

从笔触到故事

——小红书海报的手书体字视觉传达与叙事

王芯润

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月13日; 录用日期: 2025年3月20日; 发布日期: 2025年3月28日

摘要

文章旨在探究小红书海报手书体字在数字时代视觉传达与叙事的新范式。基于平台特性与用户需求, 剖析手书体字的概念、应用形式, 并从物质性、情感与文化维度解构其叙事功能。研究发现, 手书体字在小红书海报中应用广泛, 以标题手写呈现、文案手写融入、装饰性手绘元素点缀等形式出现。在叙事功能上, 通过触觉可视化和空间肉身化完成物质性叙事, 精准传递深层情感, 承载地域与文化内涵。然而, 其面临景观化导致信息失真、同质化削弱独特性、要素冲突增加认知负荷等挑战。研究结论为, 手书体字虽契合小红书社区文化且具创新潜力, 但需设计者遵循适度与协调原则, 平台激励原创和文化挖掘。通过设计策略优化与平台机制调整, 实现其在小红书海报领域的可持续发展, 提升平台视觉与文化品质, 为数字时代视觉传播提供新思路。

关键词

小红书海报, 手书体字, 叙事功能, 视觉传达, 数字媒介

From Brushstrokes to Stories

—Visual Communication and Narrative of Handwritten-Style Characters in Rednote Posters

Xinrun Wang

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 13th, 2025; accepted: Mar. 20th, 2025; published: Mar. 28th, 2025

Abstract

This paper aims to explore the new paradigms of visual communication and narrative of handwritten-style characters in Rednote posters in the digital age. Based on the characteristics of the platform and

user needs, it analyzes the concept and application forms of handwritten-style characters and deconstructs their narrative functions from the material, emotional, and cultural dimensions. The research finds that handwritten-style characters are widely used in Rednote posters, presented in the forms of handwritten titles, handwritten copy integration, and decorative hand-drawn element embellishments. In terms of narrative functions, they complete material narrative through tactile visualization and spatial embodiment, accurately convey deep emotions, and carry regional and cultural connotations. However, they face challenges such as information distortion caused by spectacularization, weakening of uniqueness due to homogenization, and increased cognitive load resulting from element conflicts. The research concludes that although handwritten-style characters are in line with the community culture of Rednote and have innovative potential, designers need to follow the principles of moderation and coordination, and the platform should encourage originality and cultural exploration. Through the optimization of design strategies and the adjustment of platform mechanisms, sustainable development in the field of Rednote posters can be achieved, enhancing the visual and cultural quality of the platform and providing new ideas for visual communication in the digital age.

Keywords

Rednote Poster, Handwritten-Style Character, Narrative Function, Visual Communication, Digital Media

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字传播的浪潮中，社交媒体平台成为信息传播的新阵地，小红书以其独特的社区文化和用户群体，成为视觉传播研究的重要案例。海报作为视觉信息传递的重要载体，在小红书平台上承载着吸引用户注意力、传达品牌信息和文化内涵等多重功能。手书体字在海报中的应用，不仅是一种视觉设计元素，更是一种传播符号，能够影响受众的认知、情感和行为。不同风格的手书体字传达出不同情感意义，同时也参与到特定文化氛围的建构中，与常见的标准化字库字体形成鲜明对比。

小红书平台以“用户生成内容”(User Generated Content, UGC)为核心的内容生产模式对手书体字海报的发展起到了强大的推动作用，手书体字天然地带有书写者的个人风格与情感印记，与小红书所倡导的个性化、真实感和生命力的社区文化与传播语境高度耦合。在小红书上，用户怀着对反格式化、反机械化、注重个体体验和视觉创新的需求，使其手书体字海报风格在众多数字内容中独树一帜。通过对小红书海报手书体字的研究，可以深入了解手书体字在数字社交平台这一特定语境下的视觉传达规律和叙事方式，为设计者提供具体的设计参考和实践建议，推动视觉传达设计在数字时代的创新发展及平台整体审美水平的提升。

本文结合具身性、视觉隐喻和互文等理论，列举小红书平台上的海报案例，探讨手书体字相较常规字体，在物质性、情感和文化叙事上的强大功能。为获取更具说服力的研究数据，本研究采用问卷调查法，将案例图片与比较分析巧妙地融入其中，最终成功回收有效问卷 353 份，并通过设置开放性问题，收集观者对于小红书平台手书体字海报的评价、建议及期待，为本文深入探究手书体字在海报叙事中的作用提供了坚实的实证基础。

2. 小红书海报中手书体字的可叙事性分析

2.1. 手书体字的概念

手书体字,从历史溯源与文化根基来看,是人类书写行为的产物,是书写者借助多样化书写器具,在字符造型、笔画走势、字间距以及整体篇章布局上具有鲜明个体风格与文化印记的文字形态。不仅是信息的文字记录,更是书写者情感、审美、文化素养等多层面精神内涵的物质外化。阅读媒介的变革为字体设计带来新的特征,即实体与虚拟的“数字孪生”,其主要表现为纸张“平面”与电子“屏面”的介质切换。从“平面设计”到“屏面设计”的审美迁徙,包含了两种设计规律的视觉转换,借助数字模拟的方式,使“数字时代”与“印本时代”形成延续与呼应关系,更在“数字孪生”中借助数字与人文的碰撞,形成“新质生产力”[1]。手书体字正承载着传统书写文化与现代数字设计理念的双重基因,形成独特的数字美学语言。一方面,数字化技术为手书体字提供了从传统物理空间向数字虚拟空间迁移的可能。另一方面,数字绘画工具如数位板、手写笔等,模拟了真实书写的触感、阻力与动态过程,笔触、线条、字形等特征被尽可能地保留和还原,拓展了手书体字的创作边界与表现形式。

