

论“意境”“气氛”与“氛围感”*

魏云洁

摘要：对“意境”概念的解读是中国传统美学研究的重要课题之一，但意境在融入现代美学及对外传播的过程中始终存在问题。自德国美学家波默的“气氛美学”传入中国，许多学者将其与“意境”进行类比，试图推进“意境”概念的发展，但这种努力目前看来仍未完全实现。产生于日常生活中的“氛围感”概念，既有“意境”体现出的中国传统美学特质，又与产生于环境美学及生活美学背景下的“气氛”概念息息相关，是“意境”在中国当下美学语境中的新话语。

关键词：意境，气氛，氛围感，传统美学，生活美学

Yijing, Atmosphere and Sensuous Atmosphere

Wei Yunjie

Abstract: The interpretation of the concept of *yijing* (意境) is an important topic in the study of traditional Chinese aesthetics, but there are problems integrating this concept and its international communication into modern aesthetics. Since the introduction of the German aesthetician Gernot Böhme's “atmosphere aesthetics” to China, many scholars have compared it to “*yijing*” and tried to develop “*yijing*” with atmosphere, but this effort seems to have not been fully realised. The concept of a “sensuous atmosphere” that arises in daily life is closely

* 本文为陕西省教育厅专项科研项目“唐代宴乐空间传播模式及其当代应用研究”(Z20220515)中期成果。

related to the characteristics reflected in both “*yijing*” and “atmosphere”. This understanding represents a new addition to the discourse of “*yijing*” in the current aesthetic context of China.

Keywords: *yijing*, atmosphere, sensuous atmosphere, Chinese traditional aesthetics, aesthetics of life

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202402011

“意境”是中国传统美学的核心范畴之一，但在当下的美学语境中失去了活力，在跨文化传播中也遇到了阻碍。从符号学视角出发，意境本身包含“象”（再现体）、“意象”（对象）、“境界”（解释项）这样一个三联体结构，且同时具有判断美学与接受美学的双重特征。“气氛美学”传入国内之后，将“意境”与“气氛”进行对比，成为将意境融入现代美学的尝试之一，但气氛在审美对象、方式和效果上都与意境表现出了较大差异。近年来，诞生于东亚文化语境中的“氛围感”概念，既继承了意境的美学特质，又与气体现出的环境美学和生活美学的特点相呼应。从学理的角度阐释氛围感，讨论其作为意境当代话语的合理性与可行性，能够为“意境”概念的当下阐释、跨文化传播及中国式生活美学的发展提供新思路。

一、“意境”：完整的符号表意结构

“意境”是中国古典美学的重要概念，是中国古代诗学的核心范畴，是中国人“一贯而普遍的美学追求……作用于中国人的审美心理，体现出一种民族的审美理想”（夏昭炎，1995，p. 270）。目前，学界普遍从道家、禅宗和佛学中追溯其起源，一方面强调对意境使用范围的限制，反对将其看作一个适用于所有艺术门类的术语，主张将意境限制在文学的范畴中；另一方面主张将意境限制在民族审美特质中，专门用以分析中国的传统艺术。^①

但“意境”又不是一个单纯的中国古典美学概念。王国维首先在西方哲学观念的基础上对意境进行了现代阐释，使其成为中西方两种不同诗学传统交汇的产物。此后，朱光潜、宗白华、李泽厚等学者进一步将意境与西方哲学和美学传统关联起来，实现了中国传统文论话语与西方文论的融合。（参见朱光潜，2012；宗白华，2018；李泽厚，1957）正是意境与西方美学的密

^① 相关论述包括：夏昭炎（1995）、顾祖钊（1995）、赵铭善（1989）、蓝华增（1982）等。

切联系，导致了“意境说是德国美学的中国变体”（罗钢，2011）观点的出现。这一观点意在驳斥将“意境”作为中国传统美学核心概念的看法，强调西方美学的影响，但也彻底忽略了意境的中国传统文化语境。

