

SPEAKING WITH GRAPHICS : INFORMATION DESIGN/INFOGRAPHICS

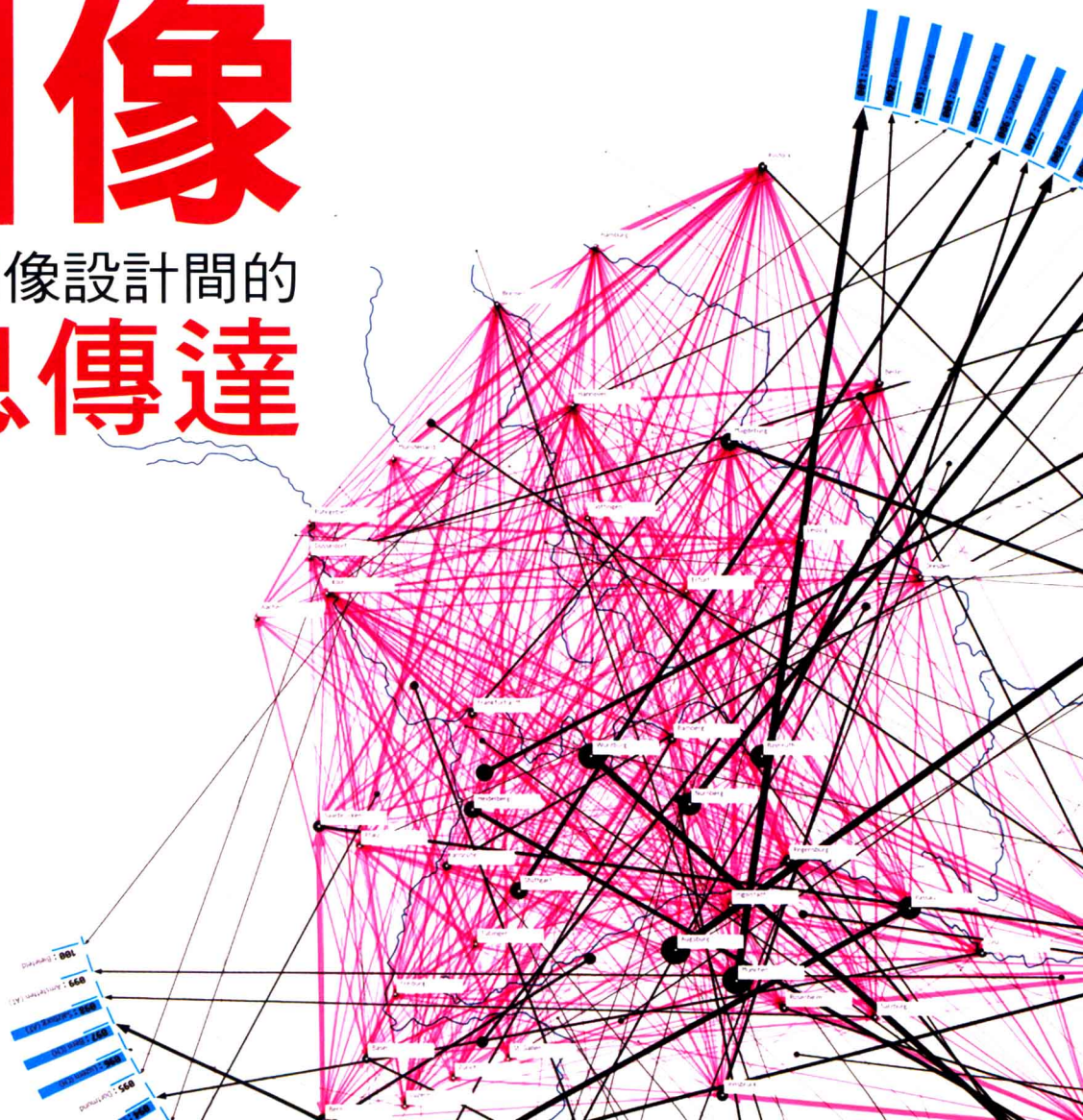
A BOOK ABOUT INFOGRAPHICS, CULTURE AND COMMUNICATION 一本關於訊息設計、文化、視覺溝通的書

解構 圖像

隱藏在圖像設計間的
訊息傳達

孫皓瓊 著

佳魁資訊



解構圖像

隱藏在圖像設計間的訊息傳達

孫皓瓊 著



佳魁資訊

解構圖像

—隱藏在圖像設計間的訊息傳達

國家圖書館出版品預行編目資料

解構圖像：隱藏在圖像設計間的訊息傳達 /

孫皓瓊 著. — 臺北市：佳魁資訊， 2012.10

面；公分

ISBN 978-986-5908-11-9（平裝）

1. 圖案 2. 設計

961

101016591

作 者：孫皓瓊

發行人：張耀仁

出版者：佳魁資訊股份有限公司 TopTeam Information Co., Ltd.

