

时空、感官与交互：数字媒体时代纸质书籍设计的多维向度探析

冯晓轩

南京林业大学，艺术设计学院，江苏 南京

收稿日期：2024年9月11日；录用日期：2024年12月10日；发布日期：2024年12月17日

摘要

数字阅读时代，媒介技术的重要变革发端于数字工程，获取信息的媒介趋于多元化，阅读媒介的增多对纸质书籍必然造成一定的冲击，纸质书籍的“价值”被重新定义。拓宽书籍设计的维度，推动自身形态和内容的改革与创新，与各设计门类相融，从时空、感官到交互层面，构建多维的书籍设计体系。从而提高纸质书的阅读性、观赏性，丰富纸质书籍的价值存在，使其依然有着长足的发展和进步。

关键词

数字媒体，纸质书籍，多维向度

Space-Time, Senses and Interaction: Multi-Dimensional Analysis of Paper Book Design in Digital Media Era

Xiaoxuan Feng

College of Art Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 11th, 2024; accepted: Dec. 10th, 2024; published: Dec. 17th, 2024

Abstract

In the era of digital reading, the significant transformation of media technology originated from digital engineering. The media for obtaining information tends to be diversified. The increase in reading media inevitably poses a certain impact on paper books, and the "value" of paper books is redefined. Broaden the dimension of book design, promote the reform and innovation of its own form and content, integrate with various design categories, and construct a multi-dimensional book

design system from the aspects of time and space, senses, and interaction. Thus, the readability and ornamental value of paper books are enhanced, enriching the value existence of paper books and enabling them to still have considerable development and progress.

Keywords

Digital Media, Paper Book, Multidimensional Dimension

Copyright © 2024 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

近年来,中国数字阅读市场的规模持续扩大,数字化阅读正逐渐跃升为读者阅读的主流方式。随着现代生活节奏的日益加快,人们对便捷阅读的需求也愈发强烈。电子书籍凭借其庞大的信息储备量、较为低廉的阅读成本以及灵活的使用时间安排,赢得了广大读者的青睐,这一显著优势是纸质书籍所难以企及的。在数字时代电子书籍的猛烈冲击下,纸质书籍的销售量和阅读量确实受到了一定程度的影响。

纸质书籍,一直以来承载着人类文明、知识和智慧,它以眼视、手触、心读相融合,形成富于个性的实体存在[1]。相对于电子阅读,纸质书籍具备着不可替代的原始地位,具有独特的优势。从纸质书的物质性来看,它们是客观存在的物质实体。购买和拥有纸质书籍的读者能够感受到强烈的获得感和拥有感;从纸质书的阅读性方面来看,纸本阅读能够提供五感上的连接,具有沉浸式和现实性的阅读体验。当我们阅读纸质书时,可以感受到纸张的质感,感知到文字的排列和布局,通过触摸和翻页来与书籍互动。这种亲身参与的体验让读者更容易进入深度阅读的状态。纸质书籍不仅仅是文字的堆砌,更是对人类感官的全方位刺激,能够有效提升阅读的沉浸度与记忆效果。屏幕阅读占主流的状态下,读者在阅读方面对纸质书籍的需求量减少,而作为艺术品,收藏品的存在度升高。纸质书籍不应被视为数字出版的竞争对手,而应被视为一种独特的存在,为读者提供电子书所无法替代的——源自物质形态对书籍内容深刻回应的阅读享受。

“好书,与众不同。美书,留住阅读。”[2]书籍设计的好与美,审美性的提高,在一定程度上对留住纸质书籍长足发展能有很大的推动作用。因此,设计师们更加注重书籍在多个维度的设计(见图1),通过注重时空构筑、五感体验和交互体验,使得纸质书籍以独特的艺术品形式满足读者对于物质形态书籍的需求,并提供更加丰富和深入的阅读感受。以读者的视角赋予书籍独特的形式特征,让读者能够切身体验到屏幕阅读所无法提供的阅读深度和情绪价值。