作为一个中国传统诗学概念，意境说在唐代就已经出现了，其思想渊源可以追溯到老子与庄子的美学。尽管经过西学的解释，与西方哲学形成了密切的关联，但“意境”并未能顺利地融入现代美学话语，尤其是涉及跨文化传播时，对“意境”一词的翻译目前仍是问题，这也是意境深植于中国传统文化语境的直接证据。作为一种特殊的意蕴世界，意境超越了理性的逻辑分析，专注于主体的内心体验与感受。

但意境并非不可解读。李泽厚、陈池瑜、蒋寅等拆解了意境的结构^①，以分层的方式解读其内容。赵毅衡（2023，p. 75）将其看作“艺术文本的基本发生与表现方式”，更明细地指出了意境的覆盖范围。在此基础上，笔者认为，意境本身包含“象”（再现体）、“意象”（对象）、“境界”（解释项）这样一个三联体结构。“象”是来自《易传》的概念，所谓“《易》者象也，象也者像也”（《周易·系辞》）。孔颖达疏：“《易》卦者，写万物之形象，故《易》者象也。象也者像也，谓卦为万物象者，法象万物，犹若乾卦之象法像于天也。”这是说“象”是对天地万物的一种仿效，是对客观物的再现。而“取天地阴阳之象以明义”（《周易·坤卦》孔疏），是说“象”的最终目的不是再现和模仿，而是对“义”的揭示。

《周易·系辞》说“书不尽言，言不尽意”，又说“立象以尽意”，是在讨论“象”进行意义传递的有效性。“象”作为视觉符号，比作为语言符号的“言”在意义传递过程中能够取得更好的效果。而“意”就是上文所引“取天地阴阳之象以明义”的“义”，至少在这个语境中，二者是互通的。因此，“意象”就是通过“象”来呼唤“意”，而“意”的内涵，则可以被解释为情感、道德、观念等，这取决于接受者的解释。

由此，“意象”可以被解释为一个符号意指的过程，由“象”导出“意”，而“意象”呼唤的对象，就是“境界”。在这一层面上，“境界”是“意象”最终导向的解释项。这就形成了一个完整的符号表意过程，其中，“象”是再现体，是艺术再现的对象（如果对象存在），“意象”是创作主体

^① 李泽厚将意境分为“意”和“境”两个方面，其中“境”是形－神的矛盾统一，“意”是情－理的矛盾统一。陈池瑜在此基础上提出意境的内部结构是三组矛盾，分别是形－神、实象－虚象、象－意（理）的矛盾统一。蒋寅将意境视作一种召唤性的结构。

对物的选择与创造，“境界”是接受主体对“意象”做出的解释，也是创作者想要通过意象传递的意义。基于此，意境拥有被广泛应用于各门类艺术，甚至艺术之外的可能，也有了能够被审美主体自由解读的可能。但在实际使用中并非如此，一方面，意境至今仍被限制在中国传统艺术相关的语境中，另一方面，在面对艺术边界及审美对象范围无限扩展的当下，“意境”表现出了明显的不足。

二、从“气氛”反观“意境”

在对“意境”概念进行梳理与考察时，笔者发现，部分学者将其与“气氛”联系起来。但这里的“气氛”指在特定空间和环境中主体感受到的情调，这种用法在日常生活中很常见，波默首先将其纳入美学语境中，讨论其作为美学核心概念的可行性。当然，对气氛的讨论并非从波默开始，赫尔曼·施密茨（2012，p. 9）将气氛与情感画等号，弗里德林德·里德尔（Riedel, 2019）将气氛的经验从个体情感扩展到了主体间，尤尔根·哈斯（Hasse, 2016）强调了主体在其中的能动性，这些关于气氛的讨论，都是从文化角度对其特征进行的一般性解读，强调气氛与空间的密切关系，明确人能够创造并感受气氛，指出人感受气氛的方式是直觉的、感性的，气氛本身是难以分析和描述的。

