


Quantum-holistic categories of social communications

<p>Oleksandr Kholod, <i>Doctor of Science in Philology, Head of the Department of Journalism, E-mail: akholod@ukr.net, https://orcid.org/0000-0002-6851-0176 ResearcherID: AAD-5598-2019 Vasil Stefanik Carpathian National University, Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76000.</i></p>	<p><i>Citation:</i> Kholod, O. (2022). Quantum-holistic categories of social communications. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, Vol. 14(2), 9–34 DOI: 10.51423/2524-0471-2021-14-2-1</p> <p>© Kholod, O. (2022).  Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	--

Annotation

Today, among specialists in social communications there is a lack of knowledge about the quantum-holistic categories of social communications, both the process of social and the process of social activity.

The **aim** of our study was to identify and describe quantum-holistic categories of social communication processes.

Through our study, we have chosen a transformed **methodology** of holism, which argues that the integrity of the world is a consequence of creative evolution. Such evolution is guided by the intangible and unknowable «integrity factor» (in Jan Smuts's terminology). The transformation of the ideas of holism is based on the basic principles of quantum mechanics, which we have adapted to the social sciences. We also used in the study methods of analysis and synthesis, deduction and induction, and the method of classification.

The **research methodology** determined the differentiation of quantum-holistic categories of social communications into social and public; identification of three mandatory elements of the philosophy of knowledge of any subject of discussion, namely: identification, content, and functionality; analysis of known and little-known concepts of classification of philosophical categories in order to identify features that are consistent with our methodological conceptual concept of quantum-holistic categories of social communication processes; on the basis of the carried out analysis of isolation and nomination of ontological (metaphysical) and epistemological (epistemological) descriptive categories of processes of social communications.

In **conclusion**, the author argues that the identification of quantum-holistic categories of social communication processes should be carried out both from a social and social point of view. The author proposes to consider as descriptive quantum-holistic categories of social communication processes «quantum (portion of energy)», «Whole», «Information», «living / inanimate», «action / peace», «society / non-society».

Keywords: social communications, philosophy of communication, categories, quantum, holism.

Квантово-холістичні категорії соціальних комунікацій**Олександр Холод,***доктор філологічних наук,**завідувач кафедри журналістики**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника**(м. Івано-Франківськ, Україна)***Вступ**

Проблема дослідження полягає в тому, що сьогодні невелика кількість фахівців із соціальних комунікацій може чітко сформулювати квантово-холістичні категорії соціальних комунікацій як процес, або як суспільну активність. Зазначимо, що терміни «соціальний» (social) і «суспільний» (public, іноді – societal) будемо розрізняти. Під соціальними процесами розумітимемо «способи взаємодії індивідів і груп, пристосування й переналаштування та встановлення відносин і моделі поведінки, які знову змінюються через соціальні взаємодії» (Social Processes: The Meaning, Types, Characteristics of Social Processes, 2022, May 5). Додатково будемо мати на увазі, що соціальні процеси є «способами взаємодії індивідів і груп та встановленням соціальних відносин» (Social Processes-I, 2022, May 5), які існують у «різних формах соціальної взаємодії, як-от: співпраці, конфлікті, конкуренції та розміщенні тощо» (Social Processes-I, 2022, May 5). Урахуємо, що поняття «соціальний процес» «виросло з додатків законів біології, зокрема ботаніки» і було пристосовано «до явищ соціального життя людей» (Sister Mary Liguori, 1942). Сьогодні соціологи спираються на визначення соціального процесу як на «будь-який вид руху, модифікації, трансформації, чергування або еволюції, ... будь-яка зміна даного досліджуваного об'єкта протягом певного часу, чи зміна його місця в просторі, чи модифікація його кількісних, чи якісних характеристик» (Сорокин, 1992).

На відміну від поняття «соціальний процес», поняття «суспільний (public – публічний) процес» означає той, що «зазвичай містить набагато менше деталей, ніж приватний процес, і зосереджується на показі лише діяльності та частин процесу, які мають відношення до інших учасників процесу» (What do the terms private process and public process mean? 2022, May 6). Іноді, замість терміна «соціальний процес», уживають слова «соціетальний (societal) процес», який фахівцями вживається в маркетинговій практиці й має назву «концепція соціального маркетингу». Суть останнього полягає в тому, «що завданням організації є визначити потреби, бажання та інтереси цільових ринків і забезпечити бажане задоволення ефективніше за конкурентів, таким чином, щоб зберегти або підвищити інтереси споживачів і добробут суспільства» (Societal Marketing, 2022, May 6). Маркетологи «повинні збалансувати й жонглювати часто суперечливими критеріями прибутку компанії, бажанням споживачів та суспільними інтересами» (Societal Marketing, 2022, May 6). Варто звернути увагу на тлумачення соціального процесу, який пов'язується з терміном «суспільні відносини» (Недюха, 2018: 188–189). Для України суспільні відносини пов'язані «переважно із самоорганізаційним потенціалом українського суспільства, молодістю, неусталеною демократією та спрямовані на забезпечення вільного розвитку громадян країни відповідно до європейських і загальнолюдських цінностей, соціальних і культурних процесів, звичайно, із корекцією на умови модернізаційного розвитку» (Недюха, 2018: 200). Отже, термін «суспільний» передбачає участь у соціальному житті суспільства, яке ґрунтується на самоорганізації й демократичних засадах. Термін «соціальний» визначається як процес взаємодії між

індивідами й соціальними групами для встановлення соціальних відносин. Надалі будемо розрізняти згадані поняття. З огляду на проблему, яку ми окреслили в тезі на початку, формулювання філософії соціальних комунікацій необхідно розглядати із двох аспектів, зокрема як із позиції соціального процесу, так і з позиції суспільного процесу (див. рис. 1 далі).

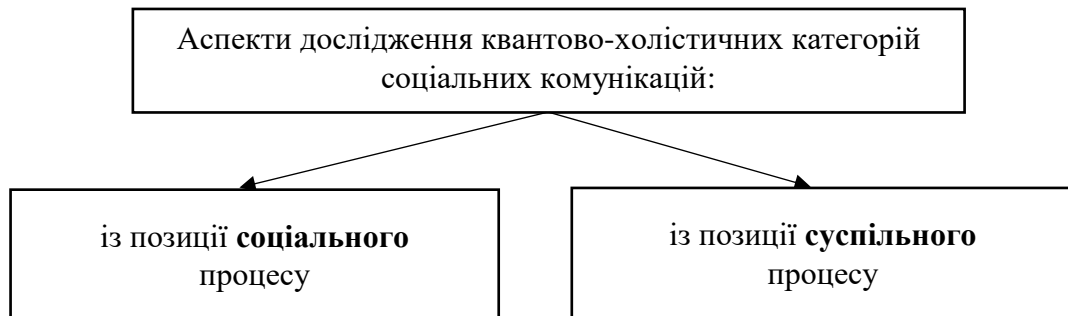


Рис. 1 Різні аспекти формулювання уявлення про аспекти дослідження квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій

Історія дослідження квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій пов'язана з історією вивчення філософії комунікації. Саме тому ми почнемо аналіз результатів досліджень квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій із тих наукових праць, які стосуються проблем вивчення філософії комунікації. Урахуємо при цьому, що усвідомлення філософії будь-якого предмета пізнання складається із трьох елементів: 1) ідентифікації, 2) змісту (структури), 3) функціональності. Процес ідентифікації починається з віднесення предмета аналізу до форми, виду чи роду предметів навколишнього середовища, предметів буття завдяки опису характерних ознак предмета (явища, процесу). Потім пізнання продовжується усвідомленням змісту (структури) предмета обговорення та їх зв'язків один з одним та зі світом. Функціональність предмета аналізу виявляється за допомогою встановлення діапазону практичного застосування предмета аналізу. Знання про такий діапазон можна набуди, розуміючи функціональність і корисність предмета аналізу для буття людини. Схематично зобразимо кожний елемент філософії пізнання предмета обговорення в схемі (див. рис. 2 далі).



Рис. 2 Елементи філософії пізнання предмета (явища, процесу) аналізу.

Фахівці із соціальних комунікацій орієнтуються в тому, що до появи терміна «соціальні комунікації» (1963 рік) (Decree on the Media of social communications..., 1963) філософські дискусії точилися навколо проблем, пов'язаних із процесами передавання інформації та її обміну, що позначалося терміном «комунікація». Дослідники вважали, наприклад, що комунікацію варто тлумачити завдяки герменевтичному досвідові (Гадамер, 1993), розуміння якого спирається на поняття «традиція». Остання є мовою, яка «сама розмовляє з нами на зразок якогось “Ти”» (Гадамер, 1993). Причому така мова бере участь в обміні інформацією, яка передає досвід не з позиції його прив'язування до конкретного «Я», а ізолювано від нього. Виходить, що між поглядом «Я» і поглядом «Ти» відсутній зв'язок. Детальне розуміння відсутності згаданого зв'язку допомагає уникнути суб'єктивізму в оцінці досвіду традицій і називається «партнером по комунікації» (Гадамер, 1993) у здійсненні аналізу герменевтичного досвіду.

В історії дослідження філософії комунікації висловлювалися думки щодо визначального впливу на розуміння процесів обміну інформацією з боку дитячих переживань та сексуального досвіду (відсутності такого), або кохання у свідомості (підсвідомості) членів комунікації (Freud, 2010; Lothane, 1997; Estrada-Martínez, Grossman, & Richer, 2021), або сексуального виховання в розмовах між батьками й дітьми (Allen, 2020; Motsomi, Makanjee, Basera, & Nyasulu, 2016), або «чесних сигналів», які пояснювалися як інформація, яку надає членам комунікації особистий простір між ними, зоровий контакт, дотики й вирази облич комунікатора й комуніканта (Dimberg, Thunberg, 2000; Malandro, Barker, & Barker, 1988; Gill, & Adams, 1989). У згаданих дослідженнях автори описують процеси соціальних комунікацій, але не називають їх так. На жаль, у згаданих працях ми не змогли виявити прямі вказування на філософський аспект бачення процесів комунікації. Водночас ми здійснили рефлексивний суб'єктивний пошук квантово-холістичних категорій і соціальнокомунікаційних категорій і понять, спираючись на існуючі традиційні тлумачення відомих і маловідомих дослідників.