地 址：10547台北市松山區復興北路147號6樓

購書專線：(02)2718-0508

傳 真：(02)2718-0519

網 址：<http://www.topteam.cc>

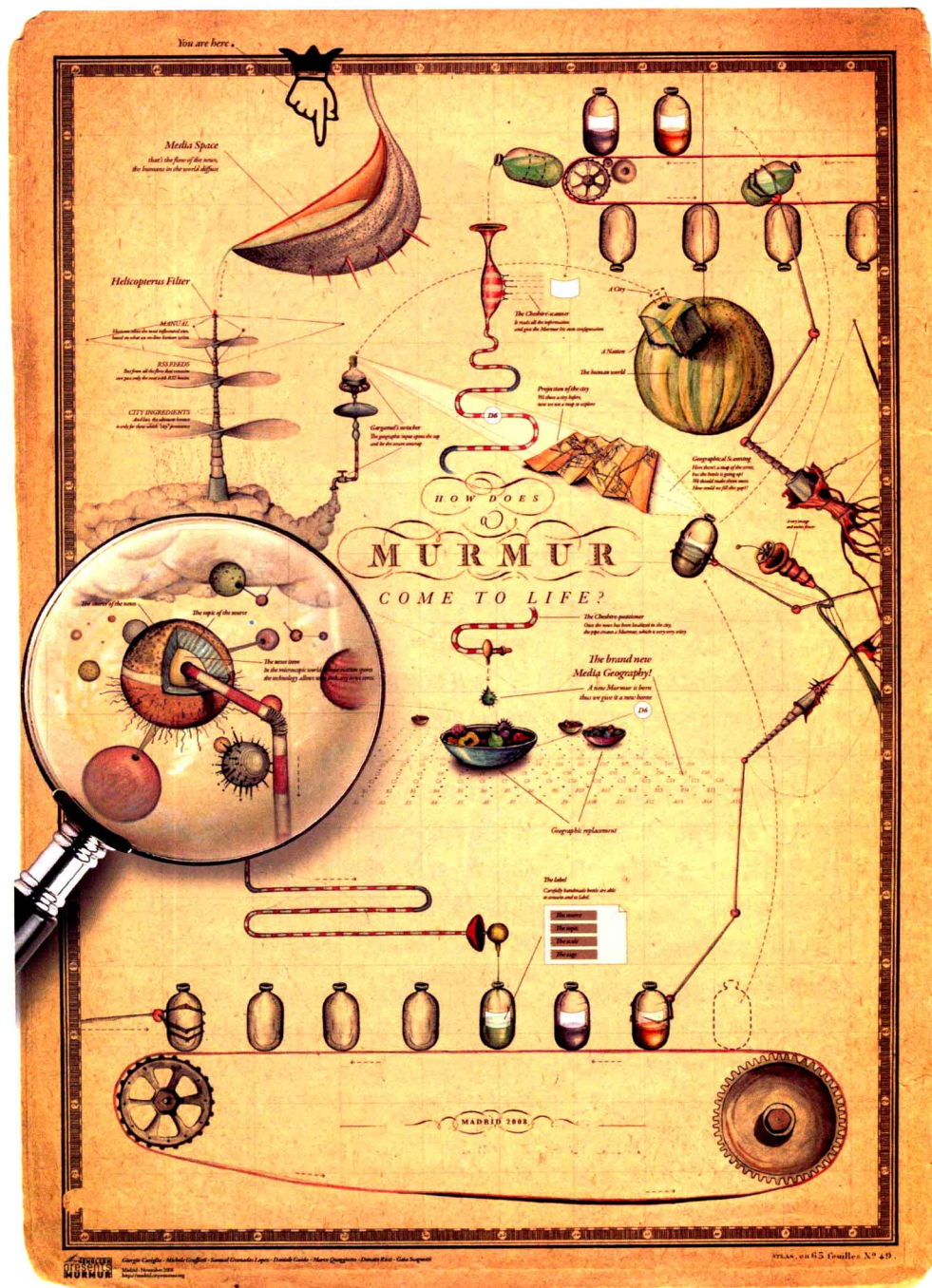
出版日期：2012年10月

ISBN：978-986-5908-11-9

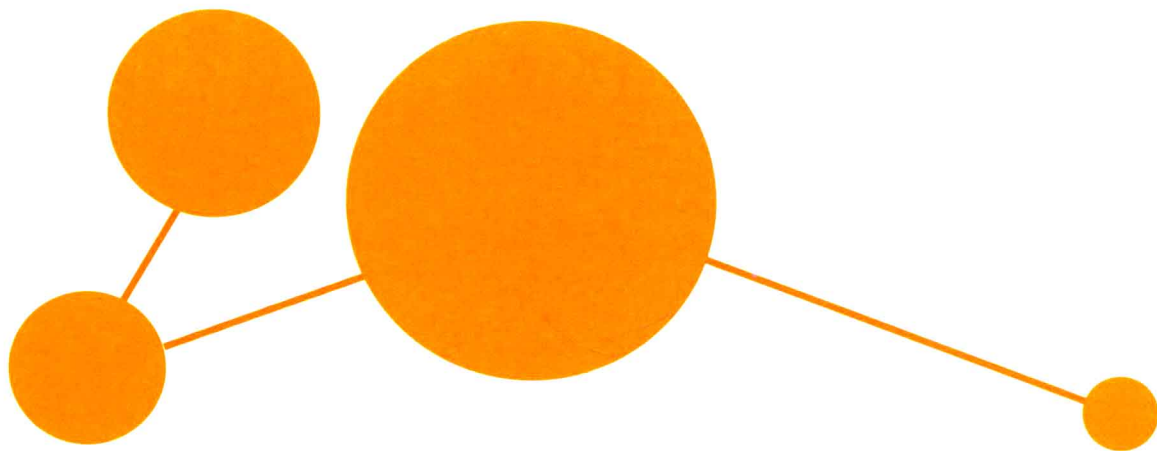
建議售價：490元

著作權聲明 | 本書中文繁體字版由清華大學出版社獨家授權，僅限於台灣地區出版。未經本書原著出版者與本書出版者書面許可，任何單位和個人均不得以任何形式(包括任何資料庫或存取系統)複製、傳播、抄襲或節錄本書全部或部分內容。本書若附有光碟，光碟內含的共享軟體或公用軟體，其著作權屬原開發廠商。

