

民国美术字在南京城市形象更新设计中的应用

叶子戎¹, 周艳², 孟刚²

(1.江苏开放大学 设计学院, 南京 2100153; 2.南京工业大学 艺术设计学院, 南京 211899)

摘要: **目的** 对城市更新、城市文本进行研究, 挖掘民国时期美术字在其中所发挥的作用, 并归纳适用于未来城市形象发展的设计路径。**方法** 以城市形象更新和民国美术字两个视角为基础, 以南京地区为主要案例, 比较分析美术字在城市中的应用层面和创新模式, 对民国时期美术字在城市形象各媒介的作用进行分析。**结果** 得出民国时期美术字相关因素在城市形象更新设计中的价值以及其在复兴地域文化中的作用。**结论** 全球化进程日益加快, 城市建设迅猛发展。城市特色已逐渐被信息化大潮淹没, 并出现了文脉断裂、空间失序等一系列问题。民国时期出现的“美术字”既融合了中国书法艺术, 又汲取了西方的设计元素, 是维护和发展城市特色, 塑造和提升城市形象的有效路径。

关键词: 民国; 字体设计; 城市形象更新

中图分类号: J525.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)20-0441-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.20.053

Font design in ROC using in urban image renewal design

YE Zi-rong¹, Zhou Yang², Meng Gang²

(1.School of Design, Jiangsu Open University, Nanjing 210013;

2.College of Art Design, Nanjing University of Technology, Nanjing 211899, China)

ABSTRACT: This paper aims to study the urban renewal and urban text, explore the role of calligraphy in the ROC period, and summarize the design path method suitable for the development of urban image in the future. Method Based on the perspectives of the renewal of city image and the ROC calligraphy, and taking Nanjing as the main case, this paper compared and analyzed the application level and innovation mode of calligraphy in the city, and analyzed the role of calligraphy in various media of city image during the ROC period. The value of the related factors of calligraphy in the ROC period in the urban image renewal design and its role in the revival of regional culture were obtained. With the accelerating process of globalization and rapidly developing urban construction, the characteristics of the city have been gradually submerged by the tide of informatization, and a series of problems such as context rupture and spatial disorder have appeared. The "calligraphy" in the ROC period have not only integrated Chinese calligraphy art, but also absorbed Western design elements. It is an effective way to maintain and develop urban characteristics and shape and enhance the image of the city.

KEY WORDS: ROC; font design; image of city

皮埃尔·布尔迪厄在文化社会学中引进了“文化资本”的概念, 指出在特定的情况下, 文化资本可以被转换成社会资本, 或转变为符号资本, 并最终成为

经济资本。城市的物质文化、精神文化、制度文化、行为文化和象征文化都是城市文化资本的重要组成部分。由于各城市职能雷同且发展速度极快, 因此城

收稿日期: 2022-05-22

基金项目: 2020 江苏开放大学“十三五”规划项目(2020-D-03); 江苏省社会科学规划基金(21YSD006); 江苏省教育厅高等教育学会(2020JKKT109); 江苏省高校哲学社会科学研究(2021SJA0756); 江苏开放大学教改课题(YB2021006); 江苏省文化科研课题(19YB66); 江苏开放大学科研平台(22-KYPT-Z01, 22-KYPT-H01)

作者简介: 叶子戎(1990—), 男, 博士生, 助教, 主要研究方向为视觉传达、交互设计思维及方法。

通信作者: 孟刚(1979—), 男, 博士生, 副教授, 主要研究方向为视觉、产品创新设计思维及方法。

市形象趋同无可回避,自然也很难沉淀形成“文化资本”。“‘城市形象’的概念,在审美层面上略有扩展,不仅突出了城市的外部美,同时突出城市的精神内涵。卡斯特在文学层面上提出‘文化整合’,这是一种将市民集中在一起的独特的文化,而城市的文化也常常能够渗透到人们的骨髓中。”^[1]因此城市形象更新的研究和实践日趋迫切,各城市也逐步开展了城市无形资产的探讨与实践。

