Богайчук М. І., магістр, Струмінська Т. В., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

РЕБРЕНДИНГ ЛОГОТИПІВ КІБЕРСПОРТИВНИХ КОМАНД

Анотація. *У роботі досліджено логотипи кіберспортивних команд. Визначено передумови, які спонукали команди до ребрендингу свого стилю. Проаналізовано фірмові логотипи кіберкоманд України та Європи. Шляхом порівняльного аналізу визначено зміни візуальних характеристик стилю логотипів до ребрендингу та після.*

Ключові слова: *логотип; ребрендинг; бренд; фірмовий стиль; кіберспорт; кіберкоманда.*

Bogaychuk M. I., Struminska T. V.
Kyiv National University of Technologies and Design

REBRANDING LOGOS OF ESPORTS TEAMS

Abstract. *The work examines the logos of e-sports teams. The prerequisites that prompted the teams to rebrand their style were determined. Company logos of cyber teams of Ukraine and Europe were analyzed.*

Keywords: *logo; rebranding; brand; corporate style; e-sport; e-team.*

Вступ. Кожна організація дбає про залучення нових клієнтів, інвесторів та кваліфікованих працівників. Перше, що відтворює образ компанії при пошуку, це її назва та логотип. Ці візуальні особливості одразу дають розуміння про її діяльність та ідеологію.

З часом у кожної організації настає період, коли потрібно підвищити свою впізнаваність, зберегти актуальність та стати оригінальною серед конкурентів. Кіберспортивні компанії також слідують цим тенденціям. Такі процеси у підтримці власного бренду є невід'ємною частиною маркетингу, що дозволяє залишати актуальність торгової марки. Ефективною стратегією для цього стає ребрендинг.

Постановка завдань Дослідити логотипи організацій у кіберспорті, які працюють над створенням актуального та особливого стилю та прагнуть виділятися. Охарактеризувати зміни емблем команд після проведення ребрендингу. Визначити передумови змін фірмового стилю кіберклубів.

Результати досліджень Ребрендинг – це комплексна зміна існуючого бренду, спроба змінити уявлення споживача про бренд. Також це доповнюється рестайлінгом для найефективнішого перевтілення та зміни ідеологій організації.

Іноді це необхідно у випадках виходу компанії на новий ринок, що б показати свій розвиток і відкинути асоціації з минулою діяльністю організації (особливо коли ця діяльність набула негативної репутації).

Звичайно, ребрендинг дозволяє викликати увагу більшої кількості аудиторії до організації, але при цьому необхідно зберегти основні елементи впізнавання бренду, змінивши форму і подання свого продукту [4].

Летеринг – це мистецтво малювати літери, де кожна літера виступає як окрема міні-ілюстрація. Він використовується, щоб не писати літери друкованим або курсивним стилем безперервним штрихом. Насамперед, «леттерінг» – це індивідуальна увага, приділена кожній літері та її ролі в композиції. Це дає змогу доповнити основні елементи логотипу унікальним дизайном, або повністю виключити їх з композиції [5].

У XXI столітті в ряді серйозних організацій активно з’являються компанії, пов’язані з ігровою індустрією. Все більше інвесторів зацікавлені у розвитку кіберспорту, який давно перетнув межі дитячих забавок. Він розвивається надзвичайно успішно і займає своє місце практично у кожній країні. Завдяки ньому деякі клуби стали справжніми брендами, створивши авторитетний імідж і отримавши визнання на світовому рівні.

Головною візуальною ознакою будь-якої команди є логотип. Саме він передає її образ та характер. На сьогодні кожен прихильник ігрового спорту впізнає своїх фаворитів, побачивши лише їх символ.

При створенні унікальної емблеми необхідно враховувати тенденції і тренди сьогодення, аналітичними методами оцінити конкурентів у конкретній ніші діяльності, можливості компанії, виділивши позитивні аспекти, враховуючи потреби аудиторії [1].

Найвідоміша у світу українська команда кіберспорту «Natus Vincere» (Народжені перемагати) при ребрендингу свого фірмового стилю провела конкурс. Переможець Бруно "hArt1k" Естівенс створив ім'я та логотип для команди, зберігши її впізнаваність. Португалець, скомбінувавши перші дві букви із словосполучення, створив унікальну абревіатуру «Na'VI». Такі зміни породили нові гасла серед публіки, оскільки вимовляється така абревіатура набагато простіше. [9].

У 2021 році організація провела ребрендинг, змінивши візуальні складові свого клубу. Асоціативні з командою кольори лишилися без змін, але було прийнято рішення зробити гострі кути в обведенні назви. Саме так це виглядало гармонійно із текстом. Також було створено укорочену версію логотипу лише з однієї букви «N» [7].

Інша українська команда HellRaisers здивувала своїх прихильників сміливим ребрендингом. До кардинальних змін долучилося рекламне агентство України «Banda Agency». Яскраве та оригінальне лого, до якого звикли вболівальники, було спрощено до двох ліній.

Команда слідкує за трендами, тим самим підтримує актуальність свого бренду. Мінімалізм емблеми передає цілеспрямованість команди та викликає асоціації гострого погляду.

"Час змін. Непередбачуваних, відчайдушних та наполегливих. Ми виграємо перемогу до останнього. Ми андердоги. Ми HellRaisers», – так прокоментували HellRaisers в офіційному анонсі нового логотипу свої зміни [10].

Команда «ЕС Kyiv» на етапі стрімкого розвитку, що супроводжується численними перемогами та досягненнями у кіберспорті, почала отримувати свою популярність за межами України. Це стало поштовхом провести ребрендинг.

Гравці були зацікавлені виходом на світовий рівень, тому вирішили змінити не тільки логотип, а й назву команди, не залишивши нічого, щоб нагадувало про старий клуб. Коментували вони це так: «Для нас це новий етап і виклик. Нова айдентика допоможе зібрати нову аудиторію не тільки в Україні, але і в інших країнах».

Сьогодні «ЕС Kyiv» впізнають під назвою «IKLA». Як запевняють учасники, це найкраще характеризує їхню хижість характеру та філософію. До того ж ця назва простіша для вимови прихильників інших країн.

Завдяки ідеї зобразити руку, що нагадує пащу змії, вболівальники зможуть підтримувати команду цим жестом. Таким чином буде зростати і впізнаваність даного бренду.

Леттеринг у логотипі може використовуватись і без самого елементу з рукою, оскільки у ньому і зображенні ті самі ікла, з якими асоціюють себе гравці [2].

Американська організація «Team Dignitas» у сфері кіберспорту двічі змінювала свій логотип, зберігаючи лише кольори (чорний та жовтий). На ці ребрендинги не завжди був позитивний фітбек від фан клубів. З 2003 року, а саме із заснування компанії, логотип був дещо схожий на інопланетянина, але у колі фанатів були безліч варіантів асоціацій. Називали його "Digi".

У 2018 році було скорочено назву до «Dignitas» та замінено логотип на сову з більш насиченим жовтим кольором.

Ідея із совою відсилає до культури Стародавнього Риму, як запевняли гравці. Вболівальники залишились незадоволені, після чого почались погрози до організаторів.

Керівництво було змушене йти на компроміс. Удосконаливши першу версію логотипу, але залишивши яскраві кольори, було представлено третій варіант, який влаштовував команду та фанклуби [3].

Один із перших клубів у кіберспорті «Mousesports», заснований у Німеччині, зазнав безліч змін. Команди, спеціалізовані на конкретних дисциплінах, розпадалися, або формувалися нові відповідно до проєктів, у яких брали участь. Протягом багатьох років команда була фаворитом на великих турнірах, зі своїми складами виборювала багато почесних медалей та титулів.

Зважаючи на складні часи, які зачепили цю команду, настав момент змін, аби підкорювати кіберспортивний простір у новому стилі.

Клуб провів ребрендинг, пройшовши шлях практично у 20 років. Перший логотип «MOUZ» був у вигляді голови миші, а також повторював долоню гравця, що тримала ігровий девайс. З часом шанувальники почали забувати цю історію, а хтось і не здогадувався про походження емблеми.

Новий логотип, виконаний у мінімалізмі, не схожий на попередній, але передає фірмовий стиль організації. Більш чіткі лінії краще окреслюють контур миші. Вдало виконане поставлене завдання – збереження багаторічної історії «MOUZ» [6].

