

 <p>정치하는엄마들 www.politicalmamas.kr</p>	보도자료		
	보도일시	2019. 10. 22. 화	
	담당	강미정 활동가	010-9995-5245
	배포일시	2019. 10. 22. 화	총 5매 (붙임 0매)

6개 대형 온라인쇼핑몰의 장난감 분류방식의 성중립으로의 변화, 엄마들이 이끌었다!

- ▲ 13개 대형 온라인쇼핑몰 실태조사 결과, 7개 업체에서 남아용/여아용 장난감 구분 및 ‘엄마놀이’ 등 성차별적 상품분류 실태 확인
- ▲ 장난감 성별 구분 및 ‘엄마놀이’ 명칭에 대해 해당업체에 시정 요청.
- ▲ 토이저러스를 제외한 6개의 업체 모두 시정 또는 일부 시정 및 조속한 시정을 약속

□ 혐오·차별미디어 아카이빙프로젝트 ‘핑크노모어(www.pinknomore.org)’를 진행 중인 정치하는엄마들 미디어감시팀은 ‘일부 쇼핑몰의 남아용/여아용 장난감 분류방식이 아이들에게 성역할 고정관념을 심어주고 있다’는 제보가 잇따라, 지난 9월 국내 13개 대형 온라인쇼핑몰들을 대상으로 실태조사를 벌인 결과 7개의 쇼핑몰에서 ‘성별에 따른 장난감 분류’ 및 ‘엄마놀이’ 등 성차별적 카테고리가 사용하고 있음을 확인했다.

□ 장난감을 성별에 따라 구분하지 않고 ‘엄마놀이’ 카테고리를 사용하지 않는 쇼핑몰은 △쿠팡 △위메프 △티몬 △G마켓 △11번가 △쇼핑하우 이상 6개 업체였고, 나머지 7개 업체 △토이저러스 △신세계몰 △이마트몰 △트레이더스 △지에스샵 △홈플러스 △네이버쇼핑의 장난감 진열 방식에서 성차별적인 요소를 발견했다.

국내 13개 대형 온라인 쇼핑몰의 장난감 성별 구분 및 엄마놀이 항목 유무			
no.	대형온라인쇼핑몰	남아/여아 구분 항목	엄마놀이 항목
1	토이저러스	있음	있음
2	신세계몰	있음	있음
3	네이버쇼핑	없음	있음
4	이마트몰	있음	없음
5	지에스샵	없음	있음
6	트레이더스	있음	없음
7	홈플러스	있음	없음
8	11번가	없음	없음
9	쇼핑하우	없음	없음
10	위메프	없음	없음
11	지마켓	없음	없음
12	쿠팡	없음	없음
13	티몬	없음	없음

조사기간: 2019.10
조사자: 정치하는엄마들 핑크노모어팀

□ 장난감을 남아용/여아용으로 나누는 것은 잘못된 성역할 고정관념을 확대 재생산하는 엄연한 성차별이다. ‘여아용 장난감’ 항목을 살펴보면 가사·육아·돌봄노동을 모사한 소꿉놀이 장난감들과 아동용 화장품 등 외모를 가꾸는 장난감이 주를 이룬다. ‘남아용 장난감’의 경우 로봇, 자동차, 총, 팽이 등이 나열되어 있다.

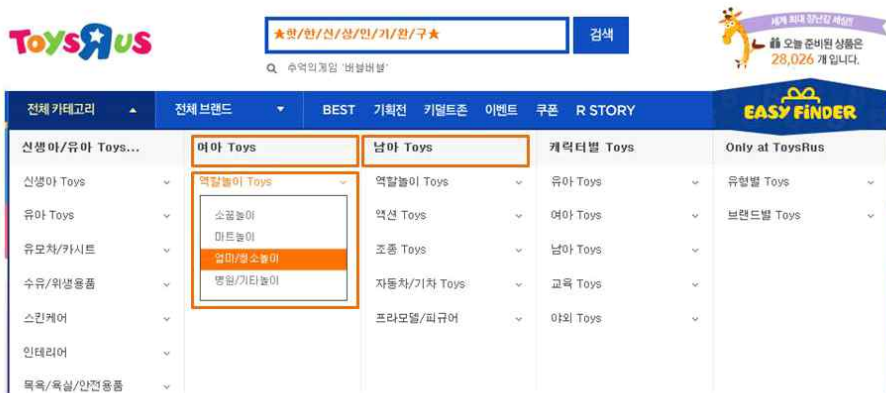
1)젠더화 된 장난감의 폐해는 많은 연구를 통해 드러난 바 있다. 장난감을 통해 주입되는 성역할과 성별 분업은 아이의 관심분야를 제한하고, 자기 고유의 즐거움을 은폐하도록 만든다. 놀이를 통해 다양한 삶의 기술을 배울 수 있는 기회도 차단한다. 영국의 엔지니어 키 오누라의 조사에 따르면 엔지니어링 학위를 가진 영국 여성의 비율이 30년 전 12%에서 2014년 8%로 떨어졌다. “사회가 장난감을 통해 ‘과학, 기술, 건축 같은 건 여자아이들 것이 아니야’ 라는 메시지를 지속적으로 준 결과” 라는 게 그의 주장이다.

