

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GRAFİK TASARIM: EKOLOJİK AMBALAJ TASARIMLARININ GÖRSEL ANALİZİ\*

### SUSTAINABILITY AND GRAPHIC DESIGN: VISUAL ANALYSIS OF ECOLOGICAL PACKAGING DESIGNS

Ayşe İRİ ÖZTÜRK\*\*

#### Öz

Küresel değişim altında bozulmaya meydan okuyan ekolojik adımlar, ekosistemin işlevini anlamak, biyolojik çeşitliliği korumak için etkili yönetim stratejileridir. Bu stratejilerden biri de sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerinin endüstride yer almasıdır. Küreselleşmenin giderek yaygınlaştığı bir dünyada ambalaj endüstrisi, ürünlerin üreticiden tüketiciye küresel düzeyde taşınmasına ve ticarileştirilmesine olanak sağlamaktadır. Ambalaj tasarımı, ürünü korumak, taşımayı kolaylaştırmak, tüketiciye bilgi sağlamak ve ürünü rafta farklılaştırmaktadır. Ayrıca ambalaj tasarımı, görsel bir iletişim olarak markanın sürdürülebilirlik hedeflerini de yansıtmalıdır. Bu sebeple, ambalaj endüstrisinin, uluslararası kuruluşlar tarafından belirlenen sürdürülebilirlik hedefleri ile uyum sağlarken, her geçen gün büyüyen pazar taleplerine nasıl uyum sağladığını incelemek gerekmektedir. Çalışmanın amacı, ambalaj üreticilerinin eko-tasarım ve sürdürülebilirlik temasını görsel iletişim bağlamında nasıl ele aldıklarını incelemektir. Bu çalışmada sürdürülebilirlikle tasarım arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmaktadır. Aynı zamanda bu araştırmada eko-tasarımlı ürün ambalajlarının görsel olarak incelenmesi için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ambalaj Tasarımı, Grafik Tasarım, Sürdürülebilirlik, Ekoloji.

#### Abstract

Effective management strategies to protect biodiversity involve ecological measures that address degradation amidst global change. In today's world, characterised by globalisation, the packaging industry facilitates the transportation and worldwide commercialisation of goods from producers to consumers, amplifying the need for ecological steps that conserve the ecosystem and protect biodiversity. One such strategy is to incorporate sustainable production and consumption models within the industry. Packaging design serves several purposes: protecting the product, aiding transport, conveying information to the consumer and setting it apart on the shelf. Furthermore, it communicates a brand's sustainability goals. As such, it is crucial to assess how the packaging industry responds to market demands while upholding international organisations' sustainability targets. The study aims to investigate how packaging manufacturers approach the issues of eco-design and sustainability in the context of visual communication. It seeks to explain the relationship between sustainability and design, while employing the descriptive analysis method a form of qualitative research to visually scrutinize eco-designed packaging products.

**Keywords:** Packaging Design, Graphic Design, Sustainability, Ecology.

---

*Araştırma makalesi // Başvuru tarihi: 01.10.2023 – Kabul tarihi: 30.11.2023*

\*Bu çalışma 5. Uluslararası Sanat ve Tasarım Eğitimi sempozyumunda bildiri olarak sunulmuştur.

\*\*Öğr. Gör. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik, ayseiriozturk@gmail.com,  
<https://orcid.org/0000-0003-4621-3020>, Samsun/TÜRKİYE.

## **1. Giriş**

Ambalaj endüstrisi insan ihtiyacına göre şekillenmektedir. Ambalajın temeli, ürünleri uzun bir süre boyunca işlenebilmeleri, depolanabilmeleri ve taşınabilmeleri için dış etkilerden güvenilir bir şekilde koruyan malzemelerin geliştirilmesidir. Gıda ürünlerinin de korunmasında aktif rol oynayan ambalajın, ilaç ve kozmetik gibi diğer sektörlerde de etkin rol oynadığı belirtilebilir (Emblem, 2012:117). Dolayısıyla çağlar boyunca her türlü ürün için ambalaj kullanılmıştır. Günümüz ambalaj sektörünün insan ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeydedir. Bu durum, dünya çapındaki ambalaj üreticilerini, içinde buldukları ekosisteme zarar vermeden hammaddelerin sürdürülebilirliğini sağlamaya zorlamıştır. Bunu yaparken de tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için talebe göre üretmeye devam etmektedirler. Bu sebeple modern toplumda her geçen gün artan ambalaj talebini karşılamak için çevresel etkileri göz önünde bulundurup, bu etkilerin en aza indirgenmesi, daha sürdürülebilir yaşam döngüsüne geçilmesi gerektiği ifade edilebilir. Ekolojik ambalaj tasarımları yeni bir yaklaşım olarak değerlendirilmekte ve bu tasarımlar çevresel etkilere vurgu yapmaktadır. Bu vurgunun temelinde daha az çevre kirliliği ile daha verimli üretimlerin, kullanımların meydana gelmesini sağlamak yer almaktadır.

