

## MİNİMALİZM'İN AMBALAJ TASARIMLARINDA GRAFİK TASARIM YÖNÜNDEN ÖGESEL İNCELENMESİ<sup>1</sup>

Sema Nursan MADAN<sup>2</sup>  
Doç. Dr. Alper Raif İPEK<sup>3</sup>

### ÖZET

Ambalaj ilk çağlardan bu yana depolama ve koruma amacıyla kullanılmıştır. Ambalaj tasarımı ise pazarlama için hedef kitlenin beklentisine göre değişiklik gösterir. Ambalaj tasarımında, Minimalizm'in yalnlık etkisiyle birlikte tasarımlarda anlaşılır, sade ve alıcıyı harekete geçiren kalıcılığı yüksek ürünler çıkarılmaya çalışılmaktadır. Çalışmada Minimalizm'in grafik tasarımın önemli dallarından biri olan ambalaj tasarımına etkisine cevap aranmıştır. Yapılan pazarlama çalışmalarında üründeki ambalajın ürün albenisini direk etkilediği görülmektedir. Ambalajın ebadı, biçimi, ağırlığı kullanılan renkler ve hâkim renk ambalajdaki kullanılan yazının türü, boyutu, espası, ambalajın kullanılan renk sayısı, canlılık veya matlık gibi birçok etmen müşteri albenisini etkilemekte kullanılır. Üreticilerin gösterişli, canlı, karışık ambalaj tasarımlarından sade, mat ve belirgin ambalajlara yönelmesi beraberinde ambalaj tasarımında minimalist yaklaşım getirmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ambalaj tasarımı, Grafik tasarım, Minimalizm

## REVIEW OF MINIMALISM IN PACKAGING DESIGNS FROM THE TERMS OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS

Sema Nursan MADAN  
Assoc. Prof. Dr. Alper Raif İPEK

### ABSTRACT

Packaging has been used for storage and protection since ancient times. Packaging design varies according to the expectations of the target audience for marketing. In packaging design, with the simplicity effect of Minimalism, efforts are made to create understandable, simple and durable products that motivate the buyer. In the study, an answer was sought to the effect of Minimalism on packaging design, which is one of the important branches of graphic design. In marketing studies, it is seen that the packaging of the product directly affects the attractiveness of the product. Many factors such as the size, shape, weight of the packaging, the colors used and the dominant color, the type of text used on the packaging, its size, space, the number of colors used in the packaging, liveliness or dullness are used to affect customer appeal. Manufacturers' shift from flashy, vibrant, complex packaging designs to simple, matte and distinctive packaging has brought a minimalist approach in packaging design.

**Keywords:** Packaging, Graphic Design, Minimalism

<sup>1</sup> Bu makale, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Anabilim Dalı öğrencisi Sema Nursan MADAN'ın Doç. Dr. Alper Raif İPEK danışmanlığında hazırlanmış olduğu "Ambalaj Tasarımında Minimalizm" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Selçuk Ün., Sosyal Bilimler Enst., ORCID ID: 0000-0002-4543-0376, madansemanursan@gmail.com

<sup>3</sup> Selçuk Ün., Güzel Sanatlar Fak., ORCID ID:0000-0001-6842-2478, alperipek@yahoo.com

Araştırma Makalesi/Research Article, Geliş Tarihi/Received: 22/01/2024-Kabul Tarihi/Accepted: 05/04/2024

## GİRİŞ

Ambalaj kelimesi kısaca “emballage” den gelmektedir. Bu sözcük Fransızca bir kelimedir. Eşyayı paketlemeyi sağlayan karton, kâğıt, tahta, plastik materyallerden oluşan malzemedir (TDK, 1998). Ambalaj, içindeki ürünü hijyenik bir şekilde muhafaza ederek, içeriği hakkında bilgilerin bulunduğu prospektüsü ile tüketicileri bilgilendiren ve dikkatini çekerek albenisini olumlu yönde etkileyen malzemedir (Altunışık, Özdemir, & Torlak, 2001). Ambalaj, ürünün zarar görmeden üreticiden tüketici gelene kadar olan süreçte fiziksel etkilerden korunmasını sağladığı gibi taşıma ve depolama işlemini en elverişli şekilde gerçekleşmesini sağlar (Pektaş, 1993). Ürünün tüketiciye daha uygun ve hesaplı bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır (Ayar, 2008). Ambalaj bir ürünü korumak için birden fazla ambalajın ürüne zarar vermeden üreticiden tüketiciye ulaşmasını sağlayan bir malzemedir. Ambalajlar her çeşitte ve boyutta bulunabilir. Ürünün ne tür bir ürün olduğuna göre ambalaj türü değişiklik gösterebilir. Çoğu ambalaj şirketleri yarış içerisinde. Çünkü ürünün albenisi ne kadar yüksekse kazancı o kadar fazladır. Ambalajlara bakacak olursak genel anlamda ürünün raf ömrünü uzattığı görülmektedir (Becer, Ambalaj Tasarımı, 2017). İletişim aracı bakımından ambalaj önemli bir unsurdur. Ambalaj ürünün satın alınmasını sağlar ve bu da göndericinin alıcıya etkisinin ne kadar büyük olduğunun göstergesidir (Odabaşı & Oyman, 2004).

Ambalajlar ilk zamanlar yaprak benzeri doğal malzemelerden dokuma ve çömlek benzeri malzemelere kadar gelmiştir (Ambalaj Sanayicileri Derneği, 2009). İlk ambalajlar çok olan gıdanın bozulmaması için yapılan muhafaza paketidir. İhtiyaçların artmasıyla birlikte ambalaj türleri de artmıştır (Tayar, Geçmişten Günümüze Ambalaj, 2011). İ.Ö. 8000’li yıllarda ilk malzemeler çömlek, cam, yaprak, midye vb. gibi doğal malzemelerdi. Günümüzde paketleme amaçlı kullanılan malzemelerin ilk örnekleri yapraklar, hayvan derileri, içi oyulabilen sert kabuklu sebzeler olarak görülmektedir. Fenikelilerin İ.Ö. 1500 yıllarında alfabeyle bulmasıyla ilk simgeler ve ilk markalar ortaya çıkmıştır (Becer, Ambalaj Tasarımı, 2017). Kâğıdın T’sai Lun aracılığıyla İ.S. 105 yıllarında Çin’de ortaya çıkmasıyla ambalaj için önemli çöktür. Batı Han Hanedanlığında kâğıdın birçok kullanım alanları artmıştır (Becer, Ambalaj Tasarımı, 2017). 1450 yılında Johann Gutenberg’in yaptığı baskı tekniği ile iletişim çağı ortaya çıkmıştır. İlk paketleme örnekleri ise 1500’lü yıllarda Andreas Bernhart tarafından yapılmıştır. Ambalajın ilk örnekleri paket kâğıtlarıdır (Klimchuk & Krasovec, 2006). Dünya savaşı ile paketlenen ürünlerin geliştiği görülmektedir. Savaş ile basın sıkıntısı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden etiketlerin boyutlarının ufalması ve hesaplı kartonların kullanılmasına sebep olmuştur (Bayazit, 2009). 1950’lerde süpermarketlerin açılmasıyla ambalajın albenisiyle satın alınmasını sağlamıştır. Ürünleri tanıtabilmek için yapılan rekabet yeni meslek topluluklarının ortaya çıkmasını sağlamıştır (Becer, Ambalaj Tasarımı, 2017). 1970’lerden günümüze değin ambalaj çeşitliliği artmıştır. İlk zamanlar ürünü taşıma ve saklama odaklı iken artık reklam odaklı hale gelmiştir. Ambalaj artık aynı tür ürünler arasından ayıran özellik haline gelmiştir (Tayar, Geçmişten Günümüze Ambalaj, 2011). Eskiden insanoğlu yiyecek ve içeceklerle zor ulaşması sonucunda yağma kültürü ortaya çıkmıştır. Toplayıcılık ve avcılık hayatını devam ettiren topluluklar ürünlerini korumak için yaprakları ve kabukları kullanmıştır (Turani, 2011).