또한 시장보고, 밥하고, 빨래하고, 아이를 돌보고, 환자를 간호하는 가사노동자의 활동을 모사한 장난감들을 ‘엄마놀이’ 항목으로 진열 판매하는 것 역시 성역할 고정관념이다. 이러한 분류는 아이들로 하여금 가사와 돌봄이 여성에게만 부여된 성역할이라는 점을 내면화하는데 일조한다. 가사, 육아, 돌봄은 엄마, 아빠 뿐 아니라 모든 가족구성원이 분담해야 할 일이지, 여성 양육자만의 역할이 아니다. 영유아기에 형성된 고정관념은 더욱 바뀌기 어렵기 때문에 장난감의 문제는 결코 가볍지 않다.

□ 이에 정치하는엄마들 미디어감시팀은 10월 7일과 8일 이틀에 걸쳐 상기 7개의 온라인쇼핑몰에 성차별 요소의 시정을 요청하는 공문을 발송했다. 아이들에게 장난감을 판매하는 업체들에게도 아이들에게 성평등한 놀이환경을 제시해야 하는 사회적 책임이 있다. 이미 선진국에서는 성중립이 하나의 마케팅 트렌드이고, 영유아와 관련한 산업에서는 그 중요도가 커지는 추세다. 지난 2016년 아마존, 디즈니, 타깃 등 미국의 유통업체들에서 성별 표기가 사라졌고, 영국 내 주요 유통업체 중 부츠(Boots), 존 루이스(John Lewis) 등도 ‘남자 장난감, 여자 장난감’ 표시를 없앴다.

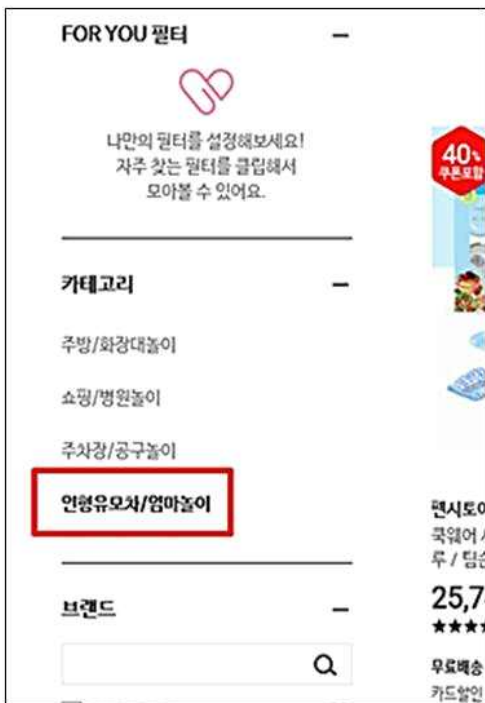
□ 답변을 취합할 결과 롯데쇼핑의 장난감전문쇼핑몰 토이저러스를 제외한 6개 업체가 시정 또는 조속한 시정예정을 통보했다. 쇼핑몰 별 시정내용은 아래와 같다. 이번 조사에 참여한 강미정 활동가는 “정말 기쁘다. 장난감을 성별로 구분하지 말라! 아이들의 미래를 성별로 규정하지 말라는 엄마들의 목소리가 성평등 사회를 일구는 소중한 씨앗이 되었다. 변화에 적극 동참한 기업들도 감사하다.” 라고 소감을 밝혔다.

△ 토이저러스 시정하지 않음



1) 한국일보 “여자에도 터닝메카드 좋아하거든요” 장난감의 성 정치학(2016.02.05.)