Çevresel etkileri ambalaj tasarım sürecinde değerlendirerek hazırlanan stratejilerde, sürdürülebilirliğin odağı olan üretim ve tüketim modelleri yer almaktadır (Övüç, 2015:62). Sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim modelleri daha az yenilenebilir kaynakların kullanılmasına yol açmaktadır, böylelikle çevre dostu olmaktan uzaklaşılır. Sürdürülebilir üretimin temelinde; çevreyi kirletmeyen, enerji ve doğal kaynaklardan tasarruf sağlayan, ekonomik açıdan elverişli ürün ve hizmet üretimi bulunmaktadır. Bu araştırma kapsamında, ekolojik ambalaj tasarımı ve sürdürülebilirlik uygulamalarının grafik tasarım bağlamında değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Aynı zamanda araştırmadaki markaların tasarımları üzerindeki çevresel etkileri incelenmektedir.

## **2. Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım**

İyi bir tasarım özellikleri gereği sürdürülebilir etki göstermelidir. Bir strateji geliştirirken, renk, şekil, tipografi ve form gibi grafik tasarımının temel unsurlarının yanı sıra tasarımın sürdürülebilir olması da göz önünde bulundurulmalıdır. Dahası tasarımın bir özelliği olarak

sürdürülebilir olmasını planlamak yerine, tasarım ve sürdürülebilirlik bir bütün olarak değerlendirilmelidir. Dolayısıyla bu fikirler göz önünde bulundurularak gerçekleştirilen tasarımlarda, sürdürülebilir dünyaya katkıda bulunan yenilikçi formların ortaya çıkacağı ifade edilebilir. Bu konu ile ilgili görüşlerden bir tanesi “günümüzdeki tasarımların pek çoğu sürdürülemezdir, bu tasarımlar sürdürülebilir hale dönüştürüldüğünde artık sürdürülebilir tasarım kavramını kullanmamıza gerek kalmayacaktır” şeklindedir (Chick ve Micklethwaite, 2011:38). Bu nedenle sürdürülebilir tasarım kavramı, tasarımın çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltma ve olumlu etkiyi daha verimli hale getirme süreci olarak tanımlanabilir.

Kağıda yazdırma ve kağıt atığı, grafik tasarımın çevresel etkisinin örnekleridir. Bu çevresel etkiye sürdürülebilir çözüm önerisi olarak geri dönüştürülmüş kağıt kullanımı ve bitki bazlı mürekkeplerin kullanımı verilebilir. Böylelikle çevresel etki göz önünde bulundurularak strateji geliştirilebilir. Bir tasarım sürdürülebilir olması için sadece çevresel etkilere odaklanılmamalıdır. Örneğin, bir grafik tasarımcı petrol bazlı plastik malzeme kullanımı yerine bambu malzeme kullanım kararı almış olabilir. Markanın ambalajında “yeşil imaj” yaratımına geçilebilir. Fakat bambu malzeme plastik malzemedenden daha ağır olması sebebiyle bu durum lojistik esnasında daha fazla sera gazı emisyonlarının meydana gelmesini sağlayacaktır (Selamet, 2012:126). Dolayısıyla bu noktada sosyal ve çevresel etkinin göz önünde tutularak tasarım stratejilerinin belirlenmesi gerektiği ifade edilebilir.

Grafik tasarımcılar, malzemenin çevresel etkilerine ve ambalajın tüm yaşam döngüsüne odaklanırlar. Kullanılacak olan malzemelerden üretim, dağıtım ve uzun ömürlülüğe kadar tüm aşamalarda tasarımcının kararları oldukça önemlidir. Tasarımcı aynı zamanda rakip markalar hakkında stratejik bilgiye sahiptir ve tüketici davranışını etkilemenin yollarını aramaktadır. Grafik tasarımcı markanın aktarmak istediği mesajları çeşitli yaratıcı fikirler kullanarak, iletişim araçlarıyla tüketiciye iletirler. Sürdürülebilir grafik tasarım elde etmek için tasarımcılar, sürdürülebilirlik ilkelerini tasarımlarına uygulamalıdır.

Sürdürülebilirlik ve grafik tasarım ilişkisi konusunda pek çok önde gelen grafik tasarım ve iletişim kuruluşu çeşitli kararlar almıştır. Sürdürülebilir tasarımın önemi üzerine rapor yayınlamışlardır. 2021 yılında Uluslararası Tasarım Konseyi (Icograda) grafik tasarım mesleğini “bir tasarımcının fikirlerinin etik, ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel sonuçları olduğu ve