Відомо (Aristotle, 1953; Aristotle, 1963), що аристотелівський реалізм передбачав наявність десяти категорій, до яких автор відніс речовину, кількість, якість, відношення, місце, дату, поставу, стан, дію та пристрасть. Згаданий перелік категорій відбивав онтологічну класифікацію світу, спираючись на інвентаризацію всього, що оточувало людину. Така класифікація не враховувала «категорії нашої концептуальної системи або мови» (Thomasson, 2022, May 12). Те, що не врахував Аристотель, спробував удосконалити І. Кант, який запропонував перелік «найвищих категорій, що керують нашою концептуальною схемою» (Thomasson, 2022, May 12). Кантівський концептуалізм зафіксував свої ідеї щодо онтологічної категоризації в чотирьох ключових судженнях, а саме: кількості, якості, відношенні та модальності (Kant, 1958). Кожне судження мало три аспекти. Наприклад, судження про кількість мало три аспекти: єдність, множину й тотальність. Якість була диференційована автором на реальність, заперечення й обмеження. Приналежність й існування (субстанція та випадковість), причинність і залежність (причина й наслідок) та спільнота (взаємність) утворювали три аспекти категорії відношення. Остання категорія, тобто модальність, розподілялася на можливість, існування й необхідність. Хоча І. Кант і попереджає про те, що він розглядає запропоновану категоризацію близькою до системи Аристотеля, однак пізніше занотує, що його (кантівська – прим. наше, О.Х.) система «значно розходиться з нею (системою Аристотеля – прим. наша, О.Х.) за способом виконання» (Kant, 1958). Зазначимо, що в Аристотеля категорії пояснюють зовнішні реалії з урахуванням їх об'єктивного бачення

реальності без прив'язування до розуму людини. В І. Канта, навпаки, система категорій апелює до людського розуміння буття завдяки різним формам людського судження. Очевидно, що такі підходи є різними.

Система філософських категорій, яку назвали гуссерліанським дескриптивізмом (Smith, Woodruff, 1995; Smith, 2004; Smith, 2007), суттєво відрізняється від категоризації Аристотеля й І. Канта. Класифікація категорій Е. Гуссерля спирається на два шляхи, а саме: шлях узагальнення й шлях формалізації (Smith, 2004). На думку Е. Гуссерля, варто розрізняти два види категорій: категорії значення й формально-онтологічні категорії. Серед форм категорії значень автор називає форми сполучника, диз'юнкції, форми множини тощо. Формально-онтологічні категорії слугують для пов'язування об'єктів за допомогою множини, частини й цілого, відношення тощо. Дослідник називав вищезазначені форми категорій «категоріальною інтуїцією» (Edmund Husserl, 2022, May 12). Незважаючи на те що категорії гуссерліанського дескриптивізму відрізняються від категорій, які запропонували свого часу Аристотель та І. Кант, вважаємо, що вони можуть бути застосовані для пошуку оптимальної парадигми категорій, завдяки яким дослідник може тлумачити квантово-холістичні категорії соціальних комунікацій.

Дослідники ХХ століття також зробили істотний внесок у розвиток теорії філософських категорій, які ми стисло описуємо для ідентифікації квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій. Із позицій моністичної онтології перелік категорій пропонує С. Александер, який вважає, що простір-час є «єдиною моністичною сутністю, яка охоплює кожен сутність і кожен рису в реальності» (Fisher, 2015: 246). Автор ідентифікує лише ті категорії, які мають своєю внутрішньою природою просторово-часовий континуум. При цьому кожна сутність характеризується лише тими ознаками, які описують її. На думку дослідника, усі категорії філософії необхідно диференціювати на три класи, або ранги зростаючої складності. Отже, перший ранг є простішим за наступний. До першого рангу С. Александер відніс категорії існування, універсальності, відношення й замовлення. Другий ранг презентують категорії речовини, причинності, кількості й номера. Третій ранг експлікований категорією руху. Оскільки ми здійснюємо своє дослідження з позицій квантового холізму, який не передбачає наявності простору-часу в матеріалістичному тлумаченні, запропоновані С. Александером філософські категорії не можуть бути застосовані для ідентифікації категорій, завдяки яким ми зможемо визначити квантово-холістичні категорії процесів соціальних комунікацій.

На відміну від С. Александера, який пропагує моністичну онтологію, І. Йохансен як представник неоаристотелівського реалістичного підходу описує дев'ять категорій, частина з яких диференціюється додатковими розшаруваннями. У пропозиції І. Йохансена вгадується прагнення дослідника категоризувати буття таким, яке воно є. Причому перелік запропонованих категорій філософії претендує на спробу універсальної дескрипції:

1) простір-час, 2) стан справ, 3) якість: 3-1) речовина, 3-2) власність, 4) зовнішнє відношення, 5) обґрунтовані відносини, 6) інерції, 7) спонтанність, 8) тенденція та 9) інтенціональність: 9-1) справжня (презентаційна й репрезентативна), 9-2) вигадана (Johansson, 1989).

Те, наскільки категоризація І. Йохансена відповідає ознакам універсально-дескриптивної класифікації в межах онтології, ми зможемо перевірити під час опису власної класифікації, заради якої й здійснюємо стислий аналіз класифікацій, що презентують сучасний стан вивчення філософських категорій.

Шукають універсальну категоризацію дослідники Р. Чісхолм (Chisholm, 1989, Chisholm, 1996), Р. Гроссман (Grossmann, 1983), Дж. Хоффман і Г. Розенкранц (Hoffman, & Rosenkrantz, 1994). Р. Чісхолм вважає, що не варто «вибудовувати» всі категорії за їх значенням на одну лінію, оскільки є одна важлива преференційна категорія, від якої слід «відштовхуватися». Саме тому класифікація філософських категорій Р. Чісхолма набуває форми дерева, «починаючи з однієї найзагальнішої категорії, що включає все, але розділяється на послідовно вужчі роди на нижчих рівнях розгалуження» (Thomasson, 2022, May 12). Якщо уявити дерево перегорнутим корінням до неба, отримуємо зверху одну домінуютьну категорію під назвою «Ентія», що з латинської мови означає «сутності, істоти» (Merriam-Webster. (n.d.). Entia). Вона розгалужується, на думку Р. Чісхолма, на «вірогідний» і «необхідний». Категорія «вірогідний» розподіляється на «стани» і «фізичні особи». «Стани» містять підкатегорію «події», а «фізичні особи» – «межі» і «речовини». Розгалуження є і в категорії «необхідний», яка має дві підкатегорії: «стани» і «не-стани». Остання підкатегорія складається із двох частин, а саме: «атрибутив» і «речовин». Для зрозумілості подаємо систему категорій Р. Чісхолма в схемі (див. рис. 3 далі).

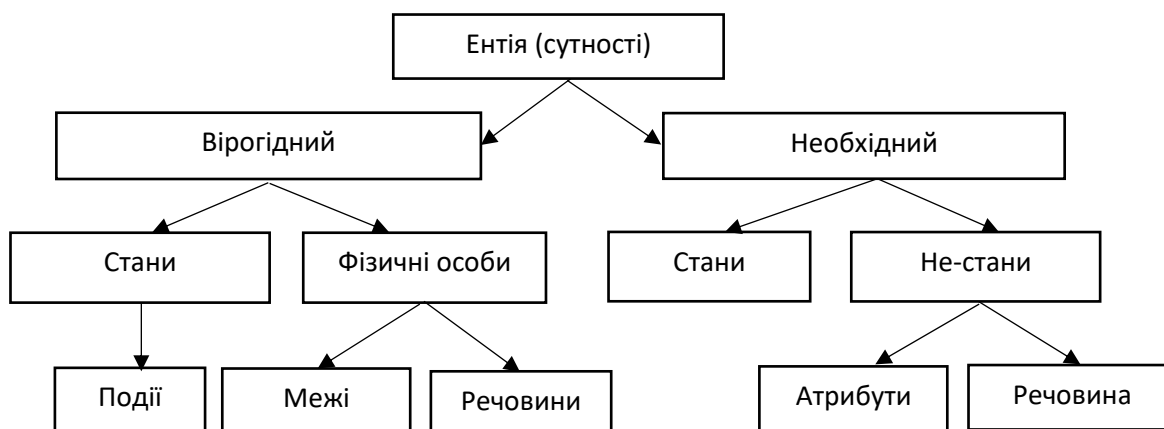


Рис. 3 Класифікація філософських категорій за Р. Чісхолмом (1996).

Про доцільність виокремлення однієї домінуютьної категорії висловлювався Р. Томпсон (Thompson, 1957). Ми не підтримуємо позицію Р. Томпсона, оскільки не вважаємо ресурс лексичного значення одного терміна «здатним» до такої домінації над семантикою категорій, які обіймає категорія «Ентія».

Р. Гройссман (Grossmann, 1983) відходить від спроб Р. Чісхолма (Chisholm, 1989, Chisholm, 1996) і пропонує повернутися від однієї домінуютьної категорії з подальшим її розгалуженням у формі перегорнутого дерева до лінійно-дескриптивного формування переліку філософських категорій для опису будь-якого онтологічного предмета. Лінія переліку, за пропозицією Р. Гройссмана, має такий вигляд: 1) фізичні особи, 2) властивості, 3) відносини, 4) заняття, 5) конструкції, 6) квантори, 7) факти, 8) заперечення (Grossmann, 1983). Ми не прагнемо тут аналізувати доцільність/недоцільність такого лінійно-дескриптивного переліку філософських категорій, але лише зазначимо, що мотивація Р. Гройссмана також не може задовольнити наш дослідницький запит на ідентифікацію саме тих категорій, які допоможуть нам здійснити опис категорій процесів соціальних комунікацій із позиції квантово-холістичної концепції.

Ідея презентації класифікації філософських категорій у формі дерева притаманна й Д. Хоффману та Г. Розенкранцу (Hoffman, & Rosenkrantz, 1994), які доміантною категорією, або корінням дерева, вважали «Сутності». Вони складаються із двох ключових гілок «Абстрактне» і «Конкретне». Категорія «Абстрактне» містить три гілки: «властивість», «відношення» і «пропозицію». Дещо складнішою є категорія «Конкретне», яка має вісім гілок: 1) подію, 2) час, 3) розташування, 4) речовину (матеріальний об'єкт, дух), 5) межу, 6) колективне, 7) приватне, 8) троп (або частовживані ідеї) (Hoffman, & Rosenkrantz, 1994). Вищезазначені пункти класифікації філософських категорій, запропоновані Д. Хоффманом та Г. Розенкранцем, мають категорію «речовина», яку деталізують два терміни: «матеріальний об'єкт», «дух». Така деталізація зацікавила нас із позиції прагнення сформулювати свій перелік категорій, семантичний потенціал яких міг би допомогти створити опис соціальнокомунікаційних процесів. Категорія «дух» і категорія «матеріальний об'єкт» передбачають такий опис соціальних комунікацій, який спирається на квантово-холістичну концепцію, запропоновану раніше (Холод, 2022).

Доміантною категорією «сутність» починає свій парадигмальний відлік Е.Дж. Лоу (Lowe, 2006). В основі своєї парадигми категорій автор бачить такі категорії, які можуть співіснувати між собою. Думка Е.Дж. Лоу ґрунтується на виокремленні фундаментальних категорій, які в умовах свого існування не вичерпуються під час опису лише термінами відносин, що функціонують між предметами буття й означають їх залежність. Усі сутності можуть бути розподілені на чотири фундаментальні категорії: 1) об'єкти (речовини, неречовини), 2) модуси (монадичний, реляційний), 3) види, 4) атрибути (властивості, відносини). Ці фундаментальні філософські категорії об'єднані у дві великі групи, а саме: 1) деталі й 2) універсалії (див. рис. 4 далі).