在这些讨论的基础上，格诺特·波默第一次将气氛引入美学。“气氛”美学是波默在面对审美对象边界扩大、环境问题日益凸显等问题时，从感性论的视角出发，对美学问题的新的讨论。他否定了传统存在论中的主客二分模式，将气氛归属于一种居间的东西，认为气氛是客观存在的，但需要主体进入相应的环境中进行体验。在这一前提下，“美是一种气氛，既不存在于主观也不存在于客观，我们通过身体中情态性的变化感知到气氛，而气氛对身体情态所产生的影响在于它能够提高生命情感，带来愉悦”（立野良介，2018）。也就是说，气氛虽然可以经由客体创造，但其实现需要主体的感知，客体与主体需同时在场，气氛方能出现。这种既强调客体塑造也强调主体感受的特质与意境如出一辙。

因此，有学者将“意境”与“气氛”进行直接的对比。比如彭锋（2014）指出了意境与气氛之间的四点相似之处，包括两者皆有一种不确定性，描述两者的词汇基本可以互换，较为鲜明的情感特质和明显的主体特征。彭锋还指出了“意境”在跨文化传播中的翻译难题，提出在波默构建的美学

的“气氛”（atmosphere）概念基础上，将“意境”译为“感觉氛围”（sensuous atmosphere）。这种讨论希望通过现代美学来恢复传统美学活力，尝试让中国传统美学进入当代美学概念的建构当中。但单从这种翻译方式也能看出，“意境”与“氛围”尽管有诸多相似，也依旧存在差异。

首先是审美方式的差异。气氛美学是从环境视角出发的美学，环境美学于20世纪60年代在西方兴起，建立在知觉的基础上，有意强化观者在审美过程中直接参与其中的意识，“审美者作为参与者将注意力当下地、直接地集中在大片地域中的特色环境上”（柏林特，2006，p. 16）。在环境美学中，“美学研究的重心从艺术转移到自然……美学正在走向日常生活，并应用于实践”（陈望衡，2007，p. 10）。气氛“作为一种介于客观环境和人类置身感之间的中间环节”（伯梅，2020），充当了环境与观者之间的媒介，使观者感受的对象从环境进一步具体到气氛，指明了观者在环境中到底要经验什么。

“意境”虽然也强调主体性，但并不要求身体在审美过程中的直接参与。它的主要关注点不是现实的、身体可感的空间，而是“象外”，也就是人通过对审美对象的知觉形成的想象。这种想象既与《老子》“致虚极，守静笃”以及《庄子》“心斋”“坐忘”等概念息息相关，也与佛教相关。在佛教中，境是“心识之所游履、攀缘”（2004，p. 190）之处，对应到审美概念中，就是指一种“企望人性、人格自由无羁之审美理想”（王振复，2006）。因此，意境虽然依赖主体，但最终导向内心世界，身体只是审美对象及其结果之间的中介，审美过程中的直观体验只是通向精神世界的中转，而非审美过程中的结果。

其次，“意境”重判断，而“气氛”重体验。审美体验与审美判断本身就是两种美学传统，只不过在当下，随着审美对象范畴的不断扩张，学界对审美体验越来越重视。审美判断往往关注艺术，审美体验则无限扩大了审美对象的范围。在气氛美学当中，审美被视为气氛的制造过程，主体感受、感性经验被推到台前。审美对象通过改变或给空间赋予情调，影响观者的身体性空间，从而影响观者，使其感受发生改变。

在这一前提下，一方面，所有的艺术形式都以显现自身并完成空间气氛的制造为目标。在这一前提下，某一门类艺术作为其他门类艺术的模仿对象的核心地位被打破，审美对象的边界变得模糊，日常生活被自然地纳入审美活动中。另一方面，在气氛的笼罩下，审美过程的重心从具有技术要求的技法、颜色、光线、透视等要素，转移到人的感性对艺术品所渲染的气氛的感知。描述成为审美的最终结果，这就意味着，每一个具有感性能力的主体在

