이패션에서는 1967년 이브 생 로랑(Yves Saint Laurent)이 기존 여성성에 도전하는 ‘르 스모킹(Le Smoking)’을 발표하였고, 1979년 영국의 디자이너 마이클 피쉬(Michael Fish)는 유니섹스 룩을 선보였으며, 1987년 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)는 런웨이 최초로 스커트를 입은 남성 모델을 등장시켰다(Feierabend, 2000). 이러한 흐름 속에서 1976년대 후반 트랜스젠더 모델 테리 토이(Teri Toy)는 관습적인 성에 저항하는 디자이너 스테판 스트라우스(Stephen Sprouse)와 사진작가 스티븐 마이젤(Steven Meisel)의 작업을 통해 패션계에 등장한 최초의 트랜스젠더 모델로 등장하기도 하였다(Jobling et al., 2022).

이후, 1990년대 등장한 3차 페미니즘 운동(Third-wave feminism)은 과거 사회적으로 소외되고 차별받는 젠더, 인종, 계급 문제를 비롯하여 남성의 문제까지 포함하였다(Chung, 2022). 더불어 2000년대 등장한 소셜미디어는 젠더 다양성의 인식변화에 많은 영향을 주었고, 2010년 이후 젠더 이슈는 패션계에서 중요한 화두가 되었다. 이러한 흐름 속에서 2010년 지방시(Givenchy)의 리카르도 티시(Riccardo Tisci)는 최초로 트랜스젠더 모델 레아 티(Lea T)를 광고 모델로 등장시켜 주목받았다. 다음 해 2011년 트랜스젠더 남성 사스키아 드 브라우(Saskia de Brauw)가 2011년 1월 남성복 런웨이에 최초로 등장하였고, 2016년 3월 샤넬(Chanel)쇼에는 샤넬을 상징하는 트위드 수트를 입은 남성들이 런웨이에 등장하였다(Mauriès, 2017). 그 외에도 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)가 크레이티브 디렉터로 있던 구찌, 톰 브라운(Thom Browne), JW 앤더슨(JW Anderson), 찰스 제프리(Charles Jeffrey) 등의 디자이너들은 기존의 고정화된 성에 저항하는 컬

렉션을 선보였다. 2016년 FW 남성복 컬렉션에 등장한 하리 네프(Hari Nef) 등의 트랜스젠더 모델 등의 활동도 두드러지게 나타났다. 한편 평소 젠더리스 스타일을 추구하였던 티모시 살라메가 2022년 오스카 시상식에 착용한 레드 홀터넥의 점프수트는 젠더리스 스타일로 화제가 되었다. 티모시 살라메는 보그 역사상 최초로 남성으로서 영국 보그의 표지를 장식하였고(Figure 1) 이와 관련하여 영국 보그 편집장 에드워드 에닌폴(Edward Enninful)은 살라메의 젠더리스 스타일은 남성과 여성 모두에게 영감을 준다고 하였다(Enninful, 2022). 에닌폴은 덧붙여 젠더리스 스타일에 대해 개인의 의복선택은 더 이상 성별에 의한 선택이 아닌 개인의 정체성을 표현해주는 정치적이고, 놀이와 같은 것이라고 하였다(Enninful, 2022).

이분화된 성에 대한 저항은 이전에는 일부 디자이너와 모델, 유명 뮤지션 등의 주류문화에서 나타났지만, 이제는 소셜미디어를 통하여 LGBTQIA+의 움직임으로 확산됐다. 복식을 통한 젠더 다양성을 추구하는 개인들은 소셜미디어에 자신의 젠더 정체성을 표현하는 복식 스타일과 메이크업 등을 공유하며, 고정화된 성 관념에 벗어나는 움직임을 보인다. 예를 들어 평소 젠더리스 스타일을 추구하였던 영화배우 제이든 스미스(Jaden Smith)가 소셜미디어에 공유한 자신의 스타일이 화제가 되어 2016년 루이비통(Louis Vuitton) 여성복 광고 캠페인 시리즈에 등장하였다. 또한 자신의 메이크업 사진과 메이크업 과정 영상을 인스타그램에 공유하는 드래그 퀸(drag queen), 남자의 몸으로서 여성복을 입는 트랜스베스타이트(transvetite)들의 등의 활동도 두드러지고 있는데, 생물학적 남성으로서 여성의 스커트와 힐을 신는 마크 브라이언은 자신의 인스타그램을 통해 스커트와 힐을 착용했을 때의 느끼는 편안함과 심미성을 언급해왔다(Figure 2). 이들의 활동은 소셜미디어에서 확장하여 주류 매체에도 등장하고 있다. Jobling et al.(2022)은 이



Figure 1.  
영국 보그 표지 모델로  
등장한 티모시 살라메.  
From Enniful. (2022).  
<https://www.vogue.co.uk>



Figure 2.  
여성 복식을 즐겨입는  
마크 브라이언.  
From Markbryan911. (2022).  
<https://www.instagram.com>

와 같이 남성도 여성도 아닌 앤드로지나나 젠더리스는 이분법적 성 구별에 대한 도전으로 패션에 나타나고 있으며, 이들의 움직임은 사회가 젠더 이분법의 붕괴를 받아들이도록 하는 데 도움을 주었다고 하였다.

