

## EBEVEYNLERİN OYUNCAK SEÇİMİNE YÖNELİK TUTUM, ALGI VE DAVRANIŞLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Nilgün SARIKAYA<sup>1</sup>

Gözde KAYA<sup>2</sup>

### ÖZET

Bu çalışmada, oyuncakların çocuklar üzerinde fiziksel, zihinsel ve sosyo-psikolojik gelişimlerine yönelik etkileri dikkate alınarak, ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışma bağlamında Sakarya ve İstanbul ilinde kolayda örnekleme yöntemi ile 400 ebeveyn ile online ve yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Keşifsel bir araştırmadır. Araştırma verileri SPSS ortamında değerlendirilmiş olup, frekans dağılımları, faktör analizi, t testi, ANOVA, ki-kare gibi analizler kullanılarak yorumlanmaya çalışılmıştır. Araştırma bulguları, ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışlarının “oyuncağın eğitsel rolü”, “oyuncağa yönelik ilgi olması”, “oyuncak seçim zorluğu”, “oyuncak seçiminde bilinçlilik”, “oyuncak seçme özgürlüğü” olmak üzere beş farklı boyuttan meydana geldiğini işaret etmektedir. Ayrıca, çocukların oyuncak seçimine yönelik ebeveynlerin tutum, algı ve davranışları demografik özellikler açısından cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, aylık gelir, çocuk yaşı, çocuk cinsiyeti, çocuk sayısı, oyuncak alan kişiye göre de değişmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Oyuncak, Oyuncak Seçimi, Tutum, Algı, Davranış

### A STUDY ON ATTITUDES, PERCEPTIONS AND BEHAVIORS OF PARENTS TOWARDS TOY CHOICE

### ABSTRACT

In this study, it is aimed to reveal the attitudes, perceptions and behaviors of parents towards toy selection, taking into account the effects of toys on children's physical, mental and socio-psychological development. In the context of the study, online and face-to-face survey method was applied with 400 parents with convenience sampling method in Sakarya and Istanbul provinces. It is an exploratory research. The research data were evaluated in the SPSS environment and tried to be interpreted using analyzes such as frequency distributions, factor analysis, t-test, ANOVA, and chi-square. Research findings indicate that parents' attitudes, perceptions and behaviors towards toy selection consist of five different dimensions: "educational role of the toy", "interest in the toy", "toy selection difficulty", "consciousness in choosing toys", "freedom to choose toys". is doing. In addition, parents' attitudes, perceptions and behaviors towards children's toy selection vary according to demographic characteristics, such as gender, age, education, occupation, monthly income, child age, child gender, number of children, and the person who buys the toy.

**Key Words:** Toy, Toy Selection, Attitude, Perception, Behavior

---

<sup>1</sup> Prof.Dr. Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, nilguns@sakarya.edu.tr

<sup>2</sup>Sakarya Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı/ Üretim Yönetimi ve Pazarlama Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, gzkaya95@gmail.com

## 1. GİRİŞ

Değişen zamana rağmen çocuk veya çocukluk dediğimizde aklımıza oyun ve oyuncaklar gelmektedir. Herkesin unutamadığı, oynamaktan zevk aldığı, yanından ayırmadığı bir oyuncacı vardır. Oyuncaklar, her çocuğun büyüme sürecinde olmuştur. Oyuncaklar çocuklara paylaşmayı, beraberce bir düzen içinde olmayı öğretmektedir. Ebeveynler güzel duyguları ya da yanlış davranışları belki küçük bir oyuncak ile oynayarak, çocuklarının doğru ve yanlış ayırt etmesini sağlayabilmektedirler. Yani, oyuncaklar çocuklarımızın gelişiminde önemli bir yere sahiptir.

Teknoloji gelişirken, oyuncakların çocuğun gelişimindeki rolü artmıştır. Artık büyüklerimizin oynadığı oyuncakların yerini daha modern ve daha gelişmiş oyuncaklar almıştır. Böylece çocukların istekleri artarken, ebeveynlerin bakış açıları değişiklik göstermeye başlamıştır. Her ebeveyn çocuğunun oyuncak isteğine karşı farklı bir tutum sergilemektedir. Ebeveynler ve eğitimciler için çocukları anlama konusunda oyuncaklar köprü görevi görmektedirler. Oyuncakların çocuklara hayatı öğretmesi ile çocuklara uygun oyuncak seçmek ebeveynler için önemli bir husus haline gelmiştir (Arıkan, vd.,2004). Böylece çocuğun oyuncak seçimi de farklı bir boyut kazanmıştır.

Bu çalışmada, oyuncakların çocuklar üzerinde fiziksel, zihinsel ve sosyo-psikolojik gelişimlerine yönelik etkileri dikkate alınarak, ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında, ebeveyn gözüyle oyuncanın ne anlama geldiği, ebeveynlerin oyuncak alırken nelere dikkat ettiği, çocuklarına hangi sıklıkta oyuncak aldıkları, oyuncak denilince hangi oyuncanın aklına geldiği, oyuncak almaya iten sebepler, oyuncaca verilen para miktarı ve çocukların oyuncak seçimine yönelik ebeveynlerin tutum, algı ve davranışları incelenmektedir. Bu bağlamda yukarıda belirtilen hususları da kapsayacak şekilde araştırma sorusunu aşağıda genel şekliyle ifade etmek mümkündür:

1. Ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışları nelerdir?

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Oyuncak için, ünlü oyun terapisti Garry Landreth, “Oyun çocuğun dili, oyuncaklar ise onların kelimeleridir” demiştir. Oyuncak kavramı birçok açıdan farklı tanımlansa da esas itibari ile çocukların gelişiminde onların hayat ile tanışmalarında yardımcı olan araçlardır. Günümüze gelene kadar şekil değiştiren, teknolojinin gelişmesi ile her geçen gün yeni işlevler kazanan ve çeşitlilikleri artan bir hale gelmiştir. Oyuncak tanım olarak çocukların oynadığı bir nesne olarak ifade edilse de aslında çocukların hayal dünyalarının bir parçası olduğu için çocuk gözünde her şey oyuncak olabilmektedir. (Aksoy, vd., 2015).

