

# 从社会设计分析武汉早餐文化的传承与发展

黄恒 沈劲夫<sup>1</sup>

(湖北大学艺术学院, 湖北 武汉 430000)

**【摘要】**:新冠疫情持续至今,社区邻里之间产生了陌生感与距离感,人们对“附近”的人和事不再那么关心,消失的不仅仅是武汉街道的地域风貌,更是一个个既不陌生又不紧密的人们。本文意在通过社会设计来探索武汉早餐小吃门店空间设计,其主要目的是通过早餐文化的传承与发展,逐步形成有一个有温度、有风尚的基层社区。设计对象从“门店空间”拓展到“人”与“早餐文化”,希望在未来,用社会设计的思想体系重回邻里共同体生活的可能性。

**【关键词】**:社会设计;空间;邻里交流;共同体

**【中图分类号】**:F27 **【文献标识码】**:A **【doi】**:10.19311/j.cnki.1672-3198.2023.04.039

## 0 引言

武汉拥有着独特的地理与人文情感,形成了浓厚的地域文化特征,同时也产生出多种多样的特色小吃,特别是武汉的早餐,其文化内涵更显深厚,正是老武汉“过早”的氛围,养育了一代又一代武汉人,滋润出典型的汉族气息。

早在20世纪70年代,地域文化特色的设计思想在餐饮店中得以经营。特别是在欧洲,就已经有了小型饮食空间设计的概念。美国设计师约瑟夫·F·杜罗彻和瑞基那·S·巴拉班所编著的《成功的餐饮设计》,设计结合许多的案例进行研究与分析,每一步设计方法都十分缜密,从准备阶段到施工阶段遇到的种种情况都能找到合适的解决办法,与此同时也形成了一套与现实需求相结合的系统理论。随着地域饮食文化为主导的元素不断深入与发展,有着多元化和个性化的空间,满足了顾客饮食习惯和地方文化交流的需求,也能够塑造独具魅力的小型餐饮空间。由雷尼编译的《现代餐饮建筑空间设计》一书,提出现代餐饮空间设计的新思想,就是连接当下与未来作为切入点,设计出不一样的空间。

对于从纯粹的室内设计这一角度进行应用研究,笔者更想把“共同体生活”联系到小吃门店空间设计当中,以社会群体的价值体现产生一个较新的设计观念,使得社区邻里间重回人间烟火气,从地理空间连接到心理上的连接,以此对社会设计本质的实践性进行深入剖析,阐述一种“新共同体生活”的必要性与可能性,从个人化走向共同体化。

## 1 武汉早餐门店空间设计在社区里的研究现状

### 1.1 武汉小吃门店整体环境基本特征

随着城市化理念的促成,城市核心区域的居民区变得规整起来。20世纪70年代至20世纪90年代末,武汉居民区环境破败、衰落,虽说有独具一格的人间烟火气,可街边尽显狭小、散乱。那些位于城市中,又设立与社区一楼的小吃门店,存在着相当大

<sup>1</sup> **作者简介**:黄恒(1996 - ),男,湖北武汉人,湖北大学艺术学院硕士在读,研究方向:环境艺术设计;沈劲夫(1975 - ),男,湖北武汉人,硕士,湖北大学艺术学院环境艺术设计系副教授,研究方向:环境艺术设计(通讯作者)。

的设计缺陷。对于小吃门店外观环境的调研，覆盖武汉市武昌区、洪山区、硚口区和汉阳区等邻里社区。通过调查发现，除地段区域本身带有文化底蕴和象征的户部巷、吉庆街等地的小吃门店会存在商业性质的空间装修，大部分私营主导的小吃门店为居民楼改造的商铺房形式，并无过多的设计风格，主要以小吃口感提升店铺形象。

