



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位 請求論文

指導教授 玄 殷 子

크리에이터의 성별에 따른
유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠
및 댓글 분석

成均館大學校 一般大學院

兒童·靑少年學科

李 炫 政

碩士學位 請求論文

指導教授 玄 殷 子

크리에이터의 성별에 따른
유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠
및 댓글 분석

An Analysis on YouTube Kids Channel Play Contents
and Reply according to the Gender of the Creator

成均館大學校 一般大學院

兒童·靑少年學科

李 炫 政

碩士學位 請求論文
指導教授 玄 殷 子

크리에이터의 성별에 따른
유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠
및 댓글 분석

An Analysis on YouTube Kids Channel Play Contents
and Reply according to the Gender of the Creator

이 論文을 文學 碩士學位請求論文으로 提出합니다.

2018 年 4 月 日

成均館大學校 一般大學院

兒童·靑少年學科

李 炫 政

이 論文을 李炫政의 文學
碩士學位 論文으로 認定함

2018 年 6 月 日

審査委員長

審査委員

審査委員

목 차

제1장. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구 문제	7
3. 용어의 정의	8
3.1. 유튜브 키즈 채널	8
3.2. 놀이 콘텐츠	8
3.3. 놀이	9
3.4. 놀잇감	10
3.5. 댓글	10
제2장. 이론적 배경	11
1. 아동과 미디어	11
1.1. 아동의 디지털·모바일기기 및 미디어 이용 현황	11
1.2. 미디어 효과이론	12
1.3. 미디어의 영향에 대한 선행 연구	15
2. 모바일 시대의 놀이	16
2.1. 아동의 놀이	16
2.2. 모바일 시대의 놀이	21
3. 아동의 놀이, 미디어, 성	25
3.1. 성별에 따른 아동의 놀이	25
3.2. 미디어와 성역할 고정관념	27
4. 미디어 콘텐츠와 댓글	30

제3장. 연구 방법	36
1. 연구 대상	36
1.1. 연구대상 놀이 콘텐츠	36
1.2. 콘텐츠에 대한 댓글	38
2. 연구도구	39
2.1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠의 기본 정보	39
2.2. 놀이	40
2.3. 놀잇감	44
2.4. 댓글	47
3. 연구절차	50
3.1. 예비연구	50
3.2. 본 연구	51
4. 자료 분석	51
 제4장. 연구 결과	 52
1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠	52
1.1. 놀이의 행동특성적 유형	52
1.2. 놀이 유형	54
1.3. 놀잇감 유형	57
1.4. 놀잇감의 성유형적 특성	59
2. 유튜브 키즈 채널 댓글	61
 제5장. 논의 및 결론	 63

1. 논의	63
2. 결론 및 제언	74
〈참고문헌〉	78
〈부록〉	94
〈Abstract〉	129

표 목 차

<표 1> 선행연구에 나타난 놀이 유형 분류	18
<표 2> 선행연구에 나타난 댓글 유형 분석틀	33
<표 3> 연구 대상 채널 목록	37
<표 4> 기본 정보 분석틀	39
<표 5> 놀이 분석 틀	40
<표 6> 놀이의 행동특성적 유형 분석틀	41
<표 7> 놀이 유형 분석틀	43
<표 8> 놀잇감 분석틀	44
<표 9> 놀잇감 유형 분석틀	45
<표 10> 놀잇감의 성유형적 특성 분석틀	47
<표 11> 댓글 유형 분석틀	48
<표 12> 놀이의 행동유형적 특성 연구 결과	52
<표 13> 놀이 유형 연구 결과	54
<표 14> 놀잇감 유형 연구 결과	58
<표 15> 놀잇감의 성유형적 특성 연구 결과	59
<표 16> 댓글 유형 연구 결과	61

논문요약

크리에이터의 성별에 따른 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠 및 댓글 내용 분석

유튜브(Youtube)는 오늘날 많은 아동들이 향유하는 영상 플랫폼으로, 특히 키즈 채널은 주 소비자 및 수용자인 아동들에게 큰 영향을 미치고 있다. 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 행동특성적 유형과 놀이 유형, 놀잇감 유형, 놀잇감의 성유형적 특성과 댓글 유형을 분석하여 크리에이터의 성별에 따라 차이가 있는 지 알아보고자 하였다.

연구의 목적에 따른 연구 문제는 다음과 같다.

1. 크리에이터의 성별에 따른 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에는 차이가 있는가?

1-1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 행동특성적 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

1-2. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

1-3. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 다루고 있는 놀잇감 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

1-4. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 다루고 있는 놀잇감의 성유형적 특성은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

2. 크리에이터의 성별에 따라 댓글 내용에서 차이가 있는가?

연구를 위해 유튜브 키즈 채널 중 여성 크리에이터의 채널 3개, 남성 크리에이터의 채널 3개를 선정하였다. 연구 문제1을 위해 각 채널의 영상을

순위대로 나열하고 연구에 적합하지 않은 영상을 제외한 뒤 채널 별로 100개씩 총 600개의 영상을 선정하였다. 연구 문제2를 위해서는 채널 별로 상위 10개 영상의 댓글을 순위대로 나열하여 영상 별로 상위 50개씩, 총 3,000개의 댓글을 분석하였다. 체크리스트는 선행연구를 수정 및 보완하여 완성하였으며, 분석된 자료는 SPSS 21.0 프로그램을 통해 빈도분석과 카이제곱검정을 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 여성 크리에이터의 영상보다 남성 크리에이터 영상에서 실외 놀이, 동적 놀이, 대근육 놀이의 비율이 높게 나타났다. 놀이의 행동특성적 유형의 분포는 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있었다.

둘째, 여성 크리에이터는 남성 크리에이터보다 역할놀이와 그리기/꾸미기를, 남성은 여성보다 게임, 경쟁놀이, 장난을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 놀이 유형 중 역할 놀이, 게임, 경쟁 놀이를 포함하는 사회적 놀이, 만들기와 그리기/꾸미기를 포함하는 구성 놀이, 신체 놀이, 언박싱, 장난이 포함되어 있는 기타 놀이의 분포는 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있었고, 요리 놀이와 과학 실험이 포함되어 있는 과학 놀이에는 유의한 차이가 발견되지 않았다.

셋째, 여성 크리에이터는 남성 크리에이터보다 모형 장난감과 생산적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀았고 남성 크리에이터는 여성 크리에이터보다 게임과 실제적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀았다. 놀잇감 유형의 분포는 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있었다.

넷째, 여성 크리에이터는 여성적 놀잇감을, 남성 크리에이터는 남성적 놀잇감을 각각 상대방보다 더 많이 가지고 놀았다. 이 때 여성 크리에이터는 남성적 놀잇감도 여성적 놀잇감과 비슷한 비율로 가지고 놀았지만, 남성 크리에이터는 여성적 놀잇감을 거의 가지고 놀지 않은 것으로 나타났다. 놀잇감의 성유형적 특성은 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있었다.

다섯째, 여성 크리에이터의 댓글 중에는 제작자반응형과 자기발언형이, 남성

크리에이터의 댓글 중에 영상반응형이 각각 상대방 보다 더 많았다. 놀이 콘텐츠의 댓글 분포 반응형 댓글과 기타 댓글 모두 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있었다.

주제어 : 유튜브 키즈 채널 , 성차 , 놀이 , 놀잇감 , 댓글

제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 몇 년간 한국의 인터넷 세상은 성별 간 갈등에 대한 논쟁으로 뜨겁다. 2015년 ‘메갈리아’ 사이트가 등장한 이래로 인터넷 상에서 특히 성차별과 여성혐오에 대한 담론이 두드러졌는데, 많은 네티즌들은 이에 대해 자신의 의견을 펼치고 다른 사람들과 토론을 이어가며, 때로는 서로 욕설과 인신공격이 난무하는 상황이 도래하기도 한다. 김수아(2015)는 ‘온라인상의 여성 혐오 표현’을 주제로 여성주의적인 미디어리터러시 교육의 필요성을 제기하였고, 윤여진(2015)은 드라마, 예능 등 다양한 미디어에 나타난 성 고정관념을 지적한바 있다. 김수아, 김세은(2016)은 대표적인 SNS인 페이스북의 여성혐오 페이지를 분석하였으며, 정인경(2016)은 현 시대 우리나라에 나타나는 여성혐오의 새로운 점을 포스트페미니즘이라는 시대 규정 속에서 다루었다. 앞서 이루어진 온라인상의 젠더 문제와 관련된 연구들은 포털사이트나 SNS에 관한 것으로, 주로 성인 간의 담론이나 성인 유저들이 받는 영향에 집중하고 있었다. 그렇다면 우리 아동들은 어떨까?

먼저 현시대의 아동들이 처한 상황에 대해 살펴볼 필요가 있다. 디지털 미디어 시대는 사용자들에게 주변의 사람들뿐만 아니라 콘텐츠 자체와 상호작용할 수 있는 기회를 제공하였다. 사용자들은 텍스트, 이미지, 비디오, 오디오 파일을 공유하고 더 나아가 창의적인 방법으로 다양하게 그것들을 수정하고 창조해낸다(Palfrey & Gasser, 2016, p. 124). 디지털 네이티브(Digital Native) 혹은 M세대(Mobile Generation)라 불리며 아주 어려서부터 디지털 미디어를 접하는 오늘날의 아이들

역시 이러한 흐름에 포함되어 있다(심숙영, 2009, p. 110; Palfery & Gasser, 2016, p. 1). 아이들은 유아기부터 컴퓨터, 스마트폰 등의 각종 디지털·스마트 기기를 사용하여 정보를 검색하거나 유튜브 영상을 보면서 여가시간을 보낸다.

아동들이 특히 많이 소비하며, 보다 많은 영향을 받고 있는 것은 바로 ‘유튜브(YouTube)’, ‘아프리카 TV’ 등의 플랫폼을 통해 공유되는 동영상 콘텐츠이다. 정용찬, 김윤화, 박선영(2016)의 ‘2016년 방송매체 이용행태 조사’ 보고서를 보면 10대 중 유튜브, 아프리카TV 등 온라인 동영상 제공서비스(OTT)를 일주일에 한 번 이상 이용한 비율이 56.1%에 달했고, 2017년에 이루어진 조사에서는 10대의 58.4%가 온라인 동영상 제공서비스를 이용한 적이 있다고 답했다(정용찬, 김윤화, 김상우, 2017, p. 142). 오늘날의 아이들은 방송을 시청하는 것에서 그치지 않고 댓글을 달고 이벤트에 참여하는 등 콘텐츠 제작자와 소통하고자 하며, ‘다이아 페스티벌’ 등의 행사를 통해 현실 세계에서 유튜버들을 실제로 만나기도 한다(김유성, 2017). 한국보건사회연구원의 조사에 의하면 초등학교의 학급 당 평균 5명은 장래 희망으로 BJ를 적어 내기도 했는데(김진원, 2017), 이들 중 일부는 더 나아가 스스로 콘텐츠를 제작하기도 한다. 아동들이 직접 운영하는 ‘라임튜브’, ‘마이린TV’와 같은 채널도 큰 인기를 얻고 있으며, 2016년 다이아TV에서 개최한 ‘제 2회 키즈 크리에이터 선발대회’에는 무려 951팀이 총 1,458개의 키즈 콘텐츠를 응모하기도 하였다(김창영, 2016).

이러한 현상과 더불어 동영상을 기반으로 하는 플랫폼에서 키즈 콘텐츠의 성장이 특히 두드러지고 있는데, 대표적인 예로는 ‘캐리와 장난감 친구들(Carrie and Toys)’이 있다. ‘캐리와 장난감 친구들’은 2014년 창설된 키즈 콘텐츠 전문 동영상 제작사인 ‘캐리소프트’의 채널로, 현재는 ‘캐리TV(Carrie TV)’로 명칭을 바꾸어 모바일은 물론 TV채널로도 방영되고 있다. 진행자인 캐리는 ‘캐통령(캐리+대통령)’이라 불릴 정도로 다양한 연령대의 아동들에게 전폭적인

지지를 얻었다(송충현, 2016). ‘캐리TV’는 2018년 5월 23일 기준 약 175만(1,750,349)명의 구독자를 보유하고 있으며, 영상의 총 누적 조회 수는 약 18억(1,832,714,043)회이다. 초대 캐리인 강혜진씨의 은퇴소식에 많은 아이들이 식음을 전폐하는 일까지 생기기도 하였는데, 그는 캐리와 장난감 친구들 채널 진행자 자리에서 내려와 단독으로 ‘헤이 지니’라는 이름의 채널을 새로 개설하였다(김명희, 2017). 원조 캐리로서의 저력을 보여주듯, ‘헤이 지니’는 설립한 지 1년여밖에 되지 않았지만 약 87만 명의 구독자를 보유하고 있다. 그 밖에도 과학실험 영상을 통해 ‘초통령(초등학생+대통령)’이라는 별명을 얻은 유튜버 허팝의 채널인 ‘Heopop(허팝)’, 게이밍 영상을 주 콘텐츠로 채널을 운영하는 ‘양띵유튜브’ 등의 채널도 아동들에게 큰 인기를 얻고 있다.

이와 같은 채널들은 유튜브에 뿌리를 두고 있는 ‘1인 방송 채널’이다. 1인 방송이란 출연자 개인이 방송의 제작 및 촬영 그리고 송출까지 책임지는 형태의 방송으로(김유민, 2016, p. 28), ‘개인방송’이나 ‘1인 미디어’ 등의 용어로도 불린다. 보다 정밀하고 전문적인 기술을 요했던 기존의 방송 시스템에서 오로지 소비자로서 위치했던 대중은 인터넷의 발달로 인해 소비자인 동시에 생산자인 프로슈머(prosumer)로서 방송을 직접 제작하게 되었다. 이러한 현상은 일반 이용자의 능동적 역할 변화를 가시화시킨 UCC(User Created Content)의 등장에 뿌리를 두고 있다(이영주, 송진, 2016, p. 69).

UCC는 이용자가 직접 만든 텍스트, 이미지, 청각과 시청각 콘텐츠로(주창윤, 2010, p. 289), 그 중에서도 동영상 서비스가 주류를 이루고 있다(김유진, 이영희, 2007, p. 82). 2000년대 중반에는 일반인이 제작한 동영상이 B급 콘텐츠로 여겨져 주류로 부상하지는 못하였으나, 시간이 흐를수록 고품질의 동영상을 제작하는 개인 창작자가 생겨났고 이러한 영상을 유통할 수 있는 유튜브, 아프리카 TV 등 플랫폼이 활성화되기 시작하였다. 오늘날에는 플랫폼의 활성화와 더불어 개인 창작자들을 묶어 트래픽을 확보하고 광고를 붙여 수익을 얻는 사업자인 MCN

기업도 생겨났다(최명호, 2016, p. 64). MCN은 다중채널네트워크(Multi Channel Network)의 약자로 주로 온라인 매체를 대상으로 콘텐츠를 제작하는 창작자에게 프로그램의 기획, 제작, 마케팅, 저작권, 유통 및 사업의 전반적 또는 일부 지원을 제공하는 사업자이다(김치호, 2016, p. 168).

개인 창작자들은 개인으로, 혹은 MCN 기업에 속하여 다양한 영상 콘텐츠를 양산해 내고 있다. 그 중에서도 1인 방송을 제작하고 진행하는 개인 창작자를 ‘크리에이터(creator)’라 부르며(김유민, 2016, p. 28), 이들은 플랫폼에 따라 ‘유튜버(Youtuber)’, ‘BJ(Broadcasting Jockey)’ 등으로 불리기도 한다. 1인 방송 중에서 특히 인기를 얻고 있는 콘텐츠는 게임(게임 방송), 화장품 리뷰, 먹방(먹는 방송), 언박싱(Un-boxing) 영상 등이다. 같은 소재를 다루는 크리에이터 중에서도 연예인 못지않은 두터운 팬 층을 보유하고 있는 사람들이 있는데, 그들은 고유의 스토리텔링(storytelling)으로 많은 인기를 얻어 상당한 수익을 내고 있다. 이러한 현상에 주목하여 개인 게임 방송의 스토리텔링을 분석한 연구도 진행되었다(윤현정, 2016; 한혜원, 김서연, 2014).

그러나 이러한 유튜브의 콘텐츠가 아동들에게 교육적으로 적합하지 않다는 우려의 목소리가 커지고 있다. 2017년 3월, 유튜버 신태일은 지하철에서 라면을 끓여먹는 영상을 자신의 채널에 업로드 했다. 해당 유튜버는 초등학생들 사이에서 폭발적 인기를 모으는 유튜버로, 평소 여성혐오적 언사와 문제 행동을 담은 동영상 콘텐츠가 많아 꾸준히 지적을 받아오다가 결국 방송을 정지당하기도 하였다(문다영, 2017). 2017년 8월에는 역시 초등학생들에게 큰 인기를 얻고 있는 유튜버 김윤태가 게이밍 콘텐츠를 다루는 한 여성 유튜버가 남성을 비하했다는 이유로 그를 살해하겠다고 찾아가는 과정을 자신의 유튜브 채널에서 생중계하는 일이 벌어졌다(이지혜, 2017). 해당 영상은 게시일 3일 만에 조회수 200만이 넘었고, 이 사건으로 인해 초등학교 남학생들이 상대 여성 유튜버에 대한 비하와 욕설이 담긴 콘텐츠를 직접 만들어 올리기도 하였다. 이러한 영상을 접하고 여성혐오적

표현이나 욕설을 일삼는 학생들이 늘어나 교사들이 골머리를 앓고 있으며(여성국, 2017; 정일호, 2017), 한 초등학생은 성행위를 연상 시키는 영상, 위안부 피해자에 대한 모욕을 담은 영상 등 자극적인 콘텐츠를 직접 만들어 채널을 운영하는 등 사회적으로 다양한 문제가 야기되고 있다(채혜선, 2017).

이와 같이 표면적으로 명확히 드러나는 문제를 보여주는 콘텐츠와 동시에 콘텐츠 소비자에게 알게 모르게 영향을 미치는 콘텐츠도 있다. ‘캐리와 장난감 친구들’의 경우 크리에이터가 입는 의상이나 영상 내에서의 언행, 콘텐츠의 내용 등이 고정된 성 역할을 강조하고 있다는 점에서 비판을 받기도 하였다(장슬기, 2016). 이는 비록 특정 성별에 대한 비하, 혐오와 같이 심각하게 드러난 문제는 아니지만 아동들의 성 역할 정체감 형성에 부적절한 영향을 미칠 수 있다. 특히 유튜브 키즈 콘텐츠는 아동이 주 소비자 및 수용자이므로 영상의 주요 내용은 아동의 놀이와 밀접하게 관련되어 있다. 아동들은 이러한 영상을 하나의 문화이자 놀이로서 자연스럽게 소비하고 수용하기 때문에 더욱 위험하다고 할 수 있다.

이와 같이 영상 콘텐츠가 오늘날 아동들에게 많은 영향을 미치고 있음은 분명하다. 일부 키즈 콘텐츠에는 아동의 발달 및 교육에 적합하지 않은 내용이 포함되어 있어 교육적으로 부정적인 영향을 끼치기도 하며, 눈에 띄는 영향이 아니더라도 소비자 및 수용자가 성 역할 고정관념을 가지는데 영향을 미치기도 한다. 그러나 이에 대한 명확한 규제 방안이나 법률은 제정되어 있지 않으며, 특히 유튜브의 경우 방송통신심위원회 1인 방송 모니터링 대상에서도 제외되어 있는 것이 현실이다(뉴시스, 2017). 또한 유튜브, 1인 방송이나 크리에이터와 관련된 연구는 대부분 기술, 상업적인 측면이나 MCN과 관련된 것이고, 아동을 위한 키즈 콘텐츠에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다.

최근 고유미, 김민정(2017)과 김경철, 최우수, 고진영(2017)이 ‘캐리와 장난감 친구들’에 대한 연구를 진행하였다. 전자는 ‘캐리와 장난감 친구들’을 시청하는 유아들에게 나타나는 모방 놀이에 대한 연구이고, 후자는 ‘캐리와 장난감

친구들’의 내용을 누리과정 목표 및 5가지 영역과 관련하여 분석하였다. 그러나 두 연구 모두 하나의 채널에 국한된 연구이며, 고유미, 김민정(2017)의 연구는 콘텐츠에 대한 연구가 아니고, 김경철 등(2017)의 연구는 상위 10편의 영상에 집중된 연구였다. 본 연구에서는 선행연구에서 더 나아가 보다 다양한 채널에 대해 크리에이터의 성별에 따른 콘텐츠와 이를 통한 아동 사용자들의 반응에 초점을 맞추고자 한다.

따라서 본 연구에서는 온라인 동영상 제공 서비스 중 유튜브를 중심으로 키즈 채널의 놀이 콘텐츠를 크리에이터의 성별에 따라 살펴보고, 이에 대한 댓글의 내용을 분석하고자 한다. 본 연구를 통해 현재 많은 아동이 소비하고 있는 유튜브 키즈 채널의 놀이 콘텐츠와 크리에이터의 성별과의 관련성을 알 수 있을 것이다. 또한 이에 대한 댓글 내용의 분석은 아동들과 부모를 대상으로 하는 미디어 리터러시 교육에 대한 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

2. 연구문제

본 연구 목적에 따른 연구 문제는 다음과 같다.

1. 크리에이터의 성별에 따른 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에는 차이가 있는가?
 - 1-1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 행동특성적 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?
 - 1-2. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?
 - 1-3. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 다루고 있는 놀잇감 유형은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?
 - 1-4. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 다루고 있는 놀잇감의 성유형적 특성은 크리에이터의 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?
2. 크리에이터의 성별에 따라 댓글 유형에서 차이가 있는가?

3. 용어의 정의

3.1. 유튜브 키즈 채널

유튜브는 대표적인 인터넷 동영상 사이트로, 2015년 ‘YouTube Kids’ 라는 이름의 어플리케이션을 발매하였다. 이는 전 연령이 사용하던 기존의 앱과 별개로 아동에게 적합한 디자인과 인터페이스를 갖춘, 아동을 위한 영상을 볼 수 있는 앱이다(YouTube, 2015). 해당 앱은 아동용 콘텐츠를 프로그램, 탐색, 음악, 학습의 네 가지 카테고리로 나누어 게시하고 있다. 프로그램 카테고리에는 주로 아동을 위한 애니메이션 채널을, 탐색 카테고리에는 놀이나 게임과 관련된 채널을, 음악 카테고리에는 아동을 위한 각종 동요, 학습 카테고리에는 과학, 역사, 사회 등 학습과 관련된 콘텐츠들이 포함되어 있다. 유튜브에는 개인이 다양한 영상을 올릴 수 있는 채널이 존재하는데, 이는 마치 개인 블로그 같은 역할을 한다. 그러한 채널 중에서도 특히 아동을 주 시청자로 겨냥하거나 아동이 등장하는 영상이 업로드 되는 채널을 유튜브 키즈 채널이라 한다. 본 연구에서는 아동을 주 시청자로 겨냥하며, 성인 크리에이터가 운영하는 채널을 유튜브 키즈 채널로 보았다.

3.2. 놀이 콘텐츠

국립국어원의 표준국어대사전에 따르면 콘텐츠란 “인터넷이나 컴퓨터 통신 등을 통하여 제공되는 각종 정보나 그 내용물” 이다(표준국어대사전, 2018). 심상민(2002)은 콘텐츠를 ‘장르에 상관없이 기획이나 창작, 혹은 가공이나 개발의 주체가 분명하게 나타나 추후 저작권을 주장할 수 있는 모든 종류의 원작’ 으로 정의하였다. 이러한 콘텐츠는 문화콘텐츠, 디지털 콘텐츠, 인터넷 콘텐츠,

융합콘텐츠, 게임 콘텐츠 등 매체와 다루고 있는 내용에 따라 다양한 범주로 세분화되기도 하였다. 홍상진(2005)은 인터넷 콘텐츠를 정의하며 과거 문서의 내용이나 목차를 의미했던 콘텐츠가 현재는 “통신망이나 방송망을 타고 흐르는 각종 정보를 통틀어 일컫는 말”이 되었다고 보았다. 태지호(2014)에 의하면 콘텐츠란, “문화적 소재가 구체적으로 가공되어 매체에 체화한 무형의 결과물”이다. 이에 따라 본 연구에서 놀이 콘텐츠란, 놀이라는 문화적 소재가 구체적으로 가공되어 나타난 무형의 결과물로, 그 결과물에는 놀이 그 자체와 놀이감이 포함될 수 있다.

3.3. 놀이

본 연구에서 놀이란 유튜브 키즈 채널 영상에서 성인 크리에이터가 하는 활동을 말한다. 기존 학자들이 정리한 놀이의 특성-비 사실성, 내적 동기, 자유 선택, 과정 중심, 내부에서 부여된 규칙, 즐거움 등(이숙재, 1990, pp. 16-17)-을 떠올린다면 성인 크리에이터의 활동은 놀이와 거리가 먼 것처럼 보인다. 그 이유는 유튜브 키즈 채널에 나타나는 놀이의 주체가 성인이며, 과정보다는 결과를 중시하고, 놀이 과정을 촬영해 채널에 올림으로서 수익을 창출하기 때문이다. 그러나 조아라(2017)는 키덜트와 관련된 그의 연구에서 역사적으로 놀이가 아동의 전유물로 여겨진 점을 지적하며, 재-개념화를 통해 키덜트를 “풍부한 감성을 가진 어른으로서 자신이 좋아하는 놀이를 즐기는 어른, 놀이하는 인간”으로 정의하였다(조아라, 2017, p. 598). 그는 더 나아가 성인, 키덜트의 놀이가 직업화되는 상향적 흐름의 가능성을 제시하기도 하였는데, 실제로 성인 크리에이터들은 영상을 찍을 때 모든 활동을 자신이 자발적으로 선택하며, 그 과정에서 즐거움을 느낀다고 밝힌 바 있다(고재연, 2016; 노진호, 2018; 허팝, 2017). 마지막으로 가장 중요한 주체인 아동들이 이러한 성인 크리에이터의 활동을 놀이로

인식하고 즐기며, 그것을 체화하여 자신들의 놀이 세계에 반영하고 있기도 하다. 이러한 점을 통해 유튜브 키즈 채널의 성인 크리에이터의 활동을 놀이라 볼 수 있을 것이다.

3.4. 놀잇감

놀잇감이란 “놀이 또는 아동 교육 현장 따위에서 활용되는 물건이나 재료” 이다(표준국어대사전, 2018). 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에서 크리에이터가 놀이 할 때 활용하는 다양한 물건을 놀잇감이라고 정의한다.

3.5. 댓글

댓글은 “인터넷에 오른 원문에 대하여 짚막하게 답하여 올리는 글” 이다(표준국어대사전, 2018). 조수선(2007)은 댓글을 “인터넷상에서 다른 사람의 게시물에 대한 자신의 의견을 표현하는 글” 이라고 정의하였다. 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널의 소비자 혹은 수용자가 댓글 기능을 활용하여 영상에 남긴 글을 댓글로 본다.

제2장 이론적 배경

1. 아동과 미디어

1.1. 아동의 디지털·모바일기기 및 미디어 이용 현황

지금까지 영아부터 아동, 청소년까지 다양한 연령대의 아동들을 대상으로 디지털·모바일기기 및 미디어 이용 실태가 보고되어 왔다. 2013년에 0-5세 영·유아를 대상으로 이루어진 육아정책연구소의 연구에 따르면 97.4%의 가정이 컴퓨터를 보유하고 있었고 영·유아의 48.5%가 이를 이용하는 것으로 나타났다. 스마트폰의 경우 98.5%의 가정이 보유하고 있고, 68.4%의 영·유아가 이용하며, 스마트패드의 보유 비율은 전체 22.9%이고 영·유아의 56.7%가 이를 이용하는 것으로 나타났다(이정림, 도남희, 오유정, 2013, p. 46). 김윤화(2015)는 6세 이상 초등학교 저학년(1~3학년)의 경우 25.5%가 스마트폰을 직접 보유하고 있으며, 고학년(4~6학년)의 59.3%가 스마트폰을 직접 보유하고 있다고 밝혔다. 정용찬 등(2017)에 따르면 만 13세 미만 아동이 스마트폰을 이용해 스스로 채널을 선택해서 프로그램을 시청하는 비율은 39.4%였다(정용찬 등, 2017, p. 153). 주용완, 이계남, 최영준, 윤은정(2018)은 조사를 통해 3~9세 유·아동의 83.9%가, 10대의 99.9%가 인터넷을 사용하고 있다는 사실을 밝혔다. 같은 연구에서 3~9세 유·아동의 73.1%가 하루에 1회 이상 인터넷을 이용하며, 97.7%가 여가활동을 위해 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다. 더 나아가 6~19세의 92.8%가 스마트폰을 보유하고 있고 3~9세의 63.8%가 스마트폰을 활용하여 인터넷을 이용하였으며, 스마트폰 평균 이용 시간은 5.7시간으로 나타났다(주용완 등, 2018). 이와 같이 오늘날 컴퓨터, 스마트폰,

스마트패드 등의 기기와 미디어는 아동의 삶에서 필수적인 요소로 자리를 잡았다.

1.2. 미디어 효과이론

미디어의 효과에 대한 이론의 흐름은 시대에 따라 크게 강효과 이론, 약효과 이론, 중효과 이론으로 나뉜다. 가장 먼저 나타난 것은 미디어가 강한 효과를 가진다는 강효과 이론(powerful effects theory)이다. 이러한 흐름은 1929년 페인 재단(Payne Fund)에서 실시한 매스커뮤니케이션 연구를 통해 대두되었다. 페인 재단에서는 특히 영화가 아동들에게 미치는 영향에 대한 연구를 실시하였는데, 당시에는 현재처럼 정교한 연구방법론이 개발되기 전이었기 때문에 회상기법을 통해 아동들이 영화를 보고 난 뒤 기억하는 것 등에 대해 조사하였다. 이 대규모 연구의 결론은 미디어가 아동과 청소년에게 미치는 영향이 강력하다는 것이었고 이를 토대로 강효과 이론이 등장하게 되었다(전석호, 1999, pp. 52-53; Bryant & Oliver, 2010, p. 321). 강효과 이론 모형에는 탄환 이론(bullet theory), 피하주사 이론(hypodermic-needle theory) 등의 이론이 있는데, 공통적으로는 미디어가 인간에게 미치는 영향이 매우 강력하다는 점에 기반을 두고 있다. Noelle-Neumann(1993)은 강효과 이론을 바탕으로 이후 침묵의 나선 이론(the spiral of silence theory)을 발표하기도 하였다.

그다음은 강효과 이론을 반박하며 나타난 약효과 이론으로, 이는 한계효과 이론(limited effects theory)으로도 불린다. 이 이론의 핵심 개념은 보강효과(reinforcing effect)이다. 매스미디어는 기존에 수용자가 가지고 있던 생각이나 신념을 보강해주는 정도의 효과만 있다는 것이다(강준만, 2009, p. 54). 약효과 이론에 의하면 사람들은 어떤 정보를 받아들일 때 기존에 자신이 가지고 있던 태도와 일치하는 방향으로 그것을 왜곡하여 받아들이기 때문에 태도변화가 일어날 가능성이 적다(Bryant & Oliver, 2010, p. 161). 이러한 이론은 추후 수용자의

능동성과 주체성을 강조하는 이론으로 발전하기도 하였다.

강효과 이론과 한계효과 이론을 거쳐 미디어의 영향력은 아주 크지도, 그렇다고 적지도 않다고 주장하는 중효과 이론(moderate effects theory)이 대두되었다. 중효과 이론에는 정보추구 모형(information seeking), 이용과 충족 모형(uses and gratifications), 논제 설정 기능 등의 이론이 있다(강준만, 2009, p. 55).

이와 같은 미디어의 효과에 대한 세 가지 흐름은 서로를 반박하고 보완하며 발전해왔다. 각각의 효과 이론들은 시대적 배경에 영향을 받으며 그 주장이 약해졌다가 또 다시 강해지기도 하였다. 세 가지 흐름은 미디어가 가진 효과의 정도를 각기 다르게 바라보고 있지만, 공통적으로는 미디어가 인간에게 모종의 영향을 미친다고 보고 있다. 다양한 이론과 연구를 토대로 보았을 때 미디어가 소비자 또는 수용자에게 어떠한 영향을 미친다는 것은 사실상 부정하기가 힘들다. 특히 아주 어린 나이부터 미디어를 접하는 오늘날의 아동들에게는 미디어의 효과가 더욱 두드러질 수밖에 없다. 본 연구에서는 이러한 미디어의 영향력에 관련된 몇 가지 이론에 대해 논하고자 한다.

가장 먼저 논의할 이론은 모델링 이론(modeling theory)이다. 미디어 연구에 있어 모델링 이론은 쉽게 말해 미디어의 장면이 그것의 소비자 혹은 수용자에게 모델을 제공하고, 그것을 본 소비자 혹은 수용자는 그것을 자신의 행동, 신념, 가치관에 적용한다는 것이다. 이러한 모델링 이론은 Bandura가 주창한 것으로, 사회학습이론(social learning theory)과 매우 밀접하게 연결되어 있다. Bandura는 ‘보보인형실험’을 통해 폭력물을 보는 것과 폭력 행위에 가담하는 것이 밀접한 연관이 있음을 밝혀냈다(Bandura, 1965). 모델링이론은 부정적 측면을 밝혀내기도 했지만, 동시에 아동들이 미디어를 통해 긍정적인 부분을 학습할 수 있을 것이라는 주장으로 확대되기도 하였다.

다음으로는 배양이론이 있다. 배양이론은 Gerbner가 주장한 이론으로, 문화 계발 이론(cultural cultivation theory) 혹은 문화 규범 이론(cultural norm

theory)이라고 불리기도 한다. 이 이론의 핵심은 매스미디어 속에 나타난 가공된 현실이 시청자들의 실제 세계에 영향을 미쳐 그것에 대한 생각을 배양하고, 결국 시청자는 매스미디어가 제시하는 것을 믿게 된다는 것이다. Gerbner는 문화지표조사 프로젝트(Cultural Indicators Research Project)를 통해 황금시간대에 방영되는 오락 프로그램의 80%가 폭력을 포함하며, 같은 시간대에 시간 당 폭력 장면이 약 8번 등장한다는 사실을 밝혀냈다(Gerbner & Gross, 1976). 이는 TV가 그만큼 폭력적인 콘텐츠를 방영하고 있다는 실증적 증거로, 추후 미디어 효과 연구에 큰 도움이 되었다.