Oyuncak tanımı itibari ile çocuğun oynadığı herhangi bir nesne olarak tanımlansa da aslında çocukların gelişim sürecinde büyük bir öneme sahiptir. Çocuğun gelişim aşamaları süresince hareketlerine düzen getiren, hayal gücüne, beden koordinasyonuna, bilişsel ve psiko-sosyal gelişimine destek sağlayan yaratıcılığını geliştiren oyuncaklar sayesinde çocuk; ebeveynleri, arkadaşları ya da

evresindeki farklı kişilerle etkileşime girme fırsatı bularak kendi dünyası ve hisleri hakkında birçok bilgi verip, çocuğun tanınmasını kolaylaştırır (Yavuzer, 2012; Aksoy &Dere ifti, 2014).

Oyuncaklar, insanın toplumsallaşmasında ve karakterinin oluşmasında etkili bir role sahiptir. Her oyunda oyuncak olmak zorunda değildir fakat oyunların çoğunda oyuncak vardır ve her yeni oyuncak yeni birçok oyunun oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Vatandaş, 2020). Oyuncak, ocuk için, oyunun içinde en az oyun kadar önemli bir konuma sahiptir. ocuk oyuncak sayesinde keşfetme, öğrenme, uyarılma, beceri kazanma, performans, başarı, nitelik ve özelliklerini geliştirme imkânı elde etmektedirler (Goldstein, 1994: 52). Oyuncak, oyunun ayrılmaz bir parçası olurken oyuncaya eğlenme aracı ya da oyalama aracı olarak bakılması yeterli olmayacaktır. (Keleş, vd., 2019).

Oyuncaklar dönemin hayallerini ve gerçeklerini yansıtır. Anne ve babalar oyuncaklara oyalama aracı olarak bakarlar. Çocuklar ayak altında dolanmasını diye oyuncaklar alırlar. Oysaki oyuncaklar çocuklara çok Şey anlatır, onların yol göstericisi olurlar. Bu sebeple her oyuncak bulunduğu dönemin bir parçası ve aynası haline gelmiştir (<https://www.izmir.art>, 2021). Çocuğun gelişiminde oyuncaklar önemli bir paya sahiptir. Sadece eğlence aracı olarak nitelendirmek yetersiz kalacaktır. Oyun adı altında kurulan etkinliklerin ayrılmaz bir parçası oyuncaklardır. Oyuncaklar hayal ile gerçek dünya arasında bir köprüdür (Egemen, vd., 2004). Oyuncak çocuklarının tutumlarının Őekillenmesinde ve pratiğe dönüşmesinin önemli bir aracıdır (Sutton-Smith, 1986). Oyuncak ocukta yeni tutumlar ve davranışlar geliştirmenin yanı sıra, mevcut olanları da destekleyip güçlendirmektedir. Bu açıdan çocuğun beğenip oyununa araç kıldığı bir oyuncak, o çocuğun ileriki hayatını etkileyen önemli bir faktör olabilmektedir (Vatandaş, 2020).

Oyuncaklar ocuklara paylaşmayı, uyumlu olmayı ve bir arada olabilmeyi öğretirler. Çocuklar küçük bir oyuncak ile kocaman hayaller kurabilirler. Geleceğe yönelik meslekleri olmak istedikleri yerler oyuncaklar sayesinde Őekillenir. Bu sebeple bir oyuncanın küçümsenmesi ocuk gelişiminde yeterli önemin verilmemesi anlamına gelebilmektedir. (Akın, 2019:85). Oyuncaklar ocuğun gelişim sürecinde psikolojik, sosyal etkilerinin yanında etnik köken ve kültürel değerlere de bağlı olarak çocuklar üzerinde önemli bir role sahiptir. (Egemen, vd., 2004). Oyuncaklar ocuklarda merak duygusu oluştururken onların geleceğin araştırmacıları olmasını sağlar. Çocukları yaşamın zorluklarına hazırlamaya yardımcı olurlar (Onur, 1992).

Oyun gibi, oyuncanın tarihi de insanlık tarihi kadar eskidir (Niemann, 1991). Oyuncaklar kültürlere göre farklılık gösterir. İşlevi aynı kalsa da Őekillerindeki değişiklikler kültürlerden etkilenir oyuncaklar sadece kültürler değerlerden değil aynı zamandan ideolojik kabul ve hedeflerle yüklüdür. (Mynheer, 1988). Tarihsel süreci çok eskilere dayanmakla birlikte geçmişten günümüze gelene kadar oyuncak yapımı aşamasında kullanılan malzemeler ve yapım süreçleri değişiklik gösterse de oyuncak kavramının değişmediği tanımının ise farklı boyutlar kazanarak devam ettiği görülmüştür. Yaşamı ifade eden minyatürler olmaları ile her oyuncak retildeği dönemin bir parçasıdır. Bulunduğu dönemi bugüne yansıtan bir tarihsel belge niteliği taşımaktadır (Sevim, vd., 2012). İnsan, oyun ve oyuncak üçlüsü tarih boyunca birlikte anılmış ve aralarındaki ilişki eř zamanlı olarak gelişmiştir. Bu l birbirini beslemiş

ve birbirlerine öncülük etmişlerdir. Süreç içerisinde oyuncak, oyun ile anlam kazanırken oyun ve oyuncak da çocuğun gelişimine eşlik etmiştir (İnal, 2005).