2.2. 海报应用中手书体字的可叙事性思考

在后现代理论的刺激下,叙事学的发展也在不断地发生着转向,其研究开始逐渐溢出文学领域,尝试不同领域的叙事可能性,设计叙事的探索由此展开[2]。文字毋庸置疑是传统文本叙事的工具,但汉字因其独特的象形文字属性,不仅具备文本叙事能力,还天然地拥有图像叙事能力。自古以来,“书画同源”理念便深刻地体现了汉字与图像之间的紧密联系,汉字的笔画形态、结构布局本身就蕴含着丰富的视觉元素。同时,“见字如见人”的说法也表明,汉字的书写风格能够反映书写者的个性与情感,进一步彰显了手书体字的视觉化表达功能,这些特性为手书体字在视觉叙事方面的应用奠定了坚实的基础。手书体字相较于常规字体,在字形、笔画、笔触以及排列排版等方面灵活多变,加之每个人的笔迹都具特殊性,这使手书体字能够承载更为丰富的情感与个性信息,从而进一步放大了手书体字作为汉字的图像叙事属性和视觉叙事能力。在传统的常规字体海报中,文字与图像往往呈现出平行叙事的模式,二者之间的互动相对较少。而手书体字的创新运用有助于打通图文隔阂,实现文图互补与文图互释叙事,二者相互配合,相得益彰,形成了一种更为丰富、立体且富有感染力的叙事效果。

文化工业时代海报等文化作品可经由其他创作软件或小红书本平台的发布模版进行批量化复制,虽然提高传播效率,但其与海报表达的情感文化内涵脱节且缺乏人情味令人遗憾。有问卷对象在谈到对小红书平台手书体字海报的期待时,强调希望“通过手书体字的笔画特征来传递不同的情感很有意义和创造性,希望创作者可以多多挖掘背后的价值,创作出更有人文关怀的海报作品,小红书作为平台也应该采取措施鼓励这种创作”。为了破解这一困境,加强海报图文的叙事性,尤其是被忽视已久的具备视觉叙事能力的手书体汉字的叙事性成为一条切实可行的解决路径。通过精心设计图文内容,构建一个富有吸引力的故事情境,能够将观者自然而然地拽入这个由图文共同营造的故事世界,观者的身体、情感与文化认知被充分调动,实现身体共振、情感共鸣及文化吸引。

尽管当前学术界对于图像、色彩以及影视作品的叙事研究已取得了较为丰硕的成果,但对于文字,尤其是字体的叙事功能探讨仍相对匮乏。在视觉传达领域,汉字字体设计作为重要的组成部分,其叙事功能的挖掘与拓展具有巨大的潜力。本文正是基于此背景,探讨小红书平台常用的手书体字的叙事性,希望能够为汉字字体设计的视觉传达贡献一份绵薄之力,推动该领域的理论研究与实践应用向前发展。

3. 小红书海报中手书体字的应用形式

3.1. 标题的手写呈现

与其他图文自媒体平台相比，小红书平台的自媒体传播内容会更加注重笔记的配图质量，足够吸引人的封面图片和内容标题会更加容易让用户点击进笔记内容进一步阅读[3]。手书体字应用于标题的设计形式，凭借其独特的个性化与生动性特质，成为吸引用户关注的有效手段。以图1为例，“长沙不大 但是很辣”这一手书标题，以鲜艳的红色作为背景，黄色的手书字体在视觉上极为醒目突出。这种色彩搭配与字体选择，不仅有效地强化了长沙喜食辣的饮食特色，还借助手书体字所蕴含的人文温度与独特风格，传达出长沙热情质朴的民风，契合小红书平台用户对于个性化、有温度内容的偏好，助力海报在海量信息中实现高效传播。



Figure 1. A Rednote poster titled “Changsha is not big, but it’s really spicy”

图1. 小红书海报“长沙不大 但是很辣”^①

3.2. 文案的手写融入

在小红书平台的海报设计领域，用手书体字书写文案是一种兼具创意与实效的应用形式，相较于传统商业海报以产品形象为核心、通过场景化文案传递功能利益点的工具性叙事策略，[4]手书体字海报的文本建构呈现出显著的去功利化转向，通过富有情感和生活气息的文字表达，营造出特定的氛围，使受众沉浸其中，感受生活中的美好瞬间和情感共鸣。以图2为例，“在田间播种一颗自己 不为结果只耕耘心情”的手写文案，字体笔画粗细变化自然，形态灵动，与背景的田野风光相呼应，营造出浑然天成的视觉氛围，传达出质朴、真实的文化气息。文案内容仿佛是创作者的内心独白，加之不受束缚的手写形式，传递出一种回归自然、关注内心的生活态度，这种文化内涵与当下追求“慢生活”、“乡村游”的社会文化潮流相契合，不仅引发用户对于乡村生活的美好想象，还促使其深入思考自我成长的命题，丰富了海报的文化内涵。