Minimalizm kelimesi “minimum” anlamına gelen Fransızca kökenli bir kelimedir. Minimalizm anlam olarak sadeleşme ve yalınlık anlamı taşır (TDK, 2005). Minimalizm sadeliğin ve basitliğin az renklerle bir eser ortaya koymasidir (Döl & Avşar, 2013). Soyut sanatın en son ki haline minimalizm denir. Sanat eseri üslup ve daha az rengin kullanılması ortaya koymaktadır. Minimalizmde eser bir geometrik şekilden oluşur. Bu sanatın ünlü sanatçıları B. Newman, T. Smith, E. Kelly ve L. Bell'dir (Sözen & Tanyeli, 2021). 20. yüzyılda Batı sanatında soyutlama anlayışı görülmektedir. 20. yüzyılla başlayan Minimalizm; İzlenimcilik, Dışavurumculuk, Fovizm, Kübizm, De Stijl, Süprematizm, Kontrüktizm akımlarını da dahil etmektedir (Haksever, 2021). 2. Dünya savaşından sonra soyut anlayış daha yaygın şekilde ilerlemiştir (Tizgöl, 2008). İzlenimcilik ise resimde duyguların tükenmediğine, aksine duyguların ortaya çıkmasını sağlayan bir akımdır. Resimde izlenimcilik kişiyle birliği sağlar. İzlenimciliğin ardından Dışavurumculuk, Fovizm ve Kübizm akımları ortaya çıkmıştır (Haksever, 2021). 1911 tarihinde Avargard sanatının öncülerinden olan Herwath Wladen Dışavurumculuğun ortaya çıkmasını sağlamıştır (Antmen, 2018). Dışavurumculukta resimdeki özgünlük, çizginin darbeleri, rengin ne etki verdiği soyutsal olarak bize sunar. Dışavurumculukla birlikte Kübizm de ortaya çıkmıştır. 1907 yılında “Avignonlu Kızlar” eseriyle Pablo Picasso Kübizmde köklü bir etki bırakmıştır. Kübizm Geometrik etkilerle birlikte dördüncü boyutu da içinde barındırmaktadır (Antmen, 2018). Kübizm çalışmalarında Minimalizm'in ilk soyutsal fikri burada ortaya çıkmıştır (Haksever, 2021). Geometrik öğelerle soyut resimler tasarlayan Kazimir Malevich süprematizme örnektir (Antmen, 2018). Malevich'in minimalizmde etkisi büyüktür (Haksever, 2021). Akımlar 1960'lı senelere kadar Minimalizm'in temelini oluşturmuştur. Birden fazla akımdan etkilenen Minimalizm, soyut dışavurumculukla ters düşmüştür. Minimalizm etkisi farklı akımlardan etkilense de kendi düşüncelerini ortaya atmıştır (Haksever, 2021). ABC sanatı minimalizm yerine kullanılır. 1960'lı yıllarla birlikte Amerika'da ortaya çıkan sanat anlayışı olarak sadeliği savunan akımdır. 1965'te minimalizm ilk kelime olarak Richard Wolheim tarafından kullanılmıştır. Ayrıca minimalizm, müzik ve tasarımların içinde bulunması ile birlikte Samuel Beckett'in oyunlarında ve Robert Bresson'un filmlerinde de uygulanmıştır. Minimalist etki belli başlı renklerin kısıtlı bir şekilde kullanıldığı ve sade bir tasarımı içinde barındıran görsel, objelerin ruhsallığını simgeler ve takipçilerin ruhsallığı özümseyip dönüt verir. Minimalist görseller, genel anlamda makro monokrom renk çemberleri meydana konmuştur (Keser, 2009). Frank Stella minimalizmi şu şekilde ifade etmiştir “Gördüğünüz şey gördünüz şeydir”. Minimalizm simgecilik ve subjektiften uzak durdu, ilgiyi sanayi materyallerine verdi hem materyalleri hem de her yapıda etrafındaki mekânı tekrardan yorumlanmıştır. Bundan dolayı bilinen obje ve şekilleri yeniden sunuldu. Minimalizmde konstrüktivizmden esinlendiler, ancak düşünceler soyut dışavurumculuğa tepkidir. Minimalizmin parladığı yer 1960-1970 yılları arasında New York'ta olmuştur. Yanılsama ve canlandırmadan vazgeçen minimalistler, yapıtlarının evvelki yapıtlara göre realist olduğu fikirdelerdir (Hodge, 2022).

## 2. YÖNTEM VE SINIRLILIK

Bu araştırmadaki veriler literatür incelemeleri yapılarak ve nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirmiştir. Çalışma, Minimalizm'in ambalaj tasarım üzerindeki etkisini grafik tasarım ögeleri üzerinden araştırmaktadır. Geliştirilen sorulara göre örnek ambalaj tasarımları minimalist etki yönünden sorgulanmıştır ve elde edilen cevaplara göre sonuç elde edilmiştir. Araştırma basit tüketim malzemesi olan market ürünlerinin kâğıt-karton ambalajlarıyla sınırlı tutulmuştur.

## 3. AMBALAJDA MİNİMALİST YAKLAşIM

Ambalaj tasarımında eski zamanlardan günümüze birçok gelişme olmuştur fakat ürünün muhafaza edilmesi ve taşınmasını sağlama görevi devam etmiştir. Eski ambalajlardan ufak bir kısmı günümüze kadar gelmiştir (Twede, 2002). Ambalajda paketlemenin gelişimi 5000 yıla kadar dayanmaktadır. Mısırlılar, Fenikeliler, İraniiler ve Türkler camdan şişeler ve kavanoz yaptıklarını, paketleme içinse papirüsleri kullandıklarını görüyoruz (am, 2004). Kolay yapımıyla ve saklamayı kolaylaştıran ambalaj malzemesi olan amforalar kullanılmıştır. Eski zamanlarda taşıma görevini üstlenen amforalar; şarap, zeytinyağı, petrol gibi ürünlerin taşınmasını sağlamıştır (Twede, 2002). Teknolojinin gelişmesiyle ambalaj malzemeleri de gelişmiştir. Yapraklar; İlk ağlarda yaprakların ürünlerin korunmasında kullanımı yaygındı (eken, Eran, & Ağca, 2018). Tropik iklimin bulunduğu bölgelerde; muz, palmiye, nilüfer, zencefil, bambu vb. bitkiler su geçirmezdir. Bu tür yapraklar tabak şeklinde kullanılmıştır. Güneydoğu Asya bölgesinde bu yapraklar yiyecekleri saklamak için kullanılmıştır (Ng, 2015). Su kabakları; İlk medeniyetler ürünleri saklamak ve taşımak için su kabaklarını kullanmışlardır. Etrafindaki kemerler ise kolay taşınmasını sağladı (Worthpoint). Hayvan derisi; Göçebe toplumlar hayvanların bütün parçalarını kullanıyorlardı. Ürünleri ve eşyaları taşımak için kullanılıyorlardı (The History of Packaging). Ahşap; 5000 yıldan süre gelen ahşap ambalajlar depolamaya amacı ile kullanılmıştır (ambalaj.org). İlk ambalajlar avcı toplayıcıların ihtiyacına göre yıllar içinde daha da gelişmiştir. Ambalajlar yaşanan çevreye göre çeşitlilik göstermiştir. Çeşitli çuvallar, kutular, kaplar ambalaj malzemelerine örnektir. Ambalaj malzemeleri yaşam kalitesine göre ilerlemiştir. Bu nedenle ürünler taşınmaya ve yabancı hayvanlara karşı korunmaya çalışılmıştır (The History of Packaging).

Smith kardeşler 1800'lü yıllarda önceden cam kavanozlarda satılan öksürük pastilleri, küçük zarflar halinde üstlerinde fotoğrafları olan bir şekilde satmaya karar vermişlerdir. Markalaşmayı sağlamışlardır. Günümüzde fotoğraflar markayı temsil etmiştir (Klimchuk & Krasovec, 2012). Yiyecek ürünlerinin uzun ömürlü olması için güneşte kurutma, tuzlama, fermantasyon yöntemleri kullanılmaktadır. Eski yıllarda insanlar yiyecekleri korumak için çok zorluklar çekmişlerdir. Bozulmuş etlerin kokusunu bastırmak için baharatlar vb. türdeki ürünleri kullanılarak örtmeye çalışmışlardır. Bu yüzden insanlar gıdalardan rahatsızlanır ve daha da kötüşü vefat ettiği düşünölmektedir (Griffin, 1987).

1810 yılında İngiliz Peter Durand'ın ürettiği teneke kutu, kırılan cam kavanozların yerine geçmiştir. 1820 yılında ise konserveler üretilmeye başlanmıştır (Tenekemuzesi). Metal ambalajların armağan olarak da kullanıldığı görülmektedir. Ünlü bir çikolata markasının 1933 yılında sınırlı sayıda ürettiği gravür işlemeli metal ambalaj Atatürk'e ve İsmet İnönü'ye hediye edilmiştir (Safranbolu Çikolata Müzesi Röportaj, 2020). Ambalaj 2000'li senelerin ardından hiper marketlerin çoğalması, kentleşme eylemleri, seyahatle ilgili kuruluşların çoğalması, ambalajlı gıda kullanımının yeryüzünde çoğalması, toplumsal mali dinamizm ve gelişme eylemi vb. etkenlerin birleşik biçimde ambalaj alanında ilerlemiştir. Ambalaj içindeki ürünü muhafaza etmektedir ve taşıma amacı ile paketlenmesi darbelerden korur. Etiket, ambalajlamanın bir bölümüdür ve üstünde bilgi bulundurmaktadır. Ambalajın, fiziki ve görüntü düzeni, üstündeki bilgilere 2-3 saniyede incelenir, 3-10 saniye içerisinde satışı belirlenir ve diğer aynı türden olanların bir adım önüne geçmektedir. Başarılı bir ambalaj ürünün niteliğini, oluşan artı değeri ve kimliğini yardım edip çoğaltırken, ürünü diğer ürünlerin ayırır. Fiziki görüntüsü açısından müşteriler vasıtasıyla anlaşılır olması, ardından rutinleri güdüleme, satın alma da süreklilik oluşturmaktadır. Ambalajda bu durum ürün üstünde tamamı bulunur. Bir ambalajda ürün için hijyenik bir alan sağlamalıdır. Ambalaj malzemesi ürünlerin israfını en aza indirip, maddesel ve bedensel tehditlerden korur. Nakliye kolaylığı sağlamalıdır. Ambalajın formu, ebadı, kütlesi önemlidir. Ambalaj malzemesinin üstünde ürün bilgisi, en doğru uygulama ve muhafaza şartlarını gösteren bir etiketleme vardır. Ambalaj malzemesi göz alıcı şekilde tasarlanmalıdır. Ambalaj ilk görüşte ürün ile ilgili bilgi vermelidir (MEB, 1987). Minimalizm Pop Art'ın tüketim kültürüne karşı tepki olarak ortaya çıkmıştır. Teknolojideki etkisi de sadeliği ve sessizliği vurgulamaktadır. Minimalizm akımının öncüleri Carl Andre, Frank Stella, Donald Judd, Dan Flavin, Sol LeWitt, Richard Serra ve Robert Morris'dir. Minimalizm'den Kazimir Malevich'te etkilenmiştir. Marcel Duchamp Minimalizm de becerilerini azaltarak, çalışmalarında düşünce ağırlıklı etkiler barındırmıştır. 20. yüzyıla kadar estetik kaygısı yoktur. Ama daha sonrasında estetik kaygısı ön plana çıkmıştır. Minimalizm günlük hayatımızda geniş bir yelpazeye sahiptir. Logolardan, ev aletlerine, yiyeceklerden, içeceklerle kadar daha fazlasını içinde barındırır (Yalur, 2019). Minimalizm terimi ilk olarak 1929'da sergi kataloğunda kullanılmıştır. Minimalizm etkiyi yapıtlarında yaşatan sanatçılar ise Yves Klein, Robert Rauschenberg, Ad Reinhardt, Frank Stella, Brice Marden, Marcel Duchamp, Kazimir Malevich, Barnett Newman, Donald Judd, Sol LeWitt'tir (Döl & Avşar, 2013). Grafik tasarım birden fazla alanı içinde bulunduran sanat düzenidir (Ambrose & Harris, 2009).