Oyuncaklar sadece çocuğun dünyasına eşlik etmekle kalmayıp anne – baba ve çocuk arasındaki iletişimin en önemli aracıdır. Çocuklar kendilerini oyuncak ile ifade ederken anne ve babalarda güzel ve özel duyguları hayatın kurallarını oyuncaklar sayesinde kurdukları oyunlar ile çocuklarına anlatırlar (Egemen, vd., 2004). Bu sebeple aralarında kurulan o güçlü bağı oluşturan oyuncakların seçimi ve ailelerin oyuncuğa karşı gösterdikleri tutumlar da dikkat edilmesi gereken unsurlar arasında yer almıştır. Tutum, nesnelere, insanlar ya da olaylar hakkında olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerin bir biçimde ifadesidir (Altunışık, vd., 2013). Bu tutum tanımından yola çıkarak ebeveynlerin oyuncak kavramına yönelik olumlu ya da olumsuz tutumları söz konusudur. Oyuncak seçiminde ebeveynlerin tutumlarının etkisinden söz edilmektedir. Her ebeveynin tutumlarının etkisi ile oyuncak seçiminde dikkat ettiği etmenler vardır. Doğru seçilen oyuncaklar çocukların psikolojik gelişimine, kültürel gelişimine hatta ileride meslek seçimine kadar birçok açıdan fayda sağlamaktadır. Oyuncaklara olan ilgi çocukların içinden gelmekte ve onları zorla başka bir oyuncuğa yönlendirmek imkansızdır. Önemli olan çok küçükken yeteneğini keşfetmek ve çocukları oyuncak seçimlerinde doğru yönlendirmek gerekmektedir. (<http://www.oyder.org.tr/cocuk-ve-oyuncak>). Bu nedenle yaş grubuna göre uygun oyuncuğu almak ebeveynlerin oyuncak seçiminde dikkat ettiği bir tutumdur.

Literatür genel olarak değerlendirildiğinde çocukların büyüme ve gelişimlerinde çok önemli yer tutan oyuncakların seçimi ve kullanımından birinci dereceden sorumlu olan kişi ebeveynlerdir. Anne ve babaların oyuncak seçimi konusunda bilgili olmaları, çocuklarına iyi rehberlik edebilmeleri ve oyuncak kullanımı konusunda temel bilgilere sahip olmaları gerekmektedir (İkiz, vd., 2018). Bu doğrultuda ebeveynlerin oyuncak seçiminde bazı kriterlerinin olduğu görülmektedir. Oyuncak seçimi konusunda yapılan araştırmalarda rastgele yapılmayacak kadar önemli olduğu ve dikkat edilecek faktörler başında çocuğun yaşı, cinsiyeti ve gelişim seviyesi gelmektedir (Boluşık, vd., 2014). Bu bağlamda ebeveynlerin oyuncak seçimini sürecine yönelik tutum ve algılamalarının incelenmesi önem arz etmektedir.

### 3. YÖNTEM

Çalışma bağlamında Sakarya ve İstanbul ilinde Şubat-Mart 2022’de 400 kişiye online ve yüz-yüze anket uygulaması yapılmıştır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem metodu tercih edilmiştir. Keşifsel bir araştırmadır. Likert ifadeleri ilgili literatür taranarak oluşturulmuştur. Araştırmada ana kütle olarak ebeveynler seçilmiştir. Ancak, örneklemin ana kütleyle iyi temsil etmesi gerektiği göz önünde bulundurularak mümkün olduğunca farklı sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özellikteki bireylere ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma verileri SPSS ortamında değerlendirilmiş olup, frekans dağılımları, faktör analizi, t-testi, ANOVA, ki-kare gibi analizler kullanılarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

#### 4. ANALİZ VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo-1’de verilmiştir. Ebeveynler ağırlıklı olarak kadınlardan oluşmaktadır. Tamamına yakını evlidir. Yaş açısından ise, ağırlıklı olarak 31 yaş ve üzeridir. Eğitimde ise, lise ve lisans mezunları çoğunluğu oluşturmaktadır. Meslek olarak da ev hanımı, işçiler ve memurlar ağırlıktadır. Aylık gelir olarak yarıdan fazlası 4000 ve üzeri gelire sahiptir. Yarıya yakını tek çocuğa sahipken, yarıya yakını da iki çocuğa sahiptirler. Çocukların yaşları da ağırlıklı olarak 0-8 yaş aralığındadır. Ailede oyuncacı çoğunlukla anne almaktadır. Çocuk cinsiyeti açısından ise, sadece kız çocuğu olanlar 1/3, sadece erkek çocuğu olanlar 1/3 ve aynı anda hem erkek hem kız çocuğa sahip olanlar ise 1/4 ‘ünü oluşturmaktadır.

**Tablo 1: Demografik Özellikler**

Kişisel Özellik	f	%	Kişisel Özellik	f	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Kadın	319	79,8	Evli	375	93,8
Erkek	81	20,3	Dul	25	6,3
<b>Yaş</b>			<b>Eğitim</b>		
20 – 25	13	3,3	İlköğretim	54	13,5
26 – 30	57	14,2	Lise	125	31,3
31 – 35	115	28,7	Önlisans	54	13,5
36 – 40	94	23,5	Lisans	119	29,8
41 - üzeri	121	30,3	Lisansüstü	48	12,0
<b>Meslek</b>			<b>Aylık Gelir</b>		
İşçi	49	12,3	0 – 2000 TL	49	12,3
Memur	51	12,8	2001 – 4000 TL	118	29,5
Emekli	18	4,5	4001 – 6000 TL	108	27,0
Serbest meslek	43	10,8	6001 TL - üzeri	125	31,3
Ev hanımı	148	37,0	<b>Çocuk Yaşı</b>		
Öğrenci	2	,5	0 – 2	58	14,5
Diğer	89	22,3	3 -5	119	29,8
<b>Çocuk Sayısı</b>			6- 8	82	20,5
1	175	43,8	9 - 11	44	11,0
2	173	43,3	12 - 14	25	6,3
3	43	10,8	15 - üzeri	72	18,0
4 - üzeri	9	2,3	<b>Çocuk Cinsiyeti</b>		
<b>Oyuncağı Alan Kişi</b>			Kız	141	35,3
Anne	270	67,5	Erkek	154	38,5
Baba	115	28,7	Kız ve erkek	105	26,3
Diğer Yetişkinler	15	3,8			

Tablo. 2’de ebeveynler açısından oyuncanın ifade ettiği anlam görülmektedir. Buna göre, ebeveynlere göre oyuncak en çok “Çocukların zihinsel ve hayal gücünü, yaratıcı yeteneklerini geliştiren tüm oyun malzemeleri” olarak anlam ifade etmektedir.