이렇듯 복식을 통한 젠더 표현은 점점 그 남성과 여성의 경계가 모호해지고 있으며, 다양한 방식으로 표현되고 있다. 또한, 최근 젠더 인식변화를 위한 움직임은 주류 패션의 움직임뿐 아니라 소셜미디어를 통해 개인들의 적극적인 참여로 세분화되어 하나의 놀이문화처럼 나타나고 있다고 볼 수 있다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 분석대상 및 연구범위

연구 수행을 위한 연구대상은 트랜스젠더 여성으로 활발한 활동을 보이는 알록 베이드-메논(Alok Vaid-Menon)의 인스타그램 계정(@alok)으로 선정하였다. 알록 베이드-메논은 115만 명(2023년 2월 3일 기준)의 인스타그램 팔로워를 보유하고 있는 영향력 있는 메가 인플루언서이다. 스탠퍼드 대학교(Stanford University)에서 젠더와 여성학(BA in

feminist, gender, and sexuality studies)을 전공한 베이드-메논은 젠더와 관련한 에세이와 시집을 발간하였다. 베이드-메논은 인스타그램 스트리밍과 40여 개국에서의 강연을 통해 젠더 인식변화를 위한 액티비즘을 펼치고 있다. 그는 인스타그램을 통해 트랜스젠더 여성으로서 젠더에 대한 자신의 견해를 피력하며, 자신의 스타일과 메이크업 등의 이미지를 공유하고 있다. 알록 베이드-메논 외에 인스타그램을 통해 젠더 다양성의 인식변화를 위해 활동 중인 인플루언서로 마크 브라이언(@markbryan911), 드래그 퀸 김치(@kimchi\_chic), 조나단 반 네스(@jvn) 등이 있다. 2023년 2월 3일 기준으로 이들의 팔로워수는 각각 마크 브라이언 61.9만 명, 드래그 퀸 김치 189만 명, 조나단 반 네스 560만 명이다. 이 중에서 알록 베이드-메논은 특히 자신의 전문지식을 바탕으로 서적 발간과 강연과 함께 인스타그램에 해시태그와 텍스트 이미지 영상 등 다양한 방식으로 젠더 인식변화를 위해 적극적인 활동을 펼치고 있다. 본 연구에서 해당 계정 분석을 시작한 2020년 8월 팔로워 61만 명에서 그 수가 꾸준히 증가하여 2023년 현재 116만 명으로 2년 동안 90.1% 증가를 보이는바 알록 베이드-메논의 급속한 영향력 확대를 확인할 수 있다. 더불어 알록 베이드-메논의 영향력은 소셜미디어뿐만 아니라 보그 이탈리아(Vogue Italia), 브리티시 보그(British Vogue), 뉴욕 타임즈(The New York Times), 가디언(The Guardian) 등 주류 패션잡지와 일간지를 아우르는 매체에 등장하여 젠더 다양성 인식변화를 위해 앞장서고 있는 인물로서 조명 받고 있다. 이에 본 연구에서는 최근 소셜미디어와 주류 매체를 통해 젠더 다양성 인식변화에 영향력을 보이는 알록 베이드-메논을 분석대상으로 선정하였다. 연구 기간은 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정 생성일(2015년 3월 14일)로부터 2023년 2월 3일까지로 약 8년간의 게시물 1,879개와 관련 기사를 함께 분석하였다.

## 2. 분석방법 및 절차

연구의 수행을 위하여 빅데이터 분석방법인 텍스트마이닝과 알록 베이드-메논의 인스타그램의 아카이브 분석을 병행하였다. 먼저 젠더에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 젠더와 복식의 관계를 알아보았다. 그 후, 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정을 텍스트마이닝 분석과 아카이브 분석을 병행하였다. 텍스트마이닝은 소셜미디어를 포함하여 모든 웹에 존재하는 방대한 비정형 데이터를 실시간으로 수집하고, 이를 분석하여 이용자의 감성 및 의도 등을 분석해 내는 과정을 의미한다(Huh & Lee, 2019). 텍스트마이닝은 게시글, 댓글 등의 비정형 텍스트 데이터에서 사용자가 관심을 나타내는 정보를 맥락(context)으로 분석하고, 데이터 속에 숨겨진 패턴을 발견함으로써 의미 있는 정보를 추출하는 기술이다(Jun & Seo, 2013).

본 연구의 연구 절차는 다음과 같다. 먼저, 텍스트마이닝을 수행하기 위하여 인스타로더(Instaloader)와 파이썬(Python)을 활용하여 알록 베이드-메논의 인스타그램 개설일 2015년 3월 14일부터 2023년 2월 3일까지의 약 8년간의 게시글을 수집하였다. 다음으로 인스타그램에서 추출된 데이터를 텍스트와 해시태그의 단어로 분류하는 토큰화(word tokenization) 작업을 진행하였다. 그다음 전처리 단계에서 수집된 해시태그 키워드에서 불필요한 정보를 정제하기 위한 어간 추출(stemming) 후, 불용어(stopword) 제거의 작업을 수행하였다. 수집된 해시태그는 자체의 의미를 살리기 위해 단어의 원형을 보존하였다. 전처리 단계에서는 같은 뜻이 있되, 대소문자가 다르게 추출된 유사용어를 하나의 단어로 간주하여 통일하였다. 해시태그 빈도를 분석하여 키워드의 빈도수를 구조화하였고, 핵심어의 분석은 워드클라우드를 통해 분석하였으며, 도출된 단어를 같은 성격의 그룹으로 분류하여 8년간의 추이를 살펴보았다. 마지막으로 텍스트마이

