

Эмпирические исследования Empirical researches

DOI: 10.51217/npsyresearch_2026_06_03_01

Филатова А.Ф., Зиновьева Е.В., Кузнецова Е.А.,
Платонова Я.С.

Факторы антропоморфизации искусственного интеллекта:
роль самодетерминации личности

Filatova A.F., Zinovieva E.V., Kuznetsova E.A.,
Platonova Y.S.

Factors of Artificial Intelligence Anthropomorphism:
The Role of Personality Self-Determination

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Стремительное развитие больших языковых моделей и сервисов на их основе порождает новый психологический феномен: пользователи все чаще воспринимают искусственный интеллект (ИИ) не только в качестве инструмента, но и в роли коммуникативного партнера или «квазисубъекта» отношений. Возникает необходимость комплексного изучения данного феномена, а также личностных и ситуационных детерминант антропоморфизации ИИ.

Целью данного исследования является изучение связи процесса антропоморфизации ИИ с автономией и самодетерминацией личности. Предполагается, что выраженность у самого пользователя разных видов самодетерминации определяет специфику его восприятия ИИ (в континууме от инструмента до «квазисубъекта» отношений).

Методы исследования включают анкетирование и опрос с использованием первичной версии авторского Опросника антропоморфизации ИИ, а также методику «Виды самодетерминации личности» С.Н. Костроминой и др. Выборку составили 150 респондентов (средний возраст $M = 25,4 \pm 11,9$), жители разных городов РФ, представители различных образовательных и профессиональных кластеров.

Были выявлены особенности взаимодействия с ИИ русскоязычных пользователей, включая высокую частоту обращений, преобладание исследовательской мотивации над утилитарной, внимание к человекоподобному интерфейсу и умеренную склонность к антропоморфизации. Установлено, что уровень антропоморфизации ИИ положительно связан с разными видами самодетерминации личности: более автономные и инициативные пользователи активнее осваивают и «очеловечивают» ИИ-системы. Процесс антро-

поморфизации ИИ определяется качественными характеристиками взаимодействия с цифровым агентом, а также частотой использования больших языковых моделей в повседневной жизни.

Результаты могут найти применение в разработке научно обоснованных рекомендаций по этике проектирования человеко-ориентированных ИИ-систем.

Ключевые слова: искусственный интеллект (ИИ), антропоморфизация ИИ, большие языковые модели (large language models, LLM), самодетерминация личности

Для цитирования: Филатова, А.Ф., Зиновьева, Е.В., Кузнецова, Е.А., Платонова, Я.С. Факторы антропоморфизации искусственного интеллекта: роль самодетерминации личности // Новые психологические исследования. 2026. № 3. С. 12–34. DOI: 10.51217/npsyresearch_2026_06_03_01

Введение

Современная цифровая среда стирает границы между реальным и виртуальным пространствами, однако мотивационные и личностные процессы, определяющие способы существования человека в ней, изучены недостаточно. Цифровые технологии выступают не только средствами передачи информации, но и пространством формирования новых видов активности, информационной идентичности и социальных отношений (Марцинковская и др., 2023). Появление и развитие сервисов ИИ усиливает данные процессы, поскольку цифровая система приобретает признаки коммуникативного агента и всё больше включается в повседневные практики пользователей. В результате ИИ начинает восприниматься не только как технический инструмент, но также как возможный собеседник, помощник, советчик или партнер по совместному решению задач.

Феномен антропоморфизации ИИ: от инструмента к квазисубъекту

За ростом пользовательской базы ИИ-ассистентов скрывается качественно новый психологический феномен: пользователи все чаще воспринимают ИИ не только как нейтральный инструмент, но и как коммуникативного партнера или «квазисубъекта» отношений. В этих условиях особую актуальность приобретает изучение феномена *антропоморфизации искусственного интеллекта* – приписывания цифровой системе человеческих качеств, намерений, эмоций, мотивов, индивидуальности и способности к самостоятельному действию. Антропоморфные характеристики ИИ могут делать взаимодействие более

привычным и субъективно удобным, усиливать социальное присутствие, удовольствие от общения и намерение продолжать использование технологии (Fakhimi et al., 2023). В то же время возникают риски формирования завышенных ожиданий от системы или развития парасоциальных отношений с цифровым агентом, что порождает различные этические дилеммы. В целом «очеловечивание» повышает доверие пользователя к системе и субъективные оценки точности ее ответов, хотя выраженность и направление данных эффектов зависят от контекста, типа антропоморфных признаков и их соответствия реальным возможностям системы (Cohn et al., 2024).

Феномен «очеловечивания» LLM изучается преимущественно с помощью самоотчётных шкал, оценивающих степень приписывания нечеловеческому объекту человекоподобных характеристик (Shen et al., 2024). Первоначально антропоморфизация ИИ операционализировалась как относительно простой одномерный конструкт – например, через противопоставление высокого и низкого уровней выраженности, – однако современные инструменты основываются на многокомпонентных моделях (Ibrahim et al., 2026; Xu et al., 2026). В них оцениваются поведенческие признаки, интеллект и когнитивные способности, социальный интеллект и интерактивная компетентность, моральное сознание и поведение, а также воспринимаемая «человеческая» ошибочность и несовершенство ИИ (Xu et al., 2026).

Наряду с опросными методиками применяются экспериментальные сравнения антропоморфного и нейтрального дизайна систем, позволяющие оценивать влияние внешнего облика, голоса и коммуникативного стиля ИИ на его восприятие пользователями (Kim et al., 2024). Также антропоморфизация изучается через анализ речи и поведения пользователей – например, использования вежливых обращений, благодарностей, извинений и субъектных описаний системы, – а также с помощью наблюдения, интервью, фокус-групп и контент-анализа материалов взаимодействия (Кузнецова, 2022).