2. 数字媒体环境对纸质书籍设计的影响

层出不穷的信息载体对纸质书籍必然造成一定的冲击,2023年全年纸质图书市场分析报告显示,2023年整体图书市场码洋达到1240.70亿元,同比2022年下降1.51%,动销品种数较去年同期下降7.18%,新书整体也呈下降态势,降幅21.91%。数字媒体环境不仅改变了人们的阅读习惯,也深刻地影响了纸质书籍的设计理念的重塑,技术应用的融合及市场定位的个性化发展,但纸质书籍并未因数字技术的冲击而黯然失色,反而在设计领域迎来了新的发展机遇与挑战。

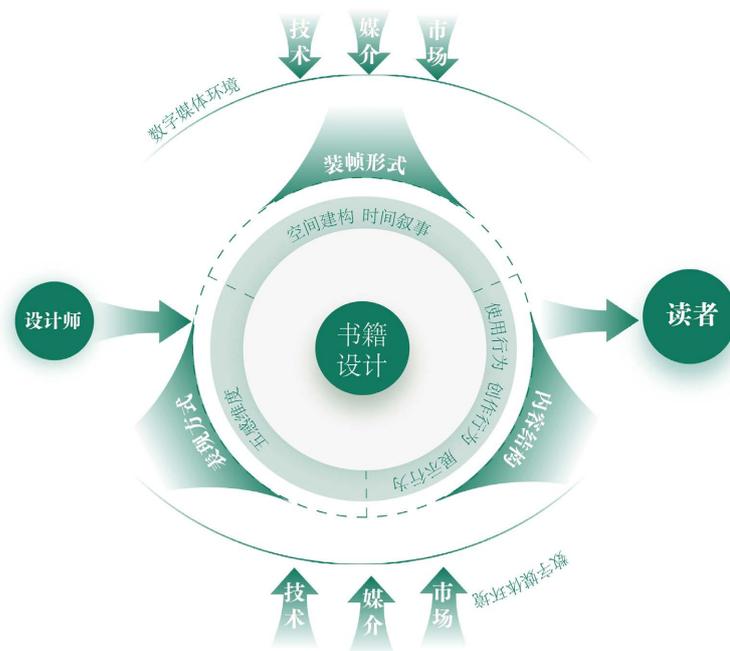


Figure 1. Multidimensional design framework
图 1. 书籍多维设计框架^①

2.1. 设计理念与价值认知的重塑：情感与艺术的交融

杉浦康平认为：“书籍，不仅仅是容纳文字、承载信息的工具，更是一件极具吸引力的‘物品’”，它是我们生命的一部分。书籍是有内涵的，它的内涵超越了文字本身[3]。由于数字化已广泛伸延到阅读领域，相较于纸质阅读，数字化读者的阅读价值观已经不可避免地发生转向[4]。电子载体对于人类文明记录似乎是更加便捷的途径，这使得纸质书籍的“文字载体”的唯一性不再，但它的艺术性，收藏价值和作为现实性文字载体的独特性愈发突出。纸质书籍作为一种实体的艺术品，具有独特的触感、质感和视觉效果，在制作过程中倾注了设计师的情感，使得读者在阅读中能够体会到设计师当下的心境。这些特性使得纸质书籍在艺术性和收藏价值方面具有显著的优势。这种优势促使一些设计工作者们深挖其除去“文字载体”以外的价值，探索如何可以摆脱媒介的特性，从一种承载文字和信息的传播介质向信息本身过渡，作为一个独立的艺术品或是观念产物存在，直接向人们传达观念或信息。

