

Феномен атмосферы как объект междисциплинарного исследования

Майя Мазаева

Магистр социологии, преподаватель кафедры всемирной истории и социально-политических дисциплин, Западно-Казахстанский университет им. Махамбета Утемисова
Адрес: пр. Нурсултана Назарбаева, д. 162, г. Уральск, Республика Казахстан 090000
E-mail: maykanami@gmail.com

В статье рассматриваются особенности взаимодействия человека с атмосферой как феноменом, обретающим в современных исследованиях самостоятельный концептуальный и онтологический статус. Автор исследует существующие философские концепции атмосферы, которые актуализируют вопрос о введении новой категории «квазивещь» для определения явлений, не укладывающихся в традиционные представления о «вещи» и «предмете». Атмосферы как квазивещи познаются чувствующим телом (*felt-body*, Leib) и возбуждают чувственно-телесный резонанс, что, в свою очередь, затрагивает психофизиологическую проблему, имеющую междисциплинарный характер. В этой связи делается попытка комплексного обзора перспективных философских, социологических, психологических и физиологических предметных аспектов взаимосвязи между субъективным состоянием человека и объективной атмосферой. Особое место среди них занимает проблема создания и генерирования атмосфер, которая издавна изучалась разными видами искусства и на настоящий момент требует эстетико-теоретической концептуализации.

Ключевые слова: атмосфера, квазивещь, чувственное познание, чувствующее тело, физическое тело, психофизиологическая проблема, эмоции

В настоящее время феномен атмосферы находится в области интересов философии, социальных и гуманитарных наук (Griffero, 2019; Riedel, Torvinen, 2019; Trigg, 2021). В самих общих чертах «атмосфера»¹ представляет собой «эмоционально на-

1. Изначально понятие «атмосфера» (от неолат. *atmosphæra* [*atmos* — пар, *sphæra* — шар]) означало газовую оболочку, окружающую Землю. В научный оборот оно было введено в XVII в. и использовалось в рамках естественных наук (в физике, химии; затем в XVIII в. в астрономии, оптике, гидрографии). С середины XVIII в. «атмосфера» употреблялась уже не только в научном дискурсе, но и в эстетическом; в частности, Д. Дидро одним из первых применил его к описанию пейзажей в «Салонах» (Дидро, 1989: 94–95). В XIX в. понятие «атмосфера» приобрело новые культурные оттенки и стало использоваться искусствоведами и поэтами-символистами для описания отношений различного характера (социальных, психологических, сентиментальных и этических) не только между двумя или более людьми, но и между человеком и его физическим окружением. В начале XX в. понятие «атмосфера» становится частью архитектурного дискурса на фоне существенных изменений эстетических условий городской жизни в Европе вследствие урбанизации и индустриализации (Gaudin, Le Calvé, 2018: 7–8), однако в течение XX столетия оно используется скорее спонтанно и в редких работах (Сапера et al., 2019: 3). После 1960-х проблема атмосферы начинает рассматриваться более углубленно и систематически в трудах Хубертуса Телленбаха (Tellenbach, 1968), Германа Шмитца (Schmitz, 1969, 2011, 2014), Гернота Бёме (Böhme, 1993), Тонино Грифферо (Griffero, 2014b, 2017, 2019) и др. Следует отметить, что начиная с 2000-х интерес к феномену атмосферы вновь усиливается в контексте архитектуры и дизайна (Zumthor, 2006; Pallasmaa, 2014; Borch, 2014; Griffero, 2019), вместе с тем постепенно расширяется проблематика изучения атмосферы, охватывая области исследования горо-

сыщенное пространство», доступное субъективному восприятию. Как отмечает немецкий философ Гернот Бёме, атмосфера означает нечто неопределенное и расплывчатое, но вместе с тем определенное по своему *характеру*, что позволяет нам охарактеризовать атмосферу с помощью обширного набора слов, таких как безмятежная, меланхоличная, угнетающая, возвышенная и т. п. (Böhme, 2003: 113–114). Внимание научного сообщества к данному феномену в своей сути обусловлено интересом к механизму *взаимодействия* человека и атмосферы. Исследование данного механизма оказывается актуальным по нескольким причинам. Во-первых, фундаментальные знания об атмосфере способствуют более *глубокому* пониманию ее природы и несут ценность для дальнейшего развития философской мысли, в частности, эстетики, феноменологической философии, а также социальных и гуманитарных наук, например, психологии, социологии, этнографии и др. Во-вторых, знания о том, *как конкретно* атмосфера может *создаваться*, оказываются чрезвычайно востребованы в *искусстве и практических* сферах деятельности: архитектуре, театральном искусстве, музыке, литературе, киноискусстве, дизайне, а также маркетинге, туризме, организации различных событий и т. д. В-третьих, в повседневной жизни мы постоянно сталкиваемся с разными атмосферами, в некотором смысле это представляется *само собой разумеющимся*: люди свободно употребляют это понятие в своей речи, сравнивают «атмосферы» разных мест и мероприятий, пытаются создавать свою атмосферу дома и т. п. Контраст «самоочевидного» существования атмосферы в повседневной жизни и отсутствия четкой категории атмосферы в научной литературе вызывает по меньшей мере интерес. В этой связи необходимо тематизировать атмосферу, произвести ее рефлексивную и сделать ее «самоочевидность» темой научного дискурса (Филиппов, 2009: 13). При этом и в повседневной жизни *рефлексия* нашего взаимодействия с атмосферой может помочь нам стать более *чуткими* к собственным состояниям, научиться анализировать воздействие определенных атмосфер, в конечном счете пытаться контролировать этот процесс, по крайней мере, в отношении самих себя.

Основная проблема в изучении атмосферы — в *неопределенном* онтологическом статусе этого феномена (Böhme, 1993: 114). Иными словами, среди исследователей до сих пор нет консенсуса относительно того, *что* представляет собой атмосфера и «где ее искать». Трудность однозначного ответа на данный вопрос связана с тем, что атмосфера пространственна, невещественна, невидима, тесно связана с чувственным опытом, эмоциональными реакциями. Пространственность атмосферы предполагает ее тесную связь с определенным пространством или объектом в нем. Невещественность атмосферы означает, что она воплощена не в качестве оформленной вещи, имеющей явные количественные свойства (длина, ширина, высота, объем и т. п.), но в *ином* состоянии. Ее нельзя буквально потрогать. Невидимость атмосферы подразумевает, что мы не можем непосредственно ее наблюдать. В то же время мы способны *субъективно переживать* атмосферу: чувствовать ее, по-

дов (Anderson, 2009; Adey, 2014), домашнего пространства (Pink, Leder Mackley, 2014), музыки (Riedel, Torvinen, 2019) и др.

чать эмоции, сохранять воспоминания о ней, а также выражать «чувство атмосферы», как правило, с помощью языка (Griffero, 2020: 46).

Данные особенности атмосферы бросают ряд вызовов для ученых и философов. Невещественность и невидимость как свойства атмосферы рождает претензии к *реальности* ее существования. Эта позиция изначально исходит от естественных наук, в частности, физики и биологии, которые сосредотачиваются на экспериментальном изучении явлений физического мира и отвергают возможность существования любых феноменов, не попадающих под известные науке объективные законы (Гуссерль, 2004: 99). Наука, преобразив материальный мир, ограничилась им, сделав упор прежде всего на его легко измеряемые и наблюдаемые физические свойства, но вместе с тем многие специфические явления вроде атмосферы остались без внимания. К слову, те же газы, хотя и являются несколько «расплывчатыми» сущностями и имеют особые свойства, сегодня являются обыденностью для науки и людей. Например, некоторые газы (окиси углерода, гелий, азот и др.) невидимы, не имеют вкуса и запаха, их можно обнаружить только с помощью специальных детекторов, при этом они кардинальным образом способны воздействовать на человеческий организм, что было доказано опытным путем в процессе развития науки, следовательно, сегодня в их существовании не остается сомнений. Специфика свойств атмосферы еще *не является доказательством* того, что она не существует, а скорее указывает на то, что природа атмосферы требует более тонких исследовательских подходов, пусть это — и вопрос времени. В целом же на сегодняшний момент сама методологическая *установка* естественных наук и философских направлений вроде физикализма и, соответственно, отсутствие адекватных исследовательских методов делают для них *недоступным* изучение таких феноменов, как атмосфера.

Ключом к пониманию данного феномена может стать *субъективное* переживание атмосферы, и начать стоит с *признания реальности* этого переживания. И хотя на сегодняшний момент существует немного эмпирических исследований, посвященных атмосфере и ее восприятию (Dekel, Vinitzky-Seroussi, 2017; Ольденбург, 2014; Бредникова, Запорожец, 2016; Canera et al., 2019), тем не менее такие исследовательские поиски и повседневное «само собой разумеющееся» полагание атмосферы позволяют утверждать, что *подобное переживание реально*, соответственно, атмосферы реальны. Это побуждает нас двигаться дальше.