Существующие шкалы фиксируют отдельные свойства, которые пользователь приписывает ИИ, но слабо отражают динамику взаимодействия и переход от восприятия системы как инструмента к отношению к ней как к самостоятельному участнику общения. Этот недостаток особенно значим по мере усложнения ИИ. Современные системы поддерживают длительный диалог, сохраняют контекст, персонализируют ответы, имитируют эмпатию и могут брать инициативу. Антропоморфные признаки дополнительно усиливаются за счёт интерфейса (голос, аватар, эмоциональные реакции и др.).

Поэтому антропоморфизацию ИИ целесообразно дополнять квазисубъектным уровнем измерения, который оценивает не только внешнее или психологическое сходство с человеком, но и восприятие ИИ как носителя собственной идентичности и внутренних оснований поведения. Этот уровень может раскрываться через три параметра: а) *воспринимаемая идентичность* – ощущение, что у ИИ есть устойчивый характер, стиль, история и отличия от ИИ у других; б) *воспринимаемая самодетерминация* – приписывание ИИ автономии, собственных намерений, позиции, ценностей и способности совершать выбор; в) *воспринимаемая эмпатия* – ощущение понимания и поддержки со стороны ИИ, а также эмоциональная привязанность пользователя к системе.

Такой подход позволяет измерять не просто интенсивность «очеловечивания», а качественное изменение отношения: переход от схемы «я использую инструмент» к восприятию ИИ как собеседника, советчика или «значимого Другого». Квазисубъектное измерение при этом не предполагает, что пользователь буквально считает ИИ человеком или утрачивает понимание его технической природы; оно фиксирует возникающую во взаимодействии иллюзию автономности, взаимности и субъектного присутствия.

Личностные детерминанты антропоморфизации ИИ

Недостаточно изученными остаются личностные характеристики пользователей, обуславливающие антропоморфизацию цифровых агентов в повседневном использовании. Одно из самых частых направлений исследований личностных детерминант антропоморфизации ИИ – изучение ее связи с одиночеством пользователей и их потребностью в социальном контакте. Результаты этих исследований стали основанием для компенсаторной модели, согласно которой антропоморфизация позволяет частично воспроизводить ощущение социального присутствия при недостатке контактов с людьми (Erley et al., 2007). Вместе с тем современные данные неоднозначны: выраженность и направление связи зависят от типа одиночества, мотивации к социальному приближению или избеганию, характеристик объекта и условий взаимодействия (Durand, Bègue, 2026).

Иными словами, результаты исследований не позволяют считать тревожность, одиночество или выраженную потребность в аффилиации универсальными личностными детерминантами антропоморфизации. Кроме того, отношения с чат-ботом могут начинаться не с потребности в эмоциональной поддержке, а с любопытства, обучения, игры или экспериментирования. Зачастую человек спонтанно и само-

стоятельно инициирует взаимодействие с ИИ, формулирует запросы, проверяет реакции системы и тестирует ее возможности. Возникает вопрос о том, какую роль в процессе антропоморфизации ИИ может иметь активная позиция самого пользователя?

Предположительно, одним из значимых личностных предикторов антропоморфизации ИИ может выступать самодетерминация личности – многоуровневый механизм реализации свободы человека, обеспечивающий его способность совершать самостоятельный выбор, принимать осознанные решения, ощущать себя деятелем, инициатором, причиной собственных действий и поступков (Костромина и др., 2024). Согласно теории Э. Деси и Р. Райана, потребность в автономии и самодетерминации является для человека базовой и природообусловленной, наряду с потребностями в компетентности и связанности/принадлежности (Ryan, Deci, 2017). Стремительное развитие LLM актуализирует проблему автономии человека и связанные с ней этические вопросы (Catena, 2026). С одной стороны, вмешательство ИИ в человеческую деятельность зачастую препятствует самостоятельному обдумыванию и принятию решений, порождает ощущение угрозы собственной автономии пользователя (Oh et al., 2025; Pauketat et al., 2026). С другой стороны, автоматизация рутинных задач с помощью ИИ расширяет «окно возможностей» и предоставляет дополнительные условия для свободного выбора в повседневной деятельности. Это привлекает инициативных пользователей, которые включаются в пространство свободного и творческого диалога, исследуя потенциал LLM как относительно нового инструмента.

Целью настоящего исследования является изучение взаимосвязи между антропоморфизацией искусственного интеллекта и выраженностью автономии и самодетерминации личности. Основная гипотеза заключалась в том, что выраженность у пользователя таких показателей автономии и субъектности, как *спонтанная, целевая и ценностно-смысловая самодетерминация*, определяет специфику восприятия ИИ (в континууме от инструмента до «квазисубъекта» отношений). Кроме того, в данной работе мы учитываем, что значимыми предикторами восприятия ИИ в качестве «квазисубъекта» могут выступать специфические *характеристики его интерфейса* (дизайн, алгоритмы генерации речи/поведения, человекоподобный вид и т.п.), через которые пользователи могут идентифицировать для себя показатели субъектности; а также *частота, цели и контекст использования* цифрового агента.

Выборка

Выборка исследования составила 150 человек, из которых 103 женщины (68,7%) и 47 мужчин (31,3%), средний возраст – 25 лет ($M = 25,4 \pm 11,9$). Респонденты являются жителями разных городов РФ: Москвы (21,6%), Санкт-Петербурга (7,4%), Тулы, Краснодара, Иркутска и других региональных центров. Большинство участников исследования (65,3%) имеют высшее образование, 26,7% – среднее профессиональное образование.

Открытые ответы респондентов на вопрос о профессиональной принадлежности были сгруппированы в несколько ключевых макрокатегорий профессий. Наибольшую долю в выборке (33,5%) представляли сотрудники сфер управления, экономики и финансов. Вторую группу (20,7%) образовали инженерно-технические специалисты и работники производства. К значимой части выборки (12,8%) относились специалисты в области образования, науки и творческих профессий. Остальные категории («Сфера услуг», «Юриспруденция», «Здравоохранение», «IT-сектор», «Не работающие, учащиеся и пенсионеры») распределялись равномерно (6,1–6,9 %). Наличие в выборке представителей разных профессий, включая IT-сектор и лиц без постоянного места работы, обеспечивает репрезентативность данных для оценки профессиональных и бытовых сценариев использования ИИМ.