2.2. 技术融合设计创新：数字与实体的碰撞

数字媒体的发展催生了多元化的阅读模式，这些新兴模式深刻影响了书籍的设计方向。设计工具的不断升级迭代为书籍设计注入了新的活力，纸质书籍设计紧随数字媒体技术的步伐，从各设计门类汲取灵感，融入多种设计元素。当代技术的加持，使得纸质书籍设计更加地精细与复杂，书籍形态、互动性得以增强，读者带来全新的阅读享受。技术的进步也极大地方便了复杂纸质书籍的排版制作，使得许多创意设计得以实现。先进的排版软件和图像处理工具，确保了文字、图像、图表等元素的精确控制与布局。而立体设计、折页设计及特殊纸张材质的运用，进一步提升了书籍的独特性和精美度。与此同时，数字媒体技术还简化了书籍的出版流程。相较于过去复杂的制版、印刷和出版过程，如今的数字出版流程更加高效便捷。电子稿件的提交、排版及电子书格式的转换，均大幅提升了出版效率。传统印刷的繁琐程序和时间消耗被显著缩短，书籍的制作与发行速度加快，出版商也能更加迅速地将其推向市场。

2.3. 市场表现与读者互动增强：满足多元需求

“在数字媒体时代，人人都可以成为信息的发布者和接受者，知识的生产者和共享者，资源的整合者和消费者，娱乐的观赏者和参与者。”[5]电商平台、电子书市场等渠道的兴起，为电子书籍的销售提供了广阔的市场空间。数字媒体营销、社交媒体等平台成为出版商推广书籍的重要渠道。通过精准投放广告、举办线上活动、与博主或意见领袖合作等方式，出版商能够有效地提升书籍的曝光度和销售量。社交媒体、书评网站和在线书店等平台不仅为作者和出版商提供了与读者直接互动的便捷渠道，还使得他们能够及时了解读者的反馈和需求，从而进行市场调研并优化改进。这种直接的互动模式有助于增强作者和读者之间的联系，使得出版方能更好地满足读者的需求并进行精准的市场定位。随着个性化需求的增加，出版商开始提供书籍个性化定制服务。读者可以根据自己的喜好和需求，定制出独一无二的书籍。这种服务不仅满足了读者的个性化需求，还提高了书籍的附加值和市场竞争力。

3. 纸质书籍设计的维度分析

随着数字媒体的发展传播媒介增多，书籍设计与其他领域紧密相连，积极吸纳来自不同领域的设计理念和技术手段，融合多种艺术元素和创意表达方式。书籍设计的多维发展趋势是必然的，书籍多维设计的“维”不仅指几何学维度的空间概念，还有其他层面的含义，是人的思维受益于自然、社会、环境等综合因素的结果，从而形成的多维机制。即“思想”之维、设计“理念”之维。书籍设计中的多维也就不再局限于平面文字排版之中，是更多的与时空、五感、交互行为方式(观看行为、使用行为、展示行为、创作行为)相结合(图 2)，逐渐形成的多维化的书籍设计思考方式。

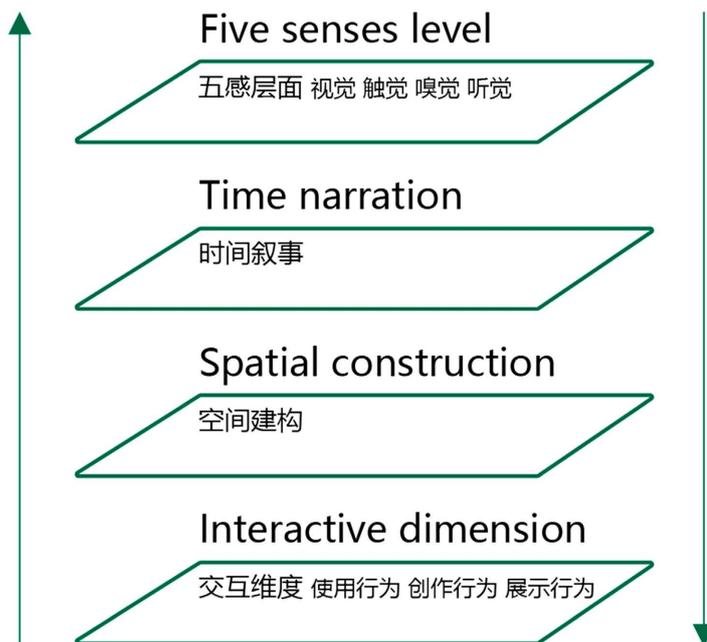


Figure 2. Multi-dimensional hierarchy of book design
图 2. 书籍设计多维层级^①

3.1. 时空维度：空间建构与时间叙事融入书籍设计

“建筑是人类居住的，书籍是信息居住的。”是吕敬人提出的书筑概念，数字媒体时代为书籍的设计形式提供了更多的可能性，“书籍设计不只是一门单纯的平面设计学科，它更像是一个多维的空间设

