

APPLE LOGOSUNUN DEĞİŞİM SÜRECİ VE APPLE İÇİN ALTERNATİF BİR LOGO TASARIM UYGULAMASI VE ÖLÇÜMLENMESİ¹

*Kübra Nur SARISOY KAYMAK**
Sanat Yönetmeni, Drawberry Creative Agency, İstanbul
kubranursarisoy@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0592-8417

Dr. Öğr. Üyesi Gökçin ÇUBUKCU
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü
gokcincubukcu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1113-3610

Özet

Bu çalışmanın amacı; farklı sektörlerde yer alan markaların tasarımlarını analiz etmektir. Bu doğrultuda elektrik ve elektronik sektöründe yer alan Apple markasına ait logonun değişim süreci incelenmiş, yeni bir logo tasarımı yapılmış, tüketicilerin algıları ölçümlenmiş ve bu sayede tasarımda etkenlerin saptanması ve daha doğru tasarımlar yapılması hedeflenmiştir. Yöntem olarak; öncelikle literatür taraması yapılmış ve doküman analizleri gerçekleştirilmiştir. Birincil ve ikincil veriler toplanarak değerlendirilmiş, kıyaslama yöntemi kullanılarak olgusal ve algısal çözümlenmeler yapılmıştır. Elde edilen bilgi ve bulgular doğrultusunda Apple markasına ait yeni bir logo tasarım uygulaması yapılmış ve anket yöntemi kullanılarak tüketici algısı ölçümlenmiştir. Bulgular; ilk olarak 1976 yılında tasarlanmış Apple logosunun değişim süreçleri ve tasarım anlayışlarının logoya ne denli etkili olduğu bulgularıyla karşılaştırılmıştır. Ayrıca markanın tasarım anlayışı ve günümüz tasarım trendlerini göz önünde bulundurarak yapılmış olduğumuz logo tasarımını ise tüketicilerin sadece %29,7'i tercih etmiştir. Sonuç olarak; Apple logo tasarımının tüm bu değişim süreçlerinde, sembolünün değiştirilmemesi ve sadeliğin ön planda olması tüketicinin zihninde daha fazla kalıcı olmasını sağlamıştır. Bu tür logo tasarımlarının sembolik olarak değiştirilmemesi, oluşturulan yeni ürünlere ve güncel trendlere göre yazı tipi, geometrik şekil ve renk gibi unsurlarda değişime gidilmemesi de tüketici algısında kırılmalar yaşanmasının önüne geçecektir.

Anahtar Kelimeler: Logo, Tasarım, Ölçümleme, Marka, Algı.

Atf:

Sarısoy Kaymak, K. N., Çubukcu, G. (2020). Apple Logosunun Değişim Süreci ve Apple İçin Alternatif Bir Logo Tasarım Uygulaması ve Ölçümlenmesi. IDA: International Design and Art Journal, 2(1), s.49-66.

¹ Bu çalışma 2019 tarihinde Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim ve Tasarım Anasanat Dalı İletişim Sanatları ve Tasarım Sanat Dalı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiş olan "Logonun Görsel İletişimdeki Değişim Süreci" başlıklı tez çalışmasından hazırlanmıştır.

* Sorumlu Yazar

CHANGE PROCESS OF APPLE LOGO AND PRACTICE AND SURVEY OF AN ALTERNATIVE LOGO DESIGN FOR APPLE¹

*Kübra Nur SARISOY KAYMAK**
Art Director, Drawberry Creative Agency, İstanbul
kubranursarisoy@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0592-8417

Asst. Prof. Gökçin ÇUBUKCU
Hatay Mustafa Kemal University Faculty of Fine Arts Department of Graphic
gokcincubukcu@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1113-3610

Abstract

The aim of this study is to analyze the designs of brands in different sectors. Accordingly, the process of changing the logo of the Apple brand in the electrical and electronics industry has been examined, a new logo design has been made, the perceptions of consumers have been measured, and thus it was aimed to determine the factors in the design and to make more accurate designs. As a method, firstly, literature surveys were conducted and document analyses were carried out. Primary and secondary data were collected and evaluated and factual and perceptual analyses were made using the benchmarking method. In line with the information and findings obtained, a new logo design application was made for the Apple brand and consumer perception was measured using the survey method. Findings; the findings of the change processes and design concepts of the Apple logo, which was first designed in 1976, have been found to have an effect on the logo. In addition, only 29.8% of consumers preferred the logo design, which we have done considering the brand's design concept and current design trends. As a result; In all these processes of change of the Apple logo design, the fact that its symbol is not changed and the simplicity is at the forefront made the consumer more permanent in his mind. This type of logo designs are not changed symbolically and to not change the elements such as font, geometric shape and color according to the new products and current trends will also prevent the breaking of consumer perception.

Keywords: Logo, Design, Survey, Brand, Perception.

Citation:

Sarısoy Kaymak, K. N., Çubukcu, G. (2020). Apple Logosunun Değişim Süreci ve Apple İçin Alternatif Bir Logo Tasarım Uygulaması ve Ölçümlenmesi. IDA: International Design and Art Journal, 2(1), p.49-66.

¹ This study is prepared from the thesis titled "Change Process of Logo in Visual Communication" which was accepted as the Master Thesis of the Department of Communication Arts and Design at Beykent University, Institute of Social Sciences on 2019.

* Corresponding Author

Giriş

Küreselleşen dünyada elektrik ve elektronik sektörü, hızla büyüyen ve gelişen bir yapıya sahiptir. Küreselleşmenin de etkisiyle elektronik ürünler ülkeler arası hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Elektrik ve elektronik sektörünün alt kategorileri ise tüketici elektroniği, telekomünikasyon cihazları, profesyonel ve endüstriyel cihazlar, bilgisayar cihazları, savunma elektroniği ve bileşenler şeklinde ayrılmaktadırlar. Elektrik ve elektronik sektörüne bağlı birçok marka bulunmaktadır.

Elektrik ve Elektronik Sektöründe Tasarım Algısı

Elektrik ve elektronik sektöründe global olarak tanınan markaların logoları genel olarak incelendiğinde, en çok mavi tonları ve siyah renklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bazı logolarda ise yeşil tonları ve kırmızı renklerinin kullanıldığı da gözlemlenmektedir.



Görsel 1. Elektrik Elektronik Sektörü ve Logo Tasarımları

Asus, Dell, Samsung, Casper, IBM, Intel, Nec, MSI, Hp gibi logolarda resimde de görüldüğü üzere en çok mavi renk ve tonları kullanılmaktadır. Elektronik sektörü için Laciverte yakın mavi renkler genel olarak otorite, verimlilik, profesyonellik, büyüklük, güvenilirlik ve sürdürülebilirlik gibi anlamlar taşımaktadır. “Laciverte yakın mavi; kozmik renk olarak kabul edilir. Sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği simgeler. O yüzden dünyadaki firmaların yarısından fazlası logolarında maviyi kullanır. Profesyonel, işi iyi bilen, güveni vurgular” (Yamankaradeniz, 2007: 17). “Uluslararası dev firmaların logolarında lacivert kullanmaları büyüklük ve güveni hissettirmek amacıyla” (Sarıhan, 2007). Aynı zamanda mavi genel olarak iletişimi, bilgeliği ve zihin gücünü temsil etmektedir.

Mavi iletişimi temsil eder. Mavi birebir sözlü iletişimle ve kendini ifade etme ile ilişkilidir. Barış ve Huzur: bu renk barış ve huzuru temsil eder. Dürüstlük: Mavi gerçekliğin rengidir. Otorite: ne kadar koyu mavi o kadar otorite. İnanç: sadakatin ve inanç çalışmalarının rengidir. Bilgelik: mavi, zihin gücünün bilgeliğini genişletir (Bozdemir, 2014: 70-71).