**Tablo 2: Ebeveynler açısından oyuncanın ifade ettiği anlam**

Seçenekler	f	%
Çocukların zihinsel ve hayal gücünü, yaratıcı yeteneklerini geliştiren tüm oyun malzemeleri	270	60,7
Çocukların vakit geçirmesini sağlayan eşyalar	40	10,0
Para tuzağı	5	1,3
Çocuklarımızı oyalamaya yarayan objeler	6	1,5
Eğlenirken öğrenmeyi sağlayan bir araç	77	19,3
Diğer	2	,5

**Tablo 3: Ebeveynlerin oyuncak satın alırken dikkat ettikleri hususlar**

Seçenekler	f	%
Fiyat	167	10,6
Kalite	230	14,6
Güvenlik	261	16,5
Sağlık	241	15,3
Yaşa uygunluğu	304	19,2
Dikkat etmem. Çocuğumun istediğini alırım.	8	0,5
Görsel dizayn	47	3,0
Cinsiyete uygun olması	119	7,5
Çocuğa keyif vermesi	203	12,8

Tablo 3’de Ebeveynlerin oyuncak satın alırken dikkat ettikleri hususlar görülmektedir. Buna göre, ebeveynler en çok oyuncanın çocuğun yaşına uygun olmasına dikkat ederlerken, sırasıyla oyuncanın güvenlik, sağlık ve kalite ve çocuğa keyif vermesine de önem vermektedirler.

**Tablo 4: Oyuncak Alma Sıklığı**

Seçenekler	F	%
Çok sık	51	12,8
Ayda bir	109	27,3
Yılda bir	12	3,0
Nadiren	67	16,8
Düzensiz	161	40,3

Tablo 4’de ebeveynlerin çocuklarına ne sıklıkta oyuncak aldıkları görülmektedir. Ebeveynler daha çok düzensiz bir şekilde ve ayda bir oyuncak satın almaktadırlar.

**Tablo 5: Oyuncak denilince ilk akla gelen oyuncaklar**

Seçenekler	f	%
Bebek	93	23,3
Araba	73	18,3
Puzzle	42	10,5
Lego	95	23,8
Fiziksel oyuncaklar (bisiklet, top,...)	67	16,8
Diğer	30	7,5

Tablo 5’ de ebeveynlerin oyuncak denilince ilk akla gelen oyuncaklar görülmektedir. İlk akla gelen Lego iken, sırasıyla bebek, araba ve de fiziksel oyuncaklar (bisiklet,top) gelmektedir.

**Tablo 6: Oyuncak alma nedenleri**

Seçenekler	f	%
Statü	1	,3
Ödül	23	5,8
Çocuğumun isteği	125	31,3
Oyalama aracı	6	1,5
Çocuğumun gelişimi	234	58,5
Diğer	11	2,8

Ebeveynleri oyuncak alma nedenleri Tablo’6.da görülmektedir. Ebeveynler en çok çocuklarının gelişimi ve çocukları istedikleri için oyuncak almaktadırlar.

**Tablo 7: Oyunağa ödenen fiyat aralığı**

Seçenekler	f	%
10 – 50 TL	82	20,5
51 – 100 TL	186	46,5
101 – 500 TL	121	30,3
501 – 1000 TL	7	1,8
1001 TL - Üzeri	4	1,0

Tablo 7’ de, ebeveynlerin çocuklarının oyuncakları için ödedikleri fiyat aralığı görülmektedir. Buna göre, ebeveynler en çok 51-100 TL ile 101-500 TL arası fiyat ödemektedirler.

### **Ebeveynlerin Oyuncak Seçimine Yönelik Tutum, Algı ve Davranışları**

Tablo.8’de ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışları görülmektedir. Ebeveynler, oyuncak seçiminin çocuğunun karakterini büyük ölçüde etkilediğini ve çocukların oyuncaklarını ebeveynler seçmeleri gerektiği düşünmektedirler. Pahalı oyuncağın iyi bir oyuncak olmadığını belirtirlerken, çocuklarının oynadığı oyuncakların ilerde meslek seçiminde etkisi olabileceğini ve çocuklarının istediği oyuncağı seçmekte özgür olduğunu düşünmektedirler. Çocuklarının cinsiyetinin oyuncak seçiminde etkili olduğunu ve oyuncakların çocuğunu kötü etkilemediğini belirtmektedirler. Oyuncaklar sayesinde çocuklarına güzel duygular aşılayabildiklerini, oyuncak satın alırken nelere dikkat etmeleri gerektiğini bildiklerini söylemektedirler. Geçmiş ve günümüz oyuncaklarını kıyaslamaktadırlar. Oyuncak satın almayı zorunluluk olarak görmemektedirler. Oyuncak seçiminde çok fazla seçeneğin olması işlerini zorlaştırmaktadır. Arkadaşlarında gördüğü oyuncağı çocukları istediğinde alma konusunda kararsızlık yaşamaktadırlar. Çocukların oyuncağa olan bağlılığının onlara saçma gelmediğini ve dijital oyunlar varken de oyuncağa gerek olduğunu düşünmektedirler. Oyuncak çeşitlerinin artmasının çocuklarının isteklerini arttırdığını, oyuncakların çocuklarının zihinsel gelişimini etkilediğini belirtmektedirler. Oyuncakları çocuklarına ödül olarak alma konusunda kararsız davrandıkları, oyuncağın güvenli olmasına ve oyuncak seçimine önem verdikleri görülmektedir.