Именно *чувственное познание* представляется наиболее оптимальным (если не единственным) способом взаимодействия с атмосферой в силу специфичности ее свойств. Но и здесь мы сталкиваемся с дискуссионностью междисциплинарных проблем чувственного познания и психофизиологии. Когда мы спрашиваем о том, что значит чувствовать окружающий мир, как взаимосвязаны тело и психика, тело и сознание, мы получаем больше вопросов, чем ответов. Философия, психология и физиология предлагают несколько десятков разных концепций, но научный спор о проблематике физиологического — психического — сознательного до сих пор не решен, хотя присутствует понимание того, что любой односторонний под-

ход к изучению психики оказывается малопродуктивным (Ноздрачев, Щербатых, 2021: 160). Пока же физиологические понятия (нейроны, нервные импульсы, возбуждение и т. д.) очень слабо сопрягаются с психологическими терминами (восприятие, мысли, чувства, воображение и т. д.) (Там же: 169). Проблема восприятия атмосферы представляется комплексной, т. к. актуализирует широкий круг вопросов, относящихся к области философии, психологии, физиологии и др., ответы на которые следует искать сообща. Постараемся проиллюстрировать хотя бы малую часть из них.

Начнем с философии, где на сегодняшний момент сделаны первые шаги. Здесь в основе разработки темы атмосферы находится *проблематика живого чувствующего тела (Leib) и материально-анатомического тела (Körper)*², а также *вещи и «квазивещи»*. Концептуальное различие между понятиями *Leib* и *Körper* было разработано Э. Гуссерлем в «Идеях II» (Husserl, 1989). Гуссерль рассматривает *Körper* как физическое тело, а *Leib* как *одушевленное тело*, которое а) человек осознает как «свое» и которым он вправе *сам* распоряжаться; оно б), передавая ощущения от окружающего мира посредством *Körper*³ (Гуссерль, 2005: 390), является носителем (medium) всякого восприятия и перцептивного опыта (Husserl, 1989: 61). И *Leib* и *Körper* не даны нам как таковые, но оба конституируются сознанием. Различение данных понятий оказывается существенным для исследования феномена атмосферы, которое одним из первых осуществил немецкий философ Герман Шмитц⁴, основатель проекта «Новая феноменология» (Neue Phaenomenologie). Новая феноменология (Schmitz, 1969), с одной стороны, следует феноменологической и фундаментально-онтологической традиции, а с другой — предлагает новый подход к интерпретации телесности и фокусирует внимание на *непроизвольном жизненном опыте* (Шмитц, 2014: 200–201). Последний Шмитц рассматривает как «все, что происходит с человеком в чувственной форме без его сознательного конструирования» (Griffero, 2019: 11). Непроизвольный жизненный опыт находился на периферии философского интереса, если не в полном забвении, в течение приблизительно 2400 лет, начиная с V в. до н. э. в Древней Греции, вследствие преобладания в философии (а затем и в психологии) *парадигмы, характеризую-*

2. В немецком языке *Leib* связан с глаголами *leben* (жить) и *erleben* (испытывать, переживать), а также прилагательным *lebendig* (живой); *Körper* происходит от латинского *corpus* и обозначает физическое тело человека, а также небесные и геометрические тела. В английском языке для обозначения тела используется только слово *body*, поэтому для передачи более точного смысла понятий *Leib* и *Körper* в переводах используются *physical/material body* и *lived/animated body*, а также *objective body* и *subjective body* (Slatman, 2019: 204).

3. «Я воспринимаю, кинестетически осяпывая *посредством рук*, так же точно визуально воспринимаемая *посредством глаз* и т. д., и в любой момент могу так воспринимать; причем эти кинестетические ощущения органов протекают в *Я делаю* и подчинены моему *Я могу*; далее, я могу, введя в игру эти кинестетические ощущения, толкать, двигать и т. д., и потому *действовать телесно, непосредственно, а затем опосредствованно*» (Гуссерль, 2005: 390).

4. Герман Шмитц (1928–2021) — немецкий философ, основатель проекта «Новая феноменология» (Neue Phaenomenologie), автор 5-томного труда «Система философии» (System der Philosophie), написанного с 1964 по 1980 г. и содержащего более 5000 страниц.

щейся психологизмом, редукционизмом и интродукцией (Innenweltdogma). Ее суть состоит в том, что эмоции и чувства сводятся к психике индивида, его «закрытой» внутренней сфере, соответственно, внешний мир представляется семантически и аффективно пустым, лишенным всего, что могло бы *извне* оказывать влияние на эмоциональное состояние индивида, «завладеть» им. Опыт человека превращается в «черный ящик», из которого пять чувств «выходят» во внешний мир только «под честное слово» (on parole), слабо свидетельствуя о нем. При этом необъяснимо, как субъект может покинуть такую закрытую для внешнего мира «коробку» (Griffero, 2019: 22–23), неясно, *что* происходит во внешнем мире «между» двумя «закрытыми» субъектами (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 247). Кроме того, Шмитц указывает на *физиологизм*, сыгравший большую роль в чрезмерном акценте на *Körper* в ущерб *Leib*. Под физиологизмом он понимает «учение, согласно которому послания из внешнего мира достигают человека лишь при посредстве определенных частей тела, таких как глаз, ухо, кожа, нос, периферийная нервная система и мозг, и лишь в той мере, в какой эти части тела принимают, получают и пропускают определенные раздражения» (Шмитц, 2014: 203). *Innenweltdogma*, а также физиологизм — своего рода непроходимая преграда, которая не позволяла приблизиться к изучению феноменов, в т. ч. таких как атмосфера, являющихся частью бытия, но в то же время не укладывающихся в рамки подобной парадигмы, что в итоге привело к глубокому искажению восприятия мира и нас в нем (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 244).

В этой связи Шмитц предлагает теперь сосредоточиться на *Leib* или «чувствующем теле», способном воспринимать более обширный спектр переживаний, которые нельзя свести сугубо к физиологическому восприятию с помощью органов чувств (*Körper*). Чувствующее тело можно определить как «носителя (medium) эмоциональной жизни» (Böhme, 2003: 130). Нашему чувствующему телу доступно восприятие *предразмерного* (pre-dimensional), *бесповерхностного* (surfaceless) пространства. Предразмерность подразумевает, что оно «существует до» измеримого трехмерного физического пространства, которое есть уже производное от него, теоретически устоявшаяся конструкция (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 244). Бесповерхностность означает, что такое пространство не поддается восприятию с помощью зрения и осязания и не включает вещественные объекты, имеющие поверхностные границы. Это пространство наполнено явлениями, которые Шмитц онтологически определяет как «*полувещь*» (Halbding) (Ibid.: 246); еще один термин «*квазивещи*» (quasi-things) предложил итальянский философ Тонино Грифферо, последователь Шмитца (Griffero, 2017: 7). Концептуальный ход Шмитца состоит в том, чтобы ввести понятие «полувещь», уравнив его с понятием вещи (имеющей «полную сущность») (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 246). Если вещи характерны для физического трехмерного пространства, то полувещи не имеют вещественной основы и представлены в бесповерхностном пространстве. В отличие от вещей, полувещи появляются и исчезают, но мы не можем здраво сказать, куда они ушли и как существовали все это время (Griffero, 2017: 12); они вневременны и не имеют

поверхностных границ (Ibid.: 16). Примеры полувещей — атмосферы, звуки (голоса, мелодии и т. п.), время, свет и т. п. (Ibid.: 18).

Шмитц переосмысливает сущность чувств и эмоций, «освобождает» их от интроекции и переносит в бесповырхностное пространство, наделяя самостоятельным онтологическим статусом (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 255)⁵. Эмоциональное становится квазивещным (Griffero, 2017: 24), оформляется в атмосферы. Тем самым, благодаря методологическому акценту на чувствующем теле, открытию бесповырхностного пространства и введению понятия «полувещь», нам становится доступным изучение атмосфер.

Атмосферы есть полувещи в форме определенных чувств и эмоций, находящиеся в бесповырхностном пространстве *вне* субъекта. Например, атмосфера веселого праздника, похорон, дома, переполненного метро, храма, природы т. д. Атмосферы *пространственны* в том смысле, что они *пронизывают* физическое пространство, *насыщают* его определенными чувствами и эмоциями и *излучаются* (radiate) вещами, событиями, окружающей средой (Ibid.: 26), людьми и даже целыми народами, культурами и т. д. (Ibid.: 70). При этом атмосферы несводимы полностью к объектам пространства, но, по мнению Грифферо, представляют собой *нечто большее, je-ne-sais-quoi* (Griffero, 2014b: 6).