닝 분석내용을 바탕으로 알록 베이드-메논의 인스타그램 아카이브 분석과 관련 기사를 통합적으로 살펴보았다. 아카이브 분석에 있어 알록 베이드-메논의 인스타그램의 이미지, 해시태그, 게시글, 댓글, 영상 등의 내용을 상징적 맥락적으로 분석하는 네트노그래피(netnography)를 적용하였다. 이에 따라, 해시태그를 통한 젠더 인식변화 유도, 이분화된 성에 대한 저항: 크로스 드레싱 이미지 공유, 페미니즘 운동 전개, 사회자본으로서의 영향력 발휘가 도출되었다.

## IV. 연구결과

### 1. 해시태그를 통한 젠더 인식변화 유도

알록 베이드-메논의 인스타그램 개설일 2015년 3월 14일부터 2023년 2월 3일까지의 약 8년간의 게시글 2,018개의 데이터를 수집한 결과, 젠더 다양성과 연관성 있는 150개의 단어를 도출되었다. 알록 베이드-메논의 해시태그 상위 빈도수를 살펴보면 젠더리스 패션과 관련 있는 **degenderfashion**, 이분법적 성의 해체를 의미하는 **beyondthegenderbinary**, 흑인 트랜스젠더의 인권을 의미하는 **blacktranslivesmatter**, 주류 패션을 의미하는 **nyfw**, 그리고 알록의 시집 **femmeinpublic** 등이 상위 빈도수로 나타났다. 베이드-메논 인스타그램 계정의 젠더 다양성과 관련한 단어의 상위 빈도수 10개를 표로 정리하면 <Table 1>과 같다. 본 연구에서는 해시태그의 빈도수를 바탕으로 워드클라우드를 도출하였다. 워드클라우드의 단어의 출현 빈도에 따라 그래프 내의 단어 크기를 제시하여, 계정의 정체성을 파악할 수 있게 한다. 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정의 워드클라우드를 도출한 결과를 정리하면 <Figure 3>과 같다. 워드클라우드(Figure 3)를 살펴보면 앞의 <Table 1>의 상위 빈도 해시태그에서 높은 수치





공유하며 젠더 인식변화를 위한 활동을 펼쳤다. 이와 같은 알록 베이드-메논의 인스타그램에 나타나는 젠더 관련 해시태그의 변화는 <Figure 4>와 같다.

주류활동은 2018년부터 2019년까지 증가 추세였다가 2020년부터 계속해서 상승세를 보인다. 인스타그램을 통해 트랜스젠더 여성으로 트랜스젠더 여성의 인권 등의 페미니즘 및 젠더 다양성 인식변화를 펼친 알록 베이드-메논을 따르는 팔로워들이 늘었고 영향력을 발휘하게 되었다. 이에 따라 인스타그램뿐만 아니라 주류매체 및 주류 패션에 등장하였다. 주류활동에서 영향력이 커짐에 따라 상업적 활동도 2020년 이후 상승세를 보이고 있다. 베이드-메논은 인스타그램을 통해 2020년 이후 자

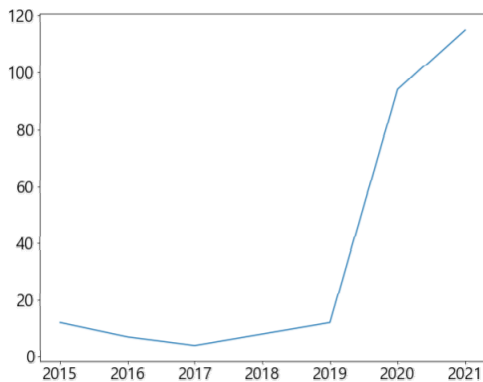


Figure 4. 알록 베이드 메논의 사이즈 관련 해시태그의 연도별 추이.

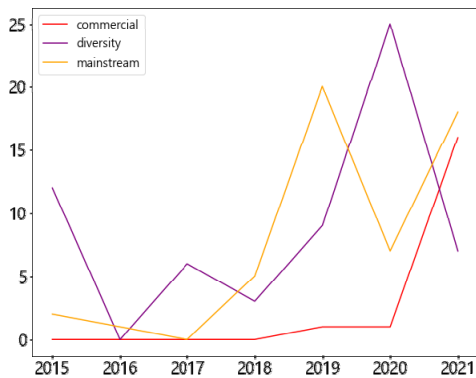


Figure 5. 알록 베이드 메논의 해시태그 연도별 추이.