Gerbner는 또한 TV 시청자를 경시청자와 중시청자로 나누어 그들이 받는 영향을 비교했다. 경시청자는 매일 2시간 이하로 TV를 시청하는 사람이며, 매일 4시간 이상 시청하는 사람은 중시청자로 보았다. 경시청자와 중시청자 간에는 큰 차이가 발견되었는데, 경시청자는 개인을 둘러싼 개인적 요인에 영향을 받아 다양한 견해를 갖는 반면 중시청자는 그러한 개인차가 감소되거나 없어져 TV가 배양하는 세계를 그대로 믿게 된다는 것이다. 배양이론에 의하면 중시청자는 경시청자에 비해 세상을 무섭고 폭력적인 곳으로 지각하고 위험을 크게 감지하는 경향을 한다. TV를 통해 지속적으로 폭력에 노출이 된 시청자는 그것을 현실이라고 자각하게 되어 현실 세계도 TV 속 세계처럼 위험할 것이라고 생각하게 된다는 것이다. 이와 같은 문화배양효과가 나타나는 과정은 주류화(mainstreaming)와 공명(resonance)이라는 개념으로 설명할 수 있다. 중시청자가 개인차 없이 TV 속 세계를 믿게 되는 것을 주류화라고 하며, TV에서 보았던 내용을 현실 세계에서 유사하게 경험하였을 때 공명이 일어나 그 효과가 증폭된다는 것이다(Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1980). Gerbner는 폭력 외에 TV를 통해 내재화되는 다양한 고정관념에 대해서도 지적하였다. TV에서 여성과 소수자들은 실제 수에 비해 적게 비취지며, 약하고, 우유부단한 수동적인 존재로 묘사되고 있다는 것이다(Gerbner & Signorielli, 1979). 배양 이론은 물론 다양한 비판을 받아왔지만,

매스미디어가 인간에게 미치는 영향을 과학적으로 밝혀냈다는 점에서 아직까지 주 이론으로 채택되고 있다.

1.3. 미디어의 영향에 대한 선행 연구

이와 같은 다양한 미디어 효과 이론을 바탕으로 국내외에서 미디어가 아동에게 미치는 영향에 대한 다양한 선행연구가 진행되었다. 이러한 연구는 전반적으로 미디어가 미치는 긍정적 영향과 부정적 영향으로 나누어 볼 수 있었다.

먼저 미디어가 아동에게 미치는 부정적인 영향에 대한 연구로 최정은(2003)의 연구가 있다. 연구에 따르면 초등학교 고학년 아동 중 외현적 문제행동을 보이는 집단은 비문제 집단에 비해 컴퓨터를 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이경자(2009) 역시 초등학교 고학년을 대상으로 TV시청시간, 폭력물 선호도, 폭력행동모방, 선호비디오, 공격성에 대한 설문을 실시하였는데, 그 결과 대중매체에 나타난 폭력이 아동의 공격성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 폭력적인 콘텐츠에 많이 노출될수록 아동의 공격성도 늘어났다는 것이다. 배소영, 정연구(2015)는 전국의 영유아 1,452명을 대상으로 초기 언어발달이 미디어 노출과 관련이 있는지 연구하였다. 그 결과 하루 2시간 이상의 TV 시청은 아동의 언어발달에 부정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. TV에 비해 평균 사용시간이 적은 스마트폰은 통계적으로 유의미한 결과를 얻지는 못했지만 부정적인 영향을 미치는 경향성은 확인할 수 있었다. 또한 이러한 미디어의 영향은 연령이 높아질수록 더 크게 나타나 누적효과가 있을 가능성을 시사하였다. 김수정, 정익중(2016)에 따르면 다양한 매체 중 특히 스마트폰이 만 4세 유아의 우울 불안과 공격성에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 스마트폰을 이용하는 시작 시기가 빠를수록 유아의 우울불안과 공격성 수준이 높으며, 스마트폰 이용 정도가 높을수록 유아의 공격성 수준이 높았다. 스마트기기의 영향은 유아의 공감능력에도

영향을 미치는 것으로 나타났는데, 성지현, 변혜원, 남지해(2015)의 연구에 따르면 만 3-5세 유아의 공감능력은 스마트기기 사용 빈도와 부적으로 상관이 있었다.

어떤 연구자들은 미디어의 부정적 측면을 강조하며 아동의 미디어 노출을 제한해야 한다고 주장하지만, 어떤 연구자들은 아동들이 미디어로부터 부정적인 것을 배운다면, 반대로 긍정적인 부분도 학습할 수 있을 것이라고 주장한다. 김경철, 박성덕(2014)은 전자미디어를 활용한 유아교육활동의 긍정적 효과에 관한 논문 161편에 대한 메타연구를 통해 전자미디어를 활용한 유아교육활동이 유아들에게 긍정적인 영향을 미치고 있음을 밝혔다. 이러한 선행연구들을 통해 그 영향이 부정적이든 긍정적이든 아동은 미디어로부터 큰 영향을 받고 있다는 것을 알 수 있다.

2. 모바일 시대의 놀이

2.1. 아동의 놀이

아동에게 놀이는 정서적, 발달적, 교육적 등 모든 측면에서 매우 중요하다. 박동순(1993)은 그의 연구 서문에서 놀이를 “유아의 생활자체이며 교육”이라고 정의하였고, Isaacs는 놀이가 아동의 삶 자체인 동시에 이 세상을 이해하는 수단이라고 정의하였다(이숙재, 1990, p. 12에서 재인용). Huizinga(1981)는 인간을 ‘호모루덴스(Homo Ludens),’ 즉 놀이하는 인간으로 정의하였다. 인간은 본질적으로 유희적 동물이며, 놀이가 문화의 한 요소가 아니라 문화가 놀이의 성격을 가지고 있다는 것이다. Trawick-Smith(1994)는 놀이를 아동이 스스로 선택하는 활동으로 자발적이고 개방적이며 즐길 수 있는 모든 활동이라고

정의하였으며, 놀이가 아동의 인지, 정서, 사회 등 전반적인 발달에 긍정적인 영향을 미친다고 보았다. Froebel(1887/2005)은 놀이란 인간의 가장 순수하고 정신적인 활동이자, 총체로서의 인간 삶에 대한 전형적인 활동이라고 정의 내렸고, Dewey(1916/1997)는 놀이에 대해 어떤 결과를 의도적으로 행하는 것이 아닌 모든 활동을 지칭한다고 정의 내리면서, 일과 놀이는 뚜렷하게 구분되지 않음을 역설하였다.

놀이는 학자별로 그 특징에 따라 유형이 나누어지기도 한다. Piaget(1962)는 인지발달단계별 놀이유형을 제시한 학자로, 연령에 따라 놀이의 유형을 출생 후부터 18개월까지는 연습 놀이 단계, 2-7세까지는 상징 놀이 단계, 7세 이후는 규칙 있는 게임으로 구분하였다. Parten(1932)은 유아기 놀이 활동을 사회적 발달 과정으로 조명하였다. 아동의 놀이시간 동안 참여도에 따라 비 참여 행동, 방관자적 행동, 단독 놀이, 병행 놀이, 연합 놀이 및 협동 놀이로 분류하였다. Smilansky(1968)는 Piaget의 놀이행동 분류에 기초하여 놀이를 인지적 행동을 토대로 하는 것으로 보았으며 관찰연구를 실행하였다. 그 결과 놀이를 기능 놀이, 구성 놀이, 극 놀이, 규칙이 있는 게임 등으로 분류하였으며 특히 극 놀이(dramatic play)의 중요성을 강조하였다. 극 놀이는 아동의 사회성, 인지 발달 및 학업 성취에 영향을 미치며, 극 놀이를 많이 하거나 이러한 놀이를 하도록 격려 받은 아동들은 언어관련 능력 등 지적능력도 높았다는 것이다. Brown(2010)은 놀이를 조율, 몸 놀이, 사물 놀이, 상상 놀이, 사회적 놀이, 이야기 놀이로 나누었으며, Caillouis(1994)는 놀이를 경쟁, 기회, 모방, 현기 네 가지로 범주화 하였다. Bühler(2001)는 놀이를 기능 놀이, 상상 놀이, 구성 놀이, 수용 놀이로 놀이를 분류하였다. 이 중 수용 놀이는 콘텐츠를 감상하고 즐기는 것을 의미한다. Sutton-smith(2009)는 Empson의 이론을 차용하여 보다 넓은 의미에서 놀이를 유형화 하였는데, 마음속에서만 가능한 주관적 놀이, 홀로 하는 놀이, 장난스런 행위 또는 지루한 시간을 보내기 위한 행위, 개인들 사이에 행해지는 사적 놀이,

관객으로서의 놀이, 연주하는 놀이, 제전 또는 축제, 각종 경쟁, 격렬한 놀이로 나누었다(김영용, 2007; Sutton-smith, 2009). 보다 새로운 의미에서의 놀이 유형 분류도 있다. Edwards(2013)는 고전적 놀이와 융합적 놀이로 큰 분류를 나누었는데, 그 중 융합적 놀이의 유형을 인터넷(internet), 데스크톱 컴퓨터(desktop computers), 아이패드(iPads), TV, DVD, 게임(gaming units), 스마트폰, 장난감(toys), 액세서리(accessories), 기념행사(celebration), 의류(clothing)로 범주화 하였다.

우리나라의 학자들도 놀이의 유형을 다양하게 분류하였다. 유효순, 김희태(2011)는 우리나라 영유아교육기관의 놀이영역 배치에 대해 서술하며 일반적인 놀이영역으로 쌓기 놀이, 역할 놀이, 조작 놀이, 언어, 조형, 수학, 과학, 음률, 물놀이, 모래 놀이, 목공 놀이, 요리영역을 소개하였다. 영유아교육기관에서 놀이영역이란 곧 영유아들의 놀이 유형과 밀접하게 관련을 맺고 있다. 변영신, 이수경(2006)은 부모의 행동유형이 아동의 놀이형태에 미치는 영향을 밝히기 위해 Parten의 사회적 놀이유형과 더불어 해당 놀이 유형 분류에서 누락된 행동특성을 고려하여 놀이를 실내/실외 놀이활동, 정적/동적 놀이활동, 소근/대근 놀이활동, 단독/집단 놀이활동으로 나누어 분석하였다. 이와 같은 선행연구를 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 선행연구에 나타난 놀이 유형 분류

학자	놀이 유형 분류
Brown (2010)	조율, 몸 놀이, 사물 놀이, 상상 놀이, 사회적 놀이, 이야기 놀이
Bühler (2001)	기능 놀이, 상상 놀이, 구성 놀이, 수용 놀이
Caillouis (1994)	경쟁, 기회, 모방, 현기

Edwards (2013)	인터넷(internet), 데스크톱 컴퓨터(desktop computers), 아이패드(iPads), TV, DVD, 게임(gaming units), 스마트폰, 장난감(toys), 액세서리(accessories), 기념 행사(celebration), 의류(clothing)
Parten (1932)	비참여 행동, 방관자적 행동, 단독 놀이, 병행 놀이, 연합 놀이, 협동 놀이
Piaget (1962)	실천 놀이, 상징 놀이, 게임
Smilansky (1968)	기능 놀이, 구성 놀이, 극놀이, 규칙이 있는 게임
Sutton-smith (2009)	마음속에서만 가능한 주관적 놀이, 홀로 하는 놀이, 장난스런 행위 또는 지루한 시간을 보내기 위한 행위, 개인들 사이에 행해지는 사적 놀이, 관객으로서의 놀이, 연주하는 놀이, 제전 또는 축제, 각종 경쟁, 격렬한 놀이
변영신, 이수경 (2006)	실내/실외 놀이활동, 정적/동적 놀이활동, 소근/대근 놀이활동, 단독/집단 놀이활동
유효순, 김희태 (2011)	쌓기 놀이, 역할 놀이, 조작 놀이, 언어, 조형, 수학, 과학, 음률, 물놀이, 모래 놀이, 목공 놀이, 요리

놀이가 아동들에게 미치는 영향, 놀이의 중요성과 가치에 대한 연구는 수도 없이 많이 이루어졌다. Fromberg(1998/2006)는 놀이가 사회성, 지능, 언어발달, 창의력과 깊은 연관이 있다고 주장하였다. 역할놀이는 아동의 친사회적 행동, 문제행동 개선 및 사회성 증진에 긍정적인 효과가 있고(안양숙, 이정숙, 1998; 전숙영, 2005), 쌓기 놀이, 미술 놀이, 숲 놀이, 전통 놀이 등은 유아의 창의성, 정서지능에 긍정적 영향을 미친다(김미자, 최병연, 2011; 김은숙, 2013; 최은영, 홍순옥, 2012). 정선희(2005)는 그의 석사학위논문을 통해 1964년부터 2004년까지 국내에서 발간된 유아 놀이 관련 학위논문의 경향을 분석하였다. 그는 선행연구를

기반으로 ‘놀이와 유아의 발달’, ‘놀이 발달에 영향을 주는 요인’, ‘놀이의 의미탐색’ 으로 놀이 연구의 기준을 제시하였고, 더 나아가 지금까지 연구의 기준으로 분류하지 못했던 놀이치료 관련 논문과 실태조사 관련 논문, 특정놀이에 관한 연구를 ‘기타’ 범주로 분류하기도 하였다. 이 밖에도 놀이 자체의 의미와 교육적 가치 탐색부터 놀이와 사회, 문화의 관계를 보는 연구, 놀이가 유아의 정서, 행동에 미치는 영향에 관한 연구 까지 다양한 연구들이 이루어졌다.

아동들의 놀이에는 성별, 연령, 환경 등이 큰 영향을 미치는데, 그 중에서도 놀잇감은 특히 중요한 역할을 한다. 놀잇감의 종류나 수량에 따라 아동들의 놀이는 크게 달라진다. 병원, 의상, 소꿉놀이 등의 놀잇감은 극 놀이를 많이 발생시키고(Pellegrini & Perlmutter, 1988), 블록은 단독 놀이와 비언어적 상호작용, 과제 지향적인 놀이 경향을 촉진하였다(조윤정, 2001, p. 2에서 재인용). 또 놀잇감의 구조성도 아동들에게 영향을 미친다. 아동들은 인형 집, 자동차와 같이 구조화된 놀잇감보다 미술, 구성자료와 같은 덜 구조화된 놀잇감을 가지고 놀 때 더 다양하고 풍부한 놀이 주제를 이끌어 냈고, 더 나아가 구조성이 낮은 놀잇감을 많이 사용하는 아동들이 구조성이 높은 놀잇감을 많이 사용하는 아동보다 유의하게 높은 창의성 및 문제해결 기술과 능력을 가졌다는 연구 결과도 있다(Pulaski, 1973). 지성애(2013)의 연구에 의하면 블록, 점토, 모래 등과 같이 구조성이 낮은 놀잇감을 가지고 놀이한 집단의 아이들은 창의성과 사회적 행동이 증진하였고, 우체국, 음식점 등 주제와 관련된 구조성이 높은 놀잇감을 가지고 놀이한 집단의 아동들은 언어능력과 조망수용능력이 증진된 것으로 나타났다.

학자들은 놀잇감을 기능이나 모양에 따라 다양하게 범주화하였다. Fowler(1980)는 놀잇감을 실내 놀이용과 실외 놀이용으로 나누었고, Bronson(1998)은 사회적이고 상상적인 놀잇감, 탐구능력과 기능발달을 위한 놀잇감, 음악, 미술, 움직임 위한 놀잇감, 음악, 대근육 발달을 위한 놀잇감으로 나누었다. Johnson et al. (2005)은 놀잇감을 모형 장난감, 교육용 놀잇감, 구성 놀잇감, 대근육 놀잇감,

게임, 실제적 놀잇감으로 나누었다. 국내 연구를 살펴보면 이숙재(1990)는 놀잇감을 소형 모조품, 대형 놀잇감, 특수 목적용 놀잇감, 개방식 놀잇감으로 나누었고, 유은영(2000)은 중류층 가정에서 사용하는 영·유아의 놀잇감 실태를 보기 위해 놀잇감을 신체 놀잇감, 탐구 놀잇감, 조작 및 구성 놀잇감, 상징 놀잇감, 창의적 표현 놀잇감으로 나누었다. 유효순, 김희태(2011)는 놀잇감을 보다 세분화 하여 감각 놀잇감, 구성 놀잇감, 역할 놀잇감, 조작 놀잇감, 언어발달을 돕는 놀잇감, 미술작업을 위한 자료, 신체발달을 돕는 놀잇감, 음률활동을 위한 놀잇감, 식물 놀잇감, 전자 놀잇감으로 나누었다.

2.2. 모바일 시대의 놀이

놀이의 의미는 계속해서 변화한다. 디지털 미디어 시대가 도래하며 고전적인 놀이의 범주에서 벗어난 ‘융합적 놀이(converged play)’가 등장하였다. 융합적 놀이란, 디지털 기술과 미디어, 그리고 대중문화 간 융합에 관련된 논의를 기반으로 하는 개념으로, 디지털 미디어를 포함하는 대중문화의 산물 및 텍스트와 관련되어 있는 놀이를 말한다(Cook, 2009; Edwards, 2013). Edwards(2013)는 구성 놀이, 극 놀이와 같은 고전적 놀이와 융합적 놀이의 관계를 재고해야 한다고 주장하였다. 고전적 놀이와 융합적 놀이는 서로 반대되는 개념이 아니라 밀접한 관계를 맺고 있다는 것이다. 놀이의 의미는 시대에 따라 변하지만, 고전적 놀이의 의미는 사라지는 것이 아니며, 새로운 놀이와 함께 발전해 나간다고 볼 수 있다.

조숙인, 권미경, 이민경(2017)의 연구에서는 총 706명의 취학 전 아동과 초등학교 저학년 아동의 어머니를 대상으로 설문을 통해 자녀들이 주로 하는 놀이 활동을 1순위, 2순위로 나누어 선택하도록 하였다. 이 때 1순위를 분석한 결과 미디어 및 인터넷을 이용한 놀이가 28.2%로 가장 많은 부분을 차지했고, 1순위와 2순위를 모두 포함한 결과 역시 미디어 및 인터넷을 이용한 놀이가 43.5%로 가장 많았다.

대상 아동들의 미디어 이용 시간은 하루 평균 177분으로 거의 3시간에 육박했다. 연구자들은 이러한 연구 결과를 통해 미디어 노출에 대한 위험을 역설하였다.

그러나 모바일 시대에 미디어에 노출 되는 것은 더 이상 피할 수 없는 것이 되었다. 아동들을 위한 미디어 콘텐츠는 넘쳐나고, 아동들은 놀이로서 미디어 콘텐츠를 향유하고 있기 때문이다. Bühler(2001)는 일찍이 그림책을 보거나 이야기를 듣는 행위를 ‘수용 놀이(passive games)’로 정의하였다. 이러한 Bühler의 놀이 분류에 따라 오늘날 아동들이 유튜브 영상을 보는 행위 또한 일종의 놀이로 볼 수 있을 것이다.

유튜브는 2005년 창설된 동영상 플랫폼이다(陳士駿, 張黎明, 2012, pp. 137-141). 공동 창업자 중 한 명인 Zayed Karim이 유튜브에 올린 최초의 동영상인 ‘Me at the zoo’를 시작으로 현재는 1분 동안 평균적으로 약 300시간에 해당하는 영상이 업로드 되고 있다. 유튜브의 2013년 순방문자 수는 10억 명을 돌파하였는데 이는 인터넷 전체 이용자의 3분의 1에 해당한다. 동영상 총 재생시간은 60억 시간으로 매년 50%씩 증가하고 있다(강중구, 2015; 유튜브 통계, 2016). 우리나라의 2015년 1분기 유튜브 시청시간은 전년 대비 110% 증가하였고, 업로드 건수 역시 전년 대비 90% 증가하였다. 영상 시청 시간 중 모바일을 통한 시청시간의 비중이 전년 대비 20% 상승하여 70%에 달한다는 것과 유튜브 모바일 앱이 순 이용자 기준 국내 모바일 어플리케이션 중 2위를 차지하였다는 것은 우리나라의 높은 스마트폰 보급률에 의한 결과일 것이다(강중구, 2015, p. 7).

앞서 밝힌 바와 같이 아동들 역시 이러한 인터넷 및 스마트폰 사용의 한 주축을 담당하고 있다. 아동의 모바일 미디어 이용률이 증가하면서 아동을 대상으로 하는 모바일 콘텐츠도 폭발적으로 늘어나고 있다. 김유민(2016)의 연구에 따르면 2016년 4월 기준 국내 유튜브 채널 상위권 100위 내에 유아/아동을 대상으로 하는 채널이 총 13개 포함되어 있었는데, ‘[토이푸딩TV]’는 전체 100위 중 2위, ‘뽀로로(Pororo)’는 4위, ‘PINKFONG(Kids Songs & Stories)’은 10위로 매우

높은 순위를 차지하고 있었다. 이 중 가장 높은 순위를 기록한 ‘[토이푸딩TV]’는 유·아동용 장난감을 개봉하여 놀이하는 모습을 보여주는 ‘언박싱(Un-boxing) 영상’을 주로 다루는 1인 방송이다. 이러한 언박싱 영상은 특히나 선풍적인 인기를 끌고 있는 분야로, 키즈 채널의 대다수가 장난감이나 어떠한 사물을 개봉하여 놀이하는 내용을 담고 있다.

우리나라 유튜브 온라인 파트너십 담당 매니저는 2015년 가장 성장할 분야로 키즈 콘텐츠를 꼽았다(남은주, 2015). 2014년 4분기에 새로 개설된 장난감 채널의 숫자를 헤아리기 어려울 정도라는 것이다. 또, 국내 키즈 카테고리의 경우 2016년 6월의 시청 시간이 2015년 7월과 비교하였을 때 3.5배나 성장한 것으로 나타났다(“유튜브에 내가,” 2016). 2018년에는 키즈 채널에 대한 인기가 더욱 높아져 6월 10일 기준 유튜브 채널검색에 ‘키즈’를 키워드로 채널을 검색하면 약 10,700,000개의 채널이 검색되며, ‘장난감’을 키워드로 검색하면 약 30,600개의 채널이 검색된다. 2016년 12월에 해당 키워드를 검색하였을 때 ‘키즈’는 454,000개, ‘장난감’은 15,800개의 채널이 검색되었음을 생각해보면, 그 수는 폭발적으로 늘고 있다는 사실을 알 수 있다. 한국방송통신전파진흥원이 밝힌 ‘2017 유튜버 광고 수익’에 따르면 1위는 팜팜토이즈로, 약 31억 6000만 원의 수익을, 2위인 캐리앤토이즈는 약 19억 3000만 원의 수익을 얻었다(김태형, 2018). 채널의 수가 많음에도 불구하고 키즈 채널을 향유하는 사람들이 많아 굉장한 수익을 내고 있다는 것이다.

그런데 오늘날의 아동들은 단순히 영상을 수용하는데 그치지 않는다. 그들은 아주 어린 나이부터 자신만의 채널을 개설하고, 영상을 제작해 타인과 공유한다. 우리나라 유튜브 온라인 파트너십 담당 매니저에 의하면 대부분의 장난감 채널은 아이들이 주도하고 있으며, 외국의 경우 아동 유튜브 스타가 뚜렷하다(남은주, 2015). 그에 대한 예시로 ‘EvanTubeHD’ 채널을 운영하고 있는 키즈 크리에이터 Evan과 ‘CharlisCraftyKitchen’ 채널을 운영하고 있는 Charli가 있다. Evan은

미국의 10세 남아로, 자신의 이름을 딴 채널에 장난감 언박싱(Un-boxing) 영상을 주로 업로드 한다. 그는 매 년 130만 달러(한화 약 15억 2490만 원)의 수입을 얻는다(Palfrey & Gasser, 2016, p. 131). 처음에는 가족들끼리 즐거움을 목적으로 채널을 시작하였으나, 지금은 Evan의 영상에 들어갈 광고의 회사들과 협상하는 전문 인력이 있을 정도이다. Charli는 호주의 8살 여아로, 스스로 만든 베이킹(baking)영상을 올리는 채널을 운영하며 매달 평균 127,777달러(한화 약 1억 4988만 원) 가량의 수입을 얻는다(Palfrey & Gasser, 2016, p. 119).

우리나라 역시 유명한 아동 유튜브 스타들이 있다. 그 예로 ‘Lime Tube[라임튜브]’ 채널의 라임이와 ‘마이린 TV’ 채널의 린이 있다. 라임이는 6살 여아로, 장난감 리뷰, 일상, 놀이 등의 다양한 영상을 제작하여 채널에 올리고 있다. ‘라임튜브’ 채널은 2018년 6월 10일 기준 약 100만(1,060,650)명의 구독자를 보유하고 있으며, 총 조회수는 약 9억 6천만(964,002,159)회이다. 유튜브에서는 채널 구독자가 10만을 돌파하면 크리에이터에게 존경의 표시를 담아 실버 버튼을 보내주는데, 라임이는 무려 5세에 실버 버튼을 수여하였다(“유튜브에 내가”, 2016).

최린은 초등학교 4학년 남아이며 장난감 리뷰와 더불어 직접 유튜브 스타들을 인터뷰 하는 등의 콘텐츠를 직접 제작하여 올리고 있다. 주로 어른이 진행하고 아이가 보조자로 출연하는 형태의 키즈 콘텐츠와 달리 ‘마이린 TV’는 오로지 아동이 중심이 되어 전체 진행을 이끌어 나간다. ‘마이린 TV’는 CJ E&M의 MCN사업인 ‘DIA TV’에서 개최한 ‘제 1회 키즈 크리에이터 선발대회’에서 우수 활동 팀으로 선발되기도 하였다. 유명 기업들과 국가에서는 이미 프로슈머로서 유·아동의 가능성을 눈여겨보고 이와 같이 키즈 크리에이터를 선발하는 대회를 개최하고 있다. DIA TV에서 개최한 1회 대회에는 약 2000여 명의 참가자들이 지원 했다(임유경, 2016). 2016년 9월에는 소년조선일보와 에듀팡이 공동 주최하는 ‘2016 키즈 크리에이터 선발대회’가 개최되었는데, 해당 대회는

여성가족부와 방송통신위원회 등 공공기관의 후원을 받기도 하였다(조선에듀, 2016). 또한 2017년에는 ‘제 3회 키즈 크리에이터 선발대회’가 개최되었다(안희정, 2017).

라임, 최린과 같이 직접 영상의 주체가 되어 놀이를 하는 아동도 있는가 하면, 또 다른 놀이 형태를 보이는 아동들도 있다. 그것은 바로 성인 크리에이터를 모방하는 것이다. 2018년 6월 10일을 기준으로 유튜브에 ‘캐리 따라하기’를 검색하였을 때 아동들이 직접 출연하는 약 16,400개의 영상을 찾을 수 있었다. 이러한 놀이는 현실 세계로도 이어지는데, 고유미, 김민정(2017)은 유튜브 키즈 채널인 ‘캐리와 장난감 친구들’을 중심으로 현실 세계에서 일어나는 아동의 모방 놀이의 특징을 살펴보았다. 연구에 따르면 아동들은 적극적이고 자발적으로 즐거움을 추구하였으나, 그 즐거움을 얻기 위해 철저하게 준비하는 모습을 보였다. 또한 내적 동기에 의해 발생했던 기존의 놀이와 달리 놀이에 대한 동기 근원이 모호했으며, 놀이는 자유롭기 보다는 정해진 규칙에 의해 이루어졌다. 이러한 측면에서 보았을 때 기존의 놀이와는 상당히 다른 놀이가 등장하였음을 알 수 있다.

3. 아동의 놀이, 미디어, 성

3.1. 성별에 따른 아동의 놀이

아동의 놀이에 대한 많은 선행 연구들은 아동의 놀이가 성별과 밀접한 관련을 맺고 있다는 결과를 제시해왔다. 먼저 남아는 여아보다 거친 신체 놀이에 더 많이 참여하며, 같은 거친 신체 놀이라 하더라도 성별에 따라 그 형태가 다르게

나타나는데, 이는 문화와 인종을 막론하고 나타나는 현상이다(고여훈, 엄정애, 2010; 김윤희, 2010; 이숙재, 1998; Humphreys & Smith, 1987). 국내에서 5세 유아를 대상으로 진행된 조혜경(2011)의 연구에 따르면, 거친 신체 놀이뿐만 아니라 비놀이행동과 단독-수동 놀이행동 역시 남아가 여아보다 더 많이 하고, 여아는 남아보다 사회적 놀이 행동을 더 많이 한다. 아동들은 성별에 따라 공간 사용에 있어서도 차이를 보인다. 남아는 실외 놀이 환경을, 여아는 실내 놀이 환경을 선호한다는 연구 결과들이 있다(김은희, 2003; Cherney, London, 2006; Eaton & Enns., 1986; Erikson, 1951; Harper & Sanders, 1975).

성별에 따라 선호하는 놀이의 유형이나 놀이를 할 때 나타나는 행동도 다른 것으로 나타났다. 신수경, 지성애(2008)는 블록 놀이, 역할 놀이, 미술 놀이와 성별에 따라 나타나는 유아의 사회적 행동을 비교하였다. 연구에 따르면 유아의 사회적 행동의 각 하위 항목들은 역할 놀이, 블록 놀이, 미술 놀이에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 블록 놀이에서는 남아가, 역할 놀이에서는 여아가 긍정적인 사회적 행동이 유의하게 많이 나타났다. 또, 다양한 연구 결과에서 여아는 역할 놀이 혹은 극 놀이와 조형 놀이를, 남아는 블록 놀이와 조작 놀이를 선호하였다(문희연, 2003; 신수경, 지성애, 2008; 이상윤, 1983; 진명희, 서현순, 2004).

놀잇감에서도 성별에 따른 차이가 나타났는데, 다양한 연구에서 아동들에게 성 유형화된 놀잇감을 제시하였을 때 각자의 생물학적 성에 따라 남아는 블록이나 자동차, 기차, 망치 등 남성적 특성이 두드러진 놀잇감을, 여아는 인형이나 장난감 가구, 소꿉놀이, 구슬, 팔찌 등 여성적인 특성이 두드러진 놀잇감을 선호하는 경향이 있고, 특히 남아가 여아보다 성 고정관념이 높은 것으로 나타났다(진명희, 서현순, 2004; Cramer & Hogan, 1975; Green, Bigler, & Catherwood, 2004). 그러나 송하나, 최경숙(2010)의 연구에서는 유아들이 전반적으로 자신의 성과 일치하는 장난감을 선호하나, 절반 이상의 유아들이 중성적인 장난감이나 다른 성을

대표하는 장난감을 선호하는 것으로 나타났다. 놀이 행동이 성유형적 일치보다는 장난감의 구조적인 특성에 더 영향을 받는다는 것이다.

또, 놀잇감의 구조성에 따라 성별 간 놀이행동에 차이가 있음을 주장하는 연구자도 있다. Johnson et al. (2006)은 남아들은 기존의 선행연구와 마찬가지로 물, 모래 같이 비구조화된 놀잇감을 가지고 보다 역동적으로 놀이 하는 반면, 여아들은 인형의 집이나 바비인형과 같이 구조화된 놀잇감을 가지고 역동적으로 놀이를 한다고 밝혔다. Johnson et al. (2006)의 연구를 바탕으로 놀잇감의 구조성에 따른 놀잇감 유형과 성별 간의 상호작용 효과를 연구한 지성애(2005)에 의하면, 여아는 구조성이 높은 역할 놀잇감을 가지고 놀 때 성숙한 사회적 놀이 행동이 나타났고, 남아는 구조성이 낮은 놀잇감을 가지고 놀이할 때 보다 성숙한 형태의 사회적 놀이가 나타났다. 문제해결 기술에 있어서도 여아는 구조성이 높은 놀잇감을, 남아는 구조성이 낮은 놀잇감을 가지고 놀 때 더 많은 문제해결 기술을 사용하였다.

3.2. 미디어와 성 역할 고정관념

모델링 이론에서는 성 역할 역시 다른 행동이나 신념 등과 마찬가지로 주변인을 통해 배우게 된다고 본다(Bandura, 1977). 강경석, 박연희(2008)의 연구에 따르면 어머니의 성 평등 의식이 유아의 성 역할 고정관념에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 아동들은 교사, 부모, 또래와 같이 실제 세계에서 직접적으로 접촉하는 사람들의 모습을 모델링하기도 하지만, 미디어 콘텐츠와 같이 간접적인 모델을 통해서도 영향을 받는다. 다양한 미디어 효과 이론 연구에 따르면, 미디어는 아동의 성 개념 형성에 영향을 미치고, TV등 미디어를 많이 접하는 아이들이 그렇지 않은 아이들에 비해 성에 대한 고정관념이 강하게 나타난다(염정운, 윤영민, 2015, p. 150에서 재인용; Oppliger, 2007). 아동들은

미디어 속 등장인물을 볼 때 특히 자신의 생물학적 성별과 성별이 같은 동성의 인물에 이입하는 경향이 있다(Hoffner & Buchman, 2005; Reeves & Miller, 1978). 그러나 Bandura(1986)는 사회학습이론을 통해 아동들이 동성의 인물에 단순히 이입한다기보다는, 행동의 성별 적합성이 더 큰 영향을 미친다고 주장하였다. 동성의 인물이 해당 성별에 적합하다고 판단되는 행동을 할 때 더 크게 영향을 받는다는 것이다. Sprafkin & Liebert 역시 연구를 통해 아동들이 성별 유형화된 행동을 하는 동성 등장인물에 더 집중한다는 것을 발견하였다(Bryant & Oliver, 2010, p. 411에서 재인용). 이와 같이 미디어 콘텐츠가 아동들에게 영향을 미친다는 주장이 제기되며 미디어 콘텐츠에 나타나는 성 역할 고정관념이 오랜 시간동안 비판받아왔지만 아직까지 각종 콘텐츠에는 성역할 고정관념이 존재한다.

Sheldon(2004)의 연구에 의하면 학교 현장에서 사용되는 아동들을 위한 교육적 소프트웨어에 성 역할 고정관념이 나타났다. 우리나라에서는 김희정(2007)이 TV광고에 나타난 성 역할 이미지 변화에 관한 연구를 통해 남녀의 성 역할 고정관념이 아직도 우세하고 지속되고 있다는 것을 밝혀냈다. 아동과 직접적으로 관련이 있는 미디어에 나타난 성 역할 고정관념에 대한 연구로는 김희연, 김명희의 연구와 염정윤, 윤영민의 연구가 있다. 김희연, 김명희(2012)는 TV 애니메이션 ‘뽀롱뽀롱 뽀로로’에 등장하는 캐릭터의 성차를 역할, 시각적 요소, 언어적 측면에서 분석하였다. 분석 결과 모든 측면에서 성 역할 고정관념이 발견되었다. 역할에 있어서는 남성 캐릭터가 더 많았고, 에피소드의 주도권이 남성 캐릭터에게 있었으며, 남성 캐릭터는 실외 활동을 중심으로 하는 반면 여성 캐릭터는 실내 활동을 중심으로 하고 있었다. 또한 남성 캐릭터는 대체로 독립적이며 반사회적 행동과 연루되고, 여성 캐릭터는 의존적이며 친사회적 행동을 주로 하는 것으로 그려졌다. 캐릭터의 시각적 요소 분석에서 역시 성 역할 고정관념이 발견되었는데, 등장인물이 모두 동물 캐릭터임에도 불구하고 남성성과 여성성을 나타내는 형태적 요소가 반영되어 있었다. 색채 역시 남성 캐릭터는 실제 동물의 신체 색에

가까우나 여성 캐릭터인 ‘루피’는 여성성을 대표하는 분홍색으로 표현되었다. 언어 사용에서는 남성 캐릭터에게서 부정적인 어휘가 더 많이 발견되었고, 언어 표현과 언어사용 목적에 있어 성 정형화된 특징이 나타났다. 염정운, 윤영민(2015)의 유아 만화 프로그램에 나타나는 성 역할 묘사 분석에서도 비슷한 결과를 발견할 수 있었다. 연구 결과 여성 등장인물은 감성적이고 따뜻한 성격에, 외모를 신경 쓰거나 가사를 돌보는 행동을 많이 하였고 관계를 중시하는 모습을 보였다. 반면 남성 등장인물은 독립적이고, 능력이나 전문성을 나타내거나, 남을 공격하고 리더십 있는 행동을 하거나 자랑하는 모습이 자주 발견되었다.