Атмосферы содержат в себе определенное *значение* (meaning) (Griffero, 2014b: 6), имеют *индивидуальность*, которая делает их в определенных пределах *узнаваемыми* и *лингвистически выражаемыми* (Griffero, 2020: 46). В этой связи уместнее говорить об атмосферах во *множественном* числе, имея в виду совокупность их разного эмоционального тона и смыслового содержания, и об атмосфере в *единственном* числе, подразумевая какую-то конкретную. Например, перемещаясь физически в пространстве, из дома в театр, мы можем почувствовать по пути множество разных атмосфер: свой дом, затем улицы, метро и, наконец, театр. Рассказывая об атмосфере любимого кафе своему другу, мы имеем в виду как бы «одну» определенную атмосферу. И хотя в силу своих свойств она не имеет совершенно точного физического местоположения, которое мы обычно подразумеваем в географических координатах, все же она *может быть локализована*, связана с определенным местом или объектом. В этой связи атмосферы *обладают и границами* в бесповырхностном пространстве, только опять-таки не в физическом смысле, но более «расплывчатыми» (Griffero, 2017: 61). Это особенно остро чувствуется, например, в студенческом общежитии, где в комнатах у каждого студента есть свой «угол», его атмосферно насыщенное место.

Атмосферы *объективны*, находятся вне субъекта. Добавим, что Шмитц придерживается практически полной десубъективации эмоций; мы же склонны к точке зрения Тонино Грифферо (Ibid.: 14), который признает наличие и субъективных

5. Шмитц приводит пример, демонстрирующий, что чувства субъекта не приватны, но объективны: «Если в зале, в котором теснятся 100 человек, начнется пожар, позднее скажут, что вспыхнула паника, а не вспыхнули сто паник, а под паникой в любом случае понимается (слепой, коллективный) страх, а не только стремительное хаотическое движение» (Шмитц, 2014: 207).

эмоций, и объективной атмосферы. Так, мы можем испытывать эмоции и чувства непосредственно, наблюдать за ними с «отстраненным отношением» (*distanced attitude*), говорить о них с другими и почти полностью понимать друг друга, а также размышлять об их эффективности с помощью контрфактических утверждений и искусственных ситуационных манипуляций (*Ibid.*: 24). В целом такой подход открывает более широкую перспективу изучения природы эмоций и чувств, атмосфер, а также дает методологическую основу для исследования *взаимодействия между* субъектом и атмосферой, *между* носителями определенных эмоциональных состояний.

Наше чувствующее тело находится в постоянной непосредственной вибрирующей/пульсирующей *сонастроенности* (*vibrant attunement*) с бесповерхностным пространством, состоящим из атмосфер (*Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 244*). Сонастроенность предполагает взаимосвязь между субъективным состоянием человека и объективной атмосферой. Проиллюстрируем этот процесс.

Атмосфера воздействует на человека: она сталкивается с его чувствующим телом и возбуждает чувственно-телесный резонанс (отклик) (*Griffero, 2017: 23*). Последний может проявляться в изменении эмоционального состояния, двигательных внушениях (*motor suggestion*) и синестетических впечатлениях (*synesthetic impressions*) субъекта (*Ibid.*: 37). Атмосферы, несущие определенный *эмоциональный заряд, тон* (радости, восторга, умиротворения, грусти, тревоги и др.), вызывая резонанс у субъекта, способны настраивать его эмоциональное состояние под «свой» тон. Поэтому, например, человек, пришедший на встречу к друзьям в шумное и веселое кафе, скорее всего, проникнется этой атмосферой дружелюбия и веселья и его настроение улучшится. В этой связи характерно исследование американского социолога Рэя Ольденбурга (Ольденбург, 2014), автора концепции «третьего места» («первое» — дом, «второе» — работа). «Третье место» может являться местом досуга в форме развлечений и общения, местом рекреации и отдыха, где важнейшую роль играет атмосфера. В качестве таких мест Ольденбург называет английские пабы, французское кафе, американскую таверну, классические кофейни, немецко-американские «пивные сады» и т. п. Взаимодействия (в частности, общение), которые творят эту атмосферу, имеют определенный эмоциональный тон, совмещающий несколько качеств: радость, оживленность и легкость. Радость — это эмоция, которую вызывает благополучие; оживленность предполагает достаточно подвижный темп; легкость подразумевает освобождение от обязательств или нарушение монотонности (Там же: 109). Такой эмоциональный тон задается благодаря смеху и свободе самовыражения. Здесь люди могут выпустить наружу свои эмоции, чувства и мысли, которые приходится держать внутри в других ситуациях. Таким образом, атмосфера здесь — мощный магнит, притягивающий людей в эти места, т. е. существенный фактор, влияющий на поведение.

Резонанс проявляется и в *двигательных внушениях*, под которыми подразумеваются «внутреннее воспроизведение движения» (*Griffero, 2014b: 48*), идеомоторный эффект. Так, организм реагирует на атмосферы, а также и на образы (внешние

и ментальные), звуки, запахи посредством *физиологических процессов и мышечных воздействий* (возбуждение и дрожь, пульсация сердца и т. д.) (Ibid.: 50). Например, как отмечает Грифферо, вполне оправданно, что темный лес, не позволяющий свободно передвигаться или наблюдать (темнота, туман, плохо очерченные предметы, такие как листва, кусты и т. д.) и наполненный неразборчивыми звуками неизвестного происхождения, рождает беспокойство и чувство слезки, что эмоционально и телесно ощущаются любым, кто разделяет такой опыт (Ibid.: 52). Другой двигательной реакцией является *расширение и сжатие тела*, связанное с дыханием. Характерными примерами телесного расширения являются созерцание красивого пейзажа, первые вдохи свежего воздуха на улице после душного помещения и т. п.; телесное сокращение же происходит в состоянии шока, паники или стыда, в атмосфере общественного порицания и т. п. (Schmitz, Müllan, Slaby, 2011: 245). *Синестетические впечатления*, вызываемые атмосферой, представляют, на наш взгляд, большой научный интерес. Синестетические качества выходят за рамки выделения отдельных видов восприятия (цвета, температура, свет и т. д.). Так, цвет воспринимается не только как красный или коричневый, но и как яркий (светлый) или теплый (температурный). Звуки вызывают ассоциации как тяжелые, плотные или твердые (масса), но также как темные (свет), холодные (температура) или быстрые (скорость) (Julmi, 2016: 4). То же справедливо и для атмосфер: они могут быть восприняты как «светлые» или «темные», «теплые» или «холодные», «тихие» или «шумные» и т. д.⁶

Воздействуя на нас, атмосферы обладают *властью*, способностью «завладевать нами», изменять наше состояние. Интересной, на наш взгляд, представляется идея о том, что *атмосферы* бывают *различными по своей силе вовлечения* (Грифферо 2016: 242): одни влияют на нас сильнее, другие слабее. Более того, между атмосферами может происходить как *единение*, так и *противостояние*, в котором побеждает та, что наделена большей властью. Единение атмосфер происходит в совместной сонатроенности, своего рода эмоциональной синтонии (Там же: 252). Метафорой атмосферного единения, по нашему мнению, может служить хор, где человеческие голоса сливаются воедино в гармонию, а их совместное звучание становится значительно громче, чем один человеческий голос. В качестве примера можно привести атмосферу мужества воинов, несущихся с решимостью навстречу противнику, массовые празднества и торжества, в т. ч. в честь Нового года, Дня Победы и т. д. Противостояние атмосфер же образуется в несовпадении такой эмоциональной синтонии. Например, как отмечает Т. Грифферо, «побеждающей» атмосферой может оказаться символически глубокая торжественность, подействовавшая на того, кто вошел в церковь случайно или во власти дурных намерений» (Там же: 252).

6. Так, например, синестетические качества активно используются для создания *атмосферы Рождества* в розничных магазинах, где ароматы сосны, корицы и глинтвейна сочетаются со звуками традиционных гимнов и праздничных поп-мелодий; здесь конечная цель — привлечение покупателей в магазины благодаря «теплой» и «радушной» атмосфере (Julmi, 2016: 7).

Почему и как именно так происходит — этот вопрос концептуально еще мало разработан. Стоит особое внимание уделить *факторам восприятия атмосфер*, которые обуславливают как единство, так и разнообразие реакций. Так, все могут чувствовать атмосферы, этот процесс *интерсубъективен* и *публичен* (Griffero, 2017: 4). Благодаря этому атмосферы многих мест, событий, вещей и т. п. воспринимаются схожим образом. Например, атмосфера величественных пейзажей волнует и притягивает многих людей по всему миру. Вместе с тем такие факторы как личная биография субъекта, его установки, текущее эмоциональное, физиологическое состояние, контекст ситуации, осознаваемый или нет, накладывают отпечаток на *восприимчивость* к атмосферам, их *узнавание* и *отношение* к ним. Собственное *эмоциональное состояние* субъекта может служить либо «завесой», закрывающей и не пропускающей внешнюю атмосферу, либо, наоборот, способствовать большему вовлечению в нее. Примечательным является пример ситуации у Шмитца (Schmitz, 2003: 47–48), когда веселый человек, встречая печального (по «серьезным» причинам) человека, стремится не подбодрить его, побудить вернуть себе силу духа, но вместо этого сдерживает или совсем скрывает свою радость из уважения к личному пространству другого. Так происходит потому, что атмосферная печаль, исходящая от людей или вещей, наделена большей властью, чем атмосферная радость. Поэтому человек в печали обычно чувствует себя более вправе, чем человек веселый, погружаться в атмосферу, которая от него исходит и окружает его; и он не только ощущает резкий атмосферный контраст, соприкасаясь с радостной атмосферой (что усугубляет его печаль), но также и считает себя вправе более или менее явно протестовать против того, что он рассматривает как неоправданное (несправедливое?) счастье других (Гриффоро, 2016: 251).