20. ve 21. Yüzyılın Minimalist tasarımlar en önemli unsurlarından olmuştur. Ambalajlardan, web sitesine, grafik ürünlerinden daha birçok alanda etkisini göstermiştir. Minimalizm'in etkisi grafik tasarımın birçok alanında kendini göstermiş ve yalınlığı ile kolay anlaşılır hale gelmiştir. Markalardaki yenilenme ihtiyacı ile Minimalist tasarımlarda kendini göstermiştir (Türkyılmaz, 2019). Günümüzde geniş çaplı ün oluşturan minimalizm, en son tasarım akımlarına uyum sağlamak ve böylece karşıt fikir olan maksimalizmin ambalaj üslubuyla zıtlık oluşturmak için uygun biçimde konumlandırılmış bir görsel üslup olabilir. Minimalizm görsellik açısından ambalajları hedefleyen firmalar, minimalizmin önemini ortaya koymuştur.

Ek olarak, minimalizmin Gestalt kuramıyla olan bağlantıyı göz önüne serildiğinde, bütünsel tasarımı koruyan algısal kuramların incelemektedir. Minimalist ambalaj üsluplarının dikkat çekmenin oluşturulması ve algılanan vasfın özelliklerinin değerlendirilmesi minimalist tasarımın mücadelecisi bir reklam aracı olarak önemlidir (Garaszczuk, 2015).

Ambalaj tasarımının ürünün satın alınmasındaki en önemli unsurdur. Mamulün içeriği, ne tür ürün olduğu, alıcının kimler olduğu gibi soruların cevaplarını veren ambalaj tasarımları yapmak en önemlisidir. Ambalaj tasarımında beyaz alan ne kadar yüksekse kalitede bir o kadar yüksektir. Bir ürünün tüketici tarafından dikkatini çekmek için sade, net ve etkili olması Minimalist ambalaj tasarımında etkisi büyüktür (Türkyılmaz, 2019). Sanatçılar ambalaj tasarımında Minimalizm'e yer verirler. Bu da gereksiz detaylardan ayrılıp daha net bir biçimde tüketicinin dikkatini çeker (Theobald & Winder, 2006). Ambalaj tasarımında kullanılan beyaz boşluk dengesi hem sadeliği hem de verilecek mesajın daha kolay algılanmasını sağlar. Ürünlerinde şeffaf ambalaj kullanan markalar ürün tazeliğini ön plana çıkartıp tüketiciye en az açıklamayla en etkili ambalajı sunmuş olacaktır. Kısacası ambalaj tasarımında Minimalizm birden fazla unsurun bir arada bulunup onu tüketiciye yalın ve net şekilde aktarması diyebiliriz (İlisulu, 2019). Savaş sonrasında Avrupa'da Ulm kelimesi grafik tasarımdaki yeri büyüktür. 1953'te saygın bir okul olan "Ulm Tasarım Okulu'nu" simgeleyen bir kelimedir. Ulm kelimesi güzelduyuyu işaret etmiştir. Kurucusu Max Bill'dir. Bu güzelduyu o kadar açık ve mükemmeldi ki yeni dönemin tanı gibiydi. Savurganlığı azaltmak ve anlaşılabilirliği arttırmak için tasarımlarda izgara kullanımını destekledi. Bakışım sayfa uyumundan sakınmıştır. Serifsiz font kullanımı tercih edilmiştir. Fotoğraf kullanımı da buna dahildir. Bu etki de grafik tasarıma yansımıştır. Uluslararası Tipografik Üslup olarak tanımlanan anlatım biçimi 20.yüzyılla beraber grafik tasarım tarihinin bel kemiğiydi. Ulm Tasarım Okulu'nda öğretilen belli bilgiler açıkça ifade edilmemiştir. Max Bill sade bir şekilde açıklamaya çalışmıştır. Max Bill tasarımında ve tipografiyi disiplinli bir modelde yorumlamıştır. Izgara sisteminde tasarruf ederek okunurluğu yükseltti, asimetrik sayfa sıralamasına dikkat etti. Sadeliği ön plana çıkartmak için tırnaksız harf şeklinde ifade etti. Metinleri dar, sola yaslı olarak düzenlerken fotoğrafla ifade etti. Tarzı azaltıcıydı ki bu da posterlerinde, kitap kapaklarında ve broşürlerinde o kadar etkileyiciydi ki grafik tasarımda görünümü etkilemiştir. Uluslararası Tipografik Üslup, enternasyonal bir akım değildi. Kökeni Kuzey Avrupa'ya dayanmaktadır. Savaşın bitiminde Max Bill'in düşüncesi Amerikan tasarımına karşı alaycıydı. "İyi biçim tasarım yoluyla manevi amaç" düşüncelerini ifade ediyorlardı. Emil Ruder, Armin Hofmann ve JosefMüller-Brock-mann, Max Bill gibi tasarımcılar ifadelerinde, tarzlarını ortaya koymayan ve maneviyatı hiçe sayan tasarımcılardır. Amerika'daki bazı sanatçılar İsviçre tipografisini takdir ederken bazıları da yeni kuşak tasarımcılar Max Bill'in tipografisini, klasik olduğu için reddetmişlerdir. Günümüzde bu tasarımlar merak uyandırmaya başlamıştır. Savaş sonrasında Avrupa'da "Ulm" kelimesi grafik tasarımdaki yeri büyüktür. 1953'te saygın bir okul olan "Ulm Tasarım Okulu" simgeleyen bir kelimedir. "Ulm" kelimesi güzelduyuyu işaret etmiştir. Kurucusu Max Bill'dir. Bu güzelduyu o kadar açık ve mükemmeldi ki yeni dönemin tanı gibiydi (Vienne, 2016).

Ambalaj tasarımındaki minimalist etki 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. 1960'lardaki klasik ambalajlarda tasarım bambaşkadır. Klasik ambalajlarda kullanılan aşırı renkler, ışıltılı materyaller ve birden fazla yazı tipi uygulanmaktadır. Ambalajda minimalist etki yalınlığı barındırırken, klasik ambalajda aşırılığın hakimiyetinden kurtulmak ticari markaya seçenек sunmuştur. Asıl işlevi ürünü korumak olan ambalaj, tasarımı, fonksiyonelliği, kullanılan materyaller bakımından diğer markalardan öne çıkmasını sağlar. İnsanların parçadan bütünü görmesi Gestalt teoreminden gelir. Bunun da ambalaj tasarımına etkisi büyüktür. Ambalaj tasarımında minimalizm Gestalt kurallarına dayanarak yapılan ürünler daha fazla satın alınmaktadır. Gestalt kuralları arasında detaylı olan Pragnanz kuralıdır. Pragnanz kuralı, görsellik bakımından iyi esas anlamlı ve bütünselliği içinde barındırır. Minimalizm tasarımlarda Pragnanz kuralına göre sadeliğin ön planda olduğunu savunur. Sadeliğin etkisi de minimalist tasarımlarda kompleks tasarımlara oranla dikkat çekici ve albenisi yüksektir (Ersan, 2021). Ürün ambalajlarındaki görsel öğeler kapsamında, görsel ve grafik öğelerin birbirinden aykırı olarak idrak edilip yorumlanmak yerine güzelduyu bir bütüne fayda sağlayıp sağlamadığını anlamak önemlidir. Ürün ambalajının güzelduyu bütünü en iyi şu biçimde gösterilmiştir. Bir obje kavrandığında, tek tek bölümsellikten bütüne doğru insanların ilk andan itibaren yatkınlığın vermiş olduğu Gestalt kuramı olan bakış açısıdır. Gestalt kuramını satışa uyarlayan ve sayısal olarak seçeneği ile onaylamaya sunan Chou, objeleri Gestalt psikolojisi ve minimalizm tasarım kurallarına sadık olmanın objelerin pozitifleşmesini sağlamıştır. Kişisel görüntü öğelerin Gestalt kurallarına bağlı olarak bölümsellikten bütüne doğru bir kavrama tutuklu kalması, tüketen kişi açısından pozitif algılanmıştır. Gestalt kuramı ambalaj tasarımında ayrıştırılmaz bir etkiye sahiptir. Çok fazla tasarımcı, bir bütün olarak inşa edilmiş öğeleri sağlayarak görsellik açısından muntazam işler sağlamak için bu kurama bel bağlamıştır. Orth and Malkewitz göre, sağlam ambalaj tasarımları tesirlerini görsel öğelerden değil, bütünlleştirilmiş öğelerin tümsel tertibinden sağlanmaktadır. Sanatçılar açısından “ahenkli” olarak açıklanan tasarımlar sezgisel tesirlerini en tepeye yükseltmek için görsel öğelerin sade bir eşitliğin olmasını vurgulamıştır. Açıklanan bu öğeler minimalizm sanattan faydalananlara benzer tasarım kurallarını sağlamaktadır. Diğer açıdan, “kati” açıklanan markalar, karşıt görsel öğeler ve tümsel içeriklerin azlığıyla seçilmiş gibi algılanmaktadır. Gestalt kuramının minimalizm tasarıma diğer kullanımında, Pragnanz'ın Gestalt kuramı en yüksek sadeliği savunan görsel öğelerin sağlanmasına yol açmıştır. Bu kuram, objelerin en elverişli ve sade biçimleriyle ve minimum kavramsal efor sarf edecek biçimde idrak edilmesini sağlamaktadır. Bu tarz, minimalizm tasarımların karışık tasarımlardan daha çabuk açıklanacağını ve daha kuvvetli bir ilgi çekme olanağı kazandığını vurgulamaktadır. Gestalt kuramı bu tezi ilelebet sürdüren tek kuram değil, uzamsal frekans kuramı da yakın tezlerde sağlanmaktadır. Uzamsal frekans kuramı görsel kavramların sinüzoidal dalga bileşenlerine dönüşmesini sağlar. Yüksek uzamsal frekansa ait görsellerin tekrarlayan görsel öğeler sırasındaki uzaklık minimumdur. Aksine, düşük uzamsal frekanslı görüntülerde tekrarlanan görsel öğeler içinde maksimum uzaklıklar vardır. Düşük uzamsal frekanslı görüntülerden sağlanan algısal bilgi bütünsel, çabuk değerlendirilirken, yüksek uzamsal frekans detaylı ve nitelikli açıklama ile tasarlanır.

