

Едуард Крайніков¹, Валентин Курченко-Гай²

¹Київський національний університет імені Тараса Шевченка

²Київський інститут сучасної психології та психотерапії

ОСОБИСТІСНІ РИСИ ЯК ЧИННИКИ ДОСВІДУ КОРИСТУВАЧІВ ПІД ЧАС ВЗАЄМОДІЇ З ШІ-ЧАТБОТОМ

Анотація

Досліджено 40 українських мігрантів віком 18–55 років, які активно користувалися платформою Engly.io. Особистісні риси вимірювалися за допомогою TIPI-UKR, користувацький досвід оцінювався за показниками задоволеності, довіри, залученості та сприйманої ефективності. Виявлено значущу кореляцію між екстраверсією та залученістю у взаємодію з ШІ-чатботом ($r=0,35$, $p=0,027$), а також негативну кореляцію віку зі сприйманою ефективністю навчання ($r=-0,41$, $p=0,008$). Інші прогнозовані зв'язки між рисами особистості та показниками користувацького досвіду не отримали статистичного підтвердження. Результати свідчать про обмежену прогностичну цінність особистісних рис у формуванні досвіду взаємодії з освітніми ШІ-чатботами.

Ключові слова: особистісні риси, Big Five, чатбот, Human-Computer Interaction (HCI), досвід користувача (UX), штучний інтелект (ШІ), задоволеність користувача, психологія технологій.

PERSONALITY TRAITS AS FACTORS OF USER EXPERIENCE DURING INTERACTION WITH AI-CHATBOT

Abstract

A study was conducted on 40 Ukrainian migrants aged 18–55 who actively used the Engly.io platform. Personality traits were measured using TIPI-UKR, and user experience was assessed using satisfaction, trust, engagement, and perceived effectiveness indicators. A significant correlation was found between extraversion and engagement in interaction with an AI chatbot ($r=0.35$, $p=0.027$), as well as a negative correlation of age with perceived learning effectiveness ($r=-0.41$, $p=0.008$). Other predicted relationships between personality traits and user experience indicators were not statistically confirmed. The results indicate limited predictive value of

personality traits in shaping the experience of interacting with educational AI chatbots.

Keywords: Personality Traits, Big Five, Chatbots, Human-Computer Interaction (HCI), User Experience (UX), Artificial Intelligence (AI), User Satisfaction, Psychology of Technology.

Вступ

На початку 2022 року відбулася проривна подія, яка кардинально змінює принципи взаємодії людини з машиною, адже великі мовні моделі набули нової якості й досягли нечуваного раніше рівня «розуміння» природної мови. Цифрові помічники, чатботи, мова яких раніше здавалася просто набором мертвих та передбачуваних фраз, визначених заздалегідь налаштуваннями, раптово почали відповідати гнучко, контекстуально, майже так, ніби «розуміють» відтінки, підтексти, емоції, що стоять за словами.

Емпіричним базисом для аналізу цього зсуву виступає ситуація з українськими біженцями, які після 2022 року були змушені адаптуватися до європейських реалій. Український контекст цифрової освіти в контексті вимушеної міграції створив унікальну ситуацію: мільйони людей опинилися в країнах, де потрібно оволодіти не однією, а двома мовами одночасно — мовою країни перебування (норвезька, данська або польська) та англійською як професійною *lingua franca*.

Втім, тут спостерігається парадокс. Користувачі постійно скаржаться на «механічність» голосу, на відсутність живої емпатії, але водночас не припиняють користуватися платформою. Це ставить питання: що саме утримує людину в цій взаємодії, попри всі обмеження? Чи можливо, що для певних типів особистості ШІ-репетитор дає щось, що живий викладач дати не може?

Академічний ландшафт навколо цього питання вельми неоднорідний. Якщо Дж.-П. Штайн зі співавторами (Stein et al., 2024) вбачає у показнику «Доброзичливість» головний маркер позитивного ставлення до ШІ ($\beta=0,27$), то О. Гілатт зі співавторами (Gillath et al., 2022) взагалі не виявляють такого зв'язку. К. Сіндерман зі співавторами (Sindermann et al., 2022) знаходить стійку кореляцію з показником «Відкритість досвіду», але величина ефекту надзвичайно мала ($r=0,14$), що ставить під сумнів практичну цінність такого предиктора.

