

汉口黎黄陂路招牌字体改造与城市街区视觉形象的关系研究

董璐

武昌首义学院

摘要：随着时代的进步和社会经济的发展，商业招牌字体日渐成为构成城市风景的重要组成部分。然而，商业招牌字体在促进商业繁荣发展的同时，也存在着各种亟待解决的问题，这些问题不仅给生活环境造成视觉污染，也极大地影响了城市的视觉形象。

本文首先结合实地调研着重研究了汉口黎黄陂路商业招牌字体的应用现状，对其招牌字体当前所存在的诸如表现手法孤立、字体形态雷同、视觉规范程式化、色彩搭配混乱等各种问题进行了系统地归纳和分析。以此为基础本文讨论了黎黄陂路商业招牌字体与城市历史、文化、艺术、社会等方面的辩证关系，并针对商业招牌字体的应用问题提出设想，并较为深入地论述了招牌字体用在空间中的应用特点，以及设计师对环境问题的思考。

关键词：招牌；字体改造；城市街区；视觉形象

正文：

城市就像一本记载历史的书，记载着人类与社会发展进程中的所有内容符号，在各种闪耀着人文光辉的符号中，文化街区作为城市中的特定概念将其贯穿起来，这就是文化街区作为研究对象的原因。如今，对于城市品牌形象设计的研究非常之多，其设计的内容复杂、涵盖之广，已经不能具体到城市内部的细节。因此，要展现一个城市的个性和味道，树立文化街区的形象设计成为首要选择，因为它是城市具体的、特色的表达。因此，研究黎黄陂路招牌字体改造与城市街区视觉形象的关系是必要的。

文化街区是城市文脉发展延续的重要元素，是当地特色文化的浓缩精髓。黎黄陂路作为武汉的红色教育基地、万里茶道文化和租界文化的承载地，更应该凸显出其历史文化和商业文化，将地域性、民族性等传统的物质精神和现代设计理念紧密结合起来。

本文通过对武汉市汉口黎黄陂路店招牌形象进行考察研究，其店面招牌形象问题还未受到商家的广泛重视，很多商家为了追求成本效益，往往忽视了城市的地域文脉、城市环境和艺术美感等，各自为政的乱象，有的商家甚至将店面招牌随意放置，违背了城市相应的规划和管理。所以，对于黎黄陂路店招牌形象设计研究显得十分重要。

因此，本文针对武汉市文化街区——汉口黎黄陂路店招牌形象现存的问题进行剖析，将黎黄陂路分为三大类型：①红色文化；②茶道文化；③租界文化，并结合武汉的历史文化、经济、地域性特征等因素，探索它们之间的共性与个性，对实际现状问题进行梳理。在研究过程中总结归纳出不同主题的招牌汉字字体、颜色、材质、风格等对城市街道视觉秩序构建的影响。通过这些影响因素寻找出解决招牌问题的办法和规律，并通过一些主题性的招牌字设计还原出街道甚至于城市的面貌，保留悠久历史文化和人文理念，传承自身的城市文脉，弘扬中国传统文化，引入文化创意产业，打造黎黄陂路文旅新地标。对于提高城市影响力和知名度、塑造出更具有人文魅力的武汉，具有着一定的现实意义。

1. 城市街区艺术功能改造的时代性和街区“招牌”研究的重要性

首先，以历史文化街区保护更新的最新政策背景入手，通过对保护历史文化街区的必要性和激活历史文化街区内生动力性的区域要求进行分析。结合国家大政方针，放眼于我国发展实际，聚焦于武汉实施的新旧动能转换重大工程，发掘对历史文化街区在内的城市建设发展中所需的有益启示。

其次，城市文化街区“招牌”研究的重要性。城市的视觉秩序构建与招牌形象之间的关系就好比一面墙与一块砖的关系，要想构成一面密不透风的墙，任何一块砖的疏忽都能影响到整体。经调查

发现，汉口黎黄陂路街面招牌设置破坏了文化氛围和城市品位，商业信息、文化信息混乱，于是黎黄陂路招牌研究尤其重要，课题中将黎黄陂路的历史文化特性、功能性和地方的区域特色来做为定位的思想设计商业的招牌形象，让招牌形象兼具识别、诱导及带有明显标志性和文化性的同时，将企业文化与所处城市地域的人文文化特征与商业招牌形象的设计结合起来，提高公众对城市形象的认同感，给城市的建设带来新的闪光点。

后期我们将坚持理论分析与实证研究相结合的思路，运用理论及文献研究、调研问卷、归纳总结和实证研究等方法，广泛涉猎国内外历史文化街区发展脉络和保护改造理论手法对比分析、文化街区商业招牌形象设计的理论与研究成果，研究武汉文化街区“招牌”艺术形象功能改造的时代性和重要性。