Uzamsal frekans kavramı şu ana dek yüz işlemeye olanak sağlasa da, aynı markaların mağaza stantlarında sıra sıra dizildiği pazarda yerleştirilmektedir. Verimsiz arka plan ve olumsuz alan sebebiyle, minimalizm tasarım harikası gereği yakınlık arasında maksimum görsel uzaklıklara olanak sağlar. Uzamsal frekans kuramlarına göre, minimalizm tasarımların daha çabuk açıklanacağı sağlanır. Şimdilik popüler olması, minimalizm sanat ve tasarım bir akım olarak 1960'ların bitiminde başlamıştır. Soyut dışavurumculuğun maksimalist, dekoratif sanatına bir aykırılık olarak doğmuştur. Minimalist hareketin savunucuları saflık, şeffaflık ve sadeliği benimseme ve bunun sonucunda stilin motifi haline gelmiştir. Minimalizmde sanatçılar objektif ve tarafsız bir şekilde sezgiselliğin yapıtlardaki yansımaların ve görüntü yansımalarıyla bütün açılardan kaldırılmıştır. Başarılı ürün Planlama yaklaşımını gözlemleyen evvelki uygulamalar, sadeliğin ticaretteki pazarlama da zorunlu bir öge olmuştur. Minimalizmde tasarımlar tabiatı gereği, tanıtılan tasarımın karışık yapılan tasarımlardan daha göze çarpıcı gelen daha yaygın bir somut alana sahiptir (Garaszczuk, 2015).

#### 4. AMBALAJ TASARIMINDA MİNİMALİST YAKLAŞIMLAR



**Şekil 1: Mandarin Natural Chocolate**

Yuta Takahashi'e göre "Biz kalitenin peşinde koşan ve 'insanların yaşam kalitesinin iyileştirilmesine' inanan idealistleriz. Bu modernist marka, kendisini çarpıcı beyaz, sade zarafet ve modernist grafik tasarımıyla ifade ediyor. Bu markayı idealist bir kalite arayışıyla, 'insanların yaşam kalitesini iyileştirme' felsefesiyle ve çağdaş bir anlayışla oluşturduk. Ödünsüz bir bağlılıkla yaratılan net bir kimlik, minimalizm, zarafet ve çağdaş izlenimleri birleştiren güzel bir yeni marka deneyimi getiriyor" (Sanal 1).



<b>Reklam Ajansı</b>	Yuta Takahashi Design Studio Co.
<b>Üretici Firma</b>	Mandarin natural Chocolate
<b>Tasarımcısı</b>	Yuta Takahashi
<b>Ürün Sektörü</b>	Gıda
<b>Ürün Türü</b>	Çikolata
<b>Hedef Kitle</b>	Herkes
<b>Ürün Miktarı</b>	72 gr.
<b>Yıl</b>	-
<b>Ambalajın Türü</b>	İkincil Ambalaj
<b>Ölçüleri</b>	-
<b>Ürüne Temas</b>	Folyo Tabaka
<b>Malzemesi</b>	Dokulu Karton
<b>Laminasyon</b>	-
<b>Form Özelliği</b>	Köşeli Dikdörtgen Prizma
<b>Raftaki Sunumu</b>	Ambalaj, çikolata reyonunda bulunmaktadır.
<b>Baskı Türü</b>	Ofset Baskı
<b>Renk Adedi</b>	Ambalajın tamamı beyazdır ve sol üst kısmında Mandarin natural Chocolate ve sağ alt kısmında siyah noktalar bulunmaktadır.
<b>Baskıya İlave Uygulama</b>	-
<b>Logotype</b>	Sol üst kısmında Mandarin natural Chocolate logotype bulunmaktadır.
<b>Yazı Karakteri</b>	Fabrizio Superior Regular
<b>Geri Dönüşüm</b>	Geri Dönüştürülebilir
<b>Raf Ömrü</b>	-
<b>Kullanılan Piktogramlar</b>	-
<b>İllüstrasyon Kullanımı</b>	Japon sanat yönetmeni Yuta Takahashi tarafından tasarlanan ve hızla Minimalissimo'nun favorisi haline gelen proje, stüdyonun basit ve minimal, temiz ve modern tasarım felsefesinin somut örneğidir.
<b>Vurgu.</b>	Vurgu ürün görselinde bulunmaktadır.
<b>Ürün Tanımı</b>	Mandarin natural Chocolate bar
<b>Malzeme ve Üretim Bilgileri</b>	Ambalajın üzerindeki 10 noktalı çizgi, çikolatanın yoğunluğunu ustalıklı belirtir. Siyah renkli her biri karışımdaki kakaonun yüzde 10'unu temsil eder: yani altı siyah nokta yüzde 60 kakaoya eşittir. Son kullanma tarihi ve barkod, içindekiler listesiyle birlikte arka tarafa basılmıştır. Üretim yeri Papua Yeni Gine
<b>Barkod</b>	Mevcut
<b>Kullanım Avantajı</b>	Ürün avantajı geri dönüşüme uygundur.

<b>AMBALAJ KRİTERLERİ</b>	
<b>Fark Edirlik</b>	Ürünün raftaki diğer markaların ürünlerine göre fark edirlik açısından özgün bir yapıda olduğu sadelik ön planda incelenmiştir.
<b>Kullanılabilirlik</b>	Ürün ambalaj formu açısından elverişli ve yapısı sayesinde depolamaya ve nakliyyeye uygun olarak incelenmiştir.
<b>Koruma Özelliği</b>	Koruma özelliği olması sebebiyle folyo kutu içinde alüminyum bir ambalaj kullanımı incelenmiştir.
<b>Dayanıklılık</b>	Ambalaj ürünü koruyabilecek niteliktedir. Yapısal olarak akma, formda bozulma gibi problemler incelenmemiştir.
<b>Ürüne Uygunluk</b>	Ürün formu itibarıyla köşegenliği dikkate alınarak tasarlandığı ve gereken nitelikleri sahip olduğu incelenmiştir.

<b>Ergonomi</b>	Ambalaj nakliye, sarfiyat, ulaşım ve depolama gibi hususlardan konforlu bir yapıda olduğu incelenmiştir.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgünlük bakımından diğer çikolata ambalajları ile benzemediği incelenmiştir. Minimalist açılarından ön plana çıkmaktadır.
<b>Ürün Miktarı Maliyet</b>	-
<b>Duygusal Çekicilik</b>	Ambalajda minimalist etkinin biçim, tipografi de bulunması sebebiyle albenisi yüksek bir ambalaj olduğu incelenmektedir.
<b>Bilgi Edinme</b>	Arka kısımda bilgi ve açıklamalarla ürün içeriği hakkında bilgi verilmektedir.
<b>Raf Konum</b>	Ambalaj reyonunda ön yüzü görünür biçimde koyulmalıdır. Dikdörtgen formu sayesinde düz zeminlerde arka arkaya sıralamaya uygun olduğu incelenmiştir.
<b>Kolay Depolama</b>	Ürünün ev ve marketlerde kolay saklamaya uygun olduğu incelenmiştir.