Критичною прогалиною є відсутність досліджень специфічних груп користувачів — зокрема, вимушених українських мігрантів, для яких ШІ-репетитор є не розвагою, а необхідністю. Всі відомі кореляції отримані на американських студентах або китайських користувачах WeChat. Питання залишається відкритим: чи працюють ці закономірності для осіб, які використовують ШІ-технології в умовах вимушеної міграції та мовного бар'єру?

Огляд літератури

Проблема особистості в науковій літературі. Класики психології особистості (Allport, 1937; Costa & McCrae, 1992) визначають особистість як складну динамічну систему, що інтегрує емоції, мотиви, когніції та поведінку.

С. Максименко (Максименко, 2021) підкреслює, що особистість визначає, як людина адаптується до світу. Т. Титаренко, Н. Чепелева та М. Смульсон (Титаренко та ін., 2008) наголошують: особистість не просто реагує на середовище, вона його інтерпретує, фільтрує — і це стосується всього, включно з цифровими технологіями.

Для дослідження взаємодії з технологіями ключовим є поведінковий компонент особистості. Особистісні риси функціонують як фільтри, через які користувач сприймає та оцінює технологію. Д. Гуд'ю та Р. Томпсон (Goodhue & Thompson, 1995) показали: навіть найдосконаліша технологія може не прижитися, якщо вона не відповідає психологічному профілю користувача.

Модель Big Five (Goldberg, 1990; John et al., 2008) пропонує операціональний підхід до вимірювання особистості через п'ять базових вимірів: відкритість до досвіду, сумлінність, екстраверсія, доброзичливість та невротизм (емоційна стабільність). В Україні першу адаптацію здійснили у 2000 році Л. Бурлачук та Д. Корольов (Сердюк & Базима, 2021), пізніше було створено короткі версії для швидкої діагностики.

Відкритість досвіду. Особи з високою відкритістю сприймають ШІ-репетитора не як загрозу, а як можливість для експерименту. К. Сіндерман зі співавторами (Sindermann et al., 2022) та Дж. Девінтер зі співавторами (de Winter et al., 2024) підтверджують: відкриті користувачі демонструють більше прийняття ШІ-технологій та вищу готовність експериментувати з новими інструментами.

Сумлінність. Тут виявляється неоднозначність: з одного боку, організованість сприяє систематичним заняттям, з іншого — високі стандарти можуть не відповідати реальним можливостям мовних моделей. О. Гіллат зі співавторами (Gillath et al., 2022) фіксують негативний зв'язок сумлінності з довірою до ШІ ($r=-0,30$).

Екстраверсія. Екстраверти шукають «людських» реакцій та емоційного відгуку. Саме тому вони ризикують розчаруватися швидше за інших, адже бот, попри всю схожість, залишається алгоритмом.

Доброзичливість. Тут працює концепція CASA (Reeves & Nass, 1996): люди схильні переносити соціальні норми на комп'ютери. С. Фолкель зі співавторами (Völkel et al., 2021) показали: доброзичливі користувачі приписують ботам «людські» якості, формують до них емоційну прив'язаність.

Невротизм. З одного боку, високий невротизм блокує: М. Блат зі співавторами (Blut et al., 2021) фіксують стійкий негативний зв'язок із ставленням до технологій. З іншого боку, ШІ-репетитор може створювати «безпечну зону» для тих, хто боїться помилок перед живою аудиторією. Саме невротизм потребує особливої уваги в контексті освітніх ШІ-технологій.

Феномен штучного інтелекту та взаємодія з користувачами. Дж. Пріс зі співавторами (Preese et al., 2015) підкреслюють: користувачеві зазвичай байдуже, наскільки «розумний» алгоритм. Важливіше інше: чи швидко відповідає бот, чи зрозумілий інтерфейс, чи природний голос? М. Блат зі співавторами (Blut et al.,

2021), проаналізувавши 108 вибірок, дійшли висновку: чим більше бот схожий на людину, тим більше йому довіряють. Однак С. Кляйн (Klein, 2025) застерігає: існує межа, після якої «занадто людяна» поведінка викликає відторгнення.

М. Кім зі співавторами (Kim et al., 2025) і М. де Женнаро зі співавторами (de Gennaro et al., 2020) виявили несподіване: люди менше відчують самотність після розмови з ботом. Дж. Ер зі співавторами (Ayers et al., 2023) шокували медичну спільноту: пацієнти оцінили відповіді ChatGPT як більш емпатійні порівняно з відповідями реальних лікарів. Дж. Джеон (Jeon, 2022) та Р. Ель Сназлі (El Shazly, 2021) називають ШІ-репетитора «терплячим партнером», який не зітхає, коли студент втретє забуває артикуль.