2. 汉口黎黄陂路“招牌”形象现有问题研究

百年时光赋予黎黄陂路独特的民国气质，作为街区文明的窗口，店面招牌、广告标识等都是构成街区视觉形象的主要载体。但是，黎黄陂路招牌形象出现了相应的问题：

2.1 招牌位置混乱，分不清主次

商业招牌字体不同于一般宣传物上的字体，其本身具有其特定的传播规律，应该结合其特殊性、所处的场所以及行业特征进行设计。具体说来，应该达到易读性、统一性与简洁性、审美性三点。但是黎黄陂路上的招牌安装比较混乱，上下错乱摆放，没有主次，很难将不同营销主题的店面和店名对应。

2.2 安装不规范，与周围环境孤立

商业招牌字体应用孤立主要表现在以下几个方面：

① 与其他招牌的字体形态孤立。商业招牌字体的形态可以对店铺经营的产品信息起到指示、说明作用，同时也会给受众带来想象的空间和余地。优秀的招牌字体形态可以使人赏心悦目，同时也起到提升品牌品味、勾起消费欲望的作用。而黎黄陂路招牌字体就显得十分孤立，但只靠本店铺自己的招牌字体形态是不够的，它周围的招牌字体形态也会对其产生影响。

② 与店铺整体风格孤立。商业招牌字体除了考虑自身的传播规律和审美性之外，还要从更广泛的视角出发，必须依据所处环境的特征，结合地处的综合条件，决定招牌字体的形态、材质、色彩等等，才能与环境相辅相成，共同体现出城市形象的外在气质。而黎黄陂路上很多店铺的招牌字体为了彰显个性，吸引更多的注意力，费劲各种心思而使其显得与众不同，致使无论是色彩还是设计风格与周围环境格格不入。

2.3 招牌字型缺乏文化设计

不同店铺的商业招牌字体应该具有自己的特征，通过招牌字体的“形态”传达出自己店铺的营业性质和理念。而经过实地调研发

现,黎黄陂路上的很多商业招牌字体没有自己明显的特征,而是采取一种“跟风”的态度,缺乏街道特色和文化内涵,跟随大多数店铺的招牌字体,千篇一律。

2.4 商业招牌的色彩随意搭配

商业招牌字体色彩不但要符合自身的审美规律,而且要考虑与招牌本身的色彩、周围环境色彩以及其他招牌字体色彩之间的关系,做到和谐统一。商业招牌字体整体给人的感觉就是“花”、“脏”、“乱”。走在黎黄陂路上,不难发现商业招牌字体给人的感觉就像一张“大花脸”,商家为了吸引消费者眼球、争取更多的经济利益,用尽各种强刺激、侵扰性的浓艳对比,不但使招牌脱离店铺的整体风格,而且和其他的招牌和招牌字体的色彩凑在一起显得极不协调、给人以杂乱、喧嚣的印象。

因此,进行汉口黎黄陂路“招牌”形象设计是必须考量其背后的经济、文化、历史、艺术、社会背景与影响现实场所的空间、建筑物等要素间的相互关系,它不仅有大众价值观、物质生活水平的提升与社会制度等变迁条件作为动力来源,同时拥有历史文化、生活风格与之呼应。

后期我将对比分析黎黄陂路商用、私人住宅、办公住宅等的不同用途,通过招牌形象的抽样测试调查分析,走访商家和街区市民,咨询相关的视觉心理专家,分析国内外招牌形象设计的理论与研究成果,为汉口黎黄陂路“招牌”形象设计提供思路。

3. 汉口黎黄陂路的类型、特点及招牌字体功能改造的优势探析

黎黄陂路在旧武汉时位于原汉口租界中的俄租界地域,道路两侧建有 17 栋具有不同欧式风格的历史建筑物,由于部分商业化开发,进行了一些功能置换,一般为红色文化纪念馆、茶室、咖啡厅等小商业和办公设施等,归纳为 3+3+3:

三大类型:①红色文化;②茶道文化;③租界文化。

三大特点:①传承红色基因之民族性、地域性;②兼具中式神韵和西式特色;③鲜明的混合性、近代性、自治性。

三大优势:①从传统招牌文字中折射出品牌意识(精神、观念、理念);②民族文化的复归(视觉塑造、文化展示);③黎黄陂路艺术功能塑造和地域文化的拓新(传承与拓新)。

我将运用比较分析、归纳总结和实证探究等方法对汉口黎黄陂路类型、特点、功能进行分类,并具体研究以下几点:黎黄陂路招牌及招牌字体应用现状、招牌及招牌字体问题分析、招牌字体与城市形象、招牌及招牌字体可行性设计方案。根据前期对黎黄陂路背景与文化的调查与研究,应对汉口黎黄陂路进行区分、定性,挖掘招牌字体功能的基础上赋予其传承文化的作用。