商標聲明 | 書中引用之商標及商品名稱分屬各公司所有，純屬介紹之用，絕無侵權之意。



前言



近年來，隨著訊息表達形式的豐富和發展，越來越多的人開始關注訊息可視化，對圖形及相關專業的探討也不斷增加。訊息設計——作為和圖形有密切關係的綜合性學科，正處於快速發展階段，很多內容還沒有界定，因此需要更多的人參與探討與研究。本書內容著眼於訊息設計此新興學科及訊息設計的重要分支——訊息圖形設計（Infographics）。

初見「訊息設計」一詞可能會讓人覺得是傾向電腦自動化方向的專業，和程式設計相關，這是由於訊息設計一詞是直接翻譯自英文Information Design，其實，訊息設計是一個橫跨專業的綜合性學科。它涵蓋了多種專業內容：視覺傳達、社會學、多媒體技術、訊息技術、符號學、統計學、幾何學、商業策劃、心理學等，各種學科的有機結合使訊息設計可以面對更多的

大眾。訊息設計涉及的範圍非常廣，和訊息自動化有一定的關係，但它的重點是設計，設計專業是訊息設計發展的基礎，其中又以平面設計所佔的比重最大。訊息設計不僅包括了視覺設計，還要將概念延伸至商業、哲學、文化、心理感知等方面，從理性的角度不斷發掘設計的深度與廣度，用視覺、聽覺、觸覺等人類有效意識展示訊息，關注如何將素材轉化成有效數據以傳遞給大眾或用深入淺出的方式研究、解釋複雜的課題。

我們生存在一個多元化的社會中，特別是20世紀，到處充斥著大量的社會訊息使人們對訊息整理的需求大增，為此有學者提出了新名詞——資訊爆炸，設計是解決此社會問題最有效且經濟的方式。同時，訊息技術的快速發展使訊息的加工方式有了本質的飛躍，訊息設計的發展表現

出不可替代的社會需求。

設計，很多時候被認為傾向於藝術，是美感的表現形式。這種直覺、感性的思維把許多設計最本質、最有價值的東西掩蓋了，使得很多人認為設計和藝術處於一種難以明確界定的範疇。訊息設計是感性和理性的有機結合，即用藝術的手法來表現理性的思維。這是訊息設計有別於一般圖形設計的特徵之一。

本書以訊息設計為主題，內容涉及訊息、文化、思維、符號、設計語言等，有系統地介紹訊息設計的發展脈絡、表現形式及分類，用豐富的案例為讀者展示一條完整的線索：人不光是在現實中生存，還在意識中「生存」，不光用感官觀察，也用思維、經驗獲得訊息。設計不光是設計的設計，還是生活的設計、文化的設計。

1+1=?

用簡單的公式來說明訊息設計的有效性——

1+1=1：訊息的多少和訊息有效性並不成正比，如果沒有完善地研究訊息，沒有正確歸納訊息的各種要素，只是單純的設計陳列不僅無法加強訊息傳遞的效果，還會減少所要傳遞的訊息量。有效性和正確性是訊息設計的基本要求。

1+1=2：訊息按照設計前期預測，達到了預定目標，正確地傳達了訊息，且大眾能從中獲得正確理解。

1+1=4：訊息設計有時會展示出很多數據間的內在隱藏關聯，雖然設計的預定目標可能並不包含展示這些內在關聯的要求，但這些隱藏訊息可以讓用戶進行更深層次的思考，它們讓設計結果顯得充實、有說服力。

1+1=?：訊息設計隨著技術的發展不斷變化，在未來的訊息設計中將有更多的可能性出現，相同的訊息可以在不同的媒介間進行轉換，其傳播的訊息量將遠遠大於單一載體。訊息設計發展的空間廣闊且多變，訊息設計師隨時保持與科技發展的同步性是很重要的。

目錄

第1章
002

你我身邊的
訊息設計

- 1.1 故事一：溫度計的變化 003
- 1.2 故事二：紅燈？綠燈？ 005
- 1.3 故事三：改良課程表 007
- 1.4 故事四：垃圾箱上的符號 009

第2章
010

什麼是
訊息設計

- 2.1 訊息設計概念 012
 - 2.1.1 訊息設計的功能 014
 - 2.1.2 訊息設計的用途 014
 - 2.1.3 訊息設計和設計訊息 014
- 2.2 訊息設計由來 015

第3章
018

訊息和文化

- 3.1 訊息爆炸的時代 020
- 3.2 為什麼要整理訊息 022
- 3.3 文化和訊息的互動 025
 - 3.3.1 相似和差異 025
 - 3.3.2 本土文化和外來文化 027
 - 3.3.3 可看世界和不可看世界 030
 - 3.3.4 訊息可以透過多維的方式傳遞 033

第4章
034

訊息設計
的發展

- 4.1 訊息設計的發展軌跡 037
 - 4.1.1 史前時代 037
 - 4.1.2 文字時代 038
 - 4.1.3 地圖的到來 041
 - 4.1.4 早期數據圖形 047
 - 4.1.5 Isotype 060
 - 4.1.6 綜合發展時代 065
- 4.2 綜合性跨學科的設計實驗 066
 - 4.2.1 認知心理學和視覺傳達 067
 - 4.2.2 符號學 073
 - 4.2.3 商業應用 075
 - 4.2.4 訊息設計的社會性 077

第5章

080

訊息設計 要點

- 5.1 闡述思想 082
- 5.2 理性的美感 089
- 5.3 設計視角 092
 - 5.3.1 換個角度看問題 092
 - 5.3.2 宏觀和微觀 094
 - 5.3.3 尋找差異化 095
- 5.4 簡約不是衡量設計的唯一標準 096
- 5.5 高密度設計的美感 099
- 5.6 設計是逐步分析的過程 102
- 5.7 溝通 106