Процедура и методы исследования

Исследование проходило в формате онлайн-опроса на платформах anketolog.ru и forms.yandex.ru, и реализовано в строгом соответствии с политикой конфиденциальности при добровольном участии и информированном согласии всех респондентов.

Опросная форма включала: анкету о социально-демографических данных (пол, возраст, место проживания, уровень образования, профессия); авторскую анкету о частоте и особенностях использования ИИ; первичную версию авторского Опросника антропоморфизации ИИ (25 вопросов); опросник «Виды самодетерминации личности» (30 вопросов).

Авторская анкета содержала следующие вопросы:

- 1) Какими системами ИИ Вы пользуетесь обычно /чаще всего?
- 2) Как часто Вы общались с ИИ в последний месяц?
- 3) Опишите, с какими целями Вы чаще всего используете ИИ?
- 4) Как часто Вы используете ИИ для следующих задач: а) Тестирование возможностей и ограничений ИИ-ботов из личного ин-

тереса; б) Выполнение учебных или рабочих задач; в) Практика языка и перевода текстов; г) Моделирование диалога с реально существующим человеком; д) Тренировка навыков общения (умения вести диалог, формулировать мысли); е) Другое.

5) Что влияет на Ваше отношение к ИИ: а) Цвета, шрифты и общий стиль интерфейса ИИ; б) Возможность выбрать имя, голос или аватар; в) Визуальные элементы интерфейса (кнопки, меню и иконки); г) Человеческие черты в интерфейсе; д) Реалистичный человекоподобный внешний вид; е) Другое.

Первичная версия авторского Опросника антропоморфизации ИИ (25 вопросов) включала вопросы о ключевых компонентах, соответствующих разным проявлениям антропоморфизации:

- а) о воспринимаемой автономии и самодетерминации ИИ;
- б) о воспринимаемой эмпатии ИИ;
- в) о воспринимаемой идентичности ИИ;
- г) об отношении к ИИ как к «квазисубъекту».

Ответы оценивались по 5-балльной шкале частоты (вариант шкалы Ликерта), где: 1 – Никогда, 2 – Редко, 3 – Иногда, 4 – Часто, 5 – Всегда.

Опросник прошёл экспертную оценку (4 эксперта с высшим психологическим образованием), средние оценки дифференцирующей способности пунктов варьировались от 4,33 до 5 по 5-балльной шкале. Эксперты также ознакомились с теоретической моделью уровней антропоморфизации и оценили пункты на предмет соответствия тому или иному уровню.

В исследовании также применялся опросник «Виды самодетерминации личности» (Костромина и др., 2024), позволяющий оценить три взаимосвязанных уровня самодетерминации. Функциональная самодетерминация характеризуется спонтанностью, адаптивностью, толерантностью к неопределённости и стремлением к новизне; целевая (деятельностная) отражает стремление человека воплощать возможности в действительность; смысловая самодетерминация связана с осознанием границ собственных возможностей, ценностным самоуправлением и поиском ответов на вопросы о личностном смысле. Индекс самодетерминации, измеряемый по шкале от 1 до 5, интегрирует проявления указанных уровней и демонстрирует степень свободы личности в реализации жизненных стремлений.

Методы анализа данных

Математико-статистическая обработка данных выполнялась в программе JASP 0.19.1. Применялись частотный анализ и точный биномиальный тест, описательная статистика, оценка надёжности с помощью коэффициента ω -Макдональда, U-критерий Манна-Уитни, критерий Краскела-Уоллиса с последующими попарными сравнениями по критерию Данна, корреляционный анализ Спирмена, множественная линейная регрессия.

Результаты и их обсуждение

Особенности использования ИИ респондентами выборки (по результатам анкетирования)

Согласно результатам исследования ($n = 150$), среди LLM и сервисов на их основе наиболее популярными у пользователей оказались ChatGPT (используется 74,7% респондентами), DeepSeek (38%) и Gemini (27,3%). По данным международных опросов, платформа ChatGPT в данный момент является востребованной во всём мире: по масштабу и значимости для сферы генеративного ИИ её сравнивают с «Google» (Daruwala, 2026).

34,7% используют ИИ ежедневно, ещё 33,3% обращаются к нему два-три раза в неделю. Только 5,3% респондентов сообщили, что не взаимодействовали с ИИ в течение последнего месяца. Данные о частоте взаимодействий демонстрируют, что ИИ перестаёт быть новинкой: более двух третей респондентов интегрировали нейросети в свою повседневность. Это подтверждается опросами ВЦИОМа 2024–2025 годов, результаты которых показывают, что для значительной доли студентов и молодых специалистов ИИ-инструменты перешли в категорию рутинных помощников, используемых еженедельно или ежедневно (Демина, 2025).

Анализ целей использования ИИ в повседневной жизни показал, что исследовательский мотив является ведущим: 77,3% респондентов регулярно тестируют возможности и ограничения ИИ-ботов из личного интереса. В литературе, посвященной внедрению LLM, отмечается, что на текущем этапе пользователи рассматривают нейросети как пространство для экспериментов и активно изучают границы их компетенций (Chugunova et al., 2026). При этом для 44% опрошенных характерно преобладание утилитарной мотивации: они применяют ИИ для решения рабочих и учебных задач (написание текстов, поиск информации, обработка данных), а 36,8% респондентов используют

ИИ в практике языка и для перевода текстов. Значительная доля утилитарного использования согласуется с данными о том, что основными причинами массового использования ИИ остаются экономия времени и автоматизация рутинных операций (Daruwala, 2026; Ibrahim et al., 2026).