nihayetinde insanlara karşı nihai sorumluluk üstlenir” şeklinde tanımlamıştır (The ico\_D, 2021). 2016 yılında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Amerikan Grafik Sanatlar Enstitüsü (AIGA), grafik tasarım endüstrisinin ekosisteme katkısı üzerine yaptığı bir çalışma sonucunda, geleceğin grafik tasarımcılarından beklenen becerileri ve daha fazlasını özetleyen bir makale yayınladı, daha sürdürülebilir tasarım uygulamalarına kendini adanmış tasarımcılara “kaynakların sorumlu kullanımı konusunda liderlik sağlamaları” için çağrıda bulunmuştur (Cadarso ve Silva, 2016:256). GMK’nın “Tasarım Ekolojisi” adlı metninde, çevre sorunları hakkında sahip olduğumuz bilgilerin yeterli olmadığını ve tasarımcıların çevre sorunlarının çözümünde öncü olabileceğini, ayrıca tasarımcıların bu konuda insanlara rehberlik edip farkındalık yaratabileceği yer almaktadır (Selamet, 2012:144). Kanada Grafik Tasarımcıları Topluluğu (GDC) 2019 yılında sürdürülebilirlik ile ilgili yayınlamış oldukları raporda tüm üyelerinin uymasını istediği sürdürülebilirlik değerleri ve ilkeleri raporu yayınlamıştır (Chiang, 2019:18). Bu sebeple, ülkelerin çevresel/ekolojik tahribat ve bu tahribata çözüm olarak sürdürülebilirlik kavramı üzerinde durdukları ifade edilebilir.

### **3. Ekolojik Ambalaj Tasarımı**

Ambalaj tasarımı pek çok çeşitli fonksiyona sahip olan ve tüketiciye fayda sağlayan günümüzün modern tüketim ürünüdür. Ambalajın en temel işlevi, ürünün kalitesinden ödün vermeden korumak, ürünün tanıtımını sağlamak, nakliyesini ve depolamasını kolaylaştırmaktır. Ambalaj içeriğindeki ürünü uzun süre koruyacak şekilde tasarlanmaktadır, kullanım sonrası genellikle atık haline dönüşmektedir. Her geçen gün raflarda yeni ürünlerin yer aldığı göz önünde tutulduğunda, atık haline dönüşen ambalajlar çevresel atık yüküne daha fazla katkıda bulunmaktadır bu da daha fazla küresel ısınmaya, daha fazla hammadde kullanımına ve enerji tüketimine sebep olmaktadır (Bovea vd., 2006: 88). Ambalajın, özellikle ambalaj malzemelerinin çevre üzerinde doğrudan bir etkisi (üretim ve enerji tüketimi gibi) olduğundan, sürdürülebilir ambalajın renkler, etiketler, yazı tipleri vb. grafik öğeler bağlamında çeşitli referansları bulunmaktadır. Sürdürülebilir ambalaj tasarımına dair referanslar, tüketicilere ambalajın yalnızca ürünü değil aynı zamanda çevreyi de dikkate aldığını göstermekte ve bu da ambalajın kendisinin daha sürdürülebilir olduğu sonucuna varmalarını sağlamaktadır.

Çevre bilincinin artması ile ekolojik ambalajlar yeni trendler arasındadır ve sürdürülebilirlik kavramı giderek daha da önemli hale gelmektedir. Ekolojik ambalaj için ilk önce

ürünün yer alacağı ambalaj malzemesinin yaşam döngüsü değerlendirmeleri (Life-cycle Assessment/LCA) yapılmalıdır. Bu değerlendirme kapsamında bir malzemenin çevreye olan etkileri analiz edilmekle birlikte meydana gelen atık oluşum miktarları da incelenmektedir. İkincisi, tüketicilerin sürdürülebilirlik ile bilgilendirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin bu konuda sınırlı bilgileri bulunabilir. Bu sebeple satın alma kararlarında kendi sıradan tercihlerini değerlendirebilir, sürdürülebilirliği satın alma kararlarına dahil etmeyebilirler. Üçüncü ise ekolojik ambalaj ürünün tercih edilmesini engelleyecek farklı açılardan (örneğin ürün kalitesi veya fiyatı) algıyı etkileyebilir. Bununla ilgili gerçekleştirilen araştırma bulgularına göre; ekolojik ambalaj tüketici ürün beklentilerini, değerlendirme ve deneyimlerini etkilemekte kalite açısından tüketici algısını etkilemektedir (Koenig-Lewis vd., 2014:102).

Ekolojik ambalaj tasarımı, ambalajın çevre dostu niteliğini ön plana çıkaran, doğrudan veya dolaylı yoldan sürdürülebilir etkilerini ifade eden tasarım öğelerinden meydana gelmektedir. Ambalaj tasarımı yapısal özellikleri ile (malzeme türü), grafiksel ve metinsel (mesaj bilgisi), unsurların kombinasyonundan meydana gelmektedir. Ambalaj malzeme türü çevre ile doğrudan etkiye sahip olan unsurlardandır ve sürdürülebilirlik mesajı iletmede sıklıkla kullanılmaktadır (Selamet, 2012:126). Ekolojik tasarımda yeşil renk doğa ile ilişkilendirildiğinden dolayı tercih edilir, grafik unsurlar ve renkler sürdürülebilirlik sinyalleri vermek için kullanılır (Magnier ve Schoormans, 2015:61). Dolayısıyla ekolojik ambalajda grafik unsurların yanı sıra metinlerle de sürdürülebilirlik aktarılmaktadır.