<b>TEMEL TASARIM İLKELERİ</b>	
<b>Ritim</b>	Ambalajda ritim unsurunu niteleyecek unsurların olmadığı incelenmiştir.
<b>Vurgu</b>	Ambalajda vurgusu tasarımda ve ürün adında olduğu incelenmiştir.
<b>Denge</b>	Ambalaj, bulundurduğu tasarım öğeleri açısından dengeye sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Yön</b>	Ambalajın dikdörtgen şekli bakımından sade olarak tasarlandığı incelenmiştir.
<b>RENK</b>	
<b>Fon</b>	Ürünün zeminin de kullanılan beyaz renk ve sağ alt kısımdaki noktalar sadelikle beraber bütünlük oluşturmuştur.
<b>Ürünle İlişkisi</b>	Kullanılan iki renk ürünle ilgilidir. Yalnız ön yüzünde kullanılan noktalar görselliğinde ürünün rengi betimlenerek tasarım desteklenmiştir.
<b>Tipografide Kullanımı</b>	Tipografi olarak ise kullanılan renkler dengeli bir şekildedir.
<b>Görselde Kullanımı</b>	Ambalajda kullanılan ürün tasarımı ve ürün renginde bütünlük bulunmaktadır.
<b>Dikkat Çekicilik</b>	Minimalist tasarımı açısından diğer ambalajlara göre ön plana çıkmaktadır.
<b>TİPOGRAFI</b>	
<b>Karakter</b>	Fabrizio Superior Regular
<b>Punto</b>	Ürünün adı kısmında kullanılan punto yeterli boyuttur.
<b>Bloklama</b>	Ambalajda standart bir bloklama kullanılmıştır.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgün olmasına karşın tipografide pek özgünlüğe gidilememiştir.
<b>Bütünlük</b>	Tasarımda sadelik etkisiyle genel bir bütünlük bulunmaktadır.
<b>Boşluk</b>	Tasarımın genelinde boşluklar doğru kullanılmıştır.



**Şekil 2: Pringles Original**

Marka tasarım direktörü Pete Matthews'e göre "Yeni görünümün amacı, tasarımı basitleştirmek ve çağdaşlaştırmak, markanın maskotuna cesur bir makyaj kazandırmak ve cipslerin tüm ürün yelpazesinde istiflenebilirliğini vurgulamaktır" (Sanal 2).

AMBALAJIN TEMEL ÖZELLİKLERİ	
Reklam Ajansı	JKR Global Ajansı (Jones Knowles Ritchie Global Agency)
Üretici Firma	Kellogg's Şirketi - Pringles
Tasarımcısı	JKR Global Ajansı - İngiltere (Tasarımcıları)
Ürün Sektörü	Gıda
Ürün Türü	Cips
Hedef Kitle	Herkes
Ürün Miktarı	165 gr.
Yıl	2021
Ambalajın Türü	Birincil (İç) Ambalaj
Ölçüleri	8 x 24 cm
Ürüne Temas	Karton
Malzemesi	Plastik - Karton - Teneke
Laminasyon	-
Form Özelliği	Silindirik Prizma
Raftaki Sunumu	Karton bir silindirik şeklinde diğer cipslerden farkını ortaya koymuştur.
Baskı Türü	Ofset Baskı
Renk Adedi	Ambalajın tamamı kırmızıdır ve üst kısmında Pringles logosu konulmuştur. Onun altında sarı renkli cipsler bulunmaktadır. Arka kısmında yazı bölümlerinde beyaz renkler hakimdir.
Baskıya İlave Uygulama	-
Logotype	Beyaz yuvarlak zemin üstüne sadeleştirilmiş siyah bıyıklı, gözlü, kaşlı figür ve alt kısmında koyu kırmızı zemin üstüne beyaz yazı ile Pringles yazısı bulunmaktadır.

<b>Yazı Karakteri</b>	Dharma Gothic E Bold
<b>Geri Dönüşüm</b>	Geri Dönüştürülebilir.
<b>Raf Ömrü</b>	1 Yıl 3 Ay
<b>Kullanılan Piktogramlar</b>	Saklama Koşulları, İçindekiler, Geri Dönüşüm Sembolleri
<b>İllüstrasyon Kullanımı</b>	Tasarımı basitleştirmek ve modernize etmek, markanın maskotuna cesur bir görünüm kazandırmak ve cipslerin tüm ürün yelpazesinde istiflenebilirliğini vurgulamaktır. Alt kısmında cips görselleri bulunmaktadır.
<b>Vurgu.</b>	Logotype kırmızı zemin üzerine kullanılarak etkisi artırılmıştır.
<b>Ürün Tanımı</b>	Pringles Original
<b>Malzeme ve Üretim Bilgileri</b>	Mevzuata uygun biçimde, içindekiler, besin değeri tablosu, miktarı ve geri dönüşüm sembolleri bulunmaktadır.
<b>Barkod</b>	Mevcut
<b>Kullanım Avantajı</b>	Üründe açılır kapanır silindir kutu ambalaj tercih edilmesi sebebiyle tekrar kullanıma uygundur.

<b>AMBALAJ KRİTERLERİ</b>	
<b>Fark Edilirlik</b>	Ürünün raftaki diğer markaların ürünlerine göre fark edilirlik açısından özgün bir yapıda olduğu sadelik ön planda incelenmiştir.
<b>Kullanılabilirlik</b>	Ürün ambalaj formu açısından kullanışlı ve yapısı sayesinde saklamaya ve taşımaya uygun olarak incelenmiştir.
<b>Koruma Özelliği</b>	Koruma özelliği olması sebebiyle silindir karton kutu içinde bir ambalaj kullanımı incelenmiştir.
<b>Dayanıklılık</b>	Ambalaj ürünü koruyabilecek niteliktedir. Yapısal olarak akma, formda bozulma gibi sorunlar incelenmemiştir.
<b>Ürüne Uygunluk</b>	Ürün formu itibarıyla silindir kutu dikkate alınarak tasarlandığı ve gereken özelliklere sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Ergonomi</b>	Ambalaj nakliye, sarfiyat, ulaşım ve depolama gibi hususlardan konforlu bir yapıda olduğu incelenmiştir.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgünlük bakımından diğer cips ambalajları ile benzediği incelenmiştir. Minimalist açıdan ön plana çıkmaktadır.
<b>Ürün Miktarı Maliyet</b>	18.35 ₺
<b>Duyusal Çekicilik</b>	Ambalajda minimalist etkinin biçim, tipografi de bulunması sebebiyle albenisi yüksek bir ambalaj olduğu incelenmektedir.
<b>Bilgi Edinme</b>	Ürün ambalajında bulunan bilgilere yer verildiği incelenmiştir. Arka kısımda bilgi ve açıklamalarla ürün içeriği hakkında bilgi verilmektedir.
<b>Raf Konum</b>	Ambalaj reyonunda ön yüzü görünür biçimde koyulmalıdır. Silindir formu sayesinde düz zeminlerde arka arkaya veya yan yana sıralamaya uygun olduğu incelenmiştir.
<b>Kolay Depolama</b>	Ürünün ev ve marketlerde kolay saklamaya uygun olduğu incelenmiştir.

<b>TEMEL TASARIM İLKELERİ</b>	
<b>Ritim</b>	Ambalajda ritim unsurunu niteleyecek unsurların olmadığı incelenmiştir.
<b>Vurgu</b>	Ambalajda vurgusu tasarımda ve ürün adında olduğu incelenmiştir.
<b>Denge</b>	Ambalaj, bulundurduğu tasarım öğeleri açısından dengeye sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Yön</b>	Ambalajın silindirik şekli bakımından sade olarak tasarlandığı incelenmiştir.
<b>RENK</b>	
<b>Fon</b>	Ürünün zeminin de kullanılan kırmızı renk ve maskotun sadeleşmesi, logotype ve çips görselliğinin sadeliği bütünlük oluşturmuştur.
<b>Ürünle İlişkisi</b>	Ürünün çips ile çekişmesinde müşterilere çips imajı etmesi bakımından kırmızı rengi tercih edilmiştir. Bu da iştah açma rengidir.
<b>Tipografide Kullanımı</b>	Tipografi olarak ise kullanılan renkler dengeli bir şekildedir.
<b>Görselde Kullanımı</b>	Ambalajda kullanılan logotype, maskotun sadeliği, ürün tasarımı ve ürün renginde bütünlük bulunmaktadır.
<b>Dikkat Çekicilik</b>	Minimalist tasarımı açısından diğer ambalajlara göre ön plana çıkmaktadır.
<b>TİPOGRAFI</b>	
<b>Karakter</b>	Plumpfull
<b>Punto</b>	Ürünün adı kısmında kullanılan punto yeterli boyuttadır.
<b>Bloklama</b>	Ambalajda standart bir bloklama kullanılmıştır.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın maskot sadeliği ve logotypedeki tipografi özgünlüğü de kullanılmıştır.
<b>Bütünlük</b>	Tasarımda sadelik etkisiyle genel bir bütünlük bulunmaktadır.
<b>Boşluk</b>	Tasarımın genelinde boşluklar doğru kullanılmıştır.



**Şekil 3: Spectrum CD Packaging - Spectrum CD Ambalajı**

Spread'e göre, "Sanat, endüstriyel, deneysellik ve minimalizm kavramlarını ifade etmeyi amaçlıyor" dedi. "Çözüm, dünyadaki en iyi metal işleme teknolojisine sahip olan Japonya'daki Tsubame-sanjo bölgesinde her biri dikkatlice ve ayrı ayrı kesilen bu metal nesnelere" (Sanal 3).