Особый интерес представляет отношение пользователей к ИИ как к агенту коммуникации. Так, часть выборки использует нейросети с целью тренировки навыков общения (умения вести диалог, формулировать мысли) (24,7%), а также с целью моделирования диалога с реально существующим человеком (27,3%). Один респондент сообщил о том, что обращается к ИИ за получением психологической помощи. Можно предположить, что подобный сценарий особенно востребован у лиц с социальной тревожностью, у студентов, осваивающих профессиональную коммуникацию, или пользователей, изучающих иностранные языки. Вероятно, ИИ-собеседник воспринимается как «психологически безопасная среда» — пространство без осуждения, социального давления и страха ошибки. Международные исследования 2024–2025 годов фиксируют рост числа пользователей, обращающихся к LLM за эмоциональной поддержкой, особенно в ситуациях, когда доступ к профессиональной помощи затруднен (Фрейманис, 2024; Hutnyan, Gottlieb, 2025). При этом эксперты единодушно указывают на серьезные этические риски: ИИ не способен заменить квалифицированную психологическую помощь.

Полные результаты частотного анализа данных анкеты представлены в таблице 1.

Таблица 1. Цели использования сервисов ИИ респондентами (по результатам анкетирования)

Цель использования ИИ	% респондентов	p-уровень (Биномиальный тест, $H_0: p = 0,5$)
Тестирование возможностей и ограничений ИИ-ботов из личного интереса	77,3%	< 0,001
Выполнение учебных или рабочих задач (написания текстов, поиска информации, обработки данных и т.п.)	44%	< 0,001
Практика языка и перевода текстов	36,8%	< 0,001
Моделирование диалога с реально существующим человеком	27,3%	< 0,001
Тренировка навыков общения (умения вести диалог, формулировать мысли)	24,7%	< 0,001

Дополнительно респондентам предлагалось отметить характеристики интерфейса ИИ-систем, наиболее значимые для формирования их отношения к используемому сервису.

Чаще всего участники отмечали влияние человеческих черт в интерфейсе ИИ (58%), реже – влияние реалистичного и человекоподобного внешнего вида (24,7%). Этот результат согласуется с выявленным ранее запросом на использование ИИ в качестве агента коммуникации. Только для 37,3% респондентов важным аспектом восприятия LLM являются цвета, шрифты и общий стиль интерфейса, ещё реже (13,3%) респонденты отмечают удобство визуальных элементов – кнопок, меню и иконок. В контексте LLM «интерфейсом» по сути является сам диалог, а не визуальная навигация, что, вероятно, обесценивает классические метрики дизайна (UI) в пользу диалогового пользовательского опыта (UX). Возможность выбора имени, голоса или аватара оказалась значимой опцией для 34% респондентов: это может говорить о стремлении не просто потреблять контент, но и индивидуализировать своего цифрового собеседника (Brandtzaeg et al., 2022). Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2. Характеристики интерфейса, влияющие на отношение пользователей к ИИ (по результатам анкетирования)

Характеристика интерфейса	% респондентов	p-уровень (Биномиальный тест, H ₀ : p = 0,5)
Человеческие черты в интерфейсе	58%	< 0,001
Цвета, шрифты и общий стиль интерфейса ИИ	37,3%	< 0,001
Возможность выбрать имя, голос или аватар	34%	< 0,001
Реалистичный человекоподобный внешний вид	24,7%	< 0,001
Визуальные элементы интерфейса (кнопки, меню и иконки)	13,3%	< 0,001

Склонность респондентов к антропоморфизации ИИ (по результатам опроса)

Для количественной оценки выявленных качественных тенденций был применен авторский Опросник антропоморфизации ИИ.

Психометрический анализ первичной версии опросника показал, что ответы респондентов по 25 пунктам являются относительно однородными: средние баллы варьируются от M = 2,43 (SD = 1,3) (пункт 25 «Я извиняюсь перед ИИ, если был(а) с ним резок(а) или нетерпелив(а)» до M = 4 (SD = 1,1) (пункт 1 «Мне важно, чтобы мой ИИ относился

ко мне хорошо»). Проверка надёжности и внутренней согласованности опросника показала высокие значения коэффициента ω -МакДональда ($\omega = 0,964$), что позволяет использовать его для решения задач настоящего исследования в качестве одномерной шкалы антропоморфизации ИИ. Аналогичные психометрические инструменты активно разрабатываются исследователями во всём мире (Ibrahim et al., 2026; Shen et al., 2024; Xu et al., 2025).

Анализ данных, полученных с помощью первичной версии опросника, позволил заключить, что для респондентов выборки характерен средний уровень выраженности антропоморфизации ИИ ($M = 74,3$; $SD = 24,2$). Проверка нормальности распределения данных по шкале, основанная на показателях асимметрии и эксцесса (абсолютное значение $< 1,5$), позволяет считать распределение близким к нормальному (см. рис. 1). Однако по результатам теста Мардна, многомерное распределение данных по 25 пунктам значительно отличается от нормального ($p < 0,001$), в связи с чем в дальнейшей обработке данных исследования применялись непараметрические методы математической статистики.

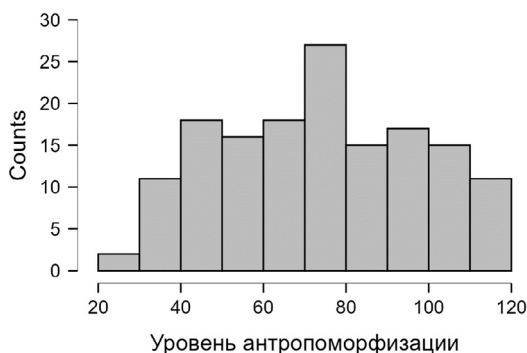


Рис.1. Распределение данных по параметру «Уровень антропоморфизации ИИ» в выборке ($n = 150$)

Обращает на себя внимание высокое значение стандартного отклонения: такой разброс данных указывает на значительную неоднородность (гетерогенность) выборки. Можно выдвинуть гипотезу о существовании внутри выборки, как минимум, двух контрастных подгрупп: 1) пользователи, воспринимающие ИИ только как «бездушный» инструмент; 2) пользователи, склонные к антропоморфизации ИИ, активно проецирующие на него человеческие качества, эмоции

и намерения. Например, исследование Ши и др. (Shi et al., 2025) подтвердило наличие пяти латентных профилей взаимодействия с ИИ среди пользователей из Гонконга, в числе которых как «сдержанные пользователи» и «апатичные наблюдатели», так и «тревожные исследователи» и др. Поиск латентных профилей в русскоязычной выборке, а также дальнейшая разработка и валидизация авторского опросника являются задачами будущих исследований.