□ 符号与传媒（29）

面对艺术品时都是平等的。这绝不是说个体的感知是混沌的，不同个体的感性认知都因为受到外在经验的影响存在差异。但在观者身体进入艺术品所构筑的空间时，人们感受气氛的方式——暴露于其中（exposing oneself to it），是一致的。

上文已经指出，如果将意境看作一个开放的表意结构，理论上意境也可以被无限解读。但意境本身“给人以一种特殊的美感”（蒋寅，2002），这种美感被总结为“人生感、历史感”“形而上的慰藉”（叶朗，1998），“对宇宙人生的无尽情思与体验”（夏昭炎，1995，p. 25），“对大智大慧的体悟”（王德有，1998，p. 1）等。同时，在论述意境时，经常会根据是否有意境和意境的类别来判断艺术品的高下。“意境”作为一种价值判断标准，是中国传统知识分子精英群体针对具体特定艺术形成的审美趣味，这与纯然客观的“气氛”是截然不同的。

最后，“象”与“意象”作为意境的再现体与对象，不同于西方美学中的“形象”（image），它不是“单纯模仿，而起于物我之间因生命之气的交流共鸣而感应互通，是基于同态对应的深切认同”（汪裕雄，2013，p. 236）。这种通过物我感受而形成的情理交融的意象，相较于形象更为复杂，导致其很难被用于艺术之外的对象。因此，不同于气氛审美对象范围的不断扩展，意境至今仍囿于中国传统艺术形式中。“氛围感”^①概念的出现，在中国传统美学与当下大众审美活动中，发展出了新的“意境”话语，也为进一步沟通“意境”与“气氛”提供了新的思路。

三、“氛围感”：“意境”的当代话语

“意境”与“气氛”在审美主体体验方式、审美对象范围和审美结果标准中体现出的差异，体现了中国传统美学在现代转换过程中的困境。对于这种困境，蒋寅、萧驰、王一川等都曾有过讨论。他们认为，王国维以后的“意境”阐释，与此前古人使用的“意境”概念有着本质的区别，是意境与现代性的融合，是为了满足“现代中国人在全球化时代重新体验古典性文化韵味的特殊需要……为现代人体验中国古典文学及领会古代人的生存体验提供了一条合适的美学通道”（王一川，2001）。这一点毋庸置疑，“意境”在

^① “氛围”与“气氛”同义，因此“氛围感”即“气氛感”，本文采取惯常用法，统一用“氛围感”。

20世纪以来盖过几乎所有古典美学概念，成为中国现代美学的代表概念的事实即为明证。

但是，通过与“气氛”的对比，我们可以看到，一方面，随着当下生活美学、环境美学等的发展，“意境”使用范围的局限变得尤其明显；另一方面，意境中体现出的强烈的民族性特征，在一定程度上限制了中国现代美学的对外传播。如果能够从当下流行的美学词汇中，找到一个既具有中国美学传统，又具有现代美学特质的概念作为切入点，讨论“意境”在当下美学语境中新的发展可能性，将对“意境”的对外传播、中国式生活美学的发展都有积极意义。“氛围感”就是一个这样的概念。

“氛围感”作为一个网络流行语，在近十年的中文媒体中表现出了蓬勃的生命力，作为一种审美趣味，被广泛用于对艺术及日常生活的描述。笔者考察了不同社交媒体中“氛围感”一词的使用情况，发现不仅在国内，在韩国、日本等东亚文化圈中也出现了类似的用法。日语“雰囲気”、韩语“분위기 있는”（氛围感）在社交媒体中同样高频使用，随之也发展出了如“雰囲気女子”（氛围感美女）、“분위기 있는 사진”（氛围感照片）等热门话题。在这些话题下，氛围感作为一种新兴的审美趣味，得到了社交媒体用户的认可。但英语环境中的情况不同，尽管在“vibes”（氛围）的话题下也有不少内容，但大多数内容都是对自然景色的分享，氛围在其中是相对客观的，不具有氛围感的价值倾向。触发氛围感之物，与触发意境之物背后的文化逻辑类似。