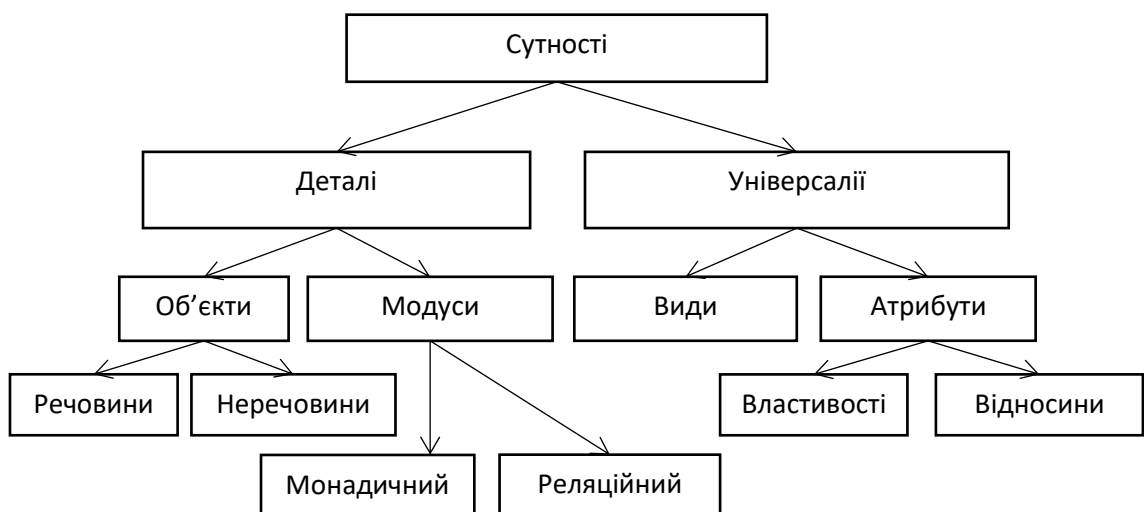


Рис. 4 Класифікація філософських категорій за Е.Дж. Лоу (2006).

Е.Дж. Лоу вважає, що фундаментальні категорії є основними порівняно з абстрактними категоріями «Деталі» та «Універсалії», оскільки вони не виконують онтологічної функції (не здатні ефективно описувати предмети, явища, процеси буття). Ми не погоджуємося із класифікацією Е.Дж. Лоу, оскільки маємо нематеріалістичне бачення онтологічної картини світу, а квантово-холістичне, яке ґрунтується на доміантній функції енергії, що циркулює не в часово-просторовому континуумі, а тут, зараз, завжди й не залежить ні від часу, ні від відстані. У класифікації філософських

категорій Е.Дж. Лоу домінує категорія «сутності», тоді як у нашій класифікації (яку ми опишемо далі) домінування не є основною функцією категорії «Цілий» (від грецького слова «όλος») (Холізм (голізм) (2022, май 15)). Провідною роллю «початкової», «стартової» категорії є декларація значення всеохоплення й всеприсутності, безкінечності й постійного розвитку як на матеріальному, так і на енергетично-духовному рівнях буття. Таке тлумачення «стартової» гносеологічної категорії повинно бути покладено в основу категоризації поняття «комунікація».

Із метою пошуку філософських онтологічних і гносеологічних дескриптивних категорій, які допоможуть нам сформуванню уявлення про те, яким чином необхідно здійснити опис категорій філософії комунікації (і філософії соціальних комунікацій), варто звернути увагу на визначення Р. Арнетта: «Філософія комунікації – це форма комунікативної архітектури, яка вимагає плану розуміння, від першого окремого до точки тимчасового розуміння, до розкриття позиції в суспільному надбанні» (Arnett, 2010). Спираючись на цитовану дефініцію, ми можемо виокремити якнайменше категорію «розуміння». У визначенні В. Пірса й В. Кронена, які визначають комунікацію як «практику вироблення та узгодження смислів, практику, яка завжди має місце в рамках конкретних соціальних, культурних та політичних умов» (Pearce, & Cronen, 1980-1; Pearce, & Cronen, 1980-2), маємо можливість виокремити категорії «сенси» і «практика». Вважаємо, що категорія «практика» повинна бути уточнена словом «соціальна» і набути формулювання «соціальна практика». Передбачаємо, що три згадані й уточнені категорії можуть увійти до парадигми категорій квантово-холістичної концепції.

Необхідно відзначити, що філософія комунікації активно обговорюється в науковій літературі, про що свідчить колективна праця «Філософія комунікації», яка вийшла із друку 2012 року під редакцією Б.Дж. Чанга й Г.Дж. Бутчарта. Редактори розмістили тридцять дві праці відомих дослідників від Платона й Лейбніца до Ж. Дерріда й П. Слотердайка, об'єднавши їх сімома розділами: 1) свідомістю; 2) інтерсуб'єктивним розумінням; 3) мовою; 4) написанням та контекстом; 5) відмінністю і суб'єктивністю; 6) даруванням та обміном; 7) комунікабельністю і спільнота (Philosophy of Communication, 2012). Тематична концептуалізація розділів дозволила нам звернути увагу на їх назви й ідентифікувати декілька філософських понять для майбутньої парадигми квантово-холістичного погляду на онтологічні й гносеологічні соціальнокомунікаційні категорії. До онтологічних категорій ми віднесли «мову», «спільноту». Гносеологічними категоріями можуть вважатися «свідомість», «розуміння». Категорія «комунікабельність» підпадає під наш сумнів. Доцільність віднесення поняття «комунікабельність» до класу «філософська категорія» залишається сумнівною.

Інший підхід до аналізу філософії комунікації пропонує Дж. Робільяр (2006). Автор вважає, що необхідно пов'язувати поняття «комунікація» та «інформація», хоча вони «позначають більше, ніж їх звичайне концептуальне значення, коли до них звертаються в соціальних теоріях, а також у філософських теоріях про реальність та істину соціального життя» (Robillard, 2006). Дж. Робільяр вважає, що інформація й комунікація означають фізичні дії, а також ті об'єкти спостережувальної реальності, які дослідник намагається описати як «процедурну онтологізацію інформації» (Robillard, 2006). Слід додати, що автор має сумнів щодо наукового характеру згаданих понять і прагне тлумачити їх із позиції кібернетики в соціальних науках. При цьому Дж. Робільяр пояснює «комунікацію» та «інформацію», спираючись на епістемну парадигму. На думку дослідника, така парадигма має ознаки «інформаційної онтології та імовірнісної соціальності» (Robillard, 2006), що не дозволяє їй (парадигмі) виконувати методологічну роль. Саме згадана парадигма, як упевнений Дж. Робільяр, «розкриває основу альтернативної філософської

теорії комунікації, яка хоче підтримати тезу про те, що парадигматична теорія комунікації кібернетика не є науково продуктивною й що її (теорію – прим. наше О.Х.) не можна використовувати в соціально-наукових теоретичних контекстах без різкого перероблення та переорієнтації на нові цілі» (Robillard, 2006). Вважаємо слушними зауваження Дж. Робільяра, оскільки поняття «комунікація» та «інформація» набувають іншого парадигмального онтологічного значення, коли дослідник вивчає соціальні процеси, до яких, без сумніву, відносимо процеси соціальних комунікацій. Ми погоджуємося з думкою Дж. Робільяра про те, що інформація та комунікація набувають ознак фізичних дій під час реалізації їх у процесах соціальних комунікацій. Ми також вважаємо, що традиційна загальноприйнята методологічна функція процесів комунікації та інформації втрачає свій потенціал, коли йдеться про соціальні процеси. У дослідженнях кібернетики як науки «про загальні закони одержання, зберігання, передавання та перетворення інформації в складних керуючих системах» (Сергієнко, 2013) онтологічні категорії, що передбачають наявність інформації та комунікації, наближаються до розуміння процесів соціальних комунікацій. Водночас їх методологічна функція змінюється. У філософії комунікація тлумачиться як процес обміну інформацією, де інформація – набір певних даних, яким оперують комунікатор і комунікант. У соціальних комунікаціях, на нашу думку, процеси обміну даними виконують роль регуляторів й інструментів формування особистості, а через згаданий процес – формування суспільства, тобто йдеться вже про соціальний інжиніринг. Якщо переходити до тлумачення комунікації та інформації в соціальних комунікаціях із позицій квантово-холістичної концепції, нам необхідно зосереджувати увагу на таких поняттях, як порція енергії, яку можна виміряти (квант), з одного боку, і враховувати поняття «Ціле», яке містить у собі інформацію у формі кванта, з іншого боку. Постає питання про зміну функцій комунікації та інформації більше вже не як засобу соціального коригування та формування особистості й суспільства, а як набуття нового методологічного смислу.

Із позиції онтології (метафізики) важливо виокремити в процесах соціальних комунікацій декілька нетрадиційних для філософії комунікації категорій, наприклад: «безкінечність Цілого», «вічність і неосяжність еволюції», «еволюція без антогонізмів», «відсутність часово-просторового континууму», «мовлення як діяльність духу», «мова як засіб квантового впливу», «не передавання й обмін інформації, а паралельне функціонування її тут і там», «неможливість вимірювання квантування інформації» тощо. Пізніше ми деталізуємо онтологічний (метафізичний) набір філософських категорій для дескрипції процесів соціальних комунікацій із позицій квантово-холістичної концепції.

Із точки зору гносеологічної (епістемології), ми також убачаємо доцільність уведення в науковий обіг нетрадиційних для філософії комунікації категорій. До числа таких під час аналізу процесів соціальних комунікацій із позицій квантово-холістичної концепції відносимо «комунікацію як обмін порціями енергії (квантами)», «соціальні практики застосування квантового обміну», «мозок як ретранслятор», «Свідомість як квантовий центр Цілого», «Розуміння як набуття енергії», «квантові смисли» тощо. Деталізацію згаданих гносеологічних (епістемологічних) категорій ми запропонуємо далі.

Дещо в іншому плані щодо філософського наповнення процесів комунікації висловлює свою позицію Ч. Ндхлову (Ndhlovu, 2020). На думку дослідника, філософія комунікації повинна зосереджувати свою увагу на феномені комунікації в глобальному масштабі, що передбачає аналіз масових комунікацій, зокрема «преси, кіно, радіо, телебачення, реклами, пропаганди, нових комп'ютеризованих медіа, телематики й робототехніки» (Ndhlovu, 2020). Крім зазначених видів масової комунікації, до вивчення філософії комунікації автор відносить й аналіз «громадської думки, ділового спілкування,

внутрішньоособистісного спілкування, міжособистісного спілкування та міжкультурної комунікації» (Ndhlovu, 2020). Філософія комунікації передбачає вивчення таких «елементів та матеріалів комунікації», як «довкілля, контексти, час і простір, у яких відбувається процес комунікації, мережі, сукупність потоків, відносин, торгових обмінів, діалоги, відносини та все, що відбувається у сфері спілкування, у якому люди готові інтерпретувати, озвучувати погляди, ставити цілі та завдання в процесі спілкування» (Ndhlovu, 2020). Підсумовуючи свою думку, Ч. Ндхлову декларує тезу про те, що матеріальним об'єктом вивчення філософії комунікації повинен бути феномен комунікації. Якщо відштовхуватися від висновку дослідника про феноменологію комунікації, яку слід досліджувати в лоні філософії комунікації, ми повинні погодитися з тим, що до вивчення процесів філософії соціальних комунікацій варто також віднести їх феноменологію. Питання виникає про те, які саме елементи феноменології процесів соціальних комунікацій необхідно аналізувати.