В данной работе мы рассматриваем феномен антропоморфизации ИИ с точки зрения его полифакторной природы: выраженность эффекта «очеловечивания» цифрового помощника может варьироваться в зависимости от личностных характеристик пользователя, типичных для него паттернов использования ИИ и ситуационного контекста обращения к агенту с тем или иным запросом.

Связь склонности к антропоморфизации ИИ с особенностями использования ИИ и личностными характеристиками пользователя

По результатам нашего исследования уровень антропоморфизации ИИ не был статистически связан с полом (U-критерий Манна—Уитни, $p > 0,05$), возрастом (ρ Спирмена; $p > 0,05$) и уровнем образования (критерий Краскела—Уоллиса, $p > 0,05$) респондентов. При этом показатель повышается с увеличением частоты использования ИИ в течение последнего месяца (H-критерий Краскела-Уоллиса = 16,07, $p < 0,001$; ранг. $\eta^2 = 0,083$) (см. рис. 2).



Рис. 2. Уровень антропоморфизации ИИ пользователей с разной частотой использования цифровых агентов в течение последнего месяца (N = 150)

Также были обнаружены связи уровня антропоморфизации с целями использования ИИ. Чем чаще респондент обращался к системе для выполнения учебных или рабочих задач (написание текстов, поиск информации, обработка данных и т.п.), тем ниже был уровень антропоморфизации ($\rho = -0,262$; $p < 0,01$). Напротив, частота тестирования возможностей и ограничений ИИ из личного интереса положительно коррелировала с «очеловечиванием» ($\rho = 0,319$; $p < 0,001$), так же, как и частота использования ИИ в целях моделирования диалога с реальным человеком ($\rho = 0,235$; $p < 0,01$). Предполагаем, что утилитарное использование ИИ может задавать конкретные и жесткие рамки оценки полученных с его помощью результатов, что, в свою очередь, нивелирует иллюзию субъектности. И, с другой стороны, исследовательское использование ИИ не предполагает строгих критериев оценки результата, что создает пространство для проекций и «очеловечивания».

Уровень антропоморфизации выше у пользователей, обращающих внимание на человеческие черты в интерфейсе ИИ ($\rho = 0,526$; $p < 0,001$), и ниже у тех, кто придаёт большее значение цветам, шрифтам и общему стилю интерфейса ИИ ($\rho = -0,251$; $p < 0,01$).

Для проверки гипотезы о связи уровня антропоморфизации ИИ с выраженностью автономии и самодетерминации пользователя проводился корреляционный анализ данных части выборки ($n = 100$). По итогам анализа обнаружены значимые связи исследуемого феномена с тремя видами самодетерминации личности: спонтанной, целевой и смысловой (см. табл. 3).

Таблица 3. Связь уровня антропоморфизации ИИ с тремя видами самодетерминации личности (ρ -Спирмена; $n = 100$)

Виды самодетерминации личности	Уровень антропоморфизации
Спонтанная самодетерминация	0,439***
Целевая (деятельностная) самодетерминация	0,278**
Смысловая самодетерминация	0,338***
Индекс самодетерминации	0,368***

Примечание: * отмечены корреляции, значимые на уровне $p < 0,05$; ** – на уровне $p < 0,01$; *** – на уровне $p < 0,001$; жирным шрифтом выделена наиболее выраженная корреляция ($\rho > 0,4$)

Результаты можно объяснить связью антропоморфизации ИИ с активным, исследовательским взаимодействием с цифровой системой: самодетерминированные пользователи чаще экспериментируют с возможностями ИИ, инициируют нестандартные диалоги и проверяют его реакции, что даёт им основания приписывать LLM индивидуальность и способность к самостоятельным действиям. Это согласуется с данными о преобладании в выборке исследовательского мотива использования ИИ (77,3%), а также с результатами исследований мотивации обращения к ИИ через призму теории самодетерминации Э. Деси и Р. Райана (Dou, Sun, 2025; Li et al., 2026).

Факторы и личностные детерминанты антропоморфизации ИИ

На основе выявленных взаимосвязей было выдвинуто предположение о том, что самодетерминация личности может выступать предиктором наделения ИИ субъектностью. Гипотеза проверялась с помощью множественной линейной регрессии (анализ методом пошагового включения). В качестве независимых переменных, помимо уровня самодетерминации личности, в анализ были включены характеристики использования ИИ (частота, цели использования, особенности восприятия интерфейса) (см. табл. 4).

Таблица 4. Регрессионная модель переменной «Уровень антропоморфизации ИИ» (множественная линейная регрессия; n = 100)

	Unstan- dardized b	Standard Error	Standard- ized β	t	p	Toler- ance	VIF
(Intercept)	-8,922	11,238		-0,794	0,429		
На отношение к ИИ влияют... / Человече- ские черты в интер- фейсе	6,916	1,397	0,383	4,951	< 0,001	0,951	1,052
Спонтанная самодетерминация	1,261	0,287	0,348	4,401	< 0,001	0,91	1,099
Частота использова- ния ИИ за последний месяц	3,875	1,729	0,186	2,242	< 0,05	0,821	1,218
Цель использования ИИ.../ Тестирование возможностей и огра- ничений ИИ-ботов из личного интереса	3,331	1,645	0,167	2,025	< 0,05	0,837	1,194

Проверка допущений модели показала отсутствие мультиколлинеарности: все значения VIF находились в диапазоне 1,052–1,218 (при критическом пороге $VIF > 5$), а показатель Tolerance превышал 0,82 для всех предикторов. Итоговая регрессионная модель объясняет 43,8% дисперсии зависимой переменной «уровень антропоморфизации ИИ» ($Adjusted R^2 = 0,438$) и является статистически значимой ($F(4) = 20,3; p < 0,001$).