Figure 2. A public welfare poster for “Rural roaming in Xizhou ancient town” on Rednote
图 2. 小红书“喜洲古镇乡村漫游”公益海报②

3.3. 装饰性手绘元素点缀

装饰性手绘元素不仅具有打破画面单调、增添视觉趣味的功效，还通过感知记忆性的作用机制，将字符与图像融合，通过生动形象的方式向人们传送更多的信息，比一般的字体更吸引人[5]。在图3中，夜灯、火盆的描边以手绘形式呈现，与写实的露营背景画面形成对比。同时，将文案“心事啊，靠近炉火就融化了”置于火盆上升腾的气泡框中，不仅实现了文案与场景的有机融合，还利用手写字体笔画的粗细变化和 irregular 形态，进一步丰富了画面的层次结构，产生强烈的视觉张力。手绘元素及文案皆以轻松、随性的风格呈现，契合了雪中露营场景所营造的宁静、温暖且放松的氛围，其中蕴含的人文温度与情感特质，能迅速拉近与用户的心理距离，使用户在观看海报时身临其境地感受到露营中的惬意与闲适，引发情感共鸣。



Figure 3. The “Camping in the snow isn't too cold” poster on Rednote
图 3. 小红书“雪中露营不太冷”海报③

4. 笔触背后的故事：手书体字的叙事功能剖析

4.1. 物质性叙事：手书的具身重构与意义生产

完整的叙事过程通常需要由叙事者(叙述者)、叙事媒介(事件)、受述者(接收者)构成[6]。正如肢体语言本身就具有叙事功能一样,受述者能够越多地获得身体行为层面对故事的感知,就越能沉浸到叙事情境空间中去,展开深度记忆和连接。回顾梅洛-庞蒂的具身主体性以及具身性在认知科学领域的作用,人们对于世界的认识并非世界的“镜像”,而是身体构造和身体感觉运动系统塑造出来的[7]。小红书平台作为数字媒介,自身的云端性决定了其内容对于观者来说总是具有不同程度的“离身性”和“身体缺席”,而手书体字的物质性手写痕迹,如通过电容笔压感设置功能刻意保留笔触的轻重急缓、笔画的颗粒感和规整度、笔锋或顿笔反映出的书写速度和力度等,作为传播中介延伸了观者的触觉感官。这种身体实践对创作者而言满足了自我表达的深度需求,成为个体记忆的物质性外化,使书写行为从单纯的“信息生产”升维为“身体展演”。创作者的“身体在场”继而唤起观者的身体触动,触发观者从视觉到触觉的联觉共鸣,受述者从被动接收者转化为“身体共在”的参与者,自发地代入创作者所处的故事空间,并产生行动欲望,数字平台的虚拟性壁垒被消解,增强了内容的“人性温度”。有问卷对象在谈到对小红书平台手书体字海报的期待时,强调希望“表达作者自己的心态处境,希望可以做互联网上的“活人”形象,自由勇敢去尝试新鲜事物”,这证明了手写痕迹的物质性再现本质上是对抗数字媒介“去身体化”的技术反叛。手书体字通过模拟书写过程中的身体介入,同时也在赛博空间中重建了本雅明所言的“灵韵”,即某一艺术作品所具有的独特性和原创性,以及与作者、历史和环境紧密的、有机的联系[8]。

在实践层面,物质性叙事通过两种路径完成意义生产。第一种是触觉可视化,如图4小红书海报《越冷越要去东北》,海报中的手书体字以其独特的笔画形态和书写风格,模拟出与雪地环境相契合的触觉质感。字体线条柔和、带有自然的弯曲和起伏,在雪地上书写留下的痕迹,让人联想到手指触摸雪地时的柔软与细腻。这种触觉质感的模拟,搭配图中躺在雪地的游客,使观者仿佛身临其境,感受到雪地的松软。同时使观者无意识间代入执笔者的身体节奏,完成从视觉接收到肌理想象的认知迁移。第二种是空间肉身化,以图5小红书海报《你你你你要跳东湖吗?》为例,文案作为一种物质性存在,其书写在跳水平台这一实体空间上,仿佛邀请观者投身于跳东湖这一奔放肆意的身体实践中。观者在看到海报时,会不自觉地想象自己站在平台即将纵身一跃的那种身体的紧张与兴奋,唤起自身对于身体参与空间活动的体验和向往,实现了从文字到肉身体验的叙事传递,构建起空间与身体之间的叙事关联。



Figure 4. The Rednote poster “The colder it is, the more I want to go to northeast China”

图4. 小红书海报《越冷越要去东北》④

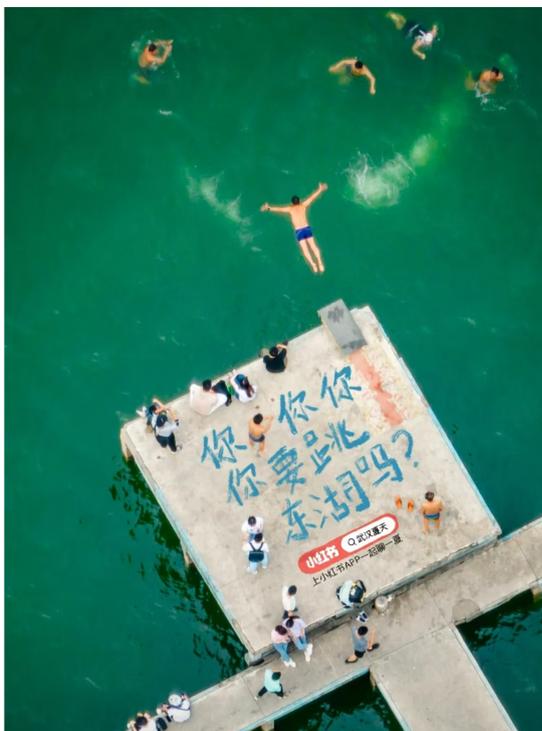


Figure 5. The Rednote poster “Are you, you, you, you going to dive into east lake?”
图 5. 小红书海报《你你你你要跳东湖吗?》^⑤