Думка Ч. Ндхлову певним чином «перегукується» із думкою Н. Лумана про неймовірність комунікації (Luhmann, 1981: 25–34). Щоправда, феноменологічною у філософії комунікації, за твердженням Н. Лумана, є її «неймовірність». До такої неймовірності комунікації автор відносить і неможливість стосунків між людьми без комунікації, і покращення людських стосунків завдяки комунікації, і «невидимість» комунікації, і те, що комунікація є проблемою, яку кожен із нас розв'язує, коли дотримується умов комунікації. Н. Луман стверджує: «Розуміння смислу можливе лише у зв'язку з контекстом, але таким є лише зміст власної пам'яті» (Luhmann, 1981: 25–34). Тут варто замислитися над феноменологією комунікації у співвідношенні до властивостей пам'яті кожного індивіда. Предметом дослідження філософії комунікації можна вважати, на нашу думку, і здатність комунікації охоплювати набагато більший обсяг людей, які не були присутні під час безпосереднього спілкування, наприклад, лише двох людей. Феноменальним Н. Луман (Luhmann, 1981: 25–34) вважає й те, що за відсутності бажання у членів комунікації остання не можлива. До феноменології комунікації автор відносить і правила, без знань яких комунікація не можлива. У такому випадку неймовірним може вважатися й те, що, коли двоє членів комунікації будуть знати правила комунікації, але увага одного з них буде не зосереджена на темі спілкування, обмін інформацією не відбудеться. І, якщо спілкування є успішним, але результати його є неприйнятними, комунікація в такому випадку може вважатися неймовірною за своєю феноменологією. Вищезгадані феноменологічні неймовірності комунікації, на думку Н. Лумана (Luhmann, 1981: 25–34), можуть бути бар'єром для створення суспільства, його системи. Звідси ми можемо зробити висновок про феноменологію комунікації як суттєвий складник філософії комунікації: комунікація (зокрема й соціальні комунікації) є умовою виникнення й розвитку суспільної системи.

Здійснюючи пошук філософських категорій, завдяки яким дослідник може описати процеси соціальних комунікацій, ми звертаємо увагу на думку Т. Парсонса, який вважав, що комунікація не можлива без посередників. До таких автор відносив гроші, владу, вплив і ціннісні орієнтири (Parsons, 1969). Н. Луман назвав такі посередники «генералізованими посередниками комунікації» і вважав, що до списку Т. Парсонса необхідно додати ще два, а саме: «істину для системи науки» та «любов до інтимних стосунків» (Luhmann, 1981: 25–34). Певною мірою, як ми вважаємо, дві останні назви посередників комунікації можуть претендувати на статуси онтологічної (метафізичної) категорії («любов до інтимних стосунків») і гносеологічної (епістемологічної) категорії («істина для системи науки»).

Л. Лейдесдорф, вивчаючи соціологічні та комунікаційно-теоретичні перспективи комерціалізації наук, що може мати синергетичний ефект, вводить у науковий обіг термін «символічно узагальнені коди комунікації» (Leydesdorff, 2022, May 18). На думку дослідника, наприклад, «науковий дискурс можна розглядати як висококодіфіковану комунікацію» (Leydesdorff, 2022, May 18). За своїми функціями символічно узагальнені коди комунікації здійснюються «як ауторегенеративні механізми, тому що вони закріплені в багатогранності міжлюдського спілкування. Кодифікація діє, скасувавши вибір більшості модальностей та покращивши лише одну або кілька» (Leydesdorff, 2022, May 18).

Хоча поняття й термін «символічна комунікація» були запропоновані Т. Парсонсом (1963a, 1963b, 1968), у свою чергу П. Лазарсфельд і Н. Генрі (Lazarsfeld, & Henry, 1968) вважали, що недоцільно «ідентифікувати символічне узагальнення в кодах комунікації» (Lazarsfeld, & Henry, 1968). Автори мотивували свою позицію тим, що, оскільки такі коди діють приховано, відбувається процес «появи диференціації в соціальних системах» (Lazarsfeld, & Henry, 1968). Водночас символічно узагальнені коди, на думку Л. Лейдесдорф і Н. Генрі є «наступним порядком комунікації» (Lazarsfeld, & Henry, 1968). Такий порядок, як ми розуміємо, дозволяє зменшити можливу кількість кореляцій між факторами, які досліджуються. Наприклад, під час вивчення соціальних систем, які обслуговуються символічною комунікацією та існують завдяки їй, дослідник може знехтувати факторами, що свідчать про латентний характер символічної комунікації, оскільки такий характер можна вважати аксіомою. На підставі описаних особливостей символічно узагальнених кодів комунікації вважаємо, що опис квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій повинен здійснюватися з урахуванням таких категорій, як-от: «кодів комунікації», «латентного характеру кодів комунікації» і «символічної комунікації». Яким буде конкретний зміст згаданих категорій з опорою на квантово-холістичну концепцію, буде зумовлено їх деталізацією, яку ми описуємо далі.

Спираючись на викладену стисло історію дослідження філософських категорій, що описують комунікацію, ми маємо повне право звернути увагу на спроби ідентифікувати такі категорії в дослідженнях тих авторів, які вивчають процеси соціальних комунікацій у різних галузях життєдіяльності людей. У цьому плані варто звернутися до визначення процесів соціальних комунікацій, що здійснюються під час управління підприємством. Вважається, що соціальні комунікації «забезпечують шляхом обміну інформацією встановлення загальних норм діяльності й поведінки членів соціальних груп, нерозривно пов'язані з усією системою суспільних відносин» (Tkachenko, Sadivnychy, Zhylenko, Havryliuk, Virchenko, Poplavska, & Peleshok, 2020: 293). З іншого боку, необхідно врахувати, що фахівці із соціальних комунікацій, які досліджують у дітей розлади аутичного спектра (РАС), децю інакше визначають поняття «соціальні комунікації». На їх думку, соціальними комунікаціями слід вважати здатність дітей як дошкільного віку, так і підлітків, які навчаються в школі, здійснювати міжособистісну взаємодію на елементарному рівні. При цьому розвиток комунікативних компетентностей дітей і підлітків автори розглядають у щільному «зв'язку з комунікативними компетентностями вчителів», які постійно знаходяться «у співпраці з комунікативними та мовними терапевтами» (Zager, & Wehmeyer, 2019). Отже, аналіз двох визначень соціальних комунікацій у галузі менеджменту підприємства й у медико-психологічній галузі дозволяє нам виокремити категорії, завдяки яким із філософських позицій можна описати процеси соціальних комунікацій. До таких категорій віднесемо «інформацію», «обмін інформацією», «встановлення загальних норм діяльності й поведінки членів соціальних груп» (Tkachenko, Sadivnychy, Zhylenko, Havryliuk, Virchenko, Poplavska, & Peleshok,

2020: 293), а також категорії «міжособистісна взаємодія між дітьми й підлітками», «співпраця з комунікативними та мовними терапевтами» (Zager, & Wehmeyer, 2019). Пізніше ми порівнюємо ідентифіковані онтологічні (метафізичні) і гносеологічні (епістемологічні) категорії з тими, завдяки яким можна здійснювати опис із позиції квантово-холістичної концепції.

Нам відомі також науково-освітні публікації, автори яких пропонують розглядати соціальні комунікації як ефективні навички соціального спілкування (комунікації) (Hutchings, Comins, & Offiler, 1991). Наші потреби в соціальній комунікації спираються на міжособистісну поведінку й забезпечуються трьома типами відносин (Schütz, 1958): 1) включенням, 2) контролем і 3) прихильністю. Згадані позиції запропонував у своїй теорії «Фундаментальна орієнтація міжособистісних відносин» (FIRO) В. Шутц. Слід погодитися з автором у тому, що без включення індивіда в соціальний процес спілкування неможливий контроль за ситуацією та смислами, які породжуються в ній. Найголовнішим у такому процесі соціальної комунікації варто назвати результат перших двох типів відносин, зокрема появу прихильності до співучасників соціальної комунікації та до смислів, які стали основою обміну інформацією. Таким чином, якщо йти за думкою В. Шутца, необхідно визнати три згадані типи відносин у соціальній комунікації як такі, що можуть слугувати для опису, а отже, можуть називатися онтологічними (метафізичними) і гносеологічними (епістемологічними) дескриптивними категоріями.

В основу соціальних комунікацій С. Хатчінгс, Дж. Комінс та Дж. Офілер вкладають поняття «основні навички комунікації» (Hutchings, Comins, & Offiler, 1991), під якими розуміють повсякденну мовленнєву поведінку. Автори вважають, що надбудовою основних навичок є «складні навички соціальної комунікації» (Hutchings, Comins, & Offiler, 1991), без опанування яких неможлива подальша корекція мовленнєвої поведінки дитини. Можливо, до дескриптивних онтологічних й гносеологічних категорій процесів соціальних комунікацій нам варто додати й категорії «основні мовленнєві навички комунікації» і «складні мовленнєві навички комунікації». Хоча в подальшій своїй освітній і терапевтичній діяльності С. Хатчінгс апелює до додаткових понять й об'єднує їх загальною категорією «соціальні навички» (Hutchings, 2019). До таких автор відносить розвиток навичок зорового контакту й емпатії під час опанування основних і складних навичок соціальної комунікації, які допомагають «навчати й розвивати соціальну впевненість і комунікативні навички» (Hutchings, 2019). Нас зацікавило формулювання «соціальна впевненість», яке гіпотетично також може ввійти до переліку дескриптивних онтологічних категорій соціальних комунікацій.

Хоча між соціальною комунікацією й комунікацією переважна більшість дослідників не вбачають суттєвої різниці (оскільки комунікація можлива лише в суспільстві, тобто в соціумі), К. Фідлер декларує поняття «ефективна комунікація» як ознаку соціальної комунікації (Fiedler, 2007). Автор вважає, що таке мистецтво «може бути надзвичайно вимогливим та невловимим, тому що складну проблему компромісу має бути вирішено» (Fiedler, 2007). Як бачимо, ефективність соціальної комунікації пов'язується автором не лише з вимогливістю й невловимістю, але й із компромісом. Очевидно, що ефективна комунікація повинна орієнтуватися на компроміс між ідеями, які пропонує комунікатор, і позицією комуніканта. «Щоб спілкування було успішним, – повідомляє К. Фідлер, – воно має бути одночасно інформативним – якимось чином вказувати на передбачуваний напрямок думки або дії – а також тонким – якимось чином приховувати наміри й інструментальні цілі. Недотримання першого критерію робить комунікацію неконтрольованою та безсистемною; невиконання останнього викликає підозри та реакцію (Fiedler, 2007). Корисним для нашого дослідження є пропозиція К. Фідлера щодо

понять «ефективність соціальної комунікації», «націленість на досягнення компромісу», «інформативність соціальної комунікації» та «тонкість, тобто мистецьке залучення й використання інструментів соціальної комунікації» (Fiedler, 2007). Вищезазначені поняття можуть бути віднесені не стільки до онтологічних і гносеологічних категорій, які можуть дозволити здійснювати опис філософії соціальних комунікацій, скільки до атрибутивних (ознакових). Варто погодитися з таким можливим зауваженням наших опонентів, але ми не можемо не враховувати те, що атрибутивність є прямою ознакою декриптивних категорій, наявність яких виправдана, коли йдеться про формування уявлення про філософію не лише соціальних комунікацій, але й будь-якого філософського предмета обговорення.

