

ทวิตเตอร์เบิร์ดสู่ X. It's what's happening สัญญาณที่ซ่อนไว้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์

กฤษฎี ทุลวรรณะ

สาขาวิชา การออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email : Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Dec 5, 2023

Revised: Dec 18, 2023

Accepted: Dec 20, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอเนื้อหาของการออกแบบตราสัญลักษณ์ทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นการบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) การบริการที่ได้รับความนิยม โดยทำการศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2548 - พ.ศ. 2566 บทความนี้ได้วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลทั้งในแง่ของประวัติศาสตร์จุดเริ่มต้นของการออกแบบตราสัญลักษณ์ Twitter ที่เชื่อมโยงผ่านบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้กระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์ล้วนมีสัญญาณที่ซ่อนไว้ในผลงานการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ได้มีการปรับและถูกแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบอย่างเช่นในปัจจุบัน การศึกษาค้นคว้าการออกแบบตราสัญลักษณ์ในครั้งนี้เพื่อจะค้นหาสัญญาณที่ซ่อนไว้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ทวิตเตอร์ ตั้งแต่จุดกำเนิดตราสัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์แรกอย่างเป็นทางการ การร่วมกันของสัญลักษณ์นก จนถึง Elon Designer รีแบรนด์ Twitter เป็น “X” ล้วนแต่เป็น การใช้ภาพแทนความหมายที่สัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้คนในแต่ละยุคสมัยจึงเปรียบเสมือนตราสัญลักษณ์เป็นเครื่องบันทึกของเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม รวมไปถึงพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกันออกไปเช่น เมื่อก่อนตราสัญลักษณ์ทำหน้าที่ในฐานะหน้าต่างของการบริการที่สะท้อนตัวตนและสร้างการจดจำให้กับผู้ใช้งาน แต่ในปัจจุบันตราสัญลักษณ์ไม่ได้ทำหน้าที่สร้างการจดจำเพียงอย่างเดียวแต่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงความหมายสัญญาณมากกว่าความสวยงามทางด้านการออกแบบ ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการว่าจะสร้างการจดจำด้วยวิธีใด ดังนั้นการออกแบบตราสัญลักษณ์ในปัจจุบันอาจไม่ได้ทำหน้าที่ในการสร้างการจดจำเพียงอย่างเดียวแต่จะมีองค์ประกอบอื่น ๆ อาทิ การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX/UI) เข้ามาทำหน้าที่แทนตราสัญลักษณ์อีกด้วย

คำสำคัญ : การออกแบบตราสัญลักษณ์, ทวิตเตอร์, การบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์, สัญญาณ

Twitter Bird to X. It's what's happening Hidden symbols in the logo design

Krit Tulvandhana

Graphic and Multimedia Design Faculty of Industrial Technology Suan Sunandha Rajabhat University

Email : Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Dec 5, 2023

Revised: Dec 18, 2023

Accepted: Dec 20, 2023

Abstract

This article presents the contents of Twitter logo design. which is an online social networking service (Social Media) which is a popular service By studying the logo design from 2005 - 2023, this article analyzed the content of the information in terms of history. The starting point for designing a Twitter logo that connects through social and cultural context. This makes the logo design process all have hidden symbols in the design work. The emblem has been adjusted and modified to bring it to its current perfection. This logo design study aims to find hidden symbols in the design of the Twitter logo. Since the origin of the symbol The first official emblem The combination of the bird symbol until Elon Designer rebranded Twitter as “X” is all about using images to represent meanings that are related to the usage behavior of people in each era. It is like a symbol that is a recorder of events. changes in social context Including different usage behaviors such as In the past, logos served as the face of services that reflected identity and created recognition for users. But at present, logos do not only serve to create recognition but can also create changes in symbolic meaning rather than design beauty. It is up to the service provider how to create recognition. Therefore, the design of the current logo may not only serve to create recognition, but there will be other elements such as user experience design (Ux/Ui) that come in to act in place of the logo as well.