基于此，对比一则普通字体海报和一则手书体字海报，其共性恰好在于呼吁观者投身一种具身实践——压马路中去，具有知觉唤醒和行为号召的意图，而根据问卷题目“以下关于呼吁压马路的两则海报，哪一则更能使您联想到自己压马路时的具体触觉感受，并让您产生去压马路的想法?”的结果显示(图 6)，两者在物质性叙事功能上呈现出一定程度的分野。普通字体海报(图 7)基于标准化的设计规范与样式，虽然在视觉上清晰易读，但其机械、规整的形式难以承载创作者试图表达的具身实践信息。文案与画面中的橱窗、玩偶等元素搭配时，更多是一种信息并列的关系，而非相互交融、引导身体行动的关系。观者难以通过视觉上对文字的感知，唤起与街道行走相关的触觉记忆和想象，也就无法完成从视觉接收到行为触发的认知迁移，导致海报呼唤观者进行压马路这一具身实践的意图与观者的实际感知脱节。而根据问卷题目“关于两则呼吁压马路的海报，如果是手书体字海报更能促使您的联想和行动，您认为受到哪些因素的影响?”的结果显示(图 9)，手书体字海报(图 8)的文案“穿新的鞋 踩旧的叶子”一句中，字体笔画的粗细变化以及婉转曲折，能够让观者想象出鞋子踩在落叶上时，脚底所感受到的微妙触感变化，以及落叶被踩踏时的柔软与脆裂质感。同时，手书体字的风格与画面中飘落的黄叶、铺满地面的落叶景象相呼应，加之画面中人物轻松惬意的姿态，以及周围自然的秋日环境，进一步强化了这种空间的吸引力，结合手书字体所传递的触觉暗示，会在脑海中构建出一个完整的秋日户外触觉场景，从而代入执笔者的身體节奏，为具身实践——压马路，奠定了身体感知基础。从空间肉身化维度剖析，手书字体书写在地面这一实体空间背景之上，文字内容“一个人压马路也很热闹”直接指向一种身体在空间中的实践活动。手书体字作为一种符号系统，与画面中的空间元素相互作用，构建出特定的叙事空间。观者会想象自己置身于这样的空间中，像海报中的人物一样，漫步在秋日街道，从而激发了其进行压马路这一具身实践的欲望，实现了从文字符号到肉身感知再到具身体验的叙事传递，成功构建起海报空间与身体之间的叙事关联。

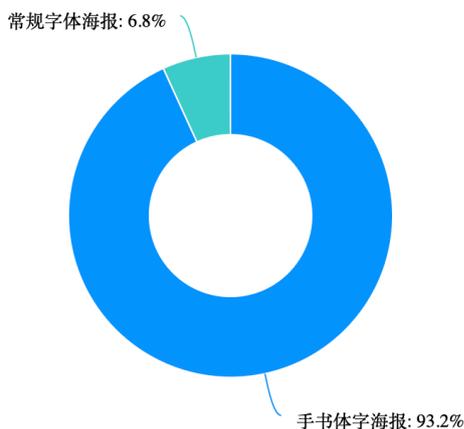


Figure 6. The questionnaire results regarding the material narrative functions and action transformation effects of the two types of posters

图 6. 关于两种海报的物质性叙事功能与行动转化效果的问卷结果^⑥



Figure 7. The poster with regular fonts for the Rednote “Road life festival”

图 7. 小红书“马路生活节”常规字体海报^⑦

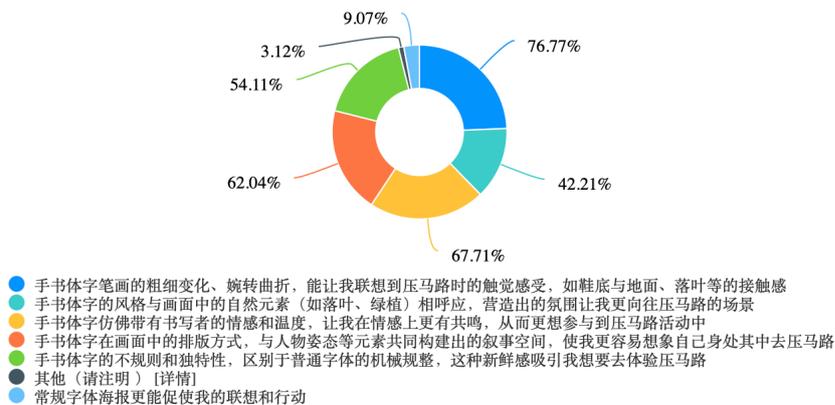


Figure 8. The questionnaire results about the influencing factors of the handwritten font posters in the case that mobilize the material narrative

