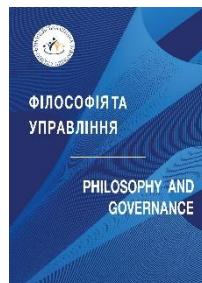




Філософія та управління

<https://www.eu-scientists.com/index.php/fag>



Емоційний інтелект та штучний інтелект: філософська рефлексія суб'єктності в процесах пізнання

Олексій М. Варипаєв ^{ID 1*} ● Олена В. Байрамова ^{ID 2}

Оксана Ю. Сільвестрова ^{ID 3}

¹ Державний біотехнологічний університет (Україна). Доцент кафедри ЮНЕСКО “Філософія людського спілкування” та соціально-гуманітарних дисциплін, к. філос. н., доцент.

² Дунайський інститут водного транспорту Державного університету інфраструктури та технологій (Україна). В. о. завідувача кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, к. філос. н., доцент.

³ Луцький національний технічний університет (Україна). Доцент кафедри соціогуманітарних технологій, к. філос. н., доцент.

* Автор-кореспондент, e-mail: varyupaev@ukr.net

СТАТІЯ	АНОТАЦІЯ
Дослідницька	У статті досліджено актуальні проблеми взаємозв'язку емоційного та штучного інтелекту у контексті філософської рефлексії суб'єктності та пізнавальних процесів, а також проаналізовано вплив новітніх технологій на уявлення про пізнання та суб'єкта. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі штучного інтелекту у когнітивних процесах, необхідністю осмислення змін у концепції суб'єктності під впливом технологічних трансформацій та потребою у філософському аналізі етических аспектів взаємодії людини з ШІ. Метою є наукове обґрунтування взаємодії емоційного інтелекту та штучного інтелекту в контексті філософської рефлексії суб'єктності в процесах пізнання. Дослідження ґрунтуються на контент-аналізі наукових публікацій у сфері емоційного та штучного інтелекту, філософському аналізі концепцій суб'єктності з акцентом на етичну рефлексію та критичне осмислення, порівняльному аналізі підходів до інтеграції емоційного та штучного інтелекту у пізнавальні процеси, кейс-методі для вивчення прикладів використання ШІ у бізнес-процесах, а також для дослідження механізмів інтеграції штучного інтелекту у процеси емоційного інтелекту та їхнього впливу на взаємодію з клієнтами. Результати дослідження демонструють, що приклади компаній Gong і BenchSci ілюструють прогрес у застосуванні штучного інтелекту (ШІ) для моделювання емоційних аспектів взаємодії з клієнтами. Використання технологій машинного навчання (ML) і обробки природної мови (NLP) не лише сприяє аналізу поведінкових даних, але й адаптації комунікації відповідно до емоційних реакцій користувачів. Аналіз застосування ШІ у бізнес-комунікаціях вказує на його потенціал підвищувати рівень емоційного інтелекту у взаємодії з клієнтами. Однак дослідження акцентує увагу на ключових філософських аспектах: межах суб'єктності ШІ, його здатності до розуміння емоцій і етичності взаємодії з людьми. Встановлено, що ШІ не є автономним суб'єктом пізнання, оскільки його «емоційна чутливість» полягає у відтворенні алгоритмічних патернів. Водночас здатність ШІ симулювати емоції та впливати на поведінку клієнтів висуває потребу у формуванні етических норм та правил для регулювання таких технологій. Майбутні дослідження мають бути спрямовані на вивчення глибинних аспектів взаємодії емоційного та штучного інтелекту у процесах пізнання, аналіз етических викликів впровадження ШІ у сферу емоційного інтелекту, а також дослідження впливу цих технологій на трансформацію уявлень про суб'єктність та людську свідомість.
DOI: 10.70651/3041-248X/2025.2.02	
Авторське право © 2025 авторів	

Цей твір
ліцензовано на
умовах Ліцензії
Creative Commons
«Із Зазначенням
Авторства –
Некомерційна 4.0
Міжнародна»
(CC BY-NC 4.0).

OPEN ACCESS

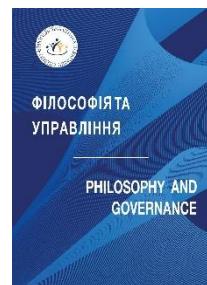
КЛЮЧОВІ СЛОВА

емоційний інтелект, штучний інтелект, суб'єктність, пізнання, філософська рефлексія, інтелектуальні процеси.



Philosophy and Governance

<https://www.eu-scientists.com/index.php/fag>



Emotional Intelligence and Artificial Intelligence: Philosophical Reflection on Subjectivity in Cognitive Processes

Olexii Varypaiev ^{1*} ● Olena Bairamova ² ● Oksana Silvestrova ³

¹ State Biotechnological University (Ukraine). Associate Professor at the UNESCO Department of "Philosophy of Human Communication" and Social and Humanitarian Disciplines, PhD in Philosophy, Associate Professor.

² Danube Institute of Water Transport of State University of Infrastructure and Technologies (Ukraine). Acting Head of the Department of Social Sciences and Humanities, PhD in Philosophy, Associate Professor.

³ Lutsk National Technical University (Ukraine). Associate Professor at the Department of Socio-Humanitarian Technologies, PhD in Philosophy, Associate Professor.