计学，它是基于设计师对书籍内容的理解、意义的表达并运用审美素养和技术能力，搭建设计师心中的‘殿堂’。”[6]书籍的制作是注入时间概念的，应该像建筑一样去构造书籍。基础的书，以文字为基础的信息传达方式，文字打印于纸上呈现出二维空间状态。如果将信息从文字这种介质抽离出来，以书的形状和构造方式直接传达信息，将书从二维空间转换到三维空间中，使它成为书籍和艺术品的结合体。这些空间建构揭示出读者内心对于书籍装帧设计的微妙感受，并在深度挖掘读者感知想象的基础上实现审美精神的共振[7]。拿在手上的书，不是静止的，不是物质的集合。杉浦康平先生把它看作是运动的、生生不息的、有生命的书[8]。时间叙事融入书籍多维度空间形态的设计，是现代书籍设计从平面转向多维的需求，也是人们对设计审美性的提高所影响下书籍设计趋向，使得现代纸质书籍设计的思路与手段更为丰富。

3.2. 感官维度：五感层面给予读者沉浸体验

3.2.1. 调动感觉器官传达信息

电子读物的普及使人们重新思考纸质书籍的价值。虽然电子读物提供了基本的阅读功能，但纸质书籍需要通过视觉、触觉和互动感的多重体验来凸显其独特性。不同的材料，如特种纸张、亚克力板和各种布料，为读者提供了丰富的触感和观感。通过视觉设计、触感调动和声音质感的结合，纸质书籍可以创造出独特的多维度感官体验，使读者在更深入的沉浸式阅读中获得更丰富的体验。这种综合感官体验不仅提升了纸质书籍的价值，还能为读者带来愉悦而看作为的阅读体验。调动读者的感官，从视觉、触觉到嗅觉和听觉，都是书籍设计中的关键因素。通过设计具有视觉吸引力、舒适触感并能够激发其他感官的书籍，设计者能够为读者提供丰富且多样化的阅读体验，让阅读成为一场身临其境的感官之旅。

3.2.2. 触嗅觉带来沉浸体验

日本有学者称：20世纪是视觉时代 21世纪是触觉时代。21世纪的设计重视的是触觉、重量、温度、柔硬等感官层面[9]。特定的材质作为构成的重要部分，其表面产生不同的触觉感受，也就是我们所说的肌理感[10]。这种书籍不再依赖于文字的传达，而是通过触觉、听觉、感知的方式，以独特的艺术形式来诠释事物的内涵，从而激发读者的视觉和感官体验。选择适合手感的纸张质地和装订方式能够让读者在翻阅书页时感受到愉悦。翻书的不同声音；书籍的特殊气味，柔软的封面、光滑的纸张，甚至是特殊的纹理或厚薄度都能够带来不同的触感体验。在一些特殊出版物中，如艺术书籍或手工制作书籍中的特殊墨水或纸张，也会产生独特的气味，为读者带来额外的感官享受。伊尔玛为香奈儿 N°5 香水所设计的书籍 N°5 culture chanel 特别版手册(见图 3)，这本书没有使用任何的印刷墨水，纯白的书装在纯黑的盒子里，内容通过精致的压印来表达。伊玛·布谈到香奈儿香水时说：“香水就你看不到它，但同时感觉它在那里”[11]将香奈儿的故事“雕刻”在雪白的纸上，体现了对香奈儿品牌精神和印刷技术的运用。通篇没有文字的书籍形式，只用纸的压印变形和光的造影呈现想要传达的信息的方式，从而触摸感知到它的脉络。这是数字阅读永远无法实现的，这种“纯粹的书”的设计概念，使书这种载体变得更加独一无二。