图 8. 关于案例中手书体字海报调动物质性叙事的影响因素的问卷结果^⑧



Figure 9. The handwritten font poster on Rednote with the content “It’s quite lively to take a walk alone”
图 9. 小红书手书字体海报“一个人压马路也很热闹”^⑨

4.2. 情感叙事：传递海报深层情感

小红书不单单记录生活，还依托生产者与接受者之间的情感互动，产生符号文本，使普通个体的言说欲望和表达需求有了实现的可能^[9]。人文主义字体因为带有书写笔画的痕迹而具有了温暖的人文情怀，同时也具备良好的视觉识别性，是遵循文本内容逻辑和要义的视觉表达形式，更是以人为本设计宗旨的传递，呈现了一种社会生产生活理念与方式的结合^[10]。手书体字作为一种极具人文特性的字体风格，其在数字媒介中的情感叙事功能，本质上体现为一种符号修辞系统。贡布里希在《木马沉思录》中首次提出“视觉隐喻”概念，视觉隐喻是在视觉上对不同物体进行融合，通过象征主义有效传递信息的方式。同时在设计领域，视觉隐喻通常被视为设计亮点，恰当的视觉隐喻能有效提升海报质量^[11]，更好地讲述品牌故事。从能指和所指理论来看，符号由“能指”（符号的物质形式）和“所指”（符号所代表的概念或意义）构成。手写笔触的物理痕迹即“能指”与特定情感类型即“所指”进行隐喻性绑定，形成了独特的情感语法，这一语法在小红书海报的视觉实践中，通过文化符号的转译、集体记忆和观者经历的激活，实现了对各类情感包括亲情、乡愁、自由向往等深层情感的精准传递。例如在表达亲情的海报中，手书体字的笔画可能呈现出圆润、柔和的形态，犹如亲人温暖的拥抱，这是将亲情的温馨、柔和等情感特质，通过笔画的形态进行了视觉隐喻，激活观者内心深处对温暖亲情的记忆“勾连”，达成情感叙事效果。当涉及到乡愁的主题时，手书体字的笔触可能会通过飞白、枯墨效果等形式带来古朴、沧桑的感觉，隐喻年岁的增长、岁月的流逝和故乡土地的变迁，引发观者对海报故事的共情与自己切身经历的感慨。对于向往自由的情感表达，手书体字则可能展现出灵动、奔放的笔触，笔画的走势自由洒脱，如同在广阔天地间自由翱翔的飞鸟。这种视觉隐喻，将自由的无拘无束、充满活力等情感特质直观展现出来，让观者在看到海报时，能够迅速被这种对自由的向往所感染，激发内心对自由生活的憧憬。按照亚里士多德的观点，一个好的隐喻，取决于我们对喻体资源的挖掘及其创造性阐释^[12]。而手书体字的多样化形态和创意性潜力有望承担海报中情感喻体的功能，将观者巧妙引入精心构筑的情节，使其体会其中蕴含的复杂情感。

以两张同样传递向往自由的不同字体的海报为例，问卷题目“哪一张更能激发您对挣脱束缚、追求

自由的情感？”的结果显示(图 10)，手书体字海报情绪叙事功能更强，更具情绪感染力。对两则海报进行深入解读，普通字体海报(图 11)中的非手书体字采用了字库字体，并遵循了传统的固态排版秩序，笔触给人的整体感觉较为僵硬，文字排列整齐、规则但也被固定的排版框架所限制，在传递自由精神的母题下却显得呆板，观者难以产生自由探索和联想的心理体验，不利于激发观者对挣脱规训、追求自由的情感叙事感知，使得海报在传达自由精神的深度和力度上有所欠缺。而根据问卷题目“关于传递向往自由情感的两则海报，如果是手书体字海报更能激发您的情感和共鸣，您认为受到哪些因素的影响？”的结果(图 12)，手书体字海报(图 13)中的文案，字体笔画呈现出自然的弯曲、延展和粗细变化，这些灵动的笔触模拟出在山林间穿梭时身体的自然律动，唤起对自由行走、探索未知的情感共鸣。同时，“high five”的英文写法也与中文手书体相呼应，其字母的书写同样带有流畅的连笔和活泼的形态，强化了整体的流动感，使观者能够更深刻地感受到与自然亲密接触、自由互动的情感氛围隐喻。在排版方面，该海报中的手书体字并未遵循传统的对齐和网格格式框定规则，而是以一种灵动、自由的方式排列。文字大小、位置错落有致，部分笔画还突破了常规的空间边界，营造出一种开放的视觉效果。流动的手书体风格和反常规的排版方式，在传情表意上隐喻了对现实规训的挣脱和自由探索山野的期盼，更具视觉张力和情绪感染力，从而加深了观者对自由精神的情感认同与向往。

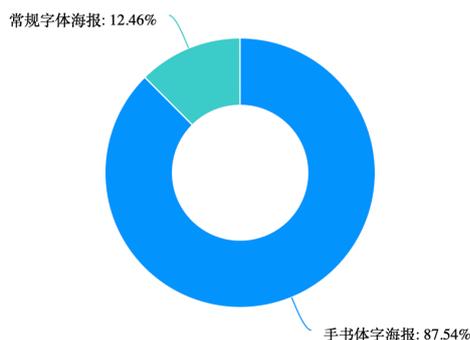


Figure 10. The questionnaire results regarding the emotional narrative functions and emotion-evoking effects of the two types of posters