第6章

108

訊息設計 分類

- 6.1 文字整合類 109
 - 6.1.1 訊息優化 109
 - 6.1.2 版面設計 111
 - 6.1.3 大容量訊息圖 113
 - 6.1.4 網站結構 115
- 6.2 2D平面類 116
 - 6.2.1 產品說明 116
 - 6.2.2 圖表 117
- 6.2.3 插圖 119
- 6.3 3D空間類 120
 - 6.3.1 導識系統 120
 - 6.3.2 展示空間 122
- 6.4 多媒體類 123
 - 6.4.1 介面 123
 - 6.4.2 人機互動 125
 - 6.4.3 動態圖像 127

第7章

128

訊息設計 研究方法

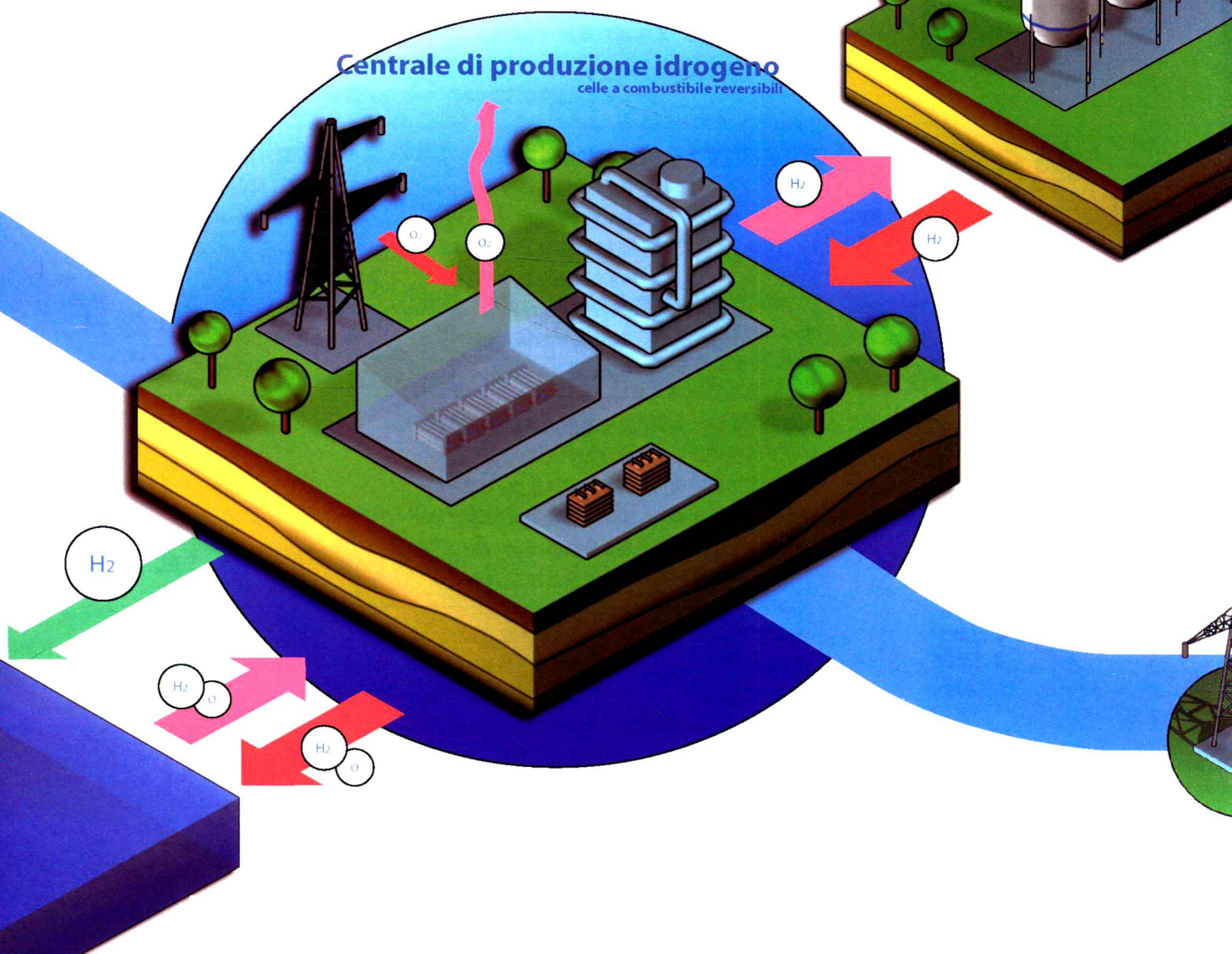
- 7.1 訊息設計的教學研究方向 129
- 7.2 訊息設計要點 132
 - 7.2.1 尋找數據 132
 - 7.2.2 設定單位 134
 - 7.2.3 建構層次 137
 - 7.2.4 設計加工 139

第8章

142

訪談與案例

- 8.1 訊息設計師訪談 143
 - 8.1.1 傑林德·舒勒(Gerlinde Schuller) 143
 - 8.1.2 保羅·裘卡萊利(Paolo Ciuccarelli) 150
 - 8.1.3 太田轍也 158
 - 8.1.4 盧濤、章瑜 161
- 8.2 訊息設計案例 168