“每一个体都需要表达对集体和场所的归属感,场所提供了人们分享经验的基础,是具有特殊意义的空间。现代主义和全球一体化抹杀了城市在时间与空间上的差异,使城市沦为单调的、均质的、令人厌烦的、无处不在的、标准化的和不真实的‘非场所’,破坏了对人们对场所的情感依附,以至让人难以认同,无法产生场所感,形成‘千城一面’的认知。”^[2]英国社会学家约翰·厄里提出:“旅游就是去自己没去过的地方寻找在自己地区看不到的视觉体验。”因此改变“千城一面”的情况,做到城市形象的有效更新已十分迫切。

1 城市形象更新现状

1.1 城市文脉缺失

城市最初的工业、商业功能将城市形象自然地定位在了消费或生产的位置上,尤其在城市化快速发展的背景下,城市的人文精神也日渐式微。城市的人文精神作为当地文化精神的体现已然迷失在了钢铁丛林之中。“工业化之后的城市环境污染饱受诟病,城市形象生态化的研究和城市可持续发展的理念受到了专家学者的广泛重视,出现了《城市建设艺术》《城市空间》等著作。”^[3]目前相对文化底蕴深厚、经济发展较好的城市逐渐意识到文化建设的重要性,但是在城市形象建设的过程中重心仍有一定的偏移。对于“城市形象”概念的理解过于肤浅。大量投入在城市硬实力或影响力的标志性工程,而忽略了城市精神和其他文化软实力建设。有的城市本身就具备显著的地域特征或文化优势,这样的城市其形象如果仅停留在物质层面,不仅难以与经济强市竞争,同时也无力宣扬地方文化,构建具备地域特色的城市形象。

近年,大中小城市都不约而同地推进统一门头工程如图1,几乎将所有的门头都整齐划一,不仅在样貌上高度统一,在审美上也是极度匮乏,更无法体现所在地域的民俗生活状态,彻底失去了城市街景的独特魅力。店面门头的字体选用一定程度上能够展现当地文化风貌,而粗放地采用黑体、楷体等文本字体的方式则使其彻底丧失了这一功能。“在讲中文的地区,文字设计、语言审美在文化关系的张力中扮演了十分重要的角色”^[4]因此在构建统一且易辨识的城市形象时,个性化的字体设计是避免雷同、展现城市形象的

重要途径。设计师要精确地抽取出当地的文化特点,捕捉城市居民的认同元素,并对其进行梳理,使之在统一的基础上彰显城市特色,从而更清晰、更高效地展现出城市文脉和气韵。如图2折线图来自百度数据,我们可以看出“民国时期”和“美术字”的曲线波动有较密切的关联,说明民国的美术字具备广泛认可,但“城市更新”与两者的曲线大相径庭,我们既能看出人们对于民国美术字元素的关注,也能发现出当前大众对于城市更新与两者之间的关联较为陌生,未来的提升空间很大。



图1 城市统一门头工程
Fig.1 Urban unified portal project

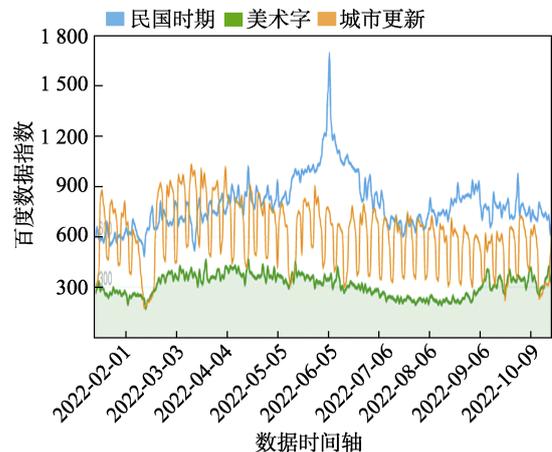


图2 百度数据显示3个关键词的热度关系
Fig.2 Popularity relationship of the three keywords from the Baidu data

1.2 城市形象趋同

目前的中国城市中罕有参差而多为雷同,城市中央商务等有着城市名片之称的地区建设更是日益趋同,在城市建设逻辑上也是千篇一律。如图3所示分别是上海、深圳、广州3个最大城市的中央商务区,即使设计庞杂、投入巨大,也难以体现这几座城市的地域特征。

由于大都市的商业化特性决定了城市中央商务区发展方式和目标趋同, 因此城市的软实力建设日渐成为展现城市特色的发力点。各城市基于自身定位而开展的品牌形象建设策略也浮出水面, 比如, 近期广