Еще одним фактором является *физиологическое состояние субъекта*, которое также оставляет след на восприятии атмосфер. Даже самая радостная атмосфера праздника может оказаться не воспринятой в полной мере субъектом, у которого вдруг сильно заболел зуб. Или, к примеру, как пишет М. Хайдеггер, «расстройство желудка может вызвать мрачное отношение ко всему на свете. Все, что обычно воспринималось равнодушно, внезапно начинает раздражать и мешать» (Хайдеггер, 2006: 101–102). В зависимости от *контекста* ситуации, а также понимания смысла, значения атмосферы, можно почувствовать ее более или менее глубоко. Гриффоро приводит в пример сравнение — пребывание в церкви в качестве туристов, ожидающих автобуса, который отвезет их в другое место, и пребывание там верующих, ожидающих встречи с Богом (Griffero, 2014a: 30). Предполагается, что вторые глубже понимают значение атмосферы в церкви и больше вовлечены в происходящее. Или, например, если раньше атмосфера больницы вызывала страх, то начав там работать, субъект может почувствовать, что ему уже не страшно там, больница даже становится вторым домом, т. е. он привыкает к этой атмосфере (Griffero, 2018: 84).

Взаимосвязь атмосферы и субъекта предполагает и обратное влияние: *сам субъект может влиять на атмосферу*. Иными словами, действующий субъект

способен определять характер окружающего пространства. Подобный процесс взаимодействия может не казаться таким уж невероятным, т. к. даже физиологически организмы тесно связаны с окружающей средой посредством дыхания, теплообмена, иммунитета и т. д. Так и чувствующее тело, пребывая в бесповерхностном пространстве, способно *выделять* туда эмоции и чувства, *заполнять* его ими, создавать атмосферу, а также *вовлекать* туда других людей (Griffero, 2014b: 74). В этой связи Шмитц вводит понятие *инкорпорации*, означающее процесс, при котором «телесное самочувствие индивида выходит за пределы его тела» и «динамично-коммуникативным образом соединяется с партнерами или предметами». Инкорпорация призвана объяснить, *как* человек устанавливает чувственную связь с другими людьми и как благодаря этому процессу между ними возникает *общая (совместная)* атмосфера. В качестве примеров, иллюстрирующих инкорпорацию, он приводит общий труд (греблю, пиление, совместное музицирование), а также вечеринку, где люди вместе постепенно создают атмосферу веселья, раскованности и возбуждения (Шмитц, 2014: 218).

Мы выделяем чувства и эмоции из чувствующего тела в окружающее бесповерхностное пространство как *бессознательно*, так и *сознательно*. *Бессознательность* предполагает, что человек не контролирует, какие конкретно эмоции он выделяет в окружающую среду, это своего рода фоновый процесс, оставляющий их «следы» в бесповерхностном пространстве. В этой связи не зря употребляют выражение «выплеснуть эмоции». Как замечает Ян Слаби, грустный человек, излучающий «облако» печали, или человек, вспыхнувший от ярости, излучающий волны агрессии, представляют собой примечательные аффективные присутствия (presence) в сфере межличностного общения и даже вдохновляют на лингвистические изобретения — «cringeworthy» в английском языке или «Fremdschämen» в немецком (Slaby, 2019: 279). *Сознательное* выделение эмоций подразумевает управление ими, фокусировку определенного состояния в окружающее бесповерхностное пространство. Ярким примером может служить театр, где актеры *по сценарию* проецируют свое эмоциональное состояние вовне, тем самым создавая определенную атмосферу, которую чувствует зритель (Griffero, 2020: 180). Также атмосфера может создаваться как *индивидуально*, так и *коллективно*. В первом случае решающую роль играет одиночный субъект, во втором — группы, причем такая аффективная составляющая может способствовать *связи* участников пространственного взаимодействия, рождать у них чувство сопричастности и единения (d’Hauterres, 2015; Duff, 2010).

Проблема *создания и генерирования* атмосферы имеет, на наш взгляд, серьезную теоретическую перспективу. Это своего рода краеугольный камень для искусства и практических сфер деятельности. Эту проблему разрабатывал Гернот Бёме в своем теоретическом проекте «Новая эстетика» (neue Ästhetik). Немецкий философ стремится переосмыслить суть эстетики как теории чувственного опыта и переориентировать ее на проблематику *создания атмосфер*, причем не только в сфере искусства, но и в повседневной жизни, политике, экономике. «Атмосфера» — ключ-

ческое понятие новой эстетики. Бёме опирается на концепцию атмосферы Г. Шмитца, в частности, описывая основные свойства данного феномена (пространственность, невещественность, невидимость, связь с чувственным опытом субъекта), присутствие атмосферы у людей, вещей или пространств, но вместе с тем, рассматривает ее онтологию в отличной от Шмитца перспективе. Так, в трактовке Бёме атмосфера есть нечто промежуточное между объектом и субъектом (Böhme, 1993: 122)⁷. Он также указывает на понятие ауры Вальтера Беньямина (Беньямин, 1996), которое считает предтечей концепции атмосферы в эстетике, поскольку свойства ауры объектов во многом соответствуют свойствам атмосферы; например, для обоих понятий характерно определенное естественное впечатление или настроение и телесное восприятие его субъектом. Что касается создания атмосфер, то оно представляет собой целенаправленное использование *различных средств и способов* в работе с объектом (Böhme, 1993: 123). В качестве таких средств могут выступать звуки, запахи, свет, материалы, конструкции и др., при этом в каждой сфере деятельности есть свои особенности. Например, в *ландшафтном дизайне* с помощью сочетания воды, света и тени, цвета, деревьев, камней, строений, скал и т. д. можно создать пространства, где преобладает определенная атмосфера — безмятежная, героическая, меланхолическая или серьезная (Ibid.: 124)⁸. В целом идеи новой эстетики Бёме стали толчком для развития с начала 2000-х гг. проблематики атмосферы, в особенности в архитектуре (Canera et al., 2019: 4; Böhme, 2017).

В контексте проблемы создания атмосфер актуальным становится и вопрос о том, *как достигнуть задумываемой атмосферы*, действительно ли только сочетание тех или иных средств и способов дает желаемый результат? Какую роль играет тот, кто непосредственно создает атмосферу? Исходя из концепции атмосферы Шмитца, «творение» атмосферы можно рассматривать как целенаправленную деятельность человека или групп людей, наполненную определенными смыслами и эмоциями разной силы. Например, в *музыке* существуют различные средства музыкальной выразительности, такие как ритм, темп, лад, регистр, динамика и т. д., которые имеют определенные функции⁹, символическое значение¹⁰, а также спец-

7. Согласно Бёме, с одной стороны, атмосфера представляет пространство, в котором вещи ярко выражают свое присутствие через «экстазы» (термин Бёме, означающий «исход вещи из себя», то, что вещь выделяет из себя вовне). Атмосфера подобным образом связана с вещами, они ее излучают. С другой стороны, атмосфера связана с субъектом, поскольку сообщает ему его расположенность (Befindlichkeit), особое чувство того пространства, в котором он пребывает (Böhme, 2013: 16).

8. В качестве примера можно назвать пятитомный труд К. Хиршфельда (Hirschfeld, 2001), немецкого теоретика садоводства, философа и искусствоведа.

9. Так, например, *функция темпа* как скорости движения музыкального произведения состоит в упорядочивании его структуры, состоящей из соразмерных отрезков времени (Холопова, 2002: 109).

10. Символическое значение музыкальных средств выразительности проявляется в фиксации определенных смыслов, ассоциаций и образов, культурно и исторически обусловленных. К примеру, развитие звуковысотной линии приобретает у И. С. Баха следующее значение: «Мотив грехопадения Адама» в хорале «Durch Adams Fall ist ganz verderbt» изображает нисходящее движение, а в пасхальном пении «Erstanden ist der heilige Christ» воскресение изображается движением мелодии вверх (Лазутина, 2007: 57).

ифически влияют на физиологическое¹¹ и эмоциональное состояние¹² слушающего. Несмотря на то что музыкальные средства диктуют некоторые особенности их восприятия, они не исчерпывают сложности и глубины передаваемых чувств и эмоций. Особое значение здесь приобретает *атмосфера музыки*, которая всегда представляет собой *нечто большее, чем определенное сочетание звуков*. Атмосфера музыки есть чувства, эмоции и смысл, вложенные автором произведения и его исполнителем. Великие композиторы отличаются от всех остальных во многом именно способностью *создавать* мощную атмосферу в своих произведениях, а великие исполнители — способностью ее *передать, вовлечь* в нее слушателя. Значение атмосферы в музыке проявляется также в том, что атмосфера — *первое*, что ощущает субъект при восприятии музыки; после этого он различает свойства музыки (темы, мотивы, структуры, ритмы и т. д.) и интерпретирует фиксированные символические значения (Vaden, Torvinen, 2019: 47). В музыке, «фундаментальном атмосферном искусстве», по выражению Гернота Бёме (Böhme, 2000: 16), вопрос создания атмосферы является одним из самых важных и получает двойное выражение в проблемах композиции и исполнения.