AMBALAJIN TEMEL ÖZELLİKLERİ	
Reklam Ajansı	Spread Tokyo Tasarım Stüdyosu
Üretici Firma	Jeff Mills
Tasarımcısı	Hirokazu Kobayashi
Ürün Sektörü	Endüstriyel
Ürün Türü	Cd
Hedef Kitle	Yetişkinler
Ürün Miktarı	500 gr.
Yıl	-
Ambalajın Türü	Birincil (İç) Ambalaj
Ölçüleri	-
Ürüne Temas	Metal - Plastik
Malzemesi	CD Kılıfı Katı Alüminyum - Plastik Baloncuklu Ambalaj Zarfı
Laminasyon	-
Form Özelliği	Kare Prizma
Raftaki Sunumu	Plastik baloncuklu ambalaj zarfı ile kare şeklinde diğer cdlerden farkını ortaya koymuştur.
Baskı Türü	Etiket Baskı
Renk Adedi	Ambalajın tamamı kırmızıdır ve üst kısmında Pringles logosu konulmuştur. Onun altında sarı renkli cipsler bulunmaktadır. Arka kısımda yazı bölümlerinde beyaz renkler hakimdir.
Baskıya İlave Uygulama	-
Logotype	Beyaz yuvarlak zemin üstüne sadeleştirilmiş siyah bıyıklı, gözlü, kaşlı figür ve alt kısmında koyu kırmızı zemin üstüne beyaz yazı ile Pringles yazısı bulunmaktadır.
Yazı Karakteri	Mixolydian Bold
Geri Dönüşüm	Geri Dönüştürülebilir.

<b>Raf Ömrü</b>	-
<b>Kullanılan Piktogramlar</b>	-
<b>İllüstrasyon Kullanımı</b>	-
<b>Vurgu.</b>	Logotype sarı zemin üzerine kullanılarak etkisi artırılmıştır.
<b>Ürün Tanımı</b>	Spectrum CD Ambalajı - Jeff Mills "Spectrum"
<b>Malzeme ve Üretim Bilgileri</b>	Etiket üzerinde mevzuata uygun bilgiler bulunmaktadır.
<b>Barkod</b>	Mevcut
<b>Kullanım Avantajı</b>	Üründe açılır kapanır kare plastik baloncuklu ambalaj zarfı tercih edilmesi sebebiyle tekrar kullanıma uygundur.

<b>AMBALAJ KRİTERLERİ</b>	
<b>Fark Edirlik</b>	Ürünün raftaki diğer markaların ürünlerine göre fark edirlik açısından özgün bir yapıda olduğu sadelik ön planda incelenmiştir.
<b>Kullanılabilirlik</b>	Ürün ambalaj formu açısından elverişli ve yapısı sayesinde depolamaya ve nakliye için uygun olarak incelenmiştir.
<b>Koruma Özelliği</b>	Koruma özelliği olması sebebiyle metal kare kutu ve plastik baloncuklu ambalaj zarfı ile ambalaj kullanımı incelenmiştir.
<b>Dayanıklılık</b>	Ambalaj ürünü koruyabilecek niteliktedir. Yapısal olarak darbelerden, formda bozulma gibi problemler incelenmemiştir.
<b>Ürüne Uygunluk</b>	Ürün formu itibarıyla kare formu dikkate alınarak tasarlandığı ve gereken nitelikleri sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Ergonomi</b>	Ambalaj nakliye, sarfiyat, ulaşım ve depolama gibi hususlardan konforlu bir yapıda olduğu incelenmiştir.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgünlük bakımından diğer Cd ambalajları ile benzemediği incelenmiştir. Minimalist açıdan ön plana çıkmaktadır.
<b>Ürün Miktarı Maliyet</b>	-
<b>Duygusal Çekicilik</b>	Ambalajda minimalist etkinin biçim, tipografi de bulunması sebebiyle albenisi yüksek bir ambalaj olduğu incelenmektedir.
<b>Bilgi Edinme</b>	Etiket kısmında bilgi ve açıklamalarla ürün içeriği hakkında bilgi verilmektedir.
<b>Raf Konum</b>	Ambalaj reyonunda ön yüzü görünür biçimde koyulmalıdır. Kare formu sayesinde düz zeminlerde arka arkaya veya yan yana raf bölmeli sıralamaya uygun olduğu incelenmiştir.
<b>Kolay Depolama</b>	Ürünün tüm ortamlarda güneşten ve çizilme olmadan kolay saklamaya uygun olduğu incelenmiştir.

TEMEL TASARIM İLKELERİ	
Ritim	Etiket üzerindeki birkaç bilgi de ritim unsurunu niteleyecek unsurların olduğu incelenmiştir.
Vurgu	Ambalajda vurgusu etikette yazılarda olduğu incelenmiştir.
Denge	Ambalaj, bulundurduğu tasarım öğeleri açısından dengeye sahip olduğu incelenmiştir.
Yön	Ambalajın kare şekli bakımından sade olarak tasarlandığı incelenmiştir.
RENK	
Fon	Ambalajın etiket zemininde kullanılan sarı renk ve üzerindeki yazılar sadelikle beraber bütünlük oluşturmuştur.
Ürünle İlişkisi	Ambalaj etiketinde kullanılan iki renk tercih edilmiştir.
Tipografide Kullanımı	Tipografi olarak ise kullanılan renkler dengeli bir şekildedir.
Görselde Kullanımı	Ambalajda kullanılan ürün renginde bütünlük bulunmaktadır.
Dikkat Çekicilik	Minimalist tasarımı açısından diğer ambalajlara göre ön plana çıkmaktadır.
TİPOGRAFI	
Karakter	Mixolydian Bold
Punto	Ürünün adı kısmında kullanılan punto yeterli boyuttadır.
Bloklama	Ambalajda standart bir bloklama kullanılmıştır.
Özgünlük	Ambalajın özgün olmasına karşın tipografide pek özgünlüğe gidilememiştir.
Bütünlük	Tasarımda sadelik etkisiyle genel bir bütünlük bulunmaktadır.
Boşluk	Tasarımın genelinde boşluklar doğru kullanılmıştır.



**Şekil 4: Dr Jart+ Ceramidin Liquid Toner – Dr Jart+ Nemlendirici Tonik**

Piotr Woronkowicz'e göre "Basitliği, fikirlerin düzgün bir şekilde bir araya gelmesine ve bir takım stratejik hedeflerin en az malzeme ve grafik varlıkla çözülmesine dayanmaktadır. Piotr'ın yaklaşımı, Helvetica'nın önceki yinelemelerden devralınan her yerde bulunmasını ve iletişimsel yakınlığını alır ve bunu, referansları bakımından



*benzersiz ve ifadesinde incelikli bir yapısal tasarımla birleştirir ve ismin + işaretini, amacına uygun bir grafik diline dönüştürür. İşlevselliği ve stili dengeleyin. Yapısal ve grafik dil, Dr Jart+ için bir geçiş çizgisi görevi görüyor; renk, doku ve malzeme, ürün yelpazesinde farklılaştırıcı görevi görüyor” (Sanal 4).*

<b>AMBALAJIN TEMEL ÖZELLİKLERİ</b>	
<b>Reklam Ajansı</b>	Pentagram Design
<b>Üretici Firma</b>	Dr Jart+
<b>Tasarımcısı</b>	Piotr Woronkiewicz
<b>Ürün Sektörü</b>	Kozmetik
<b>Ürün Türü</b>	Tonik
<b>Hedef Kitle</b>	Yetişkinler
<b>Ürün Miktarı</b>	150 gr.
<b>Yıl</b>	2018
<b>Ambalajın Türü</b>	Birincil (İç) Ambalaj
<b>Ölçüleri</b>	-
<b>Ürüne Temas</b>	Plastik
<b>Malzemesi</b>	Plastik Şişe Ambalaj
<b>Laminasyon</b>	-
<b>Form Özelliği</b>	Dikdörtgen Prizma Plastik Şişe
<b>Raftaki Sunumu</b>	Plastik bir şişe şeklinde diğer kremlerden farklı olarak farkındalığı vardır.
<b>Baskı Türü</b>	Flekso Baskı
<b>Renk Adedi</b>	Ambalajın tamamı beyazdır. Üst kısmında sarı renkler hakimdir.
<b>Baskıya İlave Uygulama</b>	-
<b>Logotype</b>	Üst kısmında bilgiler bulunmaktadır. Alt kısmında Dr Jart+ logosu konulmuştur.
<b>Yazı Karakteri</b>	Helvetica CE
<b>Geri Dönüşüm</b>	Geri Dönüştürülebilir
<b>Raf Ömrü</b>	2 Yıl
<b>Kullanılan Piktogramlar</b>	-
<b>İllüstrasyon Kullanımı</b>	İllüstrasyon kullanımı bulunmamaktadır.
<b>Vurgu</b>	Logotype beyaz zemin üzerine kullanılarak etkisi artırılmıştır.
<b>Ürün Tanımı</b>	Dr Jart+ Ceramidin Liquid Toner - Dr Jart+ Nemlendirici Tonik
<b>Malzeme ve Üretim Bilgileri</b>	Mevzuata uygun biçimde bilgiler, miktar sembolleri bulunmaktadır.
<b>Barkod</b>	Mevcut
<b>Kullanım Avantajı</b>	Üründe açılır kapanır plastik şişe ambalaj tercih edilmesi sebebiyle tekrar kullanıma uygundur.