图 10. 关于两种海报的情感叙事功能与情绪激发效果的问卷结果^⑩



Figure 11. The poster with regular fonts on Rednote “A wind that shuttles freely”

图 11. 小红书常规字体海报“一阵自由穿梭的风”^⑪

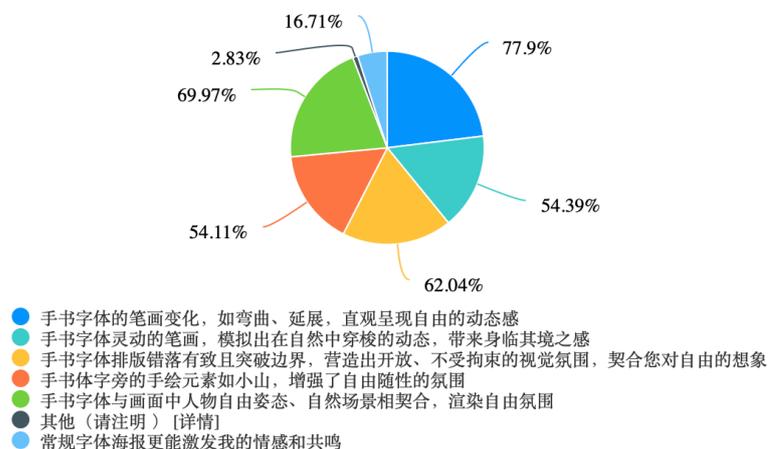


Figure 12. The questionnaire results on the influencing factors that enable the handwritten font posters in the case to mobilize emotional narrative

图 12. 关于案例中手书字体海报调动情感叙事的影响因素的问卷结果^⑫



Figure 13. The handwritten font poster on Rednote “Give the mountains a high five”

图 13. 小红书手书字体海报“和大山 high five”^⑬

4.3. 文化叙事：承载地域与文化内涵

手书字体在小红书海报中的文化叙事实践，是空间记忆与身份政治的独特视觉化呈现。手书字体作为具有图像属性的文本，与海报画面相互渗透，达成互文效果。互文性是由法国符号学家、女权主义批评家朱丽娅·克里斯蒂娃于1960年首先提出的，她认为：“任何一篇文本的写成都如同一幅语录彩图，作为一种在西方的拼成，任何一篇文本都吸收和转换了别的文本。”其广泛运用于语言、结构主义和后结构主义思潮中产生的文本理论文学、电影等领域的分析研究中，强调文本间的联系和映射、吸收与转化。而海报的一个重要传播优势在于图像对于信息的阐释、表达，即文字信息与图像信息的互文性^[13]。在小红书海报中，手书字体通过将地域符号与亚文化基因编码转化为可传播的视觉“能指”，不仅承担着地域文化或传统文化的数字转译功能，将其文化内涵以新颖的视觉形式在数字平台上展现，还成为边缘群体争夺话语权的符号武器，一方面重构着怀旧的乡土情结，唤起人们对家乡的深厚情感与往昔记忆；另一方面是亚文化抵抗的视觉起义，为亚文化群体提供表达自我、展现独特文化的途径，以独特的视觉叙事在小红书数字空间中构建起多元文化景观，推动文化的交流与发展。

方言是地域文化的重要表征之一，承载着特定地域人群的集体记忆和文化认同。四川话作为中国南方极具代表性的方言，在小红书海报的手书体字中展现出独特的跨介质转生现象。图 14 海报中的手书体字使用川渝地区的方言表述，“你出撒子”、“莫管，我出其不意”这些具有地域特色的词汇是川渝文化在语言层面的生动体现。对于本地人而言，方言是他们日常生活交流的重要工具，承载着他们的生活经验、情感记忆和文化认同。看到这些手写方言文字，能唤起他们对熟悉的茶馆场景、休闲娱乐氛围的回忆，将他们拉入特定的叙事空间，引发强烈的情感共鸣并找到归属感，从而促进彼此之间基于共同文化背景的交流。而对于外地人来说，这些相对陌生又充满趣味的方言词汇构成了一种独特的文化符号，成为他们了解川渝文化的一个窗口。文字通过较为随意、自然的书写风格，慵懒灵动的形态表现出来，与川渝人直爽、随性的性格特点如出一辙。配合画面中打长牌、盖碗茶等具有川渝特色的场景，使外地人能够感知到川渝地区独特的语言风格和巴适的生活方式，初步构建起对川渝文化不拘小节、充满生活气息特质的认知，在脑海中形成对川渝地区活泼、幽默、惬意的印象。在由手书体字与海报画面所建构的互文性叙事结构中，两种叙述元素之间相互融合、相互补充，呈现出一种深刻的互动结构，其合力作用服务于一种更大的话语生产实践[14]，即川渝文化的具象展现。