Конечно, обозначенные выше с точки зрения проблемы чувственного познания особенности атмосфер не исчерпывают всего многообразия философских аспектов данного феномена. Также и вопрос о создании и генерировании атмосфер является гораздо более обширным, чем это можно представить в ограниченных рамках статьи. Коль скоро проблема атмосферной эстетики многосложна, обратимся теперь к возможностям ее исследования с точки зрения социологии, психологии и физиологии.

Социологии оказывается доступным исследование лингвистически выражаемого *результата* чувственного переживания атмосферы, а именно — выявление *субъективного «чувства атмосферы»*, а также *представлений* о ней. Люди могут выражать «чувство атмосферы», используя различные смыслы, ассоциации, имеющие эмоциональную окраску. С учетом того, что процесс восприятия атмосфер интересубъективен, предполагается, что возможности социологии охватывать как достаточно большие, так и малые социальные группы позволят сформировать некоторые *типичные* аспекты выражения различными группами «чувства атмосферы»¹³. Исследование «чувства атмосферы», а также различных практик

11. Так, быстрый темп вызывает у слушателя эффект возбуждения, способствует учащению дыхания, сердечных сокращений, артериального давления; медленный темп — наоборот (Bernardi, Porta, Sleight, 2006) и т. д.

12. Например, быстрый темп в мажоре вызывает радость, медленный темп в миноре — грусть и т. п. (Hunter, Schellenberg, Schimmack, 2010: 47).

13. В этой связи можно исследовать социальные группы, различающиеся по полу, возрасту, семейному положению, образованию, материальному положению, этнической принадлежности, профессии (особенно в сфере искусства) и др. Основными исследовательскими вопросами, на наш взгляд, являются следующие: а) какие чувства и эмоции испытывают индивиды при переживании той или иной атмосферы (можно изучать как их «непосредственное переживание», так и воспоминания об атмосфере); б) как атмосфера влияет на их практики и решения (например, в контексте досуга, работы, дома, путешествий и т. п.); в) как атмосфера влияет на отношения с людьми; г) как атмосфера влияет

с ним связанных, позволит перевести их повседневную самоочевидность в курс социальной науки. Любое отношение людей к пространству, к атмосферам, коль скоро оно имеет значение для наблюдений, следует принимать в расчет (Филиппов, 2008: 255).

Выявление «чувства атмосферы» под силу *качественной* социологии, направленной на выяснение глубинных состояний индивидов и смыслов, придаваемых ими различным явлениям. Акцент на эмоциях и чувствах индивидов требует более тонких (не количественных) исследовательских методов, таких как глубинное интервью, включенное наблюдение, автоэтнография и т. п., чувствительных к мельчайшим подробностям подобного опыта. Количественный же подход можно применить для измерения и сравнения долей респондентов с тем или иным мнением относительно определенных атмосфер, а также степени удовлетворенности, согласия с теми или иными утверждениями об атмосферах и т. д.

Что касается теоретико-методологической базы социологического изучения атмосфер, на сегодняшний момент наиболее подходящими, на наш взгляд, являются феноменологическая философия, новая феноменология Германа Шмитца, концепция атмосферы Гернота Бёме, теория квазивещей и концепция атмосферы Тонино Грифферио и др., рассматривающие чувственный опыт, переживание жизненного мира, особенности атмосфер и их восприятие. Одним из немногих социологических подходов, в котором большое внимание уделено атмосфере, является неофеноменологическая социология (*neophenomenological sociology*), разработанная Робертом Гугутцером (Robert Guggutzer). Приставка «нео» демонстрирует ее альтернативность традиционной феноменологической социологии, базирующейся на идеях Э. Гуссерля и А. Шюца. Неофеноменологическая социология стремится выявить и проанализировать эмпирические явления, которым социология уделяет относительно мало внимания, но которые, как показывает Гугутцер, имеют важное значение для понимания социального мира (Guggutzer, 2020: 3). Речь идет об аффективной вовлеченности субъекта (*affective involvement*), чувствующем теле (*felt-body*) и атмосфере. Согласно Гугутцеру, *аффективную вовлеченность* следует рассматривать как априорную форму социальности, поскольку она всегда относится к кому-либо или к чему-нибудь и создает основу для телесно-чувственной коммуникации с другими людьми, животными¹⁴, вещами, атмосферами. Основной субъект рассматривается как *patheur*¹⁵, т. е. индивид, не как рационально действующий, но как чувственно-телесно вовлеченный в социальные события (Ibid.: 5). В этой

на отношение к тем или иным местам, вещам, событиям и т. п.; д) практики создания задумываемой атмосферы (дома, на работе, в процессе досуга, путешествий, а также в процессе различных видов деятельности). Конечно, список может быть продолжен, но это требует отдельного и более подробного рассмотрения.

14. В этой связи чувственно-телесная коммуникация между человеком и животным также может быть подвергнута социологическому исследованию. Например, взгляд собаки может о многом «рассказать» человеку и даже повлиять на его дальнейшее поведение (Guggutzer, 2020: 12). Кто не наблюдал печальных взглядов своих питомцев, «говорящих», что уже давно пришло время подкрепиться?

15. Термин *patheur* Гугутцер заимствует у немецкого географа Юргена Хассе (Hasse, 2010).

связи Гугуцер делает акцент на категории социального действия как *пассивно-не-реживаемого*, что, в свою очередь, позволяет конкретизировать социологическую перспективу изучения взаимодействий людей с *атмосферами* в чувственно-телесном аспекте. Немецкий философ также предлагает решение проблемы *интер-субъективности* с помощью чувственно-телесной коммуникации, а именно за счет взаимной инкорпорации, позволяющей преодолеть разрыв между эго и альтер эго. Взаимная инкорпорация предполагает чувственно-телесное взаимовлияние взаимодействующих участников, «инстинктивно уверенных, что имеют дело с другим сознательным субъектом» (Ibid.: 8). В качестве примера Гугуцер приводит обмен взглядами в ситуации стыда. Еще одним ключевым понятием в неофеноменологической социологии, выступающим в качестве онтологической основы форм и практик социальной жизни, являются *совместные ситуации* (*gemeinsame Situationen*), в рамках которых осуществляется чувственно-телесная коммуникация индивидов. Здесь фундаментом для описания понятия, структуры и видов ситуаций для Гугуцера служит теория ситуаций Шмитца, которую он адаптирует для социологии, что позволяет, по его мнению, решить проблемы сравнения личности и общества и устранить разрыв между теорией действия и теорией структуры. Совместные ситуации могут выступать в качестве основного уровня анализа, а чувственно-телесное общение — как его наименьшая единица (Ibid.: 12). Тем самым неофеноменологическая социология, предлагая методологию исследования чувственно-телесной коммуникации субъекта, предоставляет возможности для разработки конкретных эмпирических исследований, в том числе проблемы «чувства атмосферы». В целом же социологическое исследование атмосферы представляется нам перспективным направлением, способным эмпирически раскрыть многообразии аспектов взаимосвязи людей и атмосфер.

Феномен атмосферы рассматривается также в *психологии* с точки зрения *групповой динамики*, а также как *маркетинговый инструмент*. В рамках первого направления понятие атмосферы не является четко установленным (Julmi, 2017: 8), но в целом представляет собой характер эмоций, возникающих во *взаимоотношениях индивидов*. Здесь атмосфера полностью субъективна, не является объективной характеристикой группы и именно поэтому может по-разному восприниматься разными ее участниками (Ibid.: 9). Атмосфера как психологическая переменная измеряется количественно с помощью шкал. Так, например, Шкала групповой атмосферы (Group Atmosphere Scale) имеет 12 подшкал, каждая из которых содержит по 10 утверждений «верно-неверно» о групповом поведении (Silbergeld et al., 1975). Еще одним выражением идеи атмосферы в психологии выступает концепция *социально-психологического климата*. Терминологически данное понятие имеет различные выражения: морально-психологический климат, социально-нравственная атмосфера, психологический настрой, социально-психологическая обстановка и т. п. Изучение подобного климата основывается на выявлении особенностей поведения участников коллективов, их самостоятельной оценки, а также внешних параметрах (например, текучесть кадров, производительность, качество труда

и т. д.). Подчеркивается важность формирования «правильной» атмосферы в семье, в трудовых, научных, педагогических (особенно) и детских коллективах (Левин, 2000; Бойко, Ковалев, Панферов, 1983; Johannesson, 1973).