성 역할 고정관념에 의한 선호나 행동의 차이는 여성과 남성이 생물학적으로 타고난 차이와는 다르다. 여아와 남아 간에 선호하는 놀이나 놀잇감의 유형이 다른 것 역시 이러한 성 역할 고정관념과 연관되어 있을 것이다. 사회·문화의 부산물인 성 역할 고정관념은 결국 성 차별로 이어질 수 있고, 자기결정성이나 자아해석에도 영향을 미친다(방희정, 조혜자, 2004; 이현주, 2012). 이에 따라 오늘날에는 성 평등 교육의 중요성이 대두되고 있다. 구정화(2009)는 특히 여성에 대한 성 역할 고정관념을 없애려는 성 평등 교육이 지속되어야 함을 역설하였고, 양정혜(2012)는 여아와 남아 간 성 역할 고정관념이 다르고, 성 역할 고정관념에 영향을 미치는 요인도 다르기 때문에 이와 같은 특성을 고려한 교육이 필요하다고 주장하였다. 이러한 현실에서 TV광고 등을 활용한 미디어 교육이 성 평등 교육에 있어 효과적인 매체가 될 수 있음을 증명하는 연구도 이루어졌다(이승훈, 1999; 임지혜, 엄소명, 이정옥, 2015).

4. 미디어 콘텐츠와 댓글

인터넷의 등장으로 인해 사람들은 직접 얼굴을 마주하지 않고도 서로 의견을 주고받을 수 있게 되었다. 이러한 인터넷의 특징은 댓글을 통해 극대화된다. 익명으로 불특정 다수와 의견을 주고받을 수 있다는 점에서 댓글은 인터넷 게시판의 영역을 넘어 뉴스나 각종 UCC 등 모든 사이버 공간에서 필수 요소가 되었다(성운택, 김영기, 이세영, 2007, p. 83). 사람들은 콘텐츠를 만들고, 그것을 공유하고, 다른 사람들의 콘텐츠에 댓글을 달거나 자신의 콘텐츠에 달린 타인의 댓글에 반응하며 상호작용한다. 이러한 일련의 과정 속에서 활발한 의사소통이 이루어지고 그것은 콘텐츠 소비에 영향을 미친다. 조수선(2007)은 온라인 신문 기사에 달린 댓글을 매스미디어 콘텐츠에 대한 독자의 반응으로 해석해야 한다고 보았다. 마찬가지로 유튜브 영상에 달린 댓글은 유튜브 영상 콘텐츠에 대한 반응으로 볼 수 있을 것이다. 조국현(2003)에 의하면 인터넷 댓글의 일반적인 속성은 다음과 같다.

첫째, 댓글은 항상 특정한 게시물과 연관되는 미디어 텍스트종류로서 해당 게시물과 댓글 사이에 상호텍스트성, 즉 “유형 상호적 연관성”이 존재한다.

둘째, 댓글은 동일한 공간 속의 게시물에 부착되는 점에서 본문 텍스트에 붙는 머리말, 목차, 주석, 후기 등과 같이 일종의 “기생 텍스트”적인 속성을 나타낸다.

셋째, 댓글은 게시물에 대한 댓글의 작성자의 반응이라는 점에서 게시물-댓글은 서로 “대화적 텍스트 유형”에 속한다.

넷째, 선행 텍스트인 게시물과 후행 텍스트인 댓글의 출현 사이에 시차가 있다는 점에서 댓글은 전자우편처럼 비동시적인 의사소통 방식이며, 때문에 대체로 의도적, 동기적인 성격이 짙다.

다섯째, 댓글은 비공개적·사적·개인적 의사소통 형식인 전자 우편과 대화방/메신저 텍스트와 달리 공개된 공간에서 생산되고 소비되는 글이기 때문에 그 수용자가 불특정 다수이며 원칙적으로 공적·사회적인 성격을 지닌다(pp.116-117).

인터넷이 발달한 오늘날 댓글은 미디어에 대해 가장 쉽게 접할 수 있는 수용자 혹은 소비자의 반응이라 볼 수 있다. 그 밖에 텔레비전, 광고, 영화 등에 대한 반응도 있다. 이러한 콘텐츠의 소비자 혹은 수용자의 반응에 대한 연구는 다각적으로 이루어졌는데, 특히 미디어 콘텐츠에 등장하는 인물의 성별과 자신의 성별에 따라 다른 반응이 나타난다는 연구 결과가 있다. 아직까지도 많은 콘텐츠에서 남성 등장인물은 지적인 요소와 성취에 더 큰 비중을 두는 반면, 여성 등장인물은 외모가 능력이나 성취, 실력보다 더 중요하게 평가받는다(Feshbach, Dillman, & Jordon, 1979). Hoffner(1996)는 연구를 통해 텔레비전 등장인물들의 어떠한 특성이 아동들의 ‘의사 사회 현상(parasocial interaction)’ 과 ‘동일화(identification) 갈망 현상’ 을 설명할 수 있는지 알아보았다. 의사 사회 현상이란 시청자들이 등장인물과 인간적 상호관계를 맺는 것이고(Horton & Wohl, 1956), 동일화 갈망 현상이란 시청자들이 등장인물의 관점과 감정을 공유하며 그들과 동일해지고자 하는 감정을 갖거나 행동을 따라 하고자 하는 것이다(Feilitzen & Linne, 1975). 텔레비전 등장인물이 남성인 경우 지성, 매력, 힘이 중요하고 여성인 경우 매력이라는 단 하나만의 요소로 각각 성별의 아동들의 의사 사회 현상과 동일화 갈망 현상을 예측하였다. 이는 즉 여자아이들의 경우 텔레비전을 통해 여자에게는 매력이 다른 어떤 것보다 중요하다는 메시지를 전달받는다는 것이다. Miller and Reves(1976)의 연구에서 남자 아이들은 등장인물의 힘과 활동성에, 여자 아이들은 신체적 매력에 가장 많은 관심을 보였다. 국내 성인을 대상으로 한 텔레비전 등장인물에 대한 반응연구에서는 남녀응답자 모두

남성등장인물이 여성등장인물보다 익살스럽고, 더 성공적이라고 응답하였다. 같은 연구에서 응답자들은 앞선 연구와 달리 남성 등장인물을 여성보다 더 매력적이라고 보았는데, 이는 남성 역시 신체적 매력이 중시되는 현대문화를 반영한 것이다. 그러나 이 시기에 남성에게 요구되었던 것은 종전의 남성적인 이미지가 아닌 여성적인 이미지이고, 드라마나 광고 등에서 남성의 신체적 매력을 강조하였기 때문에 기존의 문화적 관습과 상치되는 것으로 보기는 어렵다(박웅기, 2003, pp. 182-183). 이와 같이 콘텐츠 자체가 등장인물의 성별에 따라 다른, 혹은 차별적인 내용을 담고 있는 것과 더불어 그에 대한 반응 역시 상이하게 나타나고 있었다.

국내에서도 소비자 및 수용자의 반응, 특히 댓글과 관련하여 다양한 연구가 진행되었다. 조국현(2007)은 미디어 환경에 따라 댓글을 기사댓글, 게시판 댓글, 게시판 댓글을 다시 토론 댓글과 일반 댓글로 구분하여 각각의 하위 종류별로 다양한 전형적 형태를 확인하였다. 권순희(2003)는 인터넷 신문에 대한 댓글을 태도, 인지, 문체, 문형, 독자 설정 차원에서 분석하였는데, 특히 인지 차원에서는 댓글을 감정적 반응, 실행적 요구, 이성적 판단으로 나누어 분석하였다. 조수선(2007)도 온라인 신문 댓글의 내용을 대상으로 그 유형을 정치적 주장형, 사회적 관찰형, 시민적 참여형, 자기미디어형으로 나누어 분석하였다. 김소담, 양성병(2015)은 온라인 뉴스 사이트에 대한 댓글을 일반댓글과 소셜댓글로 나누어 비교하였다.

동영상 UCC에 대한 연구는 성윤택 등(2007)과 박경(2008)의 연구가 있었다. 성윤택 등(2007)은 동영상 UCC 제작유형에 따라 댓글에 차이가 있는지 살펴보았는데, 이용자 반응유형을 이성적 반응, 감정적 반응, 비이성적 반응으로, 반응영역을 제작기법, 내용, 출연자, 알수없음으로 나누어 분석하였다. 분석 결과 반응유형에서는 이성적 반응이 감정적, 비이성적 반응보다 많은 비중을 보였고, 반응영역에서는 내용에 대한 댓글이 가장 많았다. 박경(2008)은 텍스트UCC와 동영상UCC에 대한 댓글의 상호작용을 비교하며 인격적 반응형, 텍스트 반응형, 인격적 상호작용형, 참여적 상호작용형, 자기미디어형으로 나누어 분석하였다.

아동이나 청소년의 댓글에 대한 연구는 극히 한정적으로 이루어졌는데, 유아의 댓글에 대한 연구는 거의 없었으며, 청소년의 댓글에 대한 연구는 주로 악성댓글이나 사이버폭력에 대한 것이었다(박나래, 오수경, 진미선, 백수정, 정익중, 2015; 이성식, 2009; 이성식, 박정선, 2009). 현은자, 김현경, 유진경(2014)은 ‘스크린 위의 글쓰기’ 과정을 통해 아동이 예상독자를 어떻게 고려하고, 댓글은 독자와의 관계에서 어떤 수행성을 나타내는지 분석하였다. 댓글을 진술 행위, 지시 행위, 언약 행위, 표출 행위, 선언 행위로 나누어 분석하였는데 댓글 중 표출 행위가 가장 많이 나타나 감정적이고 정서적인 표현에 치우쳐져 있는 것으로 나타났다.

다양한 선행 연구에서 나타난 댓글의 분류를 정리해보면 <표 2>와 같다(권순희, 2003; 박경, 2008; 성윤택 등, 2007; 조수선, 2007; 현은자 등, 2014).

<표 2> 선행연구에 나타난 댓글 유형 분석틀

학자	분류	정의
권순희 (2003)	감정적 반응	심리적 경향, 욕구, 정서 등을 포괄하여 수용자의 성격이 드러나도록 반응한 양상 (긍정적 태도를 표방하는 정서적 반응과 부정적 태도를 표방하는 감정적 반응으로 나뉨)
	실행적 요구	정보를 통해 실천의 문제, 즉 실제 상황에서 어떻게 행동하고 대처할 것인가를 다루는 반응 양상.
	이성적 판단	이념적이고 합리적인 방향으로 논리 등을 통해 반응하는 것
성윤택 등 (2007)	이성적 반응	콘텐츠의 내용, 출연자, 제작기법 등에 대한 객관적이고 합리적인 평가를 하고 나아가 콘텐츠의 표면적 의미를 넘어 새로운 의미와 시각을 전달하려는 반응
	감정적 반응	정서적 반응이나 감정적 호불호를 표출하는 경우
	비이성적 반응	단순 비방 또는 욕설을 함으로서 콘텐츠의 표면적 의미는 물론, 인터넷 공간의 신뢰성을 감소시키는 반응

조수선 (2007)	정치적 주장형	타협이나 절충의 여지없이 자신의 주장만을 일반적으로 표현한 댓글
	사회적 관찰형	기사의 주제나 해당 사안에 대해 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 다 고려하면서 자신의 의견을 절충적으로 표현한 댓글
	시민적 참여형	기사의 주제나 해당 사안에 대해 대안이나 추가 정보를 제공하는 댓글
	자기미디어형	기사와 관련이 없는 개인적인 넋두리, 개인이나 기업의 홍보성 글, 주제를 이탈한 인신공격, 괴담성 악플, 개인광고 등을 포함하는 댓글
박경 (2008)	인격적반응형	텍스트 개입의 정도도 낮으며, 이용자 간의 의사소통 개입도 낮은 유형
	텍스트반응형	텍스트에는 개입하나 다른 이용자 간의 상호작용에는 전혀 개입하지 않는 유형
	인격적 상호작용형	텍스트를 매개로 상호작용하기보다 다른 이용자에게 인격적으로 개입하는 유형
	참여적 상호작용형	텍스트와 다른 이용자들의 의사소통 모두에 적극적으로 개입하는 유형
	자기미디어형	텍스트나 글쓴이, 이용자에 대한 반응이 전혀 없는 광고설 글이나 신상 발언
현은자 등 (2014)	진술 행위	대답이나 설명, 의견, 주장의 내용이 담긴 것으로서 댓글을 단 사람의 행동이나 상태를 다른 사람에게 설명하는 텍스트
	지시 행위	권유나 명령, 요청, 의문, 충고 등의 내용으로서 댓글 독자로 하여금 어떤 행위를 하도록 하는 텍스트
	언약 행위	약속이나 제안, 위협 등의 내용을 담은 댓글로서, 댓글을 단 사람이 무엇인가를 하겠다는 뜻을 나타내는 텍스트

	표출 행위	감사, 감탄, 기쁨, 동의, 불만이나 비아냥거림, 축하와 감사, 평가 등의 내용을 담은 댓글로서 댓글을 단 사람의 심리적 상태를 나타내는 텍스트
	선언 행위	무언가를 선언하거나 포고하는 등의 내용을 담은 댓글로서 주변 세계에 무엇인가를 불러일으킨다는 내용을 담은 텍스트

이와 같이 댓글에 대한 선행연구는 대부분 온라인 뉴스 댓글에 관한 연구였다. 동영상 UCC에 대한 연구가 일부 진행되기는 하였으나, 이러한 연구 역시 아동보다는 성인에 집중된 연구였다. 유튜브 키즈 채널은 주 소비자 및 수용자가 아동인 점으로 미루어보아, 많은 댓글을 아동들이 작성하였을 것으로 사료된다. 이에 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 콘텐츠의 댓글을 분석하여 키즈 채널 콘텐츠에 대해 아동들이 가지고 있는 생각을 유추해볼 수 있을 것이다.

제3장 연구 방법

1. 연구대상

1.1. 연구대상 놀이 콘텐츠

본 연구에서는 다양한 플랫폼 중 오늘날 우리나라의 아동들에게 가장 큰 영향력을 발휘하고 있는 유튜브로 분석 대상을 한정하였다. 김윤화(2015)에 따르면 초등학교 저학년 남학생의 경우 스마트폰을 활용해 방송과 동영상을 시청하는 비율이 12.6%인 것으로 나타났고, 한국언론진흥재단의 2016년도 조사에 따르면 초등학교 고학년(4~6학년)의 22.6%, 즉 4명 중 1명은 아프리카TV나 유튜브를 활용해 개인방송을 시청하는 것으로 나타났다(김위근, 남유원, 2016). 정용찬 등(2016)에 따르면 우리나라 10대의 89.1%가 유튜브를 이용한 경험이 있었으며, 이는 페이스북, Pooq 등 다양한 온라인 동영상 제공 서비스 중 가장 높은 비율을 보였다.

구체적인 연구대상으로는 아동들에게 실질적으로 영향력이 있는 채널을 선정하고자 하였다. 이를 위해 우리나라 최초의 MCN 회사이자 가장 큰 규모인 ‘다이아TV(DIA TV)’와 파트너십을 맺고 있는 채널 중, 키즈 분야로 분류된 182개의 채널을 살펴보았다. 이 중 본 연구의 목적에 맞는 채널을 크리에이터의 성별에 따라 각각 1개씩 선정하였다. 이와 더불어, 오늘날 가장 선풍적인 인기를 얻고 있는 ‘캐리TV(Carrie TV)’와, 캐리의 남자버전인 캐빈이 등장하는 ‘캐리앤플레이(CarrieAndPlay)’ 채널을 포함하였다. 또한, 캐리소프트의 채널에서 초대 캐리, 캐빈을 맡았던 진행자들이 새로 설립하여 큰 인기를 얻고 있는 채널인

‘헤이 지니’, ‘럭키 강이’ 채널도 연구대상에 포함하였다. 이렇게 하여 여성 크리에이터의 채널 3개, 남성 크리에이터의 채널 3개를 최종적인 연구 대상으로 선정하였다. 연구 대상 채널 목록은 <표 3>과 같다(2018년 5월 20일 기준).

<표 3> 연구 대상 채널 목록

	채널명	주요 크리에이터 (성별)	구독자 수(명)	조회 수(회)	동영상 수(개)	가입일
1	헤이지니 Hey Jini	지니 (여)	869,475	306,472,117	373	2017. 5. 15.
2	캐리TV CarrieTV	캐리 (여) 엘리 (여)	1,746,501	1,827,586,174	1,467	2014. 8. 3.
3	유라야놀자	유라 (여)	389,097	359,897,851	679	2016. 1. 27.
4	럭키강이 Lucky Gangi	강이 (남)	289,274	101,282,714	368	2017. 5. 15.
5	캐리앤플레이 Carrie And Play	캐빈 (남)	461,626	356,595,36	870	2015. 11. 26.
6	허팝 Heopop	허팝 (남)	1,955,114	1,475,812,701	1,155	2014. 7. 29.

연구 문제1에서는 위에서 선정한 키즈 채널에 올라와 있는 영상을 인기순위로 정렬하여 1위부터 100위까지의 영상을 대상으로 하였다. 본 연구에서는 연구의 목적에 맞게 아래와 같은 영상을 제외하였다.

1) 영상에 2인 이상의 크리에이터가 등장하는 경우, 영상에 등장하는 크리에이터의 성별이 상이한 영상 (이때, 인형탈 등을 써 정확한 성별을 알 수 없는

경우, 등장은 하나 놀이의 주체가 되지 않는 경우, 예를 들어 단순히 물건을 건네주는 등의 경우는 제외한다.)

2) 단순 이벤트, 공지사항, 기관 방문 및 홍보 등 콘텐츠에 놀이가 나타난다고 보기 어려운 영상

이렇게 하여 본 연구에서는 여성 크리에이터의 영상 300개, 남성 크리에이터의 영상 300개로 총 600개의 영상을 대상으로 하였다.

1.2. 콘텐츠에 대한 댓글

연구문제2에서는 각 크리에이터의 영상 중 상위 10개의 영상에 달린 댓글을 대상으로 하였다. 먼저 각 채널 당 상위 10개 영상의 댓글 수를 모두 나열한 뒤, 그 중 댓글 수가 가장 적은 영상의 댓글을 기준으로 하였다. 그리하여 댓글을 인기 순위로 정렬한 뒤 문장 단위로 절삭하여 상위 50개의 댓글을 대상으로 선정하였다. 이 때 ‘ㅎㅎ’, ‘ㅋㅋㅋ’, 이모티콘만 달린 댓글 등 의미가 없다고 판단되는 댓글은 제외하였다. 결과적으로 선정된 댓글은 여성 크리에이터의 영상에 달린 댓글 1,500개, 남성 크리에이터의 영상에 달린 댓글 1,500개로 총 3,000개의 댓글이다.

2. 연구도구

본 연구를 위해 제작된 체크리스트의 항목별 연구 도구는 다음과 같다.

2.1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠의 기본 정보

유튜브 키즈 채널 콘텐츠의 기본 정보를 분석하기 위한 도구는 <표 4>와 같다.

<표 4> 기본 정보 분석틀

구분	문항 번호	세부항목
기본정보	1	채널명
	2	크리에이터성별
	3	영상 순위

영상의 기본 정보는 모두 유튜브 채널의 이름과 영상의 이름을 복사하여 그대로 사용하였다. 영상 순위는 연구 대상으로 선정된 영상만을 대상으로 하여 직접 기입하였다.

2.2. 놀이

유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 나타나는 놀이를 분석하기 위한 체크리스트 구성은 <표 5>와 같다.

<표 5> 놀이 분석 틀

구분	문항번호	세부항목
놀이	4 (4-1, 4-2, 4-3)	행동특성적 분류
	5	놀이 유형 분류

본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타나는 놀이를 크리에이터의 성별에 따라 분석하기 위해 기존 연구의 틀을 수정 및 보완하여 사용하였다. 먼저, 아동의 놀이 상황에서 성별의 영향을 받아 차이가 있다고 여겨졌던 놀이의 행동특성을 분석하기 위해 변영신, 이수경(2006)의 분석틀을 수정 및 보완하였다. 해당 연구에서 사용한 행동특성적 분류는 실내/실외 놀이활동, 정적/동적 놀이활동, 소근/대근 놀이활동, 단독/집단 놀이활동이다. 본 연구에서는 한 영상에 2인 이상의 크리에이터가 등장하는 경우라 하여도 성별에 따라 대상을 선별적으로 선정하였으므로, 해당 분석틀에서 단독 놀이활동과 집단 놀이활동 범주를 삭제하고, 실내/실외 놀이, 정적/동적 놀이, 소근육/대근육 놀이로 범주를 나누어 콘텐츠에 나타나는 놀이의 행동특성을 분석하였다.

행동특성적 유형으로 분류된 놀이는 정의는 다음과 같다. 먼저 실내 놀이(indoor play)란 놀이방 또는 실내에서 이루어지는 놀이이며, 실외 놀이(outdoor play)란 실외에서 이루어지는 아동의 놀이를 말한다(서울대학교 교육연구소, 1995).

다음으로 정적 놀이(static play)와 동적 놀이(dynamic play)의 정의는 다음과 같다. ‘정적(靜的)’의 사전적 의미를 살펴보면 정지 상태에 있는, 또는 그런 것이고, 반대로 ‘동적(動的)’이란 움직이는 성격의, 또는 그런 것이다. 이성한(2006)은 소집단 놀이 활동에 대한 연구에서 정적활동을 비활동성 소근육 놀이로, 동적 활동을 활동성 대근육 놀이로 정의하였다. 박화윤, 안라리, 하양승(1998)은 실내 활동을 다시 정적 영역과 동적 영역으로 나누었는데, 언어, 조작, 미술, 수·과학, 컴퓨터영역을 정적 영역으로, 블록, 소꿉, 음률영역을 동적 영역으로 보았다. 엄은주(2013)는 이야기나누기, 동시, 음악, 미술, 요리를 정적 활동으로, 신체표현, 게임, 바깥놀이, 현장체험을 동적 활동으로 분류하였다.

이와 같은 선행연구를 토대로 본 연구에서는 정적 놀이를 언어, 음악, 미술, 수, 과학 관련 활동, 요리, 전자기기를 활용한 활동, 등과 같은 비활동적 놀이로, 동적 놀이를 신체표현, 게임, 바깥놀이 등의 활동적 놀이로 정의하였다. 단, 역할 놀이의 경우 인형을 가지고 카메라 앞 한정된 공간에서 놀이하는 것은 정적인 놀이로, 보다 넓은 공간에서 신체활동과 더불어 역할 놀이가 나타나는 것은 동적인 놀이로 포함했다. 마지막으로 대근육 놀이와 소근육 놀이는 움직임에 사용되는 근육에 따라 움직임 과제를 위해 몸통, 팔과 다리 등 큰 근육을 사용하는 놀이를 대근육 놀이로, 정교한 운동수행을 위해 작은 근육을 사용하는 놀이를 소근육 놀이로 정의하였다. 각 놀이에 대한 정의는 <표 6>과 같다.

<표 6> 놀이의 행동특성적 유형 분석틀

분류	정의
실내 놀이	실내에서 이루어지는 놀이
실외 놀이	실외에서 이루어지는 놀이
정적 놀이	비활동적 놀이 예) 언어, 음악, 미술, 수, 과학 관련 활동, 전자기기를 활용

	한 활동, 정적인 역할 놀이, 요리 등
동적 놀이	활동적 놀이 예) 신체표현, 게임, 동적인 역할 놀이, 바깥놀이 등
소근육 놀이	정교한 운동수행을 위해 신체의 작은 근육을 사용하는 놀이
대근육 놀이	몸통이나 팔 다리와 같이 큰 근육을 사용하는 놀이

다음으로 연구대상에 나타난 놀이의 유형을 알아보기 위하여 본 연구에서는 선행연구에 나타난 놀이 유형을 수정 및 보완함과 더불어 연구대상 중 일부의 놀이 유형을 모두 나열한 뒤 귀납적 방법론을 통해 놀이유형을 범주화하였다. 본 연구에서 귀납적 방법론을 사용한 이유는 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 나타난 놀이의 형태가 고전적 놀이와 매우 상이하여 기존의 틀로 분석하기에 어려움이 있기 때문이다. 그 세부적인 이유는 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 대상인 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 등장하는 크리에이터는 성인이다. 따라서 주로 아동의 놀이 형태를 분석했던 기존의 틀을 그대로 적용하기에 어려움이 있다. 둘째, 유튜브 키즈 채널 콘텐츠는 기존과는 다른 새로운 형태의 놀이를 담고 있다. 모바일 시대가 오며 놀이의 형태에도 큰 변화가 생겼다. 새로운 놀이 형태의 한 예시로는 언박싱(un-boxing)이 있다. 언박싱이란 본래 “상자에서 꺼내다”라는 의미의 영어 단어이나, 유튜브 등 영상 플랫폼의 등장으로 새로운 현상이 나타나 그 의미가 세분화 되었다. 옥스퍼드 영어사전에서는 언박싱을 ‘새로 구입한 제품을 포장에서 꺼내어 기능을 검사하는 행위(일반적으로 촬영되어 소셜 미디어 사이트에 공유될 때)’로 정의하고 있다. 언박싱은 2000년대 초반 미국에서 등장하였는데(Craig & Cunningham, 2017, p. 78), 키즈 채널에서는 주로 장난감을 풀어서 가지고 노는 것을 ‘장난감 언박싱(toy un-boxing)’이라고 한다. 이에 대한 연구는 매우 희박하게 이루어졌는데, Marsh가

케이스 스터디를 통해 장난감 언박싱 영상에 대해 언급한 바 있고(Marsh, 2015; 2016), 그 외에 소셜 미디어 엔터테인먼트(SME)로서 장난감 언박싱을 살펴보고, 규제적 측면에서 접근한 Craig and Cunningham(2017)의 연구가 있다.

이러한 절차를 통해 총 10개의 놀이 유형을 정의하였고, 놀이 유형을 그 특성에 따라 다시 사회적 놀이, 구성 놀이, 과학 놀이, 기타의 대분류로 범주화 하였다. 역할 놀이, 게임, 경쟁 놀이는 사회적 놀이로, 만들기, 그리기/꾸미기는 구성 놀이로, 요리 놀이, 과학 실험은 과학 놀이로, 마지막으로 신체 놀이, 언박싱, 장난은 기타 놀이로 보았다. 이러한 절차를 통해 정의된 분석틀은 <표 7>과 같다.

<표 7> 놀이 유형 분석틀

대분류	소분류	정의
사회적 놀이	역할 놀이	역할 놀이 또는 탐험할 수 있는 가상현실을 만들어 내거나 이야기를 만드는 놀이 ex) 엄마놀이, 가게놀이, 상상놀이 등
	게임	미리 정해진 규칙을 인식하고 수용하며 이를 따르면서 진행하는 놀이 ex) 보드게임, 방탈출, 컴퓨터게임 등
	경쟁 놀이	미리 정해진 규칙을 따르면서 진행하며 우승자가 있는 놀이 ex) 팽이대결, 점수내기 등
구성 놀이	만들기	비구조화된 놀잇감과 구조화된 놀잇감을 조합하여 구성하는 놀이 ex) 토막 쌓기, 찰흙 빚기, 만들기, 레고 놀이, 로봇 조립 등
	그리기/꾸미기	그림을 그리거나 꾸미는 놀이 ex) 그리기, 화장하기 등
과학	요리 놀이	먹을 수 있는 재료를 활용하여 먹을 수 있는 음식을

놀이		만드는 놀이
	과학 실험	과학적 원리를 알 수 있는 놀이 ex) 화산폭발실험, 갈륨 팽이 만들기 등
기타	신체 놀이	일련의 규칙 없이 대근육, 소근육을 사용하는 놀이 ex) 물장구, 수영, 모래 파헤치기, 점토 만지기 등
	언박싱	포장된 제품을 열어 소개하는 놀이
	장난	농담, 춤추기, 무모한 행위, 챌린지 등의 장난

유튜브 키즈 채널 영상에는 다양한 놀이가 중첩적으로 발견되는 경우가 많으므로 위와 같은 분석틀을 토대로 하나의 영상에 나타나는 놀이 유형을 모두 체크하였다.

2.3. 놀잇감

유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 나타나는 놀잇감을 분석하기 위한 체크리스트 구성은 <표 8>과 같다.

<표 8> 놀잇감 분석틀

	문항번호	세부항목
놀잇감	6	놀잇감 유형
	7	성유형적 특성

본 연구에서는 다양한 선행연구에 대한 고찰을 통해 특히 성별 간 차이를 잘 보여줄 수 있을 것이라 사료되는 Johnson et al. (2006)의 틀을 수정 및 보완 사용하였다. Johnson et al. (2006)은 모형 장난감을 ‘큰 물건이나 사람을

소형화시켜 만든 장난감’으로 정의하였으나, 모형 장난감 중에는 소형화되지 않은 장난감이 다수 존재한다. 따라서 모형 장난감을 ‘실물과 비슷하나 놀이용으로 제작된 장난감’으로 정의하였다. 둘째로 기존 연구에서는 교육용 놀잇감과 게임의 구분이 명확하지 않아 교육용 놀잇감을 삭제하였다. 마지막으로 실제적 놀잇감의 정의에 ‘실물을 그대로 사용하는 경우’를 추가하였으며, 예비 연구에서 위의 놀잇감으로 분류되지 않는 놀잇감인 음식, 액세서리 등의 생산물을 만들어내기 위해 고안된 놀잇감을 ‘생산적 놀잇감’으로 명명하여 분류에 추가하였다. 이와 같은 절차를 통해 완성된 분석틀의 조작적 정의는 <표 9>와 같다.

<표 9> 놀잇감 유형 분석틀

분류	정의
모형 장난감	큰 물건이나 사람을 소형화 시켜 만든 놀잇감 혹은 실물과 비슷하나 놀이용으로 제작된 놀잇감 예) 생물체 장난감, 로봇, 교통수단 장난감, 극 놀이 소품 등
구성 놀잇감	쌓기 놀이, 끼워 넣기 놀이 등과 같은 구성 놀이를 위해 설계된 놀잇감 예) 단위 블록, 테이블 블록, 속이 빈 큰 블록, 폼 블록, 나무 블록 등
대근육 놀잇감	대근육 발달과 협응력을 길러 주기 위해 고안된 놀잇감 예) 서로 다른 질감, 무게 및 크기를 가진 다양한 고무, 플라스틱 및 가죽 공, 밀고 당길 수 있는 장난감, 그네, 올라탈 수 있는 고정된 놀이기구, 짐마차, 미끄럼틀, 자전거 등
게임	일정한 규칙을 바탕으로 게임을 할 수 있도록 고안된 놀잇감 예) 빙고, 카드 짝 맞추기와 같은 보드게임, 도미노, 서양장기, 다양한 실외 게임(잡기놀이, 농구, 축구, 야구, 신호등 게임 등) 등

실제적 놀잇감	유아들이 놀이에 사용하는 실세계의 놀잇감으로, 실물을 그대로 사용하는 경우 예) 모래, 물, 찰흙, 종이, 크레파스 등 미술 재료, 표지판 만들기, 씨앗에 이름 붙이기 등 문해 관련 재료, 합판, 못, 경첩 등 목공놀이 관련 재료, 나무, 빨대, 스마트폰 등
생산적 놀잇감 (tools)	음식 만들기, 액세서리 만들기와 같이 생산물을 만들어내는 놀이를 위해 고안된 놀잇감 예) 아이스크림 만들기 장난감, 비눗방울 장난감, 팔찌 만들기 장난감 등

본 연구에서는 놀잇감의 유형과 더불어 놀이 콘텐츠에 등장하는 놀잇감의 성유형적 특성을 분석하고자 하였다. 많은 유튜브 키즈 채널이 장난감 언박싱을 기본적인 주제로 삼고 있다. 이때 개봉하는 장난감은 시중에 판매되는 놀잇감으로, 성 유형화된 놀잇감인 경우가 많다. 본 연구에서 분석은 놀잇감의 기능과 외형을 기준으로 하였는데, 선행연구를 통해 일반적으로 여아가 선호할 것이라 여겨지는 놀잇감, 성별의 구분이 뚜렷하지 않은 놀잇감, 일반적으로 남아가 선호할 것이라 여겨지는 놀잇감을 구분하였다. 예를 들어 바비 인형은 여아용으로, 자동차는 남아용으로 분류되며, 찰흙과 같은 놀잇감은 중성적으로 분류된다. 외형에 있어 가장 두드러지는 특징은 색상인데, 일반적으로 분홍색과 같은 붉은 색상 계열이나 파스텔 톤은 여아용이라 여겨지며, 푸른 색상 계열이나 원색은 남아용이라 여겨진다. 실제로 4~7세 유아를 대상으로 진행한 이채무(2004)의 연구에서 남아의 24%가 파란색을, 여아의 37%가 분홍색을 선호한다는 사실이 밝혀졌다. 임지혜, 엄소명, 이정욱(2015)의 연구에서도 남아들이 색채를 성과 관련된 사회적 의미로 해석한다는 사실을 알 수 있다. 외형적 특성 중 다른 것은 놀잇감에 그려진 캐릭터가 있다. 주로 여아용에는 애완동물이나 바비 혹은 Zhu Zhu 인형, 남아용에는 전사나 로봇, 공룡 등이 그려져 있는 것으로 구분하였다. 이를 통해 본 연구에서는

놀잇감의 성유형적 특성을 <표 10>과 같이 나누어 정의하였다.