Результаты регрессионного анализа выявили четыре статистически значимых предиктора антропоморфизации ИИ; далее они ранжированы по силе влияния (стандартизованный коэффициент β):

1. Восприятие «человеческих черт» в интерфейсе ИИ ($\beta = 0,383; p < 0,001$) – наиболее сильный предиктор: внимание пользователя к эмпатическим ответам ИИ, «человеческому» и «живому» стилю ведения диалога, социальным и коммуникативным характеристикам модели является одним из наиболее важных источников формирования отношения к ИИ как к «квзисубъекту»;

2. Спонтанная самодетерминация личности ($\beta = 0,348; p < 0,001$): внутренний мотив обращения к ИИ также вносит значимый вклад, подтверждая, что добровольный исследовательский интерес способствует более позитивному восприятию технологии и готовности «очеловечивать» её;

3. Частота использования ИИ за последний месяц ($\beta = 0,186; p < 0,05$), то есть регулярность взаимодействия, положительно связана с антропоморфизацией: повторяющееся взаимодействие снижает технологическую дистанцию и способствует переносу субъектных качеств на цифрового агента; аналогичный результат получен в исследовании Ибрагим и др. (Ibrahim et al., 2026), однако в представленной авторами модели вторым предиктором уровня антропоморфизации ИИ, помимо частоты его использования, выступает степень доверия системе;

4. Тестирование возможностей ИИ из личного интереса ($\beta = 0,167; p < 0,05$), то есть исследовательская позиция пользователя, также способствует переходу от инструментального отношения к «очеловечивающему».

Таким образом, на процесс антропоморфизации ИИ влияют качественные характеристики взаимодействия (антропоморфизм интерфейса, внутренняя мотивация, интерес и спонтанность пользователя) наряду с таким количественным параметром, как частота использования системы. Отметим, что выявленные взаимосвязи не являются причинно-следственными, поэтому могут иметь место и обратные

эффекты: склонность к антропоморфизации может определять бóльшую частоту использования LLM или более пристальное внимание пользователя к человеческим чертам в их интерфейсе. Тем не менее, обнаруженные результаты подтверждают, что «очеловечивание» цифрового агента является центральным механизмом формирования положительного пользовательского опыта.

Заключение

Проведенное исследование позволило получить комплексное представление о паттернах использования больших языковых моделей и факторах, определяющих уровень антропоморфизации цифровых агентов русскоязычными пользователями. Совокупность полученных результатов позволяет сформулировать несколько ключевых выводов теоретического и прикладного характера.

Во-первых, результаты подтвердили, что ИИ-сервисы прочно интегрированы в повседневную практику респондентов: более двух третей выборки используют нейросети ежедневно или несколько раз в неделю. При этом доминирующим мотивом использования оказался не утилитарный, а исследовательский: это свидетельствует о том, что для значительной части пользователей ИИ остается пространством для экспериментов и изучения границ компетенций.

Во-вторых, выявлен качественно новый сценарий взаимодействия – использование ИИ в качестве коммуникативного партнера и квазисубъекта отношений. Более четверти респондентов применяют нейросети для тренировки навыков общения и моделирования диалогов с реально существующими людьми, что указывает на формирование парасоциальных отношений с ИИ и требует дальнейшего изучения с точки зрения долгосрочных последствий для реальных социальных навыков пользователей.

В-третьих, применение авторского опросника показало, что для выборки характерна умеренная склонность к антропоморфизации ИИ, при этом распределение баллов приближается к нормальному, что подтверждает хорошую дифференцирующую способность методики. Высокая вариативность ответов указывает на существование внутри выборки контрастных пользовательских профилей – от «скептиков-инструменталистов» до «энтузиастов».

В-четвёртых, были обнаружены значимые положительные связи уровня антропоморфизации ИИ с выраженностью автономии и разных видов самодетерминации личности. Пользователи, готовые к спонтанной инициации новой активности, ощущающие себя свобод-

ными и независимыми действующими субъектами, активно осваивают новый инструмент и воспринимают ЛЛМ скорее как новое пространство возможностей, а не как угрозу собственной автономии.

В-пятых, множественный регрессионный анализ выявил четыре значимых предиктора уровня антропоморфизации ИИ. Наиболее сильным фактором оказалось восприятие «человеческих черт» в интерфейсе, за которым следуют спонтанная самодетерминация личности пользователя, частота использования ИИ и исследовательская мотивация. Ключевой теоретический вывод состоит в том, что на уровень антропоморфизации ИИ влияют качественные характеристики взаимодействия и количественные параметры (частота использования).

К ограничениям исследования можно отнести небольшой объём выборки ($N = 150$), ошибку отбора и самоотбора, обусловленную сбором данных онлайн (в опросе участвовали активные пользователи цифровой среды), а также кросс-секционный дизайн, не позволяющий устанавливать причинно-следственные связи. Анализ характера выявленных связей и проверка выдвинутых предположений, равно как и работа по дальнейшей валидации авторского опросника, будут реализованы в последующих исследованиях.

Проведенная работа открывает перспективы для изучения иных личностных и ситуационных предикторов антропоморфизации ИИ, а также для разработки научно обоснованных рекомендаций по этике проектирования человеко-ориентированных ИИ-систем.

Благодарность

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 25-28-02403 «Антропоморфизация во взаимодействии человека с ИИ: от инструмента к квазисубъекту отношений».