신의 책을 홍보하거나 기업으로부터 후원받은 제품을 소개하는 등의 상업적 활동도 함께 하였다. 마지막으로 다양성은 2020년 가장 높게 나타났는데, 이는 2020년 5월 미국에서 발생한 흑인 인종차별 사건인 조지 플로이드(George Floyd) 사건과 관련 있다고 볼 수 있다. 당시 이 사건과 관련하여 인스타그램에서 인종차별에 반대하고, 조지 플로이드를 추모하는 수많은 게시글이 올라왔는데, 알록 베이드-메논도 인종차별에 반대하는 많은 글을 공유하였다. 앞의 내용을 그래프로 표현한 알록 베이드-메논의 인스타그램에 나타나는 해시태그의 연도별 추이는 다음과 같다(Figure 5).

## 2. 이분화된 성에 대한 저항: 크로스 드레싱 이미지 공유

트랜스젠더의 권리를 위한 활동을 펼치고 있는 알록 베이드-메논은 실제로 여성의 신체로 전환하지 않은 남자의 신체를 갖고 있다. 트랜스젠더는 일반적으로 젠더 규범과 기대에서 벗어난 모든 종류의 변이를 의미한다(Stryker, 2008/2016). 트랜스젠더는 트랜스젠더 남성 또는 트랜스젠더 여성으로 나뉜다. 트랜스젠더 남성은 여자의 몸으로 태어났지만 자기를 남성이라고 생각하고 사회적으로 남성으로 살아가는 것을 의미한다. 마찬가지로 트랜스젠더 여성은 남자의 몸으로 태어났지만 자신을 여성이라고 생각하고 사회적 여성으로 살아가는 사람을 말한다(Stryker, 2008/2016). 알록 베이드-메논은 자신을 소개할 때 트랜스젠더 퍼포먼서라는 수식어를 붙이면서 다양한 컬러와 화려한 프린트, 러플 장식의 원피스 드레스, 팬츠, 블라우스 등의 의복과 신체가 드러나는 크롭드 탑, 미니스커트, 비키니, 타이트한 미니 드레스, 레깅스 등의 전통적인 여성 복식과 여성의 외양으로 자신을 표현한 이미지를 공유하고 있다.

이처럼 알록 베이드-메논은 트랜스젠더 여성으

로서 크로스 드레싱(cross-dressing)의 이미지를 공유하며 젠더 다양성을 위한 움직임을 펼치고 있다. 크로스 드레싱은 남성의 몸에서 여성의 복식과 외양을 하는 방식으로 전통적 ‘남성성’과 ‘여성성’의 이분법에 대한 도전이며(Entwistle, 2000/2013), 지정받은 사회적 젠더에 저항하거나 이탈하는 방식(Stryker, 2008/2016)일 뿐만 아니라 연극적 실천이다(Entwistle, 2000/2013). 알록 베이드-메논은 자신의 옷 입기 방식인 크로스 드레싱에 대해서도 인스타그램 장문의 글을 공유하기도 하였다. 그리고 자신의 인스타그램에 크로스 드레싱으로 유명해진 인플루언서 마크 브라이언을 소개하고, 크로스 드레싱으로 유명한 빌리 포터(Billy Porter)와 만난 사진을 공유하였다. 이렇듯 알록 베이드-메논은 크로스 드레싱의 이미지와 #degenderfashion을 비롯한 젠더 관련 해시태그를 통하여 이분화된 성에 저항하며 젠더 다양성을 위한 움직임을 보이고 있다. 알록 베이드-메논이 보여주는 크로스 드레싱 스타일은 많은 팔로워에게 ‘좋아요’와 댓글 등의 지지를 받고, 동시에 패션계의 주목을 받고 있다.

### 3. 페미니즘 운동 전개: #nothingwronghair

알록 베이드-메논의 인스타그램 피드에서는 체모를 하지 않은 겨드랑이, 가슴, 다리, 그리고 얼굴 등의 체모를 드러내고 짙은 신체 이미지가 자주 등장하였다. 체모(hair)는 19세기에 백인이 흑인과 체모 분류를 위한 기초 자료로 사용되었다(Kaiser, 2012). 베이드-메논 또한 2019년 4월 29일에 체모와 관련한 글을 공유하였다. 그 내용을 살펴보면 체모는 인종차별과 관련한 것으로 19세기에 인종을 정의하는 기초가 되었으며, 그 시기에는 머리 카락을 기준으로 인간의 종을 나누었다는 것이다. 게다가 백인 남성은 인종에 대한 불안을 중재하는 방법으로 백인 여성의 외모를 규제하였다고 하면서, 잡지에서는 백인 여성의 체모한 상태를 아름

다음으로 표현하여 여성들에게 체모를 강요하였다고 덧붙였다(Aolkvmenon, 2019). 알록 베이드-메논은 체모가 일반적으로 위생 및 여성의 건강을 위해 하는 것이 아닌 문화 인종차별주의임을 강조하면서 팔로워들에게 체모하지 않는 이미지를 공유하는 #nothingwronghair 활동에 참여를 독려했다(Figure 6). 팔로워들은 #nothingwronghair와 자신의 체모하지 않은 신체 이미지를 공유하며 #nothingwronghair에 동참하였다. 예컨대 알록 베이드-메논의 한 팔로워(@xaddy.xerxes)는 자신의 인스타그램 피드에 알록 베이드-메논과 같은 포즈를 취하며 체모하지 않은 신체 이미지와 해시태그로 #nothingwronghair에 동참하였다(Figure 7). 알록 베이드-메논은 그 외에도 젠더와 페미니즘에 관련한 책의 내용을 발췌하여 팔로워들과 공유하고, 직접 자신의 인스타그램 라이브 스트리밍으로 강연을 하며 페미니즘과 젠더 등 다양성 인식변화를 위해 앞장서고 있다. 더불어 알록 베이드-메논은 여성 인권뿐만 아니라 흑인 인종차별에도 적극적으로 나서는 모습을 보였다. 2020년 미국에서 조지 플로이드 인종차별 사건이 발생하였을 때도 적극적으로 인종차별에 반대하는 활동을 펼친 바 있다.