<표 10> 성유형적 특성 분석틀

분류	정의
여성적	바비 인형, 부엌용품, 소꿉놀이, 옷, 액세서리 등 일반적으로 여아가 선호할 것으로 여겨지는 놀잇감. 외형적으로 주로 분홍색, 빨간색, 파스텔 톤의 색상을 사용하며 바비 인형, 주주 인형 등의 캐릭터가 그려져 있는 놀잇감.
중성적	글씨 판, 바이올린, 찰흙, 솜 인형 등 일반적으로 해당 놀잇감을 선호하는 성별의 구분이 뚜렷하지 않은 놀잇감
남성적	자동차, 기차 등 탈것, 블록, 공구놀이, 로봇, 스포츠 기구, 영웅 캐릭터 등 일반적으로 남아가 선호할 것으로 여겨지는 놀잇감. 외형적으로 주로 파란색, 원색 톤의 색상을 사용하며 로봇, 공룡 등의 캐릭터가 그려져 있는 놀잇감.

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에는 하나의 놀잇감보다는 다양한 놀잇감이 동시에 등장하는 경우가 많으므로 위와 같은 분석틀을 토대로 영상에 한 번이라도 나타나는 놀잇감을 모두 기입하였다. 본 연구에서는 등장하는 놀잇감의 수보다는 놀잇감의 유형이 중심이 되기 때문에 중복되는 놀잇감은 제외하였다.

2.4. 댓글

본 연구에서는 박경(2008)과 조수선(2007)의 선행연구에 나타난 댓글의 분류를 수정 및 보완하여 조작적으로 정의하였다. 댓글은 크게 제작자나 영상, 이용자에 대한 특정한 반응이 나타나는 반응형 댓글과 특정한 반응이 없는 기타 댓글이 있었다. 반응형 댓글은 다시 크리에이터에 대한 반응이 나타나는 유형의

제작자반응형 댓글, 콘텐츠인 영상에 대한 반응이 나타나는 영상반응형 댓글, 다른 이용자에게 반응하거나 개입하는 이용자반응형 댓글로 분류하였다. 또, 크리에이터, 영상, 이용자에 대한 반응으로 추정되지만 그 반응의 대상이 명확하지 않거나 둘 이상에 대한 반응일 경우 복합형 댓글로 보았다. 기타 댓글에는 자기발언형 댓글과 탈맥락적 댓글이 있다. 자기발언형 댓글은 크리에이터, 영상, 이용자에 대한 직접적인 반응이 아닌 간접적인 반응이 나타나는 댓글이고, 탈맥락적 댓글은 크리에이터나 영상, 이용자에 대한 반응이 전혀 없는 댓글이다. 본 연구에서 사용된 댓글 유형 분석틀은 <표 11>과 같다.

<표 11> 댓글 유형 분석틀

대분류	소분류	정의
반응형 댓글	제작자반응형 댓글	크리에이터에 대한 반응이 나타나는 유형으로 크리에이터의 인성, 외모, 태도 등에 대한 반응과 더불어 크리에이터에 대한 사적인 조언이나 질문 등이 나타나는 댓글. 이때, 좋아요, 싫어요, 구독, 조회 수는 유튜브 상에서 제작자의 인기 척도를 나타내는 지표이므로 좋아요, 싫어요, 구독을 눌렀다는 등의 댓글은 크리에이터에 대한 반응으로 본다. 또한, 채널 자체가 곧 크리에이터이므로, 채널에 대한 언급 역시 크리에이터에 대한 반응으로 포함한다. 예) 그동안 너무 기다렸어요 반가워요 캐리언니 예빠요 싫어요 네 번 눌렀어요.
	영상반응형 댓글	영상에 대한 반응이 나타나는 유형으로, 영상 내용에 대한 단순 언급, 호감/비호감의 표시와 더불어 영상에 대한 자기주장, 조언, 요청 등이 나타나는 댓글. 이때, 영상에 등장하는 놀잇감, 영상의 배경, 의상, 자막 등에

		대한 내용과 영상 속 크리에이터의 행위, 실력에 대한 것은 영상에 대한 반응으로 본다.
		예) 영상보다 생각났는데 냉장고가 얼마나 큰 거죠? 케이크를 정말 잘 만드시네요. 갖고 싶다. 사 주세요.
	이용자반응형 댓글	다른 이용자들에게 반응 및 개입하는 유형의 댓글
		예) 솔직히 싫어요 누르지 맙시다 누를 거면 보지 말아요. 돌아와줘서 고마운 사람 손! 초딩이라고 욕하지 마세요.
	복합형 댓글	크리에이터나 영상, 이용자에 대한 어떠한 반응이 나타나나 작성자의 명확한 의도를 알 수 없는 댓글 및 두 가지 이상에 대한 반응이 복합적으로 나타나는 댓글
		예) 재밌다 (어떤 것이 재밌다는 것인지 알 수 없음) 혼자서 하는 보드게임은 없을까 생각했는데 님이 해주셨네요. 우와 대박
기타 댓글	자기발언형 댓글	크리에이터, 영상, 이용자에 대한 직접적인 반응은 아니지만 크리에이터나 이용자에게 대화를 건네면서 작성자 개인의 이야기를 하는 등 간접적인 관계를 맺고 있는 댓글
		예) 지니언니 저 어제 소풍 갔다 왔어요 전 캐리가 시작할 때부터 봤어요! 제 이름은 OOO이에요.
	탈맥락적 댓글	크리에이터나 영상, 이용자에 대한 반응이 전혀 없는 광고성 글이나 대상과 맥락을 알 수 없는 욕설 댓글 예) 1등 틀린 그림 찾기

3. 연구절차

3.1. 예비연구

본 연구에 앞서 2018년 3월 1일부터 3월 31일까지 예비연구를 실시하였다. 먼저 콘텐츠 분석을 위한 체크리스트의 신뢰도를 검증하기 위해 콘텐츠 분석 연구 대상의 10%에 해당하는 영상 60개와 댓글 분석 연구 대상의 10%에 해당하는 댓글 300개를 무작위로 선택하여 예비조사를 실시하였다. 분석을 실시하기 전 체크리스트의 준거에 대해 충분히 설명하였고, 의견의 차이가 발생한 항목은 토의를 거쳐 체크리스트의 문항을 수정 및 보완하는 절차를 거쳤다. 예비조사에는 분석틀 별로 아동·청소년학과 아동문학 및 미디어교육 파트 석사 학위 소지자 1명 혹은 박사 학위 소지자 1명이 참여하였다. 예비조사 후 체크리스트의 신뢰도를 알아보기 위하여 각 문항별로 연구자의 답변이 일치한 정도를 계산하였다. 먼저 놀이의 행동특성적 유형 중 실내/외 놀이 체크리스트의 신뢰도는 100% 일치하는 것으로 나타났으며, 정적/동적 놀이 체크리스트의 신뢰도는 .98, 소근/대근육 놀이 체크리스트의 신뢰도는 .96으로 나타났다. 다음으로 놀이 유형 체크리스트의 신뢰도는 .95로, 놀잇감 유형 체크리스트의 신뢰도는 .95로, 놀잇감의 성유형적 특성 체크리스트의 신뢰도는 .91로 나타났다. 마지막으로 댓글 유형 체크리스트의 신뢰도는 .90으로 나타나, 모든 문항의 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

3.2. 본 연구

본 연구는 확정된 체크리스트를 가지고 연구자가 직접 연구대상 콘텐츠 600개와 댓글 3000개를 2018년 4월 10일부터 2018년 5월 20일까지 분석을 실시하였다.

4. 자료 분석

본 연구에서는 자료 분석을 위해 SPSS 21.0 통계 프로그램을 사용하였다. 먼저 크리에이터에 따른 놀이, 놀잇감, 댓글이 어떻게 나타나는지 살펴보기 위해 분석 결과에 대해 빈도 분석을 실시하였다. 이를 통해 전체적인 결과를 살펴보고, 여성과 남성으로 나누어 결과 값을 비교 분석하였다. 다음으로는 여성 남성 간 차이를 보기 위하여 동일한 프로그램을 통해 카이제곱 검정을 실시하였다. 대분류와 소분류로 나누어진 문항의 경우 대분류에 따라 각각 카이제곱검정을 실시하여 그 결과를 취합하였다.

제4장 연구 결과

본 장에서는 유튜브 키즈 채널 콘텐츠와 댓글을 크리에이터의 성별에 따라 분석하여 결과를 기술하고자 한다. 각 항목에 대한 연구 결과를 살펴보면 다음과 같다.

1. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠

1.1. 놀이의 행동특성적 유형

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 나타난 놀이를 모두 집계한 결과 여성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에서는 629개, 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에서는 583개로 총 1,212개의 놀이가 발견되었다. 놀이의 행동특성적 유형을 분석한 결과는 <표 12>와 같이 나타났다.

<표 12> 놀이의 행동특성적 유형 연구 결과 (N=1,212)

분류	빈도	성별		총계	X^2 (p)
		여성	남성		
실내 놀이	개	627	562	1189	17.528**
	(%)	(99.7)	(96.4)	(98.1)	
실외 놀이	개	2	21	23	(.000)
	(%)	(.3)	(3.6)	(1.9)	
정적 놀이	개	611	440	1051	123.304**
	(%)	(97.1)	(75.5)	(86.7)	
동적 놀이	개	18	143	161	(.000)
	(%)	(2.9)	(24.5)	(13.3)	

소근육 놀이	개	611	440	1051	
	(%)	(97.1)	(75.5)	(86.7)	123.304**
대근육 놀이	개	18	143	161	(.000)
	(%)	(2.9)	(24.5)	(13.3)	

* $p < .05$, ** $p < .01$

먼저 놀이를 전반적으로 살펴보면, 실내/실외 놀이의 경우 1,212개의 놀이 중 실내 놀이가 1,189개(98.1%), 실외 놀이가 23개(1.9%)로 집계되어 실내 놀이가 압도적으로 많이 나타났다. 정적/동적 놀이는 정적 놀이가 1,051개(86.7%), 동적 놀이가 161개(13.3%)로 나타났고, 소근육/대근육 놀이에 있어서는 소근육 놀이가 1,051개(86.7%), 대근육 놀이가 161개(13.3%)로 나타났다. 따라서 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에는 전반적으로 실내 놀이, 정적 놀이, 소근육 놀이가 많이 나타났다.

다음으로 성별에 따라 결과를 살펴보면, 실내 놀이의 경우 여성은 627개(99.7%), 남성은 562개(96.4%)로 여성 크리에이터의 영상에 등장한 실내놀이가 남성 크리에이터보다 더 큰 비율을 나타냈다. 실외 놀이의 경우 여성은 2개(0.3%), 남성은 21개(3.6%)로 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에 나타난 실외 놀이 비율이 여성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에 나타난 실외 놀이 비율보다 12배 높았다. 이와 같은 연구 결과를 토대로 크리에이터의 성별에 따른 분포에 있어 실내/실외 놀이 여부 간의 차이를 알아보기 위하여 카이제곱검정을 실시하였다. 그 결과, $X^2=17.528$, $p=0.000$ 으로 성별에 따라서 실내/실외 놀이 분포에 차이가 있는 것으로 나타났다($p < .01$).

다음으로 정적인 놀이의 경우 여성은 611개(97.1%), 남성은 440개(75.5%)로 여성이 더 많았다. 동적인 놀이의 경우 여성은 18개(2.9%), 남성은 143개(24.5%)로, 남성 크리에이터의 동적 놀이는 여성 크리에이터의 동적 놀이보다 약 8배 많이 나타났다. 카이제곱검정을 실시한 결과 $X^2=123.304$, $p=0.000$ 으로 성별에 따른

정적/동적 놀이의 분포 차이가 유의하게 나타났다($p<.01$).

마지막으로 소근육 놀이의 경우 여성은 611개(97.1%), 남성은 440개(75.5%)로 여성이 더 많았다. 대근육 놀이를 살펴보면, 여성은 18개(2.9%), 남성은 143개(24.5%)로, 남성 크리에이터의 대근육 놀이는 여성 크리에이터의 대근육 놀이보다 약 8배 많이 나타났다. 이때 정적 놀이와 소근육 놀이, 동적 놀이와 대근육 놀이는 완전히 일치하여 나타났다. 성별에 따른 분포의 차이를 알아보기 위해 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=123.304$, $p=0.000$ 으로 소근육/대근육 놀이 여부는 성별에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$).

1.2. 놀이 유형

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이 유형을 대분류 및 소분류에 따라 분석하고 표를 합산한 결과는 <표 13>과 같다.

<표 13> 놀이 유형 연구 결과

(N=1,212)

대분류	소분류	빈도	성별		총계	X ² (p)
			여성	남성		
사회적 놀이	역할 놀이	개	203	65	268	122.544** (.000)
		(%)	(89.8)	(37.4)	(67.0)	
	게임	개	8	44	52	
		(%)	(3.5)	(25.3)	(13.0)	
	경쟁 놀이	개	15	65	80	
		(%)	(6.6)	(37.4)	(20.0)	
합계	개	226	174	400		

구성 놀이	만들기	개	107	107	214	15.993** (.000)
		(%)	(76.4)	(94.7)	(84.6)	
	그리기/꾸미기	개	33	6	39	
		(%)	(23.6)	(5.3)	(15.4)	
	합계	개	140	113	253	
		(%)	(76.4)	(94.7)	(84.6)	
과학 놀이	요리 놀이	개	42	24	66	3.564 (.054)
		(%)	(85.7)	(68.6)	(78.6)	
	과학 실험	개	7	11	18	
		(%)	(14.3)	(31.4)	(21.4)	
	합계	개	49	35	84	
		(%)	(23.6)	(5.3)	(15.4)	
기타	신체 놀이	개	17	30	47	51.962** (.000)
		(%)	(7.9)	(11.5)	(9.9)	
	언박싱	개	187	156	343	
		(%)	(87.4)	(59.8)	(72.2)	
	장난	개	10	75	85	
		(%)	(4.7)	(28.7)	(17.9)	
	합계	개	214	261	475	
		(%)	(76.4)	(94.7)	(84.6)	

* $p < .05$, ** $p < .01$

놀이의 행동특성적 유형과 마찬가지로 여성 629개, 남성 583개의 놀이를 유형별로 분석하였다. 그 결과를 전반적으로 살펴보면 언박싱이 343개로 가장 많았고, 그 다음으로 역할 놀이가 268개로 많았다. 그 다음 장난이 85개 경쟁 놀이가 80개, 요리 놀이가 66개, 게임이 52개, 신체 놀이가 47개, 그리기/꾸미기가 39개, 과학 놀이가 18개 순으로 나타났다. 놀이 유형을 크리에이터의 성별에 따라 분석한 결과 여성 크리에이터의 놀이 유형은 역할 놀이가 203개로 가장 많았고, 그

다음으로 언박싱 187개, 만들기 107개, 요리 놀이 42개, 그리기/꾸미기 33개, 신체 놀이 17개, 경쟁 놀이 15개, 장난 10개, 게임 8개, 과학 놀이 7개 순으로 나타났다. 남성 크리에이터의 놀이 유형은 언박싱이 156개로 가장 많았고, 그 다음으로 만들기 107개, 장난 75개, 경쟁 놀이와 역할 놀이가 각각 65개, 게임 44개, 신체 놀이 30개, 요리 놀이 24개, 과학 실험 11개, 그리기/꾸미기 6개 순으로 나타났다.

대분류를 중심으로 살펴보면 먼저 사회적 놀이의 하위 범주 중에서 가장 많이 나타난 놀이 유형은 역할놀이로, 총 268개(67.0%)였다. 다음으로 경쟁 놀이가 80개(20.0%), 게임이 52개(13.0%) 순으로 나타났다. 여성 크리에이터의 콘텐츠에는 역할 놀이가 203개(89.8%)로 가장 많았고 경쟁 놀이가 15개(6.6%), 게임이 8개(3.5%) 나타났다. 남성 크리에이터는 역할놀이와 경쟁 놀이가 각각 65개(37.4%)로 많았고 게임이 52개(13.0%)로 나타났다. 성별과 놀이 유형 중 사회적 놀이의 관련성을 검정하기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=122.544$, $p=0.000$ 으로 성별과 댓글 유형 간에는 유의한 분포차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$).

다음으로 구성 놀이의 하위 범주를 살펴보면 만들기가 214개(84.6%), 그리기/꾸미기가 39개(15.4%)로 나타났다. 여성 크리에이터는 만들기가 107개(76.4%), 그리기/꾸미기가 33개(23.6%)로, 남성 크리에이터는 만들기가 107개(94.7%), 그리기/꾸미기가 6개(5.3%) 순으로 나타났다. 성별과 놀이 유형 중 구성 놀이의 관련성을 검정하기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=15.993$, $p=0.000$ 으로 성별과 댓글 유형 간에는 유의한 분포차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$).

과학 놀이에서는 요리 놀이가 66개(78.6%)로 많았고 과학 실험은 18개(21.4%)로 나타났다. 여성 크리에이터는 요리 놀이가 42개(85.7%), 과학 실험이 7개(14.3%)로 나타났고 남성 크리에이터의 콘텐츠에는 요리 놀이가 24개(68.6%), 과학실험이 11개(31.4%) 발견되었다. 성별과 놀이 유형 중 구성 놀이의 관련성을 검정하기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=3.564$, $p=0.054$ 로 성별과 댓글 유형 간에는 유의한 분포차이가 없는 것으로 나타났다.

마지막으로 기타 범주에서는 언박싱이 343개(72.2%)로 가장 많았고 장난이 85개(17.9%)로 그다음으로 많았다. 신체 놀이는 47개(9.9%) 발견되었다. 여성 크리에이터의 콘텐츠에는 언박싱이 187개(87.4%)로 가장 많았고 신체놀이가 17개(7.9%), 장난이 10개(4.7%) 순으로 나타났다. 남성 크리에이터의 영상에서도 언박싱이 156개(59.8%)로 가장 많이 나타났는데 그다음으로는 장난이 75개(28.7%)로 많았다. 마지막으로 신체 놀이는 30개(11.5%) 발견되었다. 여성 크리에이터와 남성 크리에이터 간 기타 범주의 놀이 유형의 차이를 알아보기 위해 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=51.962$, $p=0.000$ 으로 성별에 따른 기타 범주의 놀이 유형 차이가 유의하게 나타났다($p<.01$).

1.3. 놀잇감 유형

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 나타난 놀잇감을 모두 집계한 결과 여성 크리에이터의 영상에서는 688개, 남성 크리에이터의 영상에서는 629개의 놀잇감이 발견되었다. 집계된 놀잇감의 유형과 성유형적 특성을 분석한 뒤 한 영상에서 같은 유형-성유형적 특성을 지닌 놀잇감을 제외한 결과 여성 크리에이터의 영상에서는 489개, 남성 크리에이터의 영상에서는 379개로 총 868개의 놀잇감이 집계되었다. 이러한 놀잇감의 유형을 분석한 결과는 <표 14>와 같다.

<표 14> 놀잇감 유형 연구 결과

(N=868)

분류	빈도	성별		총계	X^2 (p)
		여성	남성		
모형 장난감	개 (%)	332 (67.9)	193 (50.9)	525 (60.5%)	52.864** (.000)
구성 놀잇감	개 (%)	11 (2.2)	8 (2.1)	19 (2.2)	
게임	개 (%)	8 (1.6)	31 (8.2)	39 (4.5)	
실제적 놀잇감	개 (%)	111 (22.7)	140 (36.9)	251 (28.9)	
생산적 놀잇감	개 (%)	27 (5.5)	7 (1.8)	34 (3.9)	

* $p < .05$, ** $p < .01$

먼저, 놀잇감 유형의 전반적 특성을 살펴본 결과 모형 장난감이 525개(60.5%)로 가장 많이 나타났고, 실제적 놀잇감이 251개(28.9%)로 그다음으로 많았다. 세 번째로는 게임이 39개(4.5%), 생산적 놀잇감이 34개(3.9%)로 나타났고, 구성 놀잇감이 19개(2.2%)로 가장 적었으며, 대근육 놀잇감은 전혀 나타나지 않았다. 이를 크리에이터의 성별에 따라 나누어본 결과 여성 크리에이터의 영상에 나타난 놀잇감 중에서는 모형 장난감이 332개(67.9%)로 가장 많았고, 그다음으로 실제적 놀잇감 111개(22.7%), 생산적 놀잇감 27개(5.5%), 구성 놀잇감 11개(2.2%), 게임 8개(1.6%) 순으로 나타났다. 다음으로 남성 크리에이터의 영상에 나타난 놀잇감은 여성 크리에이터의 영상과 마찬가지로 모형 장난감이 193개(50.9%)로 가장 많았고, 그다음으로 실제적 놀잇감이 140개(36.9%)로 많았으며, 게임 31개(8.2%), 구성 놀잇감 8개(2.1%), 생산적 놀잇감 7개(1.8%) 순으로 나타났다.

모형 장난감의 경우 여성 332개(67.9%), 남성 193개(50.9%), 구성 놀잇감의 경우 여성 11개(2.2%), 남성 8개(2.1%), 생산적 놀잇감의 경우 여성 27개(5.5%), 남성 7개(1.8%)로 여성 크리에이터의 영상에 더 많이 나타났다. 대근육 놀잇감은 양쪽 모두 전혀 나타나지 않았고, 게임은 여성 8개(1.6%), 남성 31개(8.2%), 실제적 놀잇감은 여성 111개(22.7%), 남성 140개(36.9%)로 남성 크리에이터의 영상에 더 많이 나타났다. 다음으로 여성 크리에이터와 남성 크리에이터 간 놀잇감 유형의 차이를 알아보기 위해 카이제곱검정을 실시한 결과, $X^2=52.864$, $p=0.000$ 으로 성별에 따른 놀잇감 유형의 차이가 유의하게 나타났다($p<.01$).

1.4. 놀잇감의 성유형적 특성

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀잇감의 성유형적 특성을 분석한 결과는 <표 15>와 같다.

<표 15> 놀잇감의 성유형적 특성 연구 결과 (N=868)

분류	빈도	성별		총계	X^2 (p)
		여성	남성		
여성적	개 (%)	116 (23.7)	5 (1.3)	121 (13.9)	103.506** (.000)
중성적	개 (%)	277 (56.6)	230 (60.7)	507 (58.4)	
남성적	개 (%)	96 (19.6)	144 (38.0)	240 (27.6)	

* $p<.05$, ** $p<.01$

놀잇감의 성유형적 특성을 알아보기 위하여 놀잇감 유형 분류와 마찬가지로 여성 크리에이터의 영상에서는 489개, 남성 크리에이터의 영상에서는 379개로 총 868의 놀잇감을 분석하였다. 분석 결과 중성적 놀잇감이 507개(58.4%)로 가장 많이 나타났고, 남성적 놀잇감이 240개(27.6%), 여성적 놀잇감이 121개(13.9%)로, 남성적 놀잇감이 여성적 놀잇감의 2배로 나타났다. 다음으로 크리에이터의 성별에 따라 놀잇감의 성유형적 특성을 분석한 결과 여성의 경우 중성적 놀잇감이 277개(56.6%), 여성적 놀잇감이 116개(23.7%), 남성적 놀잇감이 96개(19.6%)로 나타났고, 남성의 경우 중성적 놀잇감이 230개(60.7%), 남성적 놀잇감이 144개(38.0%), 여성적 놀잇감이 5개(1.4%)로 나타났다.

여성적 놀잇감의 경우 여성 크리에이터는 116개(23.7%), 남성 크리에이터는 5개(1.3%) 가지고 놀아 여성 크리에이터가 더 많이 가지고 노는 것으로 나타났다. 중성적 놀잇감의 경우 여성이 277개(56.6%), 남성이 230개(60.7%)로, 남성적 놀잇감은 여성 96개(19.6%), 남성 144개(38.0%)로 남성 크리에이터가 중성적 놀잇감과 남성적 놀잇감을 여성 크리에이터보다 더 많이 가지고 노는 것으로 나타났다. 여성 크리에이터와 남성 크리에이터 간 놀잇감의 성유형적 특성에 차이가 있는 지를 알아보기 위해 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=103.506$, $p=0.000$ 으로 놀잇감의 성유형적 특성 분포는 성별에 따라 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$).

2. 유튜브 키즈 채널 댓글

여성 크리에이터의 채널과 남성 크리에이터의 채널에 달린 댓글 각 1,500개, 총 3,000개를 분석한 결과는 <표 16>과 같다.

<표 16> 댓글 유형 연구 결과

(N=3,000)

대분류	소분류	빈도	성별		총계	X^2 (p)
			여성	남성		
반응형 댓글	제작자반응형	개	618	426	1044	71.675** (.000)
		(%)	(46.2)	(31.0)	(38.5)	
	영상반응형	개	529	744	1273	
		(%)	(39.6)	(54.1)	(46.9)	
	이용자반응형	개	46	50	96	
기타		(%)	(3.4)	(3.6)	(3.5)	5.451* (.007)
	복합형	개	144	155	299	
		(%)	(10.8)	(11.3)	(11.0)	
	자기발언형	개	63	32	95	
		(%)	(38.7)	(25.6)	(33.0)	
	탈맥락적	개	100	93	193	
		(%)	(61.3)	(74.4)	(67.0)	
	합계		163	125	288	

* $p < .05$, ** $p < .01$

먼저 반응형 댓글의 하위 범주 중에서 가장 많이 나타난 댓글 유형은 영상반응형 댓글로, 총 1,273개(46.9%)였다. 다음으로 많이 나타난 댓글은 제작자반응형 댓글로, 총 1,044개(38.5%)가 있었으며, 그다음 복합형 댓글은 299개(11.0%), 이용자반응형 댓글은 96개(3.5%)로 나타났다. 여성 크리에이터의 경우 제작자반응형이 618개(46.2%)로 가장 많았고, 영상반응형이 529개(39.6%)로 두 번째로 많이 나타났다. 그 밖에 복합형 144개(10.8%), 이용자반응형이 46개(3.4%)로 나타났다. 남성 크리에이터는 영상반응형이 744개(54.1%)로 가장 많이 나타났고, 제작자반응형 426개(31.0%), 복합형 155개(11.3%), 이용자반응형 50개(3.6%) 순으로 나타났다. 성별과 댓글 유형 중 반응형 댓글의 관련성을 검정하기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=71.675$, $p=0.000$ 으로 성별과 댓글 유형 간에는 유의한 분포차이가 있는 것으로 나타났다($p<.01$).

다음으로 기타 댓글의 하위 범주는 탈맥락적 댓글이 193개(67.0%)로 가장 많이 나타났고 자기발언형은 95개(33.0%)로 가장 적게 나타났다. 여성 크리에이터의 경우 탈맥락적 댓글이 100개(61.3%), 자기발언형 댓글이 63개(38.7%)로 나타났다. 남성 크리에이터는 탈맥락적 댓글이 93개(74.4%), 자기발언형 댓글이 32개(25.6%) 순으로 나타났다. 성별과 댓글 유형 중 기타 댓글의 관련성을 검정하기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, $\chi^2=5.451$, $p=0.007$ 로 성별과 댓글 유형 간에는 유의한 분포차이가 있는 것으로 나타났다($p<.05$).

제5장 논의 및 결론

유튜브는 오늘날 우리 아동에게 실질적으로 영향을 미치는 영상 플랫폼이다. 아동은 유튜브 영상을 보며 다양한 지식을 얻기도 하고, 크리에이터를 따라하며 놀이를 즐긴다. 이때 아동은 콘텐츠를 수용하는 것에서 그치기도 하지만, 더 나아가 현실에서 그러한 놀이를 따라하거나 스스로 콘텐츠를 제작해 올리기도 한다. 이는 인터넷과 모바일 미디어의 발달에 의해 나타난 새로운 놀이 형태라고 볼 수 있다. 아동은 미디어 콘텐츠의 영향을 많이 받는다. 특히 아동은 매체를 접할 때 자신과 동성의 인물에 주목하는 경향이 있으며, 특히 그 인물이 해당 성별에 적합하다고 판단되는 행동을 할 때 영향은 더 커진다(Bandura, 1986; Hoffner & Buchman, 2005; Reeves & Miller, 1978). 이에 따라 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타나는 놀이와 놀잇감을 크리에이터의 성별에 따라 분석하고자 하였다. 또한, 키즈 채널 영상에 달린 댓글 유형을 분석함으로써 크리에이터의 성별에 따른 수용자 및 소비자들의 반응을 살펴보고자 하였다. 연구 문제에 따른 연구 결과의 논의 및 결론은 다음과 같다.

1. 논의

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에서 나타난 놀이를 전반적으로 살펴본 결과는 다음과 같다. 먼저 행동특성적 유형으로 놀이를 분류했을 때 여성 크리에이터와 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠 모두 실내 놀이, 정적 놀이, 소근육 놀이가 실외 놀이, 동적 놀이, 대근육 놀이보다 많이 나타났다. 이는 유튜브라는 플랫폼의

특성상 크리에이터의 행동을 영상에 담아야하며, 특히 키즈 채널의 경우 장난감 언박싱을 주제로 하는 경우가 많기 때문이라고 볼 수 있다.

크리에이터의 성별에 따라 놀이의 행동특성적 유형에 차이가 있는지 알아보기 위해 카이제곱검정을 실시한 결과 모든 범주에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 실내/실외 놀이를 살펴보면 여성 크리에이터의 경우 단 2개의 놀이만이 실외에서 이루어진 반면, 남성 크리에이터는 총 21개의 놀이가 실외에서 이루어져 여성의 약 10배가 많은 것으로 나타났다. 실내/실외 놀이 유형에 따라 놀이 콘텐츠를 자세히 분석한 결과 여성 크리에이터는 대부분 한정된 공간인 스튜디오에서 영상을 촬영하며, 2개로 나타난 실외놀이의 놀이유형은 모두 역할 놀이인 것으로 분석되었다. 반면 남성 크리에이터의 경우 영상을 촬영하는 장소가 실내이더라도 스튜디오가 아닌 규모가 큰 창고인 경우도 다수 발견되었으며, 실외놀이인 경우에도 놀이 유형은 역할 놀이, 게임, 경쟁 놀이, 구성 놀이, 과학 놀이, 신체 놀이로 다양하게 나타났다. 비록 여성과 남성 크리에이터 모두에게서 실내 놀이가 더 많이 발견되었지만, 남성이 여성보다 실외 놀이를 더 많이 하는 것으로 나타나 놀이의 주체가 성인이라도 아동의 경우 여아는 실내 놀이 환경을, 남아는 실외 놀이 환경을 선호한다고 밝힌 기존의 선행연구와 맥락을 같이 한다고 볼 수 있다(김은희, 2003; Cherney, London, 2006; Eaton & Enns., 1986; Erikson, 1951; Harper & Sanders, 1975).

다음으로 정적 놀이와 동적 놀이, 소근육 놀이와 대근육 놀이를 살펴보면 여성의 경우 소근육을 사용하는 정적 놀이의 비율이 97.1%로 대다수가 정적 놀이로 나타났다. 반면 남성 크리에이터의 경우 정적 놀이, 소근육 놀이의 비율이 75.5%로 동적 놀이, 대근육 놀이의 비율보다 높았지만, 동적 놀이와 대근육 놀이의 비율이 24.5%로 여성의 대근육을 사용하는 동적 놀이(2.9%)보다 약 8배 높게 나타났다. 유튜브라는 영상 플랫폼의 특성과 한계에도 불구하고 남성 크리에이터의 경우 동적인 대근육 놀이를 여성 크리에이터보다 많이 하는 것으로 나타난 것이다.

아동들의 경우 여아는 정적 놀이를, 남아는 동적 놀이를 선호한다는 연구결과가 있는데, 아동들을 대상으로 하는 영상에 나타난 성인의 놀이 역시 그러한 선행연구와 일맥상통하는 것으로 나타났다(이숙재, 1998; Eaton & Enns., 1986; Rubin, Fein, & Vandenberg, 1983).

이와 같이 유튜브 키즈 채널의 놀이 콘텐츠는 기존에 아동을 대상으로 하여 진행된 연구와 일치하는 방향으로 나타났다. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠의 특성상 대다수가 실내에서 이루어지고, 소근을 활용한 정적인 놀이가 나타나는 점에서 성별을 불문하고 아동들에게 실외에서 하는 동적인 대근육 놀이 보다는 실내에서 하는 정적인 소근육 놀이를 많이 불러일으킬 것으로 사료된다. 다만 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 나타났기 때문에 아동들이 이러한 키즈 채널을 향유할 경우, 자신의 성별에 따라 선호하는 놀이의 행동특성적 유형이 더욱 공고해질 것으로 보인다.

다음으로 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이 유형의 소분류를 전체적으로 분석한 결과 언박싱이 343개로 가장 많이 나타났고, 역할 놀이가 268개로 두 번째로 많았다. 이를 통해 CJ E&M MCN의 오진세 팀장이 “우리나라에서는 키즈 크리에이터들이 완구 언박싱 영상을 많이 제작한다.” 라고 언급한 것과 같이(문용필, 2016) 국내에서 아동을 대상으로 하는 키즈 채널이 장난감 언박싱을 주된 콘텐츠로 하고 있음을 알 수 있다. 해외에서는 장난감 언박싱 영상에 대한 연구가 여러 차례 이루어진 바 있으나(Craig & Cunningham, 2017; Marsh, 2015; Marsh, 2016; Marsh, 2017; Ramos-Serrano & Herrero-Diz, 2016), 이에 대한 국내 연구는 아직 진행되지 않았다.

언박싱과 역할 놀이 외에 만들기가 214개, 장난이 85개로 나타났고, 경쟁 놀이가 80개, 요리 놀이가 66개, 게임이 52개, 신체 놀이가 47개, 그리기/꾸미기가 39개, 과학 실험이 18개 순으로 나타났다. 가장 많이 발견된 언박싱에 그다음으로 많이

발견된 역할 놀이까지 더하면 총 611개로 두 가지 유형의 놀이가 절반을 차지하는 것으로 나타나 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠가 다양하고 균형 있는 놀이 유형을 보여주지는 못하는 것으로 보인다.

놀이 유형을 크리에이터의 성별에 따라 살펴본 결과 여성 크리에이터는 역할 놀이를 가장 많이 하는 것으로 나타났다. 여성 크리에이터의 놀이 콘텐츠를 면밀히 살펴보면 여성 크리에이터는 게임, 경쟁 놀이, 그리기/꾸미기, 언박싱 등 다른 유형의 놀이를 할 때 역할 놀이를 병행하는 모습이 다수 발견되었다. 비슷한 유형의 보드게임을 하더라도 남성 크리에이터는 게임 자체만을 진행하는 반면, 여성 크리에이터는 역할 놀이를 통해 게임을 진행하는 것으로 나타났다. 그렇기 때문에 여성 크리에이터의 경우 장난감 언박싱이 유튜브 키즈 채널의 큰 주제임에도 불구하고 언박싱보다 역할 놀이가 더 많이 발견된 것으로 사료된다. 여성 크리에이터의 놀이 유형은 역할 놀이 다음으로 언박싱, 만들기, 요리 놀이, 그리기/꾸미기, 신체 놀이, 경쟁 놀이, 장난, 게임, 과학 실험 순으로 나타났다. 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에는 언박싱이 156개로 가장 많았고 두 번째로 만들기가 많은 것으로 나타났다. 그다음으로 장난, 경쟁 놀이와 역할 놀이, 게임, 신체 놀이, 요리 놀이, 과학 실험, 그리기/꾸미기 순으로 놀이 유형이 나타났다. 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에서 언박싱이 가장 많이 나타난 것은 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에서 장난감 언박싱을 두드러지게 다루고 있기 때문이다. 따라서 고전적인 놀이의 범주에서는 만들기가 가장 많이 나타난 것으로 볼 수 있다. 이러한 연구결과는 여아의 경우 역할 놀이를, 남아의 경우 쌓기 놀이와 만들기를 포함하는 구성 놀이를 선호하는 것으로 나타난 기존의 선행연구와 마찬가지로(문희연, 2003; 신수경, 지성애, 2008; 이상운, 1983; 진명희, 서현순, 2004) 성인이 주체가 되는 유튜브 키즈 채널에서도 같은 현상이 발견됨을 시사한다.