#### **4. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilirlik perspektifinden markaların ortak tasarım kalıplarını belirlemek ve sürdürülebilirlik bilgisinin grafiksel olarak nasıl aktarıldığını analiz etmektir. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel modele dayalı bir çalışmadır. Kavramsal çerçeveyi oluşturmak için literatür taraması yapılmıştır. Bu kapsamda çeşitli markaların ekolojik ambalaj tasarımları incelenmiş ve görsel temsilleri ele alınmıştır.

Bu çalışma, sürdürülebilirlik ile ambalaj tasarımı arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çevre dostu ambalaj tasarımlarının incelenmesi üzerine yoğunlaşan bu çalışmanın odağında beş farklı markanın ambalaj tasarımları betimsel analiz teknikleri

kullanılarak incelenmiştir. Bu markalar, sürdürülebilir ambalaj tasarımı söylemine sahip olan markalar arasından rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Bu markaların ekolojik ambalajlarının tasarım özellikleri, malzeme kullanımı, renk paletleri, grafik unsurları ve kullanıcı dostu özellikleri gibi unsurlar, betimsel analiz kullanılarak detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin amacı çevre dostu ambalaj tasarımının mevcut durumunu anlamak ve gelecekteki tasarım stratejilerine katkıda bulunmaktır.

### **5. Araştırmanın Önemi**

Bu çalışma, grafik tasarımın en önemli unsurlarından biri olan ambalaj tasarımının toplumdaki değişimlere uyum sağlayarak nasıl şekillendiğini incelemekte ve ekolojik ambalaj tasarımının görsel bir analizini sunmaktadır.

### **6. Bulgular**

Çevreye duyarlı ve sağlıklı beslenmeyi hedefleyen tüketicilerin artan sayısı, ürünlerin ambalaj tasarımında bir değişikliği zorunlu kılmıştır. Böylelikle yeni üretim ve tüketim modelleri gelişmiştir. Ekolojik, sürdürülebilir, organik, saf ve doğal gibi isimlendirmeler tasarımlarda kullanılmaya başlanmıştır. Ekolojik ürünlerin sürdürülebilir özelliğini ortaya çıkarabilmek ve diğer ürünlerden ayrışmasını sağlamak için ambalaj tasarımı oldukça önemlidir.

Ambalaj tasarımının ön yüzeyi tüketici ile karşılaşan, kurumsal kimliği yansıtan bölümdür. "Principal Display Panel (PCP)" olarak da isimlendirilen ön yüzey marka rekabeti adına oldukça önemlidir (Klimchuk ve Krasovec, 2012:16). Ambalajın ön yüzeyi verimli bir biçimde kullanılmalıdır. Ekolojik ambalaj tasarımlarında ise ön yüzey mümkün olduğunca sadeleştirilmelidir. Bu tür ambalaj tasarımında amaç malzemelerin minimum seviyede kullanımınıdır. Bu yaklaşım ile tasarımda minimal bir görünüm yakalanmaktadır.

Her geçen gün artan çevresel kaygılar markaları güncel trendlere uyum sağlamaya zorlamış ve markaların çevre konusu ile ilgili adım atmasını zorunlu kılmıştır. Sürdürülebilirlik bir markanın trende uyum sağlamasından çok daha fazlasıdır, markanın kimliği haline gelmelidir. Bu genellikle 3R (Reduce, Reuse, Recycle-azalt, yeniden kullan, geri dönüştür) stratejisini benimsemekle ilgilidir. Markanın ambalajı ile çevre üzerindeki etkisini azaltma gücü vardır (Veral, 2018:468). Bu konu ile ilgili kişisel bakım ürünleri markası olan Le Petit Marseillais, 2025 yılına ait

hedefi ambalajlarının % 100 geri dönüştürülebilir, yeniden kullanılabilir veya organik olarak ayrıştırılabilir hale getirmektir (Johnson, 2021).



Görsel 1. Le Petit Marseillais Sürdürülebilir Duş Jeli Ambalajı

Görsel 1’de Le Petit Marseillais markasına ait ekolojik tasarımı yer almaktadır. Tasarımın yan yüzeyinde ürünün nasıl kullanılacağına dair bilgiler betimleyici bir üslupla gösterilmiştir. Aynı zamanda plastik ambalajın çevresel etkilerini azaltmak için biyolojik olarak parçalanabilen karton ambalaj malzemesi tercih edilmiştir. Kutu içerisinde kullanılan sızdırmazlık filmi ve kapak plastikten yapılmıştır. Bu nedenle ambalajda iki farklı malzeme kullanarak ambalajın %100 geri dönüşümünü sağlamanın zor olduğu ifade edilebilir. Kişisel bakım ürünleri endüstrisinde yer alan Le Petit Marseillais markası %100 geri dönüştürülebilir eko-doldurulabilir ürünü piyasaya sürmüştür. Bu ambalaj süt kutusuna benzer bir formda tasarlanmıştır, tüketici açısından ele alındığında, bu ambalaj malzemesi süt ambalajına benzetilebilmesinden dolayı kafa karışıklığına sebep olabilir. Buna çözüm niteliğinde ambalajın ön yüzeyinde “içilemez” ifadesi yer almaktadır. Aynı zamanda bu paket, tüketicilerin 250ml'lik plastik duş jeli şişelerini 4 defa doldurmalarına olanak sağlamaktadır.