* Corresponding Author, e-mail: varypaev@ukr.net

ARTICLE INFO

Research Article

DOI:

[10.70651/3041-248X/2025.2.02](https://doi.org/10.70651/3041-248X/2025.2.02)

Copyright © 2025
by authors



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution – NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)



ABSTRACT

The article explores the current problems of the relationship between emotional and artificial intelligence in the context of philosophical reflection on subjectivity and cognitive processes, and also analyzes the impact of new technologies on the idea of cognition and the subject. The relevance of the study is due to the growing role of artificial intelligence in cognitive processes, the need to understand changes in the concept of subjectivity under the influence of technological transformations, and the need for a philosophical analysis of the ethical aspects of human interaction with AI. The goal is to scientifically substantiate the interaction of emotional intelligence and artificial intelligence in the context of philosophical reflection on subjectivity in cognitive processes. The study was based on a content analysis of scientific publications in the field of emotional and artificial intelligence, a philosophical analysis of the concepts of subjectivity with an emphasis on ethical reflection and critical thinking, a comparative analysis of approaches to the integration of emotional and artificial intelligence into cognitive processes, a case study method for studying examples of the use of AI in business processes, as well as for studying the mechanisms of integrating artificial intelligence into emotional intelligence processes and their impact on customer interaction. The results of the study demonstrate that the examples of the companies Gong and BenchSci illustrate progress in the application of artificial intelligence (AI) to model emotional aspects of customer interaction. The use of machine learning (ML) and natural language processing (NLP) technologies not only contributes to the analysis of behavioral data, but also to the adaptation of communication in accordance with the emotional reactions of users. An analysis of the application of AI in business communications indicates its potential to increase the level of emotional intelligence in customer interaction. However, the study focuses on key philosophical aspects: the limits of AI subjectivity, its ability to understand emotions, and the ethics of interaction with people. It has been established that AI is not an autonomous subject of cognition, since its "emotional sensitivity" consists in reproducing algorithmic patterns. At the same time, the ability of AI to simulate emotions and influence customer behavior puts forward the need to form ethical norms and rules to regulate such technologies. Future research should be aimed at studying the deep aspects of the interaction of emotional and artificial intelligence in cognitive processes, analyzing the ethical challenges of introducing AI into the field of emotional intelligence, as well as studying the impact of these technologies on the transformation of ideas about subjectivity and human consciousness.

KEYWORDS

emotional intelligence, artificial intelligence, subjectivity, cognition, philosophical reflection, intellectual processes.

1. Вступ

В останні роки емоційний інтелект здобув значну популярність як на інституційному, так і на індивідуальному рівні, демонструючи свій потужний вплив на задоволення життям, розвиток кар'єри, соціальні взаємини, а також на дружбу і залученість до професійної діяльності. З інституційної точки зору, емоційний інтелект здійснює позитивний вплив на рівень задоволення працею співробітників, підвищуючи їх продуктивності та організаційної відданості. Варто відзначити, що дані фактори, у свою чергу, значною мірою визначають ефективність роботи та цілеспрямованість працівників. З іншого боку, штучний інтелект демонструє значно вищу ефективність як у цифровому, так і в фізичному бізнес-середовищі. Після 1950-х років дана тематика стала популярною у академічних колах, і наразі штучний інтелект активно застосовується в таких сферах, як зв'язок, інформаційні технології, охорона здоров'я, сільське господарство, логістика, освіта та авіація. Зокрема, він генерує прибуток у таких галузях, як банківська справа, управління людськими ресурсами, туризм і готельний сектор. Штучний інтелект не тільки сприяє автоматизації рутинних завдань, що приносить економічну вигоду, але й значно покращує досвід роботи співробітників, де окрім цього, використання чат-ботів у сфері послуг демонструє суттєве підвищення їх якості [1].

Стрімкий розвиток сучасних технологій породжує важливі філософські роздуми щодо взаємозв'язку емоційного інтелекту та штучного інтелекту, висвітлюючи питання суб'єктності у процесах пізнання. Роздуми над природою свідомості та емоцій набувають ключового значення у контексті можливостей штучного інтелекту. Емоційний інтелект, як здатність розуміти, виражати та регулювати емоції, виступає важливим елементом людської суб'єктності. Водночас розвиток когнітивних здібностей штучного інтелекту ставить під сумнів межі між симуляцією емоційних реакцій і справжнім емоційним досвідом. Зростання досліджень у сфері штучного інтелекту порушує фундаментальні питання про межі суб'єктності штучних систем і їхню здатність до емоційного пізнання. У зв'язку з цим, залишається відкритою проблема розрізнення симуляції емоцій від справжнього переживання, що ускладнює розуміння суб'єктності штучного інтелекту. Актуальність теми статті полягає у необхідності проведення дослідження межі когнітивних можливостей штучного інтелекту та оцінити його потенціал у відтворенні емоційних аспектів пізнання. Аналіз філософських концепцій емоційного інтелекту та суб'єктності у контексті штучного інтелекту допоможе осмислити взаємодію людини та технології. Наукові та практичні дослідження в цій галузі, насамперед, мають бути спрямовані на виявлення найбільш філософської рефлексії суб'єктності в процесах пізнання емоційного та штучного інтелекту.