Keywords : Logo design, Twitter, Social Media, Symbol

บทนำ

การรับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงเข้านอน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบโลกทุกคนสามารถรับรู้ได้ผ่านหน้าจอโทรศัพท์ส่งผลให้เกิดการบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) การบริการที่ได้รับความนิยมคือ ทวิตเตอร์หรือ X. (Twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน โดยมีผู้ใช้งาน 528.3 ล้านรายและคาดว่าจะจำนวนจะสูงขึ้นถึง 652.23 ล้านรายในปี พ.ศ. 2571 ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นชาวสหรัฐอเมริกา อายุเฉลี่ยอยู่ใน 25 ถึง 34 ปี (Rohit Shewale, 2566) การสร้างรูปแบบแนวคิดของการบริการและภาพลักษณ์การออกแบบที่มีความน่าสนใจ โดยแนวคิดของการบริการผู้ใช้บริการสามารถเขียนข้อความได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษร โดยสามารถส่งสารบอกสิ่งที่ตัวเองอยากอธิบายผ่านตัวอักษร รวมไปถึงการเข้าถึงประเด็นต่าง ๆ ผ่านพฤติกรรมออนไลน์ที่เรียกกันว่า แฮชแท็ก (Hashtag) จุดกำเนิดของ ทวิตเตอร์หรือ X. (Twitter) โดย Jack Dorsey, Biz stone และ Evan Williams เปิดตัวในเดือนกรกฎาคมของปีนั้น บริษัทแม่ Twitter, Inc. ตั้งอยู่ในเมืองซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย และมีสำนักงานมากกว่า 25 แห่งทั่วโลก Jack Dorsey ได้ทำการส่งทวิตแรกเมื่อเวลา 21:50 น. ตามเวลาท้องถิ่นด้วยคำว่า “just setting up my twttr” ช่วงแรกชื่อของบริการนี้มีชื่อว่า “twttr”

โดยทวิตเตอร์มีต้นกำเนิดจากการระดมความคิด จัดขึ้นโดยบริษัทโอดีโอ ซึ่งเป็นบริษัทนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ได้ความคิดในการส่งบริการข้อความสั้น หรือ เอส เอ็มเอส (SMS) พูดคุยและสนทนากันภายในกลุ่มเล็ก ๆ โดยชื่อในรูปแบบนี้มีแรงบันดาลใจมาจากฟลิคเกอร์ (Flickr) และมีเพียง 5 ตัวอักษรคล้ายกับการส่งข้อความสั้นแบบชื่อย่อของชาวอเมริกัน ในตอนแรกนักพัฒนาถือว่า “10958” เป็นรหัสสั้นของบริการสำหรับการส่งข้อความ SMS แต่ต่อมาเปลี่ยนเป็น “40404”

เพื่อใช้งานง่ายและจดจำได้ ในเดือนกันยายน พ.ศ.2553 บริษัทเริ่มเปิดตัวอย่างเป็นทางการ twitter.com พร้อมทั้งออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) พร้อมสโลแกน “*“Tweeting” and “Tweeted”*” ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเสียงนกร้อง Tweets (วิกิพีเดีย, 2561) บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ยักษ์ใหญ่มีการพัฒนาตั้งแต่ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2549 ทั้งในด้านเทคโนโลยีและภาพลักษณ์การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ทั้งยังสร้างสรรค์ตัวตนที่จะสื่อสารออกไปให้ผู้ใช้งานได้รับรู้และเข้าใจ ผ่านทางภาพ (Visual Identity) ประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ สี ตัวอักษร รูปภาพ ภาพประกอบ และการออกแบบ UX/UI เป็นต้น ในส่วนของตราสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการสามารถจดจำได้มากที่สุด ดังนั้นจึงมีความสำคัญในเชิงการออกแบบ ทั้งกระบวนการความคิดในงานออกแบบรวมถึงการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานได้รับประสบการณ์ และสามารถจดจำบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

แนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์เชิงสัญลักษณ์กับภาพแทนความหมาย