“Lacivert gibi koyu maviler, tutucu ve tek biçimi olarak algılandıklarından sıkça kurumsal renkler olarak kullanılır” (Ambrose ve Harris, 2013:118). Elektronik sektörü için süreklilik, güvenilirlik kavramları diğer sektörlerle göre daha fazla önem uyandıran bir konudur. Bu nedenle çoğu markalar mavi renginin insanlar üzerinde olan psikolojik etkisini kullanarak güvenilirlik ve süreklilik algısını tüketicide oluşturmaya çalışmaktadır. Elektronik sektöründe maviden sonra gelen siyah renk kullanımına bakıldığında ise; güç, kontrol, otorite, ağır başlılık ve zenginlik gibi anlamlar taşıdığı görülmektedir.

Renk psikolojisinde, siyah güç ve kontrol, diğerleriyle paylaşmaktansa; bilginin veya bir şeylerin saklanmasıdır. Siyah yaydığı güçten dolayı, korkutucu, düşman ve ulaşılmazdır. Tehdidinden dolayı ikili iletişimi engelleyebilir. Siyah giyen bir satış elemanı, arkadaşlık kuramaz ama daha çok satış yapabilir. Siyah merkezinden otorite yayar ama bu süreçte korku yaratır (Bozdemir, 2014: 107).

Siyah rengi kullanımının olumsuz bir etkisi olan korku ise çoğu markanın verdiği bir izlenim olmaktan çıkmıştır. Daha çok olumlu hisleri tüketiciye yansıtmaktadır. Siyah kullanımı logotype ya da amblem

olarak çok sık görülmektedir. Sade ve yalın bir dil kullanmak için uygun bir renktir. “Siyah bütün diğer renklerden daha çok zenginliği ve özelliği çağrıştırmaktadır. Bu nedenle pek çok lüks ürünle ilişkilendirilir ve bu ürünlerin tanıtımında kullanılır. Siyah ağırbaşlılıkla aynı zamanda ağırlık ve sağlamlıkla ilişkilendirilir, etkileyici ve güçlü bir duruşu vardır” (Ambrose, Harris, 2013: 128). Özellikle elektronik eşyaların markalarında siyah kullanımı bu nedenle ağırlıklı olabilir. Siyah renginin sağlamlıkla ilişkilendirilmesi, zenginliği ve özelliği çağrıştırması ve lüks ürün kullanımlarıyla ilişkilendirilebilmesi elektronik sektöründe markaların imajlarını güçlendirebilmeleri için çok uygundur. Apple gibi güçlü bir markanın yıllar içerisinde değişen logosunun renkli bir logodan siyah bir renk kullanımına geçmesi siyah kullanımının lükslük ve sağlamlıkla ilişkisi için iyi bir örnektir. Acer, Nvidia gibi logolarda kullanılan açık yeşil tonları ise daha genç ve aktif bir his yaratmak için kullanılmaktadır. “Soluk maviler daha genç ve sakin nitelikler taşırlarken, yeşilimsi maviler ruhanilik ve mistisizmle ilişkilendirirler” (Ambrose ve Harris, 2013: 118). Aynı zamanda bu sektör içerisinde olan markalardan kendilerini ayırtmak adına da yeşil rengini kullanmaktadırlar. Toshiba, Compaq, Lenovo, LG, Packardbell gibi markaların logolarında kırmızı tonları kullanımı için ise “bordoya doğru yaklaşan kırmızı renginin daha otoriter, daha ince ve zarif, gül rengine ya da pembeye doğru seyretiltiğinde ve yumuşatıldığında gençlik dolu, narin ve nazik” (Ambrose, Harris, 2013: 108) bir imaj sergilediği de söylenebilir. Bu sektörde markaların ürettiği ürünlere, hedef kitleye vb. birçok etkene göre renkler değişkenlik gösterebilmektedir. Elektrik ve elektronik sektöründe tasarım algısını anlamak adına rakip markalar olan Samsung ve LG logolarının çözümlemelerine bakabiliriz.



Görsel 2. Samsung ve LG Logolarının Olgusal ve Algusal Çözümlemeleri

Çözümleme: LG Logo

Olgusal: LG logo tasarımına bakıldığında sol tarafta bulunan kırmızı yuvarlak sembol göze çarpmaktadır. Yuvarlak sembolde kırmızı tonları arasında bir degrade geçiş kullanılmaktadır. Yuvarlak sembolün sağ tarafında degrade geçiş ile beraber koyu bir renk kullanımı yapılarak gölge görünümü elde edilmiştir. Yuvarlak sembolün içerisindeki formlara ilk bakıldığında bir surat ifadesi belirmektedir. Detaylı incelendiğinde ortada bulunan burun gibi gözüken kısım “L” harfini temsil etmektedir. Surat ifadesinin dış bölgesinde bulunan yuvarlak çizgi ise “G” harfinden oluşturulmuştur. LG harflerinden oluşturulan bir sembol olarak bir yüz ifadesi ortaya çıkmaktadır. L harfinin hemen sol üst tarafında bulunan kısa yatay çizgi ise gözü temsil ederek, surat ifadesini daha da belirginleştirmektedir. Sembolden sonra sembolün içerisinde de kullanılan LG yazısı ve LG yazısının açılımı olan Life’s Good (hayat güzel), anlamına gelen yazısı okunur bir şekilde görülmektedir.

Algusal: LG logo tasarımında bulunan sembol iki farklı anlam ifade etmektedir. Olgusal çözümlemeye de bahsedildiği gibi L ve G harflerini amblemde kullanarak formunu harflerden alan bir amblem tasarımı oluşturulmuştur. L ve G harflerinden oluşturulan amblem, gülen bir yüzü ve elektronik bir cihazı anımsatan açma kapama düğmesini temsil etmektedir. Açma kapama düğmesi elektronik eşyaları temsil etmek için genel olarak kullanılan bir semboldür. LG elektronik eşya alanında birçok ürün ürettiği için bu sembolü kullanmayı tercih etmiştir. LG logosu ismini Life Good sloganın baş harflerinden almaktadır. LG markası müşterilerinin ürünlerinden memnun kalmalarını ve güler yüzlü müşterilere sahip olmayı hedeflediği için ambleminde baş harflerinden oluşan gülen bir yüz formu oluşturmaktadır.

Çözümleme: Samsung Logo

Olgusal: Samsung’un günümüzde, ihtiyaca göre değişen tipografik tabanlı üç çeşit formu birlikte kullanılmaktadır. Bunlar arkası mavi elips ve üzerinde beyaz Samsung yazan logosu, düz mavi renkli

logotype kullanımı ve siyah renkli logotype kullanımınıdır. Bu üç kullanımında merkezinde markaya ait aynı logotype kullanımını barındırdığı için marka açısından temsil görevini üstlenir.



Görsel 3. Samsung Logo ve Logotype Tasarımları

Samsung logosuna bakıldığında mavi elips ve Samsung yazı karakterinin kullanıldığı görülmektedir. Samsung yazısının “S” ve “G” harfleri elipse çok yakın olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Yazı tipinin sans serif olduğu görülmektedir. Yazı karakterinin sans serif yazı tipi olarak kullanılması, lekesele açıdan algıda rahatlık sağlamakta ve genellikle modernizmi yansıtmaktadır.