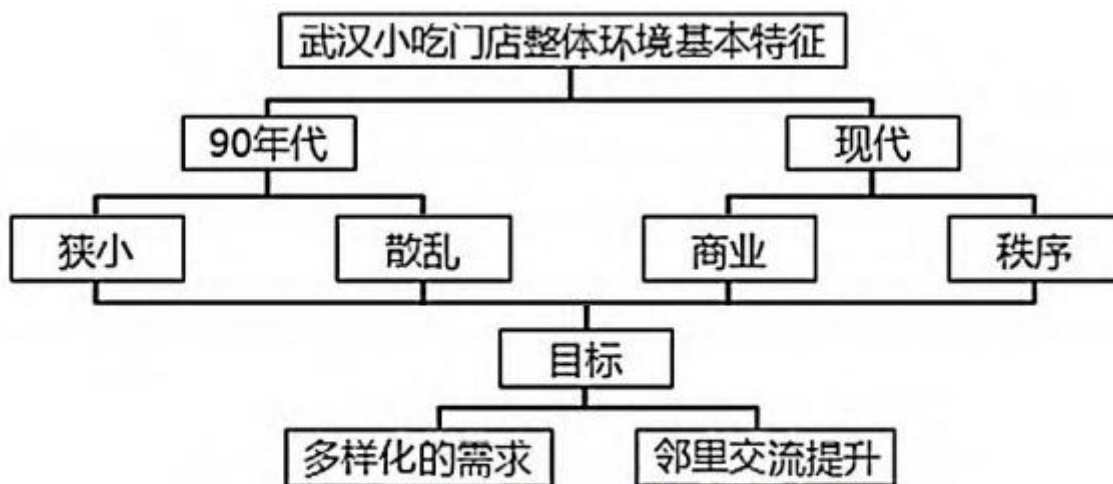


图 1 过去与现在对比图  
(注:作者自绘)

### 1.2 武汉小吃门店室内空间特征

武汉文化起于码头，有着悠久的历史色彩。地方传统小吃推动着地方餐饮市场的发展，促进了人们生活质量的提高，也推动了整个城市经济的大发展。这种地方特色的小吃在空间上连接了当地的物质及人们之间的生活风貌，这种空间是必不可少的，也是背井离乡者对家乡思念的物质烘托。



**图2 社区早餐店内部特征**  
(注:作者自摄)

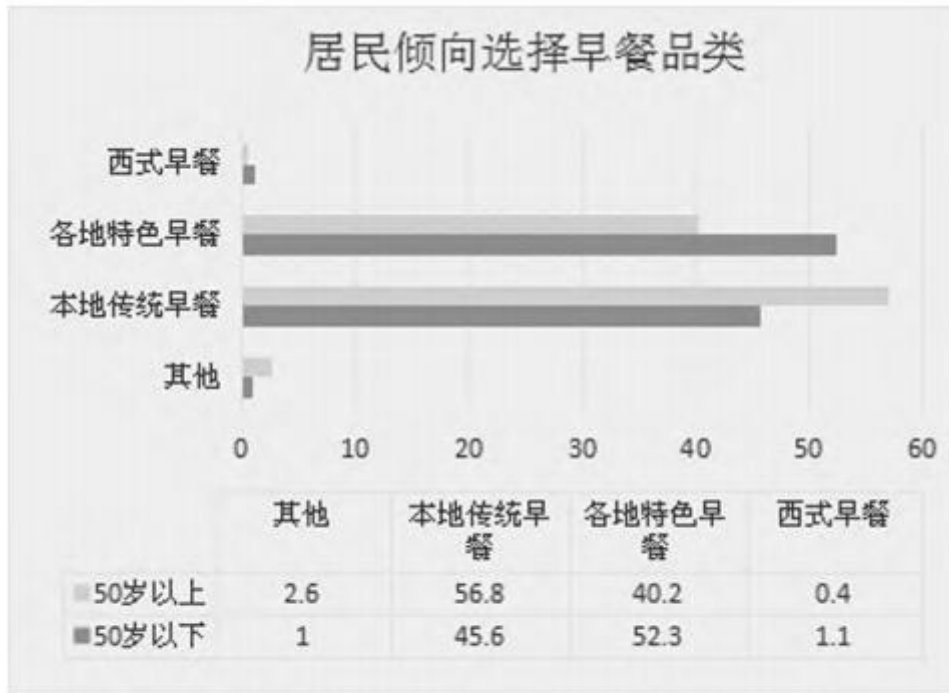
根据调查显示,武汉主要所经营的早餐类型主要分为面食,煎炸、烤烙、煮蒸等多个类型,大多数私人门店面积为15-50m<sup>2</sup>,可是面对众多类型小吃门店的存在,其室内空间类型大体一致,门前以制作区和收银区为主,表现为开敞式结构特征,就餐区位于门店内,结构形式过于单一。