สัญลักษณ์ (Semiotics) เป็นศาสตร์ว่าด้วยการให้ความหมาย เป็นการศึกษาว่า “สิ่งที่แทนความหมาย” (Representation) อาจก่อให้เกิดความหมายได้อย่างไร เป็นการศึกษาถึงกระบวนการที่ทำให้เราเข้าใจความหมายของสิ่งใดหรือกระบวนการที่เรา “ให้ความหมาย” แก่สิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากพิจารณาสัญลักษณ์อย่างสัมพันธ์กับภาพ หรือขยายกรอบการพิจารณาออกไปถึงทัศนธรรมและวัฒนธรรม สัญลักษณ์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับระบบสัญลักษณ์ (Symbolism) การวิเคราะห์สัญลักษณ์ช่วยให้เราตระหนักถึงความสัมพันธ์อันหลากหลายระหว่างตัวเรากับสิ่งแทนความหมาย ด้วยเหตุนี้เองเราจึงอาจเข้าใจได้ว่า ความหมายของภาพใด ๆ หรือวัตถุใด ๆ ย่อมมีพลวัต อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเราไม่อาจเข้าใจความหมายอ้างอิงของภาพหรือวัตถุใด ๆ ได้จากกระบวนการสื่อสารทางเดียว แต่เรา

จำเป็นต้องเข้าใจภาพหรือวัตถุ จากการปฏิสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่าง ผู้รับสารกับภาพแทนวัตถุ (เถกิง พัฒโนภาส, 2556)

สัญลักษณ์กับการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบอัตลักษณ์ เป็นตัวแทนในการสร้าง ความแตกต่างในการสื่อความหมาย แสดงความเป็นเจ้าของ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อให้เกิดการรับรู้ และเข้าใจถึงความเป็นแบรนด์ความเป็นองค์กรเดียวกันด้วยรูปแบบการออกแบบตราสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นสิ่งที่ใช้แทนความหมายของอีกสิ่งที่ต้องการอ้างถึงหรือสื่อสารถึง ซึ่งสัญลักษณ์ดังกล่าวนั้นอาจจะประกอบด้วย วัตถุ ที่มีรูปร่าง รูปทรง ปริมาตร สี หรือพื้นผิว เป็นต้น สัญลักษณ์ที่ดีนั้นจะจัดก้ำกึ่งหรืออุปสรรคของการสื่อสาร ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจ ตรงกันแม้จะแตกต่างกันคนละวัฒนธรรม แต่ทั้งนี้ความเข้าใจในสัญลักษณ์เดียวกันนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ของทั้งสองฝ่ายว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถใช้สัญลักษณ์ให้สื่อความหมายมากเพียงใด และ ผู้รับสารมีความเข้าใจในสัญลักษณ์ที่ใช้มากเพียงใด ในมุมมองด้านการออกแบบนิเทศศิลป์การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo หรือ Trademark) เป็นการสื่อสารเอกลักษณ์หรือความแตกต่างขององค์กร ผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านภาพ (Visual) ที่ถูก กำหนดขึ้นโดยนักออกแบบ

สร้างสรรค์ ลักษณะของภาพดังกล่าวมีการตัดทอนหรือจัดวางองค์ประกอบ ซึ่งได้รับการคัดสรรเฉพาะที่จำเป็นมาใช้สื่อสาร ซึ่งผลงานออกแบบนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะที่มีการสื่อสารความแตกต่างขององค์กร ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และนักออกแบบมักจะเลือกใช้ สัญลักษณ์เป็นกลวิธีในการสร้างสรรค์เพื่อสื่อความงามและความหมาย เพราะการนำสัญลักษณ์เข้ามา ร่วมใช้ในตราสัญลักษณ์นั้น สามารถทำให้ภาพลักษณ์ที่ต้องการระบุถึงนั้นคมชัดขึ้น (วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์, 2560)

วิวัฒนาการของการออกแบบตราสัญลักษณ์

Twitter

ทุกวันนี้ปฏิเสธไม่ได้ว่า การใช้งานบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมและถูกใช้งานกันอย่างแพร่หลายไม่ว่าจะในมือถือ ป้ายโฆษณา สื่อส่งเสริมการขายของบริษัทในเกือบทุกเว็บไซต์ จะเห็นตราสัญลักษณ์รูปนกฮั่นเป็นสัญลักษณ์ของ Twitter ปรากฏอยู่ แต่ก็ได้เริ่มต้นด้วยการจดจำได้ในทันที ในความเป็นจริงแล้วตราสัญลักษณ์ได้มีการปรับและถูกแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบอย่างเช่นในปัจจุบันดังปรากฏในการวิเคราะห์วิวัฒนาการของตราสัญลักษณ์ตลอดหลายปีที่ผ่านมา จวบจนถึงความผิดพลาดในปัจจุบัน