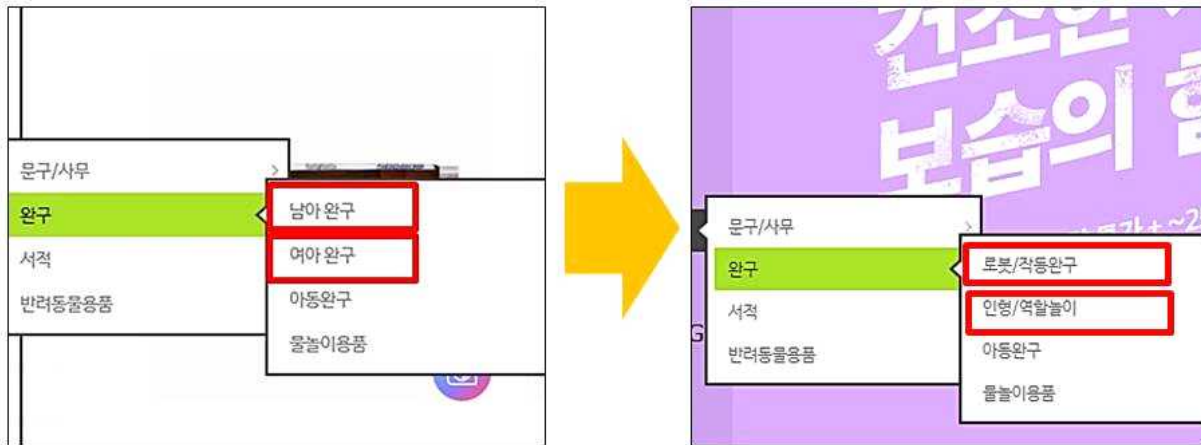
△ 신세계몰은 ‘성별추천완구 > 남아추천/여아추천’ 항목을 ‘베스트완구 > 로봇/작동완구, 인형/역할놀이’로 변경했으나 역할놀이/소꿉놀이의 ‘엄마놀이’ 항목은 그대로 유지하였다.



△이마트몰은 여아/남아 항목의 명칭을 ‘아동완구’로 변경하고 세부항목 여아/패션인형, 여아악세사리를 각각 ‘패션인형’과 ‘장난감악세사리’로 변경하였으나, 남아장난감은 그대로 유지하였다.



△트레이더스는 남아완구/여아완구 항목명칭을 각각 ‘로봇/작동완구’와 ‘인형/역할놀이’로 변경했다.



△ 지에스샵은 ‘엄마놀이’ 카테고리를 ‘엄마/아빠놀이’로 변경하였다.

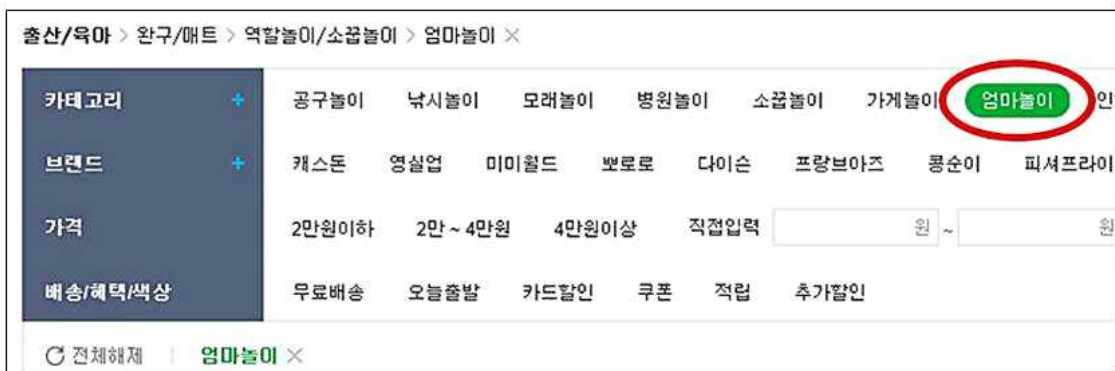


△홈플러스는 오는 10월 31일까지 성별 구분이 아닌 기능 및 브랜드 중심으로 변경 완료할 것으로 통보했다.

주방/일회용품	크레파스/미술/서예
베이비/출산용품	음악/공작/스티커
수납/가구/홀데코	파티/쇼핑백/포장/
침구/수예	유아서적
반려용품/취미	유아완구
문구/완구	여아완구/인형
스포츠/자동차	남아완구
의류/언더웨어	레고/보드게임/스포
잡화/슈즈	건전지
가전/디지털	

(변경 전 상태)

△네이버쇼핑은 역할놀이/소꿉놀이 항목의 ‘엄마놀이’를 ‘가사놀이’로 변경할 예정이라고 통보했다.



(변경 전 상태)