Algısal: Samsung Sam ve Sung olarak iki parçadan oluşan bir kelimedir. Sam “üç” Sung ise “yıldız” anlamına gelmektedir. Samsung kelimesinin anlamı “üçyıldız” olarak tanımlanmaktadır. Korece sembolü ise “Hanja” demektir (Medya Akademi, 2019). Büyük sayıda ve güçlü olduğu anlamına gelmektedir. Samsung kelimesi büyüklük, güç ve sonsuzluğu temsil etmektedir. Anlamından yola çıkıldığında logo değişim süreçlerini geçirmeden önce üç yıldızını logolarında amblem olarak göstermektedir.



Görsel 4. Samsung 3 Yıldızlı Logo Tasarımı

Samsung renkli televizyon, buzdolabı ve video oynatıcı üretmeye ve ihraç etmeye başladıktan sonra logosunu değiştirmiştir. Üç yıldızın yer almadığı, gök mavi zeminli Samsung yazı karakterinin kullanıldığı görsel üçte güncel olarak kullanılan logo tasarımı ile değişim sürecine girmiştir. Günümüzde hala kullanılan logosu, mavi renk okyanus ve uzayı, elips zemin kâinatı, S ve G harflerinin sınırındaki boşluğa dokunuşu ise Samsung’u dünyaya iletişimini sembolize etmektedir.

Apple Logo Tasarımı ve Değişim Süreci

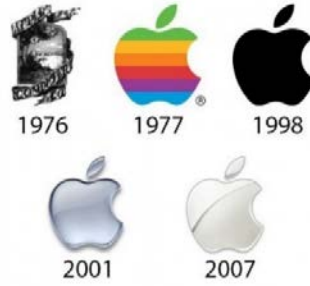
Apple şirketi, 1 Nisan 1976 yılında Steve Jobs ve Steve Wozniak tarafından kurulmuştur. 3 Ocak 1977’de “Apple Computer” adıyla anonim şirket olmuştur. Apple logo tasarımı ve değişim süreçlerini incelemek için öncelikle Apple isminin nasıl oluşturulduğu incelenmelidir. Walter Isaacson’ın Steve Jobs kitabında isim bulma sürecinden şu şekilde bahsedilmiştir; Steve Jobs’un Her Şey Birdir Çiftliği’ne gittiğinden ve orada Gravenstein elması ağaçlarını budamasından sonra, Wozniak Jobs’ı hava alanından almıştır. Los Altos’a gitmektedirler. Yolda isim seçeneklerini gözden geçirirler. Matrix gibi tipik teknolojik sözcükleri ve Executec gibi bazı uydurma sözcükleri, ayrıca Kişisel Bilgisayarlar A.Ş gibi isimler düşünmüşlerdir. Jobs, gerekli belgeleri hazırlamaya bir an önce başlamak istediği için ertesi gün isim bulmak için son günleridir. Bu kısa sürede Jobs, Apple Computer adını önermiştir. “Meyve diyetlerinden birindeydim” diye açıklamıştır (Isaacson, 2011: 57-58). “Elma çiftliğinden yeni dönmüştüm. Rahatsız edici olmayan, eğlenceli, canlı bir isim gibi geldi. Apple (elma) sözcüğü, computer (bilgisayar) sözcüğünü yumuşatıyordu. Hem böylece telefon rehberinde Atari’den önde olacaktık” (Isaacson, 2011: 57-58) şeklinde önerisini Wozniak’a sunmuştur. Wozniak, ertesi güne kadar akıllarına daha iyi bir isim gelmezse Apple Computer ismini kullanılacağını söylemiştir. “Böylece Apple markasının ilk ismi “Apple Computer” şeklinde oluşturulmuştur. Şirketin ilk başkanı olan Mike Markulanın yorumu ise; “Biraz tuhaf duruyor, dolayısıyla insanı üstünde düşündürmeye zorluyor. Elma

ve bilgisayar, birbirine hiç uygun değil! Böylece marka bilinirliğinin artmasına neden oluyor” (Isaacson, 2011: 58) şeklinde bir yorumda bulunarak bu ismi onaylamıştır.



Görsel 5. Apple Computer İsmi ile Oluşturulan Logo Tasarımı

Apple logosu Apple Computer ismi ile Ronald Wayne tarafından 1976 yılında tasarlanmıştır. Wayne logo tasarımında Isaac Newton’un ağaç altında oturmasını ve kafasının üzerinde sallanan ve ışıldayan elmayı göstermektedir. Aynı zamanda elma grafik tasarım alanında bir düşünceyi ya da bir fikri sembolize etmesiyle beraber logoya anlam katmaktadır. Bu logo tasarımında çok fazla detay olması nedeniyle amblem gibi görülmemektedir. Bu nedenle logo çok fazla benimsenmeden değişim sürecine gidilmiştir.



Görsel 6. Apple Logo Tasarımı ve Değişim Süreci

1977 yılında kullanılan logo tasarımına bakıldığında ise ısırılmış bir elma ve renkli bir kullanım görülmektedir. Bu renkli kullanım Apple II monitörlerinin renkli görüntüler üretebilen ilk bilgisayar olmasıyla ilgilidir. Aynı zamanda LGBT’nin renklerini temsil ettiği rivayet edilmektedir. Tanınırlığını sağlayan bu logo tasarımı, Regis McKenna ve Rob Janoff tarafından tasarlanmıştır. Jobs ve Wozniak McKenna ekibi ile çalışmak istemişlerdir. Görüşmeye gittiklerinde McKenna, Wozniak’ın Apple hakkında yazdığı bir yazıya göz atmış ve fazla teknik bulduğu için renklendirilmesini dile getirmiştir. Wozniak yazısına kimsenin dokunmamasını istediğini belirterek bu durumdan hiç hoşlanmamıştır. Dolayısıyla logo ve diğer tasarımlar için McKenna ile anlaşmamışlardır. Sonrasında Jobs, McKenna ile tekrar iletişime geçmiş ve anlaşmışlardır. McKenna ekibine Apple II broşürü için çalışmalarına başlamalarını söylerken, logonun değiştirilmesi gerektiğini fark etmektedir.



Görsel 7. 1977 Apple Logo Tasarımı

Çalışmalara başlamadan önce “Ron Wayne’in fazla taramalı, Victoria tarzı, gravür stili logosunu değiştirmeleri gerekmektedir; Çünkü McKenna’nın renkli ve muzip reklamcılık stiline uymamaktadır. Dolayısıyla Rob Janoff adlı bir sanat direktörüne yeni bir logo tasarlaması söylenmiştir. Jobs, şirin olmaması gerektiğini belirtmiştir. Rob Janoff basit bir elma resminin iki versiyonunu çizmiştir; biri bütündür, diğerinin ise bir parçası ısırılmıştır. Bütün olan kiraza benzediği için Steve Jobs diğerini seçmiştir. Isırılmış altı renkte şeritlerle bezeli bir versiyonu seçmiştir. (Bu psikedelik renkler çimen yeşiliyle gök mavisinin arasında sıkışmışlardır), oysa bu logoyu basmanın maliyeti çok daha yüksektir. McKenna broşürün tepesine genellikle Leonarda Da Vinci’ye atfedilen ve ileride Jobs’un tasarım felsefesinin temel ilkesi olacak bir özdeyiş koymuştur (Isaacson, 2011: 73-74).

Steve Jobs “Atari” de çalıştığı yıllarda Zen uygulamalarına ve meditasyona başlamıştır. Yine aynı yıllarda iş yerinin yakınlarında bir Zen merkezine gitmeye başlamış ve orada Kobin Chino isimli bir Zen ustası ile tanışmıştır. Jobs ve Chino uzun sohbetler yapmış ve yıllar boyunca süren bir dostluk geliştirmişlerdir. Chino bu yıllar içinde Jobs’un hayatındaki en önemli kişilerden biri haline gelmiştir.