3.3. 交互维度：交互层面使得行为融入阅读

3.3.1. 使用行为

“交互设计”一词由 IDEO (美国著名设计公司)的创始人在 20 世纪 80 年代提出。交互设计从用户、场景、需求和产品的多维度出发，以建立起人和产品更加高效、顺畅、深入地沟通[12]。在使用层面，在技术升级和书籍设计师的书籍本身具有较多可互动性元素，读者通过以不同的方式去能动地使用书籍，这是在使用层面让读者与书籍产生较深刻的联系，从而获得沉浸式的阅读。书籍利用图像、色彩、空间

变化等手段,使形象更加完整。三维构成、镂空和光栅等设计手法提高了阅读趣味性,增强了读者与书籍的互动。例如,感温变色书通过人体温度变化使画面变化,增强了互动体验。此外,纯互动性书籍如《答案之书》和《一万亿首诗》则将互动性置于核心,舍弃了大部分传统阅读功能,这样的强互动性的书籍,使读者的获得感大大增加,读者很难单单用获取知识的载体来看待这类书籍,其高互动性使得它的使用情境和使用次数显著区别于其他书籍。



Figure 3. “N°5 Culture Chanel Special Edition Manual”
图 3. 《N°5 culture chanel 特别版手册》^②

3.3.2. 创作行为

书籍与人的互动性体现在许多方面,根据人的行为改变书籍的样貌是基础的互动性。在当代儿童绘本中,儿童可以自己动手参与互动,根据故事的发展和特定的环境,改变书的内页,从而获得更加沉浸式的故事体验。这种互动形式促进了儿童的参与感和创造力的发展,使他们能够主动参与故事的演变。曾经风靡一时的填色书籍《秘密花园》在一定程度上使书籍完全成为互动的载体,读者可以根据自己的喜好和想象,通过填充颜色来参与书籍的创作过程,创造出个人化的艺术作品。这种形式不仅提供了创作的乐趣,还激发了读者的创造力和艺术表达能力。还有一些书籍与数字媒体结合通过添加可交流空间来增强互动性,使得书籍不再是单向传递信息的媒介,而是一个读者与内容之间相互作用的平台。例如在书籍内部添加可扫描的二维码。读者可以通过扫描二维码,进入特定的交流平台或社交媒体,与其他读者进行讨论、分享和交流。这种形式将读者串联到同一场景中,创造了一个互动和共享的阅读社区,使读者能够扩展阅读体验并参与到更广泛的讨论中。

3.3.3. 展示行为

现代工业所提供的技术支持使书籍的规模化生产得以实现,而伴随设计理念和技巧的不断拓展,书籍这种物品亦呈现出千姿百态的样貌。纸媒阅读与数字阅读的融合设计抓住了纸媒与数字载体各自的优点,在给读者提供传统纸媒阅读体验的基础上补充了数字载体的声音、动画等内容素材[13]。书籍的展示设计涉及运用现代技术手段,为书籍提供各种创新的展示形式。在数字媒体时代,书籍的表现方式已经不再局限于传统的纸质印刷,而是融入了互动技术、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等前沿工具。互动技术使得书籍能够与读者进行实时互动,例如触摸屏技术让读者可以通过点击、滑动等操作来改变书籍的内容展示,提供更个性化和动态的阅读体验。虚拟现实技术则创造了沉浸式的阅读环境,读者通过佩戴VR设备能够进入一个虚拟的书籍世界,探索书中的内容和情节,感受身临其境的沉浸感。增强现实技术则通过摄像头和图像识别技术,将书中的静态图案在电子设备的屏幕上呈现为动态效果或立体模型,使

二维书籍内容具备三维的表现力。这样的技术不仅让书中的图片变得生动，还能增加读者的互动性和参与感。这种现实与虚拟的融合，提供了全新的阅读体验。书的打开仿佛是进入了一个全新的世界，而书的关闭则标志着这一世界的暂时结束。这种技术的应用不仅提升了书籍的吸引力和价值，也为读者带来了深层次的沉浸感。