Стислий огляд доступної нам наукової, науково-освітньої й довідкової медичної та психологічної літератури й електронних ресурсів, контент яких пов'язаний із філософією комунікації та соціальними комунікаціями дозволяє висловити власний дослідницький погляд:

1) у науковій літературі філософського спрямування відсутні результати теоретичних досліджень, у яких автори пропонують онтологічні (метафізичні) і гносеологічні (епістеміологічні) категорії, завдяки яким можливий опис процесів соціальних комунікацій;

2) у зв'язку з відсутністю не лише переліку філософських категорій для опису процесів соціальних комунікацій, а й критеріїв для ідентифікації таких категорій ми констатуємо наукову проблему;

3) згадану в п.п. 1)–2) проблему маємо намір вирішувати завдяки суб'єктивній ідентифікації й стислому рефлексивному описові тих ознак, які відповідають онтологічним (метафізичним) і гносеологічним (епістеміологічним) категоріям у межах обраної концепції холізму й основних категорій квантової механіки.

Оскільки аналізовані нами праці й думки дослідників щодо дескриптивних онтологічних (метафізичних) і гносеологічних (епістеміологічних) категорій процесів соціальних комунікацій не сприймаються нами як валідні, або як такі, що мають «міру адекватності дослідницьких інструментів (методик проведення експериментів, процедур вимірювання, тестів тощо) тим завданням, для вирішення яких вони створені» (Горбачик, 2005), ми звернулися до концепції холізму й основних категорій квантової механіки, які подаємо далі.

Об'єкт і предмет дослідження.

На підставі із запропонованих висновків після огляду джерел ми обрали об'єктом подальшого дослідження філософські (онтологічні й гносеологічні) категорії для опису процесів соціальних комунікацій. Ми зупинили свою увагу на такому предметі вивчення, як квантово-холістичні категорії процесів соціальних комунікацій.

Мета дослідження.

Спираючись на стислий огляд вищезгаданих джерел, а також на сформульовані об'єкт і предмет нашого інтересу, маємо право сформулювати мету нашого дослідження, яка полягає в ідентифікації й описі квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій.

Методи й методики дослідження

В основі нашого дослідження – трансформована методологія холізму («цілісність світу як наслідок творчої еволюції, що спрямовується нематеріальним і непізнаваним «фактором цілісності») (Голізм, 2022, травень 27), яка спирається на основні принципи

квантової механіки, що адаптовані до соціальних наук. Стисло суть нашого методологічного підходу можна описати в декількох положеннях:

- 1) у світі є Ціле, або Універсум;
- 2) Ціле не має локалізації; воно повсюди, тут-і-зараз (далі скорочено – тіз);
- 3) тіз означає відсутність понять «час» і «простір»;
- 4) тіз можна уявити собі у вигляді безкінечної матриці;
- 5) матриця не має чіткої локалізації, кожний її елемент пов'язаний із Цілим, яке відбиває вплив на будь-який його елемент («сумарний ефект декількох незалежних впливів є сумою ефектів, викликаних кожним впливом окремо» (Принцип суперпозиції, 2022, травень 27));
- 6) людина не може побачити Ціле, оскільки щоразу, коли вона хоче зосередитися на певній події, матриця структурується згідно з її (людини) уявленням про Ціле, і тому людина може бачити лише фрагмент Цілого;
- 7) людина може лише відчувати на собі вплив Цілого;
- 8) складники Цілого мають ознаки квантового об'єкта;
- 9) складники Цілого не мають чітких меж, оскільки експлікуються порціями енергії (квантами);
- 10) оскільки складники Цілого не знаходяться на відстані, а існують у позиції тіз («тут-і-зараз»), вони не можуть бути до кінця одночасно виміряні («принципово неможливо одночасно виміряти з довільною точністю координати й імпульси квантового об'єкта» (Принцип невизначеності, 2022, травень 27));
- 11) порції енергії (кванти) коливань, що транслюється в Універсумі, сприймається мозком людини;
- 12) від того, який енергетичний досвід має кожна людина, залежить її здатність відчувати вплив Цілого, що відповідає принципу додатковості у квантовій механіці («дані, отримані в умовах досвіду, неможливо описати єдиною картиною», оскільки вони «є додатковими в тому сенсі, що сукупність явищ дає повне уявлення про властивості об'єкта» (Основні принципи квантової механіки, 2021)).

Крім зазначеного концептуального квантово-холістичного методологічного підходу, у подальшому дослідженні ми послуговувалися *методами аналізу й синтезу*, які дозволили розчленувати процеси соціальних комунікацій на філософські категорії: онтологічні (метафізичні) і гносеологічні (емпістемологічні), а також завдяки з'єднанню виділених частин аналізованих процесів у єдине ціле категоріально описані соціальні комунікації з опорою на квантово-холістичний підхід.

Метод дедукції дозволив нам вивести від загального засновку про існування дескриптивних філософських категорій висновок часткового характеру про те, що такі категорії можуть бути ідентифіковані завдяки *методу індукції*. Останній дозволив за допомогою часткових спостережень за кількістю та якістю онтологічних і гносеологічних категорій вивести загальне положення щодо можливості виокремлення таких категорій, виходячи з основних постулатів холізму та квантової теорії.

Завдяки *методу класифікації* ми розподілили за онтологічними й гносеологічними ознаками дескриптивні категорії процесів соціальних комунікацій, оскільки згадані ознаки дозволили зафіксувати закономірні зв'язки між групами ідентифікованих особливостей у системі соціальних комунікацій.

Методикою подальшого дослідження ми обрали такі дослідницькі процедури:

- 1) диференціація квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій на соціальні й суспільні;

2) виокремлення трьох обов'язкових елементів філософії пізнання будь-якого предмета обговорення, а саме: ідентифікації, змісту й функціональності;

3) здійснення аналізу відомих і маловідомих концепцій класифікації філософських категорій на предмет виявлення в них ознак, які узгоджуються з нашим методологічним концептуальним уявленням про квантово-холістичні категорії процесів соціальних комунікацій;

4) на базі здійсненого аналізу виокремлення й номінація онтологічних (метафізичних) і гносеологічних (епістемологічних) дескриптивних категорій процесів соціальних комунікацій.

Результати й обговорення

Оскільки ми спираємося на описану раніше квантово-холістичну концепцію, вважаємо, що до соціальнокомунікаційних (тих, які досліджуються з позицій соціальних комунікацій) категорій і понять варто віднести такі:

Метафізичні (онтологічні) категорії процесів соціальних комунікацій:

- 1) сутності;
- 2) атрибути (якість);
- 3) відношення;
- 4) рух;
- 5) мова;
- 6) суспільство.

Епістемологічні (гносеологічні) категорії процесів соціальних комунікацій:

- 1) комунікація (обмін інформацією);
- 2) смисли;
- 3) соціальна практика;
- 4) свідомість;
- 5) розуміння.

Квантово-холістичні категорії процесів соціальних комунікацій:

- 1) квант (порція енергії);
- 2) Ціле;
- 3) Інформація;
- 4) живе / неживе;
- 5) дія / спокій;
- 6) соціум / несоціум.

Стисло пояснимо сформовані класифікації категорій.

До метафізичних (онтологічних) категорій процесів соціальних комунікацій ми віднесли «сутності», оскільки все у світі умовно варто так назвати. Сутності – це те, що є суттю навколишнього світу. Соціальні комунікації складаються із соціальних процесів, отже, вони є сутності так само, як і стіл, світло, щастя, життя, суспільство, управління процесом тощо. Щоб пізнати сутності, необхідно опанувати їх атрибути (якості, властивості, функціональний потенціал). Якщо ми хочемо пізнати сутність під назвою «процеси соціальних комунікацій», нам необхідно опанувати атрибути згаданої сутності, до яких ми відносимо, наприклад, мету здійснюваного процесу, його поетапність, результативність, ефективність, інструментальність, кадрове забезпечення. Процес пізнання соціальних комунікацій як системи передбачає також розуміння відношення сутності до оточення, до того, як згадані процеси пов'язані з елементами інших систем, у межах яких функціонує пізнавана сутність. Категорія «рух» необхідна для розуміння

постійних змін, які відбуваються як у межах самого процесу соціальних комунікацій, так і поза ним. Прикладом такого руху в процесі соціальних комунікацій можемо вважати вертикальну й горизонтальну мобільність (за термінологією М. Вебера (Соціальна стратифікація, 2022, травень 30)). Зрозуміло, що жоден управлінський (регуляторний) процес як складник соціальних комунікацій не може не послуговуватися мовою як системою кодування й декодування інформації (як відомості про будь-що). Отже, мову ми також можемо віднести до онтологічних дескриптивних категорій, які дозволяють пізнати сутність «процесів соціальних комунікацій». Важливою категорією також необхідно вважати «суспільство», оскільки процеси соціальних комунікацій відбуваються між людьми, індивідами, соціальними спільнотами, групами, класами, інститутами. Ми не виключаємо спроб дослідників збільшити перелік основних онтологічних дескриптивних категорій для розуміння процесів соціальних комунікацій, тому наведену класифікацію вважаємо відкритою.

До провідної епістемологічної (гносеологічної) категорії процесів соціальних комунікацій ми віднесли «комунікацію», тому що пізнання передусім відбувається завдяки обміну інформацією. Остання має смисли, без яких розуміння й пізнання не можливі. Смисли набуваються завдяки соціальній практиці, яка, за твердженнями матеріалістів, породжує та розвиває свідомість індивіда. Завдяки свідомості виникає розуміння партнерів по комунікації.

Спираючись на основні принципи квантової теорії та базуючись на провідних тезах холистичної концепції в нашій трактовці, вважаємо, що в переліку квантово-холистичних категорій процесів соціальних комунікацій домінантне місце посідає категорія «квант», яку ми розуміємо як порцію енергії. Якщо у квантовій механіці квантом вважається така порція енергії, яку можна виміряти, у нашій квантово-холистичній концепції квант не завжди є порцією енергії, яку можна виміряти. Прикладом кванта, що не можна виміряти, будемо вважати енергію людського роду або енергію рідної землі. До прикладу кванта, який не може бути вимірним, ми відносимо й енергію молитви, закляття, прощення, кохання, ненависті тощо. Наведені приклади свідчать про те, що неможливість вимірювання їх енергії пов'язана з енергією Цілого, яке є безкінечним, що не підлягає вимірюванню. Оскільки перераховані енергія людського роду, енергія рідної землі, енергія молитви, закляття, прощення, кохання, ненависті є частинами Цілого, яке неможливо виміряти, значить, вищезазначені частини Цілого також неможливо виміряти. Називаючи інформацію наступною дескриптивною категорією процесів соціальних комунікацій із позиції квантово-холистичної концепції, зауважимо неоднозначність трактування її смислу.