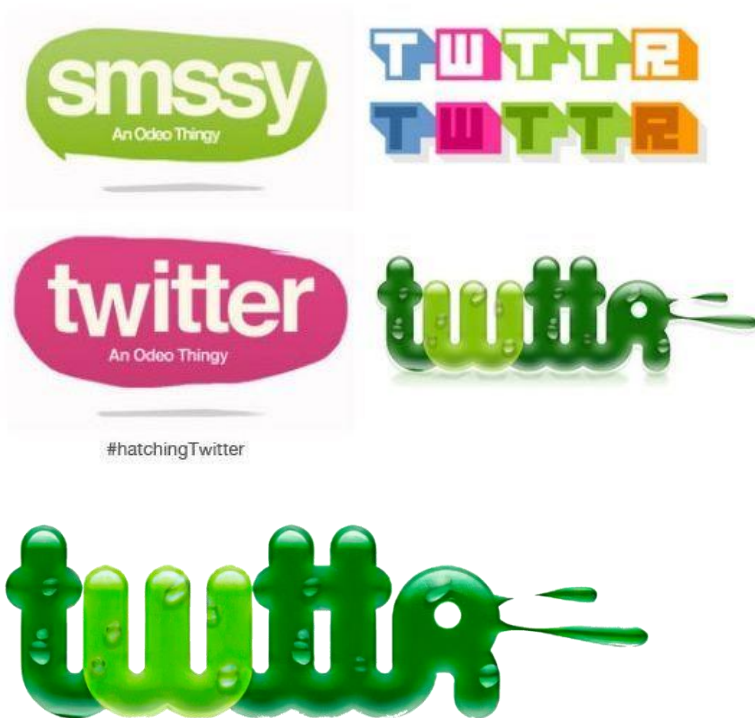


รูปที่ 1 ภาพวิวัฒนาการของการออกแบบตราสัญลักษณ์ Twitter
ที่มา <https://www.facebook.com/ideologydesignstudio/>

พ.ศ. 2548 : จุดกำเนิดตราสัญลักษณ์

จุดเริ่มต้นของตราสัญลักษณ์ไม่ได้ออกแบบให้เป็นนกอาย่างที่เข้าใจ ในยุคที่ตราสัญลักษณ์ของ twitter ไม่ได้ใช้ออกสู่สาธารณะใช้ในการพัฒนาและเป็นเหมือนต้นแบบของตัวแพลตฟอร์มเท่านั้น สัญลักษณ์ที่ซ่อนไว้ในตราสัญลักษณ์มีองค์ประกอบโดยใช้สีเขียวเข้มและเขียวอ่อน มีหยดน้ำค้างปกคลุมบริเวณตัวอักษร แสดงถึงความเป็นธรรมชาติและเสรีภาพของตัวแพลตฟอร์ม ตราสัญลักษณ์นี้เป็น

ต้นแบบ twitter ในเวลาต่อมา แม้แต่ชื่อเรียกก็มีการถกเถียงกันอย่างมาก มีชื่ออื่น ๆ ให้เลือกใช้ เช่น “twicth”, “smssy” แต่สุดท้าย twttr ก็ชนะทุกชื่อที่กล่าวมาแต่ก็ไม่ได้ออกสู่สาธารณะ จะเห็นได้ว่ายุคเริ่มต้นของการออกแบบตราสัญลักษณ์ยังไม่สมบูรณ์และยังไม่ได้เป็นที่รู้จักอย่างในปัจจุบัน แต่ก็เป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาตราสัญลักษณ์ในเวลาต่อมา



รูปที่ 2 ภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ Twitter ในปี พ.ศ. 2548

ที่มา <https://www.theverge.com/2013/11/12/5094724/old-twitter-logos-show-original-names-were-twtr-smssy>