2. Огляд літературних джерел

Аналіз наукових праць, присвячених розвитку штучного інтелекту (ШІ) та емоційного інтелекту (EI), демонструє важливість дослідження взаємодії цих двох складових у контексті філософії та технологічних змін. Д. Бухаліс та Р. Леунг підкреслюють важливість інтеграції та взаємодії технологій в екосистемах, що є корисним для розуміння взаємодії між ШІ та суспільством [1]. Р. Андріукайте, В. Г. Воронкова, О. П. Кивлюк та В. О. Нікітенко розглядають концепцію «розумного суспільства», що є еволюцією ШІ та його впливом на соціальні структури, що відкриває нові перспективи для осмислення взаємодії технологій і людської суб'єктності [2].

Н. Бостром аналізує можливі шляхи розвитку ШІ, зокрема його потенційні небезпеки та стратегії контролю, що важливі для обговорення майбутнього ролі ШІ у суспільстві [3]. Кай-Фу Л. досліджує глобальну динаміку розвитку ШІ в Китаї та США, що дозволяє глибше зrozуміти міжнародні тенденції і їх вплив на суспільство [4]. А. Венс та Е. Маск розглядають інновації компаній Tesla та SpaceX, що трансформують сучасний світ через технології, які стають важливими в контексті розвитку ШІ [5]. В. Г. Воронкова та В. О. Нікітенко досліджують філософію цифрової людини та цифрового суспільства, зокрема інтеграцію ШІ в соціальні структури, що допомагає аналізувати вплив технологій на людську суб'єктність [6]. О. Добродум та О. Кивлюк розглядають трансгуманізм і постгуманізм, що є важливими для розуміння змін, які виникають через ШІ та технології, акцентуючи на взаємодії між технологіями та сучасним суспільством [7; 8]. О. П. Ківлюк та І. О. Мордовс вивчають гру як філософський феномен, що стосується

віртуалізації соціальних відносин, що дає нові погляди на взаємодію людини з технологіями в контексті ІІІ [9].

В. Марієнко акцентує на тому, як інформаційно-комунікаційні технології покращують ефективність інноваційного потенціалу організацій, що має велике значення для оцінки технологічних змін у ІІІ [10]. В. Воронкова та ін. розглядають ІІІ як фактор, здатний змінити людство, що є важливим для оцінки впливу ІІІ на емоційну та інтелектуальну сфери [11]. Д. Олтрейд досліджує зміни у світогляді і суб'єктності людини в епоху ІІІ, що важливо для філософських рефлексій [12]. Д. Роуен розглядає радикальні ідеї в інноваціях, що можуть бути застосовані до розвитку ІІІ та емоційного інтелекту [13]. М. Наджі-Техрані та А. Есламі розробляють нову структуру для штучного загального інтелекту, на основі мозку людини, що має значення для подальших досліджень у галузі емоційного інтелекту [14]. А. М. Задор аналізує критику чистого навчання в контексті нейронних мереж, порівнюючи їх можливості з можливостями мозку тварин, що має велике значення для розвитку ІІІ [15]. Т. Міллер вивчає пояснення в ІІІ через призму соціальних наук, що важливо для розуміння емоційного та соціального інтелекту в технологічному контексті [16]. Н. Крігескорте та П. К. Дуглас обговорюють когнітивну обчислювальну нейронауку, що дає можливість вивчити функціонування мозку, яке можна перенести на ІІІ [17]. Н. Прадхан, А. С. Сінгх та А. Сінгх описують когнітивні обчислення в мобільних комунікаціях, що можуть бути корисними для досліджень на межі ЕІ та ІІІ [18]. П. Саловей та Дж. Д. Майер вводять основні принципи емоційного інтелекту, що є основою для порівняння з ІІІ в контексті розвитку суб'єктності [19]. Д. Лімон та Б. Пластер розглядають взаємодію між ІІІ та емоційним інтелектом, піднімаючи питання про те, чи може ІІІ покращити емоційну компетентність людини [20].

Попри різноманіття підходів, деякі аспекти залишаються недостатньо дослідженими. Зокрема, бракує комплексної оцінки взаємодії між емоційним інтелектом і штучним інтелектом, а також їх впливу на суб'єктність людини в умовах технологічних змін.

3. Постановка завдання

Метою цього дослідження є наукове обґрунтування взаємодії емоційного інтелекту та штучного інтелекту в контексті філософської рефлексії суб'єктності в процесах пізнання. Основна увага приділяється аналізу впливу емоційного інтелекту на пізнавальні здібності людини та його взаємодії з технологіями штучного інтелекту, а також філософському осмисленню суб'єктності в умовах розвитку цих технологій.

4. Методи та матеріали

Дослідження ґрунтувалося на всебічному огляді наукових праць, які аналізують взаємодію емоційного та штучного інтелекту в контексті пізнавальних процесів і суб'єктності. Основною метою було вивчення впливу емоційного інтелекту на суб'єктність людини та дослідження ролі штучного інтелекту у зміні уявлень про пізнання в умовах технологічних трансформацій. Для дослідження було застосовано комбінацію якісних методів, зокрема контент-аналіз наукових публікацій в галузі емоційного інтелекту та штучного інтелекту, а також філософське осмислення концепцій суб'єктності у взаємодії з новітніми технологіями.

