ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
Факультет психології та соціальної роботи
кафедра психодіагностики та клінічної психології

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

«Психологічні аспекти гендеру в штучному інтелекті: сприйняття користувачами віртуальних асистентів »

«Psychological aspects of gender in artificial intelligence: user perception of virtual assistants »

Виконала: здобувачка заочної форми навчання
спеціальності С4 Психологія
Освітня програма «Психологія»
Молорова Анастасія Федорівна
Керівник канд. психол. наук, доцент Коваль Г.Ш. _____
Рецензент канд. психол. наук, доцент Артюхіна Н.В.

Рекомендовано до захисту:
Протокол засідання кафедри
№ ___ від_____202_ р.

Завідувач кафедри Родіна Н.В.

_____ _____
(підпис)

Захищено на засіданні ЕК
протокол № __ від _____202_ р.

Оцінка_____/_____/_____
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Голова ЕК Кокоріна Ю.Є.

_____ _____
(підпис)

Одеса – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП 2

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ГЕНДЕРУ В ШТУЧНОМУ ІНТЕЛЕКТІ

1.1. Поняття «гендер» в сучасній психологічній науці як соціальний конструкт……..6

1.2. Штучний інтелект і віртуальні асистенти як об’єкт психологічного аналізу…….14

1.3. Гендерні характеристики віртуальних асистентів та їх вплив на користувача……19

Висновки до розділу 1.....27

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ГЕНДЕРУ ЧЕРЕЗ СПРИЙНЯТТЯ ЯК ПРОЦЕС ВЗАЄМОДІЇ КОРИСТУВАЧА ТА ВІРТУАЛЬНОГО АСИСТЕНТА

2.1. Організація та методи дослідження……..29

2.2. Емпіричне дослідження сприйняття гендеру віртуальних асистентів та його зв’язку з гендерними уявленнями користувачів……...34

Висновки до розділу 2 45

ВИСНОВКИ 47

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....50

ДОДАТКИ 58

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах цифровізації суспільства штучний інтелект постає не лише інструментом автоматизації, а й новим соціально-психологічним середовищем взаємодії людини зі світом. Віртуальні асистенти дедалі активніше інтегруються у повсякденне життя, виконуючи функції комунікації, підтримки та регуляції діяльності, що зумовлює трансформацію механізмів соціального сприйняття та міжособистісної взаємодії. У цьому контексті особливої значущості набуває проблема гендеру як психологічної характеристики штучного інтелекту, що впливає на інтерпретацію, довіру та емоційне ставлення користувачів.

В ситуації інформаційної перенасиченості, розвитку цифрової комунікації та зростання ролі медіа-опосередкованої взаємодії змінюється характер соціального пізнання: користувачі схильні антропоморфізувати штучний інтелект, приписуючи йому людські риси, включно з гендерною належністю, емоційністю та соціальними ролями. Гендер у віртуальних асистентах виступає не лише технічним або дизайнерським параметром, а й важливим психологічним чинником, що визначає специфіку сприйняття, формування довіри, ефективність взаємодії та відтворення гендерних стереотипів у цифровому середовищі.

Цікавість науковців до цієї теми також визначається сучасними запитами психологічної науки, зокрема психології особистості, гендерних студій та кіберпсихології. Вивчення психологічних аспектів гендеру у штучному інтелекті набуває особливого значення у зв’язку з поширенням цифрових агентів, які все частіше виконують функції соціальних партнерів і можуть впливати на формування уявлень, поведінкових моделей та соціальних норм.

Проблема гендеру як психологічного та соціального феномена ґрунтовно висвітлена у класичних і сучасних дослідженнях. Психодинамічні

підходи, започатковані З. Фрейдом, заклали основи розуміння ролі статевої ідентичності у структурі особистості, тоді як аналітична психологія К. Юнга розкрила символічні аспекти маскулінності та фемінності. Соціально-конструктивістський підхід представлений працями Д. Батлер, яка розглядає гендер як перформативну практику, та Р. Коннелл, що обґрунтувала концепцію гегемонної маскулінності. Когнітивний підхід до гендеру розробляла С. Бем, яка довела роль гендерних схем у структурі сприйняття та інтерпретації соціальної реальності, а також К. Мартін і Ч. Халверсон, які досліджували процеси формування гендерних категорій у свідомості.

Соціально-психологічні механізми гендерної стереотипізації та оцінювання інших розкриті у працях П. Глік і С. Фіске, які запропонували модель амбівалентного сексизму, що пояснює подвійне ставлення до жіночності як поєднання доброзичливості та упередження. Дослідження гендерних ролей і соціалізації представлені роботами А. Іглі, яка обґрунтувала теорію соціальних ролей, а також дослідженнями Дж. Спенс і Р. Хелмрайха, присвяченими вимірам маскулінності та фемінності.

У контексті взаємодії людини з технологіями значний внесок здійснили К. Насс та Б. Рівз, які довели, що люди сприймають комп’ютерні системи як соціальних агентів, реагуючи на них відповідно до законів міжособистісної взаємодії. Подальший розвиток цих ідей представлений у працях Ш. Теркл, яка досліджує феномен емоційної залученості у взаємодії з технологіями та трансформацію ідентичності в цифровому середовищі. Важливими є також дослідження К. Дарлінг, що демонструють схильність людини до емпатії щодо штучних агентів, а також роботи Дж. Вайценбаума, який одним із перших звернув увагу на психологічні ефекти взаємодії з програмами типу ELIZA.

Питання антропоморфізації та соціального сприйняття штучного інтелекту розглядаються у працях А. Вейца, Н. Еплі, та Дж. Качіоппо, які обґрунтували тривимірну модель антропоморфізації, а також у дослідженнях А. Вейца, що демонструють зв’язок між приписуванням людських рис і

формуванням соціальних очікувань щодо технологій. У сфері соціальної робототехніки та взаємодії з цифровими агентами важливими є роботи Ф. Ейссель, які показують вплив гендерних характеристик штучних агентів на рівень довіри, оцінку компетентності та поведінку користувачів.

Водночас низка науково значущих питань залишається недостатньо вивченою: відсутні комплексні психологічні дослідження, що поєднують когнітивні, емоційні та соціально-рольові аспекти сприйняття гендеру віртуальних асистентів; недостатньо досліджено, як індивідуально-психологічні характеристики користувачів (гендерна ідентичність, рівень стереотипізації, досвід взаємодії з технологіями) впливають на інтерпретацію гендеру штучного інтелекту; обмежено висвітлено роль гендеру як чинника довіри та ефективності взаємодії у цифровому середовищі.

Таким чином, актуальність дослідження зумовлена необхідністю поглибленого психологічного аналізу гендерних аспектів штучного інтелекту як нового соціального феномена, що трансформує механізми сприйняття, комунікації та ідентичності в умовах цифрової реальності.

Мета: дослідити психологічні особливості сприйняття користувачами гендерних характеристик віртуальних асистентів.

Завдання:

1. Визначити теоретичні засади вивчення гендеру в психології та психологічні механізми взаємодії людини зі штучним інтелектом.
2. Здійснити емпіричне дослідження сприйняття гендеру віртуальних асистентів.
3. Виявити зв’язок між гендерними уявленнями користувачів та їх оцінкою й ставленням до віртуальних асистентів.

Об’єкт дослідження: психологічне сприйняття штучного інтелекту.

Предмет дослідження: психологічні особливості сприйняття гендерних характеристик віртуальних асистентів користувачами.

Методи дослідження: теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація наукових джерел); емпіричні (анкетування, психодіагностичні методики); математико-статистичні методи обробки даних

База дослідження: Емпіричне дослідження проводилося в мережі Інтернет за допомогою Google Forms. У вибірку увійшли 30 респондентів віком від 18 до 25 років.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для оптимізації психологічно обґрунтованої взаємодії користувачів із віртуальними асистентами, з урахуванням гендерних особливостей сприйняття, у практиці психологічного консультування, цифрової психогігієни та розробки користувацько-орієнтованих технологій.

Апробація та публікації дослідження:

Молорова А.Ф. Artificial intelligence and virtual assistants as a new object of psychological analysis. 82-га звітна студентська наукова конференція Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, 19 - 21 травня 2026 р., присвячена 161-й річниці Університету. Секція «Факультету психології та соціальної роботи», Підсекція «Психодіагностики та клінічна психологія» (прийнято до друку).

Коваль Г. Ш., Молорова А.Ф. Психологічні чинники сприйняття гендеру віртуальних асистентів. «Наукові інновації та передові технології. Державне управління, економіка, право, педагогіка, психологія». # 6(58) 2026. (прийнято до друку).

Структура роботи. Робота складається з 62 сторінок друкованого тексту (із них 49 сторінок основного тексту), 2 таблиці та 7 рисунків і налічує 67 джерел використаної літератури, з яких 16 іноземних.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ГЕНДЕРУ В ШТУЧНОМУ ІНТЕЛЕКТІ

1.1. Поняття «гендер» в сучасній психологічній науці як соціальний конструкт

Сучасна психологічна та міждисциплінарна наука розглядає поняття «гендер» як відображення системи уявлень, норм, ролей і очікувань, пов'язаних із фемінністю та маскулінністю. Зазнаючи впливу культурних традицій, соціальних інститутів, комунікативних практик і медіасередовища, гендер проявляється через мовлення, стилі поведінки, комунікативні ролі й соціальне сприйняття. Все це зумовлює його динамічний і контекстуальний характер.

Одним із ключових підходів до розуміння гендеру в сучасній науці є соціально-конструктивістський підхід, представлений у працях зарубіжних дослідників, зокрема у Дж. Батлер. Відповідно до якого, гендер та гендерні відмінності не є вродженими чи прямим відображенням біологічних характеристик, а формуються в процесі соціального конструювання. Гендер у цьому розумінні виступає когнітивною схемою, за допомогою якої індивід упорядковує соціальну реальність, формує очікування та інтерпретує поведінку інших. Такі схеми є стійкими, але водночас здатними до трансформації під впливом соціальних змін [53].

К. Вест і Д. Зіммерман підкреслюють процесуальний характер гендеру, розглядаючи його як «виконання, постійне відтворення» (doing gender) у повсякденній взаємодії наявних культурних зразків, при цьому, соціальні очікування щодо фемінності та маскулінності переносяться на різні сфери життя, зокрема на професійну діяльність, медіапростір і взаємодію з цифровими технологіями [64].

Л. Беквіт і М. Бернетт показують, що гендерні характеристики мають значення як у соціальній, так і в технологічній взаємодії. Так, автори зауважують, що гендерні відмінності можуть впливати на сприйняття цифрових інтерфейсів, стилів взаємодії та рівень залученості користувачів. Це свідчить, що гендер технологічних систем можна розглядати, не тільки як внутрішню властивість самої системи, а як результат її інтерпретації користувачем [52].

В українській психологічній науці, гендер постає переважно як соціально-психологічний феномен, пов'язаний із гендерною ідентичністю, стереотипами та механізмами соціального сприйняття, розглядається взаємозв'язок гендеру з культурними нормами, ціннісними орієнтаціями та соціальними очікуваннями.

У ряді наукових праць [3; 5; 8; 29; 15], гендер трактується як багатовимірний соціально-психологічний феномен, що включає сукупність уявлень, норм і очікувань про «чоловіче» і «жіноче», які формуються й відтворюються в процесі соціалізації та повсякденної взаємодії, впливаючи на сприйняття, поведінку, інтерпретацію соціального досвіду , а також, взаємодію з іншими суб'єктами.

Слід розмежовувати поняття «стать», яке трактується як біологічна даність та поняття «гендер», що визначається як сукупність соціально й культурно зумовлених характеристик, що надаються індивідам залежно від їх статевої належності [33].

Розглядаючись як аналітична категорія, гендер використовується для дослідження соціальних процесів, комунікації, влади та ієрархій, зумовлюючи соціальні ролі й можливості. Постаючи універсальним інструментом інтерпретації соціальної реальності, гендер застосовується не лише до людей, а й до символічних образів, текстів, медіапродуктів та технологій [29].

Осмислення соціально маркованих гендерних ознак здійснюється через звернення до внутрішніх психологічних структур користувача. Так, психологічну основу соціального сприйняття спільно формують гендерна

ідентичність, ролі та стереотипи, перебуваючи у тісному взаємозв'язку. Ці механізми є відносно стабільними й автоматизованими, що пояснює їхню дієвість навіть у нових формах взаємодії.

За визначенням С.О. Ренке, гендерна ідентичність є однією з фундаментальних складових самосвідомості особистості, що формується у процесі соціалізації та зумовлює особливості сприйняття себе і соціального світу [39].

Ю. Швецова розглядає гендерну ідентичність як багатокомпонентний психологічний конструкт, що визначає інтерпретацію соціальних ролей індивідом, соціально схвалювані норми і моделі поведінки, притаманних певному гендеру, очікування, пов'язані з маскулінністю і фемінністю [49].

М.Г. Ткалич інтерпретує гендерну ідентичність як складне утворення, що включає когнітивний, емоційно-оцінний та поведінковий компоненти. Так, когнітивний компонент охоплює уявлення особистості про власну належність до певного гендеру, а також стереотипні образи фемінності та маскулінності. Емоційно-оцінний компонент відображає ставлення людини до своєї гендерної ідентичності, рівень її прийняття та емоційної значущості. Поведінковий компонент пов'язаний із реалізацією гендерних ролей у конкретних соціальних ситуаціях [43].

Особистісна гендерна ідентичність, яку часто зазначують як «Я-концепція», позначає усвідомлення індивідом власної приналежності до певної гендерної категорії, тим самим, впливає на самоприйняття, спосіб інтерпретації соціальних сигналів, рівень гнучкості гендерних оцінок та орієнтації на традиційні ролі. Особи з різним рівнем цих характеристик, можуть по-різному сприймати однакові гендерні маркери.

В процесі вербальної й невербальної взаємодії, демонструючи власну гендерну ідентичність, учасники комунікації також очікують її відповідності від інших. Тому, сприйняття гендеру іншого завжди опосередковується уявленнями про власний гендер [33].

А.В Мирошнеченко, як результат соціально зумовлених процесів інтерпретації себе і світу та ключовий компонент самосвідомості, виділяє самоставлення як ставлення індивіда до власного «Я». Гендерна ідентичність і самоставлення формуються у тісному взаємозв'язку, виконуючи важливу регулятивну функцію в процесі соціального сприйняття. Так, особи з позитивним самоставленням мають вищу впевненість у власних можливостях, тоді як негативне самоставлення корелює з відчуттям безпорадності та низькою вірою у власні сили [28].

Гендерна ідентичність не є фіксованою, вона змінюється залежно від вікових етапів, соціального контексту та міжособистісної взаємодії. Гендерні конструкти, як механізми сприйняття, формуються в процесі становлення самосвідомості особистості. Під впливом соціального оточення, проходячи гендерну соціалізацію через різні соціальні інститути — сім'ю, однолітків, освітнє середовище, медіа, через механізми ідентифікації та соціальне навчання, діти засвоюють уявлення про нормативні зразки маскулінності та фемінності, які поступово інтеріоризуються й стають частиною Я-концепції.