上文提出将“意境”看作一个包含“象”“意象”“境界”三重层次的结构性词汇，一个完整的符号表意过程。按照这一思路，我们也可以将“氛围感”拆分为“氛围”与“感觉”。氛围的制造源于主体对物的选择，这与从“象”到“意象”的发展是一致的。“感觉”与“境界”在实现方式上也基本一致，都是通过主体的直接感受来完成，但区别在于“感觉”与“境界”引出的解释。

“境界”的生成依赖于“道”“气”等同宇宙本体和生命（叶朗，2020，p. 28）相关的概念以及相应的文化语境。“感觉”强调主体在审美过程中，通过对审美对象的直观而产生的直接感受。这种感受当然也受到相应文化的影响，这种影响根植于消费文化、日常生活审美化等浪潮中，排斥文学、哲学背景，强调主体的处身体验在审美过程中的决定地位，展现出面向大众的解释可能。因此，尽管氛围感拥有和意境相似的结构性特点，但其背后的文化逻辑，既决定了氛围感因为缺乏中国传统诗学的文化根源，而难以成为对

□ 符号与传媒（29）

艺术作品的评判标准，也使得氛围感作为一种与当下生活息息相关的审美趣味，在保留了意境的部分特质的同时，更容易被当代人接受。

笔者认为，氛围感是一种呼吁主体在面对审美对象时，忽视细节而注重整体美感，强调处身体验、感性直观而忽视理性分析的审美趣味。这种审美趣味在大多数使用场景中都得到了较为积极的反馈，因为许多社交媒体用户会对认可度较高的内容进行模仿。但在一些情况下，也体现出一种消极的倾向，因为重整体而轻细节的氛围感审美过程有时会导致审美主体对审美对象的判断失误。但无论是积极的或消极的反馈，都证明了氛围感本身具有一种价值取向。

这种价值取向，是氛围感与意境表现出的共同特质。尽管相较于被视为中华民族最高审美理想的意境，氛围感产生于大众文化之中，代表了当下的流行与时尚，具有积极的价值取向，但它却不是一种相较其他概念更重要的审美标准。也正是因为这种价值取向，使得氛围感与气氛有所不同。气氛是纯然客观的，需要主体进行进一步的解释，它“意味着具有审美意义的某物，但尚待加工和表述”（波梅，2014）。对于经验到气氛的主体来说，进一步描述气氛的特质是一件自然的事情。人们可能经历开心的气氛、难过的气氛、紧张的气氛等，但气氛本身不是标准，人们也不会因为某物能够制造出气氛而认为其优于他物。氛围感也常常被其他风格修饰，比如高级、复古、自由等，但无论是何种氛围感，本身就已经表示了一种较正面的审美取向。

尽管在价值判断上有差异，但氛围感与气氛在审美对象的范围上表现出了高度的一致。

二者都强调“我们在环境中生活得如何，我们的感觉、感受如何，我们对自然的感性体验如何，乃是最关键的”（波默，2018，p. 3）。气氛的制造者可以按照自己的叙述方式来组织材料。而进入与主体相关的环境中的物，只要被主体经验，就都成为审美对象，参与审美过程并导向最终的审美感受。氛围感也是如此，人们会以自己的感受为基础，通过增加或减少物来加强其周围环境所施加的感受。比如，作为一种象征性符号的“海边科罗娜”，一些人在海边看日出时，会将两瓶科罗娜啤酒放置在沙滩上，有时也会携带花束，作为前景进行海边日出的拍摄，以求营造出一种诸如自由、孤独的氛围。在这一过程中，啤酒瓶、花束、沙滩、海洋之类的物都成了审美对象，参与氛围的制造，在主体完成审美体验的过程中，发挥了相当重要的作用。