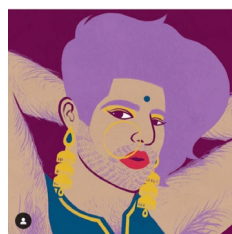


Figure 6. 체모에 대한 인식제고를 위한 노력. From Aolkvmenon. (2019). <https://www.instagram.com>



Figure 7. 팔로워의 #Nothingwronghair에의 동참 독려. From xaddy.xerxes. (2020). <https://www.instagram.com>

#### 4. 사회자본으로서의 영향력 발휘

인스타그램을 통해 표현된 알록 베이드-메논의 타인과 구별되는 취향과 정체성은 다른 사람들의 선망과 모방의 대상이 되고 이는 일종의 사회자본의 역할을 한다. 인플루언서들은 소셜미디어 안에서 형성되는 개인과 개인, 개인과 기업의 관계와 상호작용으로 이어가는 신뢰감으로 사회적 자본(social capital)을 형성한다(Kim, 2014). 인플루언서의 많은 팔로워로 형성된 사회적 자본은 기업의 입장에서선 잠재적 고객의 척도로 판단되므로 기업은 인플루언서가 브랜드를 홍보할 수 있도록 후원한다(Chung, 2022). 인스타그램을 통한 알록 베이드-메논의 젠더 인식변화를 위한 활동은 팔로워들의 지지와 공감을 얻어 팔로워 수는 증가했으며 그 영향력도 확장되었다. 주로 자신의 인스타그램에서 젠더 인식변화를 위해 활동하였던 알록 베이드-메논은 런웨이와 잡지 커버, 에디토리얼 등 주류 패션 35회를 비롯하여 젠더 이슈를 다루는 인터뷰, 뉴스, 포럼 등에 152회 참석하며 젠더 인식의 변화에 앞장서는 모습을 보여 왔다. 예컨대 베이드-메논은 2022년 S/S 뉴욕 바체바(Batsheva) 컬렉션에 크로스 드레싱을 한 모델로 런웨이에 등장하였다(Figure 8). 베이드-메논은 2016년 젠더리스 스타일의 자신의 브랜드를 론칭하여 직접 제품을 착용한 사진을 인스타그램에 소개하였고, 다른 브랜드 제품을 젠더리스 스타일로 스타일링하여 소개하기도 하였다. 또한 젠더 정체성과 관련한 여러 권의 책을 출간하였는데, 시집 『Femme in public』(2017)과 에세이 『Beyond the gender binary』(2020), 『Your wound, my garden』(2021)을 인스타그램에 홍보하였다. 이러한 활동으로 알록 베이드-메논은 2019년 ‘On fashion’s genderless future’라는 주제로 열린 『BoF voices 2019』에 참석하여 젠더 정체성과 젠더리스 스타일에 대해 강연하며 젠더 인식변화를 도모하였다(Kent, 2019). 2021년 베이드-메논



Figure 8. 런웨이에 등장한 알록 베이드-메논.  
From Aolkvmenon. (2021).  
<https://www.instagram.com>



Figure 9. 매종 발렌티노 쇼에 참석한 알록 베이드-메논.  
From Aolkvmenon. (2022).  
<https://www.instagram.com>

은 자신의 인스타그램 계정을 비즈니스 계정으로 전환하여 자신의 책을 비롯하여 티셔츠, 가방 등의 제품을 판매하였고, 2021년 11월에는 인스타그램 계정을 통해 트랜스젠더 수술비 후원금 모금 운동을 펼쳤다. 초기에는 알록 베이드-메논은 크로스 드레싱을 위하여 직접 브랜드를 론칭하여 여성복을 입고 사진을 공유하였지만, 점차 자신의 영향력이 커짐에 따라 2022년에는 오프닝 세레모니(Opening Ceremony), 마르니(Marni), 발렌티노(Valentino) 등의 주류 브랜드로부터 여성복을 협찬 받아 크로스 드레서로서 젠더 다양성을 위한 활동을 펼치고 있다. <Figure 9>는 2022년 10월 파리에서 열린 발렌티노 패션쇼에 참석한 사진이다. 베이드-메논은 발렌티노의 쇼킹 핑크 룩으로 진한 메이크업과 제모하지 않은 신체, 그리고 크로스 드레싱을 한 모습으로 등장하였다. 이렇게 알록 베이드-메논은 인스타그램을 통해 젠더 인식변화를 위한 다양한 활동을 펼치고 있으며, 이러한 활동은 팔로워들의 동조와 지지를 받아 확산되었다. 이는 이렇게 형성된 베이드-메논의 사회자본을 바탕으로 그는 주류 매체 및 주류 패션에 등장하여 영향력을 더욱 확대하였다.

