



Received / Makale Geliş Tarihi 21.04.2025
Published / Yayınlanma Tarihi 30.06.2025
Volume (Issue) Cilt (Sayı) 9 (55)
pp / ss 520-528

Research Article /Araştırma Makalesi
10.5281/zenodo.15742082
Mail: editor@pejoss.com

Öğr. Gör. Akif Kemal Karatepe

<https://orcid.org/0000-0003-0500-7677>

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Tasarım Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE

ROR Id:<https://ror.org/04mma4681>

Öğr. Gör. Sibel Çolak Boncukçu

<https://orcid.org/0000-0001-5556-467X>

Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Mimarlık ve Şehir Planlam Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE

ROR Id: <https://ror.org/04mma4681>

Ambalaj Tasarımı Üzerine Yayınlanmış Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Published Academic Studies on Packaging Design

ÖZET

Estetik, işlevsellik, sürdürülebilirlik ve marka kimliği gibi disiplinler arası bileşenleri bünyesinde bulunduran, dinamik bir tasarım alanı olan ambalaj tasarımına dair son yıllarda özellikle tüketici davranışları, ekolojik çevre hassasiyeti ve dijitalleşme odaklı eğilimlerin etkisi ile yapılmakta olan bilimsel çalışmaların sayısında artış gözlemlenmektedir.

Bibliyometrik analiz yöntem kullanılmakta olan bu çalışma kapsamında yapılan tarama ile elde edilen veriler, WoS veri tabanından BibTeX formatında indirilerek, R 4.2.2 paket programı eklentisi olan biblmetrix – biblioshiny ile incelenmiştir. Verilerin toplanması için “packaging design” kelimesi Web of Science veri tabanından aratılarak ortaya çıkan sonuçlar incelenmiştir. Web of Science veri tabanı üzerinde 1.839 akademik çalışma olduğu ortaya çıkmıştır. Söz konusu çalışmalar içerisinde 2009 ile 2025 yılları arasında yayınlanmış, Social Sciences Citations Index (SSCI), Science Citations Index Expanded (SCI-EXPANDED) ve Art & Humanities Citations Index (A&HCI) indekslerinde yayınlanan, İngilizce makaleler filtrelenerek veri seti oluşturulmuş olup, filtreleme işlemi sonrasında çalışma 741 makale ile sınırlandırılmıştır. Bu makalede, Web of Science uluslararası literatür tarama veri tabanlarından elde edilen veriler, yıllara göre yayın sayıları, atıf alan belgeler, en üretken yazarlar ile anahtar kelime bulutları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu bağlamda mevcut literatür çalışması haritalandırılmasının yanı sıra gelecekte yapılacak çalışmalara da yön verecek kapsamlı bir altyapı oluşturulması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ambalaj Tasarımı, Bibliyometrik Analiz, Sürdürülebilir Tasarım, Grafik Tasarım, Kullanıcı Deneyimi

ABSTRACT

In recent years, there has been an increase in the number of scientific studies on packaging design, a dynamic design field that encompasses interdisciplinary components such as aesthetics, functionality, sustainability, and brand identity, particularly due to trends focused on consumer behavior, ecological environmental sensitivity, and digitalization.

Bibliometric analysis methods are used in the research. The data obtained from the search conducted within the scope of this study were downloaded from the WoS database in BibTeX format and analyzed using the biblmetrix – biblioshiny add-on of the R 4.2.2 package program. The results obtained by searching for the term “packaging design” in the Web of Science database were examined to collect the data. A total of 1,839 academic studies were found in the Web of Science database. From these studies, English articles published between 2009 and 2025 in the Social Sciences Citations Index (SSCI), Science Citations Index Expanded (SCI-EXPANDED), and Art & Humanities Citations Index (A&HCI) indices were filtered to create a data set. After filtering, the study was limited to 741 articles. In this article, data obtained from the Web of Science international literature search databases were evaluated in terms of the number of publications by year, cited documents, most productive authors, and keyword clouds. In this context, the aim is to create a comprehensive infrastructure that will not only map the current literature but also guide future studies.

Keywords: Packaging Design, Bibliometric Analysis, Sustainable Design, Graphic Design, User Experience.

1. GİRİŞ

Günümüzde ambalaj, ürünleri yalnızca korumakla sınırlı bir işlev görmemekte aynı zamanda tüketiciye iletilmek istenen duygusal, kültürel ve estetik mesajları da taşıyan görsel bir iletişim aracına dönüşmektedir (Silayoi & Speece, 2007). Ambalaj, ürünleri nakliye ve satış için hazırlama sanatı, bilimi ve endüstrisidir. Bir markanın ambalajı, müşterilerin ürüne ilişkin tutumları üzerinde etkilere sahiptir (Parhizgar & Rostami, 2014). Günümüzde ambalaj tasarımı, grafik tasarımdan malzeme bilimine, psikolojiden çevre mühendisliğine kadar pek çok disiplinin kesişiminde yer almakta ve bu yönüyle disiplinlerarası bir yaklaşım gerektirmektedir.