Le Petit Marseillais ekolojik ambalajının ön yüzeyinde tipografi kullanımı yoğundur. Sadece tipografi kullanılarak bir ambalaj tasarımı meydana getirilebilir (Klimchuk ve Krasovec, 2012:34). Yazı karakterlerine özgü kişilik algıları vardır, bu konu ile ilgili gerçekleştirilen bir araştırmanın bulgularına göre; serifli yazı tipleri erkeksi, sert ve katı olarak tanımlanırken, sans-

serif yazı tipleri kadınsı, aktif ve rahat olarak tanımlanmıştır (Shaikh ve Chaparro, 2016:234). Dolayısıyla duş jeli ambalajında kullanılan sans serif yazı karakteri tercihi ile doğallığı yansıttığı ifade edilebilir. Görsel öge açısından bakıldığında ambalajın ön yüzeyinde bir süt damlası kullanılmıştır. Doğallığa gönderme yapan yaprak stilizasyonları tasarımda doku olarak kullanılmıştır. Yapraklar doğaya gönderme yapmaktadır. Tasarımda renk kullanımı sınırlandırılmıştır, bu tercih ile mesajın güçlendirilmesi sağlanmış olup, sürdürülebilirliğe vurgu yapılmıştır. Sınırlı sayıda renk kullanımı daha fazla mürekkep kullanımının önüne geçmektedir. Böylece markanın yaratmak istediği “Eko-nomik ve eko-lojik” algısı pekiştirilmiştir. Bu tasarım ile markanın tüketicide yaratmak istediği “çevreye duyarlı” imajı güçlendirilmiştir. Bunun yanı sıra ambalaj tasarımında az sayıda renk kullanımı, yumuşak tonlar, tasarımdaki sadelik, basit grafik öğelerin kullanımı, doğal bir hissiyat yaratmaktadır. Dolayısıyla Le Petit Marseillais markasının ambalaj tasarımında doğallığı ve sadeliği ifade eden tasarım öğelerinin kullanıldığı söylenebilir.



Görsel 2. The Coffee Brewer Sürdürülebilir Filtre Kahve Ambalajı

Tüketicinin çevreye yönelik bilinci ve bu konudaki farkındalığı tüm dünyada yaygınlaştıkça tüketici alışkanlıklarında değişiklikler meydana gelmektedir, böylelikle sürdürülebilirlik kavramı giderek daha fazla ilgi görmektedir (İlisulu, 2019:21). Yaratıcı tasarımlar ile hem sürdürülebilirliğe katkı sağlanabilir hem de bugünün ihtiyaçları karşılanabilir. Çevresel



sorumluluk, gelecekte insan yaşamının sürdürülmesini sağlamak için çevreye özen göstermek anlamına da gelmektedir. Bu sorumluluğu üstlenen işletmeler, çevrenin korunmasına yardımcı olacak üretimler yapmanın yanı sıra hem insan hem de çevre için verimli ürünler üretmeye çalışırlar. Bu markalardan bir tanesi de The Coffee Brewer'dır. Görsel 2'de belirtildiği gibi, öğütülmüş filtre kahve ambalajı ödüllü ambalajdır ve yeniden kullanılabilme olanağı sunması ise sürdürülebilir ambalaj kategorisinde yer almaktadır. Polietilen kaplamalı kâğıttan yapılmıştır ve ambalaj içerisinde demleme poşeti bulunmaktadır. Ambalajın ön yüzeyinde çeşitli yazı karakterleri kullanılmıştır. İki fincan kahve demlenebildiğini belirtmek için illüstrasyondan faydalanılmıştır. Filtre kahvenin demlenmesi için ambalajın üst kısmında yer alan plastik fermuar açılıp içerisine sıcak su eklenmelidir, paketin dökülmeden ayakta kalmasını sağlamak için yeniden kullanılabilen bu tasarım körüklü yapılmıştır. Demleme işleminden sonra paketin yan kısmındaki aparatın kapağını açıp servis edilebilir. Paketin içinde kalan kahve tavelerinin atılıp kuruduktan sonra yeniden kahve eklenebilmesi ve demlenmesi özelliği ambalaja sürdürülebilir fonksiyon kazandırmıştır. Tasarımında kağıt kullanılan bu pakette kahverengi tonlar hakimdir, ambalaj ince ve az yer kaplamaktadır. Ön yüzeyinde kırmızı meyve şeklinde sunulan Guatemala kahvesi ve Guatemalalı kahve işçisi kadın figür ve çocuğu, iki fincan kahve demlemesini açıklayan illüstrasyon eklenmiştir. Bir kadın figürü ve çocuğu, kahve üretiminden geçim kaynakları bağlamında görselleştirilmiştir. Sepet ve geleneksel kıyafet ile doğallığa gönderme yapılmaktadır. Paketin arka yüzeyinde demleme talimatı bulunmaktadır. Aynı zamanda kahvenin yetiştirildiği bölge ve üretim sürecine kadar bilgi aktarılmaktadır.