州市举办了“广州红”的城市形象活动, 这样的活动旨在增加城市影响力, 但其实质并无力形成积累和沉淀。当前, 中国大多数的一线城市在宣传自己的城市品牌时都并无太多突破。



图 3 左起依次为上海、深圳、广州中央商务区
Fig.3 Central business district of Shanghai, Shenzhen and Guangzhou (from the left)

综上, 我们可以看出, 我国无论是在城市建设, 抑或城市形象推广, 从有形到无形均透露着强烈的趋同意味, 但这样的发展方式难以持续。因此大部分的城市形象尚处在雏形阶段, 主要还停留于市场推广等表层阶段, 尚未构建完整的体系, 因此无法形成可积淀的城市形象发展框架。

2 城市形象更新与民国美术字

“随着全球城市化进程的不断加深, ‘文本化’ 已经是现代大都市或者区域中心城市的显著特征。”^[3], 城市的文本样态大致分为三个层面, 空间文本、阅读文本、兼具城市空间性与城市阅读性的城市特殊性文本。城市形象的传播与更新的目标同样是围绕以上文本展开。

李明君先生在其著作《中国美术字史图说》中认为: “美术字是根据实用需要, 利用汉字可塑性极强的形体变化, 对文字的附着载体和环境营造一种装饰性效果。文字的表现具有较大的从属性和局限性, 属

于一种功利性的实用美化活动。”^[5]民国美术字作为现代中文字体设计的起点相较于建国后的字体设计, 更具备装饰性强、样式多变的特点, 因此也更具备与城市文本相融合的条件。

2.1 城市“文本”中的美术字生存土壤

与传统的城市不同, 现代都市是一个开放的体系, 它吸收了资本、信息、技术和人才, 同时借由城市“文本”向外输出城市形象。一座城市的魅力不仅在于城市的空间性文本, 同时也包含城市的阅读性文本, 以及特殊性文本。美术字作为一个可塑性极强的、具备附着能力且提供装饰效果的元素能够广泛生存于城市“文本”的土壤中。

如图 4 所示美术字在沿海四省热度较高, 江苏省对于美术字的关注常年保持在前四的水平, 短期也升至第一, 充分体现出美术字在江苏省所受的关注之高, 所以美术字与城市更新的状态在该地区应具一定的代表性。因此我们不妨以江苏的省会南京为例, 探寻美术字在此的生存土壤。



图 4 美术字全年和近一周在全国范围内的百度热度变化对比
Fig.4 Comparison of heat change of calligraphy in the whole year and the last week

“南京虽号称十朝都会，但由于王朝更替，南唐和明代两次都城范围变迁，王谢堂化为百姓家，六朝、南唐宫城被破坏得十分彻底，地面上几乎没有留下什么痕迹。”^[6]因此作为民国旧都的南京，其城市风貌、历史文化中更多地还是充斥着民国时期的痕迹。其城市文本自然也弥漫着民国时期的韵味。其中，民国时期美术字作为阅读性文本出现在图书馆、景区介绍等场所中，同时也与门头、老街等空间文本共存于空间

文本的视野之下，更是在当下的网络空间中作为图像或文字进行传播。

此外，如图5中港澳台地区的街景样貌，我们可以看出他们充分继承了民国美术字的传统并延续至今，从视觉上既保留了美术字的特点，同时也体现出各地区之间细微的差别，可见在中文地区有着广泛且肥沃的美术字生存土壤。因此民国时期美术字对于民国旧都南京而言更可以成为良好的城市“文本”载体。



图5 香港、澳门、台湾街景样貌
Fig.5 Street scenes in Hong Kong, Macao and Taiwan

2.2 城市“文本”融合下的美术字发展趋势

正如鲍德里亚所提出的拟真的世界，当代的大众媒介正在被视觉主导，“这种美学的普遍化以及视觉媒介的主导地位使得后现代社会沦落为一个被图像所充溢、被图像所编织的图像性世界。”^[7]，无论鲍德里亚对于图像世界的态度如何，面对这样现状找寻并利用能够横跨文本与图像的媒介尤为重要，民国时期的美术字自身兼具图像化与文本化的特性使其能够达成以上目标。“在过去，很多工业活动是以技术为基础的，但逐渐我们普遍需要拥有多元能力和交叉学科知识的必要性”^[8]“数字环境下，字体设计更加自由，设计师在设计字体时，要把握易读性与可读性。”^[9]，而民国美术字恰好能够完美地适配这样的