Ambalajın biçimi, rengi, uygulanan yazı karakterleri, materyali ve sembolik anlamları, yalnızca ürünün tanıtımı açısından değil aynı zamanda markanın sürdürülebilirlik stratejileri, kullanıcı deneyimi ve tüketici güveni açısından da stratejik bir önem taşımaktadır (Underwood & Klein, 2002). Bu durum, ambalaj tasarımı üzerine yapılan akademik çalışmaların çeşitlenmesine ve bu alandaki bilimsel ilginin artmasına neden olmaktadır.

Bibliyometrik analiz, belirli bir akademik alandaki yayın eğilimlerini, araştırma ağırlıklarını ve iş birliği dinamiklerini nesnel göstergelerle değerlendiren güçlü bir yöntemdir. Bu çalışmada bibliyometrik yöntem, ambalaj tasarımı alanındaki literatürün zamansal gelişimini, anahtar kelime ağlarını ve üretkenliği haritalamak amacıyla kullanılmıştır. Böylece alanda hem teorik hem de metodolojik eğilimler ortaya konularak gelecek araştırmalar için yön gösterici bir çerçeve sunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ambalaj tasarımı, ürünün korunmasını, taşınmasını ve pazarlanmasını sağlayan çok yönlü bir tasarım sürecidir. Günümüzde bu süreç; ergonomi, malzeme seçimi, görsel estetik, kullanıcı deneyimi ve sürdürülebilirlik kriterlerini kapsayacak şekilde gelişmiştir (Wells vd., 2007). Özellikle dijitalleşme ile birlikte ambalajlara yerleştirilen QR kodlar, akıllı etiketler ve artırılmış gerçeklik uygulamaları, ambalajın etkileşimli ve iletişimsel yönünü de güçlendirmektedir. Ambalaj tasarımı aynı zamanda kültürel göstergeleri de içinde bulunduran bir kimlik unsuru olduğundan, renk seçimi, semboller ve yazı biçimleri, belirli bir coğrafya ya da toplulukla özdeşleşen kültürel kodları barındırabilmektedir (Kuvykaite vd., 2009).

Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınların niceliksel olarak değerlendirilmesini sağlayan istatistik temelli bir yöntemdir. Yayın sayısı, atıf yoğunluğu, h-endeksi, anahtar kelime birliktelikleri, uluslararası iş birlikleri gibi metrikler üzerinden alanın yapısı analiz edilir (Donthu vd., 2021).

Bu yöntemin temel avantajı; belirli bir disiplinin ne yönde ilerlediğini ve hangi konularda yoğunlaştığını veri odaklı olarak sunabilmesidir. Örneğin, VOSviewer kullanılarak yapılan analizler, anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri grafiksel olarak ortaya koyarken Bibliometrix, tematik haritalar ve iş birliği ağları üzerinden daha kapsamlı bir değerlendirme yapmayı mümkün kılar (Aria & Cuccurullo, 2017).

Bu çalışmada, söz konusu araçlar aracılığı ile elde edilen bulgular, ambalaj tasarımı alanındaki bilimsel üretimin yoğunlaştığı temaları, eksikleri ve potansiyel araştırma alanlarını görünür kılmayı hedeflemektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Önem ve Amacı

Ambalaj tasarımı, yalnızca bir ürünün korunmasına hizmet eden bir araç değil, aynı zamanda tüketiciyle kurulan ilk görsel ve duygusal temas noktasıdır. Günümüzde ambalaj tasarımı, marka kimliğinin oluşturulması, tüketici davranışlarının yönlendirilmesi ve sürdürülebilirlik gibi birçok konuda stratejik bir unsur hâline gelmiştir. Özellikle pazarlama ve endüstriyel tasarım disiplinlerinin kesişiminde yer alan ambalaj tasarımı hem estetik hem de işlevsel yönleriyle dikkat çekmektedir.

Bu çalışma ile uluslararası literatürde ambalaj tasarımı konusunu ele alan akademik yayınlar incelenerek, alandaki eğilimlerin, öne çıkan temaların ve olası araştırma boşluklarının ortaya konması amaçlanmaktadır. Literatür taraması sonucunda ambalaj tasarımı ile ilgili güncel eğilimlerin belirlenmesi ve bu alanın gelecekteki gelişim yönlerine katkı sağlanması beklenmektedir.

Ambalaj tasarımı, özellikle sürdürülebilirlik, kullanıcı deneyimi ve görsel iletişim gibi başlıklar altında yoğun biçimde ele alınmakta; aynı zamanda dijitalleşme ile birlikte akıllı ambalajlar ve çevrim içi alışverişte görsel algı gibi yeni araştırma alanları da doğurmaktadır. Bu nedenle konunun disiplinler arası yönü önem kazanmaktadır.

Çalışmanın verileri Web of Science veri tabanından elde edilmiştir. "Packaging design" anahtar kelimesi kullanılarak yapılan taramada yalnızca İngilizce yazılmış makaleler dikkate alınmış ve toplamda 1.839 akademik yayına ulaşılmıştır. Elde edilen yayınlar, içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş olup anahtar kelimeler, yıllara göre yayın sayıları, atıf düzeyleri ve araştırma eğilimleri bakımından sınıflandırılmıştır.