<b>AMBALAJ KRİTERLERİ</b>	
<b>Fark Edilirlik</b>	Ürünün raftaki diğer markaların ürünlerine göre fark edilirlilik açısından özgün bir yapıda olduğu sadelik ön planda incelenmiştir.
<b>Kullanılabilirlik</b>	Ürün ambalaj formu açısından kullanışlı ve yapısı sayesinde saklamaya ve taşımaya uygun olarak incelenmiştir.
<b>Koruma Özelliği</b>	Koruma özelliği olması sebebiyle plastik şişe bir ambalaj kullanımı incelenmiştir.
<b>Dayanıklılık</b>	Ambalaj ürünü koruyabilecek niteliktedir. Yapısal olarak akma, formda bozulma gibi sorunlar incelenmemiştir
<b>Ürüne Uygunluk</b>	Ürün formu itibariyle lamine plastik şişe dikkate alınarak tasarlandığı ve gereken özelliklere sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Ergonomi</b>	Ambalaj nakliye, sarfiyat, ulaşım ve depolama gibi hususlardan konforlu bir yapıda olduğu incelenmiştir.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgünlük bakımından diğer tonik ambalajlara ile benzemediği incelenmiştir. Minimalist açıdan ön plana çıkmaktadır.
<b>Ürün Miktarı Maliyet</b>	1.329 ₺
<b>Duyusal Çekicilik</b>	Ambalajda minimalist etkinin biçim, tipografi de bulunması sebebiyle albenisi yüksek bir ambalaj olduğu incelenmektedir.
<b>Bilgi Edinme</b>	Ürün ambalajında bulunan bilgilere yer verildiği incelenmiştir.
<b>Raf Konum</b>	Ambalaj reyonunda ön yüzü görünür biçimde koyulmalıdır. Plastik şişe formu sayesinde düz zeminlerde arka arkaya veya yan yana sıralamaya uygun olduğu incelenmiştir.
<b>Kolay Depolama</b>	Ürünün ev ve marketlerde kolay saklamaya uygun olduğu incelenmiştir.

TEMEL TASARIM İLKELERİ	
<b>Ritim</b>	Ambalajda ritim unsurunu niteleyecek unsurların olmadığı incelenmiştir.
<b>Vurgu</b>	Ambalajda vurgusu tasarımda ve ürün adında olduğu incelenmemiştir.
<b>Denge</b>	Ambalaj, bulundurduğu tasarım öğeleri açısından dengeye sahip olduğu incelenmiştir.
<b>Yön</b>	Ambalajın plastik şişe şekli bakımından sade olarak tasarlandığı incelenmiştir.
RENK	
<b>Fon</b>	Ürünün zemininde kullanılan beyaz renk, logotype sadeliği bütünlük oluşturmuştur.
<b>Ürünle İlişkisi</b>	Kullanılan iki renk ürünle ilgilidir. Kapak kısmında kullanılan sarı renk farklı bir etki katmıştır.
<b>Tipografide Kullanımı</b>	Tipografi olarak ise kullanılan renkler dengeli bir şekildedir.
<b>Görselde Kullanımı</b>	Ambalajda kullanılan logotype ve ürün renginde bütünlük bulunmaktadır.
<b>Dikkat Çekicilik</b>	Minimalist tasarımı açısından diğer ambalajlara göre ön plana çıkmaktadır.
TİPOGRAFI	
<b>Karakter</b>	Nimbus Sans Novus T Black, Helvetica Light
<b>Punto</b>	Ürünün adı kısmında kullanılan punto yeterli boyuttur.
<b>Bloklama</b>	Ambalajda standart bir bloklama kullanılmıştır.
<b>Özgünlük</b>	Ambalajın özgün olmasına karşın tipografide pek özgünlüğe gidilememiştir.
<b>Bütünlük</b>	Tasarımda sadelik etkisiyle genel bir bütünlük bulunmaktadır.
<b>Boşluk</b>	Tasarımın genelinde boşluklar doğru kullanılmıştır.



**Şekil 5: Tangent GC TGC502 Yuzu Kalıp Sabun**

Akkurat Mono göre “Basit bir faydacı tipografik ifade olan şirketin marka kimliği, yönelimi ve dizisinde içeriği bölerek, gereksiz stilistik ayrıntı ve renklerin bulunmaması yoluyla bir bilgisel yakınlık hissi sağladı” (Sanal 5).

Tangent GC'e göre "Ürünlerimizi ve ambalajlarımızı caşcaşlı renklere büründürdüğümüzde, sadeliğın içinde zahmetsizce nefes alabilirsiniz. Ürünlerimizi kokulandırırken asla karmaşık ve aşırı güçlü parfümler kullanmıyoruz, geriye ismimizle eşanlamlı olan doğal tek notalar kalıyor" (Sanal 6).

AMBALAJIN TEMEL ÖZELLİKLERİ	
Reklam Ajansı	Essen International
Üretici Firma	Tangent GC
Tasarımcısı	Carl Nas Associates
Ürün Sektörü	Temizlik
Ürün Türü	Sabun
Hedef Kitle	Herkes
Ürün Miktarı	100 gr.
Yıl	2016
Ambalajın Türü	Birincil (İç) Ambalaj
Ölçüleri	-
Ürüne Temas	Kâğıt
Malzemesi	Kâğıt
Laminasyon	-
Form Özelliğı	Köşeli Dikdörtgen Prizma
Raftaki Sunumu	Kâğıt bir dikdörtgen şeklinde diğere sabunlardan farklı olarak farkındalığı vardır.
Baskı Türü	Ofset Baskı
Renk Adedi	Ambalajın tamamı beyazdır.
Baskıya İlave Uygulama	-
Logotype	Orta kısmında TGC502 Yuzu kalıp sabun logosu konulmuştur. Kenarlarda ise bilgiler bulunmaktadır.
Yazı Karakteri	Akkurat Mono Bold Beta
Geri Dönüşüm	Geri Dönüştürülebilir
Raf Ömrü	-
Kullanılan Piktogramlar	Hayvan testi içermez, vegan, fosil içermez.
İllüstrasyon Kullanımı	İllüstrasyon kullanımı bulunmamaktadır.
Vurgu.	Logotype beyaz zemin üzerine kullanılarak etkisi artırılmıştır.
Ürün Tanımı	Tangent GC TGC502 Yuzu Kalıp Sabun
Malzeme ve Üretim Bilgileri	Mevzuata uygun biçimde bilgiler bulunmaktadır.
Barkod	Mevcut
Kullanım Avantajı	Üründe açılır kapanır köşeli dikdörtgen ambalaj tercih edilmesi sebebiyle tekrar kullanıma uygundur.

AMBALAJ KRİTERLERİ	
Fark Edilirlik	Ürünün raftaki diğer markaların ürünlerine göre fark edilirlik açısından özgün bir yapıda olduğu sadelik ön planda incelenmiştir.
Kullanılabilirlik	Ürün ambalaj formu açısından kullanışlı ve yapısı sayesinde saklamaya ve taşımaya uygun olarak incelenmiştir.
Koruma Özelliği	Koruma özelliği olması sebebiyle köşeli dikdörtgen bir ambalaj kullanımı incelenmiştir.
Dayanıklılık	Ambalaj ürünü koruyabilecek niteliktedir. Yapısal olarak darbelerden, formda bozulma gibi problemler incelenmemiştir.
Ürüne Uygunluk	Ürün formu itibarıyla köşeli dikdörtgen formu dikkate alınarak tasarlandığı ve gereken nitelikleri sahip olduğu incelenmiştir.
Ergonomi	Ambalaj nakliye, sarfiyat, ulaşım ve depolama gibi hususlardan konforlu bir yapıda olduğu incelenmiştir.
Özgünlük	Ambalajın özgünlük bakımından diğer sabun ambalajları ile benzemediği incelenmiştir.
Ürün Miktarı Maliyet	15.00 €
Duygusal Çekicilik	Ambalajda minimalist etkinin biçim, tipografi de bulunması sebebiyle albenisi yüksek bir ambalaj olduğu incelenmektedir.
Bilgi Edinme	Ambalaj kısmında ürün içeriği hakkında bilgi verilmektedir.
Raf Konum	Ambalaj reyonunda ön yüzü görünür biçimde koyulmalıdır. Kare formu sayesinde düz zeminlerde arka arkaya veya yan yana raf bölmeli sıralamaya uygun olduğu incelenmiştir.
Kolay Depolama	Ürünün ev ve marketlerde kolay saklamaya uygun olduğu incelenmiştir.

TEMEL TASARIM İLKELERİ	
Ritim	Ambalajda ritim unsurunu niteleyecek unsurların olmadığı incelenmiştir.
Vurgu	Ambalajda vurgusu tasarımda ve ürün adında olduğu incelenmemiştir.
Denge	Ambalaj, bulundurduğu tasarım öğeleri açısından dengeye sahip olduğu incelenmiştir.
Yön	Ambalajın köşeli dikdörtgen şekli bakımından sade olarak tasarlandığı incelenmiştir.
RENK	
Fon	Ürünün zemininde kullanılan beyaz renk, logotype sadeliği bütünlük oluşturmuştur.
Ürünle İlişkisi	Kullanılan tek renk ürünle ilgilidir.
Tipografide Kullanımı	Tipografi olarak ise kullanılan renkler dengeli bir şekildedir.
Görselde Kullanımı	Ambalajda kullanılan logotype ve ürün renginde bütünlük bulunmaktadır.
Dikkat Çekicilik	Minimalist tasarımı açısından diğer ambalajlara göre ön plana çıkmaktadır.
TİPOGRAFI	
Karakter	Akkurat Mono Bold Beta

<b>Punto</b>	Ürünün adı kısmında kullanılan punto yeterli boyuttur.
<b>Bloklama</b>	Ambalajda standart bir bloklama kullanılmıştır.
<b>Özgünlük</b>	Ambalaj logotype tipografisinde özgünlüğü de kullanılmıştır.
<b>Bütünlük</b>	Tasarımda sadelik etkisiyle genel bir bütünlük bulunmaktadır.
<b>Boşluk</b>	Tasarımın genelinde boşluklar doğru kullanılmıştır.