发展趋势。

“公共设施是城市的‘外套’，与生活在城市中的人们肌肤相亲。”^[10]通过对南京市公共设施字体的调研可见，南京街景中字体选用的意识还处于萌芽阶段，罕有能将字体恰当运用的场景。因为缺乏对文化传承的重视，一些正在修缮的老街也未对字体有所考究。历史景点、古建筑、网红街区等，大都采用文本字库中的楷体、宋体或黑体等缺乏设计感和图形感的字体。“从无衬线字体设计，到对传统字体要素的借鉴和优化，‘通用字体’的设计与传播经历了由单一到多样的发展变化，一定程度上呈现出字体形式的复古现象。”^[11]如图6目前南湖老街的街景改造在字体体现出了这样的趋势。该项目将民国时期美术字以及街



图6 南京南湖街区与民国老照片的对比
Fig.6 Comparison of old photos between Nanjing Nanhu Street and the ROC period

景氛围穿插于整个街区中, 复原老街气息的同时也兼顾了当下的商业需求, 一定程度上体现了城市的文化品位, 有助于城市文本的跨媒介传播和提升。

2.3 特殊“文本”环境下的美术字文化传承

城市形象的构建与维持需要长期进行, 而非一种文化运动或风潮。城市形象的形成周期较长, 日积月累才有可能实现城市的形象建设。因此城市“文本”不可避免地需要积累和叠加, 如何有的放矢地让“文本”沉淀是城市形象建设的重要议题。

在新媒介时代, 城市软实力竞争的要素是文化符号、文化意象等。要使一个城市的形象和内涵发挥作用, 就必须使各行业都能持续地进行创新和发展。荷兰设计师斯丹法诺·马扎诺曾表达过: “设计即政治

法案。每一次我们设计某个产品, 就是在为世界将何处去所发表的声明。”^[12], 关于城市形象的设计同样是一种“声明”, 持续对外传递这座城市的声, 其中城市特有的字体风格作为可视化表达方式, 是具备稳定性和一致性的传播载体, 有助于城市文本的积淀, 从而提升城市的文化底蕴。如图 7 王晓娴团队对于金陵刻经处字体的研究提炼所形成的金陵刻经体已被汉仪字库收录, 该套字体就可以看作是南京市对外发出的“声明”, 向外传递出南京城历史、文化底蕴深厚同时被不断传承创新的呼声, 由此可证城市文化文本沉淀与城市形象传播相辅相成。因此, 深度认识和挖掘民国美术字可以向外展现出南京城深厚的文化底蕴, 对于南京形象的迭代提升也会有相当程度的帮助。



图 7 金陵刻经体的提取和展示
Fig.7 Extraction and display of Jinling carved scriptures fonts

3 民国时期美术字特点及应用

从城市更新的现状、城市“文本”的概念以及民国美术字在当下城市“文本”中的表现我们不难看出民国美术字对于城市更新的价值。新中国成立后的美术字虽然继承了民国时期美术字的技法, 但由于社会体制等原因, 应用的字形和场景也朝着相对统一的方向在变化。随着市场经济的发展, 民国美术字多样性的特点更接近当前的市场需要, 因此其更易于当下的城市更新设计中。

3.1 民国时期美术字体的形成环境

民国时期传媒行业迅猛发展, 载体种类日益增多, 美术字在时代发展和东西方文化碰撞的环境中逐渐生长。“置身于现代都市的文化语境, 民国出版物上的美术字扮演了多重社会性的角色”^[13]文字作为塑造一个城市形象的重要因素, 它的形态、结构, 除了清楚、准确、易于阅读之外, 还必须与当地文化相配合, 使其体现出整体的美感和韵律, 民国时期的美术字所具备的跨媒介、多内涵等特征正是当下南京城市更新中字体的不二之选。