Görsel 3. Nestlé Damak Sürdürülebilir Çikolata Ambalajı

Çevre bilincine sahip tüketiciler, tüketim tarzlarını yeniden gözden geçirmek ve çevre dostu ambalajlar kullanmak istemektedir (Ceylan, 2021:769). Bu sebeple markalar çevresel etkileri azaltmak için çeşitli sürdürülebilir stratejiler geliştirmektedirler. Görsel 3'te belirtildiği gibi, Nestlé Damak markasına ait "gece" isimli çikolatanın ambalajı %100 geri dönüştürülebilir kağıttan üretilmiştir. Sürdürülebilir tasarımı vurgulamak amacıyla logoda kullanılan damak kelimesinin "a" harfleri geri dönüşüm sembolü ile bütünleştirilmiştir. Ambalajın sol üst kısmında yer alan geri dönüşüm sembolü tasarımda ilk sırada okunmaktadır. Markanın sürdürülebilir doğası nedeniyle tasarım minimaldir. Tipografi açısından "gece" sözcüğü yazı karakteri itibariyle dişi ve zarif bir etki yaratmıştır. Marka adı, ürün adı, slogan ve sürdürülebilirlik söylemleri sans-serif yazı tipiyle ifade edilmiştir ve okunabilirlik bozulmadan tasarım öğeleri merkezde tutulmuştur. Görsel dil olarak illüstrasyonun aksine fotoğraf kullanılması tasarımın gerçekçi anlatım diline gönderme yapmaktadır. Ambalajın arka yüzeyinde sürdürülebilirlik söylemini güçlendirmek için sürdürülebilir manifestolarının anlatımı gerçekleştirilmiştir. "Kendimizi Antep fıstığına adadık" sloganı ile Antep fıstığının sürdürülebilirliğine sağladıkları katkıyı ifade etmişlerdir.



Görsel 4. Sleepy Sürdürülebilir Bebek Bezi Ambalajı

Çevrenin korunması konusu, son zamanlarda doğal kaynakların yok edilmesine ilişkin farkındalığın artmasıyla birlikte artan bir ilgi görmüştür. Tüketiciler artık sürdürülebilir kalkınmaya, özellikle de çevrenin korunmasına katkıda bulunma konusunda motive olmuşlardır. Artan aşırı tüketim daha fazla israfa yol açtığından, günlük tüketim kalıplarını yeşil tüketime çevirmek çok önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Çevre dostu veya "yeşil" satın alma kararları, çevre dostu ürünlerin kullanılması yoluyla olumsuz çevresel etkileri azaltma fırsatları sunmaktadır. Ambalaj malzemelerine dayalı olarak, çevresel etkilerini en aza indirmek için stratejiler geliştiren markalardan biri de Sleepy'dir. Görsel 4'te belirtildiği gibi, Sleepy ekolojik bebek bezi ve hijyen ürünlerinde kullandıkları tasarımda mesajlar açık bir biçimde ifade edilmiştir. Yeşil ve toprak renklerinin baskın olduğu tasarımda doğa dostu, organik, saflık ve doğallığa gönderme yapılmaktadır. Ekolojik ve doğal olması sebebiyle tasarımda kraft kağıda benzeyen doku kullanılmıştır. Tasarımda kullanılan kraft kağıt, organik doğayı göstermek için kullanılmıştır (Ceylan, 2021:768). Sleepy logosu altında "ecologic" sloganı el yazısı yazı karakteri biçiminde yer almaktadır. Yazı karakteri bir iletişim biçimidir, el yazısı biçimindeki yazı karakterleri doğallığa gönderme yapma amacıyla kullanılmaktadır (Garfield, 2021:64). Tasarımda el yazısı kullanılması ve ikonlarda sert köşelerin olmaması tüketiciye sakin, yumuşak ve doğal bir his vermek içindir. Bu markanın ürünleri çevre dostu ambalajlama açısından önemli özelliklere sahiptir. Doğayla

bütünleşebilen malzeme kullanılmıştır. Bebek bezindeki emici kısma tohum yerleştirilmiştir. Böylece atık hale geldiğinde doğada tohumlar toprakla bütünleşecek ve çimlenecektir. Dolayısıyla bu ürün kullanımı yüz binlerce tohumun bitkiye dönüşerek oksijen üretimine katkı sağlamaktadır. Ambalajın ön yüzeyinde çeşitli ikonlar kullanılmıştır. Bebek bezinin içeriğinde bulunan şeker kamışı, bambu, saf su, organik pamuk ve badem sütü ikon tasarımıyla ifade edilmiştir. Aynı zamanda ön yüzeyde anne ve bebek çizgisel üslupla ifade edilmiştir. Kucağında bebek olan annenin sevgi bağı hissettirilmektedir. Ambalaj tasarımındaki bu etkinin marka ve tüketici arasındaki ilişkiye uzun vadeli katkı sağlayacağı ifade edilebilir.