Zen üstadının sırrı -bir soruya zihninden geçenlerle tepkisel olarak cevap verme becerisi- Jobs’un ömür boyu süren bir alışkanlığı haline geldi. Bazıları bu yönetim tarzının Chino ile başladığını söylemektedir, çünkü Zen, doğaçlamaya ve sezgiselliğe vurgu yapmasıyla, Jobs’in hayatı boyunca gerçekten çalıştığı tek yer olan Atari’deki Nolan Bushnell’in kaotik tarzına mükemmel uyuyordu (Young ve Simon, 2010: 45).

Zen, sezgileri ve doğaçlamayı yücelterek analitik, mantıkçı düşünceye savaş açıyordu. Hiçbir alanda neredeyse hiçbir resmi eğitimi olmayan genç bir adam için, bu çok önemliydi. Zen mistikti ve büyük konularla ilgileniyordu; “ödülün yolculuğun kendisi” olduğunu söyleyen Zen deyişleri, Steve’in gerçek anlayışına hitap ediyordu. Zen Budizmi’ni her zamankinden daha derin bir şekilde benimsedi ve Kobin Chino onun ustası oldu (Young ve Simon, 2010: 46).

Zen Budizmi ile birlikte ilerleyen yıllarda Apple kurulduktan sonra; “Sadelik sofistikeliğin doruğudur” (Isaacson, 2011: 73-74). özdeyişi de, Steve Jobs’un kendisi için belirlediği hayat ve tasarım felsefesine eklenmiştir. Bu felsefe günümüz Apple reklamlarında, logo tasarımında, Apple ürünlerinde de sürdürülmektedir. Jobs, ürünlerinin yüksek teknoloji olduğunu anlatan tasarımlar yapmayı hedef haline getirmiştir. Logo tasarımlarında da bu algıyı yaratmaktadır. Bir rivayete göre 1977 yılında tasarlanan Apple’ın ısırılmış ve renkli logo kullanımı aynı zamanda Alan Turing’i onurlandırmak amacı taşıyarak tasarlanmıştır.

Allan Turing, veri ve uygulamalar arasında önemli bir fark olmadığını matematiksel olarak kanıtlayan ilk kişiydi. Bu derin ve temel anlayış, bilgisayarların tanıtımını onlarca yıl hızlandırdı. Turing’in Enigma kodunu yakma çalışmalarının İkinci Dünya Savaşı’nı iki yıl kısalttığı söyleniyor. Ancak çeşitli nedenlerle, Turing ve meslektaşları 1974’e kadar İngilizler tarafından gizli tutuldu. Ocak 1952’de Alan Turing’in evi soyuldu. Polise, soyguncunun erkek arkadaşının arkadaşı olduğundan şüphelendiğini söyledi. O zaman, eşcinsellik Birleşik Krallık’ta ceza gerektiren bir suçtu. Alan Turing suçu kabul etti ve hapis cezası ya da kimyasal hadım etme ile denetleme seçeneği, yani kadın hormonları enjeksiyonunu seçti. Alan Turing, feminen hormonların cezasını seçti, cinsel olarak iktidarsız hale geldi ve göğüsleri büyüdü. Bir güvenlik riski olarak etiketlendi ve artık sevdiği insanlara ve projelere erişimi yoktu. 7 Haziran 1954’te siyanür enjekte edilmiş bir elma yiyerek intihar etti. Dairesinde ısırılmış bir elma bulundu (Kruszelnicki, 2014).

20 yıl sonra Apple’ın 1977’de tasarlanan logosu Lgbt’nin renklerinin kullanımı ile eş cinselliği ve ısırılmış bir elma sembolüyle de Alan Turing’in ölümüne neden olan zehirli elmayı temsil ettiği bir başka rivayet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Apple Computer’ın logosu genellikle Alan Turing’e bir saygı olarak adlandırılır ve ısırık işareti intihar yöntemine göndermedir. Hem logonun tasarımcısı hem de şirket, Logonun tasarımında Turing’e saygı olduğundan bahsetmektedir. Stephen Fry, Steve Jobs’a tasarımın kasıtlı olarak Alan Turing’le ilgili olup olmadığını sormuştur. Jobs’un cevabı ise “Tanrım, öyle olmasını dileriz” şeklindedir (Kruszelnicki, 2014).

Bu kadar rivayetin kulaktan kulağa yayıldığı ve markayla birlikte Alan Turing ve LGBT’nin (cinsel tercihinin de diyebilmek mümkündür) bağdaştırılmaya çalışılması tabii ki Apple’a ücretsiz reklam ve tanıtım faaliyeti olarak geri dönmüş olabilir. Steve Jobs’un Apple markasının bilinirliğini arttırdıktan

sonra ilk yıllardaki kadar yoğun reklam vermemesi de yine insanların kendi aralarında konuşarak viral bir şekilde yayıyor olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Bu rivayetlere karşı Apple markasından ne Steve Jobs'un kendisinden, ne ortağı Steve Wozniak'tan ne de herhangi bir üst düzey yöneticiden açıklama yapılmamıştır. Bu rivayetlere son verecek olan tek kişi ise 2009 senesinde bir röportaj gerçekleştirmiş olan Rob Janoff'un kendisidir.

... elmanın kiraz olarak algılanmasından kaygılandığı için ısıruk alınmış şekilde çizdiğini belirtti. Renk şeritleri ise ilk renkli bilgisayar unvanını taşıyan Apple II için tasarlanmış bir ayrıntı. Dönemin hippie kültüründen de beslendiğini kabul eden Janoff yine de logoda herhangi bir LGBT gönderimin olmadığı konusunda karar kılıyor (Pazarlamasyon, 2020).

Ayrıca, 2018 yılında Forbes'te Will Burns'un "Rob Janoff ve Orijinal Apple Logo Tasarımının Arkasındaki Büyüleyici Gerçek Hikaye" başlıklı yazısında yapmış olduğu röportajı yayınlamıştır. Bu yazıda Will Burns'un bu ısırukla ilgili söylentileri bitirebilmesi için sorduğu soruya karşılık olarak Janoff şunları söylemiştir;

... Ayrıca mecazi olarak ısıruk, kullanıcıların bu bilgisayardan alacağı tüm bilgilere ısırmayı gösterdi. Ama komik olan, onunla birlikte yaratıcı direktörüm Chip, "Oh tahmin et bakalım, Rob. Sadece farkına varmadığın bir şey tasarladın." Bayt "kelimesi bir bilgisayar kelimesi. Ve sen Apple'dan bir ısıruk aldın." Başlangıçta bunu görece kadar bilgisayar okuryazarı değildim... (Burns, 2018).



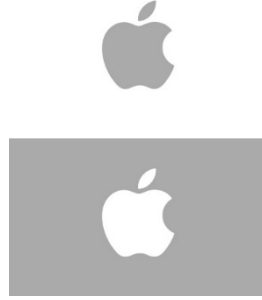
Görsel 8. 1998 Apple Logo Tasarımı

Apple'ın maddi sıkıntılar yaşadığı bir dönem olan 1998 yılında gidilen logo değişikliği ise Jobs'un, Apple logosunda yapılacak küçük bir değişikliğin markaya yeni bir reklam oluşturma konusunda avantaj sağlayacağını düşünmektedir. Dolayısıyla logo, renk değişimi geçirmiş ve siyah rengi ile Apple logosu yeniden oluşturulmuştur. 2001 yılı ise firmanın en büyük gelir elde ettiği yıldır. 2001 yılında bu gelirin elde edilmesinin nedeni yeni iMac'lerin piyasaya sürülmesidir. 2001 yılında tasarlanan logo tasarımı, yeni iMac'lerin tasarımından ilham alınarak oluşturulmuştur. Logoya verilen derinlik ve parlak efekt ile daha göz alıcı ve görsel derinliğe sahip bir amblem gündeme gelmiştir. Jobs'un tasarıma yaklaşımında da bahsettiği gibi logo tasarımı sade, şık ve yüksek teknoloji olduğunu belli etmektedir. Bu logo tasarımı 2007 yılına kadar kullanılmıştır.