亚文化社群作为主流文化之外的文化群体，往往拥有独特的价值观、生活方式和审美取向，其经验和表达在传统传播语境中常处于边缘地位。以摇滚文化社群为例，他们追求自由、反叛和个性表达，其音乐作品、演出活动以及相关理念构成了独特的边缘经验。在小红书的摇滚音乐海报中，如图 15 所示的“麻园诗人”乐队相关海报，海报中的手书体字笔触特征鲜明，笔画粗细的强烈变化和摇滚乐节奏的跌宕起伏、海报主人公弹琴的姿态变化相联结，带来了强烈的视觉冲击，如同摇滚乐中强劲有力的鼓点，传递出力量感。字体整体上打破了常规字体的单调与规整，部分笔画甚至呈现出断裂、扭曲的效果，象征着摇滚文化对既定秩序的突破与反抗，展现出摇滚文化的不羁与洒脱。配合现场演出的图片，让观者能够深切感受到摇滚文化的魅力，将观者带入音乐节现场，完成动态化的视觉叙事。手书体字成为了连接摇滚文化与观者情感体验的关键纽带，与海报图片达成互文，有效地将摇滚乐热烈狂放、挑战传统、追逐个性的文化内核传递给观者。

手书体字所构建的视觉符号成为地域人群和亚文化社群成员身份认同的重要标志。当成员在小红书上频繁看到和传播带有特定手书体字风格的海报时，他们对自身所属群体的认同感会不断增强。此外，手书体字的传播还打破了地域文化、亚文化与主流文化之间的界限。通过小红书平台的广泛传播，其手书体字海报进入了更广泛的受众视野，进而使受众探索 and 了解其背后的文化内涵，有助于地域文化、亚文化的边缘经验逐渐走向主流视野，实现从边缘到中心的转变，推动文化的多元发展和融合。



Figure 14. Rednote poster “What are you playing?” “Never mind. I’ll play a surprise move”

图 14. 小红书海报“你出撒子”“莫管我出其不意”^⑭



Figure 15. Handwritten-style character poster of Mayuan Poets' lyrics
图 15. 麻园诗人歌词手书字体海报^⑤

5. 手书体字海报设计的潜在挑战及对策

5.1. 景观化：文字可识别性的消解

手书体字的过度视觉修辞会导致文字逐渐沦为视觉奇观的附庸，甚至出现为了凸显某种特性而变得花哨，使汉字结构在符号堆砌中丧失可读性，这种现象如同德波在景观社会理论中所描述的，真实的意义被景观所掩盖，文字的原初表意功能在视觉奇观的构建中被逐渐架空。手书体字的笔画相互缠绕、重叠，甚至出现无意义的延伸和扭曲，使得汉字的基本笔画难以辨认，不仅增加了信息接收的难度，还可能导致信息传递的失真，同时用户也将在“观看的眩晕”中陷入意义接收的失焦状态。在小红书此类信息密度较高的社交媒体平台中，用户浏览海报的时间通常较短，然而，景观化的手书体字由于其复杂的视觉形态和较低的可读性，使用户难以在短时间内聚焦于文字所传达的核心意义，用户在观看时首先被这些视觉元素所吸引，而对于其背后的品牌、文化等关键信息却关注不足。因此在问及问卷对象对手书体字海报意见看法时，有人提到“要看得懂才行，不要只求艺术性”，还有对象结合了具体的海报情境“西藏文旅宣传中，在字体中可以融入当地的一些花纹图片元素，也可以适当融入藏族文字(起到点缀作用)，但是一定要让更多大众能看清字本身，不能喧宾夺主。”

为解决手书体字带来的景观化问题，小红书作为平台可建立反馈与引导机制，为创作者提供关于手书体字海报可读性的反馈信息。当海报的点击量、停留率等数据异常或用户直接反馈难以辨别等信息时，平台可向创作者发送提示，如可能存在哪些笔画难以辨认、整体结构是否影响阅读等。同时，创作者在创作手书体字海报时，应将文字可读性作为重要考量因素，避免过度追求视觉效果而牺牲文字表意功能，避免过度修饰和变形。

5.2. 同质化：手书体字的工业化生产

手书体字在流量逻辑的规训下，催生出“爆款字体模板”的病毒式复制，情感要素和地域文化符号被简化为可批量套用的字体模板。本雅明所珍视的“灵韵”在手书体字的同质化现象中遭遇了双重消解。一方面，机械复制技术使得手书体字能够被大量、快速地复制。以往手写字体所具有的原真性，因工业化的字体包生产而被摧毁。每一个手书体字原本应该承载着书写者独特的情感、心境和书写习惯，具有不可复制的个性特征，但在“爆款字体模板”的复制过程中，这些原真性被消除，取而代之的

是别无二致的笔画特征。另一方面，算法推送进一步加剧了这一问题，高流量则具有网感，具有网感则被再次复刻，在此循环中平台将风格同质化的手书体字海报推送给用户，将差异叙事驯化为数据优化的奴隶，原本丰富多彩的个性表达被统一的流量导向所淹没，最终用户将对这种风格产生审美疲劳。

手书体字之所以具有独特的魅力，在于其能够承载丰富的情感和文化内涵。小红书平台具有如“生活薯”、“本地薯”、“艺术薯”强大的官方账号矩阵，可以引导对手书体字背后的文化挖掘，通过发起与地域文化、小众文化相关的手书体字海报创作主题活动，如“家乡方言手书大赛”、“非遗文化手书创作”等，为创作者提供文化素材库和创作支持，鼓励其创作出具有文化特色的手书体字海报，并对优秀作品进行免费推广。平台还可利用大数据，基于用户的浏览历史、收藏偏好、互动行为，为用户提供个性化内容推荐。对于关注创意设计、小众文化的用户，推送具有创新性和独特风格的手书体字海报；对于喜欢流行趋势的用户，在推送热门风格海报时，穿插具有个性的作品，拓宽用户视野，减少同质化内容的集中曝光。同时创作者可以深入研究不同地域或圈层的文化特色，并在自身书写习惯和书写风格的基础上将不同情感诉诸笔端，使手书体字更具感染力，满足用户多样化的精神文明诉求。