小吃内部空间不仅仅是消费场所,同时也是很好的体验性场所,所以干净卫生的空间是首要前提条件,再加上符合需求的设施配套,营造出舒适、惬意的居民消费体验空间,展现出其独特的商业特色和活力。

### 1.3 社区居民的早餐选择

通过调查,特别是居住于老社区的居民大多没有在家做早餐的习惯,而且居民习惯于选择附近的中式早餐。抽样调查武昌区后补街小区、硚口区崇仁路站邻社区、洪山区石牌岭竹苑小区等地,从每个居民来看,在50岁以上的、“上班族”、已婚带孩子的、与家人一起居住的这些特征的人群会选择过早。

他们对于早餐的需求,虽然在品类上会多样化,但更倾向于选择附近或者邻里街边的。调查过程中发现,50岁以上居民吃中式早餐占60%以上。另外,居民还是喜欢一边过早一边聊天,所以交流空间的意义更显重要。



**图3 早餐品类对比**  
(注:作者自绘)

#### 1.4 对比疫情前与现在社区邻里早餐空间里的交流互动

新冠疫情持续至今，社区邻里之间的日常行为习惯发生了很大的改变。人与人之间，人与环境之间的关系失去了一种“细微的关联”。

调查中发现，与疫情前相比较，人与人之间的邻里关系，现在人文空间氛围严重缺失，人们之间的过早行为除了吃东西时摘下口罩，其他时间总会戴上口罩，而且人与人之间靠近的距离变得细微，并不像以前“零距离接触”。这样的氛围，早餐空间里缺乏人性化交往，缺乏地域文化内涵，缺乏个性化商业特色，失去了武汉“过早”行为的代表性和承载力。



**图 4 疫情前武汉居民过早的情景**  
(注:作者自摄)



**图 5 疫情后武汉居民过早的情景**  
(注:作者自摄)

## 2 研究对象与设计定位

一个具有特色风格的小吃门店空间设计可以突出当地区域饮食的文化风貌, 同时也可体现当地城市形象。随着消费形式的不断变化, 以地域饮食文化为背景衬托餐饮空间设计效果以及小吃门店空间设计效果是非常重要的。所以本文将从早餐内的空间和社区里的人两个方面进行深入探索与研究。

首先, 对地方小吃门店空间进行聚焦。杨裕富教授在《设计的文化基础: 设计—符号—沟通》中指出, 文化符号的内涵极为丰富, 它是语言现象产生的另一种表达方式。它作为一种象征载体, 更加能传达出地域文化的特殊意义。他认为地域特色是基于一定的情感体现, 都有着一段独特的文化故事, 把这些故事整理串联起来, 就能在空间中实现与展现, 这一设计思想是对文化设计的创新。西南交通大学程宾的《新地方主义倾向的餐饮空间环境设计》, 浙江工业大学沈卓的《江南地域文化视角下的餐饮空间设计研究》, 他们的共同点是都以地域文化为切入点, 通过对当地文化以及实际案例进行分析说明, 得出地域文化在餐饮空间设计中的应用方法。

---

所以本文正是根据这一现实，试图在前人研究的基础上，从武汉文化和人文关系的角度切入，存在与社区里武汉特色小吃空间的背景下，收集了武汉的文化、特色、人文以及民俗风情等，探讨地方小吃空间设计策略研究，以社会设计的理念将武汉特色小吃文化在未来给予可持续性发展和强调时空与空间的开放性，互相碰撞和街坊邻里彼此的一种共情。