Bu bağlamda yapılan analizler, ambalaj tasarımı alanında henüz yeterince ele alınmamış konuların belirlenmesine olanak sağlayacak ve yeni araştırmalar için yönlendirici nitelikte olacaktır.

3.2. Evren ve Örneklem

Web of Science veri tabanında toplam 1.839 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar arasından, 2009–2025 yılları arasında yayımlanmış; Social Sciences Citation Index (SSCI), Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) ve Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) kapsamındaki İngilizce makaleler filtrelenerek veri seti oluşturulmuştur. Araştırma evrenine dahil edilen makalelere ilişkin genel bilgilere Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Makalelere İlişkin Genel Bilgiler

Açıklama	Sonuçlar
Veri Seti Hakkında Ana Bilgiler	
Zaman Aralığı	2009:2025
Kaynaklar	300
Makale Sayısı	741
Yıllık Yayımlanan Ortalama Makale Sayısı %	9,38
Yıl Başına Düşen Ortalama Makale Sayısı	5,44
Makale Başına Düşen Atıf Sayısı	18,5
Atıf Sayısı	25,995
Doküman İçeriği	
Anahtar Kelimeler + (ID)	1531
Yazarın Anahtar Kelimeleri (DE)	2609
Yazarlar	
Yazarlar	2455
Tek yazarlı belgelerin yazarları	69
Yazar İşbirliği	
Tek yazarlı dokümanlar	76
Doküman Başına Ortak Yazarlar	4,27
Uluslararası ortak yazarlık %	22,54
Doküman Türü	
Makale	741

3.3. Verilerin analizi

Ambalaj tasarımı alanında yürütülen akademik çalışmaların sayısındaki artış, bu alana yönelik literatürde önemli bir birikimin oluşmasını sağlamıştır. Artan yayın hacmiyle birlikte, mevcut bilgilerin sınıflandırılması, analiz edilmesi ve anlamlı şekilde yapılandırılması gerekliliği doğmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda bibliyometri, ambalaj tasarımı literatürünün sistematik olarak değerlendirilmesine olanak tanıyan etkili bir metodolojik araç olarak öne çıkmaktadır. Bibliyometrik yöntemler; kelime sıklığı analizi, yazar üretkenliği, ortak yazarlık ağları, atıf analizleri ve ülke-temelli yayın dağılımı gibi birçok nicel ölçütü kullanarak literatürün kapsamlı bir biçimde analiz edilmesini mümkün kılmaktadır.

Bu çalışmada, “packaging design” anahtar kelimesi kullanılarak Web of Science (WoS) veri tabanında yapılan tarama sonucunda elde edilen veriler, BibTeX formatında indirilmiş ve R 4.2.2 sürümünde çalışan bibliometrix eklentisiyle analiz edilmiştir. Elde edilen veriler aracılığıyla, ambalaj tasarımı literatürünün gelişim seyri, araştırma eğilimleri, yazar iş birlikleri ve öne çıkan temalar bütüncül bir yaklaşımla incelenmiştir.

4. BULGULAR

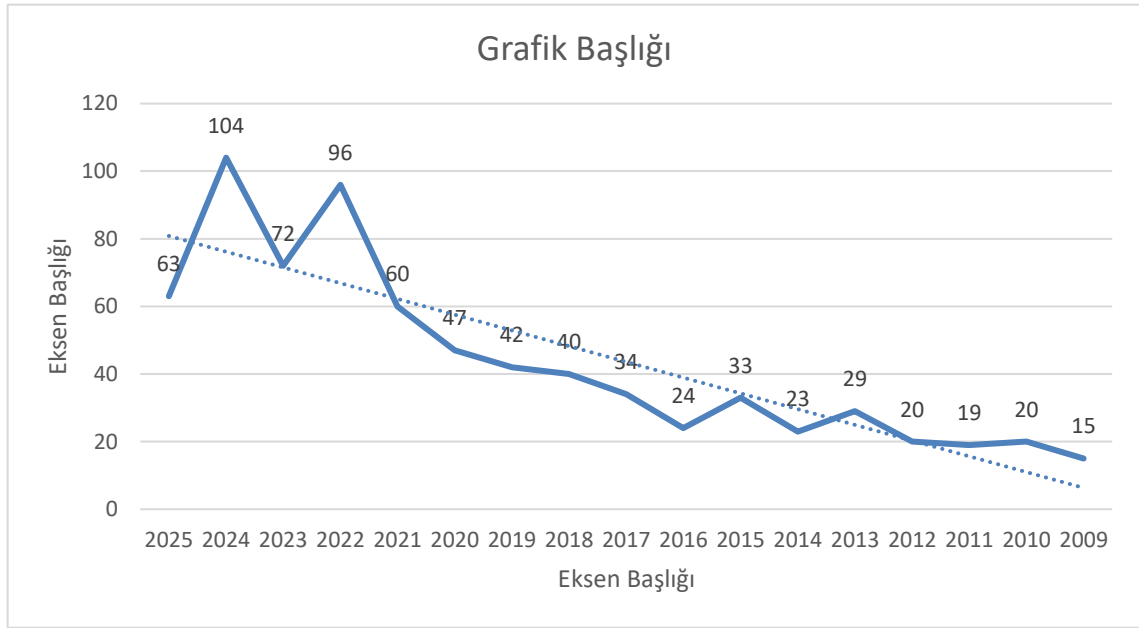
Çalışmanın bulguları, daha anlamlı olması açısından dört ana başlık altında incelenmiştir.