이상에서 살펴보았듯이, 알록 베이드-메논은 이

분화된 성에 저항하며, 젠더 인식의 변화를 위한 활동을 펼쳐왔다. 베이드-메논은 고정화된 성 관념에 저항하는 해시태그와 크로스 드레싱 이미지를 인스타그램에 공유하였다. 또한 페미니즘 운동의 일환으로 제모에 대한 고정관념에 대한 인식변화를 유도하는 #nothingwronghair를 전개하였다. 알록 베이드-메논은 많은 팔로워로부터 호응을 얻어 영향력 있는 인플루언서로 자리매김하였다. 베이드-메논은 자신의 브랜드와 책을 홍보, 그리고 브랜드의 후원을 받아 가며 상업적 활동을 이어 나갔고, 주류 패션과 매체에도 등장했다. 알록 베이드-메논은 여전히 인스타그램을 통해 이분화된 성에 저항하며 젠더 인식변화를 위한 노력을 펼치고 있다.

## V. 결론 및 제언

최근 패션계에서는 남성과 여성의 이분법적 성 구분에서 벗어난 젠더 플루이드 패션이 화제이다. 젠더리스, 젠더 플루이드 등의 고정화된 성 관념에서 벗어난 스타일을 표현하는 배우, 뮤지션들이 주목받고 있으며 패션산업에서도 이를 반영하여 다양한 젠더가 주류 패션 이미지에 등장하고 있다. 그 동인으로 소셜미디어의 영향이 크다고 볼 수 있는데, 그동안 주목받지 못했던 다양한 젠더 정체성의 비주류들은 소셜미디어를 통해 젠더 인식변화를 위한 다양한 활동을 펼치고 있다. 소외되었던 이들의 스타일과 다양한 젠더 인식변화를 위한 활동은 많은 팔로워들에게 공감을 얻었으며 영향력을 발휘하고 있다. 이에 본 연구에서는 소셜미디어에 나타나는 젠더 다양성을 위한 움직임을 분석하였다. 특히 트랜스젠더 여성으로서 인스타그램을 통해 해시태그와 이미지 등으로 활발한 활동을 펼치고 있는 알록 베이드-메논을 집중 분석하였다. 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정생성 일로부터 최근까지 약 8년간의 인스타그램 활동을

텍스트마이닝과 아카이브 분석을 병행한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 알록 베이드-메논은 인스타그램 해시태그를 공유로 이분화된 기존의 성 관념에 저항하며 젠더 다양성 인식변화를 위한 활동을 펼쳤다. 알록 베이드-메논의 인스타그램 계정을 워드클라우드 분석 결과 ‘degenderfashion’, ‘beyondthegenderbinary’, ‘blacktranslivesmatter’, ‘nyfw’, ‘femmeinpublic’ 등이 뚜렷하게 나타났다. 알록 베이드-메논은 해시태그를 통해 고정화된 생물학적 성 인식에 도전하며 젠더 다양성을 위해 앞장섰다.

둘째, 알록 베이드-메논은 크로스 드레싱 이미지를 공유하며 젠더 인식변화를 유도하였다. 트랜스젠더 여성 메논은 직접 자신의 브랜드를 론칭하여 크로스 드레싱을 하거나, 타 브랜드 의류제품을 크로스 드레싱으로 접근한 스타일링, 과거 남성에게 볼 수 없었던 진한 메이크업 등을 인스타그램에 공유하며 개인의 외양은 정해진 생물학적 성에 의해 결정되는 것이 아니라 자신의 젠더 정체성에 따라 선택하는 것임을 보여주고 있다. 더불어 크로스 드레싱으로 잘 알려진 인플루언서를 소개하거나 젠더리스 스타일로 잘 알려진 유명인을 만난 사진을 공유하기도 하였다.

셋째, 트랜스젠더 여성으로서 알록 베이드-메논은 페미니즘 운동의 일환인 #nothingwronghair 활동을 펼쳤다. 인스타그램을 통해 체모가 인종을 분류하기 위함을 밝히고, 특히 여성들의 제모는 백인 남성들이 인종에 대한 불안을 중재하는 방법으로 위생 및 여성의 건강을 위한 것이 아닌 문화 인종차별주의임을 알리며 팔로워들에게 제모하지 않은 이미지를 공유하는 #nothingwronghair 활동의 참여를 독려했다. 알록 베이드-메논은 여성 인권 뿐만 아니라 흑인 인종차별에도 적극적으로 나서는 모습을 보였다.

넷째, 인스타그램을 통해 전개된 알록 베이드-메논의 젠더 다양성을 위한 활동은 많은 이들에게

공감과 지지를 얻었으며 많은 팔로워 수와 함께 사회자본을 형성하였다. 알록 바이드-메논은 자신의 인스타그램 계정에 자신이 집필한 젠더와 관련한 에세이, 시집 등을 소개하였고, 자신의 컬렉션의 의류제품 및 서적 등을 인스타그램 계정으로 판매하였다. 젠더 인식변화를 위한 알록 바이드-메논의 활동은 인스타그램에서 확장되어 주류 매체 및 주류 패션에도 등장하였다. 2022년부터는 주류 패션 브랜드로부터 협찬을 받아 크로스 드레싱 활동을 이어 나가고 있다.