Для матеріалістів інформація є відомостями про будь-що. Ідеалісти розуміють під інформацією все, що пов'язано з ідеєю та духом, який наповнює й реалізує відомості про будь-що. Ми пропонуємо розглядати інформацію як квант, тобто певну порцію енергії, яка може реалізуватися як у нематеріальному понятті «дух», так і в матеріальному понятті «сутність». Енергія кванта може мати джерелом експлікації живі й неживі сутності. Іншими словами, дескриптивна категорія «живе» у нашому уявленні може реалізуватися у тваринах і рослинах. Категорія «неживе» також експлікується, наприклад, у землі, камені, повітрі, полум'ї, ґрунті будь-якої планети чи газі будь-якої зірки, у міжзоряному просторі тощо.

На відміну від матеріалістичного тлумачення еволюції завдяки рухові, наша квантово-холистична концепія передбачає еволюцію у двоєдності понять «дія» і «спокій», які об'єднані категорією «дія/спокій». У своєму твердженні ми спираємося на теорію інмутації суспільства (Холод, 2011). Постулати вищезгаданої теорії передбачають поняття

мутація (зміна моделей поведінки суспільства на краще), абмутація (відсутність будь-яких змін, які призводять до наслідків у формі змін) й інмутація (зміна моделей поведінки соціуму на гірше).

Згадані три процеси взаємопов'язані й можуть експлікуватися двома варіантами.

Перший варіант: спочатку суспільство сприймає зміни як позитивний прогресивний рух (мутація). Із часом такі зміни призводять до іншої епістемологічної оцінки, яка часто трансформується в негативне (інмутаційне) сприйняття раніше позитивних змін. Під час таких змін суспільство проходить етапи заспокоєння, воно звикає до новацій і не сприймає їх як щось нове, поступово переходячи в стан спокою (абмутація). Пізніше такий стан починає подразнювати суспільство, яке починає непокоїтися. Поступово незадоволення активної частини суспільства набуває негативних форм співіснування й переходить у революційний стан, змінюючись на гірше, тобто переходить у стан інмутації. Із часом зміни, які ми називаємо інмутаційними, трансформуються в мутаційні: суспільство звикає до того, що раніше оцінювало як негативне, і переходить у стан мутації. Інколи такий перехід загальмовується на стадії абмутації, іноді форми швидко змінюють одна одну.

Другий варіант: будь-які зміни, особливо, наприклад, соціальні реформи як елемент соціального інжинірингу, суспільство сприймає з настороженістю, часто – із незадоволенням. У такому випадку ми констатуємо внесення негативних змін у поведінкові моделі суспільства (інмутацію суспільства). Із часом індивіди звикають до змін і не реагують на них, демонструючи тим самим абмутаційні процеси, або відсутність будь-яких змін у поведінці суспільства. Процес абмутації може фіксуватися впродовж короткого часу, хоча іноді розтягується на десятиліття чи століття. У процесі звикання до відсутності реакції абмутація спричиняє мутацію, тобто позитивні зміни в моделях поведінки суспільства. Пізніше те, що вважалося в суспільстві позитивними змінами перестає відігравати таку роль і суспільство поступово переходить до стану незадоволення тим, що раніше сприймало як позитивне. Іншими словами, мутація починає трансформуватися в інмутацію. Потім можливий процес абмутації, хоча іноді відбувається стрибок від інмутації одразу до мутації. Описаний нами процес трансформації вічний. Він існує стільки, скільки існує суспільство, характеризуючи тим самим категорію «дія/спокій».

Отже, двоєдина категорія «дія/спокій» має еволюційний характер і може вважатися дескриптивною категорією процесів соціальних комунікацій так само, як і двоєдина категорія «соціум/несоціум».

Двоєдиний характер дескриптивної категорії «соціум/несоціум» тлумачимо завдяки визначенню терміна «соціум», яке має три значення: 1) «суспільство як цілісна соціальна система»; 2) «людська спільність певного типу (родові й сімейно-споріднені, соціально-класові, національно-етнічні, територіально-поселенські спільності»); 3) «соціальне оточення людини, сукупність форм діяльності людей, що історично склалися» (Соціум, 2022, червень 3). З одного боку, ми розглядаємо соціум як сукупність людей, що об'єднані спільною діяльністю і створюють відношеннями між собою єдину соціальну систему. З іншого боку, індивіди, які перебувають за межею описаного об'єднання, не можуть вважатися соціумом. У такому випадку про соціум не варто говорити, оскільки поняття «соціум» містить якнаймеш інформацію про двох індивідів, які не об'єднані спільною діяльністю, отже, їх дії не мають певної мети, що сумнівно відповідно до визначення терміна «дія». Із позиції матеріалістичної психології будь-яка діяльність складається з окремих дій. Діяльність виконується з певною метою, але дії не мають мети. Як бачимо, у такому трактуванні є певне протиріччя. На підставі філософії ми можемо визначати дію як

те, що має «усвідомленість, цілеспрямованість, продуманість» (Лісовий, 2007). Отже, дія має мету, оскільки вона цілеспрямована. Повертаючись до визначення поняття «несоціум», будемо вважати таким сукупність індивідів, які здійснюють несоціально орієнтовані дії, тобто дії без мети (наприклад, суто фізіологічні дії: почесування, сон, дихання, сидіння, лежання, споживання їжі тощо). Зрозуміло, що поняття «несоціум» буде контрарним щодо поняття «соціум» і має право на ознаки частини дескриптивної подвоєної категорії «соціум/несоціум», завдяки якій ми можемо здійснювати пізнання процесів соціальних комунікацій із позиції квантово-холістичної концепції.

Зазначимо, що квантово-холістичний підхід до аналізу категорій процесів соціальних комунікацій не передбачає відокремлення метафізичних категорій від епістемологічних, оскільки їх об'єднує в собі. Таке об'єднання пояснюється уявленням про Ціле й цілісність усього у Всесвіті, адже неможливо пізнавати (гносеологія) сутності з позиції системи знань певної історичної епохи (епістемологія), не перебуваючи в бутті (онтології) такої епохи. З іншої позиції, буття (онтологія, або метафізика) передбачає пізнання (гносеологію, або епістемологію).

Висновки

На початку дослідження ми визначили мету, яка полягала в ідентифікації й описі квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій. Поставлена мета була досягнута повністю.

Нами було встановлено, що:

1) ідентифікація квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій можлива при врахуванні диференціації процесів, що відбуваються в суспільстві, на дві групи, а саме: на соціальні (взаємодії між індивідами й соціальними групами для встановлення соціальних відносин) і суспільні (участь у соціальному житті суспільства, яке ґрунтується на самоорганізації й демократичних засадах);

2) ідентифікація згаданих процесів нами розглядається як пізнання сутності, яке з точки зору філософії, є усвідомленням структури будь-якого предмета пізнання, що складається із трьох елементів: 1) ідентифікації, 2) змісту (структури), 3) функціональності.

Філософські категорії, до яких вдавалися наші попередники (наприклад, Аристотель (Aristotle, 1953; Aristotle, 1963), І. Кант (Kant, 1958), З. Фрейд (Freud, 2010), Е. Гуссерль (Edmund Husserl, 2022, May 12), Г.-Г. Гадамер (Гадамер, 1993)), не мають провідної філософської категорії «комунікація», яка слугує пізнанню соціальних процесів. Ю. Габермас (Habermas, 1984), Н. Луман (Luhmann, 1981), Т. Парсонс (Parsons, 1969) та ін., які описують поняття «комунікація», роблять це з позиції соціальної функціональності, а не з позиції єдності комунікації із процесами, що відбуваються у Всесвіті, і тими законами (принципами), що притаманні Єдності як втіленню Універсуму.

Вищезгадані дослідники презентують свої ідеї системи метафізичних (онтологічних) і гносеологічних (епістемологічних) категорій завдяки трьом елементам, а саме: ідентифікації, змісту (структурі) і функціональності. Підґрунтям для триєдиного аналізу обрано лише матеріальний бік суспільства. При цьому автори не врахували духовно-енергетичну складову комунікаційних процесів. Щоправда, Т. Парсонс (Parsons, 1969) наблизився, на нашу думку, до усвідомлення категорії «норми, цінності, ідеї» як основного складника теорії соціальної дії. Гіпотетично комунікаційну дію також необхідно було включити до складу теорії Т. Парсонса (Parsons, 1969). Спроби наблизитися до духовної складової процесів комунікації здійснив Ю. Габермас (Habermas,

1984), який увів у науковий обіг поняття «комунікативний розум». Слід визнати провідну роль дослідника у вконструюванні в суспільну й наукову свідомість об'єктивної необхідності обґрунтування суспільного розвитку завдяки комунікаційній дії з опорою на теорію мовленнєвих актів, яка була впливовою за часи наукової творчості Ю. Габермаса (Habermas, 1984). Усі ідеї прогресивної теорії вченого мали лише соціальний та соціокультурний вектори й не торкалися енергетичної та духовної складової, які притаманні концепції холізму й окремим принципам квантової механіки.

Як комунікація, так і соціальні комунікації описуються авторами не за категоріями, а частіше за атрибутивними ознаками на кшталт «смісли» і «практика», «мова» і «спільнота», «свідомість» і «розуміння», «інформація» і «гроші», «влада», «вплив» і «ціннісні орієнтації» тощо.

До початку ХХ століття основні поняття, принципи й категорії квантової механіки й холістичної концепції ще не були відомі дослідникам.

Ураховуючи згадані висновки, ми пропонуємо вважати дескриптивними квантово-холістичними категоріями процесів соціальних комунікацій такі: квант (порцію енергії), Ціле, інформацію, живе/неживе, дію/спокій, соціум/несоціум. Наведений перелік дескриптивних категорій не вважаємо остаточними, більше – відкритим, оскільки нові знання, які сьогодні недосяжні для нас, можуть внести істотні зміни на користь повнішого розуміння філософії комунікації, а також філософії соціальних комунікацій зокрема.

Подяки.

Ця стаття написана в перші три місяці повномасштабної агресії Російської Федерації проти України, у ті 37 днів і ночей, коли на вулицях Києва українські бійці мужньо захищали нас, мешканців, які залишилися в місті, від десятків диверсійно-розвідувальних груп, від перестрілок і вибухів, від масового руйнування мирного міста. Ми писали статтю, коли за 10–12 км від нашого будинку точилися запеклі бої в м. Бучі, м. Ірпені...