Одним із важливих методів дослідження був порівняльний аналіз, що використовувався для оцінки різних підходів до інтеграції емоційного інтелекту та штучного інтелекту в пізнавальні процеси, а також для порівняння філософських поглядів на суб'єктність в контексті цих технологій.

Для аналізу прикладів застосування технологій емоційного інтелекту та штучного інтелекту у бізнес-процесах використовувався кейс-метод, що передбачав розгляд конкретних випадків інтеграції ІІІ в організаційну діяльність, вивчення їх результатів і впливу на ефективність бізнесу.

Для дослідження інтеграції штучного інтелекту в процеси емоційного інтелекту на різних етапах взаємодії з клієнтом був застосований метод моделювання взаємодії технологій, де даний метод дозволяє вивчити механізми та етапи цього процесу, а також виявити його ефективність для покращення обслуговування клієнтів.

Для аналізу етичних та філософських аспектів використання емоційного інтелекту в ШІ застосовувався метод філософського аналізу, зокрема етичної рефлексії та критичного осмислення, що дозволило оцінити соціальні наслідки застосування емоційного інтелекту в технологіях ШІ, а також їхній вплив на сучасне суспільство.

5. Результати та обговорення

Штучний інтелект (далі – ШІ) як концептуальна та технологічна парадигма репрезентує собою складний феномен, що характеризується здатністю програмно-інженерних систем до автономної обробки, інтерпретації та адаптації інформаційних потоків, моделюючи при цьому когнітивні процеси, властиві людському інтелекту. Вектор сучасної наукової рефлексії навколо ШІ розгортається в міждисциплінарному контексті, де перетинаються нейрофізіологія, когнітивна психологія, інформатика, робототехніка, трансгуманістичні дискурси та кібернетика як методологічний підхід до аналізу самоорганізованих систем [2]. У своїй сутності ШІ постає як адаптивна структура, яка здатна до продуктивної взаємодії з навколошнім середовищем через створення прогнозів, рекомендацій і рішень, що ґрунтуються на емпірично отриманих даних та алгоритмічно детермінованих евристичних механізмах [3].

Однією з головних особливостей штучного інтелекту є його широке застосування у різних сферах суспільного життя та економіки: від медицини й права до мистецтва та креативних індустрій. Водночас він виконує деструктивно-інноваційну функцію, активно трансформуючи парадигми трудової діяльності, соціальної взаємодії та антропологічної рефлексії про місце людини в техноцентричному світі. ШІ автоматизує різнопривневі когнітивні процеси – від сенсорної обробки даних до аналітичних і прогностичних моделей, що спричиняє епістемологічний зсув у розумінні самої природи пізнання [4].

Феномен ШІ неминуче породжує спектр філософських, етичних і правових проблем, зокрема, питання автономії та відповідальності, загрозу цифрового тоталітаризму, ризики алгоритмічної дискримінації, а також виклики кібербезпеки та конфіденційності. Особливої уваги потребує питання зміни структури суб'єктності в процесах пізнання: якщо традиційно суб'єкт мислення асоціювався виключно з людиною, то сьогодні ми спостерігаємо становлення гіbridних форм агентності, в яких когнітивна взаємодія здійснюється в симбіозі людини та інтелектуальних машинних систем. Ця трансформація суб'єктності відбувається на фоні загального переходу від антропоцентричної онтології до екосистемного підходу, де людина розглядається не як ізольований розумний агент, а як частина інтерактивного середовища, що включає технологічні, біологічні та соціальні компоненти. Саме тому розвиток ШІ вимагає не лише суто технічного регулювання, як-от Європейський закон про штучний інтелект (2021), а й фундаментального переосмислення суспільно-гуманітарних підвалин, на яких ґрунтуються сучасний світ [5].

Загалом, ШІ не є виключно технологічним феноменом, а радше комплексною соціально-філософською проблемою, що відкриває нові горизонти для осмислення людського буття в умовах технологічного прискорення та когнітивного розширення. Трансформація концепції «інтелекту» в контексті взаємодії людини й машини вимагає критичного аналізу історичних, економічних і культурних структур, які визначають способи нашого мислення, прийняття рішень та існування у світі, що перестає бути виключно людським [6].

Штучний інтелект постає не лише як технологічний феномен, але й як комплексний соціокультурний та філософський конструкт, що сприяє переосмисленню традиційних уявлень про суб'єктність, пізнання та природу людського існування. У контексті глобальних процесів інформатизації, цифровізації, роботизації та віртуалізації відбувається інтенсивна технологізація соціальних практик. Як зазначають дослідники Добродум О. і Ківлюк О., цей процес супроводжується сакралізацією та своєрідним обожненням технологій, які набувають статусу визначальних атрибутів сучасного світу [7].

Аналіз феномена ШІ потребує міждисциплінарного підходу, що поєднує історичні, культурні, праксеологічні, аксіологічні, соціально-інституційні та фізіологічні аспекти людського існування. У цьому контексті фіксується перехід від антропоцентричної моделі світу до поліцентричної екосистеми, де люди, машини та цифрові артефакти формують комплексну мережу взаємодії. Такий зсув, як стверджують Ківлюк О. і Мордовс І., відкриває потенціал для

подолання соціальних нерівностей, дискримінації та інших форм суспільної несправедливості завдяки новим технологічним інструментам і цифровим практикам [9].