20 世纪 30 年代, “美术字”这个名称在中国开始流行。民国时期的艺术字体, 是在传统书法、传统印刷字体的基础上, 吸取了西方的设计思想和字体设

计方法的特点。那时的艺术字体设计已呈现出多元化、个人化的特点, 设计者试图把汉字的笔画简化为简单的几何结构, 汉字结构从传统的笔画结构向点、线、面结构的过渡, 重新塑造汉字, 形成简洁、有规律的字体, 于是, 在商业广告、图书、包装和标志中, 出现了许多新颖、多变的艺术字体。同时, 设计师将中国特有的风格融入到字体设计中, 既不会显得太过死板, 又能充分展现中国传统文化的美感。民国时期出现了大量具有现代艺术风格的作品, 突破了传统的刻印和书写方式, 而随着时代的变迁, 字体设计继承了美术字的设计方法, 同时也在不断地向外拓展, 寻找平面以外的传播空间。

3.2 民国时期美术字体的优势

民国美术字体既保持了传统的结构严谨, 又吸取了西方近代思想与商业文化等元素, 以字形的变化、笔画的处理、心理的把握, 与书籍、广告、报纸等媒介相结合, 追求更具形式感和美感的表达方式, 具有独特的时代特点和视觉趣味。如图 8 由左至右以此体现出了民国美术字逻辑性、创造性以及民族性的特点。

1) 逻辑性

在此期间, 文化、生活等各个方面, 都渗透着一种对科学精神的追求, 注重设计的试验精神, 以求新颖的视觉效果与艺术表现。图中可以看到西方一点透



图8 美术字在民国时期的变化和样貌
Fig.8 Change and appearance of fonts in the ROC period

视在美术字设计中的影响。以汉字间架结构为基础，通过对汉字的笔画进行加工修饰，或以几何形式设计，其特征既在于既能保持汉字的传统阅读习惯，又能赋予美术字以新的时代面貌和文化氛围。

2) 创造性

民国时期的艺术字体吸取了西文字体的设计手法，在保留了汉字的严密结构的同时，又突破了传统的设计思维，不但在字形形式上作出了独特的改变，还借汉字的艺术特点，进行了笔画的个性化增减和整合，呈现出多元化、几何化、艺术化的特点。

这一阶段，以多样的方法去探寻汉字的笔画结构之间的内在关系，从多个方面探讨中国美术字的造型多样性，如传统的书法变体美术字、印刷字体变体美术字和具有西方设计风格的美术字，变化丰富、造型自由，整体呈现出很强差异化和识别性。体现出民国时期美术字突破传统书法边界，走上更具多样性的道路。

3) 民族性

中国民间传统的文化元素，如传统图案、民间传说等，在此期间进行了创造性的应用。民国时期，中国传统的龙凤纹、团花等图案被广泛地用于月份牌和标志，这些民族元素的运用，在当时的社会中具有很好的沟通功能，而传统图案对于吉祥富贵的寓意，满足了人们对美好生活的向往，强化了品牌、产品的理解，也体现了民族的精神和传承。

4 对当前城市字体设计的启示

民国时期，中国与西方文化激烈碰撞与争斗，处在中西与古今两个特别的交汇点，而我们也正面对传统与现代、东方与西方之间的冲突，“一个异质的社会如何能够发展出共同的价值，同时又能鼓励文化多样性和个人自由呢？”^[14]凯瑟琳·麦考伊所提出的问题，也许在民国时期的美术字设计中可以找到部分答案。

4.1 坚守传统的技法和路径

中国数千年的文化传统，在外来力量的压迫和新文化运动的影响下，被西方文化所冲击。面对与中国

本土文化迥异的西方文化，民国时期的美术设计师寻找了一条既能体现国家精神，又能与西方现代艺术风格相契合的设计之路。如今，我们正处于一个全球化的时代，此时此刻，恰如彼时彼刻。

目前靳埭强，陈幼坚，余秉楠这样的优秀的本土设计师，都开始展现出对传统文化深厚底蕴的偏爱。在追求国际化的过程中，积极吸取中西艺术的养分，如图9他们利用民国时期美术字的技法和传统文化符号进行结合，虽然视觉感受不同，但是西方版式规则配合东方视觉或意韵的设计路径基本成熟，他们也成功地通过这样的设计路径完成了相当丰富的个人作品。这样的设计方式也同样可以应用于城市形象更新设计中的众多环节和平台中。