Від 14 березня 2022 року, на вісімнадцятий день війни, університет, у якому нам випала честь працювати, відновив онлайн заняття. Своєю зацікавленістю навчальними темами під час практичних занять студенти створили саме ту творчу атмосферу, яка давала можливість на деякий час дистанціюватися і нам, і студентам від спогадів про звуки вибухів, сирени, від потужного потоку медійної інформації про загибелі й катування мирних жителів, про втрати на фронті, про руйнування українських міст.

Висловлюємо вдячність нашим студентам за моральну й психологічну допомогу в створенні відповідного настрою для написання цієї статті.

Заява

Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

Конфлікт інтересів

Жодного.

Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ».

Авторське право

Ця стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution. Ліцензія, яка дозволяє необмежене використання, розповсюдження та

відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

Література

- Allen, L. (2020). *Sexuality Education. Companion to Sexuality Studies*, 225–241.
- Aristotle (1953). *Metaphysics* (revised text translated with commentary and introduction by W. D. Ross), Oxford: Clarendon Press.
- Aristotle (1963). *Categories* (translated with notes by J. L. Ackrill), Oxford: Clarendon Press.
- Arnett R.C. (2010). Defining Philosophy of Communication: Difference and Identity, *Qualitative Research Reports in Communication*, 11:1, 57–62. DOI: 10.1080/17459430903581279
- Chisholm, R. (1989). *On Metaphysics*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Chisholm, R. (1996). *A Realistic Theory of Categories*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Decree on the Media of social communications inter mirifica solemnly promulgated by his holiness pope paul vi on december 4, 1963. Chapter I. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html
- Dimberg, U., Thunberg, M (2000). Unconscious facial reactions to emotional facial expressions. *Psychological Science*. 11 (1), 86–89. doi:10.1111/1467-9280.00221
- Edmund Husserl (2022, May 12). En.wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Edmund_Husserl#Meaning_and_object
- Estrada-Martínez, L.M., Grossman, J.M., & Richer, A.M. (2021). Sex behaviours and family sexuality communication among Hispanic adolescents. *Sex Education* 21(1), 59–74.
- Fiedler, K. (Ed.). (2007). *Social Communication* (1st ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203837702>
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203837702/social-communication-klaus-fiedler?context=ubx&refId=1d522516-3502-4e65-b26e-c5857386d640>
- Fisher, A.R.J. (2015). Samuel Alexander's Theory of Categories, *The Monist*, 98(3), 246–267.
- Freud, S. (2010). *Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse (eBook)* [Lectures on Introductory Psychoanalysis (eBook)]. Fischer E-Books (Verlag), 508. ISBN 978-3-10-400161-6 [in German].
- Gill, D., & Adams, B. (1989). *ABC of Communication Studies*. Nelson Thornes Ltd.
- Grossmann, R. (1983). *The Categorical Structure of the World*, Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Habermas, Yu. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon.
- Hoffman, J., & Rosenkrantz, G.S. (1994). *Substance among other Categories*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchings, S. (2019). *The Social Skills Handbook: Practical Activities for Social Communication* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429024191>
- Hutchings, S., Comins, J., & Offiler, J. (1991). *The Social Skills Handbook: Practical Activities for Social Communication* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315148823>
- Johansson, I. (1989). *Ontological Investigations*, New York: Routledge.
- Kant, I. (1958). *Critique of Pure Reason*, Norman Kemp Smith (trans.), London: Macmillan.
- Lazarsfeld, P.F., & Henry, N.W. (1968). *Latent Structure Analysis*. Boston: Houghton Mifflin.

- Leydesdorff, L. (2022, May 18). Sociological and Communication-Theoretical Perspectives on the Commercialization of the Sciences. *Science & Education (forthcoming)*. Arxiv.org <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1109/1109.6600.pdf>
- Lothane, Z. (1997). Freud and the Interpersonal. *Int Forum Psychoanal*, 6, 175–184. Stockholm. DOI 10.1080/08037069708405900
- Lowe, E.J. (2006). *The Four-Category Ontology: A Metaphysical Foundation for Natural Science*, Oxford: Clarendon.
- Luhmann, N. (1981). *Soziologische Aufklärung 3*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 25–34 [in German].
- Malandro, L.A., Barker, L.L., & Barker, D.A. (1988). *Nonverbal Communication*, McGraw-Hill College.
- Merriam-Webster. (n.d.). Entia. In Merriam-Webster.com dictionary. Retrieved May 13, 2022, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/entia>
- Motsomi, K., Makanjee, C., Basera, T., & Nyasulu, P. (2016). Factors affecting effective communication about sexual and reproductive health issues between parents and adolescents in zandspruit informal settlement, Johannesburg, South Africa. *The Pan African medical journal*, 25, 120. <https://doi.org/10.11604/pamj.2016.25.120.9208>
- Ndhlovu, Ch. (2020). Book on Philosophy of Communication. Emmaus. Academia.edu. https://www.academia.edu/41711553/Book_on_Philosophy_of_Communication
- Parsons, T. (1969). *Politics and Social Structure*. New York: Macmillan-The Free Press, 557.
- Pearce, W. Barnett, & E. Cronen, Vernon (1980-1). *Communication, Action, and Meaning the Creation of Social Realities*. Greenwood.
- Pearce, W.B., & Cronen, V.E. (1980-2). *Communication, Action, and Meaning: The Creation of Social Realities*. New York, NY: Praeger.
- Philosophy of Communication* (2012). B. G. Chang and G. C. Butchart (ed.). Publisher The MIT Press, 688.
- Robillard, J. (2006). Philosophy of Communication: What Does it Have to do With Philosophy of Social Sciences. *Cosmos and History: The Journal of Natural and Social Philosophy*, 1(2), 245–260. <https://cosmosandhistory.org/index.php/journal/article/view/15>
- Schutz, W. (1958). *FIRO: A Three Dimensional Theory of Interpersonal Behaviour*. Oxford: Rinehart.
- Sister Mary Liguori, B. V. M. (1942). The Concept of “Social Process” in American Sociology. *The American Catholic Sociological Review*, 3(3), 164–169. <https://doi.org/10.2307/3706415>
- Smith, B. (2003). Ontology, in *Blackwell Guide to the Philosophy of Computing and Information*, Oxford: Blackwell.
- Smith, B. (2004). *Mind World: Essays in Phenomenology and Ontology*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, B. (2007). *Husserl*, London: Routledge.
- Smith, B., Woodruff, D. (1995). Mind and Body, in Barry Smith and David Woodruff Smith (eds.), *The Cambridge Companion to Husserl*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Smuts, J.C. (1926). *Holism and Evolution*. London: Macmillan & Co, 384.
- Social Processes: The Meaning, Types, Characteristics of Social Processes (2022, May 5). Yourarticlelibrary. <https://www.yourarticlelibrary.com/sociology/social-processes-the-meaning-types-characteristics-of-social-processes/8545>
- Social Processes-I (2022, May 5). Prepared by: Dr. Priya, Assistant Professor, IMS, University of Lucknow. 3 April 2020. Lkouniv https://www.lkouniv.ac.in/site/writereaddata/siteContent/202004032250571130priya_IMS_Social_Process-I.pdf

- Societal Marketing (2022, May 6). Management learner. <http://managementlearner.com/societal-marketing/>
- Thomasson, A. (2022, May 12). Categories. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Summer 2019 Edition), Edward N. Zalta (ed.). <https://plato.stanford.edu/archives/sum2019/entries/categories/>
- Thompson, M. (1957). On Category Differences, *Philosophical Review*, 66(4), 486–508.
- Tkachenko, O., Sadivnychy, V., Zhylenko, I., Havryliuk, I., Virchenko, I., Poplavska, N., & Peleshok, O. (2020). Management of Social Communications of Enterprises, *International Journal of Management*, 11(7), 293–302. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=7>
- What do the terms private process and public process mean? (2022, May 6). Chris Adams (posted). Modernanalyst. <https://www.modernanalyst.com/Careers/InterviewQuestions/tabid/28/ID/2531/What-do-the-terms-private-process-and-public-process-mean.aspx>
- Zager D., & Wehmeyer M. (2019). Social Communication and Interaction. In book: *Teaching Adolescents and Young Adults with Autism Spectrum Disorder*. November. <https://doi.org/10.4324/9781351215787-6>
- Гадамер, Х.-Г. (1993). *Истина і метод (фрагменти)*. Київ, 196–201.
- Горбачик, А.П. (2005). Валідність. *Енциклопедія сучасної України* [електронне видання]. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=32984.
- Лісовий В.С. (2007). Дія і діяльність. *Енциклопедія Сучасної України*: електронна версія [онлайн]. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=26502.
- Недюха, М. (2018). «Суспільні відносини» та «соціальні відносини» як поняття політико-правової науки. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, Вип.2 (94)*, 188–200.
- Основные принципы квантовой механики (2021). Ukrpublic. <https://ukrpublic.com/navchannia/osnovni-printsipi-kvantovoji-mekhaniki.html>.
- Принцип невизначеності (2022, травень 27). Вікіпедія. https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_невизначеності.
- Принцип суперпозиції (2022, травень 27). Вікіпедія. https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_суперпозиції.
- Сергієнко, І.В. (2013). Кібернетика. *Енциклопедія Сучасної України* (2022, травень 17). https://esu.com.ua/search_articles.php?id=6745.
- Сорокин, П. (1992). *Человек. Цивилизация. Общество*. Москва.
- Соціальна стратифікація (2022, травень 30). Вікіпедія. https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_стратифікація.
- Соціум (2022, червень 3). Вікіпедія. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціум>.
- Холізм (голізм) (2022, май 15). Slovnyk. <https://slovnyk.me/dict/fes/холізм>.
- Холод, О.М. (2011). *Теорія інмутації суспільства*. Київ: Київський міжнародний університет, 305.
- Холод, О. (2022). *Квантова журналістика*. Київ: Інтерсервіс, 322.

Reference

- Allen, L. (2020). *Sexuality Education*. Companion to Sexuality Studies, 225–241.
- Aristotle (1953). *Metaphysics* (revised text translated with commentary and introduction by W. D. Ross), Oxford: Clarendon Press.
- Aristotle (1963). *Categories* (translated with notes by J. L. Ackrill), Oxford: Clarendon Press.