У дорослому віці гендерна ідентичність набуває більшої стабільності, однак не втрачає динамічності життєвий досвід, професійна діяльність і соціальні ролі можуть модифікувати уявлення про власний гендер, сприяючи формуванню більш гнучких або, навпаки, ригідних гендерних установок. Тому, гендерна ідентичність розглядається як процесуальне утворення, яке продовжує розвиватися і в дорослому віці.

Порушення усталених гендерних сценаріїв може призводити до когнітивної невизначеності та ускладнення комунікації, оскільки руйнує звичні механізми категоризації. Нечітка або слабко диференційована гендерна ідентичність може знижувати ефективність гендерної ідентифікації як механізму соціального орієнтування. Водночас сформована й усвідомлена гендерна ідентичність сприяє більшій цілісності Я-концепції та стабільності соціальної поведінки [20; 39].

Гендерна ідентичність переважно реалізується на особистісному та міжособистісному рівнях, тому гендерні уявлення найактивніше проявляються саме у сфері взаємин і комунікації. Впливаючи на очікування щодо компетентності, емоційності та статусу соціальних взаємодій, гендерна ідентичність сприяє подальшому становленню компонентів Я-концепції, формує соціальний та професійний образ «Я» [39].

Цікаво, що чоловіки частіше пов'язують власну ідентичність із досягненнями, матеріальним статусом і контролем, тоді як жінки більшою мірою орієнтуються на емоційні переживання, міжособистісні стосунки та ставлення до себе з боку інших, що є відображенням диференціації гендерних ролей та очікувань [43].

Гендерні ролі описуються як соціально закріплені моделі поведінки для чоловіків і жінок, визначаючи, які соціальні функції вважаються «прийнятними». Виконуючи нормативну функцію, регулюючи очікування щодо дій, емоцій і стилю комунікації осіб різної статі, гендерні ролі варіюються залежно від соціокультурного контексту. Через механізми соціального контролю гендерні ролі підтримують відносну стабільність соціального порядку, водночас обмежуючи індивідуальну варіативність поведінки [9].

Очікування щодо особистісних характеристик та гендерних ролей відображають категорії маскулінності та фемінності, задаючи соціальні стандарти «нормативної» мужності та жіночності з якими співвідноситься поведінка індивіда. Гендерна ідентичність не зводиться до бінарної моделі «чоловік – жінка», а може мати множинні та перехідні форми, зокрема андрогінність [39].

Жорстке дотримання традиційних гендерних ролей та орієнтація виключно на маскулінні або фемінні стандарти може обмежувати адаптивні можливості особистості, її самореалізацію й сприяти виникненню внутрішніх конфліктів, труднощів у міжособистісній взаємодії та досягненні життєвих цілей [33].

За результатами дослідження Г.Ш. Коваль та Д.О. Рашковської, виокремлюються суттєві відмінності між чоловіками та жінками у сприйнятті гендерних ролей. Зокрема, жінки виявляють нижчий рівень гендерної упередженості та більшу готовність до переосмислення традиційних ролей, тоді як чоловіки характеризуються більшою амбівалентністю поглядів, що може бути пов'язано з впливом нормативної маскулінності та очікувань домінування [23].

Узагальнення результатів науково-практичних досліджень [39; 43; 9; 20] свідчить, що найбільш адаптивними з психологічної точки зору є гнучкі гендерні установки, що знижують негативний вплив жорстких рольових очікувань. Андрогінна модель гендерної ідентичності, поєднуючи маскулінні та фемінні риси у структурі особистості, є більш адаптивною формою гендерної організації, має підвищену психологічну гнучкість та ширший репертуар поведінкових стратегій. Індивід з андрогінною ідентичністю ефективніше реагує на вимоги ситуації, комбінуючи інструментальні та експресивні патерни поведінки, що сприяє формуванню стресостійкості, кращій соціальній адаптації та успішнішій самореалізації, зокрема у професійній сфері [27; 45; 49].

Все це дає нам змогу розглядати гендер, не як фіксовану характеристику, а як процес, що постійно конструюється у взаємодії між індивідом і соціальним середовищем, до вимог якого ефективніше адаптуватися індивіду дозволяє поєднання різних гендерних якостей.

Інтегральною частиною гендерної ідентичності, що визначає спосіб інтерпретації як власної поведінки, так і поведінки інших є гендерні стереотипи [43].

С. Бем запропонувала концепцію гендерних схем, що виконують функцію когнітивних фільтрів, за допомогою яких упорядковується досвід, типізуються поведінкові моделі та оцінюється відповідність індивіда соціальним очікуванням. Особи з високим рівнем гендерної схематичності, як підкреслює дослідниця, більшою мірою покладаються на стереотипні

уявлення, тоді як менш схематизовані індивіди демонструють гнучкіші підходи до інтерпретації гендерних ролей [40; 51].

Гендерні стереотипи, маючи історично обумовлений характер, закріплювались через культурні традиції, соціальні інститути, і зараз здійснюють первинну соціальну категоризацію, коли у процесі первинного контакту з об'єктом взаємодії людина схильна швидко відносити його до певної соціальної категорії, спираючись на обмежену кількість доступних ознак. Соціальна категоризація формує ставлення та реакції між об'єктами взаємодії, вона є одним з ключових механізмів формування гендерного сприйняття, що дозволяє людині знижувати когнітивне навантаження та швидко орієнтуватися в умовах невизначеності [27; 33].

Гендерно-рольові стереотипи часто зберігаються навіть за умов декларування гендерної рівності, що свідчить про їх глибоку інтеграцію у структуру соціального мислення [40].

Спрощені уявлення, узагальнюючи норми та закріплюючи їх у масовій свідомості, не лише відображають соціальну реальність, а й активно формують її, впливаючи на самооцінку, життєві стратегії та міжособистісну взаємодію. Будучи особливо стійкими в молодіжному середовищі, впливаючи не лише на оцінку інших, а й на самоідентифікацію, гендерно-рольові стереотипи, залишаються малорефлексованими та соціально легітимованими, що ускладнює їх подолання [27; 13].

Жінки частіше зазнають негативних наслідків стереотипів, пов'язаних із зовнішністю, материнством і професійною самореалізацією, тоді як чоловіки стикаються з тиском відповідати нормам маскулінності, емоційної стриманості та соціальної успішності [7, с.10].

Відтворюючись через комунікативні практики, мову, символічні репрезентації, суб'єктивний досвід повсякденної взаємодії , гендерні уявлення часто залишаються непомітними. Гендерні стереотипи здатні обмежувати варіативність сприйняття, індивідуальний розвиток та професійну реалізацію, часто виступають джерелом упереджених оцінок, задають рамки та очікування

щодо ролей, компетентності, відповідальності, емоційності, комунікативного стилю й соціального статусу, як реальних людей, так і символічних образів. Можуть відтворювати домінантні моделі та маргіналізувати альтернативний досвід, що ще більше закріплюватиме соціальну нерівність [3; 15; 13; 27].

Для подолання прихованих упереджень та забезпечення більш справедливого й інклюзивного соціального середовища важливим є усвідомлення різноманіття гендерних ідентичностей, ролей та стилів поведінки, дотримання гендерної толерантності, критичний перегляд стереотипних уявлень та стандартів, а також впровадження гендерно чутливих практик [30; 34].

А.М. Горська, досліджуючи гендерну упередженість в системах штучного інтелекту, наголошує, що штучний інтелект не є нейтральним, оскільки відображає існуючі гендерні нерівності, закладені в даних та алгоритмах на яких він навчається, здатен посилювати їх, формуючи уявлення про соціальні ролі та впливаючи на професійні орієнтації [14].

У контексті взаємодії з системами штучного інтелекту, гендерні відмінності можуть визначати специфіку сприйняття та інтерпретації відповідей штучного інтелекту, зокрема ступінь критичності до відтворюваних ним гендерних стереотипів. Андрогінність відкриває перспективи формування більш гнучких моделей взаємодії з системами штучного інтелекту, а користувачі з гнучкою ідентичністю менш схильні до стереотипізації технологічних систем, можуть взаємодіяти більш нейтрально.

Таким чином, у сучасній психологічній науці гендер розглядається як соціально сконструйований багатовимірний феномен, що формується у процесі соціалізації та відображає систему норм, ролей і очікувань щодо маскулінності та фемінності. Гендерна ідентичність, стереотипи та ролі виступають ключовими механізмами соціального сприйняття, які впливають на інтерпретацію поведінки, самоідентифікацію та взаємодію індивіда з оточенням. Важливо, що гендерні уявлення не є статичними, а змінюються під впливом соціокультурного контексту, зокрема й у цифровому середовищі.

1.2. Штучний інтелект і віртуальні асистенти як об’єкт психологічного аналізу

В цифровому середовищі гендер набуває нових інтерпретацій, постає як категорія, що підлягає алгоритмічній обробці та моделюванню. Зокрема, цифрові технології трансформують гендер у форму даних, спрощуючи його до формалізованих ознак, що використовуються для класифікації, прогнозування та персоналізації.

У цьому сенсі гендер можна розглядати як «оцифровану» категорію, яка одночасно відображає соціальні уявлення та відтворюється технічними системами [18].

Разом з тим, важливе розуміння того, вважати сучасний штучний інтелект інструментом, агентом чи квазісуб’єктом взаємодії, дозволить осмислити сутність штучного інтелекту як феномену. З огляду на те, що цифрові системи штучного інтелекту характеризуються різним рівнем автономності, функціональності та способами взаємодії з користувачем, важливим є врахування особливостей їх функціонування. У зв’язку з цим доцільно конкретизувати поняття «чат-бот», «віртуальний асистент» та «система штучного інтелекту», оскільки вони позначають різні рівні технологічної складності та функціональності, що по-різному впливають на формування й інтерпретацію гендерних характеристик у цифровому середовищі.

Система штучного інтелекту (Artificial Intelligence, AI) — це найбільш широке поняття, яке охоплює технології, здатні виконувати інтелектуальні завдання, що традиційно вимагали людського мислення: аналіз даних, розпізнавання образів, обробку мови, навчання та прийняття рішень. Такі системи працюють на основі технологій: машинного навчання, глибинного навчання та обробки природної мови. Чат-боти та віртуальні асистенти є лише окремими прикладними формами використання штучного інтелекту [19].

Чат-бот — це програмний агент, який імітує діалог із користувачем у текстовій або голосовій формі. Чат-боти призначені для автоматичного надання відповідей на запитання або виконання простих сценаріїв взаємодії, зазвичай працюють на основі простих алгоритмів діалогу, з обмеженим чи взагалі відсутнім запам'ятовуванням контексту. Найчастіше, цей інструмент використовуються для відповіді на типові запитання, підтримки клієнтів та автоматизації простих сервісних процесів [19].

Віртуальний асистент (цифровий помічник) — це більш складна система, що використовує механізми обробки природної мови, машинного навчання та персоналізації, поєднуючи можливості чат-бота з ширшим функціоналом та глибшою інтеграцією з іншими цифровими сервісами. Віртуальні асистенти розуміють намір користувача, зберігають контекст діалогу, можуть виконувати багатокрокові завдання та інтегруються з різними додатками та системами, можуть планувати зустрічі, керувати пристроями, аналізувати дані, виконувати комплексні запити користувача. Прикладами таких систем є: Siri, Google Assistant, Alexa, Gemini, ChatGPT (у ролі персонального асистента) [19; 47].

У межах даного дослідження доцільно звертатися не лише до поняття віртуального асистента, а й ширше розглядати чат-боти та системи штучного інтелекту загалом, оскільки, віртуальний асистент виступає інтегрованою системою, побудованою на основі алгоритмів штучного інтелекту, зокрема обробки природної мови, машинного навчання та адаптивних діалогових моделей. Водночас його комунікативна взаємодія з користувачем часто реалізується через інтерфейс, подібний до чат-бота, що дозволяє підтримувати діалог, відповідати на запити та надавати рекомендації.

Системи штучного інтелекту являють собою галузь науки та техніки, в якій досліджуються, вивчаються, проектуються та створюються інформаційні, програмно-алгоритмічні й апаратні комплекси, результати дії яких аналогічні до результатів дії механізмів мислення та процесів комунікування людини, система імітує процес мислення людини [31].

О.Є. Порохова визначає штучний інтелект як сукупність методів і засобів обробки інформації, здатних до навчання, адаптації та прийняття рішень на основі накопиченого досвіду, що імітують високорівневі когнітивні процеси людини (мислення, мовлення, розпізнавання образів, навчання, здатність до комунікативної взаємодії), робить штучний інтелект соціально значущим феноменом, а не суто технічним інструментом [37].

О. Гриб'юк розглядає штучний інтелект, як інструмент метафоричного моделювання інтелектуальних процесів у віртуальному освітньому середовищі, висвітлює механізми формування довіри та сприйняття цифрового помічника як соціально значущого суб'єкта. Дослідниця вважає некоректними антропоморфні уявлення про штучний інтелект як автономного суб'єкта мислення, функціонування якого зумовлене алгоритмами машинного навчання, є орієнтованість на роботу зі знаннями, а не на їхнє осмислення [11].

Штучний інтелект постає як сукупність методів та алгоритмів, що моделюють когнітивні функції людини та можуть застосовуватися для автоматизації рутинних процесів, аналізу великих обсягів даних і підтримки прийняття рішень у соціальній роботі. Здатність технічних систем імітувати діалог, наближений до живого спілкування, істотно підвищує залученість і мотивацію користувачів та дозволяє розглядати їх як інтерактивних учасників віртуальної комунікації [32].

В.Г. Іванов, О.І. Захожай та О.О. Кряжич, розглядаючи проблему похибок й обмежень мовних моделей, наголошують, що спосіб обробки користувацьких запитів, логіки уточнень і реакції на додаткові умови безпосередньо впливає на те, як асистент формує відповідь. Автори зазначають, пошук відповіді здійснюється нелінійно, тому додаткові логічні умови часто не інтегруються у загальну структуру міркування, призводячи до накопичення похибок. Тому, при уточненні або розширенні запиту користувачем, імовірність отримання коректної відповіді зменшується. Взаємодія з системами штучного інтелекту методом алгоритмів буде

продуктівнішою, зберігати фокус на ключових параметрах задачі дозволить отримувати більш коректні рішення [18].

О. Летичевський наголошує, що основним методом роботи штучного інтелекту є машинне навчання, тобто імітація мовної або логічної поведінки на основі ймовірнісних моделей. Моделі типу ChatGPT працюють за принципом передбачення наступного слова, не усвідомлюючи в повній мірі аналіз змісту, що зумовлює змістовну хибність та поверховість відповідей при формальній коректності, навіть у добре натренованих моделях [25].