4. 纸质书籍多维设计策略

当下潮流的审美方式和审美标准影响着书籍设计领域，人们对书籍装帧形式风格的审美需求不断地变革和提升。纸质书特有的文本空间结构所散发的书香气质不仅塑造了作为现代文明之基的阅读文化，也将持续为我们所敬畏和尊崇的严肃阅读传统提供无可替代的实体空间[14]。书籍的外化处处体现着多维性的特点，装帧形式的多维性的装帧形式丰富了书籍的打开方式。表现方式的多维性为读者提供更加沉浸式的感知体验。内容结构的多维性满足了不同读者阅读方式的需求和喜好。多维性设计使得纸质书籍持续更新并展现出独特的设计语言和强大的审美性。这种设计方式使得书籍设计不再局限于传统的形式和观念，而是展现出更广阔的创新空间和可能性。

4.1. 装帧形式：构建书籍整体性和建筑感

书籍装帧结构是书籍的框架，决定了它们如何呈现内容，传递信息，以及如何与读者互动。书籍装帧的多维性是指书籍从二维到三维有不同维度的结构形式，以满足不同的目的和读者需求。多维的装帧延展了艺术、功能性和创新的可能性，为读者提供了更多选择和体验。从传统的精装书到现代的创新设计，每种装帧形式都散发着独特的魅力，与书籍的内容和用途相互交融。传统西式书本结构的护封、封面、书冠、书脊、封底、环衬等等、中式书籍有开版式册页、惊蛰式册页、函套式、卷轴装、龙鳞装等等。在媒体时代下，书籍的结构也趋于多样化，有对传统书籍结构的再使用和重塑、还有众多打破传统模式的书籍形式。一些设计师探索立体装帧，创造出具有立体感的书籍外观。有根据内容呈现立体效果的立体绘本，也有全部展开形成立体景观的移步一景式开本。这些装帧形式不仅仅是为了赋予书籍美感，也在一定程度上影响了读者的阅读体验。例如，环绕装帧可能激发读者的好奇心和探索欲望，而立体装帧则通过触觉上的体验增添了趣味性。装帧形式、开本结构的多样性，都使得读者能够更直观得理解书籍所要表达的内容，同时增加趣味性和阅读感受。真正将书作为一个空间存在的是 360° BOOK (见图 4)，设计者是一位日本的建筑家大野友资，他曾表示 360° BOOK 设计灵感来自于建筑模型，他希望能够不通过文字，通过展开书页，就能打开一个小宇宙。

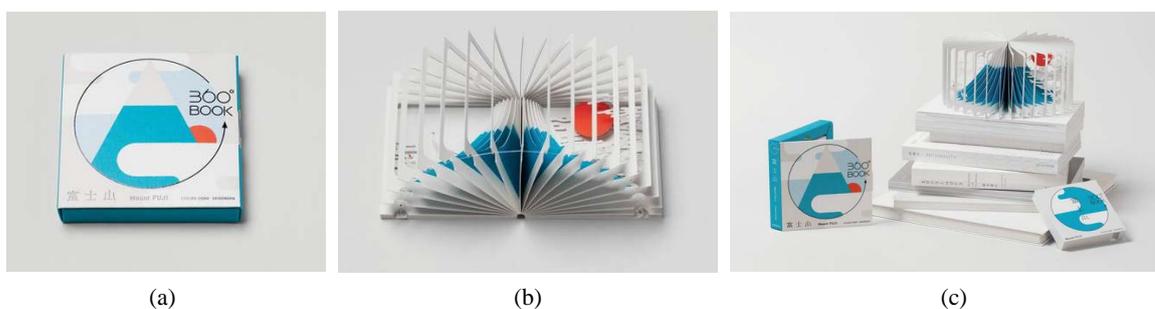


Figure 4. 360° BOOK
图 4. 《360° BOOK》[®]