Теоретичні моделі взаємодії людини з технологіями. Модель ТАМ (Davis, 1989) пов'язує прийняття технології з корисністю та простотою. Пізніше В. Венкатеш зі співавторами (Venkatesh et al., 2003) розробили модель UTAUT, додавши соціальний вплив та умови використання. Втім, практика вносить корективи: для користувачів старшого віку «простий інтерфейс» може виявитися зовсім не простим через особливості цифрової грамотності.

Концепція CASA (Reeves & Nass, 1996) пояснює феномен проєкції соціальних норм на техніку. Люди вибачаються перед кодом, дякують йому, ображаються на нього. Модель Human-Computer Interaction (Preese et al., 2015) зміщує акценти: інтелектуальна потужність алгоритму вторинна, важливіша швидкість реакції та якість інтерфейсу.

Теорія Task-Technology Fit (Goodhue & Thompson, 1995) повертає на землю: технічна якість іноді важить більше за психологічну сумісність. Якщо не працює мікрофон, висока «відкритість досвіду» не компенсує технічних збоїв.

Емпіричні дослідження зв'язку особистості та прийняття ШІ. Дж. Девінтер зі співавторами (de Winter et al., 2024) зафіксували позитивну кореляцію між використанням ChatGPT та відкритістю досвіду ($r=0,18$) та негативну — з невротизмом. Розмір ефектів помірний, що свідчить: особистість важлива, але не визначальна. І. Ху зі співавторами (Hu et al., 2025) застерігають: для осіб із високим невротизмом ШІ-чатботи можуть стати об'єктом компульсивної залежності.

Критичною прогалиною залишається відсутність досліджень на неангломовних популяціях, особливо в контексті вимушеної міграції. Всі відомі кореляції отримані на західних вибірках, що обмежує можливість генералізації результатів.

Мета дослідження: виявити та статистично проаналізувати закономірності взаємозв'язку між індивідуально-психологічними рисами користувачів та метриками їхнього досвіду (задоволеність, довіра, залученість, сприймана ефективність) під час взаємодії з ШІ-чатботом для вивчення англійської мови.

Завдання дослідження:

1. Організувати та провести емпіричне дослідження на платформі Engly.io, зібрати дані про особистісні риси користувачів та їхній досвід взаємодії з ШІ-репетитором.

2. Проаналізувати та інтерпретувати отримані результати, зіставити їх з даними попередніх досліджень, сформулювати висновки.

Методологія дослідження

Характеристика вибірки. Дані зібрано на платформі Engly.io. Загальна кількість учасників — 40 осіб. Віковий діапазон — 18–55 років ($M=31,2$, $SD=8,7$). До вибірки потрапили лише ті, хто був активним користувачем протягом останнього місяця і пройшов принаймні 5 сесій із ШІ-репетитором.

Критерії включення: статус вимушеного мігранта з України, перебування в європейських країнах (переважно Польща та Німеччина), рівень англійської не нижче A2, регулярне користування платформою Engly.io.

Специфіка вибірки: 80 % чоловіків (типово для ІТ-сектору), 72,5 % мають вищу освіту, 75 % володіють англійською на рівні B1–B2. Така структура обмежує генералізацію результатів, але загострює фокус на досліджуваному феномені.

Методи дослідження. Для вимірювання особистісних рис використано ТІРІ-UKR (Кліманська, Галецька, 2019) — ультракоротку версію Big Five із 10 пунктів. Вибір продиктований жорстким таймінгом: довгі опитувальники (NEO-PI-R, 40 хвилин) гарантують втрату респондента в умовах онлайн-дослідження.

Надійність ТІРІ-UKR на українській вибірці ($N=638$): добросовісність — $\alpha=0,73$, відкритість досвіду — $\alpha=0,74$, екстраверсія та дружелюбність — $\alpha=0,60$, емоційна стабільність — $0,54$. Низькі показники зумовлені математично: два питання на шкалу не дозволяють отримати високий коефіцієнт.

Для оцінки користувацького досвіду використано багатовимірний підхід із чотирма шкалами:

1. Задоволеність (7 пунктів) — загальне враження від взаємодії.