성별 간 비교를 해 보면 역할 놀이의 경우 여성 크리에이터가 남성 크리에이터보다 약 3배 더 많이 하는 것으로 나타났고, 그리기/꾸미기는 여성 크리에이터의

놀이 콘텐츠에 나타난 비율이 남성 크리에이터의 놀이 콘텐츠에 나타난 비율보다 약 5배 높았다. 반대로 게임은 약 6배, 경쟁 놀이는 약 5배, 장난은 8배가량 남성 크리에이터가 더 많이 하는 것으로 나타났다. 이를 정리해보면 역할 놀이, 그리기/꾸미기는 여성 크리에이터가, 게임, 경쟁 놀이, 장난은 남성 크리에이터가 더 많이 하였다. 놀이 유형의 대분류에 대해 각각 카이제곱검정을 실시한 결과 사회적 놀이, 구성 놀이, 기타 범주에서 성별에 따라 놀이 유형에 유의한 분포 차이가 발견되었고 과학 놀이에서는 유의한 분포 차이가 발견되지 않았다.

여성 크리에이터의 영상에 역할 놀이가 더 많이 나타났다는 것은 여아가 남아보다 역할 놀이를 선호한다는 연구 결과와 일부 일치한다고 볼 수 있다(문희연, 2003; 신수경, 지성애, 2008; 이상운, 1983; 진명희, 서현순, 2004). 여성 크리에이터의 콘텐츠에 약 5배 더 많이 나타난 그리기/꾸미기에는 미용실 놀이, 화장 놀이 등 여성성이 강한 놀잇감을 가지고 진행되는 놀이가 있었고, 미술재료, 음식재료와 같이 중성적 놀잇감을 가지고 진행되는 놀이도 있었다. 또한 여성 크리에이터의 그리기/꾸미기는 역할 놀이나 요리 놀이, 과학 실험 등 다른 유형의 놀이와 병행하여 나타나는 경우가 많았다. 여성 크리에이터의 그리기/꾸미기를 남성 크리에이터와 비교해 보면, 동일하게 ‘화장 놀이’를 하더라도 여성 크리에이터는 예쁘게 화장하는 것이 목적인 반면, 남성 크리에이터는 미적인 측면에 초점을 맞추는 것이 아닌 장난으로 화장하는 모습이 주로 나타났다. 그리기/꾸미기는 유아교육기관의 흥미영역 중 조형영역에서 자주 발생하는 놀이 유형이다. 문희연(2003)에 따르면 만 4세와 만 5세 여아 모두 조형영역을 가장 선호하였다. 그러나 남아와 유의한 차이를 보이지는 않아, 본 연구와 정확히 일치한다고 할 수는 없다.

남성 크리에이터의 영상에 경쟁 놀이가 약 5배 더 높게 나타난 것은 남아가 여아보다 경쟁 놀이를 선호한다는 연구결과와 일부 일치한다(김석수, 2001; 김은희, 2003; 최범규, 이낙범, 2004; 최병만; 1999). 남성 크리에이터의 영상에 나타난 경쟁

놀이는 대부분 팬이 놀이였다. 남아가 여아보다 게임을 더 많이 하는 것은 김선영, 강의정(2007)의 연구와 일치했다. 또한 Chou and Tsai(2007)와 Lucas and Sherry(2004)는 연구를 통해 비디오 게임, 인터넷 게임을 하는 빈도가 남아에게서 더 많이 나타났음을 밝힌 바 있다. 본 연구에서 다루고 있는 게임은 엄밀히 말하자면 컴퓨터 게임이나 비디오 게임만을 말하는 것은 아니지만, 이러한 게임도 포함하는 개념이므로 해당 연구들과도 일맥상통한다고 볼 수 있을 것이다. 본 연구에서도 적은 수지만 남성 크리에이터의 경우 스마트폰 게임을 하는 경우가 3건 나타났고, 여성 크리에이터는 오락기를 가지고 게임을 하는 경우가 1건 나타났다. 특히 여성 크리에이터의 영상에서는 스마트폰을 가지고 노는 모습이 전혀 나타나지 않았다는 점을 눈여겨볼 수 있다. 많은 아이들이 스마트폰을 통해 영상을 시청하지만, 정작 스마트폰을 활용하는 모습은 보이지 않았다.

마지막으로 남성 크리에이터의 영상에 장난이 약 8배 더 나타난 것은, 엽기스러운 장난 등의 행위가 일반적으로 남성에게 용인되는 사회적 분위기를 반영한 것으로 해석된다. 박웅기(2003)의 연구에서는 남, 여 응답자 모두 남성등장인물들이 여성등장인물들보다 더 익살스럽다고 보았다. 이는 곧 국내의 텔레비전 프로그램에서 재치 있고 익살스러운 등장인물은 남성 등장인물에게만 국한된다는 것으로, 비록 연구 대상은 텔레비전 프로그램과 유튜브 영상으로 상이하지만 같은 영상 미디어이기 때문에 연구의 결과는 선행 연구와 일치한다고 볼 수 있다.

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀잇감을 살펴본 전반적인 결과는 다음과 같다. 먼저 여성 크리에이터의 영상에 나타난 489개의 놀잇감과 남성 크리에이터의 영상에 나타난 379개의 놀잇감을 살펴본 결과 모형 장난감이 가장 많았고, 그다음으로 실제적 놀잇감, 게임, 생산적 놀잇감, 구성 놀잇감 순으로 나타났으며 대근육 놀잇감은 한 개도 나타나지 않았다. 여성 크리에이터의 놀이

콘텐츠에 나타난 놀잇감은 모형 장난감, 실제적 놀잇감, 생산적 놀잇감, 구성 놀잇감, 게임 순으로 나타났고, 남성 크리에이터의 놀이콘텐츠에 나타난 놀잇감은 모형 장난감, 실제적 놀잇감, 게임, 구성 놀잇감, 생산적 놀잇감 순으로, 놀잇감 전체와 그것을 여성, 남성으로 나누어 보았을 때 모두 모형 장난감이 가장 많이 나타났다. 모형 장난감은 구조성이 높은 장난감으로(조은진, 2000), 이러한 놀잇감은 사용하는 방법이 제한되어 있어 유아에게 제공되었을 때 장난감이 내포하고 있는 주제와 관련된 놀이만 진행할 수 있다(지성애, 2005, p. 94). 더욱이 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠는 그러한 모형 장난감을 가지고 놀이하는 과정을 아주 상세히 보여주기 때문에 그것을 향유하는 아동들이 상상력을 발휘하여 다양한 주제의 놀이를 하도록 촉발하지 못하고, 단순히 정해진 놀이 주제와 놀이 방법을 모방하도록 할 가능성이 높다. 또한 놀이 유형과 마찬가지로 놀잇감 역시 다양하고 균형 있는 놀잇감을 보여주지는 않는 것으로 분석되었다.

다음으로 성별에 따른 차이를 살펴보면 여성 크리에이터는 남성 크리에이터보다 모형 장난감과 생산적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀았고, 남성 크리에이터는 여성 크리에이터보다 게임과 실제적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀았다. 이때 생산적 놀잇감의 경우 캔디 만들기, 아이스크림 만들기 등의 주로 요리 놀이에서 쓰이는 놀잇감이나 립밤 만들기 등과 같은 놀잇감으로, 여성적이거나 중성적인 것으로 나타났으며 남성적인 특성을 가진 생산적 놀잇감은 전혀 나타나지 않았다. 또한, 앞서 놀이유형에서도 남성 크리에이터가 게임을 더 많이 하는 것으로 나타났던 것과 마찬가지로 놀잇감 역시 남성이 게임 놀잇감을 더 많이 가지고 노는 것으로 나타났다. 그 밖에 모형 장난감은 여성이 남성보다 17.0%, 구성 놀잇감은 0.1% 더 가지고 노는 것으로 나타났다. 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타나는 놀잇감에 크리에이터의 성별에 따라 유의한 차이가 있는지 알아보기 위하여 카이제곱검정을 실시한 결과, 성별에 따라 놀잇감 유형의 분포에서 유의한 차이가 나타났다.

기존의 선행연구에서는 여아가 다양한 놀이 유형 중에서 역할 놀이를 선호하는

것으로 나타났는데, 이를 통해 여아들이 역할 놀잇감을 선호한다는 것을 유추해볼 수 있다. 여성 크리에이터의 경우 역할 놀이를 할 수 있는 모형 장난감이 더 많이 나타나 이러한 선행연구와 일치한다고 볼 수 있다. 그러나 본 연구에서는 쌓기 놀이, 끼워 넣기 놀이 등과 같은 구성 놀이를 위해 설계된 놀잇감인 구성 놀잇감이 매우 적게 나타났으며, 등장한 구성 놀잇감도 대부분 설명서를 보고 조립할 수 있는 형태의 레고블록이었는데 대부분이 성 유형화된 제품이어서 남아가 구성 놀이를 보다 선호한다는 선행연구와는 일치하지 않았다(문희연, 2003; 신수경, 지성애, 2008; 이상윤, 1983; 진명희, 서현순, 2004).

놀잇감의 성유형적 특성을 살펴보면 전체 놀잇감 중 중성적 놀잇감이 가장 많았고, 그다음으로 남성적 놀잇감, 마지막으로 여성적 놀잇감 순서로 나타났다. 놀잇감을 크리에이터의 성별에 따라서 살펴보면 여성 크리에이터는 중성적 놀잇감을 많이 가지고 놀았고 그다음으로 여성적 놀잇감을 많이 가지고 놀았으며 남성적 놀잇감은 가장 적게 가지고 놀았다. 남성 크리에이터 역시 중성적 놀잇감을 가장 많이 가지고 놀았고, 그다음으로 남성적 놀잇감, 여성적 놀잇감 순으로 나타났다. 여성과 남성 모두에게서 중성적 놀잇감이 가장 많이 나타난 이유는 성 유형화되지 않은 놀잇감, 예를 들어 실제적 놀잇감 등이 대부분 중성적 놀잇감으로 나타났기 때문인 것으로 사료된다.

중성적 놀잇감을 제외하고 보면 여성 크리에이터는 여성적 놀잇감을, 남성 크리에이터는 남성적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀이한 것으로 분석된다. 이러한 결과는 아동들이 성유형적 놀잇감을 가지고 놀 때 자신의 생물학적 성과 일치하는 놀잇감을 선호한다는 연구결과와 연결 지어 생각해볼 수 있다(조운정, 2001; 진명희, 서현순, 2004; Liss, 1981). 또한 여성 크리에이터의 영상에는 여성적 놀잇감이 더 많이 등장했지만 그만큼 남성적 놀잇감도 적지 않게 나타난 반면, 남성 크리에이터가 가지고 놀이한 여성적 놀잇감은 단 5개(1.3%)로 매우 적게 나타났다.

이를 통해 남아가 여아보다 놀잇감 선호나 놀이 행동에서 남성적인 특성을 더 많이 나타내고, 여아들이 남아들보다 중성적인 장난감이나 자신의 성과 일치하지 않는 놀이를 선호하는 경향이 있다는 선행연구의 결과를 어린이 놀이하는 유튜브 키즈채널에도 적용하여 볼 수 있을 것이다(Blakemore, LaRue, & Olejnik, 1974; Carter & Patterson, 1982; Greta, David, Nancy, Linda, & Lisa, 1975, Marcus & Overton, 1978).

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 대한 이러한 연구 결과는 오늘날 우리 아동들이 실질적으로 향유하는 놀이 콘텐츠가 여전히 성별에 따른 고정관념을 보여주고 있음을 시사한다. Bandura(1977)의 모델링이론에서는 아동의 성역할은 주변 환경에 영향을 받아 형성된다고 본다. 주변 환경에는 대표적으로 부모와 교육기관이 있지만, TV, 유튜브와 같은 미디어도 아동에게 큰 영향을 미친다(이경우, 이은화, 1987; Davidson, Yasuna, & Tower, 1979; Huston, 1983). 국내에서도 고유미, 김민정(2017)의 연구를 통해 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠가 아동에게 또 다른 형태의 놀이를 촉발시켰다는 사실을 알 수 있었다. 그러므로, 유튜브 키즈 채널 크리에이터들은 놀이를 함에 있어 아동들이 해당 놀이를 모방할 가능성을 늘 열어두어야 한다.

노경혜(1997)는 개인의 생물학적인 성을 불문하고 남성성과 여성성 모두 긍정적인 측면이 공존한다고 보는 양성성 시각을 보다 적극적으로 수용해야 함을 강조하였다. 실제로 각각 여아와 남아의 전유물처럼 생각되는 역할 놀이와 쌓기 놀이를 통합한 결과, 통합 환경이 남아의 사회적 놀이와 역할 놀이에, 유아의 혼성 놀이와 이성의 놀잇감 사용에 긍정적인 영향을 미쳤다는 연구결과도 있다(전영아, 전홍주, 2013; 2016). 따라서 유튜브 키즈 채널 크리에이터들은 아동들이 성 고정관념을 형성하지 않으면서 향유할 수 있는 콘텐츠를 제작해야 하며, 더 나아가 보다 다양하고 균등한 유형의 놀잇감을 가지고 다양한 놀이를 진행해야 한다. 특히 여성의 경우 실외 놀이, 대근육 놀이, 동적 놀이를 더 많이 해야 하고, 역할 놀이가

아닌 다른 유형의 놀이를 더 많이 해야 할 필요가 있다. 남성의 경우 여성성이 강한 놀잇감을 더 많이 등장시키며 동시에 역할 놀이나 그리기/꾸미기 등의 놀이를 병행하는 것이 필요하다.

유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 달린 댓글을 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저 전체 댓글을 분석한 결과 가장 많이 나타난 댓글 유형은 영상반응형 댓글이며, 다음으로 제작자반응형 댓글, 복합형 댓글, 탈맥락적 댓글, 이용자반응형 댓글, 자기발언형 댓글 순으로 나타났다. 성별에 따라 나누어 보면 여성 크리에이터의 경우 제작자반응형 댓글이 가장 많았고, 영상반응형, 복합형, 탈맥락적 댓글, 자기발언형, 이용자반응형으로 나타났다. 남성 크리에이터의 경우 영상반응형 댓글이 가장 많았고, 제작자반응형, 복합형, 탈맥락적 댓글, 이용자반응형, 자기발언형 순으로 나타났다.

크리에이터의 성별에 따른 댓글 유형의 차이를 살펴보면 제작자반응형과 자기발언형은 여성 크리에이터의 영상에 대한 댓글에서 많이 나타났고, 영상반응형 댓글은 남성 크리에이터의 영상에 대한 댓글에서 더 많이 나타났다. 크리에이터의 성별에 따라 댓글 반응에 통계적으로 유의한 차이가 있는지 알아보기 위하여 반응형 댓글과 기타 댓글 범주별로 각각 카이제곱검정을 실시한 결과 성별에 따라 댓글 반응 분포에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

크리에이터의 놀이 콘텐츠에 달린 제작자반응형 댓글은 “지니너무 예뻐요”, “잘생긴 허팝”, “화장 조금만 지워 주세요”와 같이 외모에 대해 언급하는 댓글, “지니좋아”, “강이 오빠 사랑해요”, “이뽕척하시는건가요?”, “레알 창피하지도 않냐”와 같이 크리에이터에 대한 호감/비호감을 나타내는 댓글, “목소리 원래 그런거예요?”, “몇 살이세요?”와 같은 질문사항이 드러난 댓글 등으로 나누어 볼 수 있었다. 이 중에서 여성 크리에이터의 경우 외모에 대해 언급하는 댓글이 166개(26.8%)로 남성 크리에이터(15.2%)에 비해 높은 비율로

나타났다. 제작자에 대한 반응은 대부분 긍정적으로 나타났는데, 부정적인 댓글은 여성이 21개(3.4%), 남성이 18개(4.2%)로 부정적 댓글에 있어서는 성별 간에 차이가 거의 없었다.

또, 여성크리에이터의 영상에 달린 자기발언형 댓글이 남성 크리에이터의 영상에 달린 자기발언형 댓글보다 2배가량 높게 나타났는데, 이는 소비자 혹은 수용자들이 여성 크리에이터의 영상에서 자기 자신에 대해 더 많이 드러내고 싶어 했고, 더 친근감을 느꼈다는 것으로 해석할 수 있다. 자기발언형 댓글에는 “강이님 저 드디어 생일이예요!!”, “캐리언니저영어이름이캐리에요”, “저는 오늘도 기분이업 되었어요” 등의 댓글이 있었다.

남성 크리에이터의 영상에 대한 댓글 중에는 영상반응형 댓글이 가장 많이 나타났으며, 여성 크리에이터의 댓글보다 남성 크리에이터의 댓글에서 영상반응형 댓글이 더 많이 나타났다. 영상반응형 댓글에는 ‘영상 너무 재미있어요’와 같이 영상에 대한 단순 호감/비호감을 표시하는 댓글, “레고젤리는 맛있어떨까?”, “저런저 분해 많이 해봤어요”와 같이 영상 내용에 대한 궁금증과 소감을 표현하는 댓글, “저도 주세요”, “가격좀알려주세요”와 같이 영상에 등장하는 놀잇감에 대한 반응 등이 있었다. 더 나아가 “뒷정리하는 것도 보여주세요”, “이건 어린아이들이 안보면좋겠다”, “이 물을 어떻게 다 버리셨죠?”, “지구야미안해 나라도 아껴서쓸께;”와 같이 콘텐츠의 내용을 비판하는 더 성숙한 태도를 담은 댓글도 나타났다.

‘남자는 능력, 여자는 외모’라는 성차별적 발언은 굉장히 오랫동안 우리 사회를 지배해 온 풍조이다. 본 연구에서 여성 크리에이터의 콘텐츠에는 제작자반응형 댓글이, 남성 크리에이터의 콘텐츠에는 영상반응형 댓글이 많이 달린 것은 이와 같이 여성의 경우 성과보다는 외모에 집중하고, 남성의 경우 그의 능력이나 성과에 집중하는 사회적 풍조를 반영한 결과라고 해석할 수 있다. 이러한 풍조는 성역할 평가 절하, 성역할 제한이라는 용어로 정의되기도 한다(Harway,

2002).

물론 소비자 및 수용자들이 여성 크리에이터의 능력을 폄하한 것은 아니다. 그러나 크리에이터로서 노력을 기울여 제작한 영상보다 제작자 자체에게 반응이 집중된다는 것은 분명히 이러한 사회적 풍조와 맥락을 같이 한다고 볼 수 있을 것이다. 게다가 많은 수의 댓글이 제작자의 외모에 대해 언급하고 있었다는 점도 그러하다. 본 연구는 이와 같이 여성과 남성에게 대한 반응이 다르게 나타난다는 기존의 선행연구를 지지하였다(Feshbach, Dillman & Jordon, 1979; Hoffner, 1996; Miller & Reves, 1976). 본 연구에서는 이를 통해 유튜브 키즈 채널의 놀이 콘텐츠가 성별에 따라 다를 뿐만 아니라, 그것을 향유하는 수용자 및 소비자들 역시 크리에이터의 성별에 따라 다른 반응을 보인다는 사실을 확인할 수 있었다.

2. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 토대로 다음과 같이 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이의 행동특성적 유형을 살펴본 결과 크리에이터의 성별과 상관없이 실내 놀이, 정적 놀이, 소근육 놀이가 실외 놀이, 동적 놀이, 대근육 놀이보다 많이 나타났다. 이러한 놀이의 행동특성적 유형의 분포에 있어서는 여성과 남성 간 통계적으로 유의미한 연관성이 발견되었다.

둘째, 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이 유형은 언박싱, 역할 놀이, 만들기, 장난, 경쟁 놀이, 요리 놀이, 게임, 신체 놀이, 그리기/꾸미기, 과학 실험 순으로 나타났다. 여성 크리에이터는 역할 놀이, 언박싱, 만들기, 요리 놀이, 그리기/꾸미기, 신체 놀이, 경쟁 놀이, 장난, 게임, 과학 실험 순으로 나타났고, 남성

크리에이터의 놀이 콘텐츠는 언박싱, 만들기, 장난, 경쟁 놀이와 역할 놀이, 게임, 신체 놀이, 요리 놀이, 과학 실험, 그리기/꾸미기 순으로 나타났다. 카이제곱검정을 실시한 결과 역할 놀이, 게임, 경쟁 놀이가 포함된 사회적 놀이와 만들기, 그리기/꾸미기가 포함된 구성 놀이, 신체 놀이, 언박싱, 장난이 포함된 기타 범주에서 여성과 남성 간에 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 요리 놀이, 과학 실험이 포함된 과학 놀이 범주에서는 분포에 통계적 차이가 발견되지 않았다.

셋째, 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀잇감은 모형 장난감, 실제적 놀잇감, 게임, 생산적 놀잇감, 구성 놀잇감 순으로 나타났으며 대근육 놀잇감은 한 개도 나타나지 않았다. 여성 크리에이터의 경우 모형 장난감, 실제적 놀잇감, 생산적 놀잇감, 구성 놀잇감, 게임 순으로 나타났고, 남성 크리에이터는 모형 장난감, 실제적 놀잇감, 게임, 구성 놀잇감, 생산적 놀잇감 순으로 나타났다. 여성 크리에이터가 남성 크리에이터보다 모형 장난감과 생산적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀고, 남성 크리에이터는 여성 크리에이터보다 게임과 실제적 놀잇감을 더 많이 가지고 놀았다. 카이제곱검정을 실시한 결과 놀잇감 유형 분포에 있어 성별에 따라 통계적으로 유의한 차이가 발견되었다.

넷째, 유튜브 키즈 채널 놀이 콘텐츠에 나타난 놀잇감의 성유형적 특성을 분석한 결과 여성과 남성 모두 중성적 놀잇감을 많이 가지고 노는 것으로 나타났다. 단, 여성의 경우 남성적인 놀잇감도 적지 않게 가지고 놀이 한 반면 남성 크리에이터의 영상에서는 여성적 놀잇감이 단 5건만 등장하였다. 카이제곱검정을 실시한 결과 놀잇감의 성유형적 특성은 여성과 남성 간에 통계적으로 유의미한 차이가 있었다.

다섯째, 유튜브 키즈 채널의 댓글을 살펴본 결과 영상반응형, 제작자반응형, 복합형, 탈맥락적 댓글, 이용자반응형, 자기발언형 순으로 나타났다. 여성 크리에이터는 제작자반응형, 영상반응형, 복합형, 탈맥락적 댓글, 자기발언형, 이용자반응형으로 나타났고, 남성 크리에이터는 영상반응형, 제작자반응형, 복합형,

탈맥락적 댓글, 이용자반응형, 자기발언형 순으로 나타났다. 반응형 댓글과 기타 댓글 범주에 대해 카이제곱검정을 실시한 결과 댓글 유형 분포는 성별에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 분석을 통해 소비자 및 수용자들이 여성 크리에이터의 영상을 볼 때는 보다 제작자에 집중하고, 남성 크리에이터의 영상을 볼 때는 영상 자체에 집중하여 성별에 따라 다른 반응을 보이는 것을 알 수 있었다.

이상의 결론들을 바탕으로 본 연구가 시사 하는 바는 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 지금까지 이루어지지 않았던 다양한 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 대한 연구를 진행하였으며, 특히 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 등장하는 놀이와 놀잇감의 유형, 댓글의 유형을 유목화 함으로써 추후 더 다양한 학술적 연구가 이루어질 수 있는 기초 자료로 사용될 수 있다.

둘째, 본 연구는 유튜브 키즈 채널에 나타나는 놀이의 유형과 놀잇감의 유형이 다양하지 않고 특정 유형이 많이 등장하는 점을 지적하여 콘텐츠 제작에 있어 보다 다양하고 균형 있는 놀이와 놀잇감이 등장해야 함을 시사 하였다.

셋째, 본 연구는 유튜브 키즈 채널의 놀이 콘텐츠에 나타난 놀이, 놀잇감과 댓글이 크리에이터의 성별에 따라 차이가 있음을 밝혔고, 그러한 차이에서 성 역할 고정관념을 발견할 수 있음을 논의하였다.

넷째, 아동이 미디어에 영향을 받으며 미디어를 통해 성 역할을 배운다는 사실을 기반으로 하여 영상을 접할 때 미디어 리터러시 교육의 중요성을 생각해보는 기회를 제공한다.

다섯째, 오늘날 아동들에게 영상 콘텐츠가 중요한 매체로 자리매김하였음을 역설하며 아동용 콘텐츠 제작자들에게 성 역할 고정관념에서 벗어나는 보다 책임 있는 콘텐츠 제작의 필요성을 제시하였다.

본 연구의 제한점과 후속 연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 영상을 대상으로 놀이 콘텐츠를 분석하였는데 유튜브 키즈 채널은 그 수가 많아 본 연구의 결과로 모든 유튜브 키즈 채널의 콘텐츠를 일반화하기는 어렵다. 따라서 보다 다양한 채널에 대한 후속 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구에서는 유튜브 키즈 채널 콘텐츠에 나타난 ‘놀이’에 집중하였다. 그러므로 크리에이터의 언행이 적절한지, 콘텐츠가 교육적으로 적합한지 여부 등 보다 다각적인 분석이 필요하다.

참 고 문 헌

- 강경석, 박연희 (2008). 부모의 양성평등의식이 유아의 성역할 고정관념에 미치는 영향. **아동교육**, 17(1), 41-54.
- 강준만 (2009). **대중매체 이론과 사상**. 서울: 개마고원.
- 강중구 (2015). 통계로 보는 콘텐츠 산업. 한국콘텐츠진흥원, 15(8). 나주: 한국콘텐츠진흥원
- 고여훈, 엄정애 (2010). 유아들의 거친 신체 놀이 양상과 이에 영향을 주는 요인. **아동학회지**, 31(4), 75-90.
- 고유미, 김민정 (2017). 미디어 콘텐츠와 아동의 놀이-캐리와 장난감 친구들'을 중심으로. **한국콘텐츠학회논문지**, 17(8), 53-65.
- 고재연 (2016년 10월 7일). 강혜진 "장난감 갖고 노는 동영상으로 '캐통령' 별명 얻었죠". **한국경제**. 2016년 11월 20일 검색, <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2016100765381>
- 구정화 (2009). 초등학생의 성역할 고정관념에 대한 학년 및 성별 차이 연구. **사회과교육**, 48(3), 35-46.
- 권순희 (2003). 인터넷 신문의 리플 텍스트에 나타난 수용자 반응 분석. **국어교육**, 111(0), 227-253.
- 권혁일 (2008). 디지털 스토리텔링이 초등학생의 수학 학업성취도 및 태도에 미치는 효과. **교육과학연구**, 39(3), 139-170.
- 김경철, 박성덕 (2014). 전자미디어를 활용한 유아교육활동의 효과에 대한 메타분석, **열린유아교육연구**, 19(3), 219-246.
- 김경철, 최우수, 고진영 (2017). 유튜브 키즈 콘텐츠 '캐리와 장난감 친구들' 내용 분석. **한국유아교육연구**, 19(3), 89-105.

- 김명희 (2017년 7월 20일) 엄마, 왜 캐리언니가 지니언니야?. **여성동아**. 2018년 6월 7일 검색. <http://news.donga.com/3/all/20170720/85452148/1>
- 김미자, 최병연 (2011). 전통놀이 프로그램이 초등학생의 창의성 및 정서지능에 미치는 영향. **창의력교육연구**, 11(2), 49-65.
- 김석수 (2001). **아동의 놀이실태와 선호놀이형태가 사회성에 미치는 영향**(석사학위논문). 부산교육대학교, 부산.
- 김선영, 강의정 (2007). 유아의 연령과 성별 및 비만도에 따른 놀이행동에 관한 연구. **한국보육학회지**, 7(2), 73-89
- 김소담, 양성병 (2015). 온라인 뉴스 사이트에서의 일반댓글과 소셜댓글의 비교분석. **한국콘텐츠학회논문지**, 15(4), 391-406.
- 김수아 (2015). 온라인상의 여성 혐오 표현. **페미니즘 연구**, 15(2), 279-317.
- 김수아, 김세은 (2016). '좋아요'가 만드는 '싫어요'의 세계. **미디어, 젠더&문화**, 31(2), 5-44.
- 김수정, 정익중 (2016). 컴퓨터, 전자게임, 스마트폰 사용이 유아의 우울·불안과 공격성에 미치는 영향. **아동과권리**, 20(2), 157-176.
- 김수정 (2016). 애니메이션 영화에 나타난 '장난꾸러기 캐릭터'의 특징 연구. **Journal of Integrated Design Research**, 15(3), 109-119.
- 김영용 (2016). **인터랙티브 미디어와 놀이**. CommunicationBooks.
- 김위근, 남유원 (2016). **2016 10대 청소년 미디어 이용 조사**. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김유민 (2016). **크리에이터의 브랜드 개성과 이용자의 자아 이미지 일치성이 행동의도에 미치는 영향 연구** (석사학위논문). 한양대학교, 서울.
- 김유성 (2017년 7월 16일) "TV 안봐요" 10대들, '유튜버 스타' 찾아 고척돔으로. **이데일리**. 2017년 10월 23일 검색. http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=0117096661599517

6&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y

김유진, 이영희 (2007). UCC이용동기와 참여도가 UCC활용도에 미치는 영향. **소비자문제연구**, (32), 78-109.

김윤화 (2015). 어린이 청소년 휴대폰 보유 및 이용행태 분석 (Vol. 15-18). 서울: KISDI STAT.

김윤희 (2010). 유아의 성별과 인기도에 따른 또래놀이 상호작용과 놀이행동(석사학위논문). 가톨릭대학교 교육대학원, 서울.

김은숙 (2013). 숲에서의 놀이가 유아의 창의성에 미치는 영향. **홀리스틱융합교육연구**, 17(2), 23-42

김은희 (2003). 초등학생의 놀이실태와 사회성과의 관계 (석사학위논문). 춘천교육대학교 교육대학원, 춘천.

김진원 (2017년 6월 13일) [도 넘은 BJ ①]별풍선만 주면 다한다...“선정·엽기방송은 기본”. **헤럴드경제**. 2017년 10월 23일 검색. <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20170613000096>

김창영 (2016년 12월 19일) CJ E&M, ‘제 2회 키즈크리에이터 선발대회’ 신예 12팀 선정. **서울경제**. 2017년 10월 23일 검색. <http://www.sedaily.com/NewsView/1L5B1VJIUF>

김치호 (2016). MCN 사업의 현황과 과제. **인문콘텐츠**, 40, 167-187.

김태형 (2018년 3월 19일). “유튜브의 신인류들 경제 생태계를 뒤집다”. **주간조선**. <http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?nNewsNumb=002499100001&ctcd=C01>

김희연, 김명희. (2012). TV 애니메이션 ‘뽀롱뽀롱 뽀로로’에 등장하는 캐릭터의 성차 분석. **열린유아교육연구**, 17(5), 611-634.

김희정 (2007). TV광고에 나타난 성역할 이미지의 변화에 관한 연구. **한국방송학보**, 21(4), 7-68.

- 남은주 (2015년 2월 4일). 유튜브, 요즘 아이들의 놀이터. **한겨레**. 2016년 11월 25일 검색, http://www.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/676856.html
- 노경혜 (1997). 유아교육에서의 성역할 개념의 재개념화. **유아교육학논집**, 1(2), 153-173.
- 노진호 (2018년 4월 19일) “장난감 동영상으로 확 뜬 ‘키즈 대통령’…조회수 3억 코앞에”. **중앙일보**. 2018년 5월 24일 검색. <http://news.joins.com/article/22549061>
- 뉴스시스 (2017년 10월 13일) “방심위, 1인 방송 모니터링 대상에서 유튜브 제외”. **뉴스시스**. 2017년 10월 23일 검색. http://www.newsis.com/view/?id=NISX20171013_0000116676&cID=13001&pID=13000
- 문다영 (2017년 9월 21일) [1인방송 명과 암] ② 방통위도 못 막는다? 날뛰는 1인 방송자 위엔 ‘범이 없다’. **헤럴드경제**. 2017년 19월 23일 검색, http://biz.heraldcorp.com/culture/view.php?ud=201709211833571124820_1
- 문용필 (2016년 9월 23일) 재미·정보·구매 한 번에 잡는 ‘언박싱 마케팅’. **THE PR**. 2018년 6월 4일 검색, <http://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=15338>
- 문희연 (2003). **흥미영역에 대한 유아의 선호 연구** (석사학위논문). 중앙대학교 교육대학원, 서울.
- 박경 (2008). ‘소비’의 측면에서 본 UCC 상호작용성. **사이버커뮤니케이션 학보**, 25(2), 295-336.
- 박나래, 오수경, 진미선, 백수정, 정익중 (2015). 부모양육태도가 청소년의 악성댓글작성과 음란사이트열람에 미치는 영향-성별차이를 중심으로. **아동학회지**, 36(2), 39-54.
- 박동순 (1993). 유아발달에 미치는 놀이의 교육적 가치. **광신논집**, 105-125.