**Tablo 8: Ebeveynlerin Oyuncak Seçimine Yönelik Tutum, Algı ve Davranışları**

İfadeler (n = 400)	Hiç Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	Ortalama*
	%	%	%	%	%	
- Oyuncak seçimi çocuğumun karakterini etkiler.	11,3	9,5	13,0	<b>45,5</b>	20,8	<b>3,55</b>
- Çocukların oyuncaklarını ebeveynler seçmelidir.	12,0	14,8	13,3	<b>52,0</b>	8,0	<b>3,29</b>
- Pahalı oyuncak iyi oyuncaktır.	<b>56,5</b>	9,5	11,8	18,0	4,3	<b>2,04</b>
- Çocuğumun oynadığı oyuncanın ilerde meslek seçiminde etkisi olabilir.	16,5	11,0	16,8	<b>39,5</b>	16,3	<b>3,28</b>
- Çocuğum istediği oyuncayı seçmekte özgürdür.	6,5	17,5	13,3	<b>49,0</b>	13,8	<b>3,46</b>
- Çocuğumun cinsiyeti oyuncak seçiminde etkili olur.	17,5	9,3	11,0	<b>32,3</b>	30,0	<b>3,48</b>
- Oyuncakların çocuğumu kötü etkilediğini düşünürüm.	<b>57,5</b>	16,5	10,3	13,8	2,0	<b>1,86</b>
- Oyuncaklar sayesinde çocuğuma güzel duygular aşılayabilirim.	2,5	5,8	10,8	<b>43,8</b>	37,3	<b>4,08</b>
- Oyuncak satın alırken nelere dikkat etmem gerektiğini bilirim.	0	2,5	6,8	22,5	<b>68,3</b>	<b>4,57</b>
- Geçmiş ve günümüz oyuncaklarını kıyaslarım.	19,0	5,3	12,8	<b>34,3</b>	28,7	<b>3,49</b>
- Oyuncak satın almayı zorunluluk olarak görürüm.	<b>54,8</b>	14,2	14,0	12,8	4,3	<b>1,98</b>
- Oyuncak seçiminde çok fazla seçeneğin olması işimizi zorlaştırır.	13,5	8,8	9,5	<b>34,8</b>	33,5	<b>3,66</b>
- Arkadaşlarında gördüğü oyuncayı istediğinde almam.	9,0	18,8	24,0	<b>35,5</b>	12,8	<b>3,24</b>
- Çocukların oyuncaya olan bağlılığı bana saçma gelir.	<b>62,5</b>	13,0	9,5	10,8	4,3	<b>1,81</b>
- Dijital oyunlar varken oyuncaya gerek yoktur.	<b>91,8</b>	4,8	1,3	1,5	,8	<b>1,15</b>
- Oyuncak çeşitlerinin artması çocuğumun isteklerini arttırdı.	15,3	9,5	11,5	31,0	<b>32,8</b>	<b>3,57</b>
- Oyuncak çocuğumun zihinsel gelişimini etkiler.	7,0	3,3	5,8	31,0	<b>53,0</b>	<b>4,20</b>
- Oyuncayı çocuğuma ödül olarak alırım.	22,5	12,3	15,5	<b>39,3</b>	10,5	<b>3,03</b>
- Oyuncanın güvenli olmasına önem vermem.	<b>84,3</b>	3,0	1,8	2,5	8,5	<b>1,38</b>
- Oyuncak seçimine önem vermem.	<b>84,5</b>	6,8	3,8	2,3	2,8	<b>1,32</b>

\*1: Hiç Katılmıyorum 2: Kısmen Katılmıyorum 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4: Kısmen Katılıyorum 5: Tamamen Katılıyorum

### Ebeveynlerin Oyuncak Seçimine Yönelik Tutum, Algı ve Davranışlarına Etki Eden Faktörler

Tablo.8’de verilen ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algılamaları ve davranışları 20 ifadeden oluşmaktadır. 20 ifadeden oluşan algı ve tutum, davranış ifadesini tek tek yorumlamak yerine, bir bütün olarak ele alıp, sınıflandırma yapmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır (Tablo.9). Ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışlarına etki eden faktörleri ortaya çıkartmak amacıyla Likert ifadelerine varimax döndürme metodu kullanılarak “Temel Bileşenler Faktör Analizi” uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değeri 0,63 bulunmuştur ve bu değer faktör analizi yapılan örneklemin yeterliliğini göstermektedir. Böylece, yapılan faktör analizi neticesinde beş faktör (boyut) elde edilmiştir. Bu boyutlar “Oyuncağın Eğitsel Rolü, Oyuncaya Yönelik İlgi Olması, Oyuncak



Seçim Zorluğu, Oyuncak Seçiminde Bilinçlilik, Oyuncak Seçme Özgürlüğü” olarak isimlendirilmiştir. Tabloda yer alan beş faktör çözümü toplam varyansın % 54,765’ni açıklamaktadır. Tabloda faktörler, faktör yükleri, her bir faktörün açıkladığı varyans yüzdesi yer almaktadır.

**Tablo-9: Ebeveynlerin Oyuncak Seçimine Yönelik Tutum, Algı ve Davranışlarına Etki Eden Faktörler**

	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Açıklanan Varyans (%)</b>
<b>1: Oyuncakın Eğitsel Rolü</b>		12,727
1. Çocuğumun oynadığı oyuncakın ilerde meslek seçiminde etkisi olabilir.	,734	
2. Oyuncak seçimi çocuğumun karakterini etkiler.	,683	
3. Oyuncaklar sayesinde çocuğuma güzel duygular aşılayabilirim.	,553	
4. Oyuncak çocuğumun zihinsel gelişimini etkiler.	,487	
<b>2: Oyuncakça Yönelik İlgi Olması</b>		11,619
1. Oyuncak seçimine önem vermem.	,716	
2. Oyuncakın güvenli olmasına önem vermem.	,676	
3. Dijital oyunlar varken oyuncakça gerek yoktur.	,666	
<b>3: Oyuncak Seçim Zorluğu</b>		10,576
1. Oyuncak çeşitlerinin artması çocuğumun isteklerini arttırdı.	,796	
2. Oyuncak seçiminde çok fazla seçeneğin olması işimizi zorlaştırır.	,725	
<b>4: Oyuncak Seçiminde Bilinçlilik</b>		9,311
1. Oyuncak satın alırken nelere dikkat etmem gerektiğini bilirim.	,723	
2. Oyuncakların çocuğumu kötü etkilediğini düşünürüm.	-,593	
<b>5. Oyuncak Seçme Özgürlüğü</b>		8,843
1. Çocuğum istediği oyuncakı seçmekte özgürdür.	,680	
2. Çocukların oyuncaklarını ebeveynler seçmelidir.	-,601	
3. Oyuncak satın almayı zorunluluk olarak görürüm	,523	

### Gruplar Arası Karşılaştırmalar

Araştırma bağlamında ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algılamaları ve davranışları açısından demografik özelliklerin bir rol oynayıp oynamadığını belirlemek amacıyla çeşitli gruplar arası karşılaştırma testleri yapılmıştır.

Ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışları açısından cinsiyete göre bir farklılığın olup olmadığını incelemek amacıyla bağımsız grup t-testi yapılmıştır. Tablo-10’da ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışlar açısından cinsiyete göre farklılıklar olduğu görülmektedir.

**Tablo 10: Cinsiyet ile ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışları arasındaki farklılıklara yönelik t-testi**

İfade	Cinsiyet	Ortalama	t	p
Pahalı oyuncak iyi oyuncaktır.	Kadın	1,90	-3,779	,000
	Erkek	2,58		
Çocuğumun cinsiyeti oyuncak seçiminde etkili olur.	Kadın	3,40	-2,260	,014
	Erkek	3,80		

\*1-Hiç katılmıyorum ... 5-Tamamen katılıyorum,

Tablo.10'a göre, kadınlar erkeklere göre, pahalı oyuncanın iyi oyuncak olmadığını düşünmektedirler. Erkeklerde de kadınlara göre, çocukların cinsiyetinin oyuncak seçiminde daha etkili olduğunu düşünmektedirler.

Demografik özellikler açısından çocukların oyuncak seçimine yönelik ebeveynlerin tutum ve algılamaları arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla One-Way ANOVA analizi yapılmıştır. Tablo-11'da ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutum, algı ve davranışları açısından yaş, eğitim, aylık gelir, meslek, çocuk yaşı, çocuk sayısı, çocuğun cinsiyeti ve oyuncak alan kişiye göre farklılıklar olduğu görülmektedir.

**Tablo 11: Ebeveynlerin oyuncak seçimine yönelik tutumları ve algılamaları ile demografik özellikler arasındaki farklılığa yönelik ANOVA testi**

	F	p	LSD Analiz Sonuçları
Oyuncak seçimi çocuğumun karakterini etkiler.	a)2,630 b)2,969	a),034 b),032	Oyuncak seçiminin çocuğunun karakterini etkilemesi eğitime ve çocuk sayısına göre değişmektedir. a)İlköğretim ile önlisans ve lisansüstü arasında farklılık vardır. b) 3 çocuğu olan ebeveynler ile 1 ve 2 çocuğu olanlar arasında anlamlı farklılık vardır.
Pahalı oyuncak iyi oyuncaktır.	a)2,810 b)2,148 c)2,475	a),025 b),047 c),032	Pahalı oyuncanın iyi oyuncak olması eğitim, mesleğe ve çocuk sayısına göre değişmektedir. a) İlköğretim ile lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü arasında anlamlı farklılık vardır. b) Öğrenci ile işçi, memur, emekli, serbest meslek, ev hanımı ve diğer grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır. c) 9- 11 yaş grubunda çocuğu olan ebeveynler ile 0-2, 3-5, 12-14 ve 15- üzeri grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Çocuğum istediği oyuncakı seçmekte özgürdür.	3,284	,038	Çocuğunun istediği oyuncakı seçmekte özgür olması oyuncak alan kişiye göre değişmektedir. Anne ile baba ve diğer yetişkinler arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir.
Oyuncak satın alırken nelere dikkat etmem gerektiğini bilirim.	2,892	,022	Oyuncak satın alırken nelere dikkat edilmesi gerektiği eğitime göre değişmektedir. İlköğretim ile lise ve lisans arasında anlamlı farklılık vardır.
Geçmiş Ve günümüz oyuncaklarını kıyaslarım.	2,594	,025	Geçmiş ve günümüz oyuncaklarını kıyasla konusu çocuk yaşına göre değişmektedir. Çocuk yaşı 0-2 olan katılımcılar ile 6-8, 9-11 ve 15-üzeri olan katılımcılar arasında anlamlı farklılık vardır.

Oyuncak satın almayı zorunluluk olarak görürüm.	a)3,631 b)6,764 c)4,069 d)6,278 e)2,349	a),006 b),000 c),001 d),000 e),040	Oyuncak satın almayı zorunluluk olarak görme yaşa, eğitime, mesleğe, gelire, çocuk yaşına göre değişmektedir. a)41- üzeri ile 20-25, 26-30, 31-35 ve 36-40 arasında farklılık görülmektedir. b) Eğitim düzeyine göre, lisans ile ilköğretim, lise ve ön lisans arasında anlamlı bir farklılık vardır. c) Emekli olanlar ile işçi, serbest meslek, ev hanımı ve diğer meslek gruplarına sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır. d) Aylık gelir açısından, 6001 TL – üzeri ile 2001 – 4000 TL ve 0- 2000 TL arasında anlamlı bir farklılık vardır. e) 15- üzeri ile 0-2 ve 9-11 yaşları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Arkadaşlarında gördüğü oyuncacı istediğinde almam.	2,806	,025	Arkadaşlarında gördüğü oyuncacı istediğinde almama durumu yaşa göre değişmektedir. 41 – üzeri ile 20-25 ve 31-35 yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Çocukların oyuncaca olan bağlılığı bana saçma gelir.	a)3,163 b)3,079	a),043 b),047	Çocukların oyuncaca olan bağlılığının ebeveyne saçma gelmesi çocuğun cinsiyetine, oyuncacı alan kişiye göre değişmektedir. a) Sadece kız ile sadece erkek çocuğu olan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık vardır. b) Baba ve diğer yetişkinler arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Oyuncak çeşitlerinin artması çocuğumun isteklerini arttırdı.	a)2,670 b)4,610	a),047 b),010	Oyuncak çeşitlerinin artması çocukların isteklerini arttırması çocuk sayısına ve çocuk cinsiyetine göre değişmektedir. a) 1 çocuğu olanlar ile 2 ve 4- üzeri çocuğu olanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır. b) Hem kız hem erkek çocuğu olan katılımcılar ile sadece kız ve sadece erkek çocuğu olan ebeveynler arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Oyuncak çocuğumun zihinsel gelişimini etkiler	6,609	,000	Oyuncakların çocukların zihinsel gelişimini etkilemesi eğitime göre değişmektedir. İlköğretim ile lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü arasında anlamlı bir farklılık vardır.
Oyuncağı çocuğuma ödül olarak alırım.	3,180	,005	Oyuncağın çocuğa ödül olarak alınması mesleklere göre değişmektedir. Memur ile serbest meslek, ev hanımı ve diğer meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir.