4.1. Dergilere İlişkin Bulgular

Toplamda 741 makale incelenmiş olup makalelerin yayımlandıkları yıllara göre dağılımı Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Yıllık Bilimsel Üretim

Yıl	Number of Scientific Production
2025	63
2024	104
2023	72
2022	96
2021	60
2020	47
2019	42
2018	40
2017	34
2016	24
2015	33
2014	23
2013	29
2012	20
2011	19
2010	20
2009	15

**Şekil 1:** Yıllara Göre Yayınlanan Makale Sayısı

Şekil 1’de 2009 ile 2025 yılları arasındaki verilerin yıllık dağılımı görülmektedir. 2009 yılında 15 olan değer, yıllar içinde dalgalı bir seyir izleyerek zaman zaman artış göstermiştir. 2012 ve 2010’da 20, 2011’de ise 19 olarak kaydedilen değerler, 2014’te 23’e, 2015’te 33’e yükselmiştir. 2016’da kısa bir düşüşle 24’e gerileyen veri, 2017’de 34’e çıkarak tekrar artış göstermiştir. 2018–2020 yılları arasında değerler sırasıyla 40, 42 ve 47 olarak kaydedilmiş; 2021 yılında ise 60’a yükselmiştir. Özellikle 2022 (96) ve 2024 (104) yıllarında dikkat çekici artışlar yaşanmıştır. 2025 yılında ise 63’e düşüş görülmüştür. Genel eğilim incelendiğinde, yıllar içerisinde dalgalanmalar yaşanmakla birlikte, trend çizgisi verinin uzun vadede artan bir seyir izlediğini ortaya koymaktadır. Bu durum, ilgili konuda zaman zaman yoğunlaşan akademik ilgiye rağmen, genel olarak azalan bir üretim eğiliminin varlığına işaret etmektedir.

Bradford saçılım yasası en çok bilinen yasadır. İlk olarak 1934’te yayınlanan Bradford’un (bilgi kaynaklarındaki konuların) saçılma yasası, genellikle Zipf Yasası (doğal dil metnindeki kelime frekansları hakkında) ve Lotka Yasası (yazarların üretkenliğinin dağılımı hakkında) ile anılır. Belirtilen yasalar en önemli üç bibliyometrik yasadır (Topçuoğlu vd., 2023). Bradford’un Saçılım Yasası belirli bir konu hakkında öze ilişkin en temel ve çekirdek değerlendirmeleri yaparak konu ile ilgili dergilere yönelik verimli bilgiler elde etmeyi amaçlamaktadır. Böylece okuyucular, Bradford’un Saçılım Yasası sayesinde gereksiz yere zaman harcamayarak önemli fikirler elde edebileceklerdir (Thelwall, 2008). Genellikle Kütüphane ve Bilgi Bilimi içinde bulunan en iyi bilimsel araştırma modeli veya örneği olarak kabul edilmektedir (Arsenova, 2013). Bradford Saçılım Yasası, belirlenmiş alan ya da konunun yayınlandığı dergiler ve bunların dağılımını gösterir (Garfield, 1980). Bu yöntem literatürün araştırılıp sınıflandırılmasına yardımcı olur.

Tablo 3. Bradford Saçılım Yasası'na Göre Dergi Tablosu

Sıra	Dergi İsmi	Frekans	Kümülatif Frekans	Bölge
1	Packaging Technology And Science	53	53	Zone 1
2	Food Quality And Preference	40	93	Zone 1
3	Sustainability	25	118	Zone 1
4	Applied Sciences-Basel	13	131	Zone 1
5	Foods	13	144	Zone 1
6	Ieee Transactions On Components Packaging And Manufacturing Technology	13	157	Zone 1
7	Journal Of Cleaner Production	13	170	Zone 1
8	British Food Journal	12	182	Zone 1
9	Food Packaging And Shelf Life	12	194	Zone 1
10	Psychology & Marketing	10	204	Zone 1

Tablo 3 incelendiğinde ambalaj tasarımı konu alan ve en çok sayıda yayın yapan “Packaging Technology And Science” dergisinin 1. bölgeden 53 eserle en çok araştırma yaptığı, “Food Quality And Preference” dergisinin 1. bölgeden 40 eserle ikinci sırada yer aldığı, “Sustainability” dergisinin ise 1. bölgeden 25 eserle üçüncü sırada bulunduğu görülmektedir.