Görsel 5. Cif Ultra Serum Sürdürülebilir Konsantre Temizlik Ürün Ambalajı

Bilinçli tüketiciler, alternatif tüketim modellerinde ekolojik değer bağlamında marka stratejilerine odaklanmaktadır. Örneğin "tek kullanımlık" plastik poşetler yerine ekolojik olarak zararsız olduğu için "dayanıklı" olarak nitelendirebileceğimiz bez poşetleri tercih etmektedirler. Buna örnek olarak Görsel 5'te belirtildiği gibi, Cif markasına ait Ultra Serum ambalajıdır. Konsantre ambalaj %100 geri dönüştürülebilir. Sürdürülebilirlik katkıları açısından, konsantre ürünler daha az atık üretirler ve daha az raf alanı kaplamaktadırlar. Bitmiş büyük şişeyi suyla doldurup, konsantre sıvıyı ekleyerek, sürdürülebilirlik ilkeleri yerine getirilmiş olur aynı zamanda bu ürün ile tüketicileri yeni büyük şişeleri satın almaktan caydırmaktadır. Konsantre serumun ön yüzeyinde logo tasarımı ve minimal ince bir tipografi kullanılmıştır. Sürdürülebilir ambalaj tasarımı yapısı gereği sade olmalıdır. Cif konsantre serum ambalajı da bu özellikleri

yansıtmaktadır. Ürünün kullanımı ile ilgili ikonlar tasarlanmış, tipografiyle birlikte kullanılarak anlatım güçlendirilmiştir. Ambalajın arka yüzeyinde bu ürünün kullanım faydaları ve nasıl kullanılacağı ile ilgili bilgi aktarılmaktadır. Ambalajın yeniden kullanımı ile bu ürün ekolojik ambalaj kategorisinde değerlendirilebilir.

## 7. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

İklim değişikliği ve enerji tüketiminin artması, markaların günceli yakalama hareketi nedeniyle çevre bilinci, farkındalık, sürdürülebilir ve ekolojik tasarım kavramları ön plana çıkmaktadır. Tüketicilerin giderek daha fazla çevreye duyarlı hale gelmesi, tasarımcıları çevre dostu tasarımlar yaratmaya yöneltmektedir. Tasarımcılar, tasarladıkları ürünün her aşamasında öngörülü ve hesaplı olmalıdır. Tasarımlarda sorun çözmenin yanı sıra sürdürülebilirlik, pratik değer, ekonomiklik, yaratıcılık ve özgünlük de dikkate alınmalıdır. Tasarım problem çözüme odaklıdır ve tasarımcıların yeni sürdürülebilir çözümler sunabilmeleri için şekil ve içerik konusunda daha öngörülü yaklaşım sergilemeleri gerekmektedir.

Ambalaj üzerindeki farklı grafik tarzlar, zamanın farklı estetik anlayışlarını ve farklı tüketim alışkanlıklarını göstermektedir. Birbirinden farklı ürünleri tanıtmak, taşınmasını kolaylaştırmak, kullanımı ile ilgili bilgi vermek ve tüketiciyi ikna etmek konusunda ambalaj tasarımı, tüketicileri ikna etmesi açısından grafik tasarım alanında önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmanın en temel amacı çevresel konuda farkındalık oluşturmaya çalışan ekolojik ambalaj tasarımlarının görsel bir analizini yapmaktır. Elde edilen bulgulara göre; sürdürülebilirlik kavramının doğrudan ve net bir şekilde ilişkilendirilmesini sağlayan simge ailesine yönelik açık bir ihtiyaç belirlenmiştir. Bu simge ailesiyle, markaya ait olan sürdürülebilir bilginin etkili ve verimli iletişimini kolaylaştıracağı düşünülmektedir. Aynı zamanda ambalaj tasarımının mesaj iletmeki gücü bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Ambalaj tasarımındaki mesajdan yola çıkılarak imgelerin nasıl oluşturulduğu, tasarım öğelerinin ambalaj yüzeylerinde nasıl organize edildiği, tasarım ve sürdürülebilirlik mesajına yönelik hangi renklerin tercih edildiği ve tasarımı meydana getirmek için kullanılan tekniğin neler olduğu bu çalışma kapsamında açıklanmıştır.

Ambalaj endüstrisi, ambalajı daha sürdürülebilir hale getirmek için sürekli olarak yeni özellikler eklemelidir. Tüketicilerin çevre bilinci her zaman dikkate alınmalı ve hâlihazırda çevre

dostu olmayan tüketicilerin çevre dostu davranış düzeylerinin yükseltilmesi için çaba gösterilmelidir ve bu konuda bilinçlendirilmelidir. Ayrıca bu çalışmada markanın sadece ürünlerine değil, ekolojik ambalajlarına da odaklanılmaktadır. Bu nedenle, gelecekteki araştırmalar, tüketicilerin çevre dostu davranışlarını ve tüketici satın alma davranışı bağlamında ele alınabilir.