## 5. SONUÇ

Ambalaj tasarımlarında minimalizmin etkisi sadelik ve anlaşılabilirliktir. Tasarımlarda minimalist etki negatif pozitif alan dengesi kullanılarak yaratılmıştır. İncelenen örneklerde gibi boş alanın minimalist etki oluşturmada büyük önemi olduğu görülmektedir. Kâğıt ve karton ambalajlar ve etiket tasarımlarında bu etkiden yararlanılmaktadır. Ürünün ambalaj tasarımı hedef kitleye göre şekillenmekte ve hedef kitleyi de şekillendirmektedir. Gestaltçı yaklaşımının ve minimalizm tasarımın parçadan bütüne doğru olan hareketi tüketici tarafından olumlu algıyla sonuçlanmaktadır. Gestalt kuramının minimalizm tasarımda Pragnanz'ın Gestalt kuramında sadeliğin etkisi büyüktür. Objelerin en elverişli ve sade biçimleriyle ve minimum kavramsal idrak oluşturmuştur. Minimalizm tasarımların karışık tasarımlara göre daha hızlı algılanıp, ilgi çekmektedir. Minimalizm saflık, şeffaflık ve sadeliktir. Minimalizmle beraber sadeliğin ticaretteki etkisi zorunlu hale gelmiştir. Üreticiler ambalaj tasarımında minimalist etkisinin yararlı tarafını görmüş ve minimalizmin önemini ortaya koymuşlardır. Sonuç olarak Minimalizm'in etkisinin ambalaj tasarımında grafik tasarım vasıtasıyla marka kimliği, ürün kimliği oluşturmada ve satış gerçekleştirmede büyük etki yarattığı ortadadır.

## KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Özdemir, Ş., & Torlak, Ö. (2001). Modern Pazarlama. Değişim Yayınları, 150-151
- Ambalaj Sanayicileri Derneği. (2009). Ambalaj Tarihi. <http://www.ambalaj.org.tr/tr/ambalaj-ve-cevre-ambalajin-tarihcesi.html>. adresinden alındı
- ambalaj.org. (tarih yok). <https://www.ambalaj.org.tr/>. adresinden alındı
- Ambrose, G., & Harris, P. (2009). The Fundamentals of Graphic Design. Switzerland: Ava Academia, 12
- Antmen, A. (2018). 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar. İstanbul: Sel Yayıncılık, 33-50-82
- Ayar, S. (2008). Ambalaj Tercihlerinde Ambalajın Fonksiyonlarına İlişkin Tüketici Tutumlarının Belirlenmesi: Saç Jölesi Ambalajı Üzerine Bir Pilot Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Pazarlama Bilim Dalı, 3
- Bayazit, P. (2009). Ambalaj Tasarımının Özet Geçmişi-Resumed History of Packaging Design. n, <http://www.nuveforum.net/702-endustri-urunleri-tasarimibolumu/186793-ambalaj-tasariminin-ozet-gecmisi-resumed-history-of-packagingdesign/>. adresinden alındı
- Becer, E. (2017). Ambalaj Tasarımı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 15-27-28-36
- Çam, A. (2004). Ambalaj Tasarımı. İstanbul: Matbaa Teknik, 88

- Çeken, B., Ersan, M., & Ağca, Ç. (2018). Ambalaj Tasarımında İşlevsellik ve Silindir Formundaki Gıda Ambalajları İçin Bir Sistem Önerisi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 1123.
- Döl, A., & Avşar, P. (2013). Minimalizm Akımı Kapsamında Nesne Anlayışının Yeniden Değerlendirilmesi. 2. *İdil Dergisi*, 5-6-9
- Ersan, M. (2021). Ambalaj Tasarımında Minimalizm. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 1193-1202
- Garaszczuk, M. (2015). Attentional-Capture Efficacy and Brand Qualities of Minimalist Packaging Design (Dikkat Çekme Etkinliği ve Marka Nitelikleri Minimalist Ambalaj Tasarımı). Lisans Onur Tezi. Western University. Department of Psychology. King's University College at Western University, 7-9-10
- Griffin, R. (1987). Retortable Plastic Packaging. *Modern Processing, Packaging and Distribution Systems For Food.* (F. A. Paine, Dü.) <https://books.google.com.tr/books?id=3gTkBwAAQBAJ&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Retortable+plastic+packaging++griffin&source=adresinden+alındı>, 2
- Haksever, İ. (2021). Hareketli Grafik Tasarım Uygulamalarında Minimalist Yaklaşımlar ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Anasanat Dalı, 59-60-63-65
- Hodge, S. (2022). Sanatın Kısa Öyküsü. Hep Kitap, 46
- İlisulu, T. (2019). Gıda Ambalajı Tasarımlarında Değişen Tüketici Beklentileri. *Sanat-Tasarım Dergisi*(10), 18-19.
- Keser, N. (2009). Sanat Sözlüğü. Ütopya Yayınevi, 215
- Klimchuk, M., & Krasovec, S. (2006). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf.* New York: Wiley Published, 20
- Klimchuk, M., & Krasovec, S. (2012). *Packaging design.* New York: John Wiley & Sons, 9
- Meb. (1987). Ambalaj Maketi Hazırlama. Ankara, 4-6
- Ng, C. (2015). Plant leaves in food preparation and packaging. *Utar Agriculture Science Journal*, 34-35.
- Odabaşı, Y., & Oyman, M. (2004). Ürün ve Ambalaj. *Matbaa Teknik*, 35
- Pektaş, H. (1993). Ambalaj Tasarımının Önemi. *Ekonomik ve Teknik Dergi*, 24-25
- Safranbolu Çikolata Müzesi Röportaj. (2020). Kişisel İletişim.
- Sözen, M., & Tanyeli, U. (2021). Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü. Remzi Kitabevi, 210
- Tayar, P. (2011). Geçmişten Günümüze Ambalaj. <http://www.dunyagida.com.tr/yazar.php?id=12&nid=2737>. adresinden alındı
- TDK. (1998). Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/>. adresinden alındı
- TDK. (2005). Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Tenekemuzesi. (tarih yok). Teneke kutu ve konservenin tarihçesi. <http://www.tenekemuzesi.com/tarihce.asp?id=31>. adresinden alındı
- Tizgöl, K. (2008). Sanatta Minimalizm ve Günümüz Seramik Sanatına Yansımaları. Sanatta Yeterlik Tezi (Yayınlanmamış). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, 45
- The History of Packaging. (tarih yok). [uspackagingandwrapping.com/blog/the-history-ofpackaging.html](https://uspackagingandwrapping.com/blog/the-history-ofpackaging.html) adresinden alındı
- Theobald, N., & Winder, B. (2006). *Packaging Closures and Sealing System.* Australia: Blackwell Publishing, 43
- Turani, A. (2011). Dünya Sanat Tarihi (15.Baskı b.). Remzi Kitabevi, 12

- Türkyılmaz, G. (2019). Minimalist Sanat İdeolojisinin Grafik Tasarıma Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Tasarımı ve Bilişim Teknolojileri Anabilim Dalı Görsel İletişim Tasarımı ve Reklamcılık Bilim Dalı, 52-76
- Twede, D. (2002). The packaging technology and science of ancient transport amphoras. Packaging Technology and Science, 181.
- Vienne, V. (2016). Grafik Tasarımı Değiştiren 100 Fikir. Literatür Yayıncılık Dağıtım, 153
- Worthpoint. (tarih yok). <https://www.worthpoint.com/>. adresinden alındı

### **Görsel Kaynakça**

Şekil 1: Mandarin Natural Chocolate

<https://visualjournal.it/mandarin-natural-chocolate> Erişim Tarihi: 12.01.2024

Şekil 2: Pringles Original

<https://pepperyspot.com/wp-content/uploads/2020/09/pringles-potato-crisps-original-165-g.jpg>  
Erişim Tarihi: 12.01.2024

Şekil 3: Spectrum CD Packaging - Spectrum CD Ambalajı

[https://static.dezeen.com/uploads/2016/01/CD-package\\_Spread\\_Soutaiseiriron-Jeff-Mills-Spectrum\\_design\\_dezeen\\_936\\_1.jpg](https://static.dezeen.com/uploads/2016/01/CD-package_Spread_Soutaiseiriron-Jeff-Mills-Spectrum_design_dezeen_936_1.jpg) Erişim Tarihi: 12.01.2024

Şekil 4: Dr Jart+ Ceramidin Liquid Toner – Dr Jart+ Nemlendirici Tonik

<https://www.koresepetim.com/urun/dr-jart-ceramidin-liquid-150ml/> Erişim Tarihi: 12.01.2024

Şekil 5: Tangent GC TGC502 Yuzu Kalıp Sabun

[https://perfectlybasics.azureedge.net/productimage/3-5-2022//\\_thumbs660/1947db71-deb6-40ec-bcea-a30b28158b63-02.jpg](https://perfectlybasics.azureedge.net/productimage/3-5-2022//_thumbs660/1947db71-deb6-40ec-bcea-a30b28158b63-02.jpg) Erişim Tarihi: 12.01.2024

### **Sanal Kaynakça**

Sanal 1: [https://www.yutatahashi.jp/work/mandarin\\_natural\\_chocolate/](https://www.yutatahashi.jp/work/mandarin_natural_chocolate/)

Sanal 2: <https://www.designweek.co.uk/issues/20-26-september-2021/pringles-rebrand/>

Sanal 3: <https://www.dezeen.com/2016/01/14/spread-jeff-mills-soutaiseiriron-minimal-metal-cd-packaging-spectrum/>

Sanal 4: <https://bpando.org/2018/01/15/package-design-dr-jart/>

Sanal 5: <https://bpando.org/2016/10/17/packaging-tangent-gc-soap/>

Sanal 6: <https://tangentgc.com/pages/about>