## Demografik Özelliklerle Ebeveynlerin Oyuncak Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkiler

Ebeveynlerin demografik özellikleriyle ebeveynlerin oyuncak satın alma davranışı arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla ki-Kare analizi yapılmıştır. Tablo-12’de ebeveynlerin demografik özellikleriyle ebeveynlere göre oyuncacın ne anlama geldiği arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan çapraz tablo yer almaktadır.

**Tablo 12. Cinsiyet ile oyuncak ne anlama gelmekte arasındaki ilişki**

	Cinsiyet		
	Kadın	Erkek	
Çocukların zihinsel ve hayal gücünü, yaratıcı yeteneklerini geliştiren tüm oyun malzemeleri	213	57	$\chi^2= 17,083$ $Sd= 5$ $P= ,004$
Çocukların vakit geçirmesini sağlayan eşyalar	29	11	
Para tuzağı	3	2	
Çocuklarımızı oyalamaya yarayan objeler	4	2	
Eğlenirken öğrenmeyi sağlayan araç	70	7	

Tablo.12’e göre, kadınlar erkeklere göre daha çok oyuncakları çocukların zihinsel ve hayal gücünü, yaratıcı yeteneklerini geliştiren tüm oyun malzemeleri olarak görmektedirler.

**Tablo 13. Aylık Gelir ile çocuğunuza oyuncak alma sıklığı arasındaki ilişki**

	0-2000 TL	2001-4000 TL	4001-6000 TL	6000 TL - üzeri	$\chi^2= 49,843$ $Sd= 12$ $p= ,000$
<b>Çok sık</b>	7	11	5	28	
<b>Ayda bir</b>	8	39	21	41	
<b>Yılda bir</b>	3	2	5	2	
<b>Nadiren</b>	13	28	15	11	
<b>Düzensiz</b>	18	38	62	43	

Tablo.13'ye göre, 4001 – 6000 TL aylık gelir grubu diğer gruplara göre çocuklarına düzensiz oyuncak satın almaktadır.

**Tablo 14: Cinsiyet ile oyuncak deyince akla ilk gelen arasındaki ilişki**

	Cinsiyet		$\chi^2= 21,965$ $Sd= 5$ $p= ,001$
	Kadın	Erkek	
<b>Bebek</b>	75	18	
<b>Araba</b>	46	27	
<b>Puzzle</b>	39	3	
<b>Lego</b>	84	11	
<b>Fiziksel oyuncaklar (bisiklet, top...)</b>	52	15	
<b>Diğer</b>	23	7	

Tablo.14'e göre, kadınlar erkeklere göre daha çok lego ve bebek oyuncaklarının ilk akla geldiğini belirtmiştir.

**Tablo 15: Çocuk cinsiyeti ile oyuncak deyince akla ilk gelen arasındaki ilişki**

	Çocuk Cinsiyeti			$\chi^2= 113,665$ $Sd= 10$ $p= ,000$
	Kız	Erkek	Kız ve erkek	
<b>Bebek</b>	64	5	24	
<b>Araba</b>	3	52	18	
<b>Puzzle</b>	16	12	14	
<b>Lego</b>	33	46	16	
<b>Fiziksel oyuncaklar (bisiklet, top...)</b>	13	31	23	
<b>Diğer</b>	12	8	10	

Tablo. 15'e göre, kız çocuğa sahip olan ebeveynler diğer gruplara göre oyuncak denince ilk aklına gelenin bebek olduğunu belirtirken, erkek çocuğa sahip olan ebeveynler ise ilk alan gelen oyuncağın araba olduğunu belirtmiştir.

## SONUÇ

Ailelerin en değerlisi olan çocukların gelişiminde oyuncağın rolünün belirgin olması ya da farkına varılması oyuncak seçimini hem çocuklar için hem de aileler için önemli hale getirmektedir. Bazı ailelerin oyuncağa çok daha değer verdiği, bazılarının ise daha az önemseydiği görülmektedir.

Oyuncakların çocuklar üzerinde fiziksel, zihinsel ve sosyo-psikolojik gelişimlerine yönelik etkileri de oldukça fazladır. Bu nedenle de ebeveynler açısından da oyuncağın en çok, çocukların zihinsel ve hayal gücünü, yaratıcı yeteneklerini geliştiren tüm oyun malzemeleri olarak anlam ifade ettiği görülmektedir. Ebeveynler oyuncağın eğitsel rolünün çocuklarının ilerde meslek seçiminde etkisi olabileceğini de düşünmektedirler. Oyuncak seçimleri de çocuklarının karakterini de etkilemektedir. Oyuncaklar çocuklara güzel duygular aşılmasını sağlamaktadırlar.

Oyuncaklar, çocuğun seçme, değerlendirme duygusunu ve yaratıcılığını geliştirirken aynı zamanda da kendi kendine karar verebilme ve belirli alanlarda beceriler kazanmasına da olanaklar hazırlamaktadır. Çocuğun duygu, düşünce ve gelişme düzeyini anlamının en iyi yolunun, onu oyun sırasında gözlemek olduğu görülmektedir. Çocuklar kurduğu oyun ve kullandığı oyuncaklarla da kendini ifade etmektedirler. Oyuncak, yalnızca çocuğu kendi dünyasını yaratmaya yönlendirmekle kalmayıp, anne ve babanın bu farklı yaşama katılmalarını sağlayan bir kapıdır. Beraber oyun oynayan anne-baba ve çocuk arasında, günlük aktiviteler dışında birer iletişim oluşmaktadır.

