



MARKA İLETİŞİMİ BAĞLAMINDA KRİPTO PARA LOGOLARIN SEMBOLİK ANA-LİZİ: BITCOİN ÖRNEĞİ

A SYMBOLIC ANALYSIS OF CRYPTOCURRENCY LOGOS IN THE CONTEXT OF BRAND COMMUNICATION: EXAMPLE OF BITCOIN

DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.57577>

Bengü BAŞBUĞ, Ensar LOKMANOĞLU

Özet

Kripto para birimlerinin popüleritesi ile birlikte dijital yatırım ve ödeme biçimlerinin insanların günlük rutinlere dahil edilmesine yol açmıştır. Nitekim günümüzde binlerce kripto para birimi finans piyasalarında boy gösterirken, her geçen gün bu birimlerin sayıları daha da arttığı ve insanların hangi para birimine yatırım yapmaları konusunda seçim yaparken zorlandıkları ve kararsız kalabildikleri görülmektedir. Durum bu olunca kripto para birimlerinin her biri, onları ilk bakışta farklılaştıran ve benzersiz tasarımlara sahip olan logolarla ihtiyaç duymaktadır. Markaların tüketiciler tarafından kolayca algılanmasını sağlayan logolar, markaların inşa ettikleri imajları en sade biçimde yansıtan ve temsil eden görsel sembollerdir. Bir nevi markanın siması olan logo; renk, şekil ve yazı tipleri gibi görsel tasarım unsurları ile marka iletişimde büyük bir etkiye sahip olduğu bir gerçektir. Kripto para birimlerinin dünya gündeminden hiç düşmediği bir zamanda özellikle logo gibi görsel kimlik öğelerin ön planda olduğu bir markalaşma süreci gözlemlenebilmektedir. Bu bağlamda kripto para logo tasarımları, büyük kitlelerin kripto para birimine karşı sempati duymaları, o para birimine güvenip güvenmemeleri ve yatırım yapma konusundaki seçimlerini olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bu çalışmada dünyada ilk kripto para ünvanını taşıyan ve günümüzde en popüler kripto para birimi olan Bitcoin'in logo tasarım unsurlarının marka iletişimi bağlamında incelenecektir. Bu devirde sıradan vatandaşın bile yeni bir kripto para birimini icat etme ve piyasaya hızlıca sürme imkanına sahipken, binlerce kripto para biriminin içinde dikkat çekebilmek bakımından logonun önemi yakın gelecekte daha da artacaktır. İçinde bulunduğumuz güvensizlik ortamında pozitif ve güvenilir bir imaj oluşturmak hiç olmadığı kadar önemli ve bir o kadar zor hale gelmiştir. Bu sebeple bu çalışma sadece mevcut bir popüler kripto para birimi olan Bitcoin logosunun analizini yapmaya yönelik değil, önümüzdeki süreçte yeni çıkacak kripto para logolarını tasarlarken kitleleri olumlu etkilemek adına nelere dikkat edilmesi gerektiğine ışık tutmaya amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Kitle İletişim, Marka İletişimi, Kripto Para, Logo, Bitcoin

Abstract

The popularity of cryptocurrencies has led to the inclusion of digital forms of investment and payment into people's daily routines. As a matter of fact, while thousands of cryptocurrencies appear in the financial markets today, it is seen that the number of these units is increasing day by day, and people have difficulties and are undecided when choosing which currency to invest in. In view of this situation, each of the cryptocurrencies needs logos that differentiate them at first glance through unique designs. Logos, which enable brands to be easily perceived by consumers, are visual symbols that reflect and represent the images built by brands in the simplest way. Being some kind of a brand's face, logos with their visual design elements such as colors, shapes and fonts have a great impact on brand communication. At a time when cryptocurrencies never fall from the world's agenda, a branding process can be observed in which visual identity elements such as logos are at the forefront. In this context, cryptocurrency logo designs can positively affect the sympathy of large masses towards cryptocurrency, whether they trust that currency or not, and their choices about investing in it. In this

study, the logo design elements of Bitcoin, which is the first and most popular cryptocurrency in the world, will be examined in the context of brand communication. In this era, while even the ordinary citizen has the opportunity to invent a new cryptocurrency and launch it quickly onto the market, the importance of logos will increase in the near future in terms of attracting attention among thousands of cryptocurrencies. It has become more important and difficult than ever to create a positive and reliable image in the environment of insecurity we live in. For this reason, this study aims not only to analyze the Bitcoin logo, which is an existing popular cryptocurrency, but also to shed light on what should be considered in order to positively affect the masses when designing new cryptocurrency logos to be released in the upcoming period.

Keywords

Mass Communication, Brand Communication, Cryptocurrency, Logo, Bitcoin

References

- Aaker, D.A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. New York: Free Press.
- Adjouri, N. (2004). Alles, was Sie über Marken wissen müssen: Leitfaden für das erfolgreiche Management von Marken. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Aktepe, C., & Şahbaz, R. P. (2010). Türkiye'nin En Büyük Beş Havayolu İşletmesinin Marka Değeri Unsurları Açısından İncelenmesi ve Ankara İli Uygulaması. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi .
- Altan, S. (2018). "Logolardaki Renklerin Psikolojik Yansımaları: Turuncu". Erişim Tarihi: 10.02.2022, <https://www.pazarlamasyon.com/logolardaki-renklerin-psikolojikyansimalari-turuncu/>
- Arklan, Ü., & Tuzcu, N. (2019). Dijital Çağın Bir Pazarlama ve Marka İletişim Aracı Olarak Etkileyiciler: Kanaatler, Kriterler ve Takip Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. Selçuk İletişim Dergisi, 12 (2), 969-1011
- [Tam metne ulaşmak ve tüm referansları görmek için tıklayın.](#)