而从这个案例中可以看到，不同于波默在解释“气氛”时对环境和身体在场的反复强调，“氛围感”在某些时刻对审美主体身体在场的要求十分暖

昧，它既希望主体与审美对象处于同一空间中，又往往将主体拒斥其外，选择以图像的方式实现。这是当下摄影技术与社交媒体网络极度发达的结果，在很多时候，氛围感的营造与照片、视频密切相关。在这一前提下，人们经验物的主要方式从物转向了物的影像，正是在这一过程中，人对环境中材料的组织与叙述，达到了前所未有的阶段。

元宇宙技术的出现，将会进一步推进审美对象形式的多样化，人与环境的关系也将会被改变，可以确定的是，在这一过程中，身体所处其中的物理环境的重要性正在持续降低。这时我们似乎又回到了“意境”的语境，通过审美过程，将身体剥离现实进入思想的世界。不同的是，思想的世界中不再强调理性的思考，感性胜过了一切，“我们可以在短暂的、转瞬即逝的东西中，在锡器的一线光亮中或在白墙的皮影戏中经验美。因为我们自身就是转瞬即逝的东西，所以我们遇见的是诸显现那一闪之中的美者——诸显现对我们保证了我们的此在，美就是为我们带来在此存在这种幸福的东西”（波默，2018，p. 290）。

然而这并不是说气氛美学对于身体在场的强调是过时的，波默对身体性的强调建立在环境问题的基础上，他将人对现实生活环境的感受问题看作美学问题，最终想要实现的是以气氛为核心，以身体和知觉为媒介，以情感为导向的人与自然的和谐关系和人在其中的幸福生存。但即便是“最尖端的虚拟现实技术，仍然需要通过身体的知觉装置和表达情感的传声结构板——诸如我们的感官、大脑、各种腺和神经系统——来体验”（舒斯特曼，2011，p. 25）。无论是在现实还是在虚拟环境中，审美过程依旧无法绕过身体，只是这时需要的，是对身体的重新审视。我们在这里无意对哲学、美学和传播学意义上的“身体”概念进行讨论，已经有太多学者讨论过这一问题。

需要明确的是，以“人的幸福”为目的的美学，使人的感受超越一切，成为审美活动最基础的实现方式。无论是人身体处于其中的物理环境，还是人思想遨游其中的思维环境，都只是环境的一种表现形式。考虑到技术的发展与人类生活习惯的变迁，这两种环境的重要性可能会越来越难以断定。但在审美语境下，无论是通过置身现实环境中实现的体验，还是只通过视觉、听觉等某种感官引起的思想上的体验，都是以感觉为基础进行的。只要是人能够经验到的物，都能够成为审美对象，在人与审美对象遭遇的过程中，氛围出现并被人感受到。通过氛围，我们希望日常生活变得让人更能感受到幸福，而我们要追求的，就是通过对氛围的体验，使人们从日常生活的庸常中抽离出去，达到一种超脱的状态（赵毅衡，2018）。

□ 符号与传媒（29）

“氛围感”作为一个产生于网络语境中的流行词汇，尽管目前也已经被官方使用，但仍旧缺乏作为一种美学概念的理论基础。笔者将“氛围感”与“意境”“气氛”进行比较讨论，一方面是要为“氛围感”的解释提供一些学理基础，但更重要的是想通过对大众传播中审美趣味的反思，清晰地看到“意境”概念在当下使用中的问题。相较于“意境”，“氛围感”这一概念明显更适用于当下，因为它既保留了意境的美学特质，又发展出了以气氛美学为代表的西方环境美学和生活美学的特征，包括审美对象的泛化及对人感性直观的反复强调，充分契合当下人们的审美要求与习惯。当我们回到彭锋将“意境”译为“*sensuous atmosphere*”的尝试，可以发现这个译法似乎更适合表达“氛围感”。也正是因为如此，笔者主张将“氛围感”看作“意境”在生活美学背景下的当代话语，由此出发继续深入讨论，可以为“意境”概念的跨文化阐释及发展出一种中国式的生活美学提供新思路。