พ.ศ. 2549 - พ.ศ. 2553 : ตราสัญลักษณ์ แรกอย่างเป็นทางการ

เมื่อแพลตฟอร์มเปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2549 ตราสัญลักษณ์เปิดตัวด้วยคำว่า “Twitter” สีฟ้าอ่อนได้รับการออกแบบโดย Linda Gavin มีเวลาเพียงหนึ่งวันก่อนที่จะเปิดตัว จะเห็นได้ว่าตอนนี้ตราสัญลักษณ์ถูกออกแบบให้สะกดแบบตัวพิมพ์เล็กทั้งหมด (lowercase) เพิ่มตัวสระให้ดูชัดเจนขึ้น พัฒนาตัวอักษรโครงสร้างที่เรียบง่าย รูปทรงโค้งมน จุดที่น่าสนใจคือ ตัว t ที่เป็นตัวพิมพ์เล็กแสดงถึงความเรียบง่ายทำให้ผู้ใช้งานเข้าถึงได้ง่าย พวกเขายังได้เปลี่ยนชุดสีใหม่ทั้งหมด จากเดิมเป็นสีเขียวเปลี่ยนเป็นสีฟ้าอ่อนและสีน้ำเงิน เป็นที่พบเห็นได้ทั่วไปสำหรับแพลตฟอร์ม social media หมายถึงความไว้วางใจ ความสงบและความซื่อสัตย์

ในปี พ.ศ. 2549 ทาง twitter ยังออกแบบสัญลักษณ์ (Icon symbol) ขนาดเล็กในรูปของนกสีฟ้าอ่อน เป็นครั้งแรกที่รูปนกได้ปรากฏขึ้น พวกเขาได้ซื้อภาพจาก Istock ในราคาเพียง 15 ดอลลาร์ ผู้ออกแบบเจ้านกในเวอร์ชันแรกคือ simon oxley เข้าไม่รู้ด้วยซ้ำว่า งานของเขาเป็นที่โด่งดังปรากฏในข่าวของ BBC และ CNN เขาให้สัมภาษณ์ว่าได้สร้างนกตัวเล็กขึ้นมาตามชื่อนักบาสเก็ตบอล NBA Larry Bird จากทีม Boston Celtics นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา มาสคอต Larry Bird ได้กลายเป็นเอกลักษณ์หลักของแพลตฟอร์ม นกเป็นตัวเลือกที่ชัดเจนเนื่องจากความสัมพันธ์ของแบรนด์กับนกผ่านชื่อและโพสต์ที่เรียกว่า 'ทวีต' จากนั้นในปี 2009 Biz Stone, Philip Pascuzzo ได้ออกแบบนกของเขาขึ้นมา ซึ่งมีปีก ตาสีขาว และขนาดใหญ่กว่า ทางที่แหลมคม Philip

Pascuzzo ได้ออกแบบมาสองตัวเลือกสำหรับ
สัญลักษณ์ แบบแรกคือแบบการ์ตูน (Cartoon)
แบบที่สองคือแบบเวกเตอร์ (Vector)

The Twitter birds over time,
and their designers.



2006
Simon Oxley



2010
Biz Stone, Philip Pascuzzo



2009
Biz Stone, Philip Pascuzzo



2012
Doug Bowman

รูปที่ 3 ภาพการออกแบบสัญลักษณ์นกสีฟ้า (Icon symbol)
ที่มา <https://twitter.com/simonoxleee/status/1372040553001549830>

พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2555 : การร่วมกันของสัญลักษณ์



รูปที่ 4 ภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ในปี พ.ศ. 2553 - 2555
ที่มา <https://1000logos.net/twitter-logo/>

ตราสัญลักษณ์ในยุคนี้เป็นลักษณะ Combination Logo Mark ตราสัญลักษณ์ประเภทนี้เป็นการ
รวมกันระหว่างตัวอักษรและรูปภาพในตราสัญลักษณ์เดียวกัน จะเห็นการร่วมกันของ “twitter” (ซ้าย) และ
นก Larry Bird (ขวา) ตัดต่อประกอบส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป ลดทอนให้เรียบง่ายที่สุด ใช้วิธีการปรับตัว
สัญลักษณ์ (Icon symbol) ให้กลายเป็นภาพเงาและสีเดียวกับตัวอักษร

พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2562 : ความสมบูรณ์แบบของตราสัญลักษณ์