Особливу увагу в дослідженнях ШІ займає етична та правова проблематика. У рамках Європейської стратегії даних передбачається створення тематичних просторів для обміну даними між громадянами, бізнесом та державними інституціями, що сприяє демократизації інформаційного середовища та забезпечує рівноправний доступ до цифрових ресурсів. Водночас ухвалення Закону про управління даними та майбутнього Закону про дані формує правову основу для запобігання зловживанням технологічними монополіями та захисту фундаментальних цінностей Європейського Союзу: людської гідності, свободи, демократії, рівності та верховенства права [10].

У контексті техноантропологічної рефлексії особливої уваги набуває феномен трансгуманізму як нової парадигми людського існування. Ця парадигма, заснована на симбіозі людини й технології (кіборгізація, роботизація, імплантация цифрових чипів), актуалізує питання про межі між природним і штучним. На думку Добродума О. і Ківлюка О., віртуалізація буття спричиняє антропологічну революцію, що супроводжується сакралізацією кіберпростору та формуванням нових форматів людської суб'єктивності й існування [8]. Технологічний потенціал штучного інтелекту розкривається через такі ключові напрями, як:

1) *Машинне навчання (ML)* – методологія побудови алгоритмів, здатних до самоосвіти та прогнозування на основі великих масивів даних. Ця галузь, що еволюціонувала з теорії розпізнавання образів і обчислювального навчання, демонструє здатність до адаптації та автономного генерування знань [11].

2) *Обробка природної мови (NLP)* – сфера ШІ, що фокусується на взаємодії комп’ютерів із людськими мовами та здатності систем аналізувати, інтерпретувати та генерувати тексти завдяки нейронним мережам, що моделюють структури, аналогічні до людського мозку [12].

3) *Робототехніка* – проектування й експлуатація автономних систем, здатних до інтеракції з фізичним світом через сенсори, актуатори та інтелектуальні модулі управління, що відкриває нові перспективи для автоматизації виробництва, медицини, транспорту та інших секторів економіки.

4) *Когнітивні обчислення та глибоке навчання* – технології, що імітують людське мислення для аналізу складних структурованих і неструктурзованих даних, формування прогнозів і прийняття рішень на основі виявлення прихованих закономірностей [13].

Отже, штучний інтелект постає не лише як технологічна інновація, але й як філософський виклик, що потребує комплексного осмислення ролі людини у світі, де межа між природним та штучним поступово розмивається. Створення етичних, правових та соціальних рамок для розвитку ШІ є ключовим завданням сучасного суспільства, адже лише гармонійне поєднання технологічного прогресу з фундаментальними цінностями людства забезпечить формування інклюзивного та справедливого цифрового майбутнього.

Сучасні дослідження штучного інтелекту зосереджені на відтворенні когнітивних функцій людського мозку шляхом комп’ютерного моделювання [14]. Проте, як зазначає Задор А., симуляція біологічних процесів не здатна передати суб’єктивні психологічні зміни. Наприклад, феномен забування у людській пам’яті є неактивним процесом: спроби забути посилюють запам’ятування, тоді як у ШІ забування реалізується через активне видалення даних, що суперечить людському психологічному досвіду [15].

Психологія та філософія розуму формують ключові концептуальні основи розвитку ШІ. Зокрема, теорія навчання з підкріпленням базується на біхевіористській концепції формування поведінкових реакцій через зв’язок між стимулом та винагородою [16]. Проте, емоційні реакції та прийняття рішень у ситуаціях невизначеності виявляють межі класичних когнітивних моделей ШІ та вимагають застосування концепту емоційного інтелекту.

Когнітивна психологія досліджує складні ментальні процеси: мислення, мотивацію, емоції та прийняття рішень. Відмінність людського пізнання полягає у суб’єктивній інтерпретації зовнішніх даних через призму емоційних орієнтацій — любові, неприязні, задоволення чи фрустрації. Ця емоційна складова, відсутня у класичних моделях ШІ, є ключем до створення інтелектуальних систем, здатних моделювати людське ставлення та емоції [17; 18].

Варто відзначити, що сучасні наукові дослідження ШІ зосереджуються на синергетичному поєднанні технологій обробки природної мови (NLP), комп’ютерного зору та психологічних концепцій для багатовимірного аналізу вербальних і невербальних комунікаційних маркерів,

включно з тембральними характеристиками голосу, кінесикою та мікроверзами обличчя. Фундаментальна дихотомія між машинним і людським пізнанням полягає у відмінностях механізму забування: у ШІ цей процес детермінується алгоритмічним вилученням надлишкових даних, тоді як у людини він має інтегративну природу та є невід'ємною складовою когнітивної динаміки.

Філософсько-онтологічний вимір суб'єктності у штучному інтелекті розглядається крізь призму концепції емоційного інтелекту, яку у класичному визначені Салвоя та Майєра характеризує здатність ідентифікувати, інтерпретувати та регулювати емоційні стани [19]. Емпіричні дослідження, проведені у рамках проекту Google Project Oxygen під егідою Єльського та Гарвардського університетів, наголошують на ключовій ролі емоційного інтелекту як предиктора професійної ефективності, особливо в аспектах командної взаємодії та лідерства.