4.2 兼容并蓄的理念和态度

民国设计处于古、今、中、外四种不同的象限中，面对着西式的冲击，民国的设计师大胆地借鉴、大胆地运用。例如著名封面设计师钱君匋，他创作了4000余幅封面，在字体设计大胆突破，比如中文字体的罗马化和几何化。尽管表面上解决了汉字东方美与西方美的冲突，但中国传统字体在这种西化的进程中失去了其东方的艺术特点，然而钱先生在字体设计上的大量尝试，却帮助我们避免了错误的设计方向。鲁迅先生在民国时期的美术字创作中起到了很大的作用，鲁迅对艺术创作及文化坚持上的态度使得其所作的美术字设计呈现出一种西方样貌东方意韵的感觉，如图10我们可以看到鲁迅的设计作品明显受到了西方现代主义设计浪潮的影响，但同时也体现出中学为体，西学为用的设计理念。正如原研哉所说：“未来在我们面前，我们背后亦有着历史的广大积淀——想象力与创造力的一份资源。我以为我们所谓的‘创意’，就是那流动于未来与过去间的思维构想的活力。”^[15]无论时代变化如何，作为本土设计师一定要把握住我们众多设计载体背后的那一缕文脉。

4.3 深耕文化的追求和素养

字体设计不仅传递出一种理念，同时还要体现出



图 9 靳埭强，陈幼坚，余秉楠代表作
Fig.9 Representative works of Jin Daiqiang, Chen Youjian and Yu Bingnan



图 10 鲁迅的设计作品
Fig.10 Design works of Lu Xun

其文字载体背后的文化。在很大程度上，设计师的文化素养直接影响着美术字设计的最终效果，也影响着美术字载体所呈现出的品味和文化深度。民国时期的美术字设计者们大都具备知识分子的身份或素养，例如鲁迅，他不仅是文学家、思想家、革命家，而且他的绘画基础和审美素养也很高；季小波既有中西方

绘画的基本知识，热衷于“科学救国”和“实业救国”的实践；陈之佛专攻工笔花鸟画；丰子恺是一位在音乐、绘画、文学等领域颇有成就的学者，他们有着深厚的文学基础和丰富的学识。对从事图书和期刊的设计人员来说，良好的文学素养是其设计的关键。如图 11 我们可以看到同样是较为方正的美术字，民国时



图 11 陵园邮局和民国风情街区美术字对比
Fig.11 Comparison of calligraphy between cemetery post office and flavor street of the ROC period

的美术字相较于当下的应用呈现出更为饱满的视觉效果和更为正统的文化气息。因此南京本土的设计师要设计出具有独特创意和深厚文化气息的美术字,不仅要掌握专业的技术和技能,同时也要熟悉南京本土的文字发展的历史,更要善于发掘传统设计所受文化影响而产生的视觉规律,从而精准把握设计方法产出具备文化特色的设计作品。只有如此,才能在基于城市更新的发展中不断地进行创意,并设计能够提升当地文化的作品

5 结语

在经济全球化的今天,城市之间的国际竞争已经发生了变化。而在城市建设中,城市形象建设十分关键。其核心在于确立其自身的独特与不可复制性。城市中所出现的美术字要充分挖掘城市特色环境、建筑、历史名人等具有代表性的信息。城市字体作为横跨城市文本的视觉载体,是城市形象发展、城市文化沉淀的一个重要抓手,它体现出城市的价值追求,承载着城市的精神意蕴,担负着城市的文化使命。“设计师将人性因素、抑或为使用者掌握的功能和颇具吸引力的外形结合在一起,创造了产品,并赋予产品以多重含义以及多重解读方式。”^[16]我们同样也可以通过这样的方式,将城市文化元素和美术字结合起来,赋予城市字体更多的含义和解读方式,使得城市文本能够更准确、更快速地传达更多的信息。特别是更抽象的内容,目前安阳市已有设计师尝试为其城市进行特定的城市字体设计,而作为六朝古都的南京则更应该依靠得天独厚的文化优势,采用美术字作为利器构建并传播更全面、更立体的城市形象。