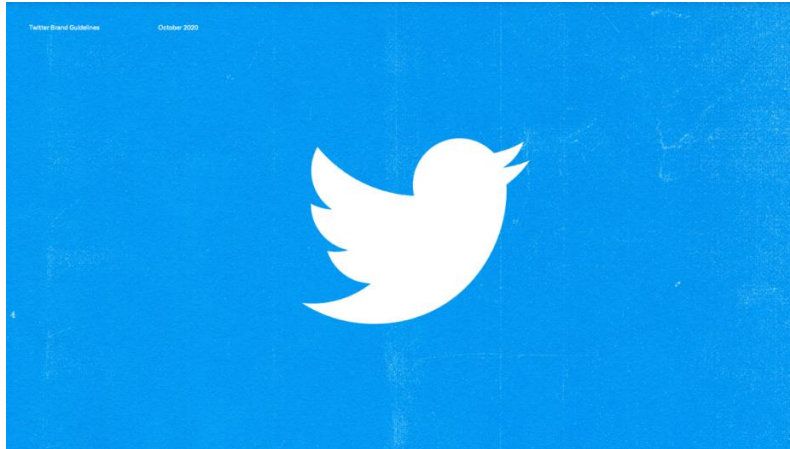


รูปที่ 5 ภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ในปี พ.ศ. 2555 - 2562

ที่มา <https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/brand-toolkit/downloads/twitter-external-brand-guidelines-01272021.pdf>

เพียง 2 ปีหลังจากการเปิดตัวตราสัญลักษณ์ Combination Logo Mark ทาง twitter ก็ได้ออกแบบใหม่อีกครั้งในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 โดยการลบชื่อแบรนด์ออกจากตราสัญลักษณ์ใหม่ให้เหลือเพียงแต่สัญลักษณ์นกเพียงอย่างเดียวเพื่อที่จะระบุตัวตนของการบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างชัดเจนและง่ายต่อการจดจำ ดังเช่นกระแสนีในการปรับภาพลักษณ์องค์กรของสินค้าและการบริการต่าง ๆ เช่น ร้านกาแฟชื่อดังอย่าง Starbucks ในปี พ.ศ. 2554 ที่ลดทอนองค์ประกอบของการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้เรียบง่ายขึ้น แม้อูคูผิวเผินเหมือนไม่มี

การเปลี่ยนแปลงเท่าไร แต่ถ้าเจาะรายละเอียดแล้วจะพบว่า สัญลักษณ์เปลี่ยนแค่สีให้เข้มขึ้น จนใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน ยิ่งทำให้ให้ตราสัญลักษณ์โดดเด่นมากยิ่งขึ้นบนพื้นหลังสีขาวของหน้าเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังตัดทอนรายละเอียดของรูปร่างนก ตัดส่วนขนปลายด้านบนของส่วนหัวและปรับขนปีก ขนาดสัดส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ตราสัญลักษณ์ใหม่ดูง่ายและลงตัวมากขึ้น สุดท้ายยังเปลี่ยนชื่อนกฮัมมิงเบิร์ดที่กระพือปีกจาก Larry Bird เป็น twitter bird ซึ่งสื่อความหมายถึงสัญลักษณ์ของความสุขแห่งเสรีภาพและการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัด



รูปที่ 6 ภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ในปี พ.ศ. 2555 - 2562

ที่มา <https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/en/brand-toolkit/downloads/twitter-external-brand-guidelines-01272021>.

นกฮัมมิงเบิร์ดกระพือปีกเป็นแรงบันดาลใจให้การออกแบบตราสัญลักษณ์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความหวัง อีสรภาพ การพัฒนาและความเป็นไปได้ที่ไร้ขีดจำกัด วงกลมที่สร้างขึ้นหมายถึงการเชื่อมโยงความคิดและความสนใจของผู้คนที่แตกต่างกัน Martin Grasser ผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์นกสีน้ำเงิน ได้ออกแบบมากกว่า 1,000 ตัวก่อนที่จะได้สัดส่วนที่สมบูรณ์แบบ ในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 เขาได้ tweet ผ่านข้อความอำลาตราสัญลักษณ์ที่ใช้งานมันตั้งแต่ พ.ศ. 2555 บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ X.