Исследования атмосферы в *маркетинге* рассматривают ее, например, в контексте торговых площадей, изучая влияние различных стимулов окружающей среды (например, цвета, температуры, света, акустики, запаха, вкуса) на восприятие. Такие исследования имеют прикладное значение, поскольку: а) демонстрируют влияние атмосферы на имидж предприятия, события, продукта (Kotler, 1973; Bitner, 1990; Turley, Milliman, 2000); б) позволяют выявить конкретные приемы и способы создания атмосфер, формирующих необходимое потребительское поведение (Spence et al., 2014). Основная парадигма, используемая в подобных исследованиях атмосферы — «Стимул — Организм — Реакция» (S-O-R). Организм (в данном случае покупатель) подвергается воздействию различных внешних стимулов окружающей среды, обрабатывает их и затем реагирует соответствующим образом. Однако среди ученых дискуссионным остается вопрос о том, к чему относится атмосфера — к внешнему стимулу или внутреннему состоянию (Julmi, 2017: 7). В поисках разрешения подобного дуализма некоторые психологи обращаются к концепциям Г. Шмитца, Г. Бёме, Р. Мюллана, Я. Слаби (Ibid.: 14), предлагающих *иное* видение проблемы субъективности-объективности и в целом *сущности* атмосфер.

В этой связи психология может *расширить* существующую проблематику и исследовать: а) субъективные чувственные ощущения различных атмосфер; б) особенности индивидуального поведения в атмосферах различных мест, событий и т. д.; в) субъективные впечатления и отношение к различным средствам создания атмосферы. Например, итальянскими учеными было проведено исследование атмосферы отдельных архитектурных пространств (Canepa et al., 2019), основой которого стала феноменологическая теория и теория воплощенного познания. Основная гипотеза исследования состояла в том, что человеческое тело может установить эмпатическую связь с окружающей искусственной средой (built environment), внутренне моделируя (interiorly simulating) ее некоторые архитектурные особенности (форму, пропорции, ритм, материалы, свет и тень, температуру, звуки). Предполагалось, что именно атмосфера способствует активизации и определению эмпатической связи между индивидом и архитектурной средой (Ibid.: 7)¹⁶. В результате исследования авторы определили четкое соответствие между предполагаемой индивидуальной способностью сопереживать опыту дру-

16. Авторами был проведен эксперимент, где 205 участникам предлагалось наблюдать в виртуальной реальности 21 вариант коридора, разделенный на 5 категорий в зависимости от дизайна. Для чистоты эксперимента категории различались только по одной атмосферной переменной дизайна. Предварительно участники заполнили анкету «Interpersonal Reactivity Index» (B-IRI) для оценки склонности к эмпатической отзывчивости. После просмотра коридоров кандидатам было предложено заполнить анкету, включающую вопросы для самооценки по шкале эмоционального возбуждения (emotional arousal) и эмоционального тона, валентности (hedonic valence) от 1 до 9 баллов. В результате была выявлена прямая корреляция между показателями индекса B-IRI и показателями возбуждения и валентности участников.

ного человека и потенциальной эмпатической реакцией на определенные конфигурации архитектурного окружения (Ibid.: 22).

Важной проблемой в контексте исследования атмосфер является *изучение и регистрация состояний* индивида в момент его взаимодействия с атмосферой. Этим занимаются *физиологи*¹⁷. Так, например, в 2005–2006 гг. японские ученые провели исследование физиологических эффектов прогулок «синрин-йоку» (Shinrin-yoku) (Park et al., 2010), подразумевающих контакт с лесной атмосферой и погружение в нее. В ходе исследований было выявлено, что встреча с атмосферой леса благотворно влияет на физиологическое и психическое состояние человека: снижается концентрация кортизола, частота пульса, кровяное давление, повышается активность парасимпатического нерва и т. п. (Ibid.: 25). На наш взгляд, подобные исследования в природной среде и в других пространствах, способные предоставить количественные данные об особенностях изменения состояний индивида в разных местах, могут послужить отправной точкой для своего рода «картографии атмосфер», хотя это пока гипотеза.

Подводя итоги, отметим, что феномен атмосферы открывает перед исследователями широкий горизонт разнообразных теоретических и практических проблем. Вместе с тем в дальнейшем уточнении и прояснении нуждается онтологический статус понятия атмосферы. Это, в свою очередь, создаст основу для систематического исследования его многообразных аспектов: чувственно-телесного резонанса при столкновении с определенными атмосферами, силы их воздействия, факторов их восприятия и, наконец, целенаправленного создания и генерирования атмосфер. Последнее позволит поставить вопрос о возможности управления атмосферами в разных сферах жизни, особенно в искусстве. Осмысленный подход к феномену атмосферы невозможен без объединения усилий разных дисциплин. Комплексное изучение атмосфер позволит нам обратить внимание на новые аспекты нашего существования и даст импульс развитию новых областей знания.

Литература

- Беньямин В. (1996). Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / Пер. с нем. С. А. Ромашко М.: Медиум.
- Бойко В. В., Ковалев А. Г., Панферов В. Н. (1983). Социально-психологический климат коллектива и личность. М.: Мысль.
- Бредникова О. Е., Запорожец О. Н. (2016). Ветер, усталость и романтика ночи (об особенностях новых жилых массивов) // *Laboratorium*. № 2. С. 103–119.

17. Исследовательскими вопросами, вызывающими, по нашему мнению, интерес, могут стать следующие: а) как переживание разных атмосфер отражается на нашем теле физиологически (активность мозга, частота пульса, температура и т. п.); б) как при разных условиях (различные архитектурные пространства, время года/дня, природные явления, в т. ч. погода и т. п.) одна и та же атмосфера места может восприниматься человеком; в) как организм человека физиологически реагирует на различные архитектурные, музыкальные, изобразительные, театральные и прочие средства создания атмосферы.

- Гуссерль Э. (2004). Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология: введение в феноменологическую философию / Пер. с нем. Д. В. Складнева. СПб.: Владимир Даль.
- Гуссерль Э. (2005). Избранные работы / Сост. В. А. Куренной. М.: Территория будущего.
- Грифферо Т. (2016). Кто боится атмосфер (и их власти)? / Пер. с англ. Д. А. Павловой, А. В. Полякова, Ю. А. Щёктова под ред. С. С. Хоружего // Фонарь Диогена. № 2. С. 240–263.
- Дидро Д. (1989). Салоны. Т. 2 / Пер. с фр. И.Я. Волевич и др. М.: Искусство.
- Лазутина Т. В. (2007). Символотворчество в музыке И. С. Баха // Вестник Томского государственного университета. № 1. С. 55–60.
- Левин К. (2000). Разрешение социальных конфликтов / Пер. с англ. И. Ю. Авидон. СПб.: Речь.
- Ноздрачев А. Д., Щербатых Ю. В. (2021). Физиология и психология — диалектика взаимодействия при решении психофизиологической проблемы // Российский физиологический журнал им. И. М. Сеченова. Т. 107. № 2. С. 154–176.
- Ольденбург Р. (2014). Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Пер. с англ. А. А. Широкановой. М.: Новое литературное обозрение.
- Филиппов А. Ф. (2009). Прикладная социология пространства // Социологическое обозрение. Т. 8. № 3. С. 3–15.
- Филиппов А. Ф. (2008). Социология пространства. СПб.: Владимир Даль.
- Шмитц Г. (2014). Феноменология телесности / Пер. с нем. К. Лоцевского // Социология власти. Т. 1. С. 200–235.
- Хайдеггер М. (2006). Ницше. Т. 1 / Пер. с нем. А. П. Шурбелева. СПб.: Владимир Даль.
- Холопова В. Н. (2010). Теория музыки: мелодика, ритмика, фактура, тематизм. СПб.: Лань.
- Adey P. (2014). Security Atmospheres or the Crystallisation of Worlds // Environment and Planning D: Society and Space. Vol. 32. № 5. P. 834–851.
- Anderson B. (2009). Affective Atmospheres // Emotion, Space and Society. Vol. 2. № 2. P. 77–81.
- Bernardi L., Porta C., Sleight P. (2006). Cardiovascular, Cerebrovascular, and Respiratory Changes Induced by Different Types of Music in Musicians and Non-musicians: The Importance of Silence // Heart. Vol. 92. № 4. P. 445–452.
- Bitner M. J. (1990). Evaluating Service Encounters; The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses // Journal of Marketing. Vol. 54. № 2. P. 69–82.
- Böhme G. (1993). Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics // Thesis Eleven. Vol. 36. P. 113–126.
- Böhme G. (2000). Acoustic Atmospheres: A Contribution to the Study of Ecological Aesthetics // Soundscape. Vol. 1. № 1. P. 14–18.
- Böhme G. (2003). Leibsein als Aufgabe: Leibphilosophie in pragmatischer Hinsicht. Kusterdingen: Die Graue.