4.2. 内容结构：注重图文叙事脉络织造

书籍的物质形态在阅读过程中具有强烈的叙事功能。作为一种特殊的叙事载体，它在与内容文本的

相互作用下，共同完成了书籍主题的陈述[12]。在当下，书籍设计不仅仅是纯艺术创作，是一个信息梳理驾驭传播的过程。设计的核心在于如何以逻辑严谨、合理清晰、有效有趣的方式，将内在信息传递给读者，以便于记忆和理解。书籍内容的组织方式可以包括线性结构、非线性结构、模块化结构以及混合结构等多种形式，这些结构可以根据内容的性质和需求进行选择 and 调整。排版风格、字体选择等元素不仅传达了书籍内容的氛围和特色，还为读者提供了额外的信息和情感识别。除去基本的内页排版技巧，如何利用可视化等方式对书本信息整合与再创造，是当下设计师需要关注的方向之一。比如《房山古塔》，把所有古塔的量、大小、高低、结构按年代的时间线做一个排列，古塔的历史被视觉化，一目了然。而朱赢春的纯文字书籍《设计诗》(见图 5)将每个汉字的排列精心设计，使文字本身成为视觉艺术的一部分，使文字有着除去字面意思外有不同的直观含义。整合或是打散重构，不同的内容结构方式，具有迥异的信息传达效果，这不仅拓宽了文字表达的深度和广度，还为读者提供了一种独特的视觉体验。

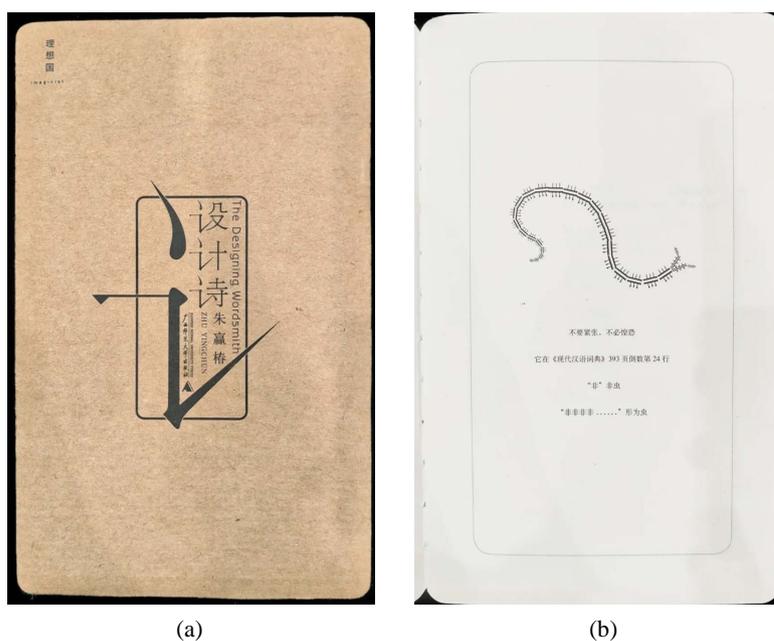


Figure 5. “Design Poem”
图 5. 《设计诗》^④

4.3. 表现方式：融合多维设计增强体验

书籍的表现方式多种多样，取决于内容、目的和作者的意图。大多数书籍主要通过文字来传达信息和叙述故事。一些书籍使用插图、照片、图表和漫画等图像来辅助文字内容，以提供更丰富的视觉体验。这种方式常见于绘本、漫画书和艺术书籍。一些书籍结合音频元素，包括有声书籍、音乐书籍和语音诗歌集。这种方式可以通过声音来增强叙事或情感表达。一些书籍采用物理三维结构，如弹出式书籍、拼图书籍和立体书籍。这种方式常见于儿童书籍和奇幻文学。增强现实(AR)和虚拟现实(VR)：AR 和 VR 技术被用于创造沉浸式的书籍体验，使读者可以与书中的虚拟世界互动。一些书籍融入游戏化元素，如谜题、角色扮演和决策树，以增强互动性和娱乐性。这种方式常见于游戏书籍和交互小说。这些不同的表现方式可以单独或混合在一起，创造出各种各样的书籍体验，以满足读者的不同需求和兴趣。每一种不同的表现形式都为读者提供了不同的阅读体验，满足了不同人群的需求和审美。比如《埃及艳后失踪案》(The Case of The Missing Cleopatra)(见图 6)，一本用 AR 和 VR 来增强传统书籍的叙事的儿童读物，在书