พ.ศ. 2566 - ปัจจุบัน : Elon Designer รีแบรนด์ Twitter เป็น “X”

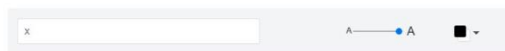
Elon Musk เสนอซื้อ Twitter ในราคา 44 พันล้านดอลลาร์ และข้อตกลงดังกล่าวบรรลุผลในวันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2022 โดยทำให้เขาสามารถ

ควบคุมเครือข่ายโซเชียลที่โดดเด่นซึ่งใช้โดยผู้นำระดับโลก คนดัง และผู้มีอิทธิพลทางวัฒนธรรม Elon Musk ใส่ตัวอักษร X ลงในแบรนด์อื่น ๆ ทั้งหมดของเขา รวมถึง SpaceX, xAI, X Corp. และ Twitter ในปัจจุบัน เมื่อวันอาทิตย์ที่ผ่านมา Musk ประกาศว่า Twitter จะถูกเปลี่ยนชื่อเป็น X และหันไปหาชุมชนของเว็บไซต์เพื่อทำการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ การรีแบรนด์อย่างกะทันหันของ Twitter ส่วนหนึ่งมาจากความชื่นชอบตัวอักษร X ของ Elon Musk ซึ่งปรากฏให้เห็นตลอดอาชีพการงานของเขา นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับความพยายามของเขาในการเปลี่ยนเครือข่ายบริการสังคมออนไลน์ ตราสัญลักษณ์ใหม่ของ Elon Musk สำหรับการรีแบรนด์ Twitter ในชื่อ “X App” เป็นเพียงสัญลักษณ์ X ตัวพิมพ์ใหญ่จากแบบอักษร “Special Alphabets 4” จากตระกูลแบบอักษร Special Alphabets ของ Monotype

Home / Fonts / Monotype / Special Alphabets / Special Alphabets 4

Special Alphabets 4

Special Alphabets 4 by Monotype



Special Alphabets 4

¥4,315



Special Alphabets 4



รูปที่ 7 ภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ในปี พ.ศ. 2566 - ปัจจุบัน

ที่มา <https://twitter.com/Fontendou/status/1683416962674868231/photo/1>

ตราสัญลักษณ์ใหม่นี้ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์เป็นอย่างมาก ทั้งกระบวนการออกแบบ รูปแบบที่จะสร้างการจดจำ รวมทั้งสัญลักษณ์เชิงความหมายในงานออกแบบ ความงามขององค์ประกอบ ล้วนได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบ แต่ก็ไม่ได้ทำให้ Elon Musk เปลี่ยนกลับไปใช้ตราสัญลักษณ์เดิม โดยให้เหตุผลว่าชอบตราสัญลักษณ์ของ Sawyer Merritt อธิบายว่ามันเป็นตัวเลือกแบบ “อาร์ตเดโคแบบมินิมอลลิสต์” โดยเสริมว่า “อาจจะ” มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง หรืออย่างน้อยที่สุด “ได้รับการขัดเกลา” ยังชี้ให้เห็นว่าตัวอักษร X สามารถสร้างภาพการจดจำได้ แต่สิ่งที่น่าสนใจ Elon Musk ยังขอให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์ เช่น เปลี่ยนสีแพลตฟอร์มเริ่มต้นของแบรนด์เป็นสีดำ ในขณะที่เขียน จากการสำรวจความคิดเห็นที่โพสต์โดย Elon Musk ได้รับคะแนนเสียงมากกว่าล้านเสียง โดยเกือบ 75 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการเปลี่ยนแปลงนี้ (ลิช กอร์นี, 2566) หรือนี่อาจจะเป็นแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบใหม่ที่ทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถออกแบบตราสัญลักษณ์ของตัวเองได้อย่างไม่ต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบ แต่ให้ความสำคัญกับรูปแบบใหม่ที่กำลังที่จะเกิดขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากการค้นคว้าหาข้อมูลจะเห็นได้ว่าแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ของ Twitter มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งเนื้อหาและรูปแบบ บริบททางวัฒนธรรม รูปแบบการใช้ชีวิต และเทคโนโลยี รวมไปถึงแนวคิดในการออกแบบแต่ละยุคสมัยล้วนสะท้อนผ่านผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตอบสนองความต้องการและสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้ใช้งาน ทำให้กระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์ล้วนมีสัญลักษณ์ที่ซ่อนไว้ในงานออกแบบ การใช้ภาพแทนความหมายดังเช่นปรากฏในการออกแบบตราสัญลักษณ์ในปี พ.ศ. 2549 - พ.ศ. 2553 ที่มีการนำเอารูปนกมาใช้สื่อความหมายแทนการส่งข้อมูลข่าวสาร ในปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2562 ใช้นกฮัมมิงเบิร์ดที่กระพือปีกเพื่อสื่อความหมายถึงสัญลักษณ์ของความสุข ความหวัง เสรีภาพ อิสระภาพและการพัฒนาการสื่อสารอย่างไร้ขีดจำกัด ในปัจจุบันรูปแบบการออกแบบตราสัญลักษณ์มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน แนวคิดในการออกแบบอาจไม่ได้อยู่แค่การออกแบบเพียงคนเดียวเท่านั้น แต่เป็นการสร้างแนวคิดใหม่ที่ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมในงานออกแบบได้ และยิ่งเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ผู้ใช้งาน โดยไม่ได้คำนึงถึงสัญลักษณ์หรือความหมายของงานออกแบบ