2. Довіра до ШІ-репетитора (8 пунктів) — адаптація шкали Дж. Джін зі співавторами (Jian et al., 2000), що вимірює надійність, передбачуваність, компетентність системи.

3. Залученість (8 пунктів) — базується на User Engagement Scale (O'Brien & Toms, 2010), вимірює глибину залучення до процесу.

4. Сприймана ефективність (6 пунктів) — самооцінка навчального прогресу. Додатково передбачено блок відкритих запитань для отримання якісних даних про досвід взаємодії.

Процедура дослідження. Тривалість дослідження — 4 тижні. Перший тиждень: підбір респондентів, інструктаж, отримання інформованої згоди. Тижні 1–2: вхідне опитування (ТІРІ-UKR + демографічна анкета). Другий місяць: активне користування платформою (мінімум 5 занять). Завершальний етап: фінальне опитування з оцінкою досвіду та відкриті відповіді.

Методи аналізу даних. Статистичний апарат: описова статистика, кореляційний аналіз (коефіцієнти Пірсона та Спірмена). Інтерпретація сили зв'язків за критеріями Дж. Коена (Cohen, 1988): $r=0,10$ — малий ефект, $r=0,30$ — середній, $r=0,50$ — великий. Для оцінки сукупного впливу особистісних рис використано множинну регресію. При $N=40$ для статистичної значущості ($p<0,05$) потрібен коефіцієнт $r>0,31$.

Якісний компонент: контент-аналіз відкритих відповідей для фіксації унікального досвіду, що зазвичай «випадає» із сітки стандартизованих вимірювань.

Результати й обговорення

Описова статистика. Середні показники особистісних рис у вибірці: «Екстраверсія» — $M=4,8$ ($SD=1,4$), «Дружелюбність» — $M=5,1$ ($SD=1,2$), «Добросовісність» — $M=5,6$ ($SD=1,1$), «Емоційна стабільність» — $M=4,7$ ($SD=1,3$), «Відкритість досвіду» — $M=5,3$ ($SD=1,2$). Показники надійності виявилися низькими: «Дружелюбність» — $\alpha=0,38$, інші шкали в діапазоні 0,42–0,61.

Показники користувацького досвіду: «Задоволеність» — $M=6,18$ ($SD=0,74$), «Довіра» — $M=5,82$ ($SD=0,91$), «Залученість» — $M=5,67$ ($SD=0,98$), «Сприймана ефективність» — $M=5,43$ ($SD=1,12$). Виявлено виражений «ефект стелі» для «Задоволеності»: більшість респондентів обирали оцінки 6–7 із 7.

Тест Шапіро—Вілка виявив, що задоволеність ($W=0,89$, $p=0,012$) та залученість ($W=0,91$, $p=0,028$) значуще відхиляються від нормального розподілу — правосторонній зсув. Це зумовлено добровільністю участі: до кінця дослідження дійшли переважно лояльні користувачі.

Кореляційний аналіз. Виявлено два статистично значущі результати:

1) «Екстраверсія» корелює із «Залученістю» ($r=0,35$, $p=0,027$). Це єдиний значущий зв'язок серед особистісних рис. Екстраверти дійсно активніше взаємодіяли з ботом — ставили численні запитання, намагалися «розговорити» систему, експериментували з формулюваннями.

2) «Вік» негативно пов'язаний зі «Сприйнятною ефективністю» ($r=-0,41$, $p=0,008$). Це найсильніший зв'язок у дослідженні, але він стосується не особистості, а демографії. Старші користувачі оцінюють ефективність навчання значно нижче, що пояснюється бар'єрами цифрової грамотності та швидкістю адаптації до нових інтерфейсів.

Прогнозовані зв'язки «Відкритості досвіду» із «Задоволеністю», «Дружелюбності» з «Довірою» та «Невротизму» з «Тривожністю» не отримали підтвердження — усі $p>0,05$. Це різко контрастує з результатами західних досліджень (de Winter et al., 2024; Stein et al., 2024), де такі кореляції фіксувалися стабільно.

Регресійний аналіз. Для перевірки, чи риси особистості разом здатні прогнозувати задоволеність, застосовано множинну регресію. Модель виявилася статистично незначущою: $R^2=0,12$, Adjusted $R^2=-0,01$, $F(5, 34)=0,93$, $p=0,475$. Від'ємний скоригований R^2 є класичним симптомом перенавчання на малій вибірці.