Görsel 9. 2007 Apple Logo Tasarımı

2007 yılında firma akıllı telefon sektöründe faaliyet göstermeye başlamıştır. Jobs iOS işletim sisteminde yer alan ikon tasarımlarında parlaklık, su damlası gibi efektlerin kullanımı ve bu görsellerin iOS ve MacOS işletim sistemlerinde yoğun ve başarılı olarak kullanmaları sonucunda logo tasarımı için de değişikliğe gidilmiştir. İşletim sisteminde görülen parlaklık, su damlası ve diğer efektlerden yola çıkılarak logoda da yine derinlik korunmakta ve parlaklık ön plana çıkartılmaktadır. Gölge kullanımı ile cam efekti de oluşturulmuştur. Bu logo tasarımı 2013 yılına kadar kullanılmıştır.



Görsel 10. Apple 2013 Logo Tasarımı

Apple firması 2013 yılında resimde görülen logo tasarımını kullanmaya başlamıştır. 2007 yılında kullanılan logo tasarımının üzerinde bulunan gölgeli cam efektli kullanımından vazgeçilerek tekrar sadeleşmeye gidildiği görülmektedir. Gri tonlarından düz bir renk kullanılması ise iMac ya da iPhone ürünlerinin tasarımlarında görülen değişikliklerin logo tasarımına yansıtılması olarak düşünülmektedir.

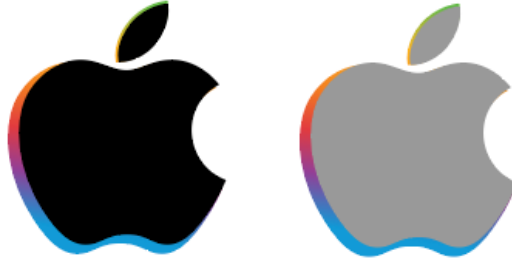
Genel olarak logo değişimleri incelediğinde Apple logo tasarımlarını 1998 yılından günümüz dahilinde sadece renk revizyonları yaparak yenilemektedir. Ambleme değişikliğe gidilmediği gözlemlenmektedir. Günümüzde Apple Amblemi tüketicinin algısında hem isim hem de amblem olarak çok iyi yer etmiş durumdadır. Şirketin ilk başkanı olan Mike Markulanın amblem ile ilgili “Elma ve bilgisayar, birbirine hiç uygun değil! Böylece marka bilinirliğinin artmasına neden oluyor” (Isaacson, 2011: 58) cümlesi başarı sağlamıştır. Bu nedenle amblemin değiştirilmeyeceği düşünülmektedir. Son gri renk tonunun kullanımına ise 2015 yılından bu yana devam edilmektedir. Apple reklamlarında ürünlerini tanıtırken güncellemelere göre logonun içerisinde hareketli renkli görseller de sergilemekle beraber, logonun siyah renkli kullanımına da sıkça rastlanmaktadır.

Apple Logo Tasarımı Uygulaması



Görsel 11. Apple Logo Tasarımı Uygulaması

Apple logo tasarım uygulaması, Apple’ın 1977 yılında McKenna ve Janoff tarafından tasarlanan renkli logosundan esinlenerek tasarlanmıştır. 1977 yılında oluşturulan ilk renkli elma uzun yıllarca kullanıldıktan sonra düz siyah ve gri tonlarında ilerlemektedir. Günümüz trendlerine bakıldığında ise renklerin çok daha fazla kullanıldığı ve degrade geçişlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Apple’ın sade bakış açısıyla birlikte ilk logosunda kullanılan renklerin degrade geçişli bir versiyonu siyah ve gri renkli logolarıyla birleştirilerek yeni logo tasarımına uyarlanmaktadır. Apple, ürünlerinde arayüz tasarımları olarak oldukça renkli görseller kullanmaktadır. Arayüz tasarımlarında kullanılan renkler de Apple’ın renkli gölgeli logosuna uyarlanabilmektedir. Apple logo tasarım uygulaması, renkli bir gölge kullanımıyla birlikte sadeliğini korumakta ve hafif üç boyut imajı vermektedir.



Görsel 12. Apple Logo Tasarımı Uygulaması Renk Alternatifleri

Yöntem ve Bulgular

Bu çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmış ve elektrik ve elektronik sektörü analizleri gerçekleştirilmiştir. Devamında ise birincil ve ikincil veriler toplanarak değerlendirilmiş, elektrik ve elektronik sektöründe faaliyet gösteren iki markaya ait logoların kıyaslama yöntemi kullanılarak olgusal ve algısal çözümlenmeleri yapılmıştır. Daha sonraki süreçte yine elektrik ve elektronik sektöründe yer alan Apple markasına ait doküman analizleri gerçekleştirilmiş, logonun değişim süreci incelenmiştir. Elde edilen bilgi ve bulgular doğrultusunda Apple markasına ait yeni bir logo tasarım uygulaması yapılmış ve anket yöntemi kullanılarak tüketici algısı ölçümlenmiştir. Bu sayede tasarımda etkenlerin saptanması ve daha doğru tasarımlar yapılmasına yardımcı olunması hedeflenmiştir. Apple logosunun değişim süreci ve Apple için alternatif bir logo tasarım uygulaması ve ölçümlenmesi başlıklı bu çalışmayla ilgili olarak tüketicilerin algısının ölçülmesi adına anket çalışması uygulanmıştır. Türkiye'nin farklı yerlerinden insanların yer alabilmesi adına anket uygulaması online platform üzerinden gerçekleştirilmiştir. Google Anket verilerine göre toplamda 477 kişiye ulaşılmıştır.

Bu ankete katılan 477 kişinin içinde sadece bazı sorulara cevap verdikten sonra anketi bitirenler olmuştur. Anketin değerlendirilme sürecinde bu şekilde cevaplanan formlar anlamlı bir sonuç oluşturmayacağı için değerlendirme dışı bırakılmıştır. Ayrıca bazı katılımcıların bazı soruları atladığı belirlenmiştir. Bu yüzden soruların toplam katılımlarında rakamsal değişiklikler olmaktadır. Cronbach alfa katsayısı 0,814 bulunan Apple logosunun değişim süreci ve Apple için alternatif bir logo tasarım uygulaması ve ölçümlenmesi isimli çalışmanın hedef kitle algısı sonuçları yüksek güvenilirliğe sahiptir.

Cronbach's Alfa	Standartlaştırılmış		Alfa Katsayısı	Açıklama
	Maddelere	Dayalı N		
,814	,727	66	0,80-1,00 ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.	ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.
			0,60-0,79	ölçek oldukça güvenilir
			0,40-0,59	ölçeğin güvenilirliği düşük
			0,00-0,39	ölçek güvenilir değildir

Google Anket üzerinden yapılan çalışmaya katılan 477 kişiye ait bulgular aşağıda verilmektedir. Anketi dolduranların %68'i kadın, %32'si erkektir. Anketi dolduranların %39,5'i 15 – 25 yaş aralığında, %40'ı 26 – 35 yaş aralığında, %13,6'sı 36 – 45 yaş aralığındadır. Anketi dolduranların %50,7'si özel sektörde çalışmakta, %23,1'i Öğrenci, %14,5'i çalışmamakta, %11,7'si kamu sektöründe çalışmaktadır. Anketi dolduranların %54,7'si lisans mezunu, %17,8'i ön lisans mezunu, %15,7'si lisansüstü, %10,5'i lise mezunudur.

“Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi renk dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için elektronik sektöründe logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 78 kişi (%26,3'ü) en çok mavi rengini tercih etmekteyken, 50 kişi de (%16,8'i) gri rengini

tercih etmektedir. Erkeklerde ise 39 kişi (%28,5'i) en çok mavi rengi tercih etmekteyken, 16 kişi de (%11,7'si) gri tercih etmektedir.

Tablo 1. Elektronik Sektörü Renk Tercihi Anket Bulguları

		Kırmızı	Mavi	Yeşil	Sarı	Turuncu	Gri	Beyaz	Siyah	Renkli	Toplam
Cinsiyet	Sayı	37	78	16	13	9	50	38	49	7	297
	Kadın%	12,5%	26,3%	5,4%	4,4%	3,0%	16,8%	12,8%	16,5%	2,4%	100,0%
	Toplam %	8,5%	18,0%	3,7%	3,0%	2,1%	11,5%	8,8%	11,3%	1,6%	68,4%
	Erkek%	10,9%	28,5%	8,8%	5,8%	7,3%	11,7%	9,5%	9,5%	8,0%	100,0%
Toplam	Sayı	52	117	28	21	19	66	51	62	18	434
	%	12,0%	27,0%	6,5%	4,8%	4,4%	15,2%	11,8%	14,3%	4,1%	100,0%
Toplam %		12,0%	27,0%	6,5%	4,8%	4,4%	15,2%	11,8%	14,3%	4,1%	100,0%

“Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi yazı tipi dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için elektronik sektörde logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 81 kişi (%27,8'i) en çok Regular yazı tipini tercih etmekteyken, 71 kişi de (%24,4) Medium yazı tipini tercih etmektedir. Erkeklerde ise 39 kişi (%28,3'ü) en çok Medium yazı tipini tercih etmekteyken, 35 kişi de (%25,4'ü) Regular yazı tipini tercih etmektedir.

Tablo 2. Elektronik Sektörü Yazı Tipi Tercihi Anket Bulguları

		Light	Regular	Medium	Bold	Serifli	Serifsiz	Toplam
Cinsiyet	Sayı	46	81	71	55	10	28	291
	Kadın%	15,8%	27,8%	24,4%	18,9%	3,4%	9,6%	100,0%
	Toplam %	10,7%	18,9%	16,6%	12,8%	2,3%	6,5%	67,8%
	Erkek%	11,6%	25,4%	28,3%	18,1%	8,0%	8,7%	100,0%
Toplam	Sayı	62	116	110	80	21	40	429
	%	14,5%	27,0%	25,6%	18,6%	4,9%	9,3%	100,0%
Toplam %		14,5%	27,0%	25,6%	18,6%	4,9%	9,3%	100,0%

“Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi geometrik şekil dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için elektronik sektörde logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 101 kişi (%34,1'i) en çok Dikdörtgen şeklini tercih etmekteyken, 82 kişi (%27,7'ü) Kare şeklini tercih etmektedir. Erkeklerde ise 48 kişi (%35,6'sı) en çok Dikdörtgen şeklini tercih etmekteyken, 33 kişi de (%24,4'ü) Kare şeklini tercih etmektedir.

Tablo 3. Elektronik Sektörü Geometrik Şekil Tercihi Anket Bulguları

		Daire	Kare	Dikdörtgen	Üçgen	Elips	Toplam
Cinsiyet	Sayı	47	82	101	39	27	296
	Kadın%	15,9%	27,7%	34,1%	13,2%	9,1%	100,0%
	Toplam %	10,9%	19,0%	23,4%	9,0%	6,3%	68,7%
	Erkek%	12,6%	24,4%	35,6%	17,0%	10,4%	100,0%
Toplam	Sayı	64	115	149	62	41	431
	%	14,8%	26,7%	34,6%	14,4%	9,5%	100,0%
Toplam %		14,8%	26,7%	34,6%	14,4%	9,5%	100,0%

“Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi renk dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için teknoloji sektöründe logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 68 kişi (%22,8’i) en çok Mavi rengini tercih etmekteyken, 56 kişi (%18,8’i) Gri rengini tercih etmektedir. Erkeklerde ise 33 kişi (%24,4’ü) en çok Mavi rengini tercih etmekteyken, 25 kişi de (%18,5’i) Renkli tercih etmektedir.

Tablo 4. Teknoloji Sektörü Renk Tercihi Anket Bulguları

		Kırmızı	Mavi	Yeşil	Sarı	Kahverengi	Gri	Beyaz	Siyah	Renkli	Toplam
Cinsiyet	Sayı	28	68	15	12	2	56	47	49	21	298
	Kadın%	9,4%	22,8%	5,0%	4,0%	0,7%	18,8%	15,8%	16,4%	7,0%	100,0%
	Toplam %	6,5%	15,7%	3,5%	2,8%	0,5%	12,9%	10,9%	11,3%	4,8%	68,8%
	Sayı	8	33	7	8	3	17	14	20	25	135
Erkek%		5,9%	24,4%	5,2%	5,9%	2,2%	12,6%	10,4%	14,8%	18,5%	100,0%
	Toplam %	1,8%	7,6%	1,6%	1,8%	0,7%	3,9%	3,2%	4,6%	5,8%	31,2%
Toplam	Sayı	36	101	22	20	5	73	61	69	46	433
	%	8,3%	23,3%	5,1%	4,6%	1,2%	16,9%	14,1%	15,9%	10,6%	100,0%
	Toplam %	8,3%	23,3%	5,1%	4,6%	1,2%	16,9%	14,1%	15,9%	10,6%	100,0%

“Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi yazı tipi dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için teknoloji sektöründe logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 70 kişi (%24,4’ü) en çok Regular yazı tipini tercih etmekteyken, 69 kişi (%24’ü) Medium yazı tipini tercih etmektedir. Erkeklerde ise 31 kişi (%22,8’i) en çok Medium ve 31 kişi Regular yazı tipini tercih etmekteyken, 30 kişi de (%22,1’i) Bold yazı tipini tercih etmektedir.

Tablo 5. Teknoloji Sektörü Yazı Tipi Tercihi Anket Bulguları

		Light	Regular	Medium	Bold	Serifli	Serifsiz	Toplam
Cinsiyet	Sayı	36	70	69	59	34	19	287
	Kadın%	12,5%	24,4%	24,0%	20,6%	11,8%	6,6%	100,0%
	Toplam %	8,5%	16,5%	16,3%	13,9%	8,0%	4,5%	67,8%
	Sayı	19	31	31	30	12	13	136
Erkek%		14,0%	22,8%	22,8%	22,1%	8,8%	9,6%	100,0%
	Toplam %	4,5%	7,3%	7,3%	7,1%	2,8%	3,1%	32,2%
Toplam	Sayı	55	101	100	89	46	32	423
	%	13,0%	23,9%	23,6%	21,0%	10,9%	7,6%	100,0%
	Toplam %	13,0%	23,9%	23,6%	21,0%	10,9%	7,6%	100,0%

“Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi geometrik şekil dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için teknoloji sektöründe logo tasarımları düşünüldüğünde, kadınlarda 89 kişi (%31,1’i) en çok Kare şeklini tercih etmekteyken, 83 kişi (%29’u) Dikdörtgen şeklini tercih etmektedir. Erkeklerde ise 46 kişi (%34,3’ü) en çok Dikdörtgen şeklini tercih etmekteyken, 35 kişi de (%26,1’i) Kare şeklini tipini tercih etmektedir.