Практичні імплементації емоційного аналізу у ШІ демонструють високий прикладний потенціал у сфері клієнтського сервісу. Зокрема, досвід компанії Gainsight засвідчує, що аналіз емоційних реакцій користувачів у процесі обслуговування сприяє формуванню адаптивних стратегій взаємодії. Використання аналітичних платформ, таких як Gong і Zoom, для моніторингу та інтерпретації комунікацій між CSM і клієнтами дає змогу синтезувати індивідуалізовані моделі взаємодії, що наближує емоційний профіль машинного інтелекту до людського. Філософська рефлексія проблематики суб'єктності у контексті емоційного інтелекту та штучного інтелекту окреслює перспективи інтеграції когнітивних та емоційних парадигм у межах глибоких адаптивних систем пізнання.

Застосування технологій емоційного інтелекту (далі – EI) та ШІ в сучасному бізнес-середовищі набуває все більшої популярності. У табл. 1. наведено приклади використання цих технологій, що демонструють широкий спектр можливостей для підвищення ефективності продажів, оптимізації комунікації та покращення взаємодії з клієнтами.

Таблиця 1. Приклади застосування технологій емоційного інтелекту та штучного інтелекту у бізнес-процесах

Організація	Застосування технологій у контексті EI та ШІ	Використовувані технології	Досягнуті результати	Основна мета
Gong	Аналіз взаємодії між продавцями та клієнтами для оптимізації комунікаційних процесів та підвищення результативності угод	Машинне навчання (ML), Обробка природної мови (NLP)	Підвищення ефективності процесу продажів через точніше розуміння емоційних та когнітивних аспектів взаємодії; покращення використання якісної інформації з клієнтських даних	Розробка стратегій для поліпшення комунікації з клієнтами шляхом аналізу емоційних сигналів і відображення їх у мові продавців
Zillow	Використання технологій Gong для підтримки віртуальних продажів під час глобальної пандемії COVID-19	Відеоаналіз, Gong Whisper (інструмент для класифікації ефективності працівників)	Визначення ефективних ключових фраз для укладання угод, а також класифікація працівників за результативністю для вдосконалення комунікаційних стратегій	Перехід до віртуальних продажів та впровадження найкращих практик спілкування для покращення результатів угод
BenchSci	Застосування платформи для аналізу емоційних і поведінкових сигналів клієнтів у фармацевтичній сфері, зокрема в контексті клінічних випробувань	Платформа розмовного інтелекту, аналіз електронної пошти, заявок у службу підтримки, опитувань	Визначення емоційного стану клієнтів, що дозволяє надавати більш точну та чутливу підтримку, а також покращення взаємодії між представниками служби підтримки та клієнтами	Оптимізація підтримки клієнтів через аналіз емоційних і поведінкових змін в їх взаємодії з платформою

Джерело: розроблено автором за даними, наведеними у [20].

Приклади компаній Gong та BenchSci демонструють значний прогрес у застосуванні ШІ для моделювання емоційних аспектів взаємодії між людьми, що на перший погляд може наближати ці технології до явищ, властивих ЕІ. Зокрема, застосування інструментів машинного навчання (ML) і обробки природної мови (NLP) дозволяє не тільки аналізувати дані про поведінку клієнтів, а й активно впливати на зміст комунікації з ними, адаптуючи її під емоційні реакції.

У контексті розвитку технологій штучного інтелекту (ШІ) та їх інтеграції у різні аспекти комунікаційної діяльності, особливо в сфері обслуговування клієнтів, виникають важливі філософські питання щодо суб'єктності, емоційного інтелекту та можливостей ШІ у пізнавальних процесах. Зокрема, технології ШІ, орієнтовані на емоційну чутливість, стають важливим інструментом для поліпшення взаємодії з клієнтами, створюючи 360-градусну петлю зворотного зв'язку, що дає можливість виявляти та моделювати емоційні стани клієнтів на різних етапах комунікаційного процесу. У табл. 2. відображені застосування ШІ у взаємодії з клієнтами та його вплив на розвиток емоційного інтелекту, що включає аналіз передумов, процесу та післядії взаємодії з клієнтом, що також ставить під сумнів можливість суб'єктності ШІ в пізнавальному процесі.

Таблиця 2. Інтеграція штучного інтелекту в процеси емоційного інтелекту на різних етапах взаємодії з клієнтом

Етап взаємодії	Опис та вплив ШІ
1. Перед взаємодією з клієнтом: Моделювання емоційного інтелекту через попередні дані	На цьому етапі менеджери з успіху клієнтів (CSM – Customer Success Management) використовують платформи, такі як Cyrano.AI, для створення персоналізованих профілів клієнтів. Профіль включає стиль спілкування, пріоритети, цілі та рівень зачлененості клієнтів, що дозволяє розробити стратегії взаємодії та адаптувати презентації, підвищуючи емоційну чутливість комунікаційних команд.
2. Під час взаємодії з клієнтом: Аналіз та адаптація в реальному часі	Платформи, такі як Cresta, надають працівникам кол-центрів текстові підказки в реальному часі для покращення взаємодії. При негативних емоційних реакціях клієнтів система пропонує покрокові інструкції для вирішення проблем та подолання заперечень, що тим самим покращує якість взаємодії, скорочує час обробки запитів та підвищує задоволеність клієнтів.
3. Після взаємодії з клієнтом: Зворотний зв'язок та безперервне вдосконалення	Платформи на кшталт Reciprocity продовжують збирати дані після кожної взаємодії, надаючи зворотний зв'язок. Використання Natural Language Generation (NLG) дає змогу надавати рекомендації щодо поліпшення комунікації на основі емоційних реакцій клієнтів, що у свою чергу допомагає оптимізувати стратегії взаємодії, покращити персоналізацію та підвищити ефективність.