- Borch C.* (ed.). (2014). *Architectural Atmospheres: On the Experience and Politics of Architecture*. Basel: Birkhäuser.
- Böhme G.* (2017). *Atmospheric Architectures: The Aesthetics of Felt Spaces*. L.: Bloomsbury.
- Canepa E., Scelsi V., Fassio A., Avanzino L., Lagravinese G., Chiorri C.* (2019). *Atmospheres: Feeling Architecture by Emotions // Ambiances*. Vol. 5. P. 1–29.
- d’Hauteserre A. M.* (2015). *Affect Theory and the Attractivity of Destinations // Annals of Tourism Research*. Vol. 55. P. 77–89.
- Dekel I., Vinitzky-Seroussi V.* (2017). *A Living Place: on the Sociology of Atmosphere in Home Museums // European Journal of Cultural and Political Sociology*. Vol. 4. № 3. P. 336–362.
- Duff C.* (2010) *On the Role of Affect and Practice in the Production of Place // Environment and Planning D: Society and Space*. Vol. 28. № 5. P. 881–895.
- Gaudin O., Le Calvé M.* (2018). *La traversée des Ambiances // Communications*. Vol. 1. P. 5–23.
- Griffero T.* (2014a). *Atmospheres and Lived Space // Studia Phaenomenologica*. Vol. 14. P. 29–51.
- Griffero T.* (2014b). *Atmospheres: Aesthetics of Emotional Spaces*. Farnham: Ashgate.
- Griffero T.* (2017). *Quasi-things: The Paradigm of Atmospheres*. Albany: SUNY Press.
- Griffero T.* (2018). *Something More. Atmospheres and Pathic Aesthetics // Griffero T., Moretti G. (eds.). Atmosphere/Atmospheres: Testing a New Paradigm*. Milan: Mimesis International. P. 75–89.
- Griffero T.* (2019). *Places, Affordances, Atmospheres: A Pathic Aesthetics*. L.: Routledge.
- Gugutzer R.* (2020). *Beyond Husserl and Schütz. Hermann Schmitz and Neophenomenological Sociology // Journal for the Theory of Social Behaviour*. Vol. 50. № 2. P. 184–202.
- Hasse J.* (2010). *Raum der Performativität: «Augenblicksstätten» im Situationsraum des Sozialen // Geographische Zeitschrift*. Vol. 98. № 2. P. 65–82.
- Hirschfeld C. C. L.* (2001). *Theory of Garden Art*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hunter P. G., Schellenberg E. G., Schimmack U.* (2010). *Feelings and Perceptions of Happiness and Sadness Induced by Music: Similarities, Differences, and Mixed Emotions // Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Vol. 4. № 1. P. 47–56.
- Husserl E.* (1989). *Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy. Second Book: Studies in the Phenomenology of Constitution*. Dordrecht: Kluwer.
- Johannesson R. E.* (1973). *Some Problems in the Measurement of Organizational Climate // Organizational Behavior and Human Performance*. Vol. 10. № 1. P. 118–144.
- Julmi C.* (2016). *Conquering New Frontiers in Research on Store Atmospheres: Kinetic and Synesthetic Qualities // Ambiances*. Art. 723.
- Julmi C.* (2017). *The Concept of Atmosphere in Management and Organization Studies // Organizational Aesthetics*. Vol. 6. № 1. P. 4–30.

- Kotler P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool // *Journal of Retailing*. Vol. 49. № 4. P. 48–64.
- Pallasmaa J. (2014). Space, Place and Atmosphere. Emotion and Peripheral Perception in Architectural Experience // *Lebenswelt: Aesthetics and Philosophy of Experience*. Vol. 4.
- Park B. J., Tsunetsugu Y., Kasetani T., Kagawa T., Miyazaki Y. (2010). The Physiological Effects of Shinrin-yoku (Taking in the Forest Atmosphere or Forest Bathing): Evidence from Field Experiments in 24 Forests across Japan // *Environmental Health and Preventive Medicine*. Vol. 15. № 1. P. 18–26.
- Pink S., Leder Mackley K. (2016). Moving, Making and Atmosphere: Routines of Home as Sites for Mundane Improvisation // *Mobilities*. Vol. 11. № 2. P. 171–187.
- Riedel F., Torvinen J. (eds.). (2019). *Music as Atmosphere: Collective Feelings and Affective Sounds*. L.: Routledge.
- Schmitz H. (1969) *System der Philosophie*. Bd. III: Der Raum. Bonn: Bouvier.
- Schmitz H. (2003). *Was ist Neue Phänomenologie?* Rostock: Koch.
- Schmitz H., Müllan R., Slaby J. (2011). Emotions Outside the Box: The New Phenomenology of Feeling and Corporeality // *Phenomenology and the Cognitive Sciences*. Vol. 10. № 2. P. 241–259.
- Schmitz H. (2019). *New Phenomenology: A Brief Introduction*. Milan: Mimesis International.
- Slaby J. (2019). Atmospheres—Schmitz, Massumi and Beyond // Riedel F., Torvinen J. (eds.). *Music as Atmosphere: Collective Feelings and Affective Sounds*. L.: Routledge. P. 274–285.
- Spence C., Puccinelli N. M., Grewal D., Roggeveen A. L. (2014). Store Atmospherics: A Multisensory Perspective // *Psychology & Marketing*. Vol. 31. № 7. P. 472–488.
- Slatman J. (2019). The Körper-Leib Distinction // Weiss G., Murphy A., Salamon G. (eds.). *50 Concepts for a Critical Phenomenology*. Illinois: Northwestern University Press. P. 203–209.
- Silbergeld S., Koenig G. R., Manderscheid R. W., Meeker B. F., Hornung C. A. (1975) Assessment of Environment-Therapy Systems: The Group Atmosphere Scale // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. Vol. 43. № 4. P. 460–469.
- Tellenbach H. (1968). *Geschmack und Atmosphäre: Medien menschlichen Elementarkontaktes*. Salzburg: O. Müller.
- Trigg D. (ed.). (2021). *Atmospheres and Shared Emotions*. L.: Routledge.
- Turley L. W., Milliman R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence // *Journal of Business Research*. Vol. 49. № 2. P. 193–211.
- Vaden T., Torvinen J. (2019). Musical Meaning in Between: Ineffability, Atmosphere and a Subjectivity in Musical Experience // Riedel F., Torvinen J. (eds.). *Music as Atmosphere: Collective Feelings and Affective Sounds*. L.: Routledge. P. 43–59.
- Zumthor P. (2006). *Atmospheres: Architectural Environments — Surrounding Objects*. Basel: Birkhäuser.

The Phenomenon of the Atmosphere as an Object of Interdisciplinary Research

Maya Mazayeva

Master of Sociology, Lecturer, Department of World History and Socio-political Subjects, Makhambet Utemisov West Kazakhstan University

Address: Nursultan Nazarbayev ave., 162, Oral, Republic of Kazakhstan 090000

E-mail: maykanam1@gmail.com

The article examines the features of human interaction with the atmosphere as a phenomenon, acquiring an independent ontological status in modern concepts of the atmosphere. The author explores the existing philosophical concepts of atmosphere which actualize the adoption of a new category, that is, a “quasi-thing”, to define phenomena similar to the atmosphere that do not fit into the “thing” concept. Atmospheres as quasi-things are perceived through the felt-body (*Leib*) in which they excite sensory-bodily resonance, which in turn is linked to a mind-body problem which is now of an interdisciplinary nature. In this regard, an attempt is made to comprehensively review the perspective philosophical, sociological, psychological, and physiological aspects of the relationship between the subjective state of mind and the objective atmosphere. The atmosphere creation problem, which has long been studied in arts and currently requires a conceptualization through aesthetic theory, has a special value.

Keywords: atmosphere, quasi-thing, sensual cognition, felt-body, material body, mind-body problem, emotions

References

- Adey P. (2014) Security Atmospheres or the Crystallisation of Worlds. *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 32, no 5, pp. 834–851.
- Anderson B. (2009) Affective Atmospheres. *Emotion, Space and Society*, vol. 2, no 2, pp. 77–81.
- Benjamin W. (1996) *Proizvedenie iskusstva v jepohu ego tehniceskoy vosproizvodimosti* [The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction], Moscow: Medium.
- Bernardi L., Porta C., Sleight P. (2006) Cardiovascular, Cerebrovascular, and Respiratory Changes Induced by Different Types of Music in Musicians and Non-musicians: The Importance of Silence. *Heart*, vol. 92, no 4, pp. 445–452.
- Bitner M. J. (1990) Evaluating Service Encounters; the Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, vol. 54, no 2, pp. 69–82.
- Böhme G. (1993) Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics. *Thesis Eleven*, vol. 36, pp. 113–126.
- Böhme G. (2000) Acoustic Atmospheres: A Contribution to the Study of Ecological Aesthetics. *Soundscape*, vol. 1, no 1, pp. 14–18.
- Böhme G. (2003) *Leibsein als Aufgabe: Leibphilosophie in pragmatischer Hinsicht*, Kusterdingen: Die Graue.
- Böhme G. (2017). *Atmospheric Architectures: The Aesthetics of Felt Spaces*, London: Bloomsbury.
- Bojko V., Kovalev A., Panferov V. (1983) *Social'no-psihologicheskij klimat kollektiva i lichnost'* [Sociopsychological Climate of the Collective and Personality], Moscow: Mysl.
- Borch C. (ed.). (2014) *Architectural Atmospheres: On the Experience and Politics of Architecture*, Basel: Birkhäuser.
- Brednikova O., Zaporozhec O. (2016) Veter, ustalost' i romantika nochi (ob osobennostjah novyh zhilyh massivov) [Wind, Fatigue, and Romance of the Night (on Peculiarities of New Residential Areas)]. *Laboratorium*, no 2, pp. 103–119.
- Canepa E., Scelsi V., Fassio A., Avanzino L., Lagravinese G., Chiorri C. (2019) Atmospheres: Feeling Architecture by Emotions. *Ambiances*, no 5.