### Kaynakça

- Bovea, M. D., Serrano, J., Bruscas, G. M., ve Gallardo, A. (2006). "Application of Life Cycle Assessment to Improve the Environmental Performance and Science", *Packaging Technology and Science*, s. 83–95.
- Cadarso, M., ve Silva, F. M. (2016). "The Importance of Sustainability in the Communication Design", In D. B. Kaber ve G. Boy (Ed.), *Advances in Cognitive Ergonomics*, CRC Press, s. 250–259.
- Ceylan, H. B. (2021). "Etiket Tasarımı ile "Maske–Mesafe–Hijyen" Kurallarının Çocuk Tüketicilere Hatırlatılmasına Yönelik Bir Öneri", *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, Sayı 81, s.767–780. <https://doi.org/10.7816/idil-10-81-05>.
- Chiang, W. S. (2019). "Lecturers' understanding of integrating social responsibility dimensions into graphic design curriculum", *Journal of Arts and Social Sciences*, 2(2), s. 12–26.
- Chick, A. ve Micklethwaite, P. (2011). *Design for Sustainable Change: How Design and Designers Can Drive the Sustainability Agenda*, AVA Publishing.
- Emblem, A. (2012). *Packaging Technology: Fundamentals, Materials and Processes*, Woodhead Publishing.
- Garfield, S. ve S. G. (Ed.). (2021). *Tam Benim Tipim*, İstanbul: Domingo Yayınevi.
- İlisulu, T. İ. (2019). "Gıda Ambalajı Tasarımlarında Değişen Tüketici Beklentileri", *Sanat Tasarım Dergisi*, 10, <https://doi.org/10.35333/sanat.2019.84>, s. 16–23.
- Klimchuk, M. R., ve Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf*, Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., Dermody, J., ve Urbye, A. (2014). "Consumers' Evaluations of Ecological Packaging - Rational and Emotional Approaches", *Journal of Environmental Psychology*, 37, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.11.009>, s. 94–105.
- Magnier, L., ve Schoormans, J. (2015). "Consumer Reactions to Sustainable Packaging: The Interplay of Visual Appearance, Verbal Claim and Environmental Concern", *Journal of*

*Environmental Psychology*, Sayı 44, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.09.005>, s. 53–62.

Övüç, S. (2015). *Tüketicilerin Sürdürülebilir Ambalaja Sahip Ürün Satın Alma Niyeti*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Selamet, S. (2012). “Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15). s. 125-148.

Shaikh, D., ve Chaparro, B. (2016). “Perception of Fonts: Perceived Personality Traits and Appropriate Uses”, *Digital Fonts and Reading*, s.226–247.

Veral, E. S. (2018). “Döngüsel Ekonomiye Geçiş Doğrultusunda Yeni Tedbirler ve AB Üye Ülkelerinin Stratejileri”, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 17(2), s. 463–488.

### **İnternet Kaynakları**

“The İco-D Sürdürülebilirlik Raporu”, (2021). Snapshot of Current Issues in Design for Sustainability, <https://www.theicod.org/resources/news-archive/snapshot-current-issues-design-sustainability>, Erişim tarihi: 12.03.2023.

Johnson, J. (2021). “Consumer Health Company”, <https://www.jnjconsumerhealth.com/our-brands/skin-health-beauty/le-petit-marseillais>, Erişim tarihi: 12.03.2023.

### **Görsel Kaynaklar**

Görsel 1. “Le Petit Marseillais Sürdürülebilir Duş Jeli Ambalajı”, <https://www.migros.com.tr/le-petit-marseillais-dus-jeli-sut-refil-1lt-p-20c96c6>, Erişim tarihi: 14.03.2023.

Görsel 2. “The Coffee Brewer Sürdürülebilir Filtre Kahve Ambalajı”, <https://images.migrosone.com/macrocenter/product/3221433/03221433-ee7957-1650x1650.jpg>, Erişim tarihi: 12.03.2023.

Görsel 3. “Nestle Damak Sürdürülebilir Çikolata Ambalajı”, Ayşe İri Öztürk.

Görsel 4. “Sleepy Sürdürülebilir Bebek Bezi Ambalajı”, <https://olgahankimya.com.tr/urun/sleepy-ecologic-bebek-bezi-2-numara-mini-68li/>, Erişim tarihi: 12.03.2023.

Görsel 5. “Cif Ultra Serum Sürdürülebilir Konsantre Temizlik Ürün Ambalajı”, <https://cdn.akakce.com/z/cif/cif-power-shine-mutfak-750-ml-ultra-70-ml-mutfak-temizleyici-serum.jpg>, Erişim tarihi: 12.03.2023.