第1章

你我身邊的訊息設計

訊息設計是專業性很強的學科，但也和大眾關係密切，在生活的各個方面都能看到，例如課程表、公共標識、地圖、電子螢幕等，這些熟悉的日常事物就是訊息設計。當然，它的概念不止如此，訊息設計可以幫助人們更好地理解複雜的世界，幫助人們解決問題，以減少使用的困難，並增加使用的樂趣。另外，日常生活中遇到的很多圖形問題，都可以用訊息設計的標準去評斷。訊息設計幫助我們針對不同的群眾，理性地安排訊息，對生活中已有的訊息進行加工改良，以提高各種訊息的指示效率，並達到**明確、有效、美觀**的使用目的。

DIS

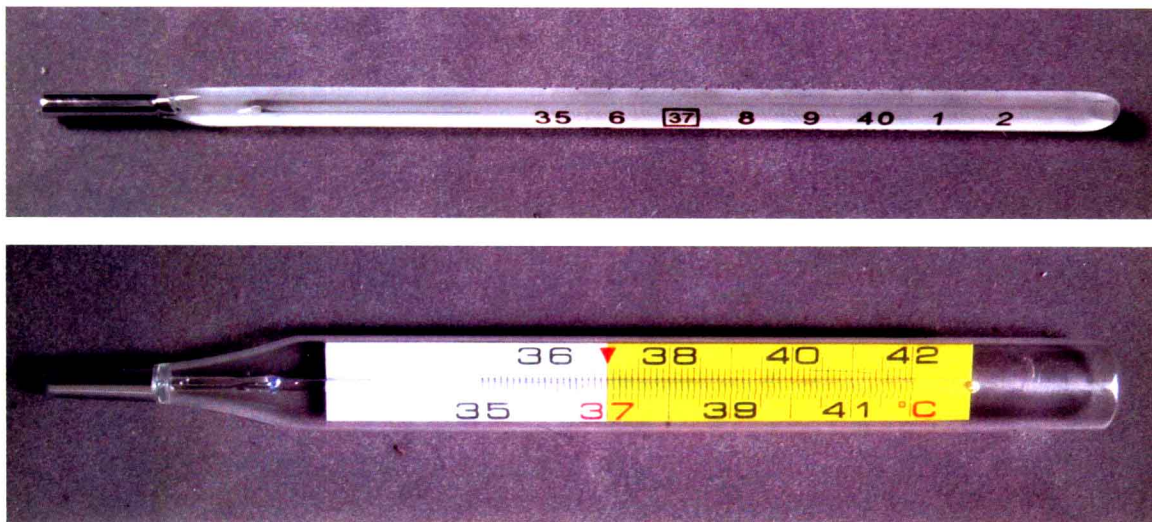
In the early years, only storage for expensive Co-axial tape decks. At first, the system was a computer system that had to be manually operated.

The development of the first video cassette recorder (VCR) was a major milestone. It allowed a user to record a program and watch it at a later time. The development of the VCR was a major milestone in the history of video recording.

The development of the VCR was a major milestone in the history of video recording.

1.1

故事一：溫度計的變化



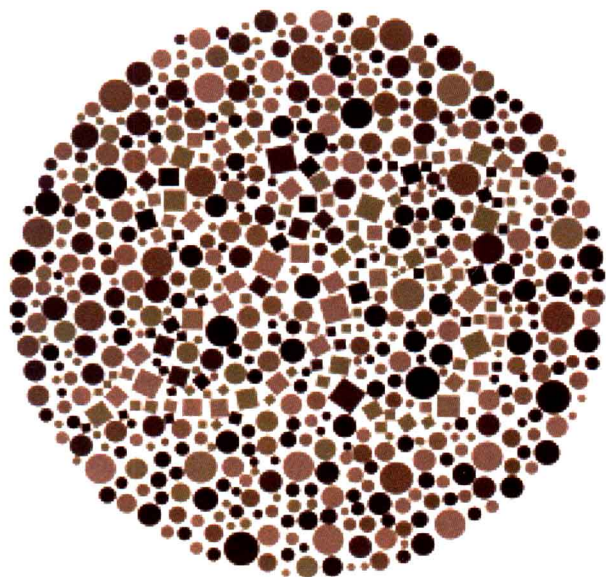
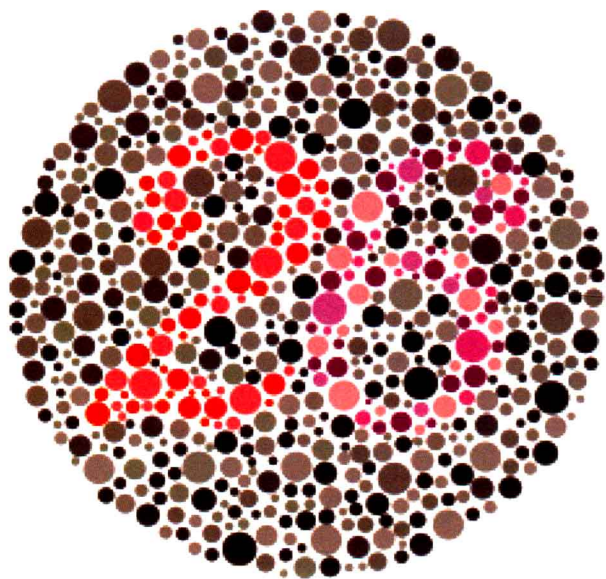
傳統水銀溫度計與大字水銀溫度計