Литература

- Демина, К. Нейросети: инструмент, а не магия // АЦ ВЦИОМ. 2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-instrument-a-ne-magija> (дата обращения 01 марта 2026).
- Костромина, С.Н., Филатова, А.Ф., Москвичева, Н.А. и др. Разработка и валидизация опросника «Виды самодетерминации личности» // Сибирский психологический журнал. 2024. № 92. С. 84–105. <https://doi.org/10.17223/17267080/92/5>
- Кузнецова, Ю.М. Эмоциональное отношение к компонентам цифровой среды (на материале текстового анализа комментариев в Сети) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2022. Т. 19. № 2. С. 253–281.

- Марцинковская, Т.Д., Андреева, Н.А., Преображенская, С.В. Информационная идентичность и восприятие информации как новая цифровая повседневность // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2023. Т. 13. № 3. С. 347–361. <https://doi.org/10.21638/spbu16.2023.304>
- Фрейманис, И.Ф. Чат-бот как инструмент психологической поддержки: обзор исследований // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2024. № 2. С. 250–259. <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2024-2-250-259>
- Brandtzaeg, P.B., Skjuve, M., Følstad, A. My AI friend: How users of a social chatbot understand their human–AI friendship // Human Communication Research. 2022. Vol. 48. No. 3. P. 404–429. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqac008>
- Catena, E. AI and human autonomy: a literature review // AI Ethics. 2026. Vol. 6. Article 126. <https://doi.org/10.1007/s43681-025-00958-4>
- Chugunova, M., Harhoff, D., Hölzle, K. et al. Who uses AI in research, and for what? Large-scale survey evidence from Germany // Research Policy. 2026. Vol. 55. No. 2. Article 105381. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2025.105381>
- Cohn, M., Pushkarna, M., Olanubi, G.O. et al. Believing anthropomorphism: Examining the role of anthropomorphic cues on trust in large language models // Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '24). 2024. Article 54. P. 1–15. <https://doi.org/10.1145/3613905.3650818>
- Daruwala, N.A. From prediction to pedagogy: A systematic review and integrated framework for LLM adoption in higher education // International Journal of Research in Education and Science. 2026. Vol. 12. No. 1. P. 204–229. <https://doi.org/10.46328/ijres.5211>
- Dou, W., Sun, X. Artificial intelligence tools: Improvement of motivation, psychological well-being, and psychological capital of EFL learners: A self-determination theory perspective // Learning and Motivation. 2025. Vol. 92. Article 102169. <https://doi.org/10.1016/j.lmot.2025.102169>
- Durand, A., Bègue, L. Imaginary companions: A meta-analytic investigation on anthropomorphism and chronic loneliness // Acta Psychologica. 2026. Vol. 269. Article 107436. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.107436>
- Epley, N., Waytz, A., Cacioppo, J.T. On seeing human: a three-factor theory of anthropomorphism // Psychological Review. 2007. Vol. 114. No. 4. P. 864–886. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.114.4.864>
- Fakhimi, A., Garry, T., Biggemann, S. The effects of anthropomorphised virtual conversational assistants on consumer engagement and trust during service encounters // Australasian Marketing Journal (AMJ). 2023. Vol. 31. No. 4. P. 314–324. <https://doi.org/10.1177/14413582231181140>
- Hutnyan, M., Gottlieb, M.C. Artificial intelligence in psychological practice: Applications, ethical considerations, and recommendations // Professional Psy-

- chology: Research and Practice. 2025. Vol. 56. No. 5. P. 343–352. <https://doi.org/10.1037/pro0000631>.
- Ibrahim, F., Telle, N.-T., Lauckner, M. et al. Gender similarity effects in human–AI interaction: Development and validation of the Behavioral AI Anthropomorphism Scale (BAAS) and implications for trust and gender attribution // Computers in Human Behavior Reports. 2026. Vol. 22. Article 101003. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2026.101003>
- Kim, W., Ryoo, Y., Choi, Y.K. That uncanny valley of mind: when anthropomorphic AI agents disrupt personalized advertising // International Journal of Advertising. 2024. Vol. 44. No. 8. P. 1684–1713. <https://doi.org/10.1080/02650487.2024.2411669>
- Li, J., King, R.B., Chai, C.S. et al. The AI Motivation Scale (AIMS): a self-determination theory perspective // Journal of Research on Technology in Education. 2026. Vol. 58. No. 5. P. 961–982. <https://doi.org/10.1080/15391523.2025.2478424>
- Oh, J., Nah, S., Yang, Z.D. How autonomy of artificial intelligence technology and user agency influence ai perceptions and attitudes: applying the theory of psychological reactance // Journal of Broadcasting & Electronic Media. 2025. Vol. 69. No. 3. P. 161–182. <https://doi.org/10.1080/08838151.2025.2485319>
- Pauketat, J.V.T., Shank, D.B., Manoli, A., Anthis, J.R. Mental models of autonomy and sentience shape reactions to AI // Human-Computer Interaction. 2026. Advance online publication. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2512.09085>
- Ryan, R.M., Deci, E.L. Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness. New York, NY: The Guilford Press, 2017. <https://doi.org/10.7202/1041847ar>
- Shen, P., Zhang, F., Fan, X., Liu, F. Artificial intelligence psychological anthropomorphism: Scale development and validation // The Service Industries Journal. 2024. Vol. 44. No. 15–16. P. 1061–1092. <https://doi.org/10.1080/02642069.2024.2366970>
- Shi, J., Xia, X., Zhuang, H. et al. Empowering individuals to adopt artificial intelligence for health information seeking: A latent profile analysis among users in Hong Kong // Social Science & Medicine. 2025. Vol. 375. Article 118059. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2025.118059>
- Xu, Y., Chi, C.G., Gursoy, D., Cai, R. Rethinking AI anthropomorphism: A holistic conceptualization and scale across AI systems and service contexts // Technology in Society. 2026. Vol. 85. Article 103189. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103189>

Сведения об авторах

Анастасия Ф. Филатова, кандидат психологических наук, старший преподаватель, кафедра психологии личности, Санкт Петербургский государствен-

ный университет, Санкт-Петербург, Россия; 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9; *a.filatova@spbu.ru*

Елена В. Зиновьева, кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии личности, Санкт Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9; *e.zinovieva@spbu.ru*

Елена А. Кузнецова, кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии личности, Санкт Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9; *kuznetsova@spbu.ru*

Яна С. Платонова, ассистент, кафедра психологии личности, Санкт Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; 199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7/9; *y.platonova@spbu.ru*

Filatova A.F., Zinovieva E.V., Kuznetsova E.A.,
Platonova Y.S.