Сучасні системи штучного інтелекту функціонують на основі категоризації, алгоритмізуючи стать, вік, інші ознаки та редукуючи складну людську реальність до формалізованих категорій. Взаємодіючи з цифровими агентами, користувачі спираються на ті самі гендерні схеми, що й у міжособистісному спілкуванні, які в цифровому середовищі проявляються в опосередкованій, технологічно зумовленій формі. Стереотипи притаманні як користувачеві, так і самій системі, завдяки даним на яких вона навчається. Однак, на відміну від людської комунікації, поведінка віртуальних асистентів значною мірою визначається технічними характеристиками системи, варіативність яких обмежена алгоритмічною логікою та заданими параметрами взаємодії [25; 44].

Можемо говорити про те, що створюється специфічний контекст взаємодії, у межах якого провокується категоріальне мислення у користувачів, які інтерпретують соціально значущі ознаки цифрових агентів.

Г.П. Веллнер описує, як алгоритм стає активним агентом взаємодії, контроль людини над технологією знижується, при цьому системи штучного інтелекту постають не лише як інструменти, а як моральні агенти, здатні формувати соціальну реальність і відтворювати гендерну нерівність. Алгоритмічні рішення формуються на основі даних, на яких система була навчена і залежать від їх якості, окрім того, відображаючи існуючі культурні уявлення, системи штучного інтелекту несуть вплив соціальних патернів та контексту, у якому вони були сформовані. Так, через дизайн,

функціональність і комунікативні характеристики відтворюються соціальні упередження, відображаючи нерівності реального соціального середовища. Виходячи з такого принципу роботи систем штучного інтелекту, так як, результати їх діяльності відображають соціокультурний контекст, то нейтральність гендерних характеристик систем штучного інтелекту є уявною та відносною, а не об'єктивно реальною [63].

Як зазначають А.В. Чорномидз та М.П. Кланца, штучний інтелект створює індивідуально релевантний контент, формуючи постійний цикл дофамінового підкріплення, система моделює емпатію, пам'ять та безумовне прийняття, вибудовуючи парасоціальні стосунки з користувачем. Завдяки делегуванню мисленнєвих функцій штучному інтелекту, система когнітивно розвантажує користувачів, але водночас із цим, знижує критичне мислення та когнітивний контроль, що може призводити до моральної дезорієнтації та ерозії автономії [48; 35].

Все більш важливим стає етичний аспект взаємодії з системами штучного інтелекту та соціальна відповідальність стосовно використання технологій, зосереджуючись на проблемах алгоритмічної упередженості, недостатній прозорості логіки функціонування системи й ухваленню нею рішень, а також забезпечення належного захисту персональних даних. Доброчесне використання штучного інтелекту передбачає орієнтацію технологій на потреби людини та запобігання відтворенню соціальних упереджень, зокрема гендерних, які можуть впливати на характер взаємодії користувачів з інтелектуальними системами [42].

Таким чином, штучний інтелект і віртуальні асистенти є складними технологічними системами, що імітують когнітивні процеси та забезпечують комунікативну взаємодію з користувачем. Функціонування цих систем зумовлене алгоритмічними принципами, що обмежує їхню автономність і актуалізує питання похибок, упередженості та етичного використання технологій.

1.3. Гендерні характеристики віртуальних асистентів та їх вплив на користувача

Стрімкий розвиток цифрових технологій зумовив формування нового соціального простору, який поступово трансформує особистість, її способи мислення, поведінки та самосприйняття. Г.Ш. Коваль зауважує, що створюються передумови для виникнення нових форм взаємодії, де межа між між кіберпростором і реальним світом стирається, при цьому поведінка в цифровому середовищі стає частиною реального життя [21].

Цифровізація має подвійний вплив на психіку людини. З одного боку, вона відкриває нові можливості, сприяє розвитку когнітивних процесів, підтримці соціальних контактів, допомагає відстежувати емоційний стан і навіть виступає інструментом психологічної підтримки. З іншого боку, надмірне занурення у цифрове середовище може супроводжуватися негативними явищами, такими як формування залежності, зниження якості міжособистісного спілкування та трансформація поведінкових моделей [21].

Взаємодія людини з технологіями виступає формою соціального та культурного співбуття, формуючи новий тип особистості, що адаптувалася до цифрового простору. Ідентичність «цифрової людини», як її називають В.Г. Воронкова та В.О. Нікітенко, включає світоглядні установки, ціннісні орієнтації та моделі поведінки, сформовані під впливом алгоритмів, платформ і цифрових інтерфейсів [4].

Конструюючи віртуальну ідентичность, особистість вибірково репрезентує власні риси, моделює бажаний образ і може експериментувати з альтернативними ролями, дистанціюючись від реальної ідентичності. В умовах обмеженої сенсорної інформації активізуються механізми соціальної перцепції, зокрема проєкція та ідеалізація, коли співрозмовнику приписуються риси власного або ідеального «Я», що сприяє виокремленню «Я-реального» і «Я-віртуального» та формуванню емоційно насичених взаємодій у цифровому просторі [2].

Як наголошує О.Е. Радутний, користувачі віртуальних світів певною мірою асоціюють або ототожнюють себе зі своїми віртуальними тілами або персонажами, що змінює самосприйняття та впливає на самоідентифікацію людини [38].

Сприйняття гендерних характеристик у взаємодії людини зі штучним інтелектом є складним психологічним процесом, що визначається індивідуальними особливостями користувача, його соціальним досвідом і когнітивними установками, рівнем емпатії та критичного мислення, гендерною ідентичністю, ціннісними орієнтаціями, толерантністю до невизначеності, тривожністю, а також відкритістю до нового досвіду взаємодії з технологіями [52].

У цьому контексті гендер в цифровому середовищі постає не як об’єктивна властивість технології, а як суб’єктивно інтерпретований образ, сформований у свідомості користувача. Гендерні характеристики віртуальних асистентів розглядаються як сукупність ознак (голос, стиль комунікації, ім’я), які формують у користувача уявлення про «стать» цифрового агента. Користувачі, інтерпретуючи характеристики цифрових агентів, спираються на власний досвід формування гендерної ідентичності та самоставлення, в залежності від своєї гнучкості або ригідності, автоматично проєктують на системи штучного інтелекту, зокрема на віртуальних асистентів, фемінні або маскулінні риси. Так, носії традиційних стереотипних уявлень, схильні до упереджених оцінок та більш жорстких гендерних очікувань, можуть приписувати віртуальним асистентам стереотипні риси, а особи з андрогінною ідентичністю потенційно демонструють вищий рівень прийняття різних гендерних образів цифрових агентів, сприймаючи штучний інтелект як нейтральний інструмент.

Функціонування гендеру як аналітичної та символічної категорії, зумовлює автоматичне застосування його до будь-яких агентів взаємодії, які демонструють мовлення, інтенційність або соціально зрозумілу поведінку. Розвиток мовних інтерфейсів, систем розпізнавання та синтезу мовлення в

системах штучного інтелекту, передача інформації шляхом аудитивного сприймання, активують складні когнітивні та перцептивні механізми, формуючи емоційне та соціальне ставлення користувачів до системи[16].

Існує кілька ключових рівнів обробки голосової інформації: перцептивний, де користувач розрізняє висоту, гучність і тембр; когнітивний, де відбувається інтерпретація мовлення, формування уявлень про наміри та компетентність співрозмовника; емоційний рівень, який пов'язаний із переживанням комфорту або напруження під час взаємодії. Емоційний тон взаємодії визначає інтонаційна структура мовлення [16].

Імітація віртуальними асистентами мовних моделей, комунікативних патернів, тембру голосу, механізмів природного мовлення та персоналізованих сценаріїв взаємодії, зумовлює найбільш інтенсивне зближення людини і машини, користувач може інтерпретувати стать, вік, емоційний стан і навіть статус мовця, так цифрова система набуває ознак соціальної присутності [17; 37].

Голоси з фемінними характеристиками, інтонація яких м'яка та спокійна, частіше асоціюються з турботою, сервісністю, емоційною підтримкою та безпекою, тоді як маскулінні голоси, сприймаються більш авторитетними, впевненими та компетентними. Загалом, голоси, інтонація яких різка або монотонна, можуть знижувати рівень довіри та викликати відчуття дистанції.

Перші покоління голосових асистентів (Siri, Cortana , Аліса та ін.), майже одностайно були представлені жіночими голосами, прописані як терплячі, ввічливі, навіть у відповідь на образи, готові виконувати накази, на сексуальні домагання закладалася реакція флірту або вибачливими фразами, що згодом негативно позначилося на нормалізації агресивної поведінки до жінок, закріпленню ролей та стереотипів. Наразі за усталеними налаштуваннями все частіше залучають гендерно-нейтральні варіанти голосів [60].

Гендер голосу впливає на рівень довіри, характер очікувань, оцінку надійності, доброзичливості, професійності, емоційний комфорт та готовність

взаємодіяти з системою на постійній основі, а також зумовлюють соціальне сприйняття віртуального асистента як квазісоціального агента [56; 36].

Готовність приймати рекомендації, поради й рішення, запропоновані інтелектуальними системами визначає довіра, її зумовлюють: віра в ефективність нормативного контролю, достатність правового регулювання, наявність етичних стандартів і відповідальності організацій, що розробляють та впроваджують технології, а також, суб'єктивне відчуття зрозумілості, впевненість у коректності, безпеці, передбачуваності рішень, запропонованих системою та відчуття підконтрольності алгоритму людині, можливості втручання у разі помилкових або небажаних результатів [1; 42].

Алгоритмічні похибки також впливають на рівень довіри, можуть сприйматися як прояви «неуважності», «авторитарності» або «емоційної нечутливості» [18].

Наразі відбувається тенденція до зростання соціальної ізоляції, розповсюдження відчуття самотності, гостра нестача емоційної підтримки та рефлексії у реальному житті, створюють контекст, у якому цифрові технології відповідають новим потребам сучасного суспільства. Здатність імітувати природне мовлення, забезпечувати постійний зворотний зв'язок, адаптуватися до індивідуальних потреб користувача, опрацьовувати великі масиви текстової інформації, формулюючи логічно послідовні, емоційно залучені, коректні й етично виважені відповіді, – робить системи штучного інтелекту ідеальними помічниками [11; 63].

О. Помиткін та Л. Помиткіна розглядають віртуальних асистентів як інноваційний засіб психологічної підтримки, зокрема для людей літнього віку, де голосова взаємодія є найбільш доступною. О. Орлов також підкреслює їхню роль як помічників, що здатні до підтримки, навігації та персоналізованого спілкування, можуть інтерпретувати складні емоційні стани та здійснювати первинне консультування [36; 32].

Виступаючи компенсаторним механізмом соціального дефіциту, взаємодія зі штучним інтелектом може забезпечувати короткочасне

полегшення ізоляції, однак існує ризик формування залежності та «емоційного аутсорсингу», коли реальні міжособистісні зв'язки заміщуються алгоритмічною взаємодією, створюючи ілюзію широких соціальних зв'язків без глибини взаємодії, при цьому відчуття підтримки та неосудності, надане віртуальним помічником, сприяє повторному зверненню. Так, чим більш теплим і емпатійним сприймається чат-бот, тим сильнішим стає прагнення продовжувати з ним взаємодію [59; 65; 67; 22].

Наділення віртуальних асистентів соціальними ознаками, зокрема гендером, інтерпретація їх персоналізованих характеристик (голосу, тембру мовлення, стилю комунікації, ім'я та ін.), запускає процес антропоморфізації, коли образ цифрового суб'єкта наділяється людськими рисами, а користувач починає сприймати його вже не як інструмент, а як умовного «співрозмовника». Сприйняття чат-бота як істоти, що має свідомість і здатність до емоційної підтримки, посилює емоційну прив'язаність користувачів, формуючи відчуття залученості [65].

На думку Ю.С. Чаплінської, ключовим етапом антропоморфізації є звернення та сприйняття гендеру віртуальних асистентів в рамках «він». «вона». Щоб не олюднювати техніку, авторка наголошує, що доречніше буде звертатися до пристроїв у формі «воно» [46]

У середовищі кіберпростору виникають нові типи соціальності, що можуть бути пов'язані з розвитком емоційної прив'язаності до штучних агентів. Формується хибне відчуття близькості в процесі взаємодії, оскільки система імітує емоційні реакції та соціальну підтримку, чим знижує здатність користувача критично оцінювати емоційний вплив [22; 35].

Є емпіричні дані, що демонструють високу готовність дітей до персоніфікації роботів та свідчать про формування емоційної прив'язаності до нелюдських об'єктів взаємодії. Так, 43,1 % дітей добре ставилися б до робота як до друга, 18,2 % — як до члена родини, також, діти зазначали, що звернулися б до робота за емоційним комфортом [46].

ШІ-компаньйони дедалі частіше позиціонуються як емоційні довірені особи, виступаючи суб’єктом міжособистісної взаємодії. Користувачі починають сприймати систему як соціального агента з намірами та емоційною глибиною, гендер виступає маркером «людяності» [66].

Комунікація в цифровому середовищі більшою мірою базується на текстовій та візуальній репрезентації, анонімність формує умови для більшої відвертості, знижуючи соціальні бар’єри, стає інтенсивнішою парасоціальна взаємодія, виникає відчуття близькості. Користувачам легше вступати в емоційно насичені взаємодії з цифровими агентами, розкрити їм глибші особисті теми, говорити те, що не кажуть людям [2; 55].

Дослідження взаємодії користувача з віртуальними компаньйонами, засноване на аналізі понад 60 тисяч коментарів та 23 глибинних інтерв’ю, демонструє, що штучний інтелект сприймається як безпечний слухач, неосуджуючий партнер, емоційно доступний співрозмовник, кому можна «розповісти все без страху відторгнення» [61].

Почуття взаємності зумовлене алгоритмічною адаптивністю та діалогічності системи, яка запрограмована підтверджувати переконання, уникати осуду, постійно валідизувати емоції, що підвищує відчуття прийняття та стимулює інтимне саморозкриття користувача, який при цьому сам конструює ментальну модель емпатичної взаємодії з технологією. Така взаємодія створює ілюзію ідеального партнера — доступного, неосудливого, такого, що з’являється саме тоді, коли користувач готовий до взаємодії[58; 61].

О.Е. Радутний зауважує, що психологічний зв’язок з аватаром залежить від вкладених ресурсів й зусиль користувача в створення його образу, так чим більше часу, грошей і емоцій вкладено, тим сильнішою буде прив’язаність[38].

Якщо залучення гендерної атрибуції до систем штучного інтелекту обумовлено технічними аспектами, то можемо стверджувати, що романтична та емоційна прив’язаність до віртуальних компаньйонів є також частиною цієї дизайнерської логіки та передбачуваним результатом технічних рішень [58].

Формуються нові, алгоритмічно сконструйовані форми інтимності, трансформується сама структура любовних і сексуальних взаємин, відбувається конструювання бажаного образу партнера та підсилення проєктивних механізмів, а самі інтимні взаємини набувають більш гнучкого та менш зобов'язального характеру. За відсутності тілесної взаємодії емоційна близькість формується через текстові та візуальні репрезентації, що зберігають інтенсивність переживань без фізичної присутності партнера [48].

Постійна доступність, ініціація контакту та імітація особистісної взаємодії сприяють швидкому формуванню емоційної прив'язаності та ілюзії інтимності, підсилюють сприйняття асистента як «партнера», що в окремих випадках може заміщувати реальні соціальні зв'язки [26].

Як зазначають С. Гриців та Т. Чоп, цифрові технології стали посередниками інтимної сфери, де романтичні відносини набувають рис гри та легкої замінюваності. Анонімність і фізична непредставленість учасників комунікації сприяють посиленню механізмів стереотипізації та ідеалізації партнера, коли бажане частіше видається за дійсне [12].

Завдяки технологічній можливості конструювання «ідеального партнера», конструювання альтернативної психосексуальної ідентичності, нормалізується штучна інтимність, сексуальність починає моделюватися як технічна характеристика, де гендер виступає елементом кастомізації інтимності та механізмом посилення емоційної залученості [46; 50].

А.М. Столяренко, І.С. Дьома, А.Д. Городокін розглядають формування нереалістичних стандартів сексуальності у цифровому просторі, наголошуючи, що вони знижують самооцінку та впливають на якість реальних міжособистісних стосунків [41].

Нейропсихологічне збудження, що виникає в цифровій реальності перебудовує саму структуру тілесного досвіду, віртуальний досвід сприймається як реальний, при цьому, цифрові сексуальні стимули здатні викликати більш інтенсивний і частіший дофаміновий сплеск та перевищувати рівень стимуляції, характерний для міжособистісної взаємодії [38; 50].

У довготривалій взаємодії, завдяки емоційній залученості, персоналізації та індивідуалізації комунікації, виникає відчуття ексклюзивності, що сприяє формуванню залежності від систем штучного інтелекту. Цифрова залежність проявляється у труднощах самоконтролю, емоційній нестабільності та зниженні якості міжособистісних відносин [22].

Розглядаючи механізми формування емоційної залежності від віртуальних компаньйонів, виділяються такі ключові дизайн-стратегії: антропоморфізація, сикофантія (надмірна погоджувальність), гіперперсоналізоване підкріплення, техніки соціальної проникності (заохочують до саморозкриття), симуляція взаємної інтимності, гейміфікація та адиктивний дизайн [58; 5; 66].

Адиктивна модель включає позитивне підкріплення, системи часто використовують XP-нагороди, формуючи дофамінові цикли, подібні до соціальних мереж і азартних ігор [58; 66].

Серед психологічних чинників формування цифрової залежності виділяють: низьку самооцінку, труднощі у міжособистісному спілкуванні, потребу в соціальному схваленні, емоційну незрілість, самотність, підвищену тривожність та депресивні стани [48].

Таким чином, гендерні характеристики віртуальних асистентів є результатом соціально-психологічної інтерпретації користувача, де гендер виступає символічною категорією, через яку людина структурує взаємодію зі штучним інтелектом, спираючись на власний досвід та стереотипи. Образ віртуального асистента формують голосові та комунікативні характеристики (тембр, інтонація, стиль мовлення), які активують механізми соціальної перцепції та сприяють антропоморфізації цифрового агента. У свою чергу, антропоморфізація зумовлює формування емоційної прив’язаності та розвиток парасоціальних взаємодій, що може як забезпечувати емоційну підтримку, так і створювати ризики залежності та заміщення реальних соціальних контактів.

Висновки до розділу 1

У межах першого розділу було здійснено комплексний теоретичний аналіз поняття гендер в контексті цифрових технологій і систем штучного інтелекту, а також розкрито психологічні механізми формування сприйняття гендеру віртуальних асистентів у процесі людино-машинної взаємодії.

Встановлено, що сучасні зарубіжні та українські дослідження розглядають гендер як соціально сконструйований, динамічний і контекстуально зумовлений феномен, що формується у процесі соціалізації та відтворюється через комунікацію, ролі, стереотипи й культурні практики. У цьому контексті гендер виступає когнітивною схемою інтерпретації соціальної реальності та аналітичною категорією, яка в умовах цифрового середовища застосовується не лише до людей, а й до систем штучного інтелекту та віртуальних асистентів.

Дослідження механізмів формування сприйняття гендеру користувачем у віртуальних асистентів показало, що даний процес зумовлюється сукупністю психологічних чинників, серед яких провідну роль відіграють гендерна ідентичність, стереотипи, соціальні ролі та індивідуально-психологічні характеристики користувача. Під час взаємодії актуалізуються механізми, вже наявні у свідомості користувачів, активуючи гендерні стереотипи, які впливають на інтерпретацію гендерних характеристик систем штучного інтелекту.

Аналіз сутності функціонування систем штучного інтелекту засвідчив, що вони працюють на основі алгоритмів машинного навчання, категоризації та ймовірнісного прогнозування, відображаючи соціокультурний контекст даних, на яких були навчені. Відтворення соціальних, зокрема гендерних, упереджень через дизайн, мовні стратегії та інтерфейсні рішення зумовлює відносний характер їхньої «нейтральності». Таким чином, гендер у системах

штучного інтелекту постає як результат взаємодії алгоритмічної імітації та соціальних очікувань користувача.

Гендерна персоніфікація систем штучного інтелекту, зокрема, віртуальних асистентів, виступає важливим чинником соціального сприйняття, легітимації та посилення емоційної залученості, тоді як алгоритмічна адаптивність створює ілюзію взаємності та квазісоціальної взаємодії. Взаємодія користувачів з віртуальними асистентами може набувати форм парасоціальної та навіть інтимізованої взаємодії, являючись складним багаторівневим феноменом, поєднує механізми віртуалізації інтимності, соціальної проєкції, нейропсихологічної винагороди та алгоритмічної персоналізації. Наголошено, що подібні взаємодії несуть ризики формування залежності та моральної дезорієнтації, що потребує подальшого етичного й міждисциплінарного осмислення.

Гендерні характеристики цифрового агента можуть як підсилювати довіру та емоційний комфорт, так і викликати когнітивний дисонанс у разі невідповідності соціальним очікуванням користувача.

Отже, гендер у системах штучного інтелекту доцільно розглядати як соціально-психологічний феномен, що формується на перетині технологічного дизайну, алгоритмічних механізмів та індивідуально-особистісних особливостей користувача саме в процесі людино-машинної взаємодії. Взаємодія з віртуальними асистентами є не лише технічним, а насамперед психологічним і соціокультурним процесом, у якому відтворюються гендерні схеми, ролі й стереотипи.

РОЗДІЛ 2.
ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ГЕНДЕРУ ЧЕРЕЗ СПРИЙНЯТТЯ ЯК ПРОЦЕС ВЗАЄМОДІЇ КОРИСТУВАЧА ТА ВІРТУАЛЬНОГО АСИСТЕНТА

2.1. Організація та методи дослідження

Емпіричне дослідження психологічних аспектів сприйняття гендеру віртуальних асистентів було спрямоване на виявлення закономірностей інтерпретації користувачами гендерних характеристик цифрових агентів у процесі людино-машинної взаємодії. З огляду на те, що віртуальні асистенти дедалі активніше інтегруються у повсякденну діяльність людини, постає необхідність не лише теоретичного осмислення цього феномену, але й його емпіричної перевірки з урахуванням реального досвіду користувачів.

Дослідження ґрунтується на уявленні про те, що гендер у контексті взаємодії зі штучним інтелектом не є об’єктивно заданою характеристикою, а формується у процесі суб’єктивної інтерпретації користувача. Відповідно, особливості сприйняття гендеру віртуального асистента визначаються не лише технічними параметрами системи, а й індивідуально-психологічними характеристиками респондента, його гендерними уявленнями, досвідом взаємодії з технологіями та рівнем антропоморфізації.

Організація дослідження передбачала поетапну реалізацію емпіричної процедури, яка включала такі етапи: діагностично-підготовчий, емпіричний та аналітико-інтерпретаційний.

На діагностично-підготовчому етапі було здійснено аналіз наукових джерел, що стосуються проблематики гендеру, антропоморфізації та взаємодії людини зі штучним інтелектом, а також визначено концептуальні підходи до емпіричного дослідження. Окрім цього, було сформовано інструментарій дослідження відповідно до поставленої мети та завдань.

Емпіричний етап передбачав безпосередній збір емпіричних даних шляхом онлайн-опитування респондентів із використанням платформи Google Forms. Такий формат дозволив забезпечити доступність участі, а також отримати варіативну вибірку з різним рівнем досвіду взаємодії з цифровими технологіями.

Аналітико-інтерпретаційний етап включав обробку отриманих результатів із застосуванням кількісних та якісних методів аналізу, узагальнення даних та їх інтерпретацію відповідно до теоретичних положень, сформульованих у першому розділі.

Вибірку дослідження склали респонденти, залучені на засадах добровільної участі. У дослідженні взяли участь 30 осіб віком від 18 до 25 років, серед яких 15 жінок та 15 чоловіків. Формування вибірки здійснювалося за принципом доступності, що є типовим для досліджень у сфері соціальної та кіберпсихології. Такий підхід дозволяє зафіксувати актуальні тенденції сприйняття, хоча й не претендує на повну репрезентативність генеральної сукупності. Вибірка дослідження була рівномірно збалансована за статтю, що дозволяє розглядати її як одну з основних змінних для порівняльного аналізу інтерпретації результатів у гендерному аспекті.

Дослідження переважно зосереджувалося на аналізі рівня антропоморфізації віртуальних асистентів, особливостей гендерних установок респондентів, їхнього ставлення до асистентів, а також виявленні взаємозв’язків між зазначеними показниками. Особлива увага приділяється тому, як гендерні характеристики та установки впливають на сприйняття й інтерпретацію образу віртуального асистента.

З метою комплексного вивчення досліджуваного явища було використано поєднання психодіагностичних та анкетних методів, що дозволило охопити як когнітивний, так і емоційно-оцінний компоненти сприйняття.

1. Анкетування — для вивчення особливостей сприйняття гендеру віртуальних асистентів. З цією метою застосовано авторську анкету, що

включала блоки, спрямовані на аналіз соціально-демографічних характеристик, сприйняття гендеру асистентів, ставлення до них, гендерних уявлень та рівня антропоморфізації (див. ДОДАТОК А).

2. Психодіагностичний метод — для дослідження індивідуально-психологічних і соціально-психологічних характеристик респондентів. У його межах використано методику С. Бем (Bem Sex Role Inventory [51]) та опитувальник гендерних установок (“Gender Bias Quiz”, адаптація Т.О. Костіної, [24]).

3. Методи математичної статистики — для обробки емпіричних даних. Застосовано методи описової статистики (середні значення, стандартні відхилення) та коефіцієнт рангової кореляції Спірмена.

Авторська анкета «Сприйняття гендеру віртуальних асистентів» була розроблена відповідно до завдань дослідження та сучасних підходів у галузі гендерної психології , з огляду на теоретичні положення соціального сприйняття, а також психологічних аспектів взаємодії людини з цифровими агентами (див. ДОДАТОК А).

Анкета містила блоки запитань, спрямованих на визначення гендерної ідентифікації віртуального асистента, оцінку його характеристик, рівень довіри до нього, а також на виявлення асоціацій із традиційними гендерними ролями. Наявність декількох змістових блоків дозволила комплексно дослідити відповідне явище.

Для оцінки схильності респондентів до антропоморфізації віртуальних асистентів було використано авторський анкетний блок, розроблений на основі теоретичної моделі антропоморфізації Н. Еплі, А. Вейца та Дж. Качіоппо [54]. Блок спрямований на виявлення тенденції приписувати віртуальним асистентам людські характеристики, зокрема емоції, наміри, автономність і свідомість.

Застосування авторського анкетного блоку зумовлене відсутністю стандартизованих психодіагностичних методик, які безпосередньо спрямовані на вивчення сприйняття гендеру віртуальних асистентів, що узгоджується із

сучасним станом розвитку психодіагностичного інструментарію у сфері гендерних досліджень. Після підрахунку сумарного або середнього бала респонденти були розподілені на групи з відносно низьким, середнім і відносно високим рівнем антропоморфізації на основі емпіричного розподілу результатів у вибірці.

Для оцінки гендерних установок респондентів було використано адаптований опитувальник «Gender Bias Quiz» (українська адаптація Т.О. Костіної, Рис.2.1.). Зазначений опитувальник спрямований на виявлення гендерних упереджень та стереотипів і містить 20 тверджень, що оцінюються за чотирибальною шкалою (від «повністю не погоджуюся» до «повністю погоджуюся»).

Інструкція: Прочитайте надані 20 тверджень про гендерні ролі та обов'язки. Будь ласка, поставте X в поле, яке найбільш точно відображає вашу думку (а не те, що, на вашу думку, думає суспільство), зазначивши тільки один варіант відповіді на кожне запитання. Пам'ятайте, що немає правильних або неправильних відповідей. Це лише те, як уважаєте саме ви.		Повністю не погоджуюся (1)	Частково не погоджуюся (2)	Частково погоджуюся (3)	Повністю погоджуюся (4)
1.	Народження хлопчика важливіше, ніж народження дівчини.				
2.	Стать і гендер – це одне й те саме.				
3.	Зовнішній вигляд дівчини має більше значення, ніж хлопчика				
4.	Дбати про дітей – це жіноча відповідальність.				
5.	Хлопчики часто кращі в математиці та науці, ніж дівчата.				
6.	Мабуть, більш виправданим із погляду грошових інвестицій є відправлення хлопців на навчання, ніж дівчаток.				
7.	Чоловіки та хлопці досягають вищого рівня грамотності, ніж жінки і дівчата.				
8.	Дівчата менш здатні, ніж хлопці, витримувати фізичні навантаження в контактних видах спорту, як-от, футбол, регбі чи бойові мистецтва.				
9.	Чоловіки – більш компетентні власники майна та землі, ніж жінки.				
10.	Чоловіки, як правило, більш надійні, ніж жінки в поверненні грошей, які було позичено.				
11.	Якщо жінки беруть декретну відпустку, вони не повинні скаржитися, якщо їхня кар'єра зупиниться.				
12.	На сьогодні жінки та чоловіки з подібною кваліфікацією мають однакову (рівну) оплату праці.				
13.	Оскільки права жінок зросли, у чоловіків, здається, знижується кількість прав і становище в суспільстві.				
14.	Жінки не можуть працювати й піклуватися про свої сім'ї одночасно.				
15.	Чоловіки, як правило, більш відповідальні, ніж жінки.				
16.	Жінка не повинна ставити свою кар'єру на перше місце: спочатку має думати про чоловіка.				
17.	Жінки не можуть досягти успіху в професіях, де переважають чоловіки, наприклад, інжиніринг.				
18.	Ухвалюючи рішення, чоловіки схильні бути більш раціональними, ніж жінки.				
19.	Жінки занадто емоційні, щоб бути ефективними лідерами.				
20.	Якщо жінки та чоловіки разом керують виконавчими радами, то це викликає проблеми.				