Джерело: розроблено автором за даними, наведеними у [20].

Варто відзначити, що проведений аналіз застосування технологій ШІ в комунікаціях з клієнтами показує, що ці інструменти можуть значно покращити рівень емоційного інтелекту у взаємодії між бізнесом та клієнтами, однак існують філософські й етичні аспекти, що потребують ретельного осмислення, зокрема щодо можливості ШІ стати справжнім суб'єктом пізнання та взаємодії. Застосування емоційного інтелекту в контексті ШІ ставить низку філософських питань, щодо сутності таких процесів, зокрема, питання суб'єктності ШІ, його здатності до розуміння емоцій та етичності його застосування у взаємодії з людьми (табл. 3).

Отже, приклади застосування ШІ в бізнес-процесах, зокрема в Gong та BenchSci, дозволяють простежити еволюцію технологій, що наближаються до проявів емоційного інтелекту. Проте філософські питання, що виникають у процесі їхнього використання, акцентують увагу на важливих аспектах суб'єктності, автономності та етики взаємодії між ШІ і людьми. ШІ не є автономним суб'єктом пізнання, оскільки його здатність до «розуміння» емоцій обмежена тільки аналізом даних і відтворенням алгоритмів. Однак його здатність симулювати емоційну чутливість та маніпулювати емоційними реакціями клієнтів піднімає питання етичного використання цих технологій, що вимагає імплементації чітких норм і правил для їхнього регулювання.

Таблиця 3. Аналіз етичних та філософських аспектів використання емоційного інтелекту в ШІ

Тема	Опис явища	Філософське питання
1. Інтерпретація емоцій: чи може ШІ «розуміти» емоції, чи лише симулює їх?	У компаніях Gong та BenchSci застосовуються технології машинного навчання (ML) та обробки природної мови (NLP), які дозволяють виявляти емоційні сигнали через аналіз інтонацій, вибору слів і контексту взаємодії. ШІ може виявляти патерни, що відповідають різним емоційним станам (наприклад, стрес, задоволення, сум) на основі аналізу тексту чи голосу. Однак це не означає, що ШІ здатний до справжнього розуміння емоцій, оскільки він лише симулює емоційну чутливість без внутрішнього переживання емоційного досвіду.	Чи може штучний інтелект бути спроможним до «розуміння» емоцій, якщо його реакції базуються виключно на обробці даних і не мають суб'єктивного досвіду емоцій, як у людини?
2. Автономність та рефлексія: чи може ШІ бути суб'єктом пізнання?	Використання ШІ, зокрема в Zillow, для адаптації стратегій взаємодії на основі емоційних реакцій клієнтів і аналізу ефективності взаємодії демонструє потенціал технологій для автоматизації прийняття рішень. Однак ці системи працюють на основі алгоритмів, які були заздалегідь налаштовані, що ставить питання про їхню автономність. ШІ не володіє самосвідомістю чи рефлексією, які є ключовими ознаками суб'єктності у філософії пізнання.	Чи можуть дії ШІ вважатися самостійними і автономними, якщо вони є результатом програмних алгоритмів, а не результатом рефлексивного процесу пізнання?
3. Етика взаємодії: чи етично використовувати емоційний інтелект ШІ для маніпуляцій?	Застосування емоційного інтелекту ШІ в BenchSci для аналізу емоцій клієнтів з метою надання персоналізованої підтримки ставить питання про етичність таких практик. Використання ШІ для адаптації стратегій взаємодії на основі емоцій може привести до маніпулювання емоційними станами клієнтів, особливо в сфері продажів, де емоції можуть бути використані для стимулювання покупок. Це піднімає питання про необхідність встановлення етичних норм для запобігання неетичних впливів.	Чи етично використовувати емоційний інтелект ШІ для маніпулювання емоційними станами клієнтів, і як визначити межі таких впливів у контексті бізнес-практик?

Джерело: розроблено авторами за даними, наведеними у [20].

6. Висновки

Встановлено, що емоційний інтелект та штучний інтелект визначаються, як дві важливі складові, що впливають на розвиток технологій і на зміну соціальних, економічних і філософських процесів. Взаємодія між ними відкриває нові перспективи для дослідження суб'єктності в умовах інтелектуальних трансформацій, зокрема у сфері пізнання та взаємодії з технологіями. Інтеграція емоційного інтелекту в системи ШІ може привести до суттєвих змін у соціальних структурах і в самій природі людської суб'єктності. На основі проведеного аналізу розвитку ШІ в контексті емоційного інтелекту встановлено потенціал цих технологій у покращенні ефективності людської взаємодії та пізнання. Проте важливо відзначити, що впровадження таких технологій вимагає збереження людської ідентичності та адаптації до нових умов існування в цифровому світі. Визначено, що розвиток ШІ та емоційного інтелекту сприяє виникненню нових можливостей для вдосконалення процесів пізнання, але також створює ризики, зокрема щодо змін у самосвідомості людини та її ролі в суспільстві.

