

ماسک توانست اسم Twitter را نگه دارد؛ اما ظاهراً پرنده‌ی معروفش دیگر مال او نیست.

برای چند روز، همه فکر کردند Twitter دارد برمی‌گردد. سال‌ها بعد از آن Rebranding جنجالی که Twitter را به X تبدیل کرد، پروژه‌ای به اسم **Operation Bluebird** راه افتاد؛ با هدف ساختن یک شبکه‌ی اجتماعی تازه، دقیقاً با همان اسم قدیمی: Twitter.

X طبیعتاً ساکت ننشست و شکایت کرد. اما رأیی که از دل این پرونده بیرون آمد، خیلی جالب‌تر از چیزی است که انتظارش را داشتیم: X اجازه دارد اسم Twitter را نگه دارد، اما ظاهراً دیگر حق ندارد از لوگوی پرنده و کلمه‌ی «Tweet» همان‌طور که قبلاً استفاده می‌کرد، استفاده کند.

و نکته‌ی بامزه‌ی ماجرا اینجاست: دو توییت خود ایلان ماسک از سال ۲۰۲۳، حالا شده‌اند بخشی از مدارک همین پرونده.

[بیشتر بخونید: ۷ نشانه که برندتان به ری‌برندینگ نیاز دارد \(نه یک رفرش ساده\)](#)

دو توییتی که سال‌ها بعد به خودش برگشت

۲۲ ژوئیه‌ی ۲۰۲۳، ماسک نوشته بود که X می‌خواهد «با برند Twitter و کم‌کم با همه‌ی پرنده‌ها خداحافظی کند». یک روز بعد هم پستی گذاشت درباره‌ی اینکه شرکت دارد لوگوی توییت را از روی ساختمان‌ش با مشعل جدا می‌کند.

آن روزها این حرف‌ها فقط بخشی از داستان تغییر برند به نظر می‌رسیدند. اما همین دو توییت، حالا در یک سند ۳۵ صفحه‌ای به‌عنوان مدرک آمده‌اند. قاضی گفته این حرف‌های عمومی ماسک نشان می‌دهد X عملاً استفاده‌ی واقعی از علامت Tweet و لوگوی پرنده را متوقف کرده و قصدی هم برای برگشتن به آن نداشته.

یعنی حرف‌های خود ماسک، حالا شده مدرک علیه شرکت خودش.

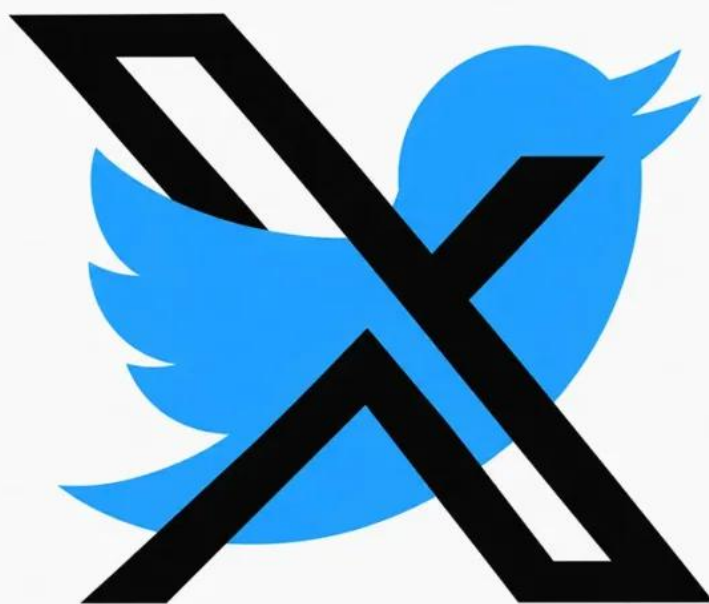
اسم ماند، پرنده رفت

جالب اینجاست که X توانسته جلوی رقیب را برای استفاده از اسم Twitter بگیرد، اما سرنوشت لوگوی پرنده و کلمه‌ی Tweet فرق کرده. تیم Operation Bluebird در واکنش به این تصمیم گفته: «اسم را نگه داشتند؛ ولی پرنده و

Tweet را رها کردند.»