4. 汉口黎黄陂路“招牌”形象设计研究

首先,根据汉口黎黄陂路三种文化类型构建相应的主题性视觉秩序。有些街道只是在名称、路牌等元素上做了一些表面功夫,而并没完全的体现不同文化类型街道的不同本质,但是如果合理的使用创新的主题性招牌字体,就可以更好的划分不同类型文化街道之间的关系。

其次,在考虑招牌字体与周边环境协调性的基础上,整体控制好招牌字体的字型、色彩、材料等变量。风格和造型要适应周围空间的比例尺寸、文化传统、环境的风格样式,以及与人的互动关系等。

再次,招牌主题性字体设计与通用型字体的矛盾规避。主题性的招牌字体设计需要与原有的通用型字体建立一种科学合理的使用方式,以避免一些使用矛盾。制定出主体性字体和通用型字体的实用理论标准,如果本身拥有其自身的视觉体系和标准字,那么不予改动,如果商铺本身没有自身的品牌视觉体系和标准字,那么则

鼓励选择更符合街道主题性的字体来制作招牌。

最后,字字相合+字图相合+字脉相合。结合时代特征和民国时期字体的风格,以清代的榜书体作为骨架来为黎黄陂路招牌设计两款字体,分别为民国招商宋体、民国招商黑体。在符合历史年代感的同时,融合了手写榜书楷体的苍劲有力。让文字更易于放在招牌上使用,为喜欢使用黑体字的人们多了一种选择。

方法:遵循清代的榜书体的笔画和结构规律规范作为参考,运用一些基本笔画进行字体的组合和拼接,不断的微调每个笔画在不同的文字中的不同变化,同时保证其基本笔画特征的统一性,尝试性地在大量的实践制作中去总结出其中的设计细节,并与三方(政、企、个)频繁沟通,做成调查问卷,进行反馈,以便更好地为理论研究提供支撑。

在承接历史,符合当下及未来时代的发展需求方面具有创新的探索,从城市、街区、招牌、文化等“生命力”的问题上做文章,找寻“人”在历史文化街区中进行各类社会活动所需要的物质文化载体,运用“置换”与“重置”、“融合”的手法对街区、招牌进行改造提升,激活空间、功能的利用性,引入丰富业态,推动整体街区实现自我调节发展的内在要求。

5. 设计师应承担社会环境改造优化的责任

随着社会的进步,商业招牌字体设计获得了蓬勃发展。然而,它除了带给人们巨大的经济利润之外,也带来了人们不愿看到的负面影响——视觉环境污染。正如斯科特·尤恩所说,“设计师制造了世界上最美的垃圾”,同时著名景观学者艾米莉·布雷迪认为:人类在对环境的规划和改造时,有时审美价值的获得是以生态和自然环境受损为代价的,这样美学的目的就和我们的道德责任相冲突了。的确,在现在的一些公共环境中,由于没有整体环境意识的设计,导致招牌字体只追求刺激的视觉效果,各种形态夸张、颜色生硬、杂乱无章的商业招牌字体充斥着城市的各个角落,不但损坏了城市形象、破坏了视觉平衡,同时也违背了设计的初衷。“在我们的国度、我们的城市以及我们的村镇,都应能让人选择具有尊严以及有质量的公共生活空间。”这是整个当代文化和思想意识在公共生活领域中的体现,是主体意识觉醒和人文精神复归的体现。

简而言之,设计师“必须要成为一位广博的公共知识分子,他不仅需要具备满腔的社会良知和道义,自觉的关注并投身于社会公共事业,而且还应当对社会公共领域内的重要事物或问题有所研究并形成独特见解。”设计师应努力通过自己的努力和具体行动去解决最现实的问题,为人民创造适宜的公共领域和生活环境。

结语:

本文基于汉口黎黄陂路三种不同类型(红色文化、茶文化、租界文化)招牌的研究,探讨了汉口黎黄陂路招牌改造与再利用的技术和方法,并探究符合文化街区综合价值体系传承与发展的创新之路,通过对建筑的保护、招牌字体形象的改造与提升等手段引导“政府、企业、居民”“1+1+1”三方多层次、多角度的实现共建,从而在监督管理、商业发展、改善生活等方面发挥不同作用,将红色文化、现代文化、地域文化有机融合起来,逐步形成街区完整真实的社会活动运作体系,以新手段促文化街区改造提升的新模式,真正做到“宜居宜业宜传承”。

参考文献:

- [1]李海平.汉字字形学新论 一本书读懂汉字字形[M].重庆大学出版社,2019:32-39.
- [2]肖婷.商业招牌的景观现状与设计策略[J].装饰,2017:25-26.

课题:2020年度湖北省教育厅哲学社会科学基金项目《大美汉字 字蕴匠心——武汉文化街区艺术功能改造研究》+20G098