Легендарна кіберспортивна організація Ninjas in Pyjamas (NIP) оголосила про ребрендинг після 20 років існування. NIP заявляє, що ребрендинг має важливе значення для подальшого розвитку компанії та її мети: створити трансформаційний досвід, який розважає, надихає, розвиває та об’єднує шанувальників у всьому світі.

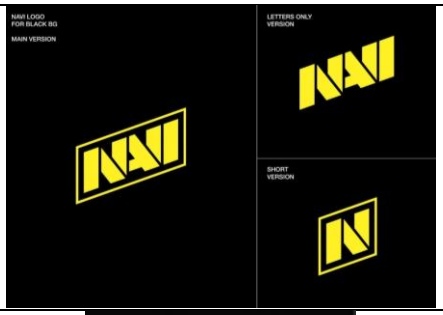
Уже з назви самої команди стає очевидним їх захоплення японською культурою, яку вони демонструють у створені свого бренду.

Дизайн першого логотипу «NIP» створили у вигляді зброї сюрикену, якою користувалися японські ніндзя.

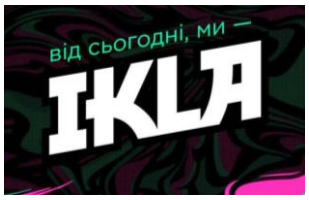
Ребрендинг логотипу полягав у модернізації та заміні попередніх кольорів на чорний, золотий, білий. Ретельно спланований логотип складається зі змістовних деталей. У ньому розмістили стародавнє японське слово «нін», першу частину від слова «ніндзя» [8].

В таблиці 1 надано порівняння логотипів кіберспортивних клубів до та після ребредингу.

Таблиця 1

Назва команди	До ребрендингу	Після ребрендингу
Natus Vincere		
HellRaisers		

Продовження табл. 1

Назва команди	До ребрендингу	Після ребрендингу	
EC Kyiv (IKLA)			
Team Dignitas			
Mousesports			
Ninjas in Pyjamas			

Висновки. Візуальні характеристики стилю організації мають вагомий вплив на аудиторію. Недостатньо продумані кроки ребрендингу не залучають нових прихильників, а можуть лише викликати непорозуміння у старих. Воєнні дії, що відбуваються в Україні, не стали перешкодою для просування бренду «NAVI»: гравці продовжують здобувати перемоги у турнірах та підтримувати Україну, як морально так і фінансово.

Розглянувши варіанти ребрендингу організацій кіберспортивного простору, можна виокремити, що зміни у фірмовому стилі були вмотивовані таким факторами, як застарілість стилю, зміна ідеологій чи вплив на аудиторію. Гарно спланований на етапі заснування бренд може десятками років зберігати свою актуальність. Спроби кіберспортивних клубів йти у ногу з часом та вдосконалювати свою впізнаваність - це гарне рішення. Але повне перевтілення без особливих на те підстав може негативно вплинути на подальшу репутацію команди.

Список використаної літератури

1. Art Lemon. URL: https://art-lemon.com/ua/rozrobka-logotipiv.
2. Gameinside. URL: https://gameinside.ua/materials/articles/pro-rebrending-ec-kyiv-u-ikla-druga-chastina-interv-ju-z-ceo-klubu-maksimom-bednarskim/318853/.

3. Gameinside. URL: https://gameinside.ua/news/organizaciya-dignitas-provela-rebrending-obnoviv-staryj-logotip/263235/.
4. Internet Archive. URL: https://web.archive.org/web/20220206005317/https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/shho-take-rebrending-navishho-i-koli-vin-potriben-kompani%D1%97.
5. Lettering Basics. URL: https://www.handletteringforbeginners.com/blog/lettering-calligraphy-typography.
6. MOUSESPORTS. URL: https://mousesports.com/news/rebranding/.
7. Navi. URL: https://id.navi.gg/layouts_en/.
8. Ninjas in Pyjamas. URL: https://nip.gl/pages/info.
9. ROCKETMEN. URL: https://rocketmen.com.ua/ua/article/cyber_branding.
10. TK Media. URL: https://tk.media/news/kibersportivnaya-komanda-hellraisers-provela-rebrending-kotoryy-sdelala-banda-2020-07-31.