

Apple Music กำลังขายอะไรผ่านโลโก้ใหม่? อ่านเกม “made by sound” ที่ใช้เบื้องหลังงานดีไซน์สื่อจุดยืนแบรนด์

แบรนด์บริการฟังเพลงควรมีหน้าตาอย่างไร หากคำตอบเริ่มต้นจากเสียงที่คนฟังได้ยิน แทนที่จะเริ่มจากภาพที่นักออกแบบอยากให้เห็น? Apple Music เลือกใช้คำถามนี้เป็นจุดตั้งต้นของการปรับ Brand Identity ครั้งใหม่ ภายใต้แนวคิด “made by sound” ซึ่งครอบคลุมทั้งโลโก้ ตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว และเสียงสัญลักษณ์ประจำแบรนด์ โดยเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2026 พร้อมเผยเบื้องหลังการทำงานร่วมกับ โปรดิวเซอร์ Fred again.. และ NEST Acoustics เพื่อใช้เสียงดนตรีสร้างการเคลื่อนไหวที่กลายมาเป็นภาพของ แบนด์ 9to5Mac ความเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ชวนให้มองต่อว่า Apple Music ต้องการให้ผู้คนจดจำบริการของตัวเองด้วยอะไร และเหตุใดแบรนด์จึงลงทุนกับกระบวนการสร้างภาพจากเสียงจริง ทั้งที่สามารถออกแบบเอฟเฟกต์ลักษณะเดียวกันบนหน้าจอได้จากข้อมูลเบื้องหลังที่ Apple Music ให้ไว้ คำตอบอยู่ที่ความต้องการนำดนตรีและศิลปะมาเป็นแกนกลางของการแสดงออกของแบรนด์ ตั้งแต่สิ่งที่ได้ยิน ไปจนถึงสิ่งที่มองเห็น

ให้เสียงเป็นต้นทางของภาพ กระบวนการทำงานเริ่มจากการทดลองนำความถี่เสียงมาเล่นผ่านทรานสดิวเซอร์ อุปกรณ์ที่แปลงสัญญาณเสียงเป็นแรงสั่นสะเทือนเพื่อทำให้ของเหลวเคลื่อนไหวตามตัวโน้ต ก่อนบันทึกคลื่น ระยะเวลา และการหักเหของแสงด้วยกล้อง แล้วนำภาพเหล่านั้นมาพัฒนาเป็นภาษาภาพของ Apple Music ที่มาร่วมกับ Fred again.. และ NEST Acoustics แยกองค์ประกอบของตัวโน้ตเพื่อพัฒนาเสียงสัญลักษณ์ หรือ Mnemonic ซึ่งเป็นเสียงสั้นสำหรับสร้างการจดจำแบรนด์ จากนั้นจึงใช้เสียงดังกล่าวสร้างภาพที่สัมพันธ์กัน Fast Company รายงานรายละเอียดเพิ่มเติมว่า ทีมงานใช้น้ำมันแร่ซึ่งมีความหนืดเหมาะกับการสร้างลักษณะคล้ายกระจกที่กระเพื่อม

แล้วทำไม Apple Music ต้องทำ? เหตุผลที่แบรนด์อธิบายไว้คือ ต้องการให้ความเชื่อเรื่องดนตรีและศิลปะปรากฏอยู่ในตัวตนของ Apple Music อย่างชัดเจน แม้กระทั่งโลโก้ก็ควรสะท้อนคุณค่านี้ เมื่อตีความในเชิงการตลาด การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มีน้ำหนักอยู่ที่การทำให้คำกล่าวของแบรนด์มีหลักฐานรองรับ หาก Apple Music บอกว่าดนตรีเป็นหัวใจของบริการ กระบวนการออกแบบก็เริ่มจากดนตรี และปล่อยให้เสียงมีส่วนกำหนดผลลัพธ์จริง เรื่องเล่าเบื้องหลังจึงช่วยเพิ่มความหมายให้กับภาพที่ผู้บริโภคเห็น คลื่นที่กระเพื่อมอยู่บนโลโก้มีที่มาจากบทเพลง การทดลอง และการตัดสินใจร่วมกันของนักดนตรีกับทีมออกแบบ ผู้ชมสามารถย้อนกลับไปเห็นได้ว่าความเชื่อของแบรนด์ถูกนำมาปฏิบัติอย่างไร อีกโจทย์หนึ่งคือ การสร้างบุคลิกของ Apple Music ให้ชัดภายใต้แบรนด์แม่ที่แข็งแกร่งมากอยู่แล้ว สัญลักษณ์ Apple และฟอนต์ SF Pro ช่วยรักษาความคุ้นเคย ส่วนตัวอักษรที่หนาขึ้น เสียงเฉพาะตัว และการเคลื่อนไหวที่เกิดจากดนตรี เปิดพื้นที่ให้บริการนี้แสดงบุคลิกของตัวเอง ในมุมของการบริหารแบรนด์ นี่คือการพยายามสร้างสมดุลระหว่างการได้รับประโยชน์จากชื่อ Apple กับการมีองค์ประกอบที่คนจดจำว่าเป็น Apple Music โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่เปิดเผยยังไม่ได้ระบุว่า การรีแบรนด์เกิดจากยอดขายที่ลดลง ปัญหาการเติบโต หรือผลสำรวจการรับรู้แบรนด์ จึงควรอ่านการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จากเป้าหมายด้านอัตลักษณ์ที่บริษัทอธิบาย และแยกออกจากข้อสันนิษฐานเรื่องผลประโยชน์

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เตชาวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาววรรณ เตชาวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาววรรณ เตชาวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาววรรณ เตชาวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