Dergilerin üretkenliğinde etkili olan diğer bir kriter ise atıf ve yayınların değerlendirmesi olan h/g/m indekslerdir. h-indeksi, derginin veya yazarın yayımlanan çalışmalarının etkililiğini anlayabilmek adına oluşturulmuş kriterdir (Al, 2008). Bir araştırmacının bilimsel çıktısını sadece yayın sayısı ile değil aynı zamanda yayına karşılık atıf ölçmek için yeni bir yöntem ortaya konulmuştur (Tietze ve Hofmann, 2019). Bilim yaşamı uzun olan dergi veya yazarların h indeksleri daha yüksek çıkabilmektedir (Bornmann vd., 2008). Dergilerin üretkenliklerinin dair bilgiler Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Dergilerin h/g/m İndeks Tablosu

Dergi İsmi	h indeks	g_indeks	m_indeks	Toplam Atıf Sayısı	Yayın Sayısı	Yayımlanan İlk Makalenin Tarihi
Food Quality And Preference	24	40	1,6	1708	40	2011
Packaging Technology And Science	17	30	1,063	973	53	2010
Sustainability	11	17	1,1	305	25	2016
Journal Of Cleaner Production	9	13	0,6	932	13	2011
Journal Of Food Engineering	8	9	0,471	307	9	2009
British Food Journal	7	12	0,412	361	12	2009
Color Research And Application	6	8	0,75	74	8	2018
Food Packaging And Shelf Life	6	12	0,6	165	12	2016
Ieee Transactions On Components Packaging And Manufacturing Technology	6	10	0,429	101	13	2012
Foods	5	8	0,625	72	13	2018

4.2. Yazarlara İlişkin Bulgular

Yazarların üretkenliğine dair çeşitli değerlendirmeler bulunmakla birlikte bu değerlendirmelerin en önemlilerinden biri olarak Lotka Yasası kabul görmektedir. Tablo 5'te, Lotka Yasası aracılığıyla yazar üretkenliği gösterilmektedir.

Tablo 5. Lotka Yasası'na Göre Yazar Dağılımı

Yazılan belgeler	Yazar Sayısı	Yazarların Oranı
1	2075	0,845
2	237	0,097
3	76	0,031
4	28	0,011
5	15	0,006
6	6	0,002
7	6	0,002
8	4	0,002
9	3	0,001
10	3	0,001
13	1	0
19	1	0

Tablo 5'e göre 2.075 yazar yalnızca bir yayın yapmıştır ve bu sayı tüm yazarların %84,5'ine karşılık gelmektedir. Bu durum, Lotka Yasası'nın öngördüğü gibi tek yayın yapan yazarların büyük bir çoğunluğu oluşturduğunu göstermektedir. Yayın sayısı arttıkça yazar sayısı belirgin bir şekilde düşmektedir. İki yayın yapan yazar sayısı 237 (%9,7), üç yayın yapanlar ise sadece 76 kişidir (%3,1). Beş ya da daha fazla yayın yapan yazar sayısı ise yalnızca 35'tir ve toplamın yaklaşık %1,4'ünü oluşturmaktadır. Bu veriler, alandaki yazar üretkenliğinin Lotka Yasası ile büyük ölçüde uyumlu olduğunu göstermektedir.

Genel olarak yazarların birden fazla yayında yer almadığı dikkati çekmektedir. Yazarların ve dergilerin üretkenlik düzeylerini bilimsel olarak analiz edebilmek amacıyla h, m ve g gibi çeşitli indeksler kullanılmaktadır. Bu çerçevede oluşturulan veriler Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Yazarların Üretkenliklerinin h/g/m İndekslerine Göre Dağılımı

Yazar	h_indeks	g_indeks	m_indeks	Toplam Atıf	Toplam Yayın Sayısı	İlk Yayın Tarihi
Spence C.	11	13	0,786	625	13	2012
Mahajan PY.	8	9	0,471	278	9	2009
Van Rompay TIL.	8	8	0,533	578	8	2011
Wang J.	8	17	0,5	299	19	2010
Lidon I.	6	6	0,429	271	6	2012
Rebollar R.	6	7	0,429	272	7	2012
Wang X.	6	10	0,429	202	10	2012
Ambaw A.	5	5	0,556	182	5	2017
Park J.	5	6	0,357	146	6	2012
Verghese K.	5	5	0,313	418	5	2010

Yazar analizinde yazarların yıllara göre yayın sayıları ve h indeksi dikkate alınmıştır. Tablo 7’de en fazla makale üreten 10 yazar sunulmaktadır. Makale başına yazar katkısı Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Makale Başına Yazar Katkısı

Yazarlar	Makale Sayısı	Makale Başına Yazar Katkısı
Wang J.	19	4,93
Spence C.	13	4,07
Wang X.	10	1,90
Wang Y.	10	3,81
Wang Z.	10	2,89
Li H.	9	2,58
Mahajan PY.	9	2,40
Zhang Y.	9	1,63
Van Rompay TIL.	8	2,45
Wan X	8	2,50

4.3. Sözcüklerin Analizi

Tablo 8’de yer alan verilere göre, incelenen belgelerde en sık karşılaşılan “design” olup, toplamda 98 kez kullanılmıştır. Bu durum, çalışmanın odaklandığı alanın tasarım kavramı etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. “Design” sözcüğünü, 62 tekrar ile “perceptions” sözcüğü takip etmektedir. Bu bulgu, tasarımla ilgili çalışmaların önemli ölçüde algı temelli yaklaşımlarla ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır.