参考文献:

- [1] 陈新月. 城市品牌形象中的定制字体研究[D]. 北京: 北京服装学院, 2020.
CHEN Xin-yue. Research on Customized Font in Urban Brand Image[D]. Beijing: Beijing Institute of Clothing Technology, 2020.
- [2] 程世丹. 当代城市市场所营造理论与方法研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2007.
CHENG Shi-dan. Study on the Theory and Method of Contemporary Urban Place Making[D]. Chongqing: Chongqing University, 2007.
- [3] 吴瑞琳, 熊承霞. 城市形象传播下的城市文本研究[J]. 新闻传播, 2018(20): 14-16.
WU Rui-lin, XIONG Cheng-xia. Research on Urban Text under the Spread of Urban Image[J]. Journalism Communication, 2018(20): 14-16.
- [4] 鲁本·佩特. 设计的政治“全球”视觉传播导览[M]. 朱怡芳, 译. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2021: 24.
PATER R. The Politics of Design[M]. ZHU Yi-fang, Translated. Nanjing: Jiangsu Phoenix Art Publishing House, 2021: 24.
- [5] 李明君. 中国美术字史图说[M]. 北京: 人民美术出版社, 1997.
LI Ming-jun. History of Chinese Fine Arts [M]. Beijing: People's Fine Arts Publishing House, 1997.
- [6] 薛冰. 南京城市史[M]. 南京: 东南大学出版社, 2015.
XUE Bing. Nanjing city history[M]. Nanjing: Southeast University Press, 2015.
- [7] 史良. 图像与拟真——后现代的“美”与“真”[J]. 外国文学, 2021(1): 168-179.
SHI Liang. Image and Simulation: Postmodern "Beauty" and "Truth" [J]. Foreign Literature, 2021(1): 168-179.
- [8] 布伦达·劳雷尔. 设计研究方法 with 视角[M]. 陈红玉, 译. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2018.
LAUREL B. Design Research[M]. CHEN Hong-yu, Translated. Nanjing: Jiangsu Phoenix Art Publishing House, 2018.
- [9] 徐圣超. 数字化环境下汉字字体设计与传播[J]. 鞋类工艺与设计, 2021(19): 67-68.
XU Sheng-chao. Font Design and Communication of Chinese Character in Digital Environment[J]. Shoes Technology and Design, 2021(19): 67-68.
- [10] 王力克. 城市更新视觉下视觉传达设计研究[J]. 设计与案例, 2021(8): 77-78.
WANG Li-ke. Research on Visual Communication Design under urban renewal vision[J]. Design and Case. 2021(8): 77-78.
- [11] 潘伟. “通用字体”的缘起、模块化与传播谱系新考[J]. 装饰, 2017(3): 98-99.
PAN Wei. New Research on Origin, Modularize and Spread Pedigree of Universal Type[J]. Art & Design, 2017(3): 98-99.
- [12] 卡尔·迪赛欧. 对抗性设计[M]. 张黎, 译. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2016.
DESAIO C. Antagonistic design[M]. ZHANG Li, Translated. Nanjing: Jiangsu Phoenix Art Publishing House, 2016.
- [13] 韩冬. 民国出版物美术字多元价值研究[J]. 中国出版, 2020(18): 68-71.
HAN Dong. Research on Multiple Values of Artistic Characters in Publications of Republic of China[J]. China Publishing Journal, 2020(18): 68-71.
- [14] 史蒂芬·海勒, 薇若妮卡·魏纳编, 凯瑟琳·麦考伊作. 公民设计师-论设计的责任[M]. 南京: 江苏凤凰美术出版社, 2021: 6
HELLER S, VIENNE V, MCCOY K. Citizen Designer Perspectives on Design Responsibility[M]. Nanjing: Jiangsu Phoenix Fine Arts Publishing House 2021: 6
- [15] 原研哉. 设计中的设计[M]. 朱锴, 译. 济南: 山东人民出版社, 2006.
KENYA Hara. Design of Design[M]. ZHU E, Translated. Jinan: Shandong People's Publishing House, 2006.
- [16] 大卫·瑞兹曼. 现代设计史[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007.
RAIZMAN D. History of Modern Design[M]. Beijing: China Renmin University Press, 2007.