Подальші дослідження повинні фокусуватися на глибшому розумінні механізмів взаємодії між ЕІ та ШІ, а також на визначенні їхнього впливу на розвиток людської суб'єктності, а також необхідно розглянути вплив технологій на емоційну та інтелектуальну компетентність людини в умовах глобальних змін.

References

- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality – Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, (71), 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>

2. Andriukaitiene, R., Voronkova, V. H., Kyvliuk, O. P., & Nikitenko, V. O. (2017). Formation and development of smart society as high-minded, high-tech and high-intelligent community. *Humanities Bulletin of Zaporizhzhie State Engineering Academy*, (71), 17–25. <https://doi.org/10.30839/2072-7941.2017.124880>
3. Bostrom, N. (2020). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies* (A. Yashchuk & A. Yashchuk, Trans.). Kyiv: Nash Format. (in Ukrainian)
4. Kai-Fu, L. (2020). *Artificial intelligence superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order* (V. Punko, Trans.). Kyiv: Force Ukraine. (in Ukrainian)
5. Vance, A., & Musk, E. (2018). *Tesla, SpaceX, and the quest for a fantastic future* (M. Lizina, Trans., 8th ed.). Kyiv: PE Forostina O.V. (in Ukrainian)
6. Voronkova, V. H., & Nikitenko, V. O. (2022). *Philosophy of the digital man and the digital society: Theory and practice* (Monograph). Lviv-Torun: Liha-Press. <http://catalog.liha-pres.eu/index.php/liha-pres/catalog/book/148> (in Ukrainian)
7. Dobrodum, O., & Kyvliuk, O. (2021). Transhumanism and posthumanism: Reflection of the human civilization future. *Philosophy and Cosmology*, (26), 77–89. <https://doi.org/10.29202/phil-cosm/26/6>
8. Dobrodum, O. V., & Kivliuk, O. P. (2018). Technological miracle of modern India: On the way to artificial intelligence and smart society. *Interdisciplinary Studies of Complex Systems*, (12), 79–91. Kyiv: Drahomanov National Pedagogical University. <https://doi.org/10.31392/2307-4515/2018-12.7> (in Ukrainian)
9. Kivliuk, O. P., & Mordows, I. O. (2018). Game as a phenomenon of philosophical anthropology in the context of virtualization of social relations. In O. P. Kivliuk (Ed.), *Educational discourse: A collection of scientific papers* (Vol. 7, pp. 17–26). Kyiv: Gilea Publishing House. [https://doi.org/10.33930/ed.2018.5007.7\(8\)-2](https://doi.org/10.33930/ed.2018.5007.7(8)-2)
10. Marienko, V. (2021). Information and communication technologies as a factor in improving the efficiency of the organization's innovation potential. *Humanity Studies*, 9(86), 154–167. <https://doi.org/10.26661/hst-2021-9-86-17>
11. Voronkova, V., Nikytenko, V., Andryukaitene, R., & Oleksenko, R. (2021). Artificial intelligence as a major decisive force that can change humanity. *Scientific Results: Sociology, Criminology, Philosophy, Political Science*, 2(6), 32–37. <https://sci-result.de/journal/issue/view/6/6>
12. Oltrade, D. (2021). *New thinking: From Einstein to artificial intelligence: Science and technology that changed the world*. Kharkiv: Vivat. (in Ukrainian)
13. Rowan, D. (2021). *Non-Bullshit innovation: Radical ideas from the world's most powerful radicals* (N. Palij, Trans.). Dnipro: Balance Business Books. (in Ukrainian)
14. Nadji-Tehrani, M., & Eslami, A. (2020). A brain-inspired framework for evolutionary artificial general intelligence. *IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems*, 31(12), 5257–5271. <https://doi.org/10.1109/TNNLS.2020.2965567>
15. Zador, A. M. (2019). A critique of pure learning and what artificial neural networks can learn from animal brains. *Nature Communications*, 10(1), 3770. <https://doi.org/10.1038/s41467-019-11786-6>
16. Miller, T. (2019). Explanation in artificial intelligence: Insights from the social sciences. *Artificial Intelligence*, (267), 1–38. <https://doi.org/10.1016/j.artint.2018.07.007>
17. Kriegeskorte, N., & Douglas, P. K. (2018). Cognitive computational neuroscience. *Nature Neuroscience*, 21(9), 1148–1160. <https://doi.org/10.1038/s41593-018-0210-5>
18. Pradhan, N., Singh, A. S., & Singh, A. (2020). Cognitive computing: Architecture, technologies, and intelligent applications. In *Machine learning and cognitive computing for mobile communications and wireless networks* (pp. 25–50). <https://doi.org/10.1002/9781119640554.ch2>
19. Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, (9), 185–211. <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>
20. Limon, D., & Plaster, B. (2022). Can AI teach us how to become more emotionally intelligent? *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2022/01/can-ai-teach-us-how-to-become-more-emotionally-intelligent>