استدلال این تیم هم شنیدنی است: به گفته‌ی آن‌ها، کلمه‌ی «Tweet» هیچ‌وقت مال یک شرکت نبوده؛ این کلمه‌ای است که مردم طی سال‌ها وارد زبان روزمره‌شان کردند و حتی در این سه سالی که X سعی کرد جایگزینش کند، باز هم همان کلمه را به کار بردند.

همین‌جاست که یک واقعیت مهم درباره‌ی برند خودش را نشان می‌دهد: بعضی دارایی‌های برند آن‌قدر در ذهن مردم جا افتاده‌اند که هیچ تصمیم رسمی نمی‌تواند به‌سادگی محوشان کند.



تغییر هویت Twitter به X و کنار گذاشته شدن لوگوی معروف پرنده

میراثی که هنوز زنده است

تبدیل Twitter به X یکی از بزرگ‌ترین تغییرات هویتی در دنیای دیجیتال بود. اسم رفت، لوگو حذف شد، X جایش نشست. اما چیزی که واقعاً نمی‌شود به همین راحتی خاموش کرد، جایی است که یک برند در ذهن آدم‌ها نشسته.

پرنده‌ی Twitter سال‌ها یکی از شناخته‌شده‌ترین نمادهای دنیای دیجیتال بود و «Tweet» هم مدت‌هاست بخشی از زبان روزمره‌ی اینترنت شده. برای همین، این ماجرا فقط یک دعوای حقوقی سر یک لوگو یا یک کلمه نیست؛ نمونه‌ی خوبی است از چیزی که وقتی یک برند بزرگ می‌خواهد کاملاً عوض شود، ممکن است پیش بیاید.

یک Rebrand همیشه یعنی پاک کردن کامل گذشته نیست

عوض کردن هویت برند گاهی لازم است، اما این‌طور نیست که همیشه بهترین کار، دور ریختن همه‌چیز قبلی باشد. برندها سال‌ها روی اسم، لوگو، رنگ و زبان‌شان سرمایه‌گذاری می‌کنند و این چیزها کم‌کم می‌شوند بخشی از دارایی برندشان؛ همان چیزی که به آن Brand Equity می‌گویند. Twitter هم سال‌ها وقت گذاشته بود تا همین سرمایه را بسازد.

پس وقتی برندی تصمیم می‌گیرد هویتش را عوض کند، سؤال فقط «هویت جدید چه شکلی باشد؟» نیست. یک سؤال دیگر هم هست که کمتر جدی گرفته می‌شود: کدام‌یک از دارایی‌های قدیمی هنوز ارزش نگه‌داشتن دارند؟

در مورد Twitter، جواب این سؤال برای اسم و لوگو یکی نبوده. اسم ماند، پرنده نماند.

درسی که این دو تویییت به هر برندی می‌دهند

شاید جالب‌ترین بخش این ماجرا، همان نقش دو تویییت ماسک باشد. حرف‌هایی که سال ۲۰۲۳ فقط بخشی از ارتباطات عمومی یک مدیرعامل به نظر می‌رسیدند، حالا در دادگاه علیه شرکت خودش استفاده شده‌اند.

این خودش یادآوری خوبی است که در برندهای بزرگ، حرف‌های مدیران و بنیان‌گذاران هم بخشی از برندند؛ نه چیزی جدا از آن. تصمیم‌های برند فقط توی لوگو و وبسایت و [برندبوک](#) دیده نمی‌شوند. چیزی که مدیرعامل یک روز عادی تویییت می‌کند، ممکن است سال‌ها بعد سرنوشت همان برند را رقم بزند.

در نهایت داستان Twitter و X نشان می‌دهد Rebranding فقط تغییر اسم و ظاهر نیست. گاهی یک تصمیم برای ساختن آینده، همان چیزی است که تعیین می‌کند از گذشته چه چیزی باقی بماند.

و در این داستان، انگار اسم Twitter ماندگار شد، ولی پرنده‌اش پرواز کرد.

منبع: www.creativebloq.com ، [Daniel John](#)