Висновок невтішний: передбачити задоволеність користувача лише на основі його особистісних рис неможливо. Коли бот демонструє технічні збої — перебиває на півслові, плутає слова, затримується з відповіддю — жодна «Відкритість досвіду» цього не компенсує.

Якісний аналіз відкритих відповідей. Технічні проблеми стали найчастішою темою скарг (28 згадок): «Мене дратує, коли бот перебиває мене на середині речення», «Іноді погано розпізнає мій акцент», «Затримки у відповіді збивають з думки». Такі фрустрації не залежали від типу особистості — вони були універсальними.

Психологічний комфорт згадувався майже так само часто (22 згадки). Респондент P07 сформулював це найточніше: «Бот не заочує очі, коли я втретє плутаю часи». Інші підтверджували: «Я боюся говорити з живими викладачами, тому що вони можуть засудити», «З ботом можна тупити скільки завгодно — він терплячий».

Зручність і доступність (18 згадок): «Можу практикувати о 02:00 годині ночі, коли дитина заснула», «Не треба підлаштовуватися під розклад викладача», «Це краще ніж нічого, коли немає грошей на репетитора». Аналіз часових міток підтвердив: більшість занять припадає на 19:00–23:00 — після повного робочого дня.

Обмеження III (15 згадок): «Бот не розуміє контекст української культури», «Коли намагається жартувати — це недоречно», «Немає реального розуміння моїх помилок — просто виправляє». IT-фахівці особливо чутливі до штучності емпатії.

Обговорення результатів. Результати виявилися фрагментарними — не цілісна система, а окремі острівці закономірностей серед моря статистичної невизначеності. Існує кілька можливих пояснень цього феномену.

По-перше, специфіка середовища. Дж. Девінтер зі співавторами (de Winter et al., 2024) досліджували респондентів у контрольованих лабораторних умовах, де панував «експериментальний запал». У нашому дослідженні — побутовий контекст: респонденти перебували вдома, з дітьми, після роботи, на фоні військових новин. Це не нейтральне тло для експерименту.

По-друге, однорідність вибірки, яка складалася із чоловіків-«технарів» з вищою освітою та високою технічною підготовкою. Показник «Відкритість досвіду» у них високий «за замовчуванням» — це частина їхньої професійної ідентичності. Коли всі відкриті, варіації майже немає, а без варіації неможливо виявити кореляції.

По-третє, характер мотивації. У дослідженні Дж. Девінтер зі співавторами (de Winter, 2024) мотиви користувачів були неоднорідними: хтось грав, хтось експериментував із цікавості. У нас — чітка інструментальна мета: підсилити професійну позицію, вижити на новому ринку праці. Коли мотивація суто інструментальна, особистість відступає на другий план.

По-четверте, проблеми інструментарію. Показник $\alpha=0,38$ для шкали «Дружелюбність» свідчить про суттєву похибку вимірювання. З такою неточністю виявити реальні зв'язки майже неможливо.

«Екстраверсія» стала єдиним винятком. Кореляція із «Залученістю» ($r=0,35$, $p=0,027$) підтверджує висновок із класичної теорії П. Коста і Р. Маккрея (Costa & McCrae, 1992): екстраверти мають вроджену потребу в стимуляції та активній

взаємодії. Втім, висока інтенсивність взаємодії не переросла у відповідний рівень «Задоволеності» ($r=0,21$, $p=0,19$). Екстраверти багато спілкуються з ШІ, але це не означає, що вони задоволені результатом.

«Вік» виявився найсильнішим предиктором — сильнішим за будь-яку рису особистості. Негативна кореляція зі «Сприйнятною ефективністю» ($r=-0,41$, $p=0,008$) вказує на чіткі бар'єри цифрової грамотності у старшої аудиторії. Те, що для 25-річної людини інтуїтивно зрозуміло, для 50-річної може бути джерелом постійного стресу.

Теорія Task-Technology Fit краще пояснює наші дані, ніж модель особистісних рис. Суть проста: якщо, наприклад, мікрофон не працює, то «Відкритість до досвіду» не має жодного значення. Технічні фактори — затримки, помилки розпізнавання, перебивання — є універсальними і не залежать від типу особистості.

Схоже, в інструментальних сценаріях використання технології особистість важить значно менше, ніж прийнято думати. На відміну від розважальної комунікації з чатботами, тут діють жорсткіші закони: якщо технологія виконує своє завдання — користувач залишається, якщо ні — йде, незалежно від того, наскільки він «відкритий» чи «доброзичливий».