Oyuncak çeşitlerinin artması çocukların isteklerini arttırırken, oyuncak seçiminde çok fazla seçeneğin olması da ebeveynlerin işlerini zorlaştırmaktadır. Ebeveynler oyuncak seçimini bilinçli olarak yapmaya, oyuncak satın alırken özellikle de oyuncağı çocuğun yaş grubuna göre uygun almaya, yanısıra güvenlik, sağlık ve kalite ve çocuğa keyif vermesine de dikkat etmektedirler. Bazı bilinçsiz seçilen oyuncakların çocukları da kötü etkilediği görülmektedir.

Hangi oyuncağı seveceğine çocuğun karar vermesi önemlidir. Oyuncaklar ile oynayan çocuklardır. Oyuncaklar ile çocuklar arasında özgürlük ilişkisi vardır. Çocukların oyuncaklarına karşı özgür olması, hangi oyuncaklarla ne zaman oynayacağına ebeveynin değil de çocukların karar vermesi de çocuğun ruh sağlığı açısından da çok önemlidir. Ebeveynlerin oyuncakların çocuklarına her zaman güven verebilmesi için çocuklara en az seviyede müdahale ettiği görülmektedir. Oyuncaklarla çocuklar oynadığı için çocukların beğenilerine, zevklerine saygı göstermeye çalışmaktadırlar.

Oyuncaklarla çocuklar arasında duygusal bir bağ kurulmasının sağlanması önem arz etmektedir. Efsanevi film karakterlerinin veya film yıldızlarının oyuncakları çocuklarda güçlü duygusal bağlar oluşturulmasında yardımcı olabilmektedirler. Çocuklar oyunlarda çok fazla vakit geçirdiği için oyuncaklarla ilgili oyunlara reklam verilmesi, oyuncakların televizyon ve radyoda devamlı olarak gösterilmesi de çocukların dikkatini çekmektedir. Çocukların belli bir ürünü istemeleri açısından son derece önemli olmaktadır.

Markalar özellikle çocuk oyuncak pazarı konusunda ürünlerini çocukların ilgi alanına dahil etmeye çalışırken ebeveynleri de etkileri altına almaya çalışmaktadırlar. Bunun için düzenlenen çeşitli etkinlikler ve kampanyalar pazarda stratejik hamlelerin çoğalmasına da neden olmaktadır.

Pazarlama bağlamında, bu çalışmanın pazarın odak noktasını teşkil eden tüketiciler içerisinde yer alan, önemli bir Pazar payına sahip değerli çocuklarımızın ihtiyaç, istek ve algılarının anlaşılması ve bu doğrultuda pazarlama programlarının geliştirilmesinde yönlendirici olacağı umulmaktadır.

**KAYNAKÇA**

- Akın, S. (2019). Kırdığımız Oyuncaklar, 39. Baskı, Kültür yayınları, İstanbul.
- Aksoy A. B. ve Dere Çiftçi H.,( 2014), Erken Çocukluk Döneminde Oyun, Ankara, Pegem Akademi.
- Aksoy, A. B. ve Dere Çiftçi, H. (2015). Oyun Alanı, Materyal ve Oyuncaklar, içinde Okul Öncesi Eğitimde Oyun (Ed. Ayşe Belgin Aksoy). Ankara: Hedef Cs Basın Yayın.
- Altunışık R. Ve İslamoğlu A. H., 2013, Tüketici Davranışları, 133-134-137.
- Arıkan D, Karaca E. (2004). Annelerin Oyuncak Seçimi ile İlgili Bilgi ve Uygulamaları. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 1:1-9.
- Bolışık B., Yılmaz H. B., Yavuz B., Tural Büyük E. (2014). ‘Yetişkinlerin Çocuklar İçin Oyuncak Seçimine Yönelik Davranışlarının İncelenmesi’, Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3(4).
- Egemen A., Yılmaz Ö., Akil İ. (2004). ‘Oyun, Oyuncak ve Çocuk’, ADÜ Tıp Fakültesi Dergisi, 5(2): 39- 42.
- Goldstein, J. H. (1994). Toys play and child development. New York: Cambridge UniversityPress.
- <http://www.oyder.org.tr/cocuk-ve-oyuncak>.
- <https://www.izmir.art/tr/artifex-ludens-sanat-ile-oyun-izmir-art-roportaj-sunay-akin-marcus-graf>.
- İkiz S., Atav P., Uyar G., Yakar N., 2018 ‘3-6 Yaş Grubu Çocuğa Sahip Ebeveynlerin Oyuncak Seçme ve Kullanman Stratejileri’, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Karabük Üniversitesi, (4).
- İnal K., 2005, ‘Çocuksu Masumiyetten Plastik Paradoksa Oyunağın Kısa Tarihi’, Kebikeç Dergisi, (19), 253-276.
- Keleş M., Yulaf Y., 2019, ‘4-6 Yaş Arası Çocukların Oyuncak Tercihleri ve Oyun Becerileri Annenin Depresyon Düzeyi ile İlişkilendirilerek İncelenmesi’, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Mynheer, N. (1988). Tin toys. London: Boxtree.
- Niemann, H. (1991). Oyunağın gelişim tarihi, B. Onur (Çev.), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 24(1), 35-43.
- Onur B., 1992, ‘Oyuncaklı Dünya’, Verso Yayıncılık A.Ş., Ankara, 11-16 Ankara.
- Sevim C., Gönül E. (2012). ‘Tarihsel Süreç İçerisinde Oyunağın Gelişimi ve Seramik Oyuncaklar’, Sanat & Tasarım Dergisi, s: 23, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Sutton-Smith, B., 1986, Toys as culture. New York: Gardner Press.
- Vatandaş S., 2020, ‘Oyun ve Oyuncak: Teknolojik ve Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Oyun ve Oyunağın Anlamsal ve İşlevsel Değişimi’, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11(28): 913 – 930.
- Yavuzer H., 2012, Çocuk Psikolojisi, Remzi Kitap Evi, 191-196.