- 박웅기 (2003). 좋아하는 텔레비전 등장인물들의 특성에 대한 시청자들의 반응: 의사사회와 동일화 현상을 통한 연구. **한국언론학보**, 47(1), 166-190.
- 박화윤, 안라리, 하양승 (1998). 종일제와 반일제 유치원 프로그램의 유아스트레스 행동. **유아교육연구**, 18(2), 135-155.
- 방희정, 조혜자 (2004). 성 고정관념 활성화가 남녀의 자아해석에 미치는 영향. **한국심리학회지: 문화 및 사회문제**, 10(1), 83-106.
- 배소영, 정연구 (2015). 미디어 이용은 영유아 언어발달을 촉진하는가. **한국방송학보**, 29(6), 67-93.
- 변영신, 이수경 (2006). 부모의 행동유형이 아동의 놀이형태에 미치는 영향. **한국유아교육·보육복지연구**, 10(4), 69-89
- 서울대학교 교육연구소 (1995). **교육학용어사전**. 서울: 하우동설.
- 성윤택, 김영기, 이세영 (2007). 동영상UCC 유형과 댓글에 관한 탐색적 연구. **사이버커뮤니케이션학보**, (23), 69-112.
- 성지현, 변혜원, 남지해 (2015). 유아의 스마트기기 이용과 발달 수준 및 공감 능력과의 관계 탐색. **유아교육연구**, 35(2), 369-394.
- 송충현 (2016년 9월 12일). “매일 장난감과 놀아요”... 유튜브 10억 조회 ‘꼬마들의 캐통령’. **동아일보**. 2016년 11월 28일 검색, <http://news.donga.com/3/all/20160912/80254762/1>
- 송하나, 최경숙 (2010). 장난감의 성유형적 특성과 유아의 성이 놀이 행동과 정서 표현에 미치는 영향. **유아교육연구**, 30(3), 335-351.
- 신수경, 지성애 (2008). 놀이유형과 성별에 따른 유아의 사회적 행동 비교. **유아교육연구**, 28(5), 223-245.
- 심상민 (2002). 미디어는 콘텐츠다: 미디어 & 콘텐츠 비즈니스 전략, 파주: 김영사.
- 심숙영 (2009). 아동놀이와 뉴미디어 게임. **아동과 권리**, 13(1), 107-129.
- 안양숙, 이정숙 (1998). 역할놀이가 아동의 친사회적 행동에 미치는 영향 (I).

한국가정관리학회지, 16(1), 63-79.

안희정 (2017년 12월 7일) CJ E&M, '제3회 키즈 크리에이터 선발대회' 개최.
ZDNet Korea. 2018년 6월 7일 검색.
http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20171207100918&type=det&re=

양정혜 (2012). 초등학생의 성역할 고정관념 변화에 대한 연구. **한국실과교육학회지**, 25(1), 185-204.

엄은주 (2013). '4세 누리과정 교사용 지도서'에 제시된 신체운동·건강 영역의 놀이 활동 분석 (석사학위논문). 단국대학교 특수대학원, 서울.

여성국 (2017년 7월 7일) “다같이 육하고 따라해요” 저질 인터넷 방송에 노출된 초등학생들. **중앙일보**. 2017년 10월 23일 검색.
<http://news.joins.com/article/21736075>

염정윤, 윤영민 (2015). 유아 만화 프로그램에 재현된 성역할 분석. **한국방송학보**, 29(2), 149-184.

유은영 (2000). **중류층 가정에서 사용하는 영·유아의 놀잇감 실태** (석사학위논문). 연세대학교 교육대학원, 서울.

유튜브. (2016) 유튜브 통계. 2016년 11월 20일 검색.
<https://www.youtube.com/yt/press/ko/statistics.html>에서 인출.

유튜브에 내가 나왔으면. **맘&앙팡**. 2016년 12월 4일 검색,
http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=1491&contents_id=121805

유효순, 김희태 (2011). **놀이지도**. 서울: 한국방송통신대학교출판부.

윤여진 (2015). 미디어 속에 나타난 성 고정관념. **여성우리**, 54, 13-16.

윤현정 (2016). MCN 게이밍 콘텐츠의 스토리텔링 연구. **CONTENTS PLUS**, 14(2), 23-37.

- 이경자 (2009). 대중매체가 아동의 공격성에 미치는 영향에 관한 연구, **21세기사회복지연구**, 6(1), 33-49.
- 이상윤 (1983). 유아 자유놀이 활동의 흥미영역에 관한 연구 (석사학위논문). 이화여자대학교 교육대학원, 서울.
- 이성식 (2009). 청소년들의 인터넷게시판 악성댓글의 동기. **형사정책연구**, 79, 191-212.
- 이성식, 박정선 (2009). 청소년 인터넷 악성댓글에 있어 중화의 작용. **형사정책**, 21(2), 245-266
- 이성한 (2006). 소집단 놀이 활동과 아동의 언어 및 사회적 행동 변화. **상담학연구**, 7(2), 505-521.
- 이숙재 (1990). 유아를 위한 놀이의 이론과 실제. 서울: 창지사.
- 이숙재 (1998). 어린이의 거친 신체 놀이와 사회적 능력 연구. **아동학회지**, 19(1), 131-140.
- 이승훈 (1999). 미디어 교육의 효과 연구-성역할 고정관념(Sex-Role Stereotypes)을 중심으로- (석사학위논문). 서강대학교 언론대학원, 서울.
- 이영주, 송진 (2016). 개인방송 콘텐츠 수용에 대한 탐색적 연구. **방송통신연구**, 96, 68-103.
- 이경우, 이은화 (1987). 한국 어머니의 유아사회성 교육. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- 이정림, 도남희, 오유정 (2013). 영유아의 미디어 매체 노출실태 및 보호대책. 서울: 육아정책연구소.
- 이지혜 (2017년 8월 22일) 여성 살해 스트리밍 | ① '여성혐오'라는 수익모델. **IZE**.
2017년 10월 23일 검색.
<http://ize.co.kr/articleView.html?no=2017082116307213220>
- 이채무 (2004). 유아를 위한 효율적인 국악교육 콘텐츠 개발 연구 (석사학위논문).

이화여자대학교, 서울.

이현주. (2012). 성별과 성역할 고정관념이 자기결정성에 미치는 영향의 종단분석. **교육심리연구**, 26(2), 391-412.

임유경 (2016년 11월 11일). 다이아 티비, 키즈크리에이터 선발대회 개최. **ZDNet Korea**. 2016년 12월 4일 검색, http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20161111084749&type=det&re=

임지혜, 엄소명, 이정옥 (2015). 어린이 TV광고를 활용한 미술비평 활동과정에서 나타나는 성역할 고정관념에 대한 사례연구. **유아교육학논집**, 19(6), 267-289.

장슬기 (2016년 12월 30일) 성차별 '캐리 언니', 아이들 보여줘도 괜찮을까. **미디어오늘**. 2017년 10월 23일 검색. <http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=134287>

전석호 (1999). 뉴미디어 이론의 서설. **언론연구**, 8(1), 51-80.

전숙영 (2005). 집단 역할놀이가 아동의 문제행동 개선과 사회성 증진에 미치는 영향. **한국영유아보육학**, 42, 59-76.

전영아, 전홍주 (2013). 흥미영역의 통합이 남,여 유아의 또래 간 상호작용과 놀이감 사용에 미치는 영향 -쌓기놀이 영역과 역할놀이 영역을 중심으로-. **어린이문학교육연구**, 14(1), 231-248.

전영아, 전홍주 (2016). 자유놀이 흥미영역의 통합이 유아의 사회·인지 놀이에 미치는 영향. **육아지원연구**, 11(1), 209-224.

정설희 (2005). 유아 놀이 관련 학위논문 경향분석(1964~2004) (석사학위논문). 이화여자대학교, 서울.

정용찬, 김윤화, 김상우 (2017). 2017년 방송매체 이용행태 조사. 경기:

방송통신위원회.

정용찬, 김윤화, 박선영 (2016). **2016년 방송매체 이용행태 조사**. 경기: 방송통신위원회.

정인경 (2016). 포스트페미니즘 시대 인터넷 여성혐오. **페미니즘 연구**, 16(1), 185-219.

정일호(2017년 9월 4일) 여성 혐오, 교실을 점령하다. **시사인**. 2017년 10월 23일 검색, <http://www.sisain.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=29993>

조국현 (2007). 인터넷 ‘댓글’의 텍스트유형학적 연구. **텍스트언어학**, 23, 203~230.

조선에듀 (2016년 9월 1일). “제2의 캐리를 찾아라”... ‘2016 키즈 크리에이터 선발대회’ 개최. **조선에듀**. 2016년 12월 4일 검색, http://edu.chosun.com/site/data/html_dir/2016/09/01/2016090101582.html

조수선 (2007). 온라인 신문 댓글의 내용분석: 댓글의 유형과 댓글 게시자의 성향. **커뮤니케이션학 연구**, 15(2), 65-84.

조숙인, 권미경, 이민경 (2017). **아동의 놀 권리 강화를 위한 지역사회 환경 조성 방안** (연구보고 2017-14). 서울: 육아정책연구소.

조아라 (2017). 성인의 놀이, 키덜트 문화에 대한 고찰. **학습자중심교과교육연구**, 17(18), 589-611.

조운정 (2001). **놀이감과 성별에 따른 영아-어머니 상호작용에 관한 연구**(석사학위논문). 연세대학교, 서울.

조혜경(2011). **유아의 연령 및 성별에 따른 놀이행동과 학습과 관련된 사회적 기술의 관계** (석사학위논문). 계명대학교 교육대학원, 대구.

주용완, 이계남, 최영준, 윤은정 (2018). **2017년 인터넷이용실태조사**. 전남: 한국인터넷진흥원.

주창윤 (2010). 놀이 공간으로서 인터넷 문화의 형성과정. **현상과인식**, 111, 279-298.

- 지성애 (2005). 놀이감 구조성에 따른 유아의 놀이행동 비교. **한국영유아보육학**, 43, 93-114.
- 지성애 (2013). 놀이감의 구조성이 유아의 창의성, 사회적행동, 언어능력, 조망수용능력에 미치는 효과 비교. **유아교육학논집**, 17(6), 5-30.
- 진명희, 서현순 (2004). 3, 4, 5세 유아의 놀이선호도와 놀이참여 유형에서의 성유형성 비교 및 성역할 고정관념과의 관련성. **유아교육연구**, 24(3), 141-162.
- 채혜선 (2017년 7월 24일) 막말 BJ·일베 표현 답습한 초등생 유튜버 등장...그 수위가. **중앙일보**. 2017년 10월 23일 검색.
<http://news.joins.com/article/21785049>
- 최명호 (2016). 개인방송 서비스 동향과 전망. **한국통신학회지(정보와통신)**, 33(4), 64-70.
- 최범규, 이낙범 (2004). 초등학생의 성별에 따른 놀이 성향 -R. Caillouis의 놀이 유형 분류를 중심으로-. **한국학교체육학회지**, 14(1), 13-18.
- 최병만 (1999). **초등학생의 계절별 놀이유형 참여에 관한 연구** (석사학위논문). 한국교원대학교, 서울.
- 최은녕, 홍순옥 (2012). 교사가 함께 하는 쌓기 놀이가 유아의 창의성에 미치는 영향. **인지발달중재학회지**, 3(1), 17-37.
- 최정은 (2003). **초등학교 고학년 아동의 문제행동과 미디어 노출 정도의 관계 분석**(석사학위논문). 숙명여자대학교 교육대학원, 서울.
- 태지호 (2014). **공간형 콘텐츠**. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 표준국어대사전 (n.d.). 2018년 5월 2일 검색, <http://stdweb2.korean.go.kr/>
- 한혜원, 김서연 (2014). 온라인 개인 게임 방송의 스토리텔링 분석. **한국게임학회 논문지**, 14(2), 85-96.
- 허팝 (2017). **유튜브 크리에이터 되기**. 서울: 한빛미디어.

- 현은자, 김현경, 유진경 (2014). ‘스크린 위의 글쓰기’ 과정에 나타난 아동의
예상독자 고려 전략 및 댓글에 반영된 의사소통 특성.
한국콘텐츠학회논문지, 14(12), 1100-1116.
- 홍상진 (2005). 유료 인터넷 콘텐츠 특성과 플로우, 만족 및 재구매 의도에 관한
연구 (박사학위논문). 경기대학교, 경기.
- Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the
acquisition of imitative responses. *Journal of personality and social
psychology*, 1(6), 589-595.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*.
Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Blakemore, J. E., LaRue, A. A., & Olejnik, A. B. (1979). Sex-appropriate toy
preference and the ability to conceptualize toys as sex-role related.
Developmental Psychology, 15(3), 339-340.
- Bronson, M. B. (1998), **우리 아이들의 놀잇감 선택방법**. (이기숙, 오은순, 역).
서울:양서원. (원서발행 1995)
- Brown, S., Vaughan, C. (2010). **즐거움의 발견, 플레이** (윤미나, 역). 서울:
흐름출판. (원서발행 2009).
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2010). **미디어 효과이론** (김춘식, 양승찬,
이강형, 황용석, 역). 경기: 나남. (원서발행 2009).
- Buhler, C. (2001). *From birth to maturity*. (E. Menaker. & W. Menaker, Trans.).
London: Routledge.
- Caillois, R. (1994). **놀이와 인간** (이상율, 역). 서울: 문예 출판사. (원서발행 1994).
- Carter, D. B., & Patterson, C. J. (1982). Sex roles as social conventions: The
development of children's conceptions of sex-role stereotypes.

Developmental Psychology, 18(6), 812.

Cherney, I. D., & London, K. (2006). Gender-linked differences in the toys, television shows, computer games, and outdoor activities of 5-to 13-year-old children. *Sex Roles*, 54(9-10), 717.

Chou, C., & Tsai, M. J. (2007). Gender differences in Taiwan high school students' computer game playing. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 812-824.

Cook, D. (2009). *Children as consumers*. In J. Qvortrup, W. Corsaro, & M. S. Honig (Eds.), *The Palgrave handbook of childhood studies* (pp.332-346). New York, NY: Palgrave Macmillan.

Craig, D., & Cunningham, S. (2017). Toy unboxing: living in a (n unregulated) material world. *Media International Australia*, 163(1), 77-86.

Cramer, P., & Hogan, K. A. (1975). Sex differences in verbal and play fantasy. *Developmental Psychology*, 11(2), 145-154.

Dewey, J. (1997). *Democracy and education: an introduction to the philosophy of education*. New York: Free Press. (Original work published in 1916)

Eaton, W. O., & Enns, L. R. (1986). Sex differences in human motor activity level. *Psychological bulletin*, 100(1), 19.

Edwards, S. (2013). "Post-industrial Play: Understanding the Relationship between Traditional and Converged Forms of Play in the Early Years." In *Children's Virtual Play Worlds: Culture, Learning and Participation*, edited by A. Burke and J. Marsh, 10-26. New York: Peter Lang.

Erikson, E. H. (1951). Sex differences in the play configurations of preadolescents. *American Journal of Orthopsychiatry*, 21(4), 667-692.

Feilitzen, C. V., & Linne, O. (1975). Identifying with television characters. *Journal*

of Communication, 25(4), 51-55.

Feshbach, N. D., Dillman, A. S., & Jordan, T. S. (1979). *Portrait of a female on television: Some possible effects on children. In Becoming Female* (pp. 363-385). Springer, Boston, MA.

Fowler, W. (1980), *Infant and child care: A guide to education in group settings*. Boston: Allyn & Bacon.

Fromberg, D. P., & Bergen, D. (Eds.). (2006). *Play from birth to twelve: Contexts, perspectives, and meanings*. New York: Routledge. (Original work published in 1998)

Froebel, F. (2005). *The education of man* (WN Hailmann, Trans.) Minesola, N.Y. : Dover Publications. (Original work published in 1887)

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of communication*, 26(2), 172-199.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence profile no. 11. *Journal of communication*, 30(3), 10-29.

Gerbner, G., & Signorielli, N. (1979). *Women and Minorities in Television Drama, 1969-1978*. Philadelphia: University of Pennsylvania.

Green, V. A., Bigler, R., & Catherwood, D. (2004). The variability and flexibility of gender-typed toy play: A close look at children’s behavioral responses to counterstereotypic models. *Sex Roles*, 51(7/8), 371-386.

Greta, F., David, J., Nancy, K., Linda, S., & Lisa, W. (1975). Sex stereotypes and preferences in the toy choices of 20-month-old boys and girls. *Developmental Psychology*, 11(4), 527-528.

Harper, L. V., & Sanders, K. M. (1975). Preschool children’s use of space: Sex

- differences in outdoor play. *Developmental Psychology*, 11(1), 119.
- Harway, M. (2002). **남성의 폭력성에 관하여** (김태련, 역). 서울: 이화여자대학교출판부 (원서발행 1999)
- Hoffner, C. (1996). Children's wishful identification and parasocial interaction with favorite television characters. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40, 389-402.
- Hoffner, C., & Buchanan, M. (2005). Young adults' wishful identification with television characters: The role of perceived similarity and character attributes. *Media psychology*, 7(4), 325-351.
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Huizinga, Johan. (1981). **호모루덴스 : 놀이와 문화에 관한 한 연구** (김윤수, 역). 서울: 까치. (원서발행 1971).
- Humphreys, A. P., & Smith, P. K. (1987). Rough and tumble, friendship, and dominance in schoolchildren: Evidence for continuity and change with age. *Child Development*, 201-212.
- Huston, A. C. (1983). Sex-typing. *Handbook of child psychology*, 4, 387-467.
- Johnson, J. E., Christie, J. F., & Wardle, F. P. (2005). *Play and early childhood development*. Boston: Pearson/A and B.
- Liss, M. B. (1981). Patterns of toy play: An analysis of sex differences. *Sex Roles*, 7(11), 1143-1150.
- Lucas, K., & Sherry, J. L. (2004). Sex differences in video game play: A communication-based explanation. *Communication research*, 31(5), 499-523.
- Marcus, D. E., & Overton, W. F. (1978). The development of cognitive gender

- constancy and sex role preferences. *Child Development*, 434-444.
- Marsh, J. (2015). Unwrapping the unboxing craze. *Parenting for a Digital Future*. Retrieved from <http://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2015/06/19/unwrapping-the-unboxing-craze/>
- Marsh, J. (2016). 'Unboxing' videos: co-construction of the child as cyberflâneur. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 37(3), 369-380.
- Marsh, J. (2017). *Young Children's Online Practices: Past, Present, and Future*. In Global Conversations in Literacy Research (pp. 140-151). Literacy Research Association Conference; Marco Island, USAS, December 3-6, 2014. Routledge.
- Miller, M. M., & Reeves, B. (1976). Dramatic TV content and children's sex?role stereotypes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 20(1), 35-50.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion, our social skin*. University of Chicago Press.
- Oppliger, P. A. (2007). Effects of gender stereotyping on socialization. *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*, 199-214.
- Palfrey, J., Gasser, U. (2016). *Born digital: how children grow up in a digital age*. New York: Basic Books.
- Parten, M. B. (1932). Social participation among pre-school children. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 27(3), 243.
- Pellegrini, A. D., & Perlmutter, J. C. (1989). Classroom contextual effects on children's play. *Developmental Psychology*, 25, 289-296.
- Piaget, J. (1930). *The Child's conception of the world*. New York: Harcourt, Brace & World.

- Piaget, J. (1962). *Play, dreams, and imitation in childhood* New York: Norton.
- Pulaski, M. S. (1973). *Toys and imaginative play*. In J. I., Singer(Ed.), *The child's world of make-believe*. New York: Academic Press.
- Ramos-Serrano, M., & Herrero-Diz, P. (2016). Unboxing and brands: youtubers phenomenon through the case study of EvanTubeHD. *Revista Prisma Social*, 90-120.
- Reeves, B., & Miller, M. M. (1978). A multidimensional measure of children's identification with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 22(1), 71-86.
- Rubin, K. H., Fein, G., & Vandenberg, B. (1983). *Play*. In P. H. Mussen (Ed.), *Handbook of child psychology: Social development* (pp.630-774.) New York: Wiley.
- Sheldon, J. P. (2004). Gender stereotypes in educational software for young children. *Sex Roles*, 51(7-8), 433-444.
- Smilansky, S. (1968). *The effect of sociodramatic play on disadvantaged preschool children*. New York.: Wiley.
- Sutton-Smith, B. (2009). *The ambiguity of play*. Harvard University Press.
- Trawick-Smith, J. W. (1994). *Interactions in the classroom: Facilitating play in the early years*. Pearson College Division.
- YouTube. (2015년 2월 23일). Introducing the newest member of our family, the YouTube Kids app--available on Google Play and the App Store. *Official YouTube Blog*. 2016년 11월 20일 검색, https://youtube.googleblog.com/2015_02_01_archive.html
- 陳士駿, 張黎明. (2012). *유튜브 이야기* (한민영, 역). 서울: 올림. (원서발행 2011).

부 록

<부록 1> 분석 대상 콘텐츠 목록

<부록 2> 콘텐츠 분석용 체크리스트

<부록 3> 댓글 분석용 체크리스트

<부록 1> 분석 대상 콘텐츠 목록

연번	영상제목	채널명
1	거대 레고 젤리 만들기 놀이 [레고 젤리 만들기] lego jelly 지니	헤이지니
2	[키즈 메이크업VS 리얼 메이크업] 회사원님과 함께 복불복 랜덤 뽑기 화장놀이	헤이지니
3	알록달록 팬케이크!! 호빵맨 핑크퐁 똥 팬케익 만들기 과학 놀이 Pancake Art - 지니	헤이지니
4	아아스크림 사세요!! 푼푼이 아이스크림집 텐트 장난감 놀이 - 지니	헤이지니
5	거대 요구르트 초코 막대 아이스크림 만들기 놀이 DIY Yogurt Ice Cream 지니	헤이지니
6	지니가 아파요!! 플레이모빌 어린이병원 장난감 병원놀이 - 지니	헤이지니
7	[지우개 VS 실체음식] 닌니와 복불복 랜덤 음식 뽑기 대결 챌린지 Real VS Eraser - 지니	헤이지니
8	초거대 L.O.L 레어템!! 복불복 피규어 서프라이즈돌 인형 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
9	반짝반짝 보석 먹방!! 코하쿠토 일본 보석젤리 만들기놀이 DIY - 지니	헤이지니
10	[아리키친X헤이지니] 뿌직!! 귀여운 머랭쿠키 만들기 요리 놀이 - 지니	헤이지니
11	M&M 디스펜서와 락스타 놀이 [M&M 무지개 초코쥬스 만들기] 지니	헤이지니
12	L.O.L서프라이즈돌!! 미니 피규어 인형 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
13	초대용량!! 과자냉장고 만들기 놀이 킨더조이 초콜릿 사탕 젤리가 가득 DIY - 지니	헤이지니
14	달님이 햄버거가게 장난감 햄버거 만들기 놀이 - 지니	헤이지니
15	[잠뜰 vs 지니] 복불복 화장실 변기 보드게임 Toilet Trouble - 지니	헤이지니
16	엘사와 헤어 색깔 바꾸기 장난감 미용놀이 ALEX spa 지니	헤이지니
17	시크릿쥬쥬 립튜브껌!!! 콩순이 인형 풍선 크게 불기 대결 아빠놀이 - 지니	헤이지니
18	초거대 식빵 스쿼시!! 메모리폼으로 거대 스쿼시 만들기 놀이 - 지니	헤이지니
19	사탕 마쉬멜로우 껌볼 젤리샵 인형놀이 jelly shop 지니	헤이지니
20	일본 우마이봉 과자 뽑기 자판기 만들기 놀이 DIY 지니	헤이지니
21	설날 특집!! 71세 박막례 할머니와 지니의 신기한 장난감 놀이 -	헤이지니

	지니	
22	수박바 젤리로 만드는 리얼 수박젤리 만들기 놀이 Watermelon jelly 지니	헤이지니
23	미미 집에 놀라간 지니!! 미미 이층집 장난감 신나는 집구경 놀이 - 지니	헤이지니
24	아리키친 언니와 휘핑아트 장난감 대결놀이 - 지니	헤이지니
25	L.O.L 진주 서프라이즈♥ 리미티드 에디션 랜덤 인형뽑기 장난감 - 지니	헤이지니
26	아이스크림 사세요!! 달님이 아이스크림 가게 장난감 핑크퐁 보노 보노 소꿉놀이 ICE CREAM - 지니	헤이지니
27	포편쿠키 가루쿵 구데타마 달걀푸딩 [구데타마 푸딩 만들기] 지니	헤이지니
28	LOL 서프라이즈♥ 리틀 시스터즈 미니 피규어 인형 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
29	철판아이스크림 솜사탕 아이스크림 만들기 놀이 cotton candy 지니	헤이지니
30	마녀로 변신!! 플레이모빌 프린세스 공주의 궁전 마녀 변신 놀이 - 지니	헤이지니
31	똥 만들기 장난감 좋은똥 나쁜똥 만들기 놀이 PooDough 지니	헤이지니
32	도장을 쿵쿵!! 핑크퐁 멜로디 도장놀이 아기상어 장난감 인형 찍기 놀이 - 지니	헤이지니
33	주사기 아이스크림!! 수박 바나나 파인애플 과일아이스크림 만들기 놀이 - 지니	헤이지니
34	리얼 사람을 닮은 인형?? 구체관절인형 개봉기 장난감 놀이 - 지니	헤이지니
35	체다치즈 액체괴물 액괴 바풍 만들기 놀이 slime 지니	헤이지니
36	개구리알 젤리로 케이크 컵케이크 만들기 놀이 장난감 Orbeez Crush Sweet Treats Studio 지니	헤이지니
37	LOL 펫 시리즈 시즌3!! 강아지 고양이 랜덤 뽑기 장난감 놀이 LOL PET - 지니	헤이지니
38	플레이모빌 유치원에 첫 등원한 지니의 이야기 [장난감 놀이]	헤이지니
39	울트라레어♥ LOL 서프라이즈 글리터 시리즈 랜덤 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
40	LOL 시즌3♥ 색종이가 펑!! 엘오엘 서프라이즈돌 랜덤 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
41	츄파츄스 아이스크림 장난감 [츄파츄스 사탕 아이스크림 만들기] ice cream candy 지니	헤이지니
42	미키마우스 와플메이커 요리놀이 [미키마우스 와플 만들기]	헤이지니

	waffles 지니	
43	오레오 먹는 화분 케이크 요리놀이 [지렁이 화분 케이크 만들기] 지니	헤이지니
44	유령이 나타났어!! 헬로키티 키티조이 초콜릿 장난감 유령의 방 탈 출놀이 - 지니	헤이지니
45	액체괴물로 알록달록 색깔 폼클레이 만들기 놀이 DIY 지니	헤이지니
46	셋!! 체리의 블링블링 메이크업 비밀 무도회 어린이 화장품 메이크 업 놀이 - 지니	헤이지니
47	배스킨라빈스31 크리스마스 아이스크림 케이크 먹방놀이 - 지니	헤이지니
48	초콜릿이 쭈욱~ 랜덤 서프라이즈 에그 초콜릿 알까기 장난감 만들 기놀이 - 지니	헤이지니
49	콩순이 콩콩이 모빌 침대 장난감 엄마놀이 baby doll 지니	헤이지니
50	젤리 립스틱!!? 시크릿쥬쥬 립스틱사탕 젤리사탕 립스틱 만들기 먹 방 놀이 - 지니	헤이지니
51	드레스 스쿨룩 디자이너 장난감 인형 옷 만들기 놀이 DIY 지니	헤이지니
52	리틀 미미 인어공주 샤워룸 장난감 목욕놀이 - 지니	헤이지니
53	거대 파인애플 탕후루(과일사탕)를 만들어 먹어보아요!!!	헤이지니
54	채소를 짹짹!! 콩순이와 3단 냉장고 장난감 요리 소꿉놀이 - 지니	헤이지니
55	쫄쫄쫄 찹쌀떡 액체괴물 액괴 만들기 놀이 slime 지니	헤이지니
56	초콜릿 분수대 장난감 치즈 풍뎡이 놀이 지니 cheese Fondue 지니	헤이지니
57	초콜릿바가 초코 풍뎡이로 변신! 마쉬멜로우 구이 풍뎡이놀이 - 지니	헤이지니
58	알록달록~ 헤어초크 머리색 변신 장난감 미용실 놀이 - 지니 (2인 등장)	헤이지니
59	셀카를 찍어보자!! 시크릿쥬쥬 3D 티아라 셀카폰 장난감 전화놀이 - 지니	헤이지니
60	뽕뽕이 치카치카 목욕놀이 장난감 거품물감 색깔놀이 Baby Doll Bath 지니	헤이지니
61	탱글탱글 젤리 드레스!! 바비인형 젤리드레스 만들기 놀이 - 지니	헤이지니
62	젤리 나무?? 숲 속 직업탐험대 나무병원 블럭 장난감 산림청 병원 놀이 - 지니	헤이지니
63	빙글빙글~ 호빵맨 초코 아이스크림 콘 만들기 먹방 놀이 ice cream - 지니 (예쁘게 만듦)	헤이지니
64	샤랄라 변신!! 공주미미 드레스옷장 장난감 미미와 바비인형 변신 놀이 - 지니	헤이지니
65	3D 지우개 아트!! 피아노 판다 모양 지우개 만들기 놀이 DIY - 지 니	헤이지니
66	콩순이 119 응급실 병원놀이 장난감 의사놀이 baby doll 지니	헤이지니

67	지니가 아파요!! 세균 듬뿍 수박젤리 호빵맨 의사가방 병원 놀이 - 지니	헤이지니
68	초거대!! 상어 물고기 색종이 접기 어린이 만들기종이접기 놀이 DIY- 지니	헤이지니
69	실바니안 불이 들어오는 이층집 초콜릿 토끼 가족 다람쥐 가족 - 지니 (이벤트)	헤이지니
70	신데렐라 변신!! 신데렐라미미 핸드백 드레스룸 장난감 공주놀이 - 지니	헤이지니
71	롤리팝 캔디 막대사탕 만들기 놀이 Lollipop Candy 지니	헤이지니
72	충돌사고 응급상황!! 레고프렌즈 하트레이크 병원 장난감 놀이 LEGO FRIENDS - 지니	헤이지니
73	카레로 치마를!? 여러 가지 재료로 젤리 밥 디즈니 공주 치마 만들기 놀이 DIY - 지니	헤이지니
74	두근두근 해치멀스 알 부화 장난감 놀이 HATCHIMAL Surprise Egg 지니	헤이지니
75	LOL 반짝이 강아지!? 엘오엘 서프라이즈 시즌3 펫 복불복 랜덤 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
76	M&M 물감!!? 알록달록 엠앤엠즈 뽑기 초콜릿으로 그림 그리기 놀이 - 지니	헤이지니
77	촉촉한 입술♥ 쿵순이와 립밤 메이커 만들기 장난감 놀이 Lipbalm - 지니	헤이지니
78	에그엔젤 코코밍 핸드워시 코코밍 클리닉 장난감 병원놀이 - 지니	헤이지니
79	발레학원에 보내주세요!! 실바니안 발레 극장 장난감 인형놀이 Ballet - 지니	헤이지니
80	뽀글뽀글~ L.O.L 서프라이즈 돌 거품 입욕제 만들기 놀이 DIY - 지니	헤이지니
81	하얀 달걀로 만든 달걀젤리 놀이 [계란 모양 젤리 만들기] egg jelly 지니	헤이지니
82	거대 하리보 곰 젤리 만들기 놀이 [하리보 곰돌이 구미 만들기] haribo Gummy 지니	헤이지니
83	미션!! 30초안에 커피를 만들어라!?세라의 공주카페 장난감놀이 - 지니	헤이지니
84	L.O.L 인형으로 변신!!! 서프라이즈돌 파티팩 에그 반짝이 피규어 파티놀이 - 지니	헤이지니
85	스퀴시 천국!! 말캉말캉 케이크 아이스크림 초밥 다양한 스퀴시 소개하기 Squish - 지니	헤이지니
86	LOL 서프라이즈 인형과 함께 복불복 랜덤 뽑기 보드게임 대결 -	헤이지니

	지니(2인)	
87	냠냠 먹고 응가하는!! 베이비 얼라이브 아기인형 장난감 인형 놀이 - 지니	헤이지니
88	츄파춥스 펜 먹방!!! 서프라이즈 에그 캔디 솜사탕 먹방 놀이 - 지니	헤이지니
89	설탕없는 젤리!? 아기물범 하프 빙글빙글 젤리 메이커 젤리만들기 놀이 - 지니	헤이지니
90	집에서 수영을!? 수영하는 아기 인형 장난감 수영놀이 - 지니	헤이지니
91	맛있는게 가득한 지니의 24시 편의점으로 놀러오세요♥	헤이지니
92	지니의 거대 주방을 소개합니다!! 주방놀이 장난감 꾸미기 - 지니	헤이지니
93	나만의 곰인형 친구 만들기 기계 장난감 놀이 bear workshop 지니	헤이지니
94	우와 신기해!! 중국에서 유행하는 얼음 만들기 먹방놀이 - 지니	헤이지니
95	쿠키가 팡팡!!! 뽕뽕이 쿠키 오븐 장난감 칼라점토 만들기 놀이 - 지니	헤이지니
96	LOL 시즌1♥ 서프라이즈 복불복 랜덤 인형 뽑기놀이 - 지니	헤이지니
97	LOL 레어를 만들자!! 반짝이 블링걸스 롤 서프라이즈 인형 만들기 놀이 DIY - 지니	헤이지니
98	블링블링!! 쿵순이 옷장 만들기 핸드백 블링슈즈 디자이너 장난감 DIY - 지니	헤이지니
99	새학기 시작!! 미미 노트북 장난감 미미와 영상통화 전화놀이 - 지니	헤이지니
100	포포밍의 마쉬멜로우♥ 에그엔젤 코코밍 마쉬멜로우 만들기 장난감 요리놀이 - 지니	헤이지니
101	반짝이 풍선 액괴만들기 액체괴물 캐리 장난감 클레이 점토 슬라임 미니어쳐 소꿉놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
102	할로윈 장난감 풍선 캐리의 마녀 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
103	캐리의 키즈쿡 스파게티 요리사 장난감 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
104	캐리의 뽕뽕이 아이스크림 가게 장난감 마트놀이 CarrieAndToys	캐리TV
105	쿵순이와 함께 한 아이스크림 장난감 쌓기 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
106	Kongsuni bakery toys & Baby doll 쿵순이 부푸러 빵가게 장난감과 캐리의 빵만들기 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
107	캐리의 쿵순이 플레이 침대 장난감 엄마놀이 CarrieAndToys	캐리TV
108	캐리의 인사이드 아웃 까칠이 메이크업과 장난감 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
109	뽀롱뽀롱 뽀로로 아기냉장고 장난감 캐리 크롱 에디 소꿉놀이 Pororo Refrigerator toys и г р у ш к а CarrieAndToys	캐리TV
110	캐리의 크리스마스 거대 서프라이즈 풍선 장난감 놀이	캐리TV