“Food” (54 kez) ve “impact” (53 kez) sözcükleri de sıklıkla geçen diğer kavramlar arasında yer almakta ve çalışmalarda besinle ilgili içeriklerin etkiler üzerinden değerlendirildiğine işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, “quality” (50 kez) ve “perception” (41 kez) gibi kavramlar hem ürün niteliği hem de kullanıcı algısı üzerine yapılan vurguları desteklemektedir.

“Information” (37 kez), “behavior” ve “consumption” (her biri 33 kez) gibi sözcüklerin de sıkça geçmesi, tüketici davranışları, bilgi aktarımı ve tüketim alışkanlıklarının ele alındığını göstermektedir. Son olarak, “model” sözcüğü 32 kez kullanılarak, bu alandaki çalışmaların çeşitli kavramsal ya da istatistiksel modellemelerden faydalandığını düşündürmektedir.

Genel olarak tablo 8, çalışmanın içeriğinde tasarım, algı, kalite, tüketim ve davranış gibi kavramların birbirini tamamlayacak biçimde ele alındığını ve bu temalar etrafında yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 8. En Çok Tekrarlanan Anahtar Kelimeler

Sözcükler	Olaylar
Design	98
Perceptions	62
Food	54
Impact	53
Quality	50
Perception	41
Information	37
Behavior	33
Consumption	33
Model	32

Kelime bulutu görseli, çalışmanın odaklandığı anahtar temaları ve bu temaların metin içinde ne derece yoğun bir şekilde ele alındığını görsel olarak temsil etmektedir. Şekil 2’de en büyük boyutla yer alan “design” (tasarım) kelimesi, bu alandaki en baskın kavramın tasarım olduğu ve çalışma boyunca sıkça işlendiği

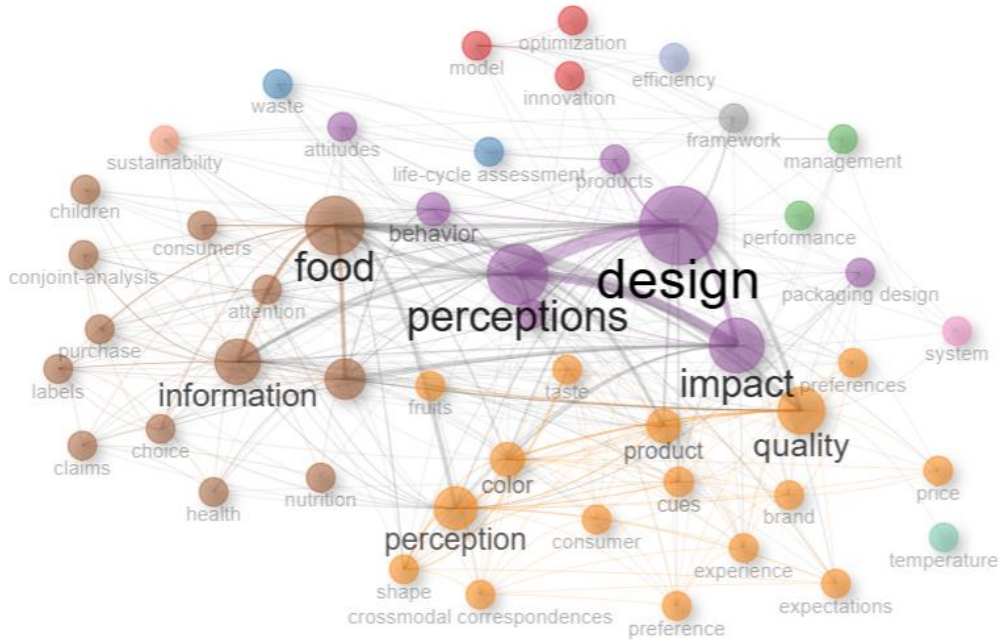
izlenimini vermektedir. Bunun yanı sıra, “perceptions” (algılar), “food” (gıda), ve “impact” (etki) kelimeleri de önemli büyüklükte yer almakta, bu da çalışmanın büyük ölçüde kullanıcı algıları, gıda ile ilgili konular ve bu konuların etkileri üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

Kelime bulutunda yer alan diğer terimler, sırasıyla kalite, bilgi, davranış ve tüketim gibi temel kavramların, çalışmanın kapsamındaki belirli konuları oluşturan temalar olduğunu işaret etmektedir. Bu kelimeler, araştırmanın daha spesifik ve analitik bir boyutta, gıda ve tasarım arasındaki etkileşimlerin, tüketici davranışlarının ve kalite algısının detaylı bir şekilde incelendiğini ortaya koymaktadır. Kelime bulutu Şekil 2’de sunulmuştur.