본 연구는 알록 바이드-메논의 약 8년간의 소셜 미디어 해시태그를 비롯한 데이터를 분석함으로써 젠더 다양성을 위한 양상과 흐름을 분석했다는 데에서 의의가 있다. 또한 과거 일부 의식 있는 패션 디자이너, 사진작가, 모델 등의 패션산업 내부 종사자들에 의해 이루어졌던 젠더 인식변화를 위한 움직임이 소셜미디어를 통하여 젠더 인식변화에 관심 있는 누구나 그 주체가 될 수 있음을 알 수가 있었다. 본고는 최근 더욱 세분화되어 표현되는 젠더리스 및 젠더 플루이드 스타일 경향 등 젠더 다양성을 이해하고 예측하는 데 도움이 될 것이라 사료된다. 한편 본 연구는 젠더 다양성 인식변화를 위해 활동하고 있는 트랜스젠더 여성 한 인물의 계정을 분석했다는 데에서 연구의 한계점을 갖는다. 후속 연구로 트랜스젠더 여성에서 나아가 다양한 젠더 정체성을 가진 인플루언서들의 젠더 인식변화를 위한 움직임에 대한 연구를 제안한다.

## References

- Aolkvmenon. (2019, April 29). 체모에 대한 인식제고를 위한 노력. *Instagram*. Retrieved January 20, 2023, from <https://www.instagram.com/p/Bw0AhRqH5pF/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>
- Aolkvmenon. (2021, September 12). 런웨이에 등장한 알록 바이드-메논. *Instagram*. Retrieved January 20, 2023, from <https://www.instagram.com/p/CTs1i7qP2LN/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>
- Aolkvmenon. (2022, October 7). 메종 발렌티노 쇼에 참석한 알록 바이드-메논. *Instagram*. Retrieved January 20, 2023, from <https://www.instagram.com/p/CjZl9kAuKhQ/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>
- An, K. (2018). A study on the characteristic of genderless expressed in modern man's fashion collection. *The Journal of Humanities and Social Science*, 9(4), 1543-1556. doi:10.22143/HSS21.9.4.107
- BOF Team., & McKinsey & Company. (2023, January 3). The 10 themes that will define the fashion agenda in 2023. *BOF*. Retrieved January 20, 2023, from <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/the-state-of-fashion-2023-report-industry-forecast-global-outlook-executives/>
- Bourdieu, P. (2005). *Distinction* (Choi, J. C., Trans.). Seoul: Seamugyul. (Original work published 1990)
- Butler, J. (2016). *Gender trouble* (Cho, H. J., Trans.). Paju: Munhakdongne Publishing. (Original work published 1990)
- Choi, J.-E., & Moon, Y.-K. (2020). Expressive characteristics of make-up based on genderless fashion design in the 2020 S/S collection. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 22(2), 71-85. doi: 10.30751/kfcd.2020.22.2.71
- Chung, S. (2022). *Fashion activism on social media: Focused on diversity*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Chung, S., & Yim, E., & Suh, S. (2018). Genderless styles in menswear analyzed through the Heterotopia concept. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42(4), 626-638. doi:10.5850/JKSCT.2018.42.4.626
- Enninfu, E. (2022, September 15). Timothée Chalamet is British Vogue's first solo male cover star. *British Vogue*. Retrieved September 15, 2022, from <https://www.vogue.co.uk/news/article/timothee-chalamet-british-vogue-october-2022>
- Entwistle, J. (2013). *The fashioned body* (Choi, K. H., Trans.). Seoul: Hansung University Press. (Original work published 2000)
- Feierabend, P. (2000). *Moda: Il secolo degli stilisti 1900-1999*. Milan: Konemann
- Giddens, A., & Sutton, P. (2018). *Sociology* (Kim, M. S., Kim, Y. H., Park, G. S., Song, H. G., Shin, K.-Y., Yoo, H. J., & Chung, S. H., Trans.). Seoul: Eulyoo publishing. (Original work published 2017)
- Giddens, A., & Sutton, P. (2020). *Key concepts in sociology* (Kim, B. S., Trans.). Paju: Dongnyok Publishing. (Original work published 2017)
- Gottlieb, I. (2020). *Beautiful gender* (Noh, J. Y., Trans.). Seoul: Kachi Publishing. (Original work published 2019)
- Heo, J., & Lee, E.-J. (2019). Analysis of fashion brand evaluation using big data: Focusing on Gucci brand. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(6), 38-51. doi:10.7233/jksc.20