Factors of Artificial Intelligence Anthropomorphism: The Role of Personality Self-Determination

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

The rapid development of large language models and services based on them gives rise to a new psychological phenomenon: users increasingly perceive artificial intelligence (AI) not only as a tool but also as a communicative partner or “quasi-subject” of relationships. There is a need for a comprehensive study of this phenomenon, as well as its personal and situational determinants of AI anthropomorphism.

The aim of this study is to examine the relationship between the process of AI anthropomorphism and personality autonomy and self-determination. It is hypothesized that the expression of different types of self-determination determines the specifics of AI perception (on a continuum from a tool to “quasi-subject” of relationships).

The research methods include surveying and questioning using the preliminary version of the author’s AI Anthropomorphism Questionnaire, as well as the “Types of Personality Self-Determination” technique by S.N. Kostromina et al. The sample consisted of 150 respondents (mean age = 25.4 ± 11.9), from different cities in the Russian Federation, representing various educational and professional clusters.

The study revealed features of Russian-speaking users’ interaction with AI, including a high frequency of use, predominance of research motivation over utilitarian motivation, attention to human-like interface, and moderate tendency to anthropomorphism. It was established that the level of AI anthropomorphism is

positively associated with different types of personality self-determination: more autonomous and proactive users more actively adopt and “humanize” AI systems. The process of AI anthropomorphism is determined by the qualitative characteristics of interaction with the digital agent, as well as the frequency of large language model use.

The results can be used in developing evidence-based recommendations for the ethics of designing human-oriented AI systems.

Key words: artificial intelligence (AI), AI anthropomorphism, large language models (LLM), personality self-determination

For citation: Filatova, A.F., Zinovieva, E.V., Kuznetsova, E.A., Platonova, Y.S. (2026). Factors of artificial intelligence anthropomorphism: the role of personality self-determination. *New Psychological Research*, No. 3, 12–34. DOI: 10.51217/npsyresearch_2026_06_03_01

Acknowledgment

The study was supported by the Russian Science Foundation (RSF), project no. 25-28-02403 “Anthropomorphization in Human Interaction with AI: From Tool to Quasi-Subject of Relationships”.

References

- Brandtzaeg, P.B., Skjuve, M., Følstad, A. (2022). My AI friend: How users of a social chatbot understand their human–AI friendship. *Human Communication Research*, 48(3), 404–429. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqac008>
- Catena, E. (2026). AI and human autonomy: A literature review. *AI Ethics*, 6, 126. <https://doi.org/10.1007/s43681-025-00958-4>
- Chugunova, M., Harhoff, D., Hölzle, K., Kaschub, V., Malagimani, S., Morgalla, U., Rose, R. (2026). Who uses AI in research, and for what? Large-scale survey evidence from Germany. *Research Policy*, 55(2), 105381. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2025.105381>
- Cohn, M., Pushkarna, M., Olanubi, G.O., Moran, J.M., Padgett, D., Mengesha, Z., Heldreth, C. (2024). Believing anthropomorphism: Examining the role of anthropomorphic cues on trust in large language models. In *Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '24)* (Article 54, pp. 1–15). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613905.3650818>
- Daruwala, N.A. (2026). From prediction to pedagogy: A systematic review and integrated framework for LLM adoption in higher education. *International Journal of Research in Education and Science*, 12(1), 204–229. <https://doi.org/10.46328/ijres.5211>
- Demina, K. (2025). Neural networks: A tool, not magic. ATs VTsIOM. Retrieved from <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-instrument-a-ne-magija>

- Dou, W., Sun, X. (2025). Artificial intelligence tools: Improvement of motivation, psychological well-being, and psychological capital of EFL learners: A self-determination theory perspective. *Learning and Motivation*, 92, 02169. <https://doi.org/10.1016/j.lmot.2025.102169>
- Durand, A., Bègue, L. (2026). Imaginary companions: A meta-analytic investigation on anthropomorphism and chronic loneliness. *Acta Psychologica*, 269, 107436. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.107436>
- Epley, N., Waytz, A., Cacioppo, J.T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), 864–886. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.114.4.864>
- Fakhimi, A., Garry, T., Biggemann, S. (2023). The effects of anthropomorphised virtual conversational assistants on consumer engagement and trust during service encounters. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 31(4), 314–324. <https://doi.org/10.1177/14413582231181140>
- Freimanis, I.F. (2024). Chatbot as a tool for psychological support: A review of research. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija. Psikhologija. Sotsiologija*, (2), 250–259. <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2024-2-250-259>
- Hutnyan, M., Gottlieb, M.C. (2025). Artificial intelligence in psychological practice: Applications, ethical considerations, and recommendations. *Professional Psychology: Research and Practice*, 56(5), 343–352. <https://doi.org/10.1037/pro0000631>
- Ibrahim, F., Telle, N.-T., Lauckner, M., Karl, J.A., Daseking, M. (2026). Gender similarity effects in human–AI interaction: Development and validation of the Behavioral AI Anthropomorphism Scale (BAAS) and implications for trust and gender attribution. *Computers in Human Behavior Reports*, 22, 101003. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2026.101003>
- Kim, W., Ryoo, Y., Choi, Y.K. (2024). That uncanny valley of mind: When anthropomorphic AI agents disrupt personalized advertising. *International Journal of Advertising*, 44(8), 1684–1713. <https://doi.org/10.1080/02650487.2024.2411669>
- Kostromina, S.N., Filatova, A.F., Moskvicheva, N.L., Zinoveva, E.V., Odintsova, M.M. (2024). Development and validation of the “Types of personality self-determination” questionnaire. