



31608-2011 (2-3-3 หน่วยกิต)

การออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์

CI Branding

ผู้สอน อ.วิภาพร จินตรินทร์

แผนกวิชา คอมพิวเตอร์กราฟิก
วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี



ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์ (Corporate Identity) ตามหลักการ
กระบวนการ และนำเสนอผลงาน กราฟิกอัตลักษณ์



จุดประสงค์รายวิชา

01

รู้และเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ หลักการ กระบวนการออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์

02

มีทักษะเกี่ยวกับออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์ ตามหลักการ และกระบวนการ



จุดประสงค์รายวิชา

03

มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ มุ่งมั่น สนใจ ใฝ่รู้ มีความคิด สร้างสรรค์

04

ประยุกต์ใช้ความรู้ในการออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์ตามหลักการ กระบวนการ



คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาปฏิบัติเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ หลักการ กระบวนการออกแบบกราฟิก
อัตลักษณ์ (Corporate Identity) ออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) การเลือกตัว
หนังสือประจำแบรนด์ (Font) สีประจำแบรนด์ (Color) การออกแบบลายกราฟิก
ประจำแบรนด์ (Graphic Pattern) การออกแบบไอคอน (Icon) Mood&Tone นำเสนอ
ผลงานกราฟิกอัตลักษณ์

เกณฑ์การวัดผล ประเมินผล

20

พฤติกรรมอันพึงประสงค์

60

คะแนนเก็บระหว่างภาค

20

คะแนนสอบ

100

คะแนนรวมทั้งหมด





ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การออกแบบอัตลักษณ์

การออกแบบอัตลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจการ
ของทุกองค์กรและทุกแบรนด์ ซึ่งต้องการถ่ายทอดภาพลักษณ์ที่ดีมี
อัตลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่าง สร้างความจดจำ สร้างการยอมรับ
และน่าเชื่อถือจากบุคคลทั่วไป



ความหมายของ การออกแบบอัตลักษณ์

คำว่า “การออกแบบ (Design)” มีรากศัพท์จากภาษาละตินว่า Designare หมายถึง การ วางแผน รวบรวม หรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็นสองมิติและสามมิติเข้ากันอย่างมีหลักเกณฑ์ทางด้านความงามประติพจน์สร้างสรรค์ขึ้นโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและสร้างคุณค่านิยมทาง ความงาม ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของงานออกแบบ





ความหมายของ การออกแบบอัตลักษณ์

คำว่า "อัตลักษณ์" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Identity" หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ ในปัจจุบันมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้ อย่างมากมาย ทั้งตามพจนานุกรมและตามแนวความคิดของนักวิชาการ อาทิ





ความหมายของ การออกแบบอัตลักษณ์

Cambridge Dictionary (Identity, n.d.) อธิบายความหมายของ
ศัพท์ Identity ว่าหมายถึง คุณลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือองค์กร
ที่ทำให้สาธารณชนนึกถึงและจดจำ และให้ความหมายของคำ ว่า
Brand Identity ว่าหมายถึง ชุดของความคิดและคุณสมบัติเฉพาะที่
องค์กรต้องการให้ผู้คนเชื่อมต่อ ถึงผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าของตน





ความหมายของ การออกแบบอัตลักษณ์

Collins English Dictionary (Identity, n.d.) ได้ให้คำจำกัดความของศัพท์Identity เป็นข้อๆ ไว้ ดังนี้

- 1) การมีลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือสิ่งของที่ไม่ซ้ำใคร
- 2) ลักษณะเฉพาะบุคคลและสิ่งของซึ่งได้รับการยอมรับ
- 3) คุณสมบัติของการเป็นหนึ่งในสิ่งของและบุคคล
- 4) คุณลักษณะที่โดดเด่น เป็นธรรมชาติมีคุณภาพ
- 5) สถานะของบุคคลหรือสิ่งของซึ่งสามารถอธิบายหรืออ้างสิทธิ์ได้





ความหมายของ การออกแบบอัตลักษณ์

จากคำอธิบายดังกล่าวพอสรุปความหมายได้ว่า อัตลักษณ์คือลักษณะเฉพาะอันโดดเด่นของ บุคคลหรือสิ่งของที่มีความแตกต่างไม่ซ้ำใคร 6 Oxford Dictionary (Identity, n.d.) ให้คำจำกัดความของภาพเคลื่อนไหวไว้ดังนี้

- 1) ลักษณะข้อเท็จจริงของบุคคลที่บ่งบอกถึงตัวบุคคลนั้นๆ เช่น การระบุชื่อ ลายเซ็น รูปร่าง หน้าตา เป็นต้น
- 2) เอกลักษณ์เฉพาะขององค์กรหรือชุมชนท้องถิ่น

จากคำอธิบายดังกล่าวพอสรุปความหมายได้ว่า อัตลักษณ์คือการระบุลักษณะเฉพาะของบุคคล องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น เพื่อบ่งบอกถึงตัวบุคคล องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ





ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์

การออกแบบอัตลักษณ์มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ในยุคกรีกและโรมันโบราณ มนุษย์ ทำตราแบบตอกประทับเพื่อใช้เป็นเครื่องหมายการค้า มีการใช้เครื่องหมายเพื่อระบุตัวตนของผลิตภัณฑ์ โดยมีการค้นพบสัญลักษณ์ ป้ายร้านค้าซึ่งปรากฏเครื่องหมายการค้าบนป้าย ต่อมาในยุคยุโรปยุคกลางได้มีการพัฒนาการออกแบบสัญลักษณ์ภาพโดยถูกใช้เป็นตราประจำตระกูล และจากนั้นได้พัฒนาเข้าสู่ยุคของการสร้างแบรนด์ อาจกล่าวได้ว่าการออกแบบอัตลักษณ์นั้นมีต้นกำเนิดในทวีปยุโรปเป็นแห่งแรกจาก ความต้องการของผู้ค้า จากนั้นได้มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา



พัฒนาการของตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ น้ำมันโมบิล (Mobil)

พัฒนาการของตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ น้ำอัดลม โคคา-โคลา



ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์



ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นช่วงเวลาที่มีการเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรมเป็นต้นมา เป็น ช่วงที่งานออกแบบกราฟิก เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการออกแบบอัตลักษณ์ ดังที่ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547, น.18) อธิบายไว้สรุปได้ดังนี้ นักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถจากสถาบันที่มีชื่อเสียงหลาย คนเป็นผู้จุดประกายให้กับวงการการออกแบบกราฟิก (Graphic Design) ด้วยการนำองค์ประกอบ กราฟิกมาใช้ในการสร้างสัญลักษณ์และการออกแบบอัตลักษณ์ อาทิ พอล แรนด์ (Paul Rand) ผู้ ออกแบบสัญลักษณ์ให้กับไอบีเอ็ม (IBM) มอร์ตัน โกลด์ชอลส์ (Norton Goldshol) ผู้ออกแบบ สัญลักษณ์ M ให้กับโมโตโรลา (Motorola) เป็นต้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการวางรากฐานในการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จให้กับ ผลิตภัณฑ์



ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์

ในช่วงต้นและช่วงกลางของทศวรรษ 1960 ระบบการออกแบบอัตลักษณ์กลายเป็นแนวคิดสู่ความสำเร็จ ที่ทุกองค์กรทุกบริษัทต่างตื่นตัวกันอย่างมาก ในการที่จะสร้างสัญลักษณ์และระบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ของตน ในช่วงนี้เองที่เชอร์มาเยฟและไกส์มาร์ (Chermayeff & Geismar) ได้ออกแบบสัญลักษณ์ให้กับธนาคารเชส แมนฮัตตัน (Chase Manhattan) โดยนำลักษณะที่เป็นนามธรรม (Abstract) มาใช้ในงานออกแบบสัญลักษณ์ ด้วยการสร้างความเรียบง่ายที่ลงตัว มีความสวยงาม ไม่ล้าสมัย ซึ่งได้กลายมาเป็นต้นแบบของแนวคิดในการออกแบบสัญลักษณ์ในทศวรรษ 1960 และในเวลาต่อมา



ตราสัญลักษณ์ธนาคารเชส แมนฮัตตัน (Chase Manhattan)
(Chase Manhattan Logo Design)



ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์

ในทศวรรษ 1970 มีองค์กรจำนวนมากที่ต้องการพัฒนาอัตลักษณ์ เนื่องจากตระหนักถึงผล ตอบแทนที่ได้รับ ต่างทุ่มงบประมาณจำนวนมากในการสร้างและเปิดตัวสัญลักษณ์ใหม่ รวมทั้งแผน รณรงค์ต่างๆ จนเมื่อเกิดกรณีคดีวอเตอร์เกต (Watergate) ซึ่งทำให้สหรัฐอเมริกาประสบกับปัญหาทั้ง ทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้องค์กรต่างๆ พากันระงับแผนพัฒนาอัตลักษณ์ ด้วยการหันไปให้การ สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรแทน นับได้ว่าเป็นช่วงของ การถดถอย เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ไม่เห็นความสำคัญในเรื่องของพัฒนาอัตลักษณ์ ทำให้การพัฒนา งานออกแบบอัตลักษณ์ต้องชะงักไปชั่ว ระยะเวลาหนึ่ง

ในช่วงกลางของทศวรรษ 1980 เป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนา มี บทบาทกับหลากหลายวงการ ทั้ง งานแบบส่วนบุคคลซึ่งนับวันก็ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้น การใช้งานกับห้างร้านหรือบริษัทมีการเอามาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานอย่างมากมาย รวมถึงวงการการออกแบบ มีการคิดโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการออกแบบกราฟิกมากมาย ได้แก่ โปรแกรมสำหรับตกแต่งภาพซึ่งเป็นโปรแกรมช่วยในการวาดภาพและตกแต่งภาพให้สวยงาม ช่วย อำนวยความสะดวกกับนักออกแบบอย่างมาก นับได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการ ออกแบบ และยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึง ปัจจุบัน



ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์

การออกแบบอัตลักษณ์ในประเทศไทยนั้น เริ่มมีแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญ ประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา ดังที่ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547, น.21) อธิบายไว้สรุปได้ดังนี้ ในความเป็นจริง การออกแบบกราฟิกจะเป็นที่รู้จักกันในวงการโฆษณาในประเทศไทยมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ก็ตาม ดัง จะเห็นได้จากการออกแบบในระยะแรกจะเป็นการออกแบบสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ธุรกิจหรือสิ่งพิมพ์โฆษณา ให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยยังมีได้มีการวางระบบอัตลักษณ์ให้กับบริษัทหรือองค์กรเหล่านั้น เนื่องจากทั้งผู้ว่าจ้างและผู้ออกแบบยังมิได้ตระหนักถึงความสำคัญของการมีระบบอัตลักษณ์ งาน ออกแบบและวางระบบอัตลักษณ์ที่ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้น ได้แก่ การออกแบบระบบอัตลักษณ์ให้กับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท วอลเตอร์ แลนเดอร์ แอนด์ แอสโซซิเอต จำกัด (Walter Landor and Associates, Co., Ltd.) ซึ่งในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนตระหนักถึงผล ตอบแทน มหาศาลที่จะได้รับจากการออกแบบอัตลักษณ์เพื่อสื่อสารแก่นและเนื้อหาขององค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักและจดจำจากบุคคลทั่วไป

ตราสัญลักษณ์บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)



ตราสัญลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

amazing
THAILAND



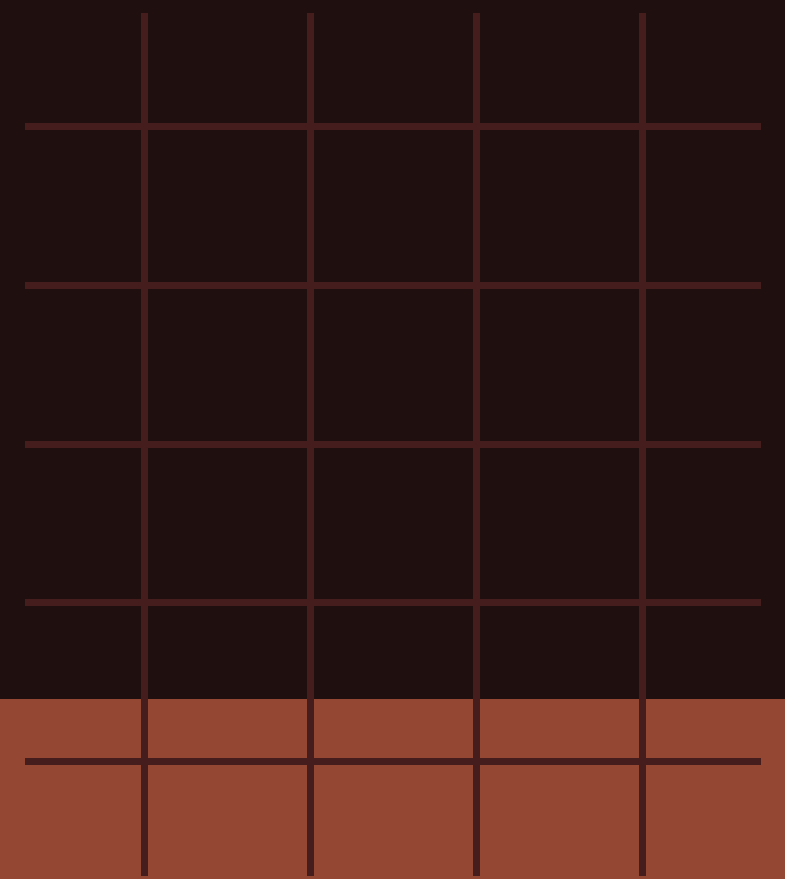
ความเป็นมาของ การออกแบบอัตลักษณ์

สิ่งหนึ่งที่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากการศึกษาประวัติของการออกแบบอัตลักษณ์นั้นคือ นักออกแบบควรจะตระหนักว่าตราสัญลักษณ์นั้นมีอายุยาวนาน การออกแบบไม่ควรหลงไหลไปกับรูปแบบ ที่อาจดูทันสมัยในขณะนั้น อาจเป็นเพียงแฟชั่นที่ผ่านมาแล้ว ก็ผ่านไปอย่างรวดเร็ว แม้ว่าการออกแบบจะ ต้องได้รับการปรับปรุงอยู่เสมอ แต่ตราสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างพื้นฐานและมีแนวความคิด เบื้องหลังที่ดีจะ ดำรงอยู่ได้นานโดยการปรับแต่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักและจดจำจากบุคคลทั่วไป



Fradel
AND
Spies.



คำสั่ง จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. จงอธิบายความหมายของการออกแบบอัตลักษณ์
2. จงอธิบายความเป็นมาของการออกแบบอัตลักษณ์