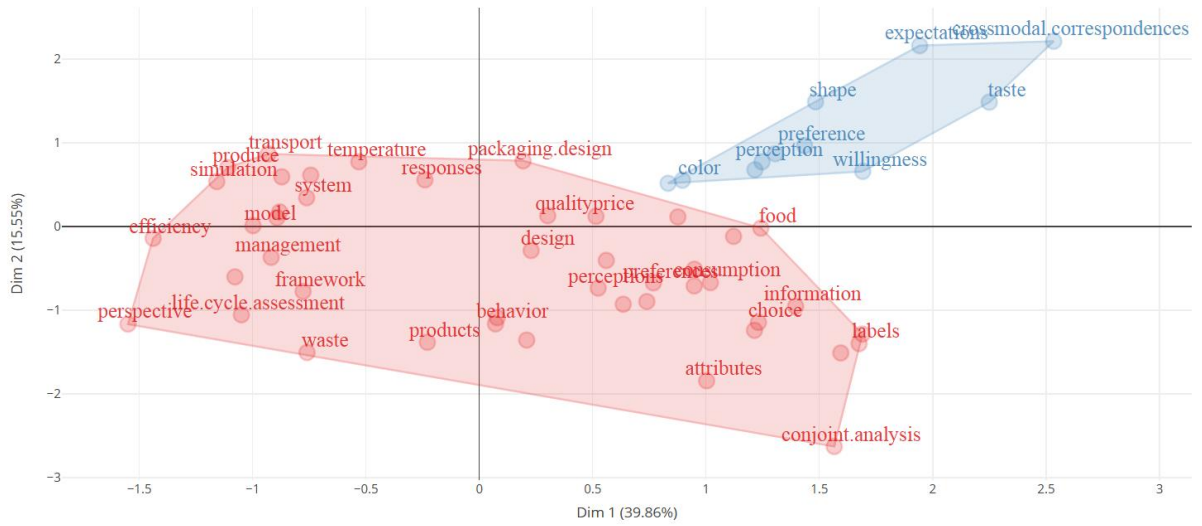
Şekil 2: Anahtar Kelimelere göre Kelime Bulutu

Kelimelerin kendi içerisindeki bağlantı ağı Şekil 3’te sunulmuştur. Bu görsel, gıda algısı ve tasarımı arasındaki ilişkileri kavramsal olarak göstermektedir. Merkezde “gıda” ve “tasarım algısı” kavramları yer almakta ve bunlar çeşitli alt kavramlarla ilişkilendirilmektedir. Gıda ile ilgili alt kavramlar arasında beslenme, sağlık, tercihler, bilgi, etiket, ürün, tat, meyveler gibi unsurlar bulunmaktadır. Tasarım algısı ile ilgili olanlar ise kalite, marka, tüketici deneyimi, beklentiler, renk, şekil, çoklu duyuşal uyarılar şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik, çocuklar, davranış, performans, etki gibi daha genel kavramlar da görselde yer almaktadır.



Şekil 3: Anahtar Kelimelere Ortak Kelime Ağı

Kelimeler arasındaki bağlantının tespit edilmesi amacıyla kavramsal bir tasarım oluşturmak için hazırlanan görsel, Şekil 4’te gösterilmiştir.



Şekil 4: Anahtar Kelimelere göre Kavramsal Konsept

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu çalışmada, ambalaj tasarımı konusundaki akademik yayınların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. 2009-2025 yılları arasında Web of Science veri tabanında yer alan SSCI, SCI-EXPANDED ve A&HCI indekslerindeki toplam 741 makale incelenmiştir. Elde edilen bulgular, ambalaj tasarımı alanında 2024 yılında en yüksek yayın sayısına (104 eser) ulaşıldığını ve bu çalışmalara toplamda 25.995 atıf yapıldığını göstermektedir. Bu durum, ambalaj tasarımının akademik çevrelerde önemli bir konu olarak kabul edildiğini ve araştırmacıların bu alana ilgi duyduğunu işaret etmektedir. Ancak, Türkiye merkezli çalışmaların sayısının yalnızca 6 ile sınırlı olması, bu alandaki akademik ilginin yetersiz olduğunu ve Türkiye'nin bu alanda uluslararası literatürde yeterince temsil edilmediğini ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, ambalaj tasarımı konusunun, özellikle Türkiye'deki akademik çevrelerde yeterince ilgi görmediğini göstermektedir. Türkiye merkezli yayınların azlığı, ambalaj tasarımı konusuna yönelik yerel araştırmaların eksikliğini ve bu alandaki akademik potansiyelin tam olarak değerlendirilemediğini ifade etmektedir. Ayrıca, literatürdeki boşlukların belirlenmesi ve mevcut çalışmaların sınırlı sayıda atıf alması, uluslararası düzeyde yaygın bir konu olan ambalaj tasarımının yeterince ele alınmadığını ve araştırmacıların bu konulara kayıtsız kaldığını ortaya koymaktadır.