產品設計可以在逐步改良的過程中變得更實用，更容易讓用戶接受。訊息設計提倡觀察用戶的需求，強化重要的功能、簡化不必要的細節，以達到最有效的設計結果。

與傳統的水銀溫度計相比，電子溫度計正逐漸被人們所喜愛。相對而言，電子溫度計更安全迅速，但廉價的水銀溫度計還是較接近百姓的日常生活，人們對它的使用方式也非常熟悉。上圖是兩款不同的水銀溫度計，下方的大字水銀溫度計是在傳統水銀溫度計的基礎上進行了改良，使用起來更方便。對照其中的細節：一、字體大小不同。傳統水銀溫度計呈菱形，溫度計上的數字刻度很小，需要對準光線才能看到水銀柱所標示的溫度，如果遇到年紀大或視力差的用戶，「讀表」就會產生困難。大字溫度計由菱形變成了扁平的橢圓形，增加了閱讀面積，數字變得更大，刻度清晰，使閱讀更容易，能照顧到不同年齡層的用戶。二、發燒區域的提示方式不同。傳統溫度計在37℃的位置繪製方框，大字溫度計將發燒溫度區用色彩進行區別。色彩可以完美地提示用戶，這個細節的改變便是依照人們的使用習慣進行改良的。三、更符合人體工學原理。扁平的柱體更容易緊握。

訊息設計不僅重視技能，更提倡瞭解設計理論和重視案例研究，且瞭解人類感知習慣，是設計的基礎，特別是訊息設計。掌握認知習慣，便能以最好的方式引導大眾接受訊息。我們用一個常見的例子來解釋為何色彩提示比圖形提示好的原因——色盲表。如下頁圖所示，將用來指示差異的色彩訊息換成形狀訊息，此時，視覺辨認速度會明顯變慢，這說明了人類視覺對色彩感知速度比形狀感知速度快。

設計不只代表完全的創造，改良也是設計很重要的部分，訊息設計的很多案例都是對原訊息、原設計的優化，隨著技術的革新和對用戶的深入瞭解，改良細節可以提升產品的生命力，就像iphone的發展，細節的改變表現出產品的進化。如今，用戶和商家都越來越重視訊息傳遞的效果，UCD——用戶體驗設計也越來越廣泛，讓產品適合用戶的使用習慣，而不是讓用戶習慣產品，訊息傳播的效率可以透過細節的調整來實現。



色盲表

現今通用的色盲表——石原氏色盲檢查表的發明者是日本軍醫石原忍，他於1917年發表了這個研究成果，利用繁雜、相似的元素干擾訊息傳遞，用色彩作為訊息引導，以篩選色盲症患者。一旦將色彩訊息轉換成形狀訊息，辨識速度就會變慢。

1.2

故事二：紅燈？綠燈？



有問題的交通號誌燈和正確的交通號誌燈

在訊息傳遞的過程中，任何一些不符合使用習慣的設計都會給用戶帶來不便。大眾往往會先注意到色彩，其次才是具體的訊息內容。如左圖所示，不一致的信號色彩會讓人們產生混淆，因為一般會認為紅色數字是禁止的指令，之後才會發現，原來只是交通號誌燈的提示訊息，這樣便干擾了大眾行進的速度。

交通訊號作為城市正常運行的重要標識，必須按照科學的方法設定，才不會誤導大眾。一旦出現標識設定上的失誤，哪怕很小的差異，也會給大眾帶來很大的麻煩。

如今很多交通號誌燈都增加了轉向燈、時間顯示燈（螢幕）等輔助訊息，以更好地為大眾服務，不過現實生活中，這些標識在設定的過程中有可能出現些許問題，如左圖是有問題的交通號誌，右圖是正確的。左圖螢幕中的數字始終設定為紅色，沒有考慮到交通號誌需要遵守一致性原則。認知心理學告訴我們，人類心理具有分類習慣，習慣把相同特質的事物歸為一類，特質可以表現為色彩、形狀、位置、大小等因素，當交通號誌燈的色彩和提示訊息的色彩不一致時，人們很自然地會認為這是兩個不同的訊息提示。另外，左圖的交通號誌還忽略了色彩在交通號誌中的重要性。

色彩在交通指示中的作用是從小培養的，交通號誌中的紅色有「禁止」的意思，特別容易引起心理暗示，紅燈停、綠燈行一種已經被人們所接受的常識，哪怕圖形換了，色彩在交通系統中仍然可以對人們的判斷有指導作用。

今天，城市的發展讓交通的壓力越來越大，交通號誌需要被快速準確地辨認，有時，信號只有幾秒鐘，每人延誤一點判斷時間便可能帶來交通的巨大壓力。在高速公路上，哪怕是一秒鐘的思維混亂也可能導致嚴重的後果。為什麼不能讓大家更順暢地通行呢？市政建設中對於交通號誌的投入是巨大的，只要能給市民行的安全和便利，其價值將遠超過其成本，但如果標識不能將訊息傳達得清晰明確，不但無法帶來便利，還可能導致不必要的損失。