设计师周子书曾说过：“社会设计是一种世界观、价值观、策略和方法，是一种生活哲学观点。”同时他还强调：“这种类型的设计不是工业化生产下传统的专业定义，而是基于当下由流动的现代性社会走向生态化社会下的一种内生的动力系统与现实路径。”因此，从武汉小吃门店空间设计看社会设计的“邻里”交流情境须通过系统方式对其进行分析，并以系统创新的方式进行解决，用浪漫和包容性美学去融合这个时代，去融合不同的话语的发声，塑造新的言语交流环境。

另外，疫情反复无常的出现，社区居民的心理状况也会随着大环境的变化而变化，他们在新形势下的行为活动则需要新的社区空间布局，所以这也是影响当地居民“过早”以及交流互动所主要解决的内容。作为带有商业性质的社区早餐空间，也连接着当地居民饮食、聚集与交流的场所，在应对当前的形势中，空间的冗余性体现在这种小吃空间格局布置上，开放式空间更能保障疫情的安全防护要求，同时也为社区居民多种新增需求提供可变动的场所空间，以此从时间、空间上缓解新冠病毒的传播。在疫情后，任何地方的公共空间都显得尤为重要，因此小吃就餐区的公共空间的功能性上，应避免单一化、固向化，应采取单个空间的多功能化，从而体现出小吃空间的最大价值。

### 3 设计方案：用社会设计知识图谱促进小吃空间的“邻里”互动

#### 3.1 适当的整体空间尺度

想要使小吃空间拥有理想的交互空间感，首先需要适当的、符合周边需求的整体空间尺度。不仅要满足制作区和就餐区的合理尺度，还要根据顾客群体特征和用餐的需要，留出行步道空间，便于人群流动自如，行走便利。由于所服务的对象多为老年人与“上班族”，在此逗留时间不会太长，人们较倾向于简单、轻松的环境，对于空间在物质层面可以简洁明晰，在精神层面可以澄净通透。但重点还是希望寄予这种小吃空间的氛围感，引申到人与人之间的人文关怀，借助这样一种场所，适当放慢自己的步伐，展现出邻里之间的空间原型，并把其运用到带有地方文化的小吃空间设计中，从而改善街坊邻居之间的空间组织方式，增加交流空间。

这里所意象的餐饮小吃空间与往常将空间作为载体的视角与出发点有所不同，打破了以往循规蹈矩的空间设计理念，这里更多的是想设计出具有时空性质的、实际存在的社会设计视角下的邻里交流互动空间，而非纯粹以经营为目的商业性空间。

同样突如其来的新冠肺炎，使得疫情下顾客的负性认知需要，又从人性化设计角度来看，这种以“人”为中心的门店空间设计需要注重使顾客产生生理和心理舒适、愉悦。

#### 3.2 与地方特色文化相适应的人文环境

武汉的人文环境蕴含武汉悠久历史的沉积，而这些沉积恰恰在社区当中最能体现。人与人之间所构建的友好的人文环境能够很好地改善当地邻里生活，拉近周边人陌生的距离感。友好人文环境的构建思路，就是要将疫情时代下“附近”的人重新与地方连接，重新与他人协作互动为目标。因此设计武汉的地方特色小吃门店空间的思路中，如何从人文主义的角度来提升邻里街坊的亲和力是非常有参考价值的。疫情时代人民和谐共生，以友好的人文性和包容性凸出大武汉的主体优势，继续打造“魅力武汉”的大城姿态。

所以小吃空间设计对于社区设计从人文角度出发是重要思想之一，和谐性、一致性、统一性和协调性这些空间上的“接近”从而连接人和人的“接近”。“接近性”的对立面是“疏离”，而“疏离”带来的物理层面是环境问题。设计师曼奇尼说：“社会语境为社会创新而设计”。人文环境产生的“附近空间”希望不是人与人之间仅仅是作为“时空伴随者”，而是真正拉近彼此

---

之间的距离，丰富民情民意，创造“陌生的熟悉”，在这种服务型的空间中构建一个“新社区”。

### 3.3 从地方小吃空间的社会性融合商业性发展

早餐在社区文化消费的理念中，不仅作为社区文化消费的一种空间载体形式而存在，其自身也代表着社区现代化发展突出而完整的一部分。早餐文化渗入社区促进交流，在疫情时代人们对这种空间文化性质的消费需求是缺失和不完整的，在后期规划阶段必须考虑到其必要性和重要性。