引用文献：

- 柏林特，阿诺德（2006）。环境美学（张敏，周雨，译）。长沙：湖南科学技术出版社。
- 波梅，甘诺特（2014）。气氛——作为一种新美学的核心概念（杨震，译）。艺术设计研究，1，5–15。
- 波默，格诺特（2018）。气氛美学（贾红雨，译）。北京：中国社会科学出版社。
- 伯梅，格尔诺特（2020）。环境美学（杨震，译）。美学与艺术评论，1，253–262+275。
- 陈池瑜（1985）。论“意境”的内部结构。华中师范大学学报（哲社版），6，40–47。
- 陈望衡（2007）。环境美学。武汉：武汉大学出版社，2007。
- 陈望衡（2019）。中国古典美学史。南京：江苏人民出版社。
- 顾祖钊（1995）。论意境的称谓和渊源。文艺理论研究，4，64–71。
- 蒋寅（2002）。语象·物象·意象·意境。文学评论，3，69–75。
- 蓝华增（1982）。古代诗论意境说源流刍议，文艺理论研究，6，82–90。
- 李泽厚（1957）。门外集。武汉：长江文艺出版社。
- 立野良介（2018）。作为气氛的美——立足于G. 波默的“新美学”（崔莉，译）。德国哲学，下半年，219–251。
- 罗钢（2011）。意境说是德国美学的中国变体。南京大学学报（哲学·人文科学·社会科学版），5，38–58+159。
- 彭锋（2014）。意境与气氛——关于艺术本体论的跨文化研究。北京大学学报（社会科学版），4，24–31。
- 阮元（2009）。十三经注疏·周易正义。北京：中华书局。
- 施密茨，赫尔曼（2012）。身体与情感（庞学铨，冯芳，译）。杭州：浙江大学出版社。

- 舒斯特曼, 理查德 (2011). 身体意识与身体美学 (程相占, 译). 北京: 商务印书馆.
- 汪裕雄 (2013). 意象探源. 北京: 人民出版社.
- 王德有 (1998). 老庄意境与现代人生. 北京: 中国广播电视台出版社.
- 王一川 (2001). 通向中国现代性诗学. 北京师范大学学报 (人文社会科学版), 3, 25–33.
- 王振复 (2004). 中国美学史教程. 上海: 复旦大学出版社.
- 王振复 (2006). 唐王昌龄“意境说”的佛学解. 复旦学报 (社会科学版), 2, 94–101.
- 夏昭炎 (1995). 意境: 中国古代文艺美学范畴研究. 长沙: 岳麓书社.
- 叶朗 (1998). 说意境. 文艺研究, 1, 17–22.
- 叶朗 (2020). 中国美学史大纲. 上海: 上海人民出版社.
- 赵铭善 (1989). 论意境的概念及其三个规定性. 文艺理论与批评, 5, 75–81 + 101.
- 赵毅衡 (2018). 从符号学定义艺术: 重返功能主义. 当代文坛, 1, 4–16.
- 赵毅衡 (2023). 艺术符号学: 艺术形式的意义分析. 成都: 四川大学出版社.
- 朱光潜 (2012). 诗论. 北京: 中华书局.
- 宗白华 (2018). 美学的境界. 北京: 文化发展出版社.
- Hasse J. (2011). Emotions in an Urban Environment. In Heiko Schmid (Ed.), *Cities and Fascination: Beyond the Surplus of Meaning*, 49–74. New York: Routledge.
- Riedel F. (2019). Atmosphere. In Jan Slaby & Christian von Scheve (Eds.), *Affective Societies: Key Concepts*, 85–95. New York: Routledge.

作者简介:

魏云洁, 博士, 西安建筑科技大学师资博士后, 研究方向为艺术符号学、美学。

Author:

Wei Yunjie, Ph. D., postdoctoral fellow of Xi'an University of Architecture and Technology.

Her research fields include artistic semiotics and aesthetics.

Email: wyjwyj930711@163.com