- d'Hauterres A. M. (2015) Affect Theory and the Attractivity of Destinations. *Annals of Tourism Research*, vol. 55, pp. 77–89.
- Dekel I., Vinitzky-Seroussi V. (2017) A Living Place: on the Sociology of Atmosphere in Home Museums. *European Journal of Cultural and Political Sociology*, vol. 4, no 4, pp. 336–362.
- Diderot D. (1989) *Salony. T. 2* [Salons, Vol. 2], Moscow: Iskusstvo.
- Duff C. (2010) On the Role of Affect and Practice in the Production of Place. *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 28, no 5, pp. 881–895.
- Filippov A. (2008) *Sociologija prostranstva* [Sociology of Space], Saint Petersburg: Vladimir Dal.
- Filippov A. (2009) Prikladnaja sociologija prostranstva [The Applied Sociology of Space]. *Russian Sociological Review*, vol. 8, no 3, pp. 3–15.
- Gaudin O., Le Calvé M. (2018) La traversée des Ambiances. *Communications*, vol. 1, pp. 5–23.
- Griffero T. (2014) Atmospheres and Lived Space. *Studia Phaenomenologica*, vol. 14, pp. 29–51.
- Griffero T. (2014) *Atmospheres: Aesthetics of Emotional Spaces*, Farnham: Ashgate.
- Griffero T. (2016) Kto boitsja atmosfer (i ih vlasti)? [Who is Afraid of Atmospheres (and Their Power)]. *Diogenes' Lantern*, vol. 2, no 2, pp. 240–263.
- Griffero T. (2017) *Quasi-things: The Paradigm of Atmospheres*, Albany: SUNY Press.
- Griffero T. (2018) Something More: Atmospheres and Pathic Aesthetics. *Atmosphere/Atmospheres: Testing a New Paradigm* (eds. T. Griffero, G. Moretti), Milan: Mimesis International, pp. 75–89.
- Griffero T. (2019) *Places, Affordances, Atmospheres: A Pathic Aesthetics*, London: Routledge.
- Gugutzer R. (2020) Beyond Husserl and Schütz: Hermann Schmitz and Neophenomenological Sociology. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, vol. 50, no 2, pp. 184–202.
- Hasse J. (2010) Raum der Performativität: "Augenblicksstätten" im Situationsraum des Sozialen. *Geographische Zeitschrift*, vol. 98, no 2, pp. 65–82.
- Heidegger M. (2006) *Nietzsche. T. 1* [Nietzsche, Vol. 1], Saint Petersburg: Vladimir Dal.
- Hirschfeld C. C. L. (2001) *Theory of Garden Art*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Hunter P. G., Schellenberg E. G., Schimmack U. (2010) Feelings and Perceptions of Happiness and Sadness Induced by Music: Similarities, Differences, and Mixed Emotions. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, vol. 4, no 1, pp. 47–56.
- Husserl E. (1989) *Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy, Second Book: Studies in the Phenomenology of Constitution*, Dordrecht: Kluwer.
- Husserl E. (2004) *Krizis evropejskih nauk i transcendental'naja fenomenologija: Vvedenie v fenomenologicheskiju filosofiju* [The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology: An Introduction to Phenomenological Philosophy], Saint Petersburg: Vladimir Dal'.
- Husserl E. (2005) *Izbrannye raboty* [Selected Works], Moscow: Territoria budushchego.
- Johannesson R. E. (1973) Some Problems in the Measurement of Organizational Climate. *Organizational Behavior and Human Performance*, vol. 10, no 1, pp. 118–144.
- Julmi C. (2016) Conquering New Frontiers in Research on Store Atmospheres: Kinetic and Synesthetic Qualities. *Ambiances*, art. 723.
- Julmi C. (2017) The Concept of Atmosphere in Management and Organization Studies. *Organizational Aesthetics*, vol. 6, no 1, pp. 4–30.
- Kholopova V. (2010) *Teorija muzyki: melodika, ritmika, faktura, tematizm* [Music Theory: Melody, Rhythm, Texture, Thematism], Saint Petersburg: Lan'.
- Kotler P. (1973) Atmospherics as a Marketing Tool. *Journal of Retailing*, vol. 49, no 4, pp. 48–64.
- Lazutina T. (2007) Simvolotvorchestvo v muzyke I. S. Baha [The Symbol Creation in Music of I. S. Bach]. *Bulletin of the Tomsk State University*, no 1, pp. 55–60.
- Lewin K. (2000) *Razreshenie social'nyh konfliktov* [Resolution of Social Conflicts], Saint Petersburg: Rech'.
- Nozdrachev A., Scherbatykh Y. (2021) Fiziologija i psihologija — dialektika vzaimodejstviya pri reshenii psihofiziologicheskoy problem [Physiology and Psychology-Dialectics of Interaction in Solving a Psychophysiological Problem]. *Russian Journal of Physiology*, vol. 107, no 2, pp. 154–176.
- Oldenburg R. (2014) *Tret'e mesto: kafe, kofejni, knizhnye magaziny, bary, salony krasoty i drugie mesta "tusovok" kak fundament soobshhestva* [Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the "Great Good Places" at the Heart of Our Communities], Moscow: New Literary Observer.

- Pallasmaa J. (2014) Space, Place and Atmosphere. Emotion and Peripheral Perception in Architectural Experience. *Lebenswelt*, vol. 4.
- Park B. J., Tsunetsugu Y., Kasetani T., Kagawa T., Miyazaki Y. (2010) The Physiological Effects of Shinrin-yoku (Taking in the Forest Atmosphere or Forest Bathing): Evidence from Field Experiments in 24 Forests across Japan. *Environmental Health and Preventive Medicine*, vol. 15, no 1, pp. 18–26.
- Pink S., Leder Mackley K. (2016) Moving, Making and Atmosphere: Routines of Home as Sites for Mundane Improvisation. *Mobilities*, vol. 11, no 2, pp. 171–187.
- Riedel F., Torvinen J. (eds.) (2019) *Music as Atmosphere: Collective Feelings and Affective Sounds*, London: Routledge.
- Schmitz H. (1969) *System der Philosophie, Bd. III: Der Raum*, Bonn: Bouvier.
- Schmitz H. (2003) *Was ist Neue Phänomenologie?*, Rostock: Koch.
- Schmitz H. (2014) Fenomenologija telesnosti [The Phenomenology of Corporeality]. *Sociology of Power*, no 1, pp. 200–235.
- Schmitz H. (2019) *New Phenomenology: A Brief Introduction*, Milan: Mimesis International.
- Schmitz H., Müllan R., Slaby J. (2011) Emotions Outside the Box: The New Phenomenology of Feeling and Corporeality. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, vol. 10, no 2, pp. 241–259.
- Silbergeld S., Koenig G. R., Manderscheid R. W., Meeker B. F., Hornung C. A. (1975) Assessment of Environment-therapy Systems: The Group Atmosphere Scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, vol. 43, no 4, pp. 460–469.
- Slaby J. (2019) Atmospheres: Schmitz, Massumi and Beyond. *Music as Atmosphere. Collective Feelings and Affective Sounds* (eds. F. Riedel, J. Torvinen), London: Routledge, pp. 274–285.
- Slatman J. (2019) The Körper-Leib Distinction. *50 Concepts for a Critical Phenomenology* (eds. G. Weiss, A. Murphy, G. Salamon), Illinois: Northwestern University Press, pp. 203–209.
- Spence C., Puccinelli N. M., Grewal D., Roggeveen A. L. (2014) Store Atmospherics: A Multisensory Perspective. *Psychology & Marketing*, vol. 31, no 7, pp. 472–488.
- Tellenbach H. (1968) *Geschmack und Atmosphäre: Medien Menschlichen Elementarkontaktes*, Salzburg: O. Müller.
- Trigg D. (ed.) (2021) *Atmospheres and Shared Emotions*, London: Routledge.
- Turley L. W., Milliman R. E. (2000) Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, vol. 49, no 2, pp. 193–211.
- Vaden T., Torvinen J. (2019) Musical Meaning in Between: Ineffability, Atmosphere and Asubjectivity in Musical Experience. *Music as Atmosphere: Collective Feelings and Affective Sounds* (eds. F. Riedel, J. Torvinen), London: Routledge, pp. 43–59.
- Zumthor P. (2006) *Atmospheres: Architectural Environments — Surrounding Objects*, Basel: Birkhäuser.