武汉“过早”早已是与武汉人民生活不可或缺的日程安排，安全、健康、美味、多元的早餐让每位居民美好的一天从这一刻开始。地方小吃文化是一种文化内涵，是一种历史记忆，承载着许许多多的文化底蕴，所以附着的空间场景是文化消费的特殊场景，有利于推动地方小吃文化在微观范围的文化传承，并通过居民自发的组织与参与而不断地向外传承。而随着城市发展必然向越来越精细化、多元化、个性化的方向纵深，社区里的小吃文化更要提高自己的品牌价值与文化底气，向新的社会设计模式进行转化。因此，文化消费对于地方小吃文化有着持续有效地积极作用。

如今，社区里的小吃文化产生的消费空间将成为社区的重要组成部分。对于邻里交流互动的小吃空间来说，它将是未来门店空间发展的实质性问题。

### 3.4 营造“传承不息”的生命共同体

社区里小吃门店空间亦能提供邻里交流互动平台，从而促进社区本身的活力，凝结生命共同体，组成一种共享空间，将社会交往关系和邻里情感关系维系在一定的范围。在门店空间里，邻里交流互动是社区居民发生社交的最主要形式之一，也是从传统的熟人社会转型到新式的、单纯的、附近的社会关系的重要一环。这种空间的存在，在疫情前是邻里关系从陌生到熟络；而在疫情后是熟络到陌生再到进一步相互认知的纽带。

目前，社区的交流空间类型与过去是断裂的，过去空间氛围、空间结构在现代的社区交流空间中并没有得到延续，过去的居民普遍拥有邻里记忆在现代社区中消失殆尽。传统的邻里关系是嘘寒问暖，这是社交最原始的形态，而随着时代的发展，邻里关系打破了传统的人情味，许多社区本身不提供邻里交流空间，整个社交体系是不健全的。特别现在的疫情时代，其实更多的人是需要邻里交流的，也是需要精神上的交流。所以在这种特殊的时代，如何在社区中通过另一种空间方式营造出人类生命的共同体，从小型室内空间设计上升到社会关系的高度，应当被格外重视。

人与空间的融合不再变得那么简单，它更多的是功能与效率的集合，同时还是人类赖以生存与发展的平台和装有情怀记忆的宝箱。因此，交流空间将过去、现在和未来连接，保持了以往的连续性与地方文化的传承。其实，历史和记忆更多的是一种感觉，是一种具体的场所带给人的具体的感觉。因此，通过提取历史场所里的琐碎的要素进行组合，形成了“类型”，再将它们还原成新的场所，也许是最能触动每个人内心深处对历史和记忆中美好生活状态的需求的方式。

## 4 总结与讨论

社会设计在地方小吃空间的主要理念是通过解决疫情后附近的人彼此陌生为目标来实现拉近邻里彼此之间的距离和传承与发展武汉早餐文化，从小型空间设计为社会服务，体现社会价值。笔者用社会设计的创新点，试图将武汉城市社区“过早”的空间转化为温情的附近的社会支持系统，只有通过不断的调研与改进，在早餐空间中设计出贴切与社会文化传承的小吃空间。

1972年，帕帕奈克所撰写的《为真实的世界设计》一书中，强调设计师从为消费和市场设计，转向真实的社会需求，为更好地社会福祉设计。所以从小吃门店空间设计看社会设计的社区“邻里”交流情境更好地体现了社区融合发展的互动平台，以跨专业的知识对未来具有较强社会属性的空间设计提供新的设计思路、设计方式、设计内容的研究探索方向。

---

## 参考文献

- [1] 刘铁生. 地域文化在室内设计中的应用研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2009.
- [2] 陈新生. 传统文化与现代设计[M]. 合肥: 合肥工业大学出版社, 2005.
- [3] 维卡斯·梅赫塔. 街道: 社会公共空间的典范[M]. 北京: 电子工业出版社, 2016.