	CarrieAndToys	
111	야광 액괴 만들기 액체괴물 장난감 캐리 유령 슬라임 클레이 점토 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
112	Pororo iwa sand playing house Toys 뽀로로 아이와샌드 소꿉놀이 세트 장난감 과 캐리의 모래놀이 CarrieAndToys	캐리TV
113	캐리의 하프 빙글빙글 3D 초콜릿메이커 장난감 만들기놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
114	로보카폴리 마이크가 있는 폴리 계산대 장난감 캐리 엠버 폴리 마트놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
115	겨울왕국 공주 화장대 장난감 캐리의 화장 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
116	M&M 초콜릿으로 캐리의 알록달록 M&M 케이크 꾸미기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
117	캔디 롤리팝 메이커 로 캐리의 다양한 맛 사탕 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
118	세라의 팝콘가게 장난감 캐리의 점토 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
119	레고시티 소방본부 소방헬기 장난감 조립 플레이 소방관 캐리 ! CarrieAndToys	캐리TV
120	호빵맨 와구와구 크레인게임 으로 캐리의 장난감 뽑기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
121	옥토넷 모래놀이 뽀로로 라바 아이와 샌드 촉촉이 모래 공룡 피규어 장난감 캐리 Pororo & Larva & Octonauts Sand Play Toys CarrieAndToys	캐리TV
122	엘리의 밸런타인데이 대형 초콜릿 서프라이즈 에그 시크릿 프렌즈 알까기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
123	소면 슬라이드 장난감 으로 캐리의 국수 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
124	터닝메카드 메가드래곤 장난감 과 21종 터닝 메카니컬 변신 자동차 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
125	캐리 요리사의 쿡셰프 레스토랑 장난감 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
126	캐리의 플레이모빌 고래 분수 어린이 수영장 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
127	캐리의 달님이 아이스크림 가게 장난감 점토 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
128	캐리의 차밍걸스 초콜릿 파티시엘 장난감 달콤한 디저트 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
129	뽀롱뽀롱 뽀로로 패밀리 선물 뽑기 장난감 캐리 캡슐 초콜릿 사탕 포비 크롱 루피 뽑기 게임 Pororo claw machine toys И г р у ш к и CarrieAndToys	캐리TV

130	캐리의 터닝메카드 바벨 모스톤 메가 그리폰 스펅크스 & 터닝카 배틀박스 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
131	터닝메카드 에반 피닉스 테로 장난감 이소벨 변신 캐리 메카니컬 그리기 ! CarrieAndToys	캐리TV
132	타요의 학교와 주차장 놀이, Приключения Тайо в школе и стоянке, Tayo, playing in school and parking lot	캐리TV
133	콩순이 숫자놀이 123 마트 계산대 장난감 캐리 마트놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
134	시크릿췌췌 아이린의 메이크업 핸드북 장난감 캐리의 화장 그리기 그림 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
135	캐리의 빨강 액괴 만들기 액체괴물 장난감 거대풍선 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
136	캐리의 프린세스 프링 드레스룸 장난감 인형 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
137	캐리의 터닝메카드 HG 에반 피닉스 테로 변신 로봇 장난감 자동 차 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
138	디디의 커피 찻잔놀이 장난감 으로 캐리 엄마 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
139	보글보글 냄비가 끓는 콩순이 라면 가게 장난감 캐리의 주방 소꿉 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
140	레고 듀플로 나의 첫 가정집 장난감 캐리의 습관놀이 CarrieAndToys	캐리TV
141	시크릿 거울 화장대 장난감 캐리 공주 화장 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
142	초콜릿 분수 장난감 으로 캐리의 과일 마시멜로 풍뎉 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
143	어벤저스 에이지 오브 울트론 헐크버스터 아이언맨 토르 캡틴 아 메리카 타이탄 히어로 테크 장난감 헐크 캐리 마블 ! CarrieAndToys	캐리TV
144	뽀로로 아이스크림 만들기 장난감 캐리의 아이스크림 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
145	캐리의 터닝메카드 네오 요타 엑스 점보 시리즈와 크랑 안드로이드 지션 코카트 장난감 배틀 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
146	캐리의 아이스크림 냉장고 장난감 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
147	캐리의 레고 듀플로 나의 첫 기차 세트 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
148	캐리의 빙글 데굴 호빵맨 타워로 랜덤 장난감 뽑기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV

149	캐리의 쿵순이 아기하마 양치 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
150	캐리의 헬로카봇 스타렉스 탠디 구급차 변신로봇 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
151	캐리의 솜사탕 만들기 포로리 인형 장난감 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
152	달려! 라바 리모콘 도미노 장난감 캐리 옐로우 라바 도미노 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
153	로보카폴리 오토폴리 디럭스 플레이세트 장난감 캐리 ! CarrieAndToys	캐리TV
154	캐리의 대왕풍선, 캐릭터풍선 불기 놀이와 요술풍선으로 장난감 칼 만들기 CarrieAndToys	캐리TV
155	캐리의 열고 닫는 송이 화장대 장난감 으로 화장하기 ! CarrieAndToys	캐리TV
156	로보카 폴리 구조본부에서 신나는 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
157	로보카 폴리 경찰구조대 장난감 과 캐리 경찰관 ! CarrieAndToys	캐리TV
158	엔젤이 내가 만들어 먹는 붕어빵과 핫도그 장난감 캐리의 빵 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
159	타요 미니카 캐리어 장난감 꼬마버스 타요 친구들 세트 14종 캐리 버스 놀이 Tayo the Little Bus Toys ТАЙО Игрушки CarrieAndToys	캐리TV
160	캐리의 뽀뽀빵빵 드라이버 소방구조 본부 장난감 세트 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
161	캐리의 베이비 펫 공주야옹이 장난감 동물 인형 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
162	하프의 젤리 메이커 장난감 캐리의 젤리 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
163	과일 아이스크림 만들기 장난감 으로 캐리의 다양한 맛 아이스크림 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
164	캐리의 추억의 칼라 풍선 장난감 불기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
165	캐리의 플레이모빌 위터슬라이드 피규어 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
166	칠팩터 슬러시 메이커 아이스크림 메이커 칠팩터 뽀로로 냉장고 장난감 캐리 아이스크림 만들기 Chill Factor Ice Cream Maker CarrieAndToys	캐리TV
167	캐리의 할로윈 장난감 과 할로윈 거대 풍선 터트리기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
168	캐리의 헬로카봇 삼총사 나이트 루크 폰 변신 로봇 자동차 놀이	캐리TV

	CarrieAndToys	
169	캐리의 누텔라 액체괴물 만들기 와 액체괴물 풍선 불기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
170	캐리의 뽀로로 캠핑놀이 장난감 과 인형 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
171	뽄뽄이 요리카트 장난감 으로 캐리와 엘리의 요리대결 CarrieAndToys	캐리TV
172	로보카폴리 엠버 자동 버블건 장난감 과 캐리의 세차장 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
173	슈퍼윙스 쇼핑카트 장난감으로 캐리와 꼬마캐리의 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
174	캐리의 강충강충 뛰는 아기토끼 키우기 애완동물 장난감 기르기 CarrieAndToys	캐리TV
175	캐리와 파워휠 오프로드 세트 자동차 장난감 트랙 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
176	터닝메카드 미리내 블루 윙톡 엘로우 킹조스 블랙 타돌 레드 베노 사 나백작 그린 장난감 캐리 메카니컬 배틀 ! CarrieAndToys	캐리TV
177	공룡 알 변신 주물럭 장난감 캐리 의사 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
178	캐리의 거대 우유병 오렌지 맛 젤리 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
179	캐리의 날아라 호빵맨 넘어져라 꿀꺽 데굴데굴 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
180	캐리의 미니 캔디샵 장난감 으로 인형놀이 CarrieAndToys	캐리TV
181	캐리의 레고 듀플로 슈퍼마켓 장난감 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
182	캐리의 키즈쿡 쿠키요리 장난감 만들기 아기인형 소꿉놀이 CarrieAndToys	캐리TV
183	플레이도우 빙글빙글 매직 아이스크림 만들기 장난감 요리사 캐리 점토 클레이 ! CarrieAndToys	캐리TV
184	마이리틀포니 레인보우킹덤 인형 장난감 ! CarrieAndToys	캐리TV
185	매직 마시멜로 스티퍼 로 캐리의 다양한 맛 마시멜로 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
186	캐리의 비눗방울 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
187	뽀로로 빠방 스쿨버스 장난감 캐리의 인형놀이 CarrieAndToys	캐리TV
188	엘리의 버블껌 팩토리 장난감으로 버블껌 만들기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
189	로보카폴리 로이 EX 장난감 캐리 소방관 구조대 출동 ! CarrieAndToys	캐리TV
190	캐리의 듀플로 디즈니 프린세스 컬렉션 장난감 공주 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
191	헬로카봇 마이크로 카봇 에이스 호크 프론 마이스터 스카이 장난	캐리TV

	감 5종 캐리 변신 ! CarrieAndToys	
192	캐리의 스파클걸즈 네일 디자인 인형 장난감 헤어 손톱 꾸미기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
193	캐리의 겨울왕국 엘사 서프라이즈 에그 장난감 알까기 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
194	캐리의 젤리벨리 온갖 맛이 나는 해리포터 젤리빈 먹어보기 도전 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
195	캐리의 로보카폴리 빅 스쿨비 장난감 애니 곰돌이 인형 찾기 CarrieAndToys	캐리TV
196	캐리에게 온 산타할아버지의 크리스마스 장난감 선물 CarrieAndToys	캐리TV
197	바다탐험대 옥토넷 모래놀이 장난감 캐리 바나클 과지 셀링톤 대쉬 페이스 모래성 만들기 ! CarrieAndToys	캐리TV
198	반짝이 액괴 스폰지밥 만들기 액체괴물 캐리 장난감 클레이 점토 소꿉놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
199	캐리의 할로윈데이 서프라이즈 머핀 과 호박 초콜릿으로 숨은 장난감 찾기 놀이 ! CarrieAndToys	캐리TV
200	헬로카봇 로드세이버 장난감 택시 버스 3대 합체 로봇 자동차 캐리의 변신 놀이 CarrieAndToys	캐리TV
201	[유라] 장난감(toy)_모래놀이 중장비 놀이 공사장놀이 모래성 만들기 탱크놀이 보물찾기 sand play construction site sandcastle tank	유라야놀자
202	[유라] 장난감(toy)_긴급출동차 경찰차 구급차 소방차 police car ambulance fire truck 뽀로로네 집에 불이 났어요!	유라야놀자
203	[유라] 장난감(toy)_스웨덴 완구 아쿠아플레이 미니카 토미카 자동차 물놀이 수영 세차 aquaplay dabble in water swim wash a car	유라야놀자
204	[유라] 장난감(toy)_보쉬 3단 주차타워 자동차 주차장놀이 토미카 뽀로로 bosch third stage parking tower parking lot tomica cars	유라야놀자
205	[유라] 장난감(toy)_화산대폭발 다이노플레이 클레이 점토 액괴 공룡 알 부화 화산 실험 다이노코어 volcano clay dinosaur egg dinocore	유라야놀자
206	[유라] 장난감(toy)_소방차 장기자랑 대회 최고의 소방차 긴급구조 대 화재 진압 불 fire engine emergency relief rescue car しょうぼう	유라야놀자
207	[유라] 장난감(toy)_과학 실험 점토 클레이 공룡 자연 화산폭발 clay dinosaur a volcanic eruption 공룡이 사라진 이유	유라야놀자
208	[유라] 장난감(toy)_출동 파자마삼총사 캣보이 헤드쿼터 플레이세트 올빼미아 도마배미 pj masks headquarter playset	유라야놀자

209	[유라] 장난감(toy)_도미노 피자 이벤트 다이노코어 공룡 로봇 증정 샹벨 스테고 티라노 어택커 pizza dinocore dinosaur robot attacker	유라야놀자
210	[유라] 장난감(toy)_닌자터틀 자이언트 레오나르도 플레이세트 영웅 뽀로로 Ninja turtles giant leonardo hero	유라야놀자
211	[유라] 장난감(toy)_헬로 카봇 k캡스 경찰특공대 4단 합체 변신 로봇 hello carbot police car Transforming robots Transformer	유라야놀자
212	[유라] 장난감(toy)_곤충 채집 자연 관찰 찐득이 거미 매미 개미 뽀로로 insect collection nature observation mite spider	유라야놀자
213	[유라] 장난감(toy)_터닝메카드W 제트&고브 변신로봇 변신자동차 디스크캐논 타나토스 카이온 에반 Turning mecard jet gohbe transformer car	유라야놀자
214	보쉬 주차타워 6단 슬라이드 미니카 토미카 자동차 경주 대회 세차놀이 정비놀이 주차장놀이 장난감 키즈 [유라]	유라야놀자
215	바다탐험대 옥토넷 탐험선 기프트 세트 심해기지 잠수함 아쿠아 물놀이 여름 피서 오염 구조대 버나클 만화 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
216	[유라] 장난감(toy)_CAT 건설트레인 중장비 포크레인 불도저 덤프 트럭 공사장 모래놀이 기차놀이 construction express train sand	유라야놀자
217	[유라] 장난감(toy)_파워레인저 DX 볼케이노킹 닌자포스 닌자킹 변신 로봇 6단 합체 공룡 Power Ranmgers transformers car robot 트랜스포머	유라야놀자
218	[유라] 장난감(toy)_뽀로로 빠방 스쿨버스 멜로디 자동차 어린이버스 놀이터 소풍 pororo school bus playground picnic	유라야놀자
219	[유라] 장난감(toy)_신비아파트 고스트볼 고스트칩 흑진귀 모주귀 무면 벽수 이드라 팬텀토르소 The Haunted House ghost goblin	유라야놀자
220	[유라] 장난감(toy)_두다다쿵 핑카 캠핑놀이 자동차 비행기 여행 소꿉놀이 동물 유령 camping car plane travel animal ghost	유라야놀자
221	[유라] 장난감(toy)_에일리언 침공 듀얼리네이터 외계인 습격 비행선 우주선 뽀로로 alien invasion spaceship ufo pororo	유라야놀자
222	[유라] 장난감(toy)_디즈니 컬러 체인지 카 색 변하는 자동차 뽀로로 폴리 라바 ramones color change car pororo poli	유라야놀자
223	[유라] 장난감(toy)_푸드 변신로봇 5종 세트 아이스크림 햄버거 케이크 요리놀이 주방놀이 food transformer robot cooking peppa pig	유라야놀자
224	[유라] 장난감(toy)_★이벤트★에그엔젤 코코밍 4화 캠핑 소풍 자연 관찰 개미 비둘기 gift event egg angel camping かみさまみな	유라야놀자

	らい ヒミツのここたま	
225	[유라] 장난감(toy)_파워레인저 DX 닌자킹 닌자포스 드래곤 수리 검 합체 트랜스포머 변신로봇 transformers Power Rangers ninja king 파워렌저	유라야놀자
226	[유라] 장난감(toy)_공룡 화석 발굴 키트 놀이 다이노 쥬라기 뽀로 로 dinosaur fossil excavation jurassic pororo	유라야놀자
227	[유라] 장난감(toy)_루피와 패티의 요리대결 주방놀이 요리놀이 소 꿍놀이 뽀로로 pororo cooking contest play kitchen cooking time	유라야놀자
228	[유라] 장난감(toy)_할로윈 6화 좀비 버디즈 초콜릿 에그 코코밍 할로윈 분장 호빵맨 두근두근 크레인 게임 Halloween zombie buddies ghost egg	유라야놀자
229	[유라] 장난감(toy)_★이벤트★파워레인저 닌자포스 라이온엠퍼러 닌자킹 바이슨킹 합체 변신로봇 변신자동차 Power Rangers lion emperor event	유라야놀자
230	[유라] 장난감(toy)_아이엠스타 2화 '토이저러스'에서 아케이드 게 임기 도전! 아이돌 키우기 코디 오디션 게임 i am star arcade game toysrus	유라야놀자
231	[유라] 장난감(toy)_피서프라이스 바다 탐험대 옥토톡 옥토포드 플 레이세트 잠수함 바다 여행 뽀로로 Octonauts octopode submarine travel pororo	유라야놀자
232	[유라] 장난감(toy)_타오르지마버스터 티버스터 티파이터 티비틀 티드론 티드릴 티탱크 어썰트 시그널 스나이퍼 메딕 헤비 신비 도 깨비 T-Buster	유라야놀자
233	[유라] 장난감(toy)_페파피그 돼지 가족 비오는 날 놀이터 병원놀 이 peppa pig castle slide birthday gift box playground rain	유라야놀자
234	[유라] 장난감(toy)_뽀로로 낚시왕 선발대회 프렌즈 낚시놀이 pororo fishing contest game sea shark 상어가 나타났다!	유라야놀자
235	파워레인저 애니멀포스 DX 애니멀킹 와일드킹 123 숫자 큐브 동 물 합체 애니멀체인저 변신폰 이글 샤크 라이온 변신로봇 키즈 장 난감 [유라]	유라야놀자
236	[유라] 장난감(toy)_클릭블럭 엑스바 블럭놀이 자석놀이 모래 나침 반 구슬놀이 놀이터 중장비 click block x-bar magnet playground	유라야놀자
237	신비아파트 고스트 19종 총 출동! 도깨비 귀신 고스트볼 고스트칩 라바나브 지하국대적 불가살이 객귀 헤론 요아힘 그슨새 모주귀 치돈귀 마리오네트퀸 장난감 키즈 [유라]	유라야놀자
238	[유라] 장난감(toy)_헬로 카봇 킹가이즈 4단 변신 로봇 삼총사 나	유라야놀자

	이트 루크 폰 트랜스포머 뽀로로 hello carbot transformers car pororo	
239	얼음속에 공룡이 갇혔다! 아이스에그 공룡알 풍선 속 공룡메카드 타이니소어 얼음깨기 장난감 [유라]	유라야놀자
240	[유라] 장난감(toy)_최강공룡합체 다이노코어 샤벨코어 스테고코어 울트라디버스터 티라노 코어체인지 공룡 로봇 dino core robot	유라야놀자
241	다이노코어 시즌3 얼티밋 디버스터 티라노 8단 합체 공룡 로봇! 갤럭시 스톤 울트라디버스터 매머드 트리 알로사우루스 변신로봇 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
242	[유라] 장난감(toy)_★이벤트★ 에그엔젤 코코밍 1화 럭키밍 멜로 밍 지니밍 포포밍 탄생 코코밍하우스 gift event egg angel かみさ まみならい ヒミツのここたま	유라야놀자
243	[유라] 장난감(toy)_거울의 저주 2화 칼라마법사 라바 패밀리세트 점토놀이 거울놀이 Curse of the mirror Larva Color Wizard clay game	유라야놀자
244	[유라] 장난감(toy)_클릭블럭 맥봇 스팀 세트 자석블럭 자석놀이 블럭놀이 집만들기 중장비 로봇 click block magbot steam magnet	유라야놀자
245	[유라] 장난감(toy)_타요 중장비 놀이 세트 공사장 트레일러 포크 레인 트럭 tayo heavy equipment truck [2016.02.27일분 삭제영상 재 업로드]	유라야놀자
246	바다탐험대 옥토넷 대형 탐험선A 난파선에서 유출된 기름! 해양 생물들을 구조하라! 바나클 콰지 셀링턴 뽀로로 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
247	[유라] 장난감(toy)_출동 파자마삼총사 캣보이 도마배미 올빼미아로미오 pj masks gekko mobile vehicle cat car owl glider hero	유라야놀자
248	[유라] 장난감(toy)_캡슐보이 데구르로보 변신로봇 슈팅게임 라이티 럼블 조 슈크미 오베건 뽀로로 폴리 자판기 Capsule Boy robot pororo	유라야놀자
249	[유라] 장난감(toy)_디키토이즈 액션시리즈 경찰차 경찰특공대 경찰놀이 특수요원 범인 추격 뽀로로 버스 납치 사건 police force police car	유라야놀자
250	[유라] 장난감(toy)_또봇 애슬론 마그마6 알파 발칸 록키 베타 세타 토네이도 Athlone magma6 alpha vulcan rocky beta theta tornado	유라야놀자
251	터닝메카드W 테이머즈캐리어 컬렉션 멀티캐리어 변신 자동차 로봇 메카니컬 배틀 게임 어린이 장난감 [유라]	유라야놀자

252	우니스 저절로 붙어지는 풍선 만들기 꾸미기 돼지 물고기 풍선 에그엔젤 코코밍 어린이 장난감 [유라]	유라야놀자
253	[유라] 장난감(toy)_슈퍼피쉬 해적선 심해의 상어 떼 배 물놀이 낚시 스폰지밥 super fish pirate ship shark fishing spongebob	유라야놀자
254	[유라] 장난감(toy)_헬로 카봇 마이티가드 4대 합체 변신로봇 Hello kabot Mighty guard Transforming robots 악당을 물리쳐라!	유라야놀자
255	편백나무 놀이 브루더 man 레미콘 시멘트 믹서 덤프트럭 포크레인 공사장 보물찾기 킨더조이 촉감놀이 자석놀이 파자마삼총사 뽀로로 장난감 키즈 유아동영상 [유라]	유라야놀자
256	[유라] 장난감(toy)_젤리바프 신기한 마법가루 촉감놀이 젤리괴물 뽀로로 colour change gelli baff magic powder jelly monster	유라야놀자
257	[유라] 장난감(toy)_뽀로로와 친구들 아기돼지 삼형제 동화 집짓기 집 만들기 수수깡 pororo the three little pig children's story	유라야놀자
258	[유라] 장난감(toy)_토마스와 친구들 기차놀이 신호등놀이 Thomas and friends play train traffic lights	유라야놀자
259	[유라] 장난감(toy)_과학 실험 물 정화 정수기 만들기 여행 환경오염 뽀로로 science experiment water purifier travel pororo	유라야놀자
260	파워레인저 애니멀포스 애니멀킹 큐브 옥토퍼스 콘돌 와일드 숫자 1~0 동물 합체 변신로봇 오션 애니멀체인저 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
261	[유라] 장난감(toy)_빨간모자 퍼즐 게임 유아용 두뇌발달 보드게임 영재교육 동화책 늑대 뽀로로 Little Red Riding Hood puzzle board game	유라야놀자
262	[유라] 장난감(toy)_까만 크레파스 그림 그리기 색칠 공부 미술 스크래치 놀이 뽀로로 black color crayon art scratchクレパス	유라야놀자
263	다이노코어 시즌1-3 총 출동! 크로스! 어디까지 합체시켜 봤니? 얼티밋 디버스터 티라노 울트라 디세이버 케라토 하이퍼 공룡 변신로봇 장난감 [유라]	유라야놀자
264	[유라] 장난감(toy)_패스트레인 컬러 체인지 스테이션 색깔놀이 세차놀이 뽀로로 fast lane Colour change station color car	유라야놀자
265	파자마 삼총사 블라인드 팩 20개 까보기! 랜덤으로 뭐가 나올까? 캣보이 도마배미 올빼미아 로미오 복면닌자 루나걸 영웅놀이 장난감 키즈 [유라]	유라야놀자
266	다이노코어 시즌3 하이퍼 디세이버 케라토 메카닉 알로사우루스 프테라노돈 메가디세이버 디메트로돈 플레시오 사우루스 어택커 공룡 변신로봇 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
267	[유라] 장난감(toy)_★이벤트 당첨자발표★에그엔젤 코코밍 5화 마	유라야놀자

	법 강화 극한 훈련 gift event egg angel かみさまみならい ヒミツ のここたま	
268	[유라] 장난감(toy)_★이벤트★에그엔젤 코코밍 2화 키키밍 뽀띠밍 탄생 파티 코코밍하우스 gift event egg angel かみさまみならい ヒミツのここたま	유라야놀자
269	[유라] 장난감(toy)_배트맨 동굴 플레이세트 배트맨 vs 조커 대결 batman cave gift set joker battle	유라야놀자
270	[유라] 장난감(toy)_뽀로로 하우스 유령 대소동 귀신 도깨비 pororo's house ghost casper goblin ゆうれい ผี ปีศาจ	유라야놀자
271	다이노코어 시즌3 미니 울트라 디버스터 미니 울트라 디세이버 디 버스터블랙 선공개! 케라토 메머드 트리 공룡 변신로봇 키즈 만화 장난감 [유라]	유라야놀자
272	[유라] 장난감(toy)_두근두근 해치멀 알 부화 탄생 새 키우기 해치 멀스 게임 코코밍 hatchimals egg incubation game doll	유라야놀자
273	[유라] 장난감(toy)_터닝메카드W 디스크캐논&HG유니온세트 가고 토스 피닉스 테로 크랑 변신로봇 자동차 Turning Mecard	유라야놀자
274	[유라] 장난감(toy)_뽀로로 크롱 걸리버 여행기 동화 명작 이야기 소인국 거인국 pororo Gulliver's Travels children's story どうわ	유라야놀자
275	[유라] 장난감(toy)_헬로카봇 슈퍼패트론 2화 패트론S 다이어EX 스 키드 리프 4단합체 로봇 화재 불 소방차 폴리 cabot super patron fire poli	유라야놀자
276	[유라] 장난감(toy)_펭귄 얼음깨기 아이스 게임 보드게임 젠가 옥 토넷 penguin CRUSHICE board game jenga octonatus	유라야놀자
277	[유라] 장난감(toy)_닌자킹 닌자포스 소환닌자 다이노닌자 UFO닌 자 서퍼닌자 엘리펀닌자 ninjaking dino UFO surfer elephant	유라야놀자
278	슈퍼곤충 5종 합체 변신로봇 꿀벌 장수풍뎅이 집게벌레 매미 잠자 리 뽀로로와 친구들 꽃 나무 자연 사랑 장난감 키즈 [유라]	유라야놀자
279	[유라] 장난감(toy)_아슬아슬 얼음위에 뽀로로 보드게임 블럭 쌓기 놀이 pororo on the ice board games block	유라야놀자
280	스파이더맨 장갑 거미줄 쏘기 영웅놀이 물총놀이 공룡 리자드맨 조커 어메이징스파이더맨 웹건 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
281	[유라] 장난감(toy)_숫자변신로봇 변신자동차 중장비 헬리콥터 탱 크 미사일 뽀로로 우주 여행 number transformer car pororo space travel	유라야놀자
282	[유라] 장난감(toy)_추추매직트레인 기차 놀이 만들기 그림 미술 마술기차 자동차 뽀로로 눈 choo choo magic train art car pororo	유라야놀자

	snow	
283	[유라] 장난감(toy)_보쉬 카센타 카워시 서비스센터 정비소 세차장 주차장 자동차 정비놀이 세차놀이 bosch service center garage car wash	유라야놀자
284	[유라] 장난감(toy)_로보카폴리 세차장 플레이세트 구조대 세차 목욕 진흙탕 모래놀이 오프로드 물놀이 robocar poli car wash rescue bath sand	유라야놀자
285	[유라] 장난감(toy)_토포트 애슬론 세타 베타 알파 변신로봇 변신자동차 마인드코어 Tobot Athlon Transforming robots car mind core	유라야놀자
286	[유라] 장난감(toy)_신비아파트 고스트스쿨 흑진귀 모주귀 무면귀 벽수귀 이드라 팬텀토르소 유령 로보카폴리 The Haunted House ghost school	유라야놀자
287	큰 숫자 변신 합체 로봇 1~10 빅 숫자로봇 탱크 장갑차 비행기 미사일 헬리콥터 숫자놀이 사운드 LED 장난감 유아 학습 키즈 [유라]	유라야놀자
288	메가크레인 중장비 놀이 편백나무 디키토이즈 RC 크레인 공사장 보쉬6단 주차타워 덤프트럭 포크레인 뽀로로 보물찾기 킨더조이 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
289	[유라] 장난감(toy)_브이텍 변신 공룡 로봇 체트기 비행기 스피노사우루스 뽀로로 dinosaur Transforming robot jurassic airplane pororo	유라야놀자
290	파워레인저 다이노포스 브레이브 기간트 브라기오킹 기가브라기가 스 티라노킹 캐논티라 스테고톱 포크케라 변신로봇 장난감 키즈 [유라]	유라야놀자
291	[유라] 장난감(toy)_할로윈 2화 마법에 걸려 마녀가 된 유라 Halloween party cursed yura pororo ghost spell	유라야놀자
292	파워레인저 애니멀포스 와일드 라이드 오션킹 숫자 큐브 동물 합체 변신로봇 애니멀킹 와일드킹 라이드킹 오션엠펜퍼 키즈 장난감 [유라]	유라야놀자
293	[유라] 장난감(toy)_★이벤트★ 12영웅전사 12간지 띠 호타 코니강돌 수르 미르곤 이스타 동화 백설공주 animal heroes	유라야놀자
294	[유라] 장난감(toy)_다이노코어 시즌2 울트라 디세이버 케라토 메머드 트리 변신로봇 공룡 Dinocore ultra d-saber cerato mammoth tri	유라야놀자
295	[유라] 장난감(toy)_헬로 카봇 시즌5 6단 합체 하이퍼빌디언 프라우드 제스티 블래스터 스타비 크랜 듀크 중장비 변신로봇 hello	유라야놀자

	carbot hyperbuildian	
296	[유라] 장난감(toy)_숨사탕 만들기 어린이날 파티 풍선 과자 사탕 뿌로로 cotton candy Children's Day わたがし こども	유라야놀자
297	[유라] 장난감(toy)_아니아 플레이 세트 우키우키 스플래쉬 수족관 물고기 돌고래 뿌로로 로보카폴리 splash aquarium fish dolphin pororo	유라야놀자
298	[유라] 장난감(toy)_테크노기어 마블 마니아 우주대모험 구슬놀이 은하계 행성 뿌로로 Techno gears marble mania GALACTIC ADVENTURE	유라야놀자
299	[유라] 장난감(toy)_지오메카 비스트가디언 레오칸 카이만 나스혼 3단 변신로봇 geo mecha beast guardian lion crocodile rhino robot	유라야놀자
300	파워레인저 애니멀포스 와일드애니멀킹 숫자 큐브 1~6 미니큐브 동물 합체 애니멀체인저 줌오우자 소환폰 변신로봇 변형 무장 키 즈 장난감 [유라]	유라야놀자
301	순간 포착 카멜레온 보드게임 놀이 [재미있는 상황극, 스틸 만점] - 강이	럭키강이
302	무한스핀 팽이를 이겨라!!! 베이블레이드 버스트 무한스핀 회전 스테 디움 장난감 도전 놀이 - 강이	럭키강이
303	베이블레이드 챔피언십 유스 우승자 석민 VS 강이!!! 초대형 스테 디움에서 한판승부!!	럭키강이
304	맥도날드 해피 밀 햄버거 스낵 메이커 장난감 놀이 [Mcdonald's happy meal hamburger snack maker] - 강이	럭키강이
305	콜라, 사이다를 이용한 피젯스피너 만들기 놀이 [ice fidget spinner] - 강이	럭키강이
306	[강이 x 장덕대] 자존심 건 한판승부!!! 베이블레이드 버스트 팽이 대결 놀이	럭키강이
307	포켓몬스터 크레인 인형 뽑기 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
308	베이를 직접 뽑아보자!!!! 베이블레이드 버스트 무한스핀 스테디움, 레퀴엠 스포리건 장난감 랜덤뽑기 놀이 - 강이	럭키강이
309	[블라인드 수족관 챌린지] 눈으로 보지 않고 맞춰라!!! What's in the aquarium challenge	럭키강이
310	이것만 있으면 난 최강이야!!!! 베이블레이드 버스트 강이, 프리 런 처 만들기 장난감 놀이 [beyblade bust launcher made] - 강이	럭키강이
311	강이의 인체모형 보드게임 장난감 의사 놀이 - 강이	럭키강이
312	초콜릿, 사탕 피젯스피너 만들기 놀이 [강이]	럭키강이
313	늑대가 빨강망토를 찾아와요!! 도와주세요~ 빨간모자 보드게임 장	럭키강이

	난감 놀이 - 강이	
314	신비아파트 고스트볼X의 탄생!!! [디럭스세트1 카드세트] 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
315	레고 마인크래프트 정글사원 보물찾기 탐험 놀이 [강이]	럭키강이
316	오직 3개 뿐인 황금 발키리! 베이블레이드 챔피언십 유스 우승자 석민 VS 강이 대결 배틀 놀이 - 강이	럭키강이
317	무한스핀스테디움에 도전하라!! 2017 베이블레이드 루키 1위 강산의 도전 - 강이	럭키강이
318	강이의 추억의 달고나 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
319	6개의 팽이를 한번에 3on3 대결하자!!!! 베이블레이드 버스트 개조 런처 놀이 - 강이	럭키강이
320	럭키강이가 1등을 뽑을 수 있을까요?? 행운의 랜덤 복불복 뽑기 놀이 - 강이	럭키강이
321	피라냐를 피해라!!! piranha panic 보드게임 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
322	[도티 vs 강이] 할리갈리 보드게임 장난감 대결 놀이 Halli Galli Battle - 강이	럭키강이
323	슈퍼마리오 미로 대탐험 [SUPER MARIO 3D MAZE EXPLORATION] 보드게임 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
324	베이블레이드 버스트 스태디움, B-98개조세트를 이용하여 팽이대결 놀이 - 강이	럭키강이
325	베이블레이드 버스트 랜덤 부스터 vol.6 토네이도 와이번 뽑기 놀이 [beyblade burst god random box] - 강이	럭키강이
326	[도티 vs 강이] 질 수 없는 한판 승부!! PIE FACE SHOW DOWN 보드게임 장난감 대결 놀이 - 강이	럭키강이
327	강력한 공격이 가능한 베이블레이드 새로운 경기장!!! 베이블레이드 버스트 LET IT RIP! 팽이 배틀 경기 - 강이	럭키강이
328	[한끝도전] 이게 가능하다고?? 베이블레이드 버스트 팽이 쌓아 돌리기 놀이 - 강이	럭키강이
329	플레이모빌 워터파크 장난감 놀이 [playmobil summerfun water park] - 강이	럭키강이
330	레이팡이를 뽑아보자!!! 베이블레이드 버스트 갓 랜덤부스터 Vol.8 뽑기 놀이 - 강이	럭키강이
331	울트라 토네이도를 장착한 레이더!!! [파손주의] 베이블레이드 버스트 레퀴엠 스포리건 팽이 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
332	파워레인저 애니멀 포스 라이드킹, 와일드킹, 애니멀킹 궁극 합체!! 애니멀포스 로봇 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
333	슬라임베프 액체괴물 호빵맨 바스볼 장난감 놀이 [slimebaff,	럭키강이

	anpanman bath ball] - 강이	
334	강이가 최강 팽이를 만나다!!! 베이블레이드 갓 레이어 시스템 나이트메어 통기누스 팽이 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
335	레이팡이 획득에 도전하라!!! 베이블레이드 버스트 갓 랜덤부스터 vol.7 뽑기 놀이 - 강이	럭키강이
336	베이블레이드 버스트 갓 랜덤부스터 vol.7 레어팡이 맥시멈 가루다를 뽑았다? - 강이	럭키강이
337	레이팡이 뽑을때까지 멈추지 않는다!!!! 베이블레이드 버스트 랜덤부스터 VOL.9 뽑기 놀이 - 강이	럭키강이
338	[강이 VS 브라이언] 포켓몬 캡슐 뽑기 장난감 대결 놀이 - 강이	럭키강이
339	슈퍼히어로 플라이트 시티 슈퍼맨 배트맨 장난감 놀이 [강이]	럭키강이
340	진정한 왕이 돌아왔다!!! 터닝메카드 W 에반킹 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
341	플레이 모빌 유치원 놀이터 장난감 놀이 [playmobil city life] - 강이	럭키강이
342	베이블레이드 버스트 갓 팽이 배틀 놀이 [드레인 파브닐, 크라이스 사탄, 갓 발키리 엔트리 세트] - 강이	럭키강이
343	모두 모여라!!!! 강이가 가지고 있는 팽이는?? 레인보우 베이블레이드 팽이 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
344	택배왔습니다!!!!지니에게 선물받은 택배 개봉기 - 강이	럭키강이
345	이 박스 하나면 베이블레이드 정리도 편하다!!!! 박스를 이용한 자동 정리함 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
346	베이블레이드 버스트 VS XTS 특별한 3on3 대결!!! 진정한 최강자는 나야!!!! [beyblade extreme top system] - 강이	럭키강이
347	드디어 왔다!!! 강이만의 특별한 베이블레이드 가방 최초 공개!!	럭키강이
348	신비아파트 고스트볼X의 탄생!!!! 아이기스의 별 세피르카드 배틀 리더기 배틀세트 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
349	호빵맨 캡슐 뽑기 장난감 놀이 [지니의 미션 수행] - 강이	럭키강이
350	강이야~ 맘마먹자!!! 아기음식 챌린지 놀이	럭키강이
351	쥬파츰스 솜사탕 만들기 놀이 [cottoncandy] - 강이	럭키강이
352	[베이 올림픽] 박스로 만든 베이블레이드 컬링 경기장!!? - 강이	럭키강이
353	베이블레이드 버스트 갓 랜덤부스터 Vol.7 장난감 놀이 [레전드 스피니건 , 킬러 데스사이저] - 강이	럭키강이
354	[BOX DIY] 썩서 뽑는 베이블레이드 뽑기 놀이 (놀람주의) - 강이 How To Make a Paper Box	럭키강이
355	또 다른 귀신이 찾아왔어요!!! 신비아파트 고스트볼x의 탄생 고스트칩 디럭스2세트 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
356	이거 하나만 있으면 어디에서든 배틀경기가 가능하다!!! 베이블레	럭키강이