Ambalaj tasarımının, yalnızca ürünlerin korunması değil, aynı zamanda tüketici ile kurulan ilk görsel ve duygusal temas noktası olarak da önemli bir rol oynadığı vurgulanmalıdır. Bu bağlamda, ambalaj tasarımının marka kimliğinin oluşturulması, tüketici davranışlarının yönlendirilmesi ve sürdürülebilirlik gibi konularda stratejik bir unsur haline geldiği anlaşılmaktadır. Ancak, Türkiye'deki literatürde bu konuların yeterince derinlemesine ele alınmadığı ve araştırmalarda bu temaların sıklıkla göz ardı edildiği görülmektedir.

Sonuç olarak, ambalaj tasarımı alanında yürütülen akademik çalışmaların sayısındaki artış, bu alana yönelik literatürde önemli bir birikim oluşturmaktadır. Ancak, bu artışın yanında, mevcut bilgilerin sınıflandırılması, analiz edilmesi ve anlamlı bir şekilde yapılandırılması gerekliliği de ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda bibliyometrik yöntemlerin kullanılması, ambalaj tasarımı literatürünün sistematik olarak değerlendirilmesine olanak tanımaktadır.

Gelecek araştırmaların, ambalaj tasarımı alanındaki bilgi birikimini artırmak amacıyla disiplinler arası yaklaşımlar benimsemesi ve sürdürülebilirlik, kullanıcı deneyimi gibi güncel konulara odaklanması önem arz etmektedir. Türkiye'deki akademik çevrelerin, bu alanda daha fazla çalışma yaparak literatürdeki boşlukları doldurması ve uluslararası düzeyde daha fazla görünürlük elde etmesi gerekmektedir. Yerel araştırmacılar arasında iş birlikleri teşvik edilmeli ve uluslararası konferanslara katılımlar desteklenmelidir.

Ayrıca, üniversiteler ve araştırma kurumları, ambalaj tasarımı alanındaki çalışmaları desteklemek için projeler geliştirmeli ve bu konuda yapılan araştırmalara kaynak sağlamalıdır. Bu tür stratejiler, ambalaj tasarımı alanındaki akademik üretkenliği artırarak, bu konudaki bilgi birikimini zenginleştirebilir. Bunun yanı sıra, ambalaj tasarımının endüstriyel uygulamalarını da göz önünde bulundurarak, sanayi ile iş birliği içerisinde projeler geliştirilmesi önerilmektedir. Böylece, akademik çalışmaların pratik uygulamalarla entegrasyonu sağlanabilir ve elde edilen bulguların sektöre katkısı artırılabilir.

Sonuç olarak, ambalaj tasarımı hem akademik hem de pratik açıdan önemli bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu alandaki araştırmaların artırılması hem akademik literatüre katkı sağlayacak hem de endüstrideki uygulamaların geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Bu bağlamda, akademik çevrelerde daha fazla ilgi ve destek ile ambalaj tasarımı alanında daha kapsamlı ve etkili çalışmalar yapılması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Al, U. (2008). Bilimsel Yayınların Değerlendirilmesi: H-endeksi ve Türkiye'nin Performansı. *Bilgi Dünyası*, 9(2), 263–285.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool For Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975.
- Arsenova, I. (2013). New Application Of Bibliometrics. *Procedia- Social And Behavioral Sciences*, 73, 678–682. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.02.105>
- Bornmann, L., Mutz, R., & Daniel, H.-D. (2008). Are There Better Indices For Evaluation Purposes Than The H Index? A Comparison Of Nine Different Variants Of The H Index Using Data From Biomedicine. *Journal Of The American Society For Information Science and Technology*, 59(5), 830–837.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How To Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 2856–2865.
- Garfield, E. (1980). Bradford's Law And Related Statistical Patterns. *Current Contents*, 19, 5–12.
- Kuvykaite, R., Dovaliene, A., & Navickiene, L. (2009). Impact of Package Elements On Consumer's Purchase Decision. *Economics and Management*, 14, 441–447.
- Parhizgar, M. M., & Rostami, E. S. (2014). Packaging As Brand Communication: The Impact Of Product Display And Advertising Slogan On Consumer's Responses To The Package And Brand. *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*, 3, 21–27.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The Importance Of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495–1517.
- Thelwall, M. (2008). Social Networks, Gender And Friending: An Analysis of Myspace Member Profiles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59, 1321–1330.
- Tietze, A., & Hofmann, P. (2019). The h-Index And Multi-Author Hm-Index For Individual Researchers in Condensed Matter Physics. *Scientometrics*, 119(1), 171–185. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03051-w>
- Topçuoğlu, E., Oktaysoy, O., Uygungil Erdoğan, S., & Gürün Karatepe, S. (2023). İşsizlik ve Girişimcilik Kavramlarına Bibliyometrik Bakış. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 1276–1292.
- Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). Packaging As Brand Communication: Effects Of Product Pictures On Consumer Responses To The Package And Brand. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 58–68.
- Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. (2007). The Importance Of Packaging Design For Own-Label Food Brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677–690.