Tablo 6. Teknoloji Sektörü Geometrik Şekil Tercihi Anket Bulguları

		Daire	Kare	Dikdörtgen	Üçgen	Elips	Toplam
Cinsiyet	Sayı	52	89	83	34	28	286
	Kadın%	18,2%	31,1%	29,0%	11,9%	9,8%	100,0%
	Toplam %	12,4%	21,2%	19,8%	8,1%	6,7%	68,1%
	Sayı	22	35	46	16	15	134
Erkek%		16,4%	26,1%	34,3%	11,9%	11,2%	100,0%
	Toplam %	5,2%	8,3%	11,0%	3,8%	3,6%	31,9%

	Sayı	74	124	129	50	43	420
Toplam	%	17,6%	29,5%	30,7%	11,9%	10,2%	100,0%
	Toplam %	17,6%	29,5%	30,7%	11,9%	10,2%	100,0%

“Apple logosunu düşündüğünüzde aklınıza gelen ilk unsur aşağıdakilerden hangisidir?” sorusu için cevaplar ise şunlardır; kadınlarda 261 kişi (%65,4’ü) en çok Sembol unsurunu tercih etmekten, 23 kişi (%7,7’si) Geometrik şekil unsurunu tercih etmektedir. Erkeklerde ise 110 kişi (%78,6’sı) en çok Sembol unsurunu tercih etmekten, 18 kişi de (%12,9’u) Geometrik şekil unsurunu tercih etmektedir.

Tablo 7. Apple Logo Unsuru Anket Bulguları

		Yazı tipi	Renk	Sembol	Geometrik şekil	Toplam
	Sayı	9	6	261	23	299
Cinsiyet	Kadın%	3,0%	2,0%	87,3%	7,7%	100,0%
	Toplam %	2,1%	1,4%	59,5%	5,2%	68,1%
	Sayı	2	10	110	18	140
Erkek	%	1,4%	7,1%	78,6%	12,9%	100,0%
	Toplam %	0,5%	2,3%	25,1%	4,1%	31,9%
	Sayı	11	16	371	41	439
Toplam	%	2,5%	3,6%	84,5%	9,3%	100,0%
	Toplam %	2,5%	3,6%	84,5%	9,3%	100,0%

“Aşağıda gördüğünüz Apple logo tasarımlarından hangisi dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için cevaplar ise şunlardır; kadınlarda 84 kişi (%28,1) en çok Apple’ın 5. logosunu tercih etmekten, 70 kişi de (%23,4) 4. logosunu tercih etmektedir. Erkeklerde ise 40 kişi (%28,8) Apple’ın 5. Logosunu tercih etmekten, 34 kişi de (%24,5) 4. logosunu tercih etmektedir.

Tablo 8. Apple Logoları Arasındaki Tercih Anket Bulguları

		1	2	3	4	5	6	7	8	Toplam
	Sayı	5	54	14	70	84	37	20	15	299
Cinsiyet	Kadın%	1,7%	18,1%	4,7%	23,4%	28,1%	12,4%	6,7%	5,0%	100,0%
	Toplam %	1,1%	12,3%	3,2%	16,0%	19,2%	8,4%	4,6%	3,4%	68,3%
	Sayı	5	16	6	34	40	18	13	7	139
Erkek	%	3,6%	11,5%	4,3%	24,5%	28,8%	12,9%	9,4%	5,0%	100,0%
	Toplam %	1,1%	3,7%	1,4%	7,8%	9,1%	4,1%	3,0%	1,6%	31,7%
	Sayı	10	70	20	104	124	55	33	22	438
Toplam	%	2,3%	16,0%	4,6%	23,7%	28,3%	12,6%	7,5%	5,0%	100,0%
	Toplam %	2,3%	16,0%	4,6%	23,7%	28,3%	12,6%	7,5%	5,0%	100,0%

“Dikkatinizi çekmesinde etken olan unsur aşağıdakilerden hangisidir?” sorusu için cevaplar ise şunlardır; kadınlarda 139 kişi (%46,6’sı) en çok Renk unsurunu tercih etmekten, 79 kişi (%26,5’i) Sade Olması unsurunu tercih etmektedir. Erkeklerde ise 51 kişi (%36,7’si) en çok Sade Olması unsurunu tercih etmekten, 49 kişi de (%35,3’ü) Renk unsurunu tercih etmektedir.

Tablo 9. Apple Logosu Dikkat Çekme Unsuru Anket Bulguları

		Renk	Gölge	Boyut	Sade olması	Toplam
	Sayı	139	58	22	79	298
Cinsiyet	Kadın %	46,6%	19,5%	7,4%	26,5%	100,0%
	Toplam %	31,8%	13,3%	5,0%	18,1%	68,2%
	Sayı	49	22	17	51	139
Erkek	%	35,3%	15,8%	12,2%	36,7%	100,0%

	Toplam %	11,2%	5,0%	3,9%	11,7%	31,8%
	Sayı	188	80	39	130	437
Toplam	%	43,0%	18,3%	8,9%	29,7%	100,0%
	Toplam %	43,0%	18,3%	8,9%	29,7%	100,0%

Aşağıda gördüğünüz Apple logo tasarımlarından hangisi daha çok dikkatinizi çekmektedir?” sorusu için cevaplar ise şunlardır; kadınlarda 208 kişi (%69,6) en çok Apple’ın 1. logosunu tercih etmekteyken, 91 kişi de (%30,4) 2. logosunu tercih etmektedir. Erkeklerde ise 105 kişi (%75) Apple’ın 1. Logosunu tercih etmekteyken, 35 kişi de (%25) 2. logosunu tercih etmektedir.

Tablo 10. Apple İki Logo Arasındaki Tercih Anket Bulguları

		1	2	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	Sayı	208	91	299
		%	69,6%	30,4%	100,0%
	Toplam %		47,4%	20,7%	68,1%
	Erkek	Sayı	105	35	140
%		75,0%	25,0%	100,0%	
Toplam %		23,9%	8,0%	31,9%	
Toplam	Sayı	313	126	439	
	%	71,3%	28,7%	100,0%	
	Toplam %	71,3%	28,7%	100,0%	

“Dikkatinizi çekmesinde etken olan unsur aşağıdakilerden hangisidir?” sorusu için cevaplar ise şunlardır; kadınlarda 202 kişi (%67,8’i) en çok Sade Olması unsurunu tercih etmekteyken, 77 kişi (%25,8’i) Renk unsurunu tercih etmektedir. Erkeklerde ise 102 kişi (%72,9’u) en çok Sade Olması unsurunu tercih etmekteyken, 33 kişi de (%23,6’sı) Renk unsurunu tercih etmektedir.