	이드 버스트 보관 경기장 만들기 놀이 - 강이 (1인)	
357	강이의 펀치 실력은 과연!!!! 펀치킹 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
358	3ON3 배틀부스터 세트 최강에 도전하라!!! 베이블레이드 버스트 팽이 배틀 대결놀이 - 강이	럭키강이
359	[BOX DIY] 박스로 못만드는게 없다!!! 껌블머신 만들기 놀이 - 강 이	럭키강이
360	메카니컬 발사!! 왕피닉스 [마루 치르매미 뎡뎡] 터닝메카드 변신 자동차 놀이 - 강이	럭키강이
361	복불복 랜덤 피자 만들기 놀이 [PIZZA CHALLENGE] - 강이	럭키강이
362	발렌타인을 맞이하여 초콜릿 전부 모여라!!!! 오감을 이용한 강이 의 초콜릿 챌린지 (이벤트)	럭키강이
363	악당들 기다려라!! 드루의 변신 블럭 자동차 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
364	진정한 베이블레이드는 나야!!! [올드VS뉴] 베이블레이드 팽이 배틀 놀이 - 강이	럭키강이
365	신비아파트 고스트볼X의 탄생 5가지 부적의 힘!! '고스트 퇴마검' 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
366	팽권이 떨어진다!!! 아이스브레이커 보드게임 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
367	럭키강이가 럭키박스를 열면 무슨일이 일어날까요!!!! 랜덤박스 뽑 기 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
368	지금은 “ 새벽 두시 “ 강이의 뿌서뿌서 몰래먹기 도전 놀이 [미션 별칙 주의...]	럭키강이
369	빙글빙글 도자기 스튜디오로 저금통 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
370	닌자고 친구들 중 최강자를 가려라!!! 레고 닌자고 스핀깃주 팽이 장난감 대결 놀이 - 강이 (3명 손만 등장)	럭키강이
371	포켓몬스터 카레와 라면 먹방!! [랜덤박스 피규어 뽑기 놀이] - 강이	럭키강이
372	쉽게 멈출수 없다!! 무한스핀 스핀파이터 [아리만 페가수스 아피스 쥔스] 팽이 장난감 놀이 - 강이 (1명 손만 등장)	럭키강이
373	학교에서 베이블레이드 중간고사를 보다!! 과연 강이의 점수는?! - 강이	럭키강이
374	[한끝도전] 설명서 없이 조립하자!!!! 파워레인저 애니멀포스 로봇 장난감 합체 놀이 - 강이	럭키강이
375	강산으로 변신한 강이!!! 베이블레이드 버스트 강산의 강력한 레이 스샷 챌린지 놀이 - 강이	럭키강이
376	[BOX DIY] 베이블레이드 버스트 알까기 경기장 만들기 놀이 - 강 이 [How to make a Beyblade]	럭키강이
377	맥도날드 해피 밀 프렌치 프라이 장난감 놀이 [Mcdonald's happy	럭키강이

	meal French Fry] - 강이	
378	대형 타코야끼 만들기 놀이 [たこやき] - 강이	럭키강이
379	토미카 어드벤처 마운틴 자동차 트랙 장난감 놀이 [TOMICA ADVENTURE MOUNTAIN] - 강이	럭키강이
380	새로운 베이블레이드 드레인 파브닐이 나왔다!!!! 크림슨 화이트 버전은 어떤 모습일까요?? [드레인파브닐 VS 엑스칼리버]	럭키강이
381	[택배왔습니다] 베이블레이드 초Z 배틀 세트(위닝 발키리, 제트 아킬레스) 엠퍼러 호루네우스 팽이 장난감 놀이 - 강이 [이벤트]	럭키강이
382	철판 아이스크림에 오레오를 넣어 만든 아이스크림 피젯스피너 만들기 놀이 [ice cream fidget spinner] - 강이	럭키강이
383	파워레인저 애니멀포스 동물합체!!! 오션엠퍼러 로봇 장난감 놀이 [애니멀킹, 와일드킹, 라이드킹] - 강이	럭키강이
384	신비아파트 고스트볼의 비밀!!! 고스트 칩 디럭스세트5 피규어 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
385	헬로카봇 아이언트, 컨버스터 눈가리고 조립하기 챌린지 놀이 - 강이	럭키강이
386	슈퍼마리오를 구출하라!!!! 슈퍼마리오 대성공 코인 뽑기 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
387	누가 힘이 더 세나 확인해봐요!!! 팔씨름[ARM WRESTLER] 장난감 대결 놀이 - 강이	럭키강이
388	집에서 쉽게 만들 수 있는 면 뽑기 장난감으로 일본 라면 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
389	티라노를 찾아라!!! 공룡알 랜덤 뽑기 놀이! 공룡메카드 공룡자동차 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
390	[레고 닌자고 무비] 절대지존 무기신전 블럭 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
391	특별한 경기장에서 특별한 경기를!!!! 베이블레이드 에블루션 스탠디움 장난감 놀이 - 강이 (손만 등장)	럭키강이
392	타이니소어~ 고!!!! 공룡메카드 배틀 필드 세트 대결 놀이 - 강이	럭키강이
393	새로운 베이블레이드 스탠디움 등장!!! '솔뚜껑 경기장' 팽이 돌리기 챌린지 놀이 - 강이	럭키강이
394	신비아파트 시즌2!!!! 신비아파트 고스트볼X의 탄생 [고스트볼X 도깨비배트] 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
395	파워레인저 애니멀포스 변신 큐브 기지 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
396	파워레인저 애니멀포스 동물합체!!! 애니멀킹 큐브 로봇 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
397	보쉬 자동차 주차타워 6단 슬라이드 장난감 놀이 [bosch toy] - 강이	럭키강이

398	최강의 드라이버를 만들다!!!! 베이블레이드 버스트 X 갈륨을 이용한 드라이버 만들기 놀이 - 강이	럭키강이
399	[강이 VS 브라이언] 음료수와 프링글스 맛을 맞춰라!! 대결 먹방 놀이[challenge battle] - 강이	럭키강이
400	타오르지마 버스터 [T 버스터] 5단 합체 로봇 장난감 놀이 - 강이	럭키강이
401	수박과 멜론으로 캐빈의 과일 젤리 만들기 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
402	신비아파트 '고스트볼의 비밀' 캐릭터 피규어 로 캐빈의 역할 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
403	캐빈의 레고 메이즈 블럭 장난감 구슬 탈출 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
404	캐빈의 닌자포스 와 다이노코어 2종 변신 로봇 장난감 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
405	캐빈의 터닝메카드W 장난감 뽑기 자판기 만들기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
406	캐빈의 마리오 미로의 성 구슬 탈출 게임 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
407	요리조리 구르고, 피하고, 뛰고! 캐빈과 미니언즈 친구들의 좌충우돌 슈퍼배드 미니언 러쉬 게임 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
408	캐빈의 헬로카봇 킹가이즈 변신 로봇 장난감 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
409	캐빈의 '레전드 히어로 삼국전' 레전드킹 마제스티 로봇 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
410	캐빈의 신비아파트 고스트볼의 비밀 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
411	캐빈의 터닝메카드W 타나토스 네오 로 자동차 모양 초콜릿 만들기 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
412	로보카폴리 소방구조대 장난감 캐빈의 소방관 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
413	캐빈의 레고 인도미누스 렉스의 탈옥 블럭 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
414	캐빈의 카레라 고 트랙 장난감 자동차 레이싱 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
415	유튜브 인기 크리에이터 허팝과 터닝메카드 에반 만들기 ! 캐리 앤 플레이 (2인)	캐리앤플레이
416	캐빈의 애니멀존 애니멀 플라넷 세트 장난감 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
417	캐빈의 통카타운 경찰서 놀이 세트 장난감 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이

418	캐빈의 두근두근 스네이크 아이 보드게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
419	캐빈의 월드카씨티 시리즈 자동차와 찾길 놀이 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
420	또봇 에볼루션 파워 주차장 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
421	셋! 개조심 두근두근 보드게임 장난감 캐빈의 복불복 대결 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
422	베이블레이드 버스트 장난감 으로 캐빈의 팽이 배틀 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
423	신비아파트 고스트볼의 비밀 장난감 으로 캐빈과 신비의 고스트 헌팅 게임 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
424	캐빈의 레고 듀플로 배트맨 블럭 장난감 만들기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
425	캐빈 선장의 슈퍼피쉬 해적선 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
426	캐빈의 슬라임 베프(Slime Baff) 장난감으로 액체괴물 만들기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
427	캐빈의 배터져 주방장 보드게임 복불복 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
428	캐빈과 꼬마 캐빈의 신기한 3D 입체 핀아트 스피드 퀴즈 대결 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
429	캐빈의 다이노코어 울트라 디버스터 티라노 변신 로봇 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
430	캐빈의 레전드히어로 삼국전 임페리얼 소드 와 유니콘 스피어 장난감 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
431	헬로카봇 우가바 장난감 고릴라 로봇 변신 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
432	캐빈의 마리오 슈팅게임 보드게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
433	과연 캡슐 안에는? 공룡메카드 타이니소어 랜덤 장난감 캡슐 뽑기 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
434	캐빈의 레전드 히어로 삼국전 변신 영웅패 와 원터치 변신 시계 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
435	M&M 월드 스타워즈 장난감으로 캐빈의 초콜릿 뽑기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
436	출동! 폴리 자동 도미노카 장난감 도미노 쌓기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
437	캐빈의 슈퍼마리오 두근두근 미로대탐험 보드게임 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
438	캐빈의 터닝메카드w 변신 로봇 장난감 자동차 배틀 놀이 ! 캐리앤	캐리앤플레이

	플레이	
439	캐빈의 메카니컬 액션 토미카 공장 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
440	캐빈의 슈퍼 마리오 카트레이싱 보드게임 장애물 대결 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
441	‘캐리와 장난감 친구들’ 퍼즐 가방 장난감 캐빈의 퍼즐 맞추기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
442	3.1절 맞이 캐빈의 야광 액체괴물로 태극기 만들기 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
443	거짓말 탐지기 장난감으로 캐빈의 진실게임 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
444	캐빈의 애니멀존 사과리 플레이 세트 장난감 과 액체괴물 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
445	캐빈의 토미카 시스템 오토 마운틴 로드 세트 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
446	캐빈의 레고 슈퍼히어로즈 어벤저스 피규어 블록 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
447	캐빈의 어린이날 장난감 선물 뽑기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
448	또봇 공구놀이 장난감 변신 자동차 만들기 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
449	시크릿 과학 실험] 캐빈의 자라나는 크리스탈 사탕 [Rock Candy] 만들기 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
450	캐빈의 슈퍼마리오 익사이팅 어드벤처 보드게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
451	캐빈의 아슬아슬 마리오 익사이팅 어드벤처 게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
452	애니멀큐브 13대 합체! 캐빈의 파워레인저 애니멀포스 와일드 애니멀킹 라이드킹 변신 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
453	캐빈의 헬로 카봇 K-캡스 변신로봇 장난감 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
454	캐빈의 못말리는 휴지통 보드게임 장난감 휴지 넣기 대결 ! 캐리 앤 플레이 (2인)	캐리앤플레이
455	캐빈의 액체괴물 과 구데타마 피규어 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
456	스위치 앤 고 다이노스 변신 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
457	캐빈의 레전드 히어로 삼국전 레전드킹 피닉스 변신 로봇 장난감 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
458	캐빈의 터닝메카드 슈팅카 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이

459	캐빈의 베이블레이드 & 배틀세트 장난감 팽이 대결 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
460	롤링스카이 12단계 고스트 댄스 도전으로 할로윈 데이 사탕 받기 미션 [Rolling sky] ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
461	터닝메카드W ' 메카드W 레이더 로 캐빈의 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
462	캐빈의 파워배틀 와치카 장난감 변신 자동차 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
463	캐빈의 도전 고래조심 보드게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
464	캐빈의 빅 사이즈 공룡알 키우기 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
465	터닝메카드W 장난감 자동차로 캐빈의 도미노 만들기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
466	캐빈의 통카타운 소방서 놀이 세트 장난감 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
467	캐빈의 초콜릿 저금통 만들기과 캐리가 숨겨놓은 선물 공개! ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
468	캐빈의 토미카 대회전 주차장 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
469	캐빈의 공룡 화석 발굴 종합 키트 장난감 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
470	월드카 파워키 스피드 350 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
471	캐빈의 헬로 카봇 제트렌 장난감 자동차 로봇 변신 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
472	매직보드 장난감으로 캐빈의 캐리와장난감친구들 그림 그리기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
473	캐빈의 토이스토리 알린 크레인 장난감 뽑기 놀이 ! 캐리앤 플레이 (질의응답?)	캐리앤플레이
474	베이블레이드 버스트 듀얼 스핀 세트로 캐빈의 장난감 팽이 대결 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
475	캐빈의 쿵 뽀런스 균형 잡기 보드게임 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이 (손 등장)	캐리앤플레이
476	캐빈의 이지스캐치 장난감으로 그림 그리기 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
477	캐빈의 '레전드 히어로 삼국전' 레전드킹 마린 로봇 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
478	캐빈의 핫 휠 레이싱 배틀 케이스 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
479	캐빈의 다이노코어 메가디버스터 변신 로봇 장난감 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
480	월드카 파워키 긴급출동 소방본부 장난감 소방관 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
481	캐빈의 말하는 LED 악어사냥 보드게임 대결 놀이 ! 캐리 앤 플레	캐리앤플레이

	이	
482	핫 휠 슈퍼 빙글빙글 고속도로 장난감 자동차 경주 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
483	캐빈의 플레이모빌 해양경비대 피규어 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플	캐리앤플레이
484	레이	
484	앵그리버드 메탈 배틀 팽이 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
485	터닝메카드 HG 에반 테로 피닉스 변신 로봇 자동차 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
486	캐빈의 축축이 모래 공룡 놀이세트 장난감 점토 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
487	캐빈의 파워배틀 와치카 배틀 트랙세트, 배틀 범퍼카 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
488	무한 스핀으로 즐기는 팽이 대결! 캐빈과 꼬마캐빈의 스핀 파이터 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
489	캐빈의 헬로카봇 다이어EX 로봇 장난감 변신 합체 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
490	캐빈의 터닝메카드W 점보시리즈 변신 로봇 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
491	캐빈의 레고 앵그리버드 피그킹의 성 장난감 블록 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
492	어벤저스 히어로 캐릭터 변신 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
493	캐빈의 터닝메카드W 시즌2 15대 단체 변신 놀이 ! 캐리앤 플레이	캐리앤플레이
494	정글에서 살아남기 마루의 어드벤처 슈팅 배틀 세트 ! 캐리 앤 플	캐리앤플레이
495	레이	
495	캐빈의 핫 휠 스핀 스톱 트랙 장난감 자동차 놀이 ! 캐리 앤 플레	캐리앤플레이
496	이	
496	캐빈의 토마스 말하는 크랭키 컨트롤 세트 장난감 기차 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
497	핫 휠 터빈 트위스터 트랙 장난감 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
498	트랜스포머 변신 로봇 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
499	캐빈의 액션 복싱 배틀 KO 로봇 펀치 게임 대결 ! 캐리 앤 플레	캐리앤플레이
500	이	
500	캐빈의 바다탐험대 옥토넛 옥토포드 플레이세트 장난감 놀이 ! 캐리 앤 플레이	캐리앤플레이
501	[ENG Sub] 액체괴물 수영장을 만들어보았다 - 허팝 (Slime Baff swimming pool - Heopop)	허팝
502	[ENG SUB] 젤리괴물 수영장을 만들어보았다 - 허팝 (Gelli Baff	허팝

	Swimming pool)	
503	[허팝]임신해서 알130개 낳아 부화시키기(공룡알,오리알,펭귄알,허팝알)(Dinosaur egg)	허팝
504	10미터 물풍선 수영장 만들어 보았다 - 허팝 with 크레이지 워터 별론 5만개 (Zuru Bunch O Balloons swimming pool)	허팝
505	[허팝] 코끼리치약실험 : 과산화수소 분해 실험 대박!!! (Elephant's Toothpaste : hydrogen peroxide experiment)	허팝
506	PPAP 허팝스타일로 파인애플아저씨 초병맛 패러디 해보았다!!! (PPAP iPHONE PARODY)	허팝
507	집에 4m 개구리알 수영장을 만들어보았다 - 허팝 (Orbeez Magic Growing Water Swimming Pool Challenge)	허팝
508	거미집(거미줄) 탈출하기 - 허팝 (Spider Wep Cobweb - Heopop)	허팝
509	[ENG Sub] 초거대 액체괴물 수영장 만들었다 - 허팝 (I made Giant Slime Baff Swimming Pool)	허팝
510	울트라 초거대 액체괴물 만들기 - 허팝 (How to make Giant slime - Heopop)	허팝
511	허팝[물렁이3총사 부활]초거대 물풍선 침대 만들기 (Giant Waterballoon bed)	허팝
512	허팝[풍선 안에 들어가서 엽기막춤댄스] 풍선맨 변신하기 (Climb in Giant Balloon - Heopop)	허팝
513	방탈출하기! 인형뽑기 방에 갇힌 허팝은 탈출에 성공할 것인가?! (Escape Claw machine Room Challenge)	허팝
514	짱구아빠요리를 직접 만들어보았다 - 허팝 (Crayon Shin Chan father's food - Heopop)	허팝
515	[허팝] 햄버거100개 먹기 도전 (100 hamburger challenge - Heopop)	허팝
516	방탈출하기! 귀신의 집 탈출하기!!! (반전있음) - 허팝 (Escape Ghost House Challenge)	허팝
517	우주전설의 초거대 하리보 곰젤리 - 허팝(Ultimate Giant Gummy Bear in the universe)	허팝
518	미사일도 쏘고, 도둑도 잡고, 집도 지키는 거미로봇이 생겼다 - 허팝 (너프건 Nerf Spider robot)	허팝
519	[전쟁 발발] 자이언트 거미 로봇 사냥하기 2탄 - 허팝 (Giant Robot Spider Prank 2)	허팝
520	시리얼챌린지:육조에 우유와 씨리얼 넣고 반신욕? (Cereal Challenge - Heopop)	허팝
521	코딱지맛 젤리? 해리포터 젤리빈 먹고 살아남기 - 허팝 (Harry	허팝

	Potter Jelly Bean Challenge) 코딱지, 지렁이, 토맛, 오바이트, 귀 지맛 젤리 젤리빈	
522	방탈출하기! 철창을 넘어 감옥을 탈출하라! - 허팝 (Escape the Prison Cage)	허팝
523	미국가서 포켓몬 고 GO 제대로 시작해보았다 - 허팝 (Go to LA to play Pokemon Go !)	허팝
524	2미터 기어오르는 바퀴벌레 로봇 경주를 해보았다 - 허팝 (Hexbug cockroach robot race)	허팝
525	초거대 포켓몬스터 포켓몬볼 입욕제를 만들어보았다! 허팝 (Giant Pokemon Ball Bath Bomb)	허팝
526	2미터 눈에 빠진 허팝! 완충제 트램폴린 만들어 보았다! (SNOW TRAMPOLINE)	허팝
527	포핀쿠키 변기음료수(모코모코모코렛토2)만들어서 진짜로 똥 누기 (?)(Toilet Popin Cookin : MokoMokoMokolet2/もこもこモコレッ2)	허팝
528	드릴로 수박주스 만들기 - 허팝(Watermelon Juice Smoothie)	허팝
529	초필살 허팝 람보총! 너프건 21개 몸에 장착하고 람보가 되어서 총싸움을 해보았다. 21 Nerf guns War	허팝
530	방탈출하기! 이상한 방에 갇힌 허팝은 탈출에 성공할 것인가?!	허팝
	(Escape strange room challenge)	
531	방탈출하기! 목욕탕에 허팝 혼자 있는데 문이 잠겨버렸다! (Escape the strange Sauna Alone)	허팝
532	[허팝]멘토스14개랑 콜라 입에 넣고 뽀지않기 도전~!!(Heopop tried Mentos and Coca cola)	허팝
533	종이상자로 집 지어서 짜장면 집들이하기 - 허팝 (How to make a Box House)종이상자 집 만들기	허팝
534	10미터 드라이아이스 수영장을 만들어 보았다 - 허팝 (10meters Dry Ice Swimming Pool)	허팝
535	방탈출하기! 이상한 좀비 방에 갇힌 허팝은 탈출에 성공할 것인 가?! (ESCAPE ZOMBIE ROOM)	허팝
536	초거대 물풍선 안에 들어가서 트램폴린 탔는데 홍수가 났다 - 허 팝 (Enter into Giant Waterballoon on trampoline)	허팝
537	수박바가 아닌 수박껍질바를 만들어보자 - 허팝 (Watermelon peel ice cream)	허팝
538	슈퍼 초거대 뱀젤리 한 판 승부!! - 허팝 (Gummy Anaconda Snake Attack - Heopop)	허팝
539	키네틱 샌드 마법모래로 전설의 모래왕국을 만들어보았다 - 허팝 (Kinetic Sand Kingdom)	허팝

540	얼음수영장에서 잠자는 허팝공주 (Sleeping Heopop Princess in 500kg ICE POOL)	허팝
541	[긴급정보] 자이언트 거미 로봇 사냥하기 - 허팝 (Giant Robot Spider Prank)	허팝
542	1000도 쇠구슬(니켈구) 얼음 위에 놓으면?! 얼음화산폭발?! - 허팝 (Make ICE tunnel with 1000℃ iron ball)	허팝
543	폴메이크업 여장하고 길거리 돌아다니기 - 허팝 (Woman's Full Make Up) 여자 화장하는 방법, 여장하는 방법	허팝
544	[허팝]포핀쿠키/가루쿵 라면10개로 진짜 라면 만들어먹기(Popin cookin ramen noodles)	허팝
545	날아다니는 물고기 - 허팝 (Amazing R/C Flying Fish Shark)	허팝
546	초특급 종이박스 미로 탈출을 해보았다 - 허팝 (Giant Paper Boxes Maze)	허팝
547	새벽4시에 나홀로 숨바꼭질 강령술을 해보았다(장롱에 들어가기) - 허팝 (hide and seek alone - Heopop)	허팝
548	레몬,사과,수박을 비롯한 모든 과일로 핸드폰 충전 해보았다 - 허팝 (Charge iPhone with a watermelon or fruit)	허팝
549	전설의 명검으로 모든 과일을 베어보았다 - 원피스 조로가 된 허팝 (Cut all fruits)	허팝
550	[허팝]풍선웃 입고 도라에몽 변신해서 도라에몽100채 만나기 (Doraemon Heopop 100ドラえもん)	허팝
551	통벽귀신 강령술! 궁금한 것을 물어보았다 - 허팝 (Ask a ghost in the wall questions)	허팝
552	[허팝]야광거미100마리 해리포터젤리빈 먹여서 퇴치!! (100 Luminous Spiders eat Harry Potter Jelly bean)	허팝
553	무인도 생존기 - 허팝 (How to live in a desert island)	허팝
554	포핀쿠키 햄버거10개로 진짜 크기 햄버거 만들어먹기 - 허팝 (Popin cookin Hamburger)	허팝
555	끝판대장!! 빈부즐 젤리빈 정복하기 - 허팝 (Bean Boozled Challenge - Heopop)	허팝
556	철장 탈출하기?! 피카츄가 되어서 철장 안에서 살아보았다! - 허팝 (Escape in a dog cage)	허팝
557	집에서 포켓몬 고 GO 하면 어떤 포켓몬이 나올까?! 초거대 피카츄 등장! - 허팝 (Let's Catch Pokemon at home)	허팝
558	초코파이100개로 초거대 초코 똥 케익 만들기 - 허팝 (Ultra Feces Choco Cake)	허팝
559	빨대100개 연결해서 콜라 마시기(폐활량 운동) - 허팝 (Drinking	허팝

	Coke with 100 straw)	
560	단단한 과일들을 유압프레스로 눌러보았는데 절대최강 코코넛 충격반전 일어났다! - 허팝 (Coconut or fruit on Hydraulic Press)	허팝
561	[허팝]포핀쿠킨/가루쿿 전설의 무지개 초코송이 버섯과자 만들어먹기 (Popin Cookin kinoko no yama kit mushroom chocolate)	허팝
562	방탈출하기! 병원에 갇힌 허팝은 탈출에 성공할 것인가?! (Escape Hospital room challenge)	허팝
563	방탈출! 똥 싸는 중에 화장실 탈출하기!!! - 허팝 (Escape the Bathroom Challenge)	허팝
564	마법진 만들어서 모래좀비 소환하기 - 허팝 (Magic Circle Drawing to call Zombies)	허팝
565	[레고 챌린지]레고로 발바닥 지압을 해보자 - 허팝 (Lego Challenge - Heopop)	허팝
566	프레디의 피자가게 실사판 2탄 - 허팝 (Real Life five nights at freddy's film 2)	허팝
567	소금200kg 투하!! 죽음의 바다, 사해를 직접 만들어서 물에 떠보았다 - 허팝 (How to make the Dead Sea with 200kg salt)	허팝
568	허팝 임신하다!! 7kg 임신체험복을 입어보았다. (Pregnancy Experience Clothes)	허팝
569	방에 풍선1000개 채워서 터트려보았다 - 허팝 (1000 balloons in a room)	허팝
570	프레디의 피자가게 실사판 1탄 - 허팝 (Real Life five nights at freddy's film 1)	허팝
571	신기한 네오큐브 자석으로 악세사리 만들었다 - 허팝 (NeoCube)	허팝
572	나무스틱 도미노 : 스틱밤3000개 폭발시켜 보았다 - 허팝 (3000 Stick bomb at home - Heopop)	허팝
573	풍선옷을 입고 막춤 엽기댄스 - 허팝(Inflatable Fat Chub Suit Dance - Heopop)Chubby Dance	허팝
574	초거대 큰 공 안에 들어가면 물 위를 뛰어다닌다!!! - 허팝 (Running Giant ball on the water)	허팝
575	허팝 램보가 되기 위해 너프건 엘리트 메가 좀비스트라이크 장난감총 21개 몸에 장착하다.	허팝
576	275cm 비치볼 풍선 침대 만들어 낮잠을 잤다 - 허팝 (9foot Beach Ball Bed)	허팝
577	드릴칫솔? 드릴로 전동칫솔 만들기 - 허팝 (How to make Drill Auto Toothbrushes)	허팝
578	가루쿿/포핀쿠킨 초밥에 진짜 와사비 넣어먹기 - 허팝 (Popin	허팝

	Cookin Kracie Sushi Jelly たのしいおすし屋さん)	
579	투명테이프로 물 위를 걷는[허팝]도전!(Walk on Water with Transparency Tape)	허팝
580	물고기로봇 가지고 놀다가 거실이 물바다 되어버렸다 - 허팝 (Living room is flooded : Fish robot)	허팝
581	지우개뿔 1m 뱀을 만들어보았다 - 허팝 (How to make Eraser Snake - Heopop)	허팝
582	10미터 초거대 신비아파트 고스트승천게임 만들어서 해보았다! - 허팝(10m Giant Ghost Map Game) 보드게임	허팝
583	1미터 초콜릿 공룡알 만들어 보았다 - 허팝 (1M Chocolate dinosaur Egg)	허팝
584	매니큐어 30번 바르기(30단 쌓기) - 허팝(Nail Art : Paint Nail Polish Thirty)	허팝
585	집에서 바닥이 용암이야! 챌린지를 해보았다! 허팝집에 화산 터짐!! (The Floor is Lava Challenge at home)	허팝
586	허팝 죽다?! 저승사자에게 잡혀가서 장례식을 체험하였다 - 허팝 (Funeral experience)	허팝
587	레이저 보안시설 탈출을 해보았다 - 미션임파서블 허팝 (Survival in Laser way)	허팝
588	초거대 아기 뱀젤리 -허팝 (Baby Gummy Anaconda Snake)	허팝
589	코카콜라 멘토스 화산 폭발 도전 - 허팝 (100Lites Coke Mentos Volcano Challenge - Heopop)	허팝
590	진짜 인형뽑기 기계 샀다!!! - 허팝 (I GOT CLAW MACHINE)	허팝
591	귀신 나오는 롤러코스터 VR 하다가 기절할뻔! - 허팝 (Darkness Roller Coaster VR)	허팝
592	방탈출하기! 치킨집에 갇힌 허팝은 탈출에 성공할 것인가?! (Escape Chicken restaurant room challenge)	허팝
593	1cm 두께로 화장하기 - 허팝 (1cm Thickness MAKE UP - Heopop)	허팝
594	공포 [쏘우 실사판] 눈썹 그리기 미션 - 허팝(SAW traps : Pencil eyebrows)	허팝
595	깨끗한 물을 위한 몸부림! 라이프스트로우로 흙탕물, 변기소변까지?! - 허팝 (Can you drink Toilet water with LifeStraw)	허팝
596	물 없이 엽떡(엽기떡볶이) 먹기(No water : Hottest Spicy rice cake(Ddeokbokki))	허팝
597	[허팝]초거대 코끼리치약실험(과산화수소 분해 실험) 괴물을 만들어내다? (Giant Elephant's Toothpaste : hydrogen peroxide)	허팝

	experiment)	
598	공포의 핏물샤워 : 빨간물 샤워를 해보았다 - 허팝 (Bloody Shower)	허팝
599	대박사건!!! 수박을 탕탕볼로 만들었다!!! - 허팝 (Watermelon Rubber Ball)	허팝
600	끝까지 살아남아라! 너프건으로 배틀그라운드 실사판을 해보았다! - 허팝 (Nerf PlayerUnknown's Battlegrounds at home)	허팝

<부록 2> 콘텐츠 분석용 체크리스트

기 본 정 보					
연번		1. 채널명		2. 크리에이터성별	① 여성 ② 남성
3. 영상제목					
영상url					
놀이 형태					
4. 행동특성적 유형	4-1	① 실내		② 실외	
	4-2	① 정적		② 동적	
	4-3	① 소근육		② 대근육	
놀이 유형					
5. 놀이 유형	5	① 역할 놀이		② 게임	
		③ 경쟁 놀이		④ 만들기	
		⑤ 그리기/꾸미기		⑥ 요리 놀이	
		⑦ 과학 실험		⑧ 신체 놀이	
		⑨ 언박싱		⑩ 장난	
놀잇감 유형					
6. 놀잇감 유형	① 모형 장난감		② 구성 놀잇감	③ 대근육 놀잇감	
	④ 게임		⑤ 실제적 놀잇감	⑥ 생산적 놀잇감	
7. 성유형적 특성	① 여성적		② 중성적	③ 남성적	

<부록 3> 댓글 분석용 체크리스트

기본 정보					
연번		1.채널명		2. 크리에이터성별	① 여성 ② 남성
3. 영상 제목					
댓글 유형					
8. 댓글 유형	① 제작자반응형		② 영상반응형		③ 이용자반응형
	④ 복합형		⑤ 탈맥락적		⑥ 자기발언형

ABSTRACT

An Analysis on YouTube Kids Channel Play Contents and Reply according to the Gender of the Creator

Lee, Hyun Jung

Child Psychology & Education

The Graduate School of Sungkyunkwan University

Youtube is a media platform many Korean children enjoy. Children are influenced especially by Kids Channel which targeting children as its' main consumer. The purpose of this study is to investigate whether the play contents and replies are different according to gender of the creator.

The research problems of this study are as following.

1. Are the play contents different according to gender of the creator?
 - 1-1. Is behavioral type of play in Youtube kids channel play contents different according to gender of the creator?
 - 1-2. Is type of play in Youtube kids channel play contents different according to gender of the creator?
 - 1-3. Is type of toy in Youtube kids channel play contents different according to gender of the creator?
 - 1-4. Is gender-typing toys in Youtube kids channel play contents different according to gender of the creator?
2. Are the replies different according to gender of the creator?

For the first research problem, this study investigated total 600 youtube videos, top 100 videos each from 3 channels of female creator and 3 channels of male creator. For the second research problem, this study investigated 3,000 replies from top 10 videos of each creator. For investigation, the tools in previous studies were modified and new categories were inductively added. The data was analysed with SPSS 21.0 and compared according to the gender of creator.

The final results are as follows:

First, behavioral type of play showed significant differences according to the gender of creator. Male creators did more outdoor play, dynamic play, and big muscle play than female creators.

Second, social play, and constructive play and other type of play showed significant differences according to the gender of creator while science play did not show differences. Female creators did more role-playing and drawing/decoration than male, and male creators did more game, agon, and playful behaviors.

Third, type of toys showed significant differences according to the gender of creator. Female creators play more with replica toys and productive toys than male creators while male creators play more with games and real materials than female creators.

Fourth, gender-typing toys showed significant differences according to the gender of creator. Female creators played with female-typed toys more than male creators and male creators played with male-typed toys more than female creators. Meanwhile, male creators barely played with female-typed toys during female creators played with male-typed toys almost same as female-typed toys.

Fifth, type of replies showed significant differences according to the gender of

creator. There were more replies about creator in female creators' contents than male creators' , and were more replies about contents itself in male creators' than female creators.'

Keywords: Youtube kids channel , gender differences , play , toy , reply