Рис. 2.1 Опитувальник гендерних установок (адапт. Т.О. Костіної)

Рівень вираженості гендерних установок визначається шляхом підрахунку сумарного балу, відповідно до якого виділяють низький, середній, високий та дуже високий рівні гендерних упереджень (опис рівнів представлений у методиці). Так, інтерпретація здійснювалася за діапазонами, згідно яким, дуже високий рівень (66–80 балів) свідчить про орієнтацію на традиційні гендерні норми та прийняття існуючого розподілу ролей, навіть попри можливу нерівність; готовність до змін є низькою; високий рівень (51–65 балів) відображає неоднозначне ставлення до гендерної рівності та сумніви щодо її впливу на традиційні ролі й становище чоловіків; середній рівень (36–50 балів) вказує на обізнаність у гендерних питаннях і підтримку рівних можливостей, водночас із частковим збереженням традиційних уявлень; низький рівень (20–35 балів) характеризує підтримку гендерної рівності, усвідомлення несправедливості дискримінації та розуміння її негативних наслідків для суспільства.

Варто зазначити, що опитувальник не є стандартизованою психометричною методикою у вузькому розумінні, а має характер анкети, спрямованої на виявлення суб’єктивних уявлень респондентів щодо гендерних питань.

З метою дослідження гендерно маркованих характеристик у сприйнятті віртуальних асистентів було використано модифікований підхід, заснований на концепції гендерних рис, запропонованій С. Бем. Класична методика С. Бем (Bem Sex Role Inventory) передбачає оцінку маскулінних та фемінних характеристик особистості. Водночас, у межах даного дослідження було використано скорочений та адаптований перелік рис, відібраних відповідно до специфіки об’єкта дослідження — віртуальних асистентів.

До переліку було включено характеристики, які є найбільш релевантними для опису цифрових агентів у контексті людино-машинної взаємодії. Зокрема, було відібрано фемінні характеристики, що відображають емоційність, підтримку та орієнтацію на взаємодію (ніжність, співчутливість,

турботливість, чуйність, лагідність, теплота у спілкуванні, здатність розуміти, співпереживати, м’якість, делікатність тощо), а також маскулінні характеристики, пов’язані з ефективністю, контролем та впевненістю (рішучість, незалежність, наполегливість, домінантність, здатність ризикувати, амбіційність та самодостатність тощо).

Такий відбір зумовлений тим, що повна версія методики С. Бем містить значну кількість характеристик, частина з яких є менш релевантною для оцінки неживих цифрових агентів. Використання скороченого варіанту дозволило зосередитися на найбільш значущих рисах, що впливають на формування гендерного образу віртуального асистента, а також уникнути перевантаження анкети та зниження якості відповідей респондентів. Застосований підхід можна розглядати як авторську адаптацію елементів методики С. Бем, спрямовану на дослідження гендерної інтерпретації віртуальних асистентів.

Методологічно дослідження базується на поєднанні описової статистики та елементів порівняльного аналізу. Формат анкети передбачає використання переважно закритих запитань, а також шкальних оцінок, забезпечуючи можливість кількісної обробки результатів дослідження, що дозволяє виявити домінуючі тенденції у сприйнятті гендеру віртуальних асистентів.

Таким чином, обробка емпіричних даних здійснювалася із застосуванням методів описової статистики, зокрема обчислення середніх значень та стандартних відхилень, що дозволило узагальнити отримані результати та виявити основні тенденції у вибірці. Для визначення характеру взаємозв’язків між досліджуваними показниками використовувався коефіцієнт рангової кореляції Спірмена. Застосування непараметричних методів статистичного аналізу є обґрунтованим з огляду на невеликий обсяг вибірки, а також особливості вимірювальних шкал, які не передбачають дотримання умов нормального розподілу. Це забезпечило коректність статистичної обробки даних і підвищило надійність отриманих результатів.

2.2. Емпіричне дослідження сприйняття гендеру віртуальних асистентів та його зв'язку з гендерними уявленнями користувачів

У дослідженні взяли участь 30 осіб. Згідно з отриманими даними, вибірка була відносно збалансованою за статтю: 50 % респондентів становили жінки та 50 % — чоловіки.

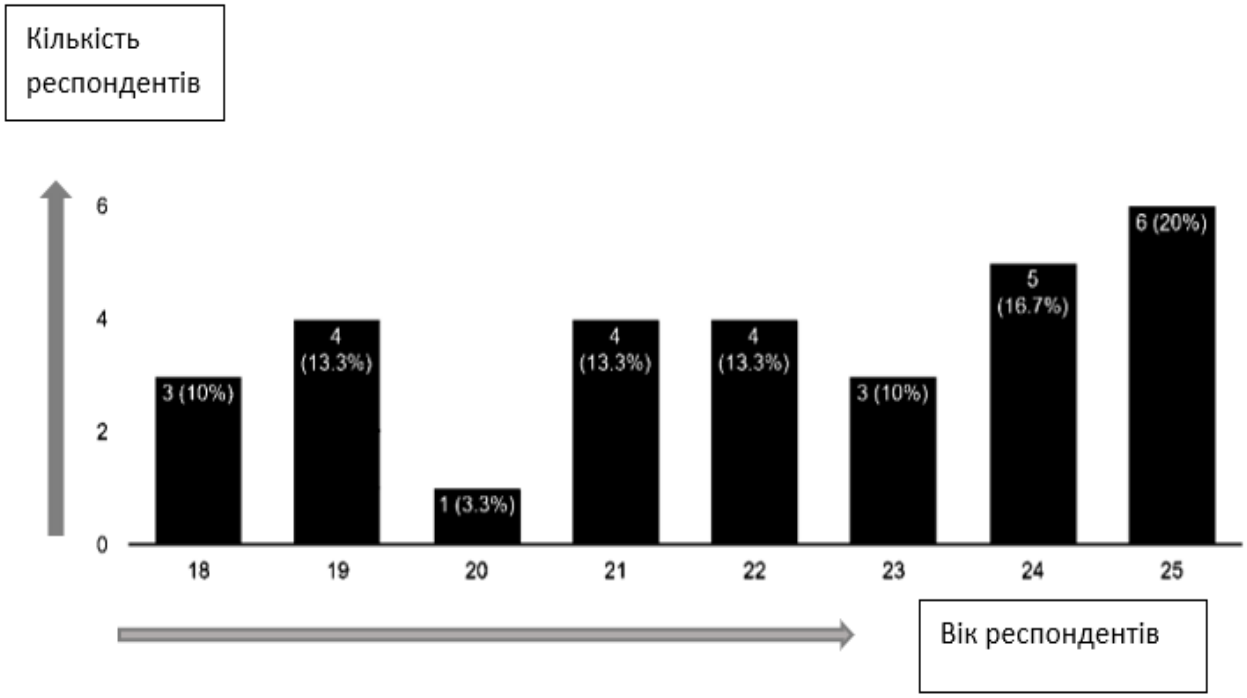


Рис. 2.2 Розподіл респондентів за віком

Як видно з Рис. 2.2, у дослідженні взяли участь особи віком від 18 до 25 років, найбільш представленою віковою групою є респонденти віком 25 років (20%). Також відносно високою є частка учасників віком 24 роки (16,7%). Респонденти віком 19, 21 та 22 роки представлені однаковою кількістю (по 13,3%), що вказує на відносно рівномірний розподіл у цих вікових категоріях. Найменш представленою є група 20-річних респондентів (3,3%), тоді як у вікових категоріях 18 та 23 роки частка становить по 10%.

Загалом вибірка характеризується відносною рівномірністю розподілу, при цьому середній вік учасників дослідження становить приблизно 22 роки, що свідчить про належність вибірки до молодіжної категорії.

За частотою використання віртуальних асистентів, як представлено на Рис. 2.3, встановлено, що, регулярно користуються приблизно 63% респондентів, іноді користуються близько 37%, не користуються близько 3% респондентів, тобто дуже незначна кількість респондентів взагалі не використовує віртуальні асистенти.

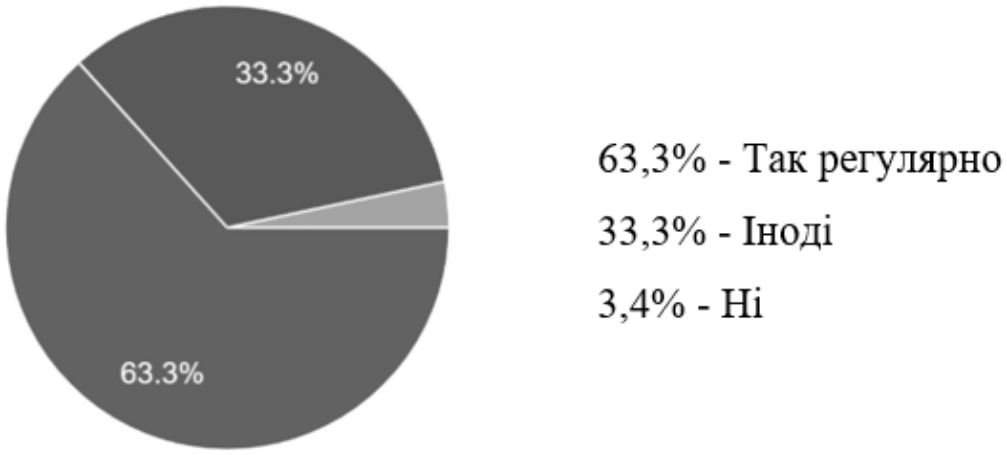


Рис. 2.3 Частота використання віртуальних асистентів респондентами

Отримані дані свідчать про достатньо високий рівень залученості користувачів до взаємодії з віртуальними асистентами та їх поширеність у повсякденному житті.

На Рис. 2.4, представлено результати відповідей респондентів на питання щодо сприйняття віртуальних асистентів як таких, що мають стать. Половина опитаних (50 %) зазначили, що частково сприймають віртуальних асистентів як носіїв певної статі. Ще 20 % респондентів відповіли ствердно, тобто повністю наділяють віртуальних асистентів гендерними характеристиками. Водночас 30 % опитаних не сприймають віртуальних асистентів як таких, що мають стать.

Отримані результати свідчать про те, що більшість респондентів тією чи іншою мірою схильні приписувати віртуальним асистентам гендерні ознаки.

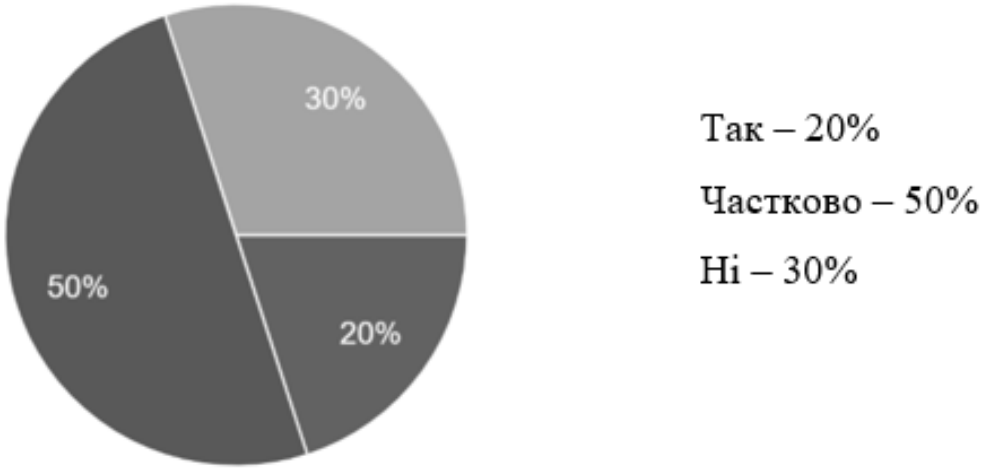


Рис.2.4 Ставлення респондентів до гендерної належності віртуальних асистентів

Як було встановлено, більшість респондентів тією чи іншою мірою схильні сприймати віртуальних асистентів як таких, що мають певні гендерні характеристики, у зв'язку з цим було досліджено, яку саме стать користувачі найчастіше приписують віртуальним асистентам та наскільки вираженими є такі гендерні асоціації.

Як видно Рис.2.5, розподіл відповідей респондентів є відносно рівномірним між варіантами «жіноча» та «чоловіча» стать, що свідчить про відсутність чітко домінуючої гендерної асоціації щодо віртуальних асистентів.

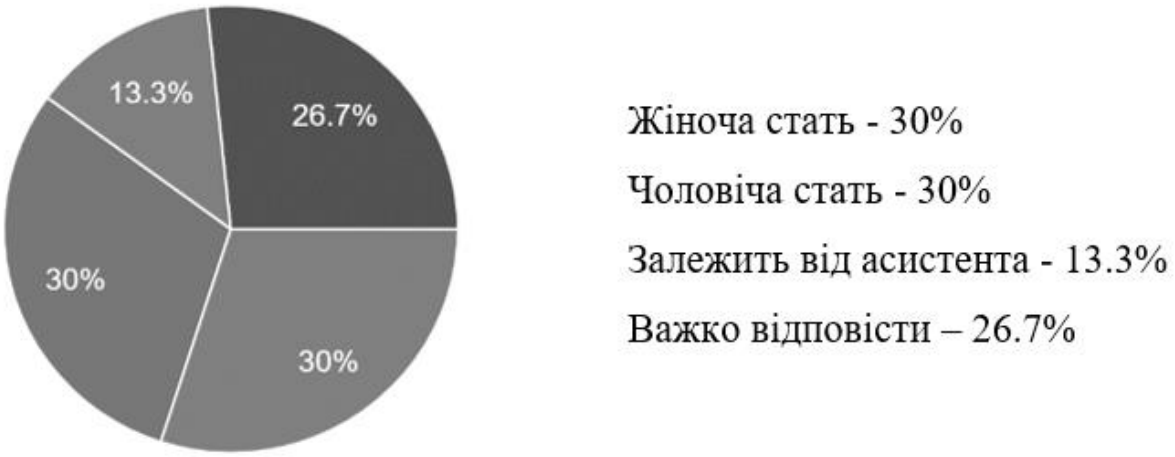


Рис. 2.5 Розподіл відповідей респондентів щодо гендеру віртуальних асистентів

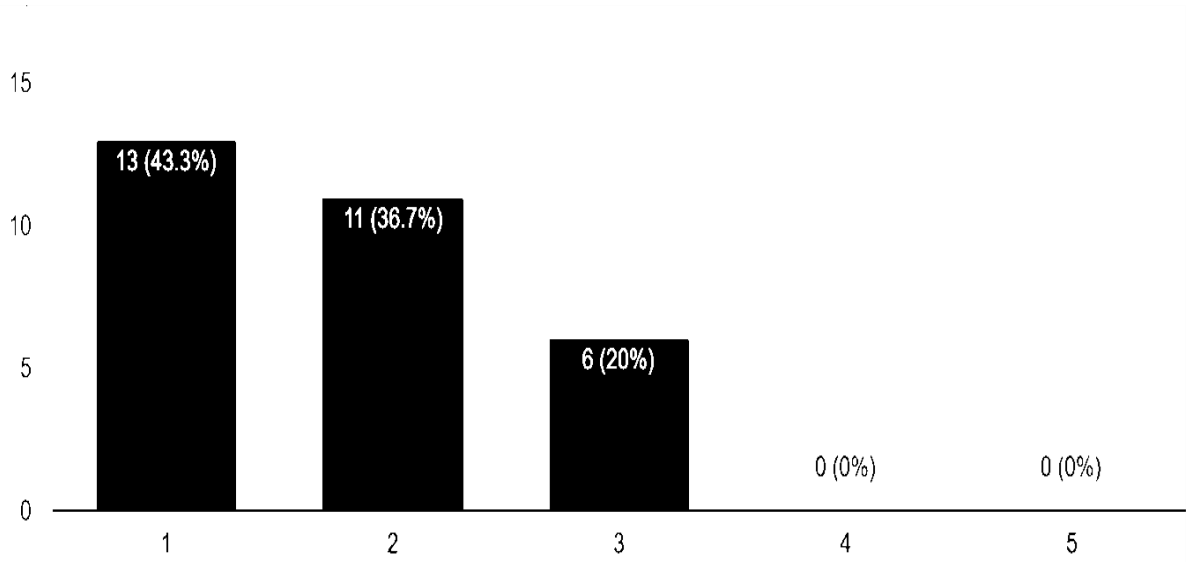
Як зазначено на Рис.2.5, 30 % респондентів приписують віртуальним асистентам жіночу стать, 30 % — чоловічу, тоді як 13,3 % зазначають, що гендер залежить від конкретного асистента, а 26,7 % вагаються з відповіддю. Значна частка респондентів, які вагалися з відповіддю, може свідчити про невизначеність або відсутність сформованого уявлення щодо гендерної належності віртуальних асистентів.

Отримані результати свідчать про те, що, попри загальну тенденцію до сприйняття віртуальних асистентів як гендерно нейтральних, за умов регулярної взаємодії , частина респондентів все ж демонструє схильність до їх гендерної інтерпретації, що може розглядатися як прояв початкової антропоморфізації. Водночас встановлено, що у більшості респондентів сприйняття віртуальних асистентів має переважно функціональний характер і не пов’язане з гендерною ідентифікацією. Це свідчить про домінування функціонального сприйняття штучного інтелекту над соціальним, тобто користувачі переважно розглядають асистента насамперед як інструмент, а не як соціального партнера.

Зазначена тенденція може бути пов’язана з індивідуальними особливостями користувачів та їхнім досвідом взаємодії з технологіями.

Для уточнення ролі гендерних характеристик (Рис.2.6) у взаємодії користувачів із віртуальними асистентами респондентам було запропоновано оцінити, наскільки важливим для них є гендер цифрового асистента. Результати даного опитування дозволяють визначити рівень значущості цього чинника у процесі взаємодії.

Згідно з отриманими даними, що зазначені на діаграмі (Рис. 2.6), 43 % опитуваних респондентів (13 осіб), зазначили, що гендер є зовсім не важливим. Середні значення шкали обрали 37% (11 респондентів) та 20% (6 респондентів). Водночас жоден із опитаних не обрав високі значення шкали (4–5 балів), що свідчить про відсутність сприйняття гендеру як значущого чинника взаємодії.



Примітка: Шкала за якою, 1 - зовсім не важливо, 5 - дуже важливо.

Рис. 2.6 Оцінка респондентами важливості гендеру віртуального асистента

Отримані результати вказують на те, що користувачі загалом оцінюють гендер віртуальних асистентів як малозначущий або другорядний аспект. Це підтверджує домінування функціонального підходу до сприйняття цифрових агентів, за якого їх гендерні характеристики не мають суттєвого впливу на досвід взаємодії. Отже, гендер віртуального асистента не виступає визначальним фактором для більшості респондентів, що узгоджується із загальною тенденцією до нейтрального сприйняття штучного інтелекту.

Дослідження рівня гендерних установок проводилося за допомогою адаптованого українського варіанту опитувальника Gender Bias Quiz (адаптація Т. О. Костіної, Рис 2.1) [24].

Аналіз результатів за шкалою гендерних установок (адаптація Т.О. Костіної, ДОДАТОК Б), представлений на Рис. 2.7, показав, що у вибірці переважає низький рівень вираженості гендерних упереджень, який зафіксовано у 60 % респондентів (18 осіб), що свідчить про загальне прийняття в більшості досліджуваних ідей гендерної рівності, критичне ставлення до традиційних гендерних стереотипів, при цьому прослідковується збереження

окремих елементів традиційних уявлень. Можна також відмітити, що спостерігаються як більш низькі, так і підвищені показники, що вказує на варіативність гендерних установок у вибірці. Інша частина досліджуваних (40%), демонструє середній рівень гендерних установок (12 осіб), який, відповідно до інтерпретації методики гендерних установок може свідчити про достатню обізнаність у гендерних питаннях і загальну підтримку принципів рівності, однак із збереженням окремих елементів традиційних уявлень щодо ролей чоловіків і жінок. Важливо зазначити, що високий та дуже високий рівні гендерних упереджень у вибірці не виявлені, що вказує на відсутність жорстко закріплених традиційних установок і низький рівень вираженого гендерного консерватизму серед респондентів.

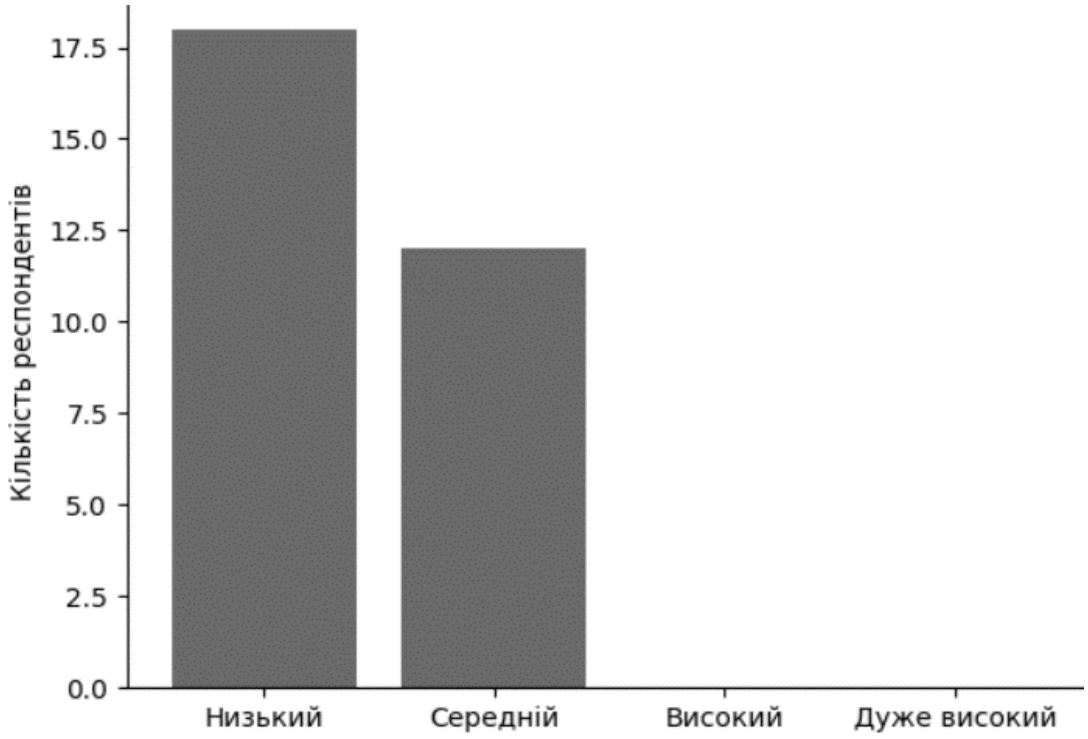


Рис. 2.7 Розподіл рівнів гендерних установок у вибірці

Отримані результати свідчать про певну варіативність гендерних установок у вибірці, простежується загальна орієнтація респондентів на ідеї гендерної рівності, хоча у частини з них зберігаються окремі елементи традиційних гендерних уявлень. Це може бути пов’язано з індивідуальними

особливостями соціалізації, досвідом та рівнем обізнаності у гендерній проблематиці. У цілому можна зробити висновок, що для досліджуваної групи характерне переважання егалітарних установок при збереженні певної гнучкості у сприйнятті гендерних ролей, що відповідає сучасним тенденціям трансформації гендерних уявлень у молодіжному середовищі.

З метою узагальнення та систематизації отриманих результатів було здійснено статистичну обробку емпіричних даних, що дозволило виокремити основні показники, які характеризують особливості сприйняття віртуальних асистентів та гендерні характеристики респондентів.

У ході обробки емпіричних даних було виокремлено низку узагальнених змінних, що відображають основні аспекти сприйняття віртуальних асистентів та гендерних характеристик респондентів. Для цих змінних було проведено описову статистику, результати якої наведено у таблиці первинних даних респондентів за досліджуваними змінними, у ДОДАТКУ Б.

Зокрема, показник ставлення до віртуальних асистентів було розраховано як середнє значення відповідей на пункти анкети (7–11), що характеризують емоційно-оцінне ставлення до асистентів.

Показник гендерних уявлень визначався як середнє значення відповідей на пункти (12–14), що відображають схильність респондентів до гендерної інтерпретації віртуальних агентів.

Рівень антропоморфізації обчислювався як середній бал за пунктами (15–21), що характеризують наділення асистентів людськими рисами.

Показник гендерних установок визначався на основі сумарного балу за методикою (Gender Bias), що дозволяє оцінити рівень гендерних стереотипів респондентів.

Показники фемінінності та маскулінності було отримано за методикою С. Бем шляхом обчислення середніх значень відповідних характеристик, тоді як андрогінність визначалася як різниця між показниками фемінінності та маскулінності.

Використання описової статистики дало змогу визначити середній рівень вираженості досліджуваних показників у вибірці, а також оцінити ступінь варіативності отриманих результатів серед респондентів. Для кожної змінної було обчислено середнє значення (M) та стандартне відхилення (SD), результати яких наведено у таблиці 2.1.

Аналіз цих показників дозволяє охарактеризувати загальні тенденції у сприйнятті віртуальних асистентів, рівень вираженості гендерних уявлень та антропоморфізації, а також особливості гендерних характеристик респондентів. Крім того, стандартне відхилення дає можливість оцінити ступінь однорідності вибірки та визначити, наскільки отримані результати відрізняються між учасниками дослідження.

Таблиця 2.1

Середні значення та стандартні відхилення досліджуваних змінних

Змінна	*M*	*SD*
Ставлення до асистента	1,95	0,67
Гендерні уявлення	1,93	0,95
Антропоморфізація	1,85	0,84
Гендерні установки	32,43	7,63
Фемінність	4,45	1,45
Маскулінність	4,73	1,37
Андрогінність	-0,19	1,60

Примітка: M – середнє значення показника; SD – стандартне відхилення, що відображає варіативність результатів у вибірці.

Так, середній рівень ставлення до віртуальних асистентів становить 1,95 (SD = 0,67), що свідчить про помірно нейтральне ставлення респондентів до віртуальних агентів. Це може вказувати на переважно функціональне

сприйняття асистентів без вираженої емоційної залученості у взаємодію з ними.

Показник гендерних уявлень дорівнює 1,93 (SD = 0,95), що вказує на низький рівень схильності респондентів приписувати асистентам чітко виражені гендерні характеристики. Отримані результати можуть свідчити про тенденцію до сприйняття віртуальних асистентів як відносно гендерно нейтральних цифрових агентів.

Середній рівень антропоморфізації становить 1,85 (SD = 0,84), що свідчить про невисоку вираженість тенденції до наділення віртуальних асистентів людськими рисами. Це дозволяє припустити, що більшість респондентів не схильні повністю ототожнювати цифрових агентів із реальними соціальними партнерами.

Рівень гендерних установок у вибірці становить 32,43 (SD = 7,63), що може свідчити про помірний рівень вираженості гендерних стереотипів серед респондентів. Водночас достатньо високе стандартне відхилення вказує на наявність індивідуальних відмінностей у рівні гендерної упередженості серед учасників дослідження.

Щодо показників гендерної ідентичності, середній рівень фемінінності становить 4,45 (SD = 1,45), а маскулінності — 4,73 (SD = 1,37), що свідчить про відносно збалансоване поєднання гендерних характеристик у досліджуваних. Середній показник андрогінності дорівнює -0,19 (SD = 1,60), що вказує на тенденцію до поєднання маскулінних і фемінінних рис у структурі гендерної ідентичності респондентів. Це може свідчити про достатньо гнучкі гендерні установки та відсутність жорсткої орієнтації виключно на традиційні гендерні ролі.

З метою визначення характеру взаємозв’язків між показниками сприйняття віртуальних асистентів та гендерними характеристиками респондентів було проведено кореляційний аналіз за коефіцієнтом Спірмена, основні дані зазначено у Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Кореляційний аналіз за коефіцієнтом рангової кореляції Спірмена

Кореляційний зв'язок	*Коефіцієнт Спірмена*
1. Антропоморфізація ↔ ставлення до асистента	r = 0,46; p < 0,05
2. Гендерні установки ↔ ставлення до асистента	r = -0,34; p < 0,05
3. Гендерні установки ↔ гендерні уявлення	r = 0,52; p < 0,01
4. Антропоморфізація ↔ гендерні уявлення	r = -0,29; p < 0,05
5. Фемінність↔ гендерні уявлення	r = -0,32; p < 0,05
6. Маскулінність ↔ гендерні уявлення	r = 0,28; p < 0,05
7. Андрогінність ↔ гендерні уявлення	r = -0,41; p < 0,01

Примітка: r — коефіцієнт рангової кореляції Спірмена; p — рівень статистичної значущості; p < 0,05 — статистично значущий зв'язок; p < 0,01 — високий рівень статистичної значущості.

Проведений кореляційний аналіз показав наявність статистично значущих зв'язків між особливостями сприйняття віртуальних асистентів та гендерними характеристиками респондентів, що дозволяє говорити про взаємозумовленість досліджуваних психологічних показників. Отримані результати дозволяють виокремити як прямі, так і обернені кореляційні зв'язки між досліджуваними змінними.

Було виявлено статистично значущий прямий зв'язок між рівнем антропоморфізації та ставленням до віртуальних асистентів (r = 0,46; p < 0,05), що свідчить про те, що зі зростанням схильності наділяти асистентів людськими рисами підвищується позитивне ставлення до них. Водночас встановлено, що більш високий рівень андрогінності асоціюється зі зниженням вираженості гендерних стереотипів.

Аналогічна тенденція спостерігається щодо фемінінності, яка також пов’язана з меншим рівнем упередженості. Водночас підвищений рівень маскулінності демонструє тенденцію до зростання гендерних упереджень.