5.3. 失衡化：要素协调性的缺失

当手书体字与版面其他元素出现不协同的情况时，会对海报整体的视觉效果产生负面影响。从布尔迪厄的场域理论来看，商业诉求、艺术表达与技术可行性构成了设计中的三个重要场域。在小红书海报设计中，手书体字与其他元素的不协同本质上是场域错位的视觉显影。商业诉求往往追求吸引眼球、促进消费，可能会过度强调某些视觉元素的突出性而忽视其与整体的协调性；艺术表达则侧重于创作者个人情感与审美观念的抒发，有时可能会与商业目的和技术限制产生冲突；技术可行性涉及到设计工具、软件操作以及最终呈现效果的实现难度等方面。当这三个场域的规则无法调和时，设计就会陷入困境。例如，某些海报为了追求独特的艺术效果，选择一些复杂的、动态的手书体字形式，但在技术实现上却无法保证其易读性，同时商业诉求又要求快速吸引用户注意力，这就导致了设计成为要素堆砌的混乱战场，各元素之间无法相互配合共同服务于海报的传播目的。

因此，建立商业、艺术和技术三方之间的有效沟通机制至关重要。在设计过程中，品牌方和设计师应保持密切的沟通与反馈，设计师定期向品牌方展示设计进展，品牌方及时提出意见和建议，确保设计不偏离商业目标。设计师完成海报初稿后，品牌方可以从商业角度出发，对海报的视觉焦点、信息传达的清晰度等方面进行评估，提出修改建议，设计师根据反馈进行调整，实现商业诉求与艺术表达的动态平衡。设计并非一蹴而就，随着设计的推进，随时可能会出现新的问题，设计师应密切关注各个场域因素的变化，重新评估艺术表达的方式，对手书体字的大小、字形、颜色、排版等进行调整，以确保手书体字与其他元素之间保持协同一致。

注 释

- ① 图 1 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/BEJLyMnjJrK5>)。
- ② 图 2 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/fXltUumdjsK5>)。
- ③ 图 3 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/S663KtyOKsK5>)。
- ④ 图 4 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/bNh3nsk0YsK5>)。
- ⑤ 图 5 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/cZHbCz0c8sK5>)。
- ⑥ 图 6 来源：作者调查。
- ⑦ 图 7 来源：网页引用(<http://xhslink.com/a/8XSR1FpzhCy6>)。
- ⑧ 图 8 来源：作者调查。

- ⑨ 图 9 来源: 网页引用(<http://xhslink.com/a/oHk3nQxi1Cy6>)。
- ⑩ 图 10 来源: 作者调查。
- ⑪ 图 11 来源: 网页引用(<http://xhslink.com/a/kqvoIINyaFy6>)。
- ⑫ 图 12 来源: 作者调查。
- ⑬ 图 13 来源: 网页引用(<http://xhslink.com/a/F6FwxUFauFy6>)。
- ⑭ 图 14 来源: 网页引用(<http://xhslink.com/a/rOJshAQBNFy6>)。
- ⑮ 图 15 来源: 网页引用(<http://xhslink.com/a/aiBINvwIiGy6>)。

参考文献

- [1] 张烁烁, 李轶南. 数字化阅读视觉规律对汉字书法字体设计趋势的影响[J]. 艺术评论, 2024(10): 92-105.
- [2] 马全福. 视觉传达设计叙事策略研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京艺术学院, 2018.
- [3] 吴利岩. 自媒体时代下当代艺术的创作与传播——以小红书平台为例[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林艺术学院, 2023.
- [4] 林淑琴. 浅谈平面广告中的场景化文案创作[J]. 丝网印刷, 2023(6): 56-59.
- [5] 谢志鹏, 肖婷婷, 秦环宇. 文字的“偷心术”: 营销中的字体效应[J]. 心理科学进展, 2021, 29(2): 365-380.
- [6] 武建平. 基于叙事方法的中文屏幕字体设计研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州理工大学, 2023.
- [7] 刘海龙, 束开荣. 具身性与传播研究的身体观念——知觉现象学与认知科学的视角[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2019, 47(2): 80-89.
- [8] [德]瓦尔特·本雅明. 机械复制时代的艺术作品[M]. 王才勇, 译. 北京: 中国城市出版社, 2002: 13.
- [9] 徐嘉蕙. 小红书数字化仪式感对生活美学的建构进路[J]. 科技传播, 2024, 16(12): 133-137.
- [10] 单筱秋. 多媒介下人文主义字体设计的形式转变与应用延伸[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2023(1): 199-202.
- [11] 宁斌, 刘芳, 刘志雄, 等. 面向中国风格海报视觉隐喻设计的创造力支持系统研究[J]. 图学学报, 2023, 44(4): 838-848.
- [12] 刘涛. 隐喻论: 转义生成与视觉修辞分析[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2017, 46(6): 140-148.
- [13] 杨光. 读屏时代动态海报的传播特征与设计问题[J]. 新媒体研究, 2024, 10(5): 93-96.
- [14] 刘涛. 语图论: 语图互文与视觉修辞分析[J]. 新闻与传播评论, 2018, 71(1): 28-41.