Tablo 11. Dikkat Çekmesinde Etken Olan Unsurlar Anket Bulguları

		Renkli kullanımı	Sade olması	Boyut olması	Toplam	
Cinsiyet	Kadın	Sayı	77	202	19	298
		%	25,8%	67,8%	6,4%	100,0%
	Toplam %		17,6%	46,1%	4,3%	68,0%
	Erkek	Sayı	33	102	5	140
%		23,6%	72,9%	3,6%	100,0%	
Toplam %		7,5%	23,3%	1,1%	32,0%	
Toplam	Sayı	110	304	24	438	
	%	25,1%	69,4%	5,5%	100,0%	
	Toplam %	25,1%	69,4%	5,5%	100,0%	

Sonuç

Apple markasının logo değişim süreci incelendiğinde; markanın ismine, markanın ürettiği ürünlere ya da yıllar içerisinde sürekli olarak değişen ve yenilenen tasarım trendlerinin etkisine göre logolarında değişim süreçlerine gidildiği gözlemlenmiştir. Markanın logo oluşturma süreçlerinde ise markanın ruhu, felsefesi, hikayesi gibi etkenlere göre sembol kullanımı yapıldığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle sembol kullanımının hiç değiştirilmediği görülmektedir. Sektörüne göre Apple logo tasarımına bakıldığında ise renklerin anlamları ve etkileri dahilinde kullanımların yapıldığı görülmektedir. Bu kullanımların tüketici zihninde oluşturduğu etkinin doğruluğu anket sonuçları ile kanıtlanmıştır. Anket

sonuçlarına göre Apple logo tasarımının tüm bu değişim süreçlerinde sembolünün değiştirilmemesi ve sadeliğin ön planda olması tüketicinin zihninde daha fazla kalıcı olduğu sonucunu göstermektedir. Anket sonuçlarına göre tüketici zihninde Apple markasının 5. ve 4. logo tasarımlarının daha çok akılda kaldığı görülmektedir. Bunun nedeninin ise tüketici zihninde popüler olarak kalan ürünlerle ilgili olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda renk unsurunun etkisi de bulunmaktadır. Bu tür logo tasarımlarının sembolik olarak değiştirilmemesi, oluşturulan yeni ürünlere ve güncel trendlere göre yazı tipi, geometrik şekil ve renk gibi unsurlarda değişime gidilmemesi de tüketici algısında kırılmalar yaşanmasının önüne geçecektir.

Kaynakça

- Ambrose, G., Harris, P. (2013). Grafik Tasarımda Renk. İstanbul: Literatür Yayınevi.
- Bozdemir, B. (2014) “Renk” lerin Dünyası. St Clements University Türkiye Yayınları Birinci Basım.
- Burns, W. (26.03.2018). Rob Janoff and The Fascinating True Story Behind His Original Apple Logo Design. Forbes. www.forbes.com/sites/willburns/2018/03/26/rob-janoff-and-the-fascinating-true-story-behind-his-original-apple-logo-design/#19c17e8c41ae (15.04.2020)
- Isaacson, W. (2011). Steve Jobs. İstanbul: Bkz Yayıncılık.
- Kruszelnicki, K.S. (26.08.2014). Alan Turing and the Apple. ABC. <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/26/4074056.htm> (15.04.2020)
- Pazarlamasyon. (11.12.2013). Apple Logosunun Gizemi-1. <https://pazarlamasyon.com/ne-hikmettir-bu-elma-1/>. (15.04.2020)
- Sarıhan, H. (2007). Renk ve İletişim. <http://hakansarihanepi2.blogspot.com/2007/02/renk-ve-iletim.html> (15.04.2020)
- Yamankaradeniz, K. (2007). Marka Olma Sanatı. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Young, J.S., Simon, W.L. (2010). Dev Bir Marka Yaratıcısının İnanılmaz Hikâyesi Steve Jobs. (Çev. S. Yeniçeri), İstanbul: Yakamoz Yayınları.
- Yüksel, E. A. (03.03.2015). Medya Akademi. Samsung Kore Dilinde Ne Anlama Geliyor? <https://www.medyaakademi.org/2015/03/03/samsung-ne-anlama-geliyor-biliyor-musunuz/> (20.04.2019)

Görsel Kaynakçası

- Görsel 1.** Elektrik Elektronik Sektörü ve Logo Tasarımları. <https://www.sony.com.tr>, <https://www.lenovo.com/tr>, <https://www.toshiba.com>, <https://www.acer.com/ac/tr>, <https://www.asus.com/tr>, <http://www.dell.com.tr>, <https://www.samsung.com/tr>, <https://www.casper.com.tr>, <https://www.microsoft.com/tr>, <https://www8.hp.com/tr/tr>, <https://www.apple.com>, <https://www.lg.com/tr>, <https://www.ibm.com>, <https://tr.msi.com/index.php>, <https://www.nvidia.com.tr>, <https://ark.intel.com>, <https://www.nec.com> (01.05.2019)
- Görsel 2.** Elektrik Elektronik Sektörü ve Logo Tasarımları, <https://www.lg.com/tr>, <https://www.samsung.com/tr> (01.05.2019)
- Görsel 3.** Elektrik Elektronik Sektörü ve Logo Tasarımları, <https://www.samsung.com/tr> (01.05.2019)
- Görsel 4.** Samsung 3 yıldızlı logo tasarımı, <https://www.atommmedia.net/iconic-logo-design-part-one-dont-let-the-apple-fall-too-far-from-the-tree/samsung-logo-evolution/> (14.04.2020)

Görsel 5. Apple Computer İsmi ile Oluşturulan Logo Tasarımı, <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/apple-logosu-f92bf2342be7> (02.05.2019)

Görsel 6-7-8-9-10. Apple Logo Tasarımı ve Değişim Süreci, <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/apple-logosu-f92bf2342be7> (02.05.2019)

Görsel 11. Apple Logo Tasarımı Uygulaması, Özgün Logo Tasarımı

Görsel 12. Apple Logo Tasarımı Uygulaması Renk Alternatifleri, Özgün Logo Tasarımı

Ek-1 Anket Soruları

Cinsiyet *

Kadın

Erkek

Yaş *

15-25

26-35

36-45

46-55

56-64

65 ve üstü

Meslek *

Kamu Sektörü

Özel Sektör

Çalışmıyor

Öğrenci

Eğitim Durumu *

İlkokul

Ortaokul

Lise

Önlisans

Lisans

Lisansüstü

Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi renk dikkatinizi çekmektedir?

	Kırmızı	Mavi	Yeşil	Sarı	Turuncu	Gri	Beyaz	Siyah	Renkli
Gıda Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekstil Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomotiv Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektronik Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi yazı tipi dikkatinizi çekmektedir?

	LIGHT	REGULAR	MEDIUM	BOLD	SERİFLİ	SERİFSİZ
	Light	Regular	Medium	Bold	Serifli	Serifsiz
Gıda Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekstil Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomotiv Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektronik Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aşağıda bulunan sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi geometrik şekil dikkatinizi çekmektedir?

	Daire	Kare	Dikdörtgen	Üçgen	Elips
Gıda Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekstil Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomotiv Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elektronik Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medya Sektörü	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi renk dikkatinizi çekmektedir?

	Kırmızı	Mavi	Yeşil	Sarı	Kahverengi	Gri	Beyaz	Siyah	Renk
Kahve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spor Giyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomobil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teknoloji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tv Kanalları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi yazı tipi dikkatinizi çekmektedir?

	LIGHT	REGULAR	MEDIUM	BOLD	SERİFLİ	SERİFSİZ
Kahve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spor Giyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomobil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teknoloji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tv Kanalları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aşağıda bulunan alt sektörlerin genel olarak logo tasarımlarını düşündüğünüzde en çok hangi geometrik şekil dikkatinizi çekmektedir?

	Daire	Kare	Dikdörtgen	Üçgen	Elips
Kahve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spor Giyim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otomobil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teknoloji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oyuncak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tv Kanalları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Apple logosunu düşündüğünüzde aklınıza gelen ilk unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- Yazı tipi
- Renk
- Sembol
- Geometrik şekil

Aşağıda gördüğünüz Apple logo tasarımlarından hangisi dikkatinizi çekmektedir?

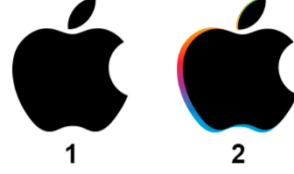


- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

Dikkatinizi çekmesinde etken olan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- Renk
- Gölge
- Boyut
- Sade olması

Aşağıda gördüğünüz Apple logo tasarımlarından hangisi daha çok dikkatinizi çekmektedir?



- 1
- 2

Dikkatinizi çekmesinde etken olan unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- Renkli kullanımı
- Sade olması
- Boyut olması