Визначено статистично значущий обернений зв’язок між гендерними установками та ставленням до віртуальних асистентів ($r = -0,34$; $p < 0,05$), що свідчить про те, що зі зростанням рівня гендерних упереджень знижується позитивне ставлення до асистентів.

Спостерігається статистично значущий прямий зв’язок між гендерними установками та гендерними уявленнями ($r = 0,52$; $p < 0,01$), що свідчить про узгодженість між рівнем гендерних упереджень і схильністю до гендерної інтерпретації віртуальних асистентів.

Зафіксовано слабкий обернений зв’язок між антропоморфізацією та гендерними уявленнями ($r = -0,29$; $p < 0,05$), що може свідчити про тенденцію до зменшення гендерних стереотипів у міру зростання антропоморфізації.

Також, було виявлено слабкий негативний зв’язок між рівнем фемінінності та гендерним упередженням ($r = -0,32$; $p < 0,05$), що свідчить про тенденцію до зниження упередженості у осіб із більш вираженими фемінінними рисами.

Маскулінність продемонструвала слабкий позитивний зв’язок із гендерним упередженням ($r = 0,28$; $p < 0,05$), що може вказувати на схильність до більш виражених стереотипних уявлень у таких респондентів.

Найбільш виражений зв’язок зафіксовано між андрогінністю та гендерним упередженням ($r = -0,41$; $p < 0,01$), що свідчить про зниження рівня упереджень у осіб із більш гармонійним поєднанням маскулінних і фемінінних характеристик.

У сукупності отримані дані демонструють складну систему взаємозв’язків між когнітивними, емоційними та гендерними характеристиками сприйняття.

Отримані результати кореляційного аналізу свідчать про наявність значущих взаємозв’язків між особливостями сприйняття віртуальних асистентів та гендерними характеристиками респондентів. Зокрема,

встановлено, що антропоморфізація асистентів пов’язана з більш позитивним ставленням до них, тоді як гендерні установки впливають як на характер ставлення, так і на схильність до гендерної інтерпретації.

Виявлено, що підвищений рівень гендерних упереджень супроводжується менш позитивним ставленням до віртуальних асистентів та більш вираженими гендерними уявленнями щодо них. Водночас зростання рівня антропоморфізації пов’язане зі зниженням гендерної стереотипізації.

Окремо встановлено, що показники психологічного гендеру мають суттєвий вплив на рівень гендерних упереджень: андрогінність і фемінінність асоціюються зі зниженням їх вираженості, тоді як маскулінність демонструє тенденцію до їх посилення.

Аналіз показників гендерної ідентичності за методикою С. Бем (ДОДАТОК Б) засвідчив, що у вибірці представлені як виражені фемінінні, так і маскулінні характеристики, тоді як андрогінність є менш поширеною, при цьому прямого зв’язку між біологічною статтю та особливостями сприйняття гендеру віртуальних асистентів виявлено не було. Особливої уваги заслуговує виявлений парадокс: жінки з маскулінними характеристиками демонструють нижчу гендерну чутливість до віртуальних асистентів, тоді як чоловіки з андрогінними характеристиками характеризуються більш гнучким сприйняттям.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що віртуальні асистенти сприймаються передусім як функціональні інструменти, а не як соціальні агенти, що зумовлене не лише особливостями взаємодії з технологією, але й індивідуальними психологічними характеристиками користувачів, зокрема їхнім гендерним профілем. Також, емпірично підтверджено, що біологічна стать, психологічний гендер і сприйняття штучного інтелекту не є тотожними явищами.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проведено емпіричне дослідження особливостей сприйняття гендеру віртуальних асистентів та його зв'язку з гендерними характеристиками користувачів.

За результатами дослідження встановлено, що для більшості респондентів гендер віртуальних асистентів не є визначальним фактором взаємодії. Переважає функціональне сприйняття, відповідно до якого асистенти розглядаються насамперед як технічні інструменти, а не як соціальні агенти. Водночас у частини респондентів спостерігається тенденція до гендерної інтерпретації, що проявляється у приписуванні асистентам певних гендерних характеристик.

З'ясовано, що рівень антропоморфізації має індивідуальний характер і варіюється залежно від особливостей користувача та досвіду взаємодії з технологіями. При цьому антропоморфізація виступає чинником, що пов'язаний із більш позитивним ставленням до віртуальних асистентів.

Встановлено, що гендерні установки користувачів впливають як на характер їхнього ставлення до віртуальних асистентів, так і на схильність до гендерної інтерпретації. Більш виражені гендерні упередження пов'язані з більш стереотипним сприйняттям та менш позитивним ставленням до цифрових агентів.

Окрему роль у сприйнятті віртуальних асистентів відіграють показники психологічного гендеру. Зокрема, більш гнучкі гендерні характеристики асоціюються зі зниженням рівня стереотипізації, тоді як виражені однополярні характеристики можуть супроводжуватися більшою схильністю до гендерних упереджень.

У цілому результати емпіричного дослідження підтверджують, що сприйняття віртуальних асистентів формується під впливом комплексу психологічних чинників, серед яких провідне місце займають індивідуальні гендерні характеристики користувачів: гендер віртуального асистента

сприймається не як об’єктивна властивість технології, а як результат психологічної інтерпретації користувача.

Емпірично виявлено, що користувачі справді наділяють віртуальних асистентів гендерними характеристиками та пов’язують фемінні й маскулінні риси з різними якостями асистента. Статистично підтверджено зв’язки між антропоморфізацією, гендерними установками, гендерними уявленнями та ставленням до асистента за допомогою коефіцієнта Спірмена. Отже, дослідження не лише описало сприйняття гендеру віртуальних асистентів, а й показало, які психологічні чинники впливають на це сприйняття.

Одержані емпіричні дані мають статистично значущий характер, що підтверджує надійність виявлених взаємозв’язків між досліджуваними змінними та узгоджуються з теоретичними положеннями щодо соціально-конструктивістського характеру гендеру. Водночас слід враховувати обмеження дослідження, зокрема невеликий обсяг вибірки.

ВИСНОВКИ

Вирішуючи перше завдання дослідження, було визначено теоретичні засади вивчення гендеру в психології та психологічні механізми взаємодії людини зі штучним інтелектом. Уточнено психологічне розуміння гендеру як динамічного соціально-психологічного феномена, що формується в процесі соціалізації та опосередковує сприйняття соціальної реальності. Показано, що у взаємодії з цифровими системами ці ж механізми зберігаються: користувач не сприймає віртуального асистента як "нейтральну технологію", а інтерпретує його через звичні категорії — передусім гендер. Саме тому голос, стиль мовлення та поведінкові патерни асистента стають підставою для приписування йому "жіночих" або "чоловічих" характеристик.

У межах другого завдання дослідження, було здійснено емпіричне дослідження сприйняття гендеру віртуальних асистентів, результати якого показали наявність вираженого гендерного забарвлення. Респонденти схильні пов'язувати фемінні риси з емоційною підтримкою, м'якістю та орієнтацією на допомогу, тоді як маскулінні — з компетентністю, впевненістю та авторитетністю. Це означає, що навіть у взаємодії з алгоритмічними системами користувачі відтворюють усталені соціальні уявлення про гендерні ролі. Водночас сам образ асистента формується не стільки його технічними характеристиками, скільки інтерпретаційною активністю користувача.

У межах третього завдання дослідження, було виявлено зв'язок між гендерними уявленнями користувачів та їх оцінкою й ставленням до віртуальних асистентів. У результаті кореляційного аналізу було встановлено, що чим сильніше користувач схильний наділяти асистента людськими рисами, тим більш позитивно він його оцінює ($r = 0,46$; $p < 0,05$). Натомість виражені гендерні установки пов'язані зі зниженням позитивного ставлення до асистента ($r = -0,34$; $p < 0,05$), що вказує на роль упереджень у взаємодії з технологіями. Крім того, зафіксовано прямий зв'язок між гендерними установками та характером гендерних уявлень ($r = 0,52$; $p < 0,01$), тобто більш

стереотипні установки супроводжуються більш жорсткою гендерною інтерпретацією цифрових агентів.

Важливими є й зв'язки з індивідуально-психологічними характеристиками: гендерні уявлення зменшуються зі зростанням андрогінності ($r = -0,41$; $p < 0,01$), фемінності ($r = -0,32$; $p < 0,05$) та антропоморфізації ($r = -0,29$; $p < 0,05$), тоді як маскулінність, навпаки, пов'язана з їх посиленням ($r = 0,28$; $p < 0,05$). Це свідчить про те, що гнучкіші гендерні характеристики пов'язані з менш стереотипним сприйняттям, тоді як орієнтація на жорсткі рольові моделі — з більш категоричними оцінками. Узагальнюючи, можна стверджувати, що ставлення до віртуальних асистентів формується не лише їх функціональністю, а й психологічними особливостями користувача, передусім його гендерними уявленнями та схильністю до антропоморфізації.

Таким чином, дослідження показало, що гендер у віртуальних асистентах є не властивістю самої технології, а результатом психологічної інтерпретації користувача. Сприйняття цифрових агентів формується під впливом гендерних установок, стереотипів та індивідуальних характеристик, що визначає рівень довіри, емоційного ставлення та готовності до взаємодії.

Перспективи подальших досліджень полягають у розширенні вибірки та урахуванні вікових, культурних і професійних відмінностей користувачів, що дозволить глибше виявити закономірності сприйняття гендеру в цифровому середовищі та може бути корисним для розробки й удосконалення систем штучного інтелекту. Доцільним є також поглиблення аналізу індивідуально-психологічних чинників (рівень емпатії, тривожності, досвід взаємодії з технологіями), які можуть модифікувати ставлення до віртуальних асистентів. Окремого вивчення потребує вплив гендерно-нейтральних і варіативних моделей штучного інтелекту на довіру та ефективність взаємодії. Перспективним напрямом є дослідження довготривалих ефектів взаємодії з цифровими агентами, зокрема формування емоційної прив'язаності, змін у соціальному сприйнятті та можливих ризиків залежності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук Г. О. Рівень довіри до штучного інтелекту: аналіз результатів глобальних досліджень та стан в Україні. Інформація і право, 2023. № 4 (47), С.217-231.

2. Берегова Г.Д., Фролова М.Е., Момоток О. М. Психологія віртуального простору: навчально-методичний посібник для магістрантів спеціальності 053 «Психологія». / Г. Д. Берегова, М. Е. Фролова, О. М. Момоток. Херсон: Книжкове вид-во ФОП Више мирський В. С., 2024. 220 с.

3. Богдан Ж., Мовчан Я. Гендерна психологія : навчально-методичний посібник для здобувачів другої (магістерської) вищої освіти за спеціальністю 053 Психологія. Харків : Друкарня Мадрид, 2021. 155 с.

4. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика : монографія. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. 460 с.

5. Вихрущ А. В. Штучний інтелект і самотність: особистісний вимір // Закарпатські філологічні студії. 2024. Вип. 37. Т. 1. С. 298-305. DOI: 10.32782/tps2663-4880/2024.37.49.

6. Вуд, В., і Іглі, А.Х. Крос-культурний аналіз поведінки жінок і чоловіків: наслідки для витоків статевих відмінностей. Психологічний вісник, 2002. 128 (5), С.699-727. DOI:10.1037/ 0033-2909.128.5.699

7. Галич О., Аранчій В., Горб О., та ін. Дослідження стану позначення стереотипів за ознакою статі на психоемоційному добробуті жінок та чоловіків : аналіт. огляд / ДУ «Інститут психіатрії, судово-психіатричної експертизи та моніторингу наркотиків МОЗ України». Київ, 2021. 17 с.

8. Гербут Н. Теоретико-методологічні засади гендерних досліджень // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2011. Вип. 1 (57). С. 344-361.

9. Главацька, Н., Подкоритова, Л. (2021). Сучасні зміни гендерних ролей дорослих. Psychology Travelogs, (2), С.25-32. DOI:https://doi.org/10.31891/PT-2021-2-3

10. Глік, П., Фіске С.Т. Амбівалентний союз: ворожий і доброзичливий сексизм як доповнюючі обґрунтування гендерної нерівності. Американський психолог, 2001. 56 (2), С.109-118. https://doi.org/ 10.1037/0003-066X.56.2.109

11. Гриб'юк О. О. Форми і методи використання технологій штучного інтелекту для професійного розвитку педагогічних кадрів: дидактичні та психофізіологічні аспекти дослідницького навчання // Габітус, 2024. Вип.60. С.55-68. DOI: https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.60.9.

12. Гриців С., Чоп Т. Кохання чи відносини: як віртуальне спілкування змінює концепцію любові // Матеріали II Міжнар.наук. конф. молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку сучасної науки», м.Тернопіль, 2019. С. 47-48.

13. Гуз М. Р. Гендерно-рольові стереотипи серед студентської молоді // Наукові записки НаУКМА. 2002. Т. 20. Спец. вип. С. 375-383.

14. Горська А., Джемьелніак Д. Невидимі жінки: виявлення гендерних упереджень у зображеннях професіоналів, створених штучним інтелектом, феміністичні медіа-дослідження, 2023. DOI: https://doi.orг/10.1080/14680777.2023.2263659

15. Ґендерний підхід: історія, культура, суспільство / за ред. Л. Гентош, О. Кісь. Львів: ВНТЛ Класика. Львівський національний університет імені Івана Франка, 2003. 252 с.

16. Загреба А. Я. Програмний застосунок для оцінки аудитивного сприйняття користувачів: магістерська дисертація зі спеціальності 172 «Електронні комунікації та радіотехніка». Київ: Національний технічний університет України «КПІ ім. Ігоря Сікорського», 2024.104с.

17. Зінченко Т. П. Соціально-психологічні чинники формування гендерних стереотипів зовнішності: дис. канд. психол. наук: 19.00.05

соціальна психологія; психологія соціальної роботи. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2021. 233с.

18. Іванов В. Г., Захожай О. І., Кряжич О. О. Адаптивний алгоритм запобігання погрішностям математичних міркувань у системах штучного інтелекту // Математичні машини і системи. 2025. № 1. С. 42-54. DOI: 10.34121/1028-9763-2025-1-42-54.

19. Кисіль Т.М., Звенігородський О.С., Фесенко М.А.. «Основи штучного інтелекту», 2022. С.24-78.

20. Кіян А. П., Бурковський К. С. Психологічні особливості гендерної ідентичності підлітків // Теорія і практика сучасної психології, 2020. №1-2, С.48-52. DOI: https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.1-2.9

21. Коваль Г.Ш. Кіберпсихологія: Витоки, сучасність, перспективи розвитку// Наука і освіта. № 3, 2022. С. 48-52. Стаття у фаховому виданні, категорія В. ISSN (online): 2414-4665) DOI: https://doi.org/10.24195/2414-4665-2022-3-9

22. Коваль Г.Ш. Особливості різних категорій користувачів кіберппостору: саноцентричний підхід. Стаття у фаховому виданні, категорія В. «Габітус». №46, 2023. С. 152-160 http://habitus.od.ua/journals/2023/46-2023/24.pdf
DOI https://doi.org/10.32782/2663-5208.