- Arnett R.C. (2010). Defining Philosophy of Communication: Difference and Identity, *Qualitative Research Reports in Communication*, 11:1, 57–62. DOI: 10.1080/17459430903581279
- Chisholm, R. (1989). *On Metaphysics*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Chisholm, R. (1996). *A Realistic Theory of Categories*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Decree on the Media of social communications inter mirifica solemnly promulgated by his holiness pope paul vi on december 4, 1963. Chapter I. http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html
- Dimberg, U., Thunberg, M (2000). Unconscious facial reactions to emotional facial expressions. *Psychological Science*. 11 (1), 86–89. doi:10.1111/1467-9280.00221
- Edmund Husserl (2022, May 12). En.wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Edmund_Husserl#Meaning_and_object
- Estrada-Martínez, L.M., Grossman, J.M., & Richer, A.M. (2021). Sex behaviours and family sexuality communication among Hispanic adolescents. *Sex Education* 21(1), 59–74.
- Fiedler, K. (Ed.). (2007). *Social Communication* (1st ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203837702>
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203837702/social-communication-klaus-fiedler?context=ubx&refId=1d522516-3502-4e65-b26e-c5857386d640>
- Fisher, A.R.J. (2015). Samuel Alexander's Theory of Categories, *The Monist*, 98(3), 246–267.
- Freud, S. (2010). *Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse (eBook)* [Lectures on Introductory Psychoanalysis (eBook)]. Fischer E-Books (Verlag), 508. ISBN 978-3-10-400161-6 [in German].
- Gill, D., & Adams, B. (1989). *ABC of Communication Studies*. Nelson Thornes Ltd.
- Grossmann, R. (1983). *The Categorical Structure of the World*, Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Habermas, Yu. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon.
- Hoffman, J., & Rosenkrantz, G.S. (1994). *Substance among other Categories*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchings, S. (2019). *The Social Skills Handbook: Practical Activities for Social Communication* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429024191>
- Hutchings, S., Comins, J., & Offiler, J. (1991). *The Social Skills Handbook: Practical Activities for Social Communication* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315148823>
- Johansson, I. (1989). *Ontological Investigations*, New York: Routledge.
- Kant, I. (1958). *Critique of Pure Reason*, Norman Kemp Smith (trans.), London: Macmillan.
- Lazarsfeld, P.F., & Henry, N.W. (1968). *Latent Structure Analysis*. Boston: Houghton Mifflin.
- Leydesdorff, L. (2022, May 18). Sociological and Communication-Theoretical Perspectives on the Commercialization of the Sciences. *Science & Education (forthcoming)*. Arxiv.org <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1109/1109.6600.pdf>
- Lothane, Z. (1997). Freud and the Interpersonal. *Int Forum Psychoanal*, 6, 175–184. Stockholm. DOI 10.1080/08037069708405900
- Lowe, E.J. (2006). *The Four-Category Ontology: A Metaphysical Foundation for Natural Science*, Oxford: Clarendon.
- Luhmann, N. (1981). *Soziologische Aufklärung* 3. Opladen: Westdeutscher Verlag, 25–34 [in German].
- Malandro, L.A., Barker, L.L., & Barker, D.A. (1988). *Nonverbal Communication*, McGraw-Hill College.

- Merriam-Webster. (n.d.). Entia. In Merriam-Webster.com dictionary. Retrieved May 13, 2022, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/entia>
- Motsomi, K., Makanjee, C., Basera, T., & Nyasulu, P. (2016). Factors affecting effective communication about sexual and reproductive health issues between parents and adolescents in zandspruit informal settlement, Johannesburg, South Africa. *The Pan African medical journal*, 25, 120. <https://doi.org/10.11604/pamj.2016.25.120.9208>
- Ndhlovu, Ch. (2020). Book on Philosophy of Communication. Emmaus. Academia.edu. https://www.academia.edu/41711553/Book_on_Philosophy_of_Communication
- Parsons, T. (1969). *Politics and Social Structure*. New York: Macmillan-The Free Press, 557.
- Pearce, W. Barnett, & E. Cronen, Vernon (1980-1). *Communication, Action, and Meaning the Creation of Social Realities*. Greenwood.
- Pearce, W.B., & Cronen, V.E. (1980-2). *Communication, Action, and Meaning: The Creation of Social Realities*. New York, NY: Praeger.
- Philosophy of Communication* (2012). B. G. Chang and G. C. Butchart (ed.). Publisher The MIT Press, 688.
- Robillard, J. (2006). Philosophy of Communication: What Does it Have to do With Philosophy of Social Sciences. *Cosmos and History: The Journal of Natural and Social Philosophy*, 1(2), 245–260. <https://cosmosandhistory.org/index.php/journal/article/view/15>
- Schutz, W. (1958). *FIRO: A Three Dimensional Theory of Interpersonal Behaviour*. Oxford: Rinehart.
- Sister Mary Liguori, B. V. M. (1942). The Concept of “Social Process” in American Sociology. *The American Catholic Sociological Review*, 3(3), 164–169. <https://doi.org/10.2307/3706415>
- Smith, B. (2003). Ontology, in *Blackwell Guide to the Philosophy of Computing and Information*, Oxford: Blackwell.
- Smith, B. (2004). *Mind World: Essays in Phenomenology and Ontology*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, B. (2007). *Husserl*, London: Routledge.
- Smith, B., Woodruff, D. (1995). Mind and Body, in Barry Smith and David Woodruff Smith (eds.), *The Cambridge Companion to Husserl*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Smuts, J.C. (1926). *Holism and Evolution*. London: Macmillan & Co, 384.
- Social Processes: The Meaning, Types, Characteristics of Social Processes (2022, May 5). Yourarticlelibrary. <https://www.yourarticlelibrary.com/sociology/social-processes-the-meaning-types-characteristics-of-social-processes/8545>
- Social Processes-I (2022, May 5). Prepared by: Dr. Priya, Assistant Professor, IMS, University of Lucknow. 3 April 2020. Lkouniv https://www.lkouniv.ac.in/site/writereaddata/siteContent/202004032250571130priya_IMS_Social_Process-I.pdf
- Societal Marketing (2022, May 6). Management learner. <http://managementlearner.com/societal-marketing/>
- Thomasson, A. (2022, May 12). Categories. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Summer 2019 Edition), Edward N. Zalta (ed.). <https://plato.stanford.edu/archives/sum2019/entries/categories/>
- Thompson, M. (1957). On Category Differences, *Philosophical Review*, 66(4), 486–508.
- Tkachenko, O., Sadivnychi, V., Zhylenko, I., Havryliuk, I., Virchenko, I., Poplavska, N., & Peleshok, O. (2020). Management of Social Communications of Enterprises, *International Journal of Management*, 11(7), 293–302. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=7>

- What do the terms private process and public process mean? (2022, May 6). Chris Adams (posted). Modernanalyst. <https://www.modernanalyst.com/Careers/InterviewQuestions/tabid/28/ID/2531/What-do-the-terms-private-process-and-public-process-mean.aspx>
- Zager D., & Wehmeyer M. (2019). Social Communication and Interaction. In book: *Teaching Adolescents and Young Adults with Autism Spectrum Disorder*. November. <https://doi.org/10.4324/9781351215787-6>
- Hadamer, Kh.-H. (1993). *Istyna i metod (frahmenty) [Truth and Method (Fragments)]*. Kyiv, 196–201 [in Ukrainian].
- Horbachyk, A.P. (2005). Validnist [Validity]. *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]* [elektronne vydannia]. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=32984 [in Ukrainian].
- Lisovyi V.S. (2007). Diia i diialnist [Action and Activity]. *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]* [onlain]. https://esu.com.ua/search_articles.php?id=26502 [in Ukrainian].
- Nediukha, M. (2018). «Suspilni vidnosyny» ta «sotsialni vidnosyny» yak poniattia polityko-pravovoi nauky ["Public relations" and "Social Relations" as a Concept of Political and Legal Science]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy [Scientific Notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies. I.F. Kurasa NAS of Ukraine]*, Vyp.2 (94), 188–200 [in Ukrainian].
- Osnovni pryntsyipy kvantovoi mekhaniky [Basic Principles of Quantum Mechanics] (2021). Ukrpublic. <https://ukrpublic.com/navchannia/osnovni-printsipi-kvantovoji-mekhaniki.html> [in Ukrainian].
- Pryntsyyp nevyznachenosti [The Principle of Uncertainty] (2022, May 27). Vikipediia. https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyyp_nevyznachenosti [in Ukrainian].
- Pryntsyyp superpozytsii [The Principle of Superposition] (2022, May 27). Vikipediia. https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyyp_superpozytsii [in Ukrainian].
- Serhiienko, I.V. (2013). Kibernetyka [Cybernetics]. *Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]* (2022, May 17). https://esu.com.ua/search_articles.php?id=6745 [in Ukrainian].
- Sorokyn, P. (1992). *Chelovek. Tsyvylyzatsyia. Obshchestvo [Man. Civilization. Society]*. Moscow [Russian].
- Sotsialna stratyfikatsiia [Social Stratification] (2022, May 30). Vikipediia. https://uk.wikipedia.org/wiki/Sotsialna_stratyfikatsiia [in Ukrainian].
- Sotsium [Society] (2022, June 3). Vikipediia. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Sotsium> [in Ukrainian].
- Kholizm (holizm) [Holism] (2022, May 15). Slovnyk. <https://slovnyk.me/dict/fes/kholizm> [in Ukrainian].
- Kholod, O.M. (2011). *Teoriia inmutatsii suspilstva [The Theory of Immutation of Society]*. Kyiv: Kyivskyi mizhnarodnyi universytet, 305 [in Ukrainian].
- Kholod, O. (2022). *Kvantova zhurnalistyka [Quantum Journalism]*. Kyiv: Interservis, 322 [in Ukrainian].

Квантово-холістичні категорії соціальних комунікацій**Олександр Холод,**

доктор філологічних наук,

завідувач кафедри журналістики

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

Сьогодні серед фахівців із соціальних комунікацій відчутна відсутність знання про квантово-холістичні категорії соціальних комунікацій як процесу соціального, так і процесу суспільної активності. **Метою** нашого дослідження стали ідентифікація й опис квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій. Для дослідження було обрано трансформовану **методологію** холізму, який стверджує тезу про те, що цілісність світу є наслідком творчої еволюції. Така еволюція спрямовується нематеріальним і непізнаним «фактором цілісності» (за термінологією Яна Смутса). Трансформація ідей холізму спирається на основні принципи квантової механіки, які ми адаптували до соціальних наук. Ми також застосували в дослідженні методи аналізу й синтезу, дедукції й індукції, метод класифікації. **Методикою дослідження** було визначено диференціювання квантово-холістичних категорій соціальних комунікацій на соціальні й суспільні; виокремлення трьох обов'язкових елементів філософії пізнання будь-якого предмета обговорення, а саме: ідентифікації, змісту й функціональності; здійснення аналізу відомих і маловідомих концепцій класифікації філософських категорій на предмет виявлення в них ознак, які узгоджуються з нашим методологічним концептуальним уявленням про квантово-холістичні категорії процесів соціальних комунікацій; на базі здійсненого аналізу виокремлення й номінація онтологічних (метафізичних) і гносеологічних (епістемологічних) дескриптивних категорій процесів соціальних комунікацій. У **висновках** автор стверджує, що ідентифікацію квантово-холістичних категорій процесів соціальних комунікацій варто здійснювати як із позиції соціальної, так і з позиції суспільної. Автор пропонує вважати дескриптивними квантово-холістичними категоріями процесів соціальних комунікацій «квант (порцію енергії)», «Ціле», «інформацію», «живе/неживе», «дію/спокій», «соціум/несоціум».

Ключові слова: соціальні комунікації, філософія комунікації, категорії, квант, холізм.

Submitted to the editor – 01.11.2022

Review 1 – 12.11.2022

Review 2 – 28.11.2022

Accepted for printing – 01.12.2022

Подано до редакції – 01.11.2022

Рецензія 1 – 12.11.2022

Рецензія 2 – 28.11.2022

Прийнято до друку – 01.12.2022