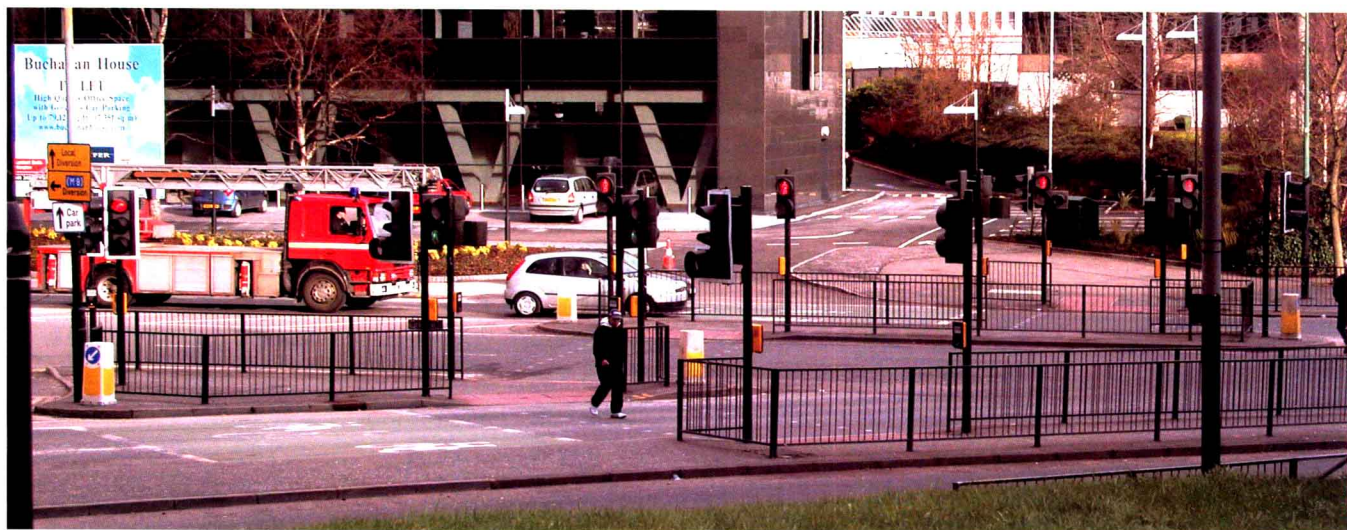
歐洲城市交通號誌燈

交通號誌作為一種通用語言被不同國家的人們所熟悉



蘇格蘭格拉斯哥市交通島

該交通島有多達十餘個紅綠燈，其指揮著來自不同方向車輛，並確保從每個岔路口都可以清晰地看到號誌燈，且保證訊息絕對準確。訊息設計不能用簡單標準一概而論，需要考慮實際因素，如環境、族群、場所、時間等。下圖的交通號誌燈看似複雜，其實是從應用功能出發所設計的，這也是本書的觀點之一，簡潔與複雜不是衡量設計的標準，設計使用何種方式，取決於訊息所處的環境和群眾。



1.3

故事三：改良課程表

表格是訊息設計重要的形式之一。在現實生活中，表格出現的頻率極高，這裡用一個課程表來介紹訊息設計。左圖是某健身中心課程表，採用最傳統的表格設計。劃分好的格線對於視覺來說，一方面是界線，清晰地標明出不同的事物，一方面又是障礙，我們的視覺往往會受到界線的干擾，進而對訊息的篩選產生一定的影響，但設計中如果沒有任何引導性，則容易讓用戶缺乏方向感，當然也會感到枯燥及缺少美感。用於引導訊息的方式各種各樣，例如減弱格線、增加字體重量，以加強可讀性；將相似的課程進行歸納，讓用戶看到的是一類訊息而不是某個訊息；根據課程的不同情況來做標記，以提示課程中各項不同的內容；將課程的深度訊息分層劃分，至於課程表的其他位置，則要注意不要干擾到主要訊息，這樣做可以增加課程表的使用頻率。社會競爭需要凸顯產品優勢，訊息傳遞尤其重要，即使是小小的課程表，也應該盡量吸引大眾目光，以達到宣傳作用。

在對設計不進行太大調整的前提下來改良課程表1，嘗試對原有設計進行改造，以傳達出不同的視覺效果，表格布局並無變化，但增加了色彩和圖片後，視覺吸引力更強，訊息更加清晰。表格傳遞出的不僅是課程訊息，並在一定程度上強化了項目自身的價值和顧客的親近感。但這個設計的問題在於表格的內部使用了許多不同的色彩和圖片，跳躍的色彩是吸引顧客注意力的有效手法，但圖表裡的色彩和圖片僅是為了吸引人們目光而隨意編排的，與課程內容並無關聯，沒有考慮到訊息的含義分類，在一定程度上混淆了使用者對課程表的理解，使訊息的有效性大打折扣。人類大腦會潛意識地對不同色彩作出心理解讀，並喜歡把相似的事物連結起來。在這裡，我們會習慣地認為類似色彩所代表的課程是有關聯的。因此，改良課程表2中的訊息按照色彩分類重新設計，例如：藍色代表健身類，黃色代表武術類，綠色代表瑜伽，粉色代表舞蹈，紅色代表注意事項和提醒等。顧客可以透過色彩一目瞭然地獲得所需訊息，以便更好地閱讀和查詢訊息，且不容易出現混亂。

色彩的這種屬性可以幫助大眾尋找目標，並幫助設計師有效地引導大眾的視覺動線，在真實案例中應分析設計元素帶給大眾的心理暗示，例如：紅色有醒目和警示的作用；藍色有舒緩情緒的作用；綠色代表健康與

日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
13:00								健身房
15:00	跆拳道 Taekwondo				跆拳道 Taekwondo		跆拳道 Taekwondo	
17:00		交誼舞 Waltz			有氧舞蹈 Hikow	交替有氧 XT		
19:00	踏板 Step		有氧舞蹈 Aero Dance	初級踏板 Junior Step			踏板 Step	
20:00		形體雕塑 ABS			魔力球 Fit Ball	太極拳 Tai Chi		
日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
17:00		哈達瑜伽 Hatha Yoga			纖體瑜珈 Cinrch Yoga	普拉提 Pilates		瑜珈房
20:00	普拉提 Pilates		哈達瑜珈 Hatha Yoga	普拉提 Pilates			入門瑜珈 Intro Yoga	