- 19.69.6.038
- Jobling, P., & Nesbitt, P., & Wong, A. (2022). *Fashion, identity, image*. London: Bloomsbury Publishing
- Jun, C., & Seo, I. W. (2013). Analyzing the bigdata for practical using into technology marketing: Focusing on the potential buyer extraction. *Journal of Marketing Studies*, 21(2), 181-203.
- Kaise, S. (2012). *Fashion and cultural studies*. New York: BERG.
- Kedves, J. (2013). *Talking fashion: From Nick Knight to Raf Simons in their own world*. Munich: Prestel.
- Kent, S. (2019, November 22). BoF voices day 2: The shape of things to come. *BoF*. Retrieved September 15, 2022, from <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/voices-wrap-up/>
- Kim, H. K. (2020). A study on the genderless trend of cosmetics brand. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 18(3), 205-214. doi:10.18852/bdak.2020.18.3.205
- Kim, K. Y., & Kim, J. S., & Ha, J. S. (2018). Analysis of gender identity expressed in perfume fashion films: Focused on Judith Butler's gender performativity theory. *Journal of Fashion Design*, 18(3), 93-109. doi:10.18652/2018.18.3.6
- Kim, Y. J. (2014). Chapter 7. 소셜미디어와 새로운 서비스. In Cho, S. S, Lee, S. J., Lee, M. N., Jung, H. K., Jung, I. S.(Eds), *뉴미디어, 뉴커뮤니케이션* [New media new communication: Social media & new service](pp. 175-202). Seoul: Ewha University Press.
- Kim, J., & Lee, Y. (2016). Expressive characteristics of genderless style appeared in contemporary women's fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 24(6), 903-919. doi:10.7741/rjcc.2016.24.6.903
- Kim, M. J. (2013). *복식미학* [Aesthetics in dress: New perspectives on fashion & fashion thinking]. Paju: Gyomoon Publishers.
- Laver, J. (2020). *World of art: Costume and fashion*. London: Thames & Hudson.
- Lorber, J. (2012). *Gender inequality: Feminist theories and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Markbryan911. (2022, July 8). 여성 복식을 즐겨입는 마크 브라이언. *Instagram*. Retrieved January 20, 2023, from <https://www.instagram.com/p/Cft3brvIYOo/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>
- Mauriès, P. (2017). *Androgune: Fashion+gender*. London: Thames& Hudson.
- Perrot, P. (2007). *(Les) dessus et les dessous de la bourgeoisie* [Bourgeois society and fashion] (Lee, J. H., Trans.). Seoul: Hyunsil Culture Studies. (Original work published 1981)
- Rouse, E. (2003). *Understanding fashion* (Lee, J. H., Trans.). Seoul: Sizirak Publishing. (Original work published 1989)
- Simmel, G. (2006). *Simmel's Modernity*(Kim, D. Y., & Yoon, M. R., Trans.). Seoul: Seamugyul. (Original work published 1981)
- Stryker, S. (2016). *Transgender history: History of transgender people in the United States* (Jay., & Ruin., Trans.). Seoul: Imaginepub. (Original work published 2008)
- Thomquist, C. (2018). The fashion condition: Rethinking fashion from its everyday practices. *Fashion Practice*, 10(3), 289-310. doi:10.1080/17569370.2018.1507147
- Valentin, M. M. (2022). *Fashion identity: Status ambivalence in contemporary fashion*. London and New York: Bloomsbury Academic.
- Yan, X., & Kim, H.-J. (2023). Genderless trends in modern fashion. *Journal of Digital Convergence*, 20(4), 499-512. doi:10.14400/JDC.2022.20.4.499
- Yoo, H. S. (2007). A Study on genderless in fashion products for Korean apparel industry: Centering on a woman's dress. *Journal of Korean Traditional Costume*, 10(3), 52-72.
- Xaddy.xerxes. (2020, August 31). 팔로워의 #Nothingwronghair에의 동참 독려. *Instagram*. Retrieved January 15, 2023, from <https://www.instagram.com/p/CEjjLWthNZG/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>

## **Movement for Gender Diversity on Social Media**

### **- Analysis of Instagram Account of Transgender Alok Vaid-Menon -**

**Chung, Soojin · Yim, Eunhyuk<sup>+</sup>**

Adjunct professor, Dept. of Fashion Design, Baewha Women's University

Professor, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University<sup>+</sup>

### **Abstract**

This study is to analyze the movement for gender diversity in social media. Hence, the purpose of this study is to investigate the relationship between fashion and gender, and to examine gender fluidity that is increasing in the recent fashion industry. For this purpose, text-mining analysis was conducted on the Instagram account of Alok Vaid-Menon who is engaged in various activities for gender awareness as a transgender woman. The research findings are as follows: First, Alok Vaid-Menon's the movement to increase gender awareness through Instagram was developed along with hashtags such as #degenderfashion and #beyondthegenderbinary that signify gender diversity. Second, Alok Vaid-Menon made efforts to change gender stereotypes by sharing images of cross-dressing such as dresses, skirts, colorful prints and colors, makeup, and accessories, while breaking away from the dichotomous concept of gender. Third, as a transgender woman, Alok Vaid-Menon promoted #nothingwronghair as part of her feminist movement, informed that hair removal was cultural racism, and encouraged her followers to participate. In addition, she engaged not only in changing gender awareness, but also in movements for women's rights and anti-racial discrimination. Fourth, Alok Vaid-Menon's social media activities were supported by many followers and built a huge fan-ship, which served as a social capital for her. Accordingly Alok Vaid-Menon's activities have expanded into mainstream media and fashion industry as well. This research is significant in understanding the development and flow of Alok Vaid-Menon's activities for gender diversity, ultimately in predicting its influence and direction.

Key words : genderless, gender diversity, transgender, Instagram, Alok Vaid- Menon