Висновки

Аналіз наукового дискурсу виявив справжню інтелектуальну лаку в дослідженні взаємодії особистості з ШІ-технологіями. Поки бази даних переповнені дослідженнями західних вибірок, українські емігранти, для яких ШІ-репетитор є не розвагою, а необхідністю, залишаються поза увагою науковців. Це обґрунтовує актуальність проведеного дослідження.

Емпіричне дослідження на вибірці 40 користувачів Engly.io (переважно IT-фахівці, 80 % чоловіків, середній вік — 31,2 роки) виявило обмежену роль особистісних рис у прогнозуванні користувацького досвіду. Єдиним статистично значущим зв'язком серед рис Big Five стала позитивна кореляція показників «Екстраверсії» із «Залученістю» ($r=0,35$, $p=0,027$). Натомість «Вік» виявився потужнішим предиктором, демонструючи негативну кореляцію зі «Сприйнятною ефективністю» ($r=-0,41$, $p=0,008$).

Регресійна модель із п'ятьма рисами Big Five виявилася статистично незначущою ($p=0,475$), пояснивши лише 12 % дисперсії показника «Задоволеність». Якісний аналіз засвідчив домінування технічних факторів (затримки, помилки розпізнавання мовлення, перебивання) над особистісними у формуванні досвіду. Результати підтверджують модель Task-Technology Fit: в інструментальних сценаріях використання ШІ технічна якість переважає над психологічною сумісністю. Це вказує на необхідність зміщення фокусу з персоналізації під тип особистості на вдосконалення базової функціональності та доступності інтерфейсу, особливо для користувачів старшого віку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кліманська, М. Б., & Галецька, І. І. (2019). Українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості TIPI (TIPI-UKR). *Психологічний часопис*, 5(9), 57-74. <https://doi.org/10.31108/1.2019.5.9.4>
2. Максименко, С. Д. (2021). *Загальна психологія* (3-є вид., перероб. та доп.). Центр учбової літератури.
3. Сердюк, О. О., & Базима, Б. О. (2021). Адаптація скринінгового опитувальника п'яти факторів особистості BFI-10 та перевірка його діагностичних властивостей на прикладі осіб, які вживають наркотики. *Право і безпека*, 4(83), 100-110. <https://doi.org/10.32631/pb.2021.4.10>
4. Чепелева, Н. В., Титаренко, Т. М., Смульсон, М. Л., Андрієвська, В. В., Зарецька, О. О., & Васильченко, А. А. (2008). *Соціально-психологічні чинники розуміння та інтерпретації особистого досвіду* (Н. В. Чепелева, Ред.). Педагогічна думка.
5. Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. Henry Holt and Company.
6. Ayers, J. W., Poliak, A., Dredze, M., Leas, E. C., Zhu, Z., Kelley, J. B., Faix, D. J., Goodman, A. M., Longhurst, C. A., Hogarth, M., & Smith, D. M. (2023). Comparing physician and artificial intelligence chatbot responses to patient questions posted to a public social media forum. *JAMA Internal Medicine*, 183(6), 589-596. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2023.1838>
7. Blut, M., Wang, C., Wunderlich, N V., & Brock, C. (2021). Understanding anthropomorphism in service provision: A meta-analysis of physical robots, chatbots, and other AI. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(4), 632-658. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00762-y>
8. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
9. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual*. Psychological Assessment Resources.
10. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
11. de Gennaro, M., Krumhuber, E. G., & Lucas, G. (2020). Effectiveness of an empathic chatbot in combating adverse effects of social exclusion on mood. *Frontiers in Psychology*, 10, Article 3061. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03061>
12. de Winter, J. C. F., Dodou, D., & Eisma, Y. B. (2024). Personality and acceptance as predictors of ChatGPT use. *Discover Psychology*, 4, Article 57. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00161-2>
13. El Shazly, R. (2021). Effects of artificial intelligence on English speaking anxiety and speaking performance: A case study. *Expert Systems*, 38(3), Article e12667. <https://doi.org/10.1111/exsy.12667>

14. Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216–1229. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
15. Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236. <https://doi.org/10.2307/249689>
16. Hu, Y., Tan, C.-S., Wang, S., Zhang, H., Qian, J., & Wang, Y. (2025). Who is hooked on AI? The role of the Big Five personality traits in compulsive ChatGPT use among Chinese students. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 34(5), 1899–1907. <https://doi.org/10.1007/s40299-025-01001-0>
17. Jeon, J. (2022). Exploring AI chatbot affordances in the EFL classroom: Young learners' experiences and perspectives. *Computer Assisted Language Learning*, 37(1–2), 1–26. <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.2021241>
18. Jian, J. Y., Bisantz, A. M., & Drury, C. G. (2000). Foundations for an empirically determined scale of trust in automated systems. *International Journal of Cognitive Ergonomics*, 4(1), 53–71. https://doi.org/10.1207/s15327566ijce0401_04
19. John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (3rd ed., pp. 114–158). Guilford Press.
20. Kim, M., Lee, S., Kim, S., Heo, J.-i., Lee, S., Shin, Y.-B., Cho, C.-H., & Jung, D. (2025). Therapeutic potential of social chatbots in alleviating loneliness and social anxiety: Quasi-experimental mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, Article e65589. <https://doi.org/10.2196/65589>
21. Klein, S. H. (2025). The effects of human-like social cues on social responses towards text-based conversational agents — a meta-analysis. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 1322. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05618-w>
22. O'Brien, H. L., & Toms, E. G. (2010). The development and evaluation of a survey to measure user engagement. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(1), 50–69. <https://doi.org/10.1002/asi.21229>
23. Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (4th ed.). Wiley.
24. Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. Cambridge University Press.
25. Sindermann, C., Yang, H., Elhai, J. D., Yang, S., Quan, L., Li, M., & Montag, C. (2022). Acceptance and fear of Artificial Intelligence: Associations with personality in a German and a Chinese sample. *Discover Psychology*, 2(1), Article 8. <https://doi.org/10.1007/s44202-022-00020-y>
26. Stein, J.-P., Messingschlager, T., Gnamb, T., Hutmacher, F., & Appel, M. (2024). Attitudes towards AI: Measurement and associations with personality. *Scientific Reports*, 14(1), Article 2909. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-53335-2>

27. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
28. Völkel, S. T., & Kaya, L. (2021). Examining user preference for agreeableness in chatbots. In *CUI '21: Proceedings of the 3rd Conference on Conversational User Interfaces*, Article 38. <https://doi.org/10.1145/3469595.3469633>

REFERENCES

1. Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. Henry Holt and Company.
2. Ayers, J. W., Poliak, A., Dredze, M., Leas, E. C., Zhu, Z., Kelley, J. B., Faix, D. J., Goodman, A. M., Longhurst, C. A., Hogarth, M., & Smith, D. M. (2023). Comparing physician and artificial intelligence chatbot responses to patient questions posted to a public social media forum. *JAMA Internal Medicine*, 183(6), 589–596. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2023.1838>
3. Blut, M., Wang, C., Wunderlich, N V., & Brock, C. (2021). Understanding anthropomorphism in service provision: A meta-analysis of physical robots, chatbots, and other AI. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(4), 632–658. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00762-y>
4. Chepelieva, N. V., Tytarenko, T. M., Smulson, M. L., Andriievska, V. V., Zaretska, O. O., & Vasylchenko, A. A. (2008). *Sotsialno-psykhologhichni chynnyky rozuminnia ta interpretatsii osobystoho dosvidu* [Socio-psychological factors of understanding and interpreting personal experience] (N. V. Chepelieva, Ed.). Pedahohichna dumka. [in Ukrainian]
5. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
6. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional manual*. Psychological Assessment Resources.
7. Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
8. de Gennaro, M., Krumhuber, E. G., & Lucas, G. (2020). Effectiveness of an empathic chatbot in combating adverse effects of social exclusion on mood. *Frontiers in Psychology*, 10, Article 3061. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.03061>
9. de Winter, J. C. F., Dodou, D., & Eisma, Y. B. (2024). Personality and acceptance as predictors of ChatGPT use. *Discover Psychology*, 4, Article 57. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00161-2>
10. El Shazly, R. (2021). Effects of artificial intelligence on English speaking anxiety and speaking performance: A case study. *Expert Systems*, 38(3), Article e12667. <https://doi.org/10.1111/exsy.12667>

11. Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216–1229. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.6.1216>
12. Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236. <https://doi.org/10.2307/249689>
13. Hu, Y., Tan, C.-S., Wang, S., Zhang, H., Qian, J., & Wang, Y. (2025). Who is hooked on AI? The role of the Big Five personality traits in compulsive ChatGPT use among Chinese students. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 34(5), 1899–1907. <https://doi.org/10.1007/s40299-025-01001-0>
14. Jeon, J. (2022). Exploring AI chatbot affordances in the EFL classroom: Young learners' experiences and perspectives. *Computer Assisted Language Learning*, 37(1–2), 1–26. <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.2021241>
15. Jian, J. Y., Bisantz, A. M., & Drury, C. G. (2000). Foundations for an empirically determined scale of trust in automated systems. *International Journal of Cognitive Ergonomics*, 4(1), 53–71. https://doi.org/10.1207/s15327566ijce0401_04
16. John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (3rd ed., pp. 114–158). Guilford Press.
17. Kim, M., Lee, S., Kim, S., Heo, J.-i., Lee, S., Shin, Y.-B., Cho, C.-H., & Jung, D. (2025). Therapeutic potential of social chatbots in alleviating loneliness and social anxiety: Quasi-experimental mixed methods study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, Article e65589. <https://doi.org/10.2196/65589>
18. Klein, S. H. (2025). The effects of human-like social cues on social responses towards text-based conversational agents — a meta-analysis. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 1322. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05618-w>
19. Klimanska, M. B., & Haletska, I. I. (2019). Ukrainaska adaptatsiia korotkoho piatyfaktornoho opytuvalnyka osobystosti TIPI (TIPI-UKR) [Ukrainain adaptation of the short five factor personality questionnaire tipi (tipi-ukr)]. *Psychological journal*, 5(9), 57–74. <https://doi.org/10.31108/1.2019.5.9.4> [in Ukrainian]
20. Maksymenko, S. D. (2021). *Zahalna psykholohiia* [General psychology] (3rd rev. and expanded ed.). Tsentr uchbovoi literatury. [in Ukrainian]
21. O'Brien, H. L., & Toms, E. G. (2010). The development and evaluation of a survey to measure user engagement. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(1), 50–69. <https://doi.org/10.1002/asi.21229>
22. Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (4th ed.). Wiley.
23. Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. Cambridge University Press.
24. Serdiuk, O. O., & Bazyma, B. O. (2021). Adaptatsiia skryninhovoho opytuvalnyka piaty faktoriv osobystosti BFI-10 ta perevirka yoho diahnostychnykh vlastyvostei

- na prykladi osib, yaki vzhyvaiut narkotyky [Adaptation of the BFI-10 five-factor personality screening questionnaire and verification of its diagnostic properties using the example of drug users]. *Law and Safety*, 4(83), 100-110. <https://doi.org/10.32631/pb.2021.4.10> [in Ukrainian]
25. Sindermann, C., Yang, H., Elhai, J. D., Yang, S., Quan, L., Li, M., & Montag, C. (2022). Acceptance and fear of Artificial Intelligence: Associations with personality in a German and a Chinese sample. *Discover Psychology*, 2(1), Article 8. <https://doi.org/10.1007/s44202-022-00020-y>
26. Stein, J.-P., Messingschlager, T., Gnamb, T., Hutmacher, F., & Appel, M. (2024). Attitudes towards AI: Measurement and associations with personality. *Scientific Reports*, 14(1), Article 2909. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-53335-2>
27. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
28. Völkel, S. T., & Kaya, L. (2021). Examining user preference for agreeableness in chatbots. In *CUI '21: Proceedings of the 3rd Conference on Conversational User Interfaces*, Article 38. <https://doi.org/10.1145/3469595.3469633>

Відомості про авторів:

Едуард КРАЙНИКОВ, канд. психол. наук, доц., доцент кафедри клінічної психології Київського інституту сучасної психології та психотерапії, доцент кафедри психології розвитку Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна.

Eduard Krainikov, PhD, Assoc. Prof., Chair of Clinical Psychology, Kyiv Institute of Modern Psychology and Psychotherapy; Chair of Developmental Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3825-9694>

E-mail: psy_edw@ukr.net

Валентин КУРЧЕНКО-ГАЙ, здобувач ступеня Магістр Київського інституту сучасної психології та психотерапії (КІСПП), Київ, Україна.

Valentyn Kurchenko-Hay, student, Kyiv Institute of Modern Psychology and Psychotherapy (KIMPP), Kyiv, Ukraine.

E-mail: ekinto@gmail.com