的某些页面上通过手机或平板电脑即可显示互动内容，让孩子们能够以新的互动方式来体验故事，从而具有更强的体验感和代入感。



(a)



(b)



(c)

Figure 6. “Design Poem”

图 6. 《设计诗》^①

5. 结语

新媒体时代下设计迅速发展，设计创作必定是结合当下设计语境的，书籍设计的变化是必然的，创新和突破也是紧迫的。数字媒体时代使得书籍的价值更加丰富和独一无二，同时纸质书籍也在数字媒体时代下回归到书籍的本质。纸本书籍在数字化环境中依然占有独特的地位和发展空间，书籍不仅仅是一种文字传达媒介，更有它自身的独特性，书籍设计师通过赋予书籍不同的价值体现，使其超越了简单的文字传达媒介的角色，展现出独特的个性和艺术性。通过对书籍的个性化和定制化来增强书籍的艺术性和收藏价值，借助互动性和多媒体满足读者对于深度阅读、收藏和情感连接的需求。设计师在书籍制作过程中的重要性愈发突出，利用多种创作形式使得书籍审美性，艺术性提高，传达信息的能力也大大增强，从而提高读者的阅读体验，这对纸质书籍在数字媒体无限进步中依然能够稳定存在和长足发展有着重要意义。

注 释

① 图 1，图 2 来源：作者自绘。

- ② 图 3 来源: 网页引用, <http://xhslink.com/a/PKgdhOpWXNxX>。
- ③ 图 4 来源: 网页引用, https://www.damanwoo.com/node/87445#google_vignette。
- ④ 图 5 来源: 网页引用, <http://xhslink.com/a/96hgVKO65hzX>。
- ⑤ 图 6 来源: 网页引用, <http://xhslink.com/a/8FMdbT3InlzX>。

参考文献

- [1] 董嫣. 视觉“触摸”: 数字时代纸质书籍设计的多维阅读体验[J]. 装饰, 2017(4): 136-137.
- [2] 吕敬人. 美书, 留住阅读[J]. 装饰, 2017(2): 12-19.
- [3] 张森. 书籍设计的活力与魅力[J]. 艺术设计研究, 2010(2): 74-76.
- [4] 耿相新. 论读者数字化[J]. 现代出版, 2022(6): 40-59.
- [5] 周鼎, 石岩. 数字媒体艺术视阈下的传统书籍设计的思考[J]. 编辑学刊, 2019(2): 89-93.
- [6] 谢晋业. 数字时代纸质书籍设计理念的转变[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2015(4): 77-79.
- [7] 秦娜. 当代书籍装帧设计的空间审美[J]. 编辑学刊, 2022(6): 83-89.
- [8] 李栋, 沈飞. 书之脉动——杉浦康平的设计方法与哲学[J]. 艺术设计研究, 2012(2): 87-89.
- [9] 曹巧一. 《顺棋自然》书籍结构与开本设计新探[J]. 设计, 2013(11): 90-92.
- [10] 周梅. 书籍设计中的视触觉——从钱锺书的“通感”到杉浦康平的“五感说”[J]. 文艺争鸣, 2010(8): 144-146.
- [11] 徐静琪. 纸本书籍的设计理念研究——以伊玛·布及其设计作品为例[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2017(2): 142-147.
- [12] 唐若玥, 陈璐伟, 尤建忠. 交互设计视域下的新形态书籍设计[J]. 出版广角, 2023(11): 68-72.
- [13] 薛莲. 数字阅读时代书籍设计观的价值转向[J]. 编辑之友, 2021(10): 101-104.
- [14] 于文. 无可替代的实体空间: 论数字时代的纸质阅读[J]. 中国编辑, 2022(10): 20-25.