健身課程表

簡單的表格不容易吸引大眾注意，無法滿足大眾想要進一步瞭解的需求，例如課程的運動量程度、等級、場所等。

日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
13:00								健身房
15:00	跆拳道 Taekwondo				跆拳道 Taekwondo		跆拳道 Taekwondo	
17:00		交誼舞 Waltz			有氧舞蹈 Hilow	交替有氧 XT		
19:00	踏板 Step		有氧舞蹈 Aero Dance	初級踏板 Junior Step			踏板 Step	
20:00		形體雕塑 ABS			魔力球 Fit Ball	太極拳 Tai Chi		
日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
17:00		哈達瑜珈 Hatha Yoga			纖體瑜珈 Cinch Yoga	普拉提 Pilates		瑜珈房
20:00	普拉提 Pilates		哈達瑜珈 Hatha Yoga	普拉提 Pilates			入門瑜珈 Intro Yoga	



改良課程表1

該課程表已經考慮到了訊息展示的作用，用色彩和圖片美化訊息，使大眾更樂於接受，但表格中色彩的應用是隨意的，容易干擾大眾的選擇。

日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
13:00			健身請注意強度， 循序漸進					健身房
15:00	跆拳道 Taekwondo				跆拳道 Taekwondo		跆拳道 Taekwondo	
17:00		交誼舞 Waltz			有氧舞蹈 Hilow	交替有氧 XT		
19:00	踏板 Step		有氧舞蹈 Aero Dance	初級踏板 Junior Step			踏板 Step	
20:00		形體雕塑 ABS			魔力球 Fit Ball	太極拳 Tai Chi		
日期 時間	Monday 星期一	Tuesday 星期二	Wednesday 星期三	Thursday 星期四	Friday 星期五	Saturday 星期六	Sunday 星期日	
17:00		哈達瑜珈 Hatha Yoga	健身請注意強度， 循序漸進		纖體瑜珈 Cinch Yoga	普拉提 Pilates		瑜珈房
20:00	普拉提 Pilates		哈達瑜珈 Hatha Yoga	普拉提 Pilates			入門瑜珈 Intro Yoga	



改良課程表2

該課程表改良了課程表1中的色彩系統，用色彩的相似性和臨近性來引導大眾思維。

活力，將這些設計元素協調好，便可以使其在功能上發揮最大的作用。當然，我們還可以繼續對課程表2進行改良，我們可以按照運動量的強度進行色彩設定，例如，運動量最小的以淺藍色表示，最大的則以紅色表示，運動量的大小隨著冷暖色調的傾向來安排，用戶可以很輕鬆地找到適合自己的項目；我們也可以對學員較集中或空閒的時間進行提示，以作為輔助訊息；另外，對於不同的訊息，例如課程名稱、教練名稱、上課時間等訊息進行字體細節區分，以凸顯主要訊息內容。也許你會說，課程表1的色彩更跳躍，當然，這也是訊息設計要解決的問題，可以根據實際情況分析色彩所佔比例，並調整色彩所代表的課程種類，或規範視覺效果、調整色差。無論如何，課程表是為課程所制定的，重點是傳達課程訊息而非圖形外觀。這也是訊息設計的另一個特點——有效性，以真實的訊息為基礎，在此基礎上發揮設計師的能力以達到更好的效果，在我們的社會中，訊息無處不在，且越來越繁雜，如果沒有有效的引導，訊息表達勢必會受到一定的影響甚至損失，「有效」才是訊息設計的關鍵！

設計有太多的可能性，這裡並不是在介紹設計模板，而是用簡單的例子說明道理。訊息設計的方式很多，也許明天你就會接觸到一個完全不一樣的課程表。

1.4

故事四：垃圾箱上的符號



表意不清的垃圾箱標識

假如圖形無法幫助用戶進行選擇，那就是一個失敗的設計。

右圖是某垃圾分類回收箱上的圖形，圖中的標識符號，拋開文字訊息，除了顏色不同外，圖形幾乎一樣，甚至連箭頭旋轉的方向也一樣；區別只有圖形的繪製方式不同而已，如果不依靠文字的輔助說明，不僅無法理解其中的差異，且很有可能將垃圾放錯。雖然設計者用了背景色加以提示：綠色代表環保，黃色代表警示，不過顏色的含義在不同場合區別很大，且會受到地域文化的影響，在這裡，傳遞效果並不具有普遍性，且各地垃圾箱的造型差異大、顏色不統一，在辨識上無法只靠經驗判斷，所以，圖中的兩個圖形不僅不能幫助大眾作出判斷，反而影響了判斷效率。如果沒有特別明確的提示，色彩較適合作為輔助訊息使用，多數時候僅僅依靠色彩進行訊息識別是不夠的。在相同的視覺範圍內，圖形的辨識度比文字更迅速直接，判斷距離可以更遠。右圖雖然有文字說明，卻不能完全解決圖形帶來的困擾；另外，隨著各國文化交流越來越頻繁，我們使用圖形這種國際語言進行訊息傳遞的機會越來越多，優秀的圖形設計對於語言、文化的差異有著很好的中和作用，其解決了各地區在文字差異上的束縛。

案例中的現象在公共場所中很常見，設計者沒有認真研究訊息的有效性，太過強調圖形的美觀性，而忽略了服務功能，使很多標識無法發揮其最大功效以為大眾服務。公共設計中應盡量避免出現「形」似「神」不似的情況。我們可以說，有效性在訊息設計中的地位應優先於美觀性。

常見的地鐵地圖是怎麼來的？表格還有什麼其他的形式呢？公共標識最早的形態是什麼？以上內容都是訊息設計的發展過程，訊息設計與人們的生活息息相關，也許你並不知道訊息設計的概念，但一定在日常生活中接觸過它。好的訊息設計能為生活帶來便利，反之，不實用的訊息設計會帶來麻煩甚至危害，因此，瞭解訊息設計絕不只是訊息設計師的事，管理者、投資者、使用者都應嘗試瞭解，因為我們就生活在訊息的文化圈中。