มากนัก จะเห็นได้ว่าตราสัญลักษณ์ใหม่ของ X. (Twitter) ไม่ได้มีสัญลักษณ์หรือความหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการดังกล่าว แต่เป็นการควมรวมกิจการของผู้ประกอบการเข้าด้วยกัน ทำให้ทั้งชื่อและตราสัญลักษณ์ถูกปรับให้เชื่อมโยงแก่เจ้าของกิจการ นี่อาจเป็นแนวทางในปัจจุบันที่การออกแบบตราสัญลักษณ์ต้องมีมากกว่าแนวคิดหรือสัญลักษณ์ที่ซ่อนไว้ในงานออกแบบ แต่ต้องสร้างประสบการณ์และการจำจาดในรูปแบบใหม่ให้กับผู้ใช้บริการมากกว่าความสวยงามขององค์ประกอบหรือแนวคิดตามหลักทฤษฎีการออกแบบ การออกแบบตราสัญลักษณ์เปรียบเสมือนเครื่องบันทึกของเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลง ในเมื่อคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา คุณค่าของความหมายตราสัญลักษณ์อาจไม่มีความจำเป็นเลยก็เป็นได้

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชา การออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ได้ให้ข้อมูลและแนวทางในการเขียนบทความวิชาการครั้งนี้

References

Editorial. (2009). TIME: Twitter and new media are changing the way we communicate. Prachathai.

Gorny, L. (Year). Twitter rapidly rebrands as "X" with user-submitted logo. *It's Nice That*. [Online] Available at <https://www.itsnicethat.com/news/twitter-x-logo-graphic-design-240723> [Retrieved Month Day, Year]

Lau, R. (Year). The Twitter Logo And Brand: A Mighty Evolution To Perfection. *Logo.com*. [Online] Available at <https://logo.com/blog/twitter-logo> [Retrieved Month Day, Year]

Pattanopas, T. (2008). Semiotics and visual representations. *Academic Journal, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University*, 01-2008, 35-50.

Phothiwat, W. (Year). The use of the letter P style as a symbol communicates the meaning of parking. Bangkok: Department of Visual Communication Design, Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

Shewale, R. (Year). Twitter Statistics In 2023 — (Facts After "X" Rebranding). *Demand Sage*. [Online] Available at <https://www.demandsage.com/twitter-statistics/#:~:text=Twitter%20has%20528.3%20million%20monthly%20active%20users> [Retrieved Month Day, Year]

Sungsomsakul, R. , & Watthanaprapa, N. (2019). Study of negative behavior of using social media on Twitter. In *Proceedings of the 2nd National Conference on Presenting Research Results of Students in the Humanities and Social Sciences (2013 – 2021)*. Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University.

Twitter Search Team. (Year). "The Engineering Behind Twitter's New Search Experience." *Twitter Engineering Blog*. Twitter. [Online] Available at [URL] [Retrieved Month Day, Year]

Wikipedia. (Year). *Twitter*. Accessible from <https://th.wikipedia.org/wiki/Twitter> [Retrieved Month Day, Year]

Wongkitrungrueang, T. (2009). "This loud Twitter sound (from a small bird)." *Documentary Magazine*.