23. Коваль Г.Ш. Рашковська Д.О. Особистісні характеристики у модуляції статево-специфічних проявів гендерних стереотипів. Стаття у фаховому виданні, категорія В. «Габітус». №73, 2025. С.154-160. DOI https://doi.org/10.32782/2663-5208.2025.73.26

24. Костіна Т. О., Булах І. С. Результати адаптації методики «Gender Bias Quiz» українською мовою. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія», 2021(13). С. 89-94.

25. Летичевський О. Методи штучного інтелекту в сучасному світі та технологіях // Світогляд. 2022. № 3 (101). С. 2-7. ISSN 1819-7329.

26. Лісіченкова А. П.Соціально-психологічні особливості становлення романтичних стосунків в умовах нових інформаційних технологій: кваліфікаційна робота магістра зі спеціальності 053 «Психологія». – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2023. 78с.

27. Майданюк І., Опольська М., Гоян І. Гендер в ідентифікаційних практиках масової культури // Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії, 2025. Вип. 58. С.128-132. DOI: https://doi.org/10.30970/PPS.2025.58.15

28. Мирошниченко А. В. Гендерні особливості самоставлення підлітків / А. В. Мирошниченко // Наука і освіта: науково-практичний журнал Південного наукового Центру НАПН України. Психологія і педагогіка. № 6/CXXIII. Одеса: Південний науковий Центр НАПН України, 2014. С. 85 - 89.

29. Мудрик А. Ґендерна компетентність особистості: теорія, діагностика, розвиток: навчальний посібник. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. С.18-117.

30. Нейманіс А. Впровадження гендерно чутливих практик: посібник / Програма розвитку ООН (UNDP). Київ, 2002. 219с.

31. Нікольськнй Ю. В., Пасічник В. В, Щербина Ю. М. Системи штучного інтелекту: навчальний посібник. Львів, Магнолія-2006", 2015. 279 с.

32. Орлов О. Методика використання чат-ботів у керуванні дослідницькою діяльністю студентів // Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка. Психологія», 2025. Вип. 8. С. 174-181. DOI: 10.32782/academ-ped.psyh-2025-2.23.

33. Основи теорії ґендеру: навч. посіб. / за ред. М. М. Скорик. Київ: К.І.С., 2004. 536 с.

34. Панченко О. М. Соціально-психологічні механізми формування у студентів ґендерної толерантності : магістр. р. Бердянськ, 2024. 111 с.

35. Поліщук Н. В., Поперечна Г. А., Ніколенко К. В. Етичні дилеми взаємодії людини та штучного інтелекту у віртуальних просторах

метавсесвіту. Вісник гуманітарних наук, 2025. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15616278

36. Помиткін Е. О., Помиткіна Л. В. Використання віртуального помічника у підготовці літніх людей до подолання самотності // Інформаційні технології і засоби навчання. 2022. Т. 90, № 4. С. 191-200.

37. Порохова О. Є. Сутність і проблематика штучного інтелекту : наукова робота. Одеса, 2019. 30 с.

38. Радутний О. Е. Віртуальні кримінальні посягання на статеву свободу або недоторканність у просторі Метавсесвіту. Інформація і право, 2024. Вип. 3(50), С.82-98.

39. Ренке С. О. Гендерний аспект становлення професійного образу «Я» особистості // Проблеми сучасної психології : зб. наук. праць Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. 2017. Вип. 36. С. 294-307.

40. Сергієні О. В., Горіна О. Т. Гендерна психологія: метод. реком. до вивч. вибірк. навч. дисц. «Гендерна психологія» Дніпро : ДДУВС, 2025. 84 с.

41. Столяренко А.М., Дьома І.С., Городокін А.Д. Інструменти самооцінки впливу споживання еротичного контенту на сексуальність та самосприйняття в контексті інтернет-залежності. Український журнал "Чоловіче здоров'я, гендерна та психосоматична медицина", 2024. № 1-2 (18-19). С. 46-52. DOI: 10.37321/ujmh.2024.1-2-06. c46-52

42. Технології доброчесного використання штучного інтелекту у сфері освіти та науки: матеріали всеукр. наук.-пед. підвищення кваліфікації, 31 лип. -10 верес. 2023 р. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2023. 276 с.

43. Ткалич М. Г. Дослідження гендерної ідентичності, стереотипів та ролей персоналу організацій методом незакінчених речень // Актуальні проблеми психології, 2015. Т. І. Вип. 31. С. 147-158.

44. Тур О. М., Шабуніна В. В., Приходько П. М. Стереотипізація штучного інтелекту як стратегія рекламного впливу // PHILOLOGY AND

JOURNALISM. Сеул (Республіка Корея), 2025. Секція 17.167с. DOI: https://doi.org/10.36074/logos-01.08.2025.026

45. Цінцадзе М. А. Дослідження впливу гендерних конструктів особистості на поведінку в конфлікті : квал.роб.магістра. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2023. 95 с.

46. Чаплінська Ю. С., Кабанова П. С. Ризики кіберсоціалізації: сьогодення і недалеке майбутнє. Наукові студії із соціальної та політичної психології, 2021. Вип. 47 (50). С.160-179.

47. Чирський Я. О. Методи та засоби оцінювання якості людино-машинної взаємодії : автореф. дипл. роботи на здобуття освітнього ступеня магістра за спец. 123 «Комп'ютерна інженерія». Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2019. 10 с.

48. Чорномидз А.В., Кланца М.П. Феномен залежності від штучного інтелекту (ШІ-адикція): теоретичний аналіз, фактори ризику та перспективи дослідження. Актуальні проблеми профілактичної медицини, 2025. № 30. С. 78-91. https://doi.org/10.32782/2786-9067-2025-30-10

49. Швецова Ю. В. Особливості гендерної ідентичності у сучасних студентів-психологів // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки, 2020. Вип. 11 (56). С. 119-127. https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series12.2020.11(56).11

50. Яковенко-Коршун Ю.Л. Цифрова сексуальність і нейробіологія задоволення //Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «CURRENT TRENDS IN SCIENTIFIC RESEARCH DEVELOPMENT» (5-7 червня 2025 р., Бостон, США). Бостон, 2025. 29с

51. Bem S. L. Bem Sex Role Inventory (BSRI) // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 1974. Vol. 42(2). P. 155-162.

52. Beckwith L., Burnett M. Gender: An Important Factor in End-User Programming Environments // Proceedings of the IEEE Symposium on Visual Languages and Human-Centric Computing, 2004. P. 231-238.

53. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. – New York: Routledge, 1990. 256 p.

54. Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. On Seeing Human: A Three-Factor Theory Anthropomorphism. Psychological Review, 2007. 114(4), P. 864-886.

55. Hwang, A. H.-C., Li, F., Anthis, J. R., & Noh, H. How AI Companionship Develops: Evidence from a Longitudinal Study, 2025. Manuscript submitted to ACM. AI_Companion_arXiv

56. Pias S. B. H., Friel A., Huang R., Williamson D., Kim M., Kapadia A. Forming Trust Through Voice: How Tone of Voice Affects User Perceptions of Voice Assistants' Attractiveness // arXiv, 2024. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.2409.18941

57. Priess G. A., Hyde J. S. Gender roles. Encyclopedia of Adolescence, 2011. P. 99–108.

58. Raedler, J. B., Swaroop, S., & Pan, W. AI Companions Are Not the Solution to Loneliness: Design Choices and Their Drawbacks. In Proceedings of the ICLR, 2025 Workshop on Human-AI Coevolution (HAIC). Harvard University_AI_Companions

59. Udd, A., & Nobel, A.,2025. Artificial Intimacy: A Study of AI Usage and Loneliness Across Gender and Age. Kandidatuppsats, Institutionen för psykologi.

60. UNESCO. I'd Blush If I Could: Closing Gender Divides in Digital Skills Through Education. Paris: UNESCO, 2019. 148p.

61. Wang, X., Pang, C. C., & Hui, P. "My Dataset of Love": A Preliminary Mixed-Method Exploration of Human-AI Romantic Relationships. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 9(CSCW351), 2025. P.1-34. https://doi.org/10.1145/37575323757532

62. Weizenbaum J. ELIZA - a computer program for the study of natural language communication between man and machine // Communications of the ACM. 1966. Vol. 9, № 1. P. 36–45. DOI: 10.1145/365153.365168.

63. Wellner G. P. When AI is Gender-biased: The Effects of Biased AI on the Everyday Experiences of Women. Humana.Mente, 37, 2020. P.127-150.

64. West C., Zimmerman D. H. Doing Gender // Gender & Society, 1987. Vol. 1, № 2. P. 125-151.

65. Xie, T., Pentina, I., & Hancock, T. Friend, Mentor, Lover: Does Chatbot Engagement Lead to Psychological Dependence? Journal of Service Management, 2023. 34(4), P. 806-828. 39200

66. Zhang, R., Li, H., Meng, H., Zhan, J., Gan, H., & Lee, Y.-C.,2025. The Dark Side of AI Companionship: A Taxonomy of Harmful Algorithmic Behaviors in Human-AI Relationships. Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '25). ACM. https://doi.org/10.1145/3706598.3713429

67. Zhang, K., Xie, Y., Chen, D., Ji, Z., & Wang, J. Effects of attractions and social attributes on peoples' usage intention and media dependence towards chatbot: The mediating role of parasocial interaction and emotional support. BMC Psychology, 13, 2025. 986p. https://doi.org/10.1186/s40359-025-03284-w

ДОДАТОК А

АНКЕТА

«Сприйняття гендеру віртуальних асистентів»

Інструкція:

Оберіть варіант відповіді або оцініть твердження за шкалою.

Блок 1. Загальна інформація

1. Ініціали ПІБ
2. Ваша стать:

□ Жіноча

□ Чоловіча

□ Інша / не хочу вказувати

3. Ваш вік: _____

Чи користуєтесь ви віртуальними асистентами (Siri, Google Assistant, Alexa та **генеративними AI-моделями** (Copilot, Gemini, ChatGPT та ін.)?

□ Так, регулярно

□ Іноді

□ Ні

Блок 2. Сприйняття гендеру

4. Чи сприймаєте ви віртуальних асистентів як таких, що мають стать?

□ Так

□ Частково

□ Ні

5. Якщо так, яку стать ви частіше їм приписуєте?

□ Жіночу

□ Чоловічу

□ Залежить від асистента

□ Важко відповісти

6. Наскільки для вас важливо, якою є «стать» віртуального асистента?

(1 — зовсім не важливо, 5 — дуже важливо)

1 2 3 4 5

Блок 3. Ставлення до асистентів (шкала)

Оцініть твердження за шкалою від 1 до 5

(1 — повністю не згоден(на), 5 — повністю згоден(на))

7. Я більше довіряю асистентам із «жіночим» голосом

1 2 3 4 5

8. Асистенти з «чоловічим» голосом здаються більш компетентними

1 2 3 4 5

9. Голос асистента впливає на моє бажання ним користуватися

1 2 3 4 5

10. Я сприймаю віртуального асистента як «особистість»

1 2 3 4 5

11. Мені комфортніше взаємодіяти з асистентом, чий голос відповідає моїм очікуванням

1 2 3 4 5

Блок 4. Гендерні уявлення (узагальнені)

12. Я вважаю, що «жіночий» голос більше підходить для ролі помічника

1 2 3 4 5

13. Я вважаю, що «чоловічий» голос більше підходить для складних або технічних завдань

1 2 3 4 5

14. Гендер асистента впливає на моє сприйняття його можливостей

1 2 3 4 5

Блок 5. **Шкала антропоморфізації віртуальних асистентів**

Оцініть твердження за шкалою від 1 до 5:

(1 — повністю не згоден(на), 5 — повністю згоден(на))

15. Я сприймаю віртуального асистента як щось більше, ніж просто програму

1 2 3 4 5

16. Мені здається, що ассистент має «свій характер»

1 2 3 4 5

1. Іноді здається, що ассистент «розуміє» мене

1 2 3 4 5

2. Я можу приписувати асистенту емоції

1 2 3 4 5

19. Віртуальний ассистент виглядає як «співрозмовник», а не як інструмент

1 2 3 4 5

20. Я іноді взаємодію з асистентом так, ніби він людина

1 2 3 4 5

21. Ассистент здається мені «живим» у певному сенсі

1 2 3 4 5

ДОДАТОК Б

Таблиця первинних даних респондентів за досліджуваними змінними

Респондент	Стать	Вік	Частота користування асистентами	Блок 3 (7-11)	Блок 4 (12-14)	Блок 5 (15-21)	Бем жін.	Бем чол.	Бем Андр.	Gender Bias (адапт. Костіна)
1	1	19	1	2	1	1,2	6,9	5,4	1,5	33
2	2	22	2	3,4	4,3	4	5,2	4,8	0,4	46
3	2	19	1	1,8	1	1,1	5,6	7	-1,4	27
4	1	24	1	2,6	4,3	1,8	4,9	3,8	1,1	49
5	1	21	1	1,8	2,3	1,8	3,8	2,3	1,5	21
6	2	18	1	1	1	1,1	5,2	6,4	-1,2	28
7	1	24	1	1,8	3	2,7	5,9	4,8	1,1	21
8	1	22	2	3	1,3	1,5	4,3	1,7	2,6	27
9	2	23	1	1,6	2	1,1	1,7	5	-3,3	40
10	2	20	2	1,4	1,3	1,2	2,1	3,3	-1,2	36
11	1	24	1	1	1	1,1	1,9	2,2	-0,3	25
12	2	18	2	1,4	1,3	1,1	3	3,3	-0,3	36
13	2	21	2	3,2	3,6	3,2	4,9	5,2	-0,3	43
14	2	19	1	1,8	1	1,1	5,6	6,2	-0,6	27
15	2	25	1	1,8	2,6	2,2	4	4,7	-0,7	39
16	1	23	1	1,6	2,6	2,1	6,4	4,7	1,7	21
17	1	18	1	2,4	1	1,5	6,5	5,4	1,1	32
18	1	25	2	2	2	2	6,4	5,2	1,2	34
19	1	24	2	2	2,3	3	3,9	6	-2,1	44
20	2	25	2	1,2	1	1	2,4	4,2	-1,8	32
21	1	21	1	2,8	2,3	3,2	6,3	3,5	2,8	37
22	1	19	1	2,2	2,3	3	4,2	5,4	-1,2	22
23	2	23	1	2,4	2,3	2,4	3,8	6,5	-2,7	40
24	2	25	1	2,6	2	2,7	4	6	-2	31
25	2	22	1	1,8	1,6	1,7	4,4	5,6	-1,2	24
26	1	21	2	1,8	1,3	1,8	5,8	4,7	1,1	30
27	2	22	1	1,2	1,6	1	3,9	5,3	1,4	28
28	1	25	3	2,8	2,3	1,8	2,5	2,9	-0,4	31
29	1	24	1	1,2	1	1	4	6,4	-2,4	33
30	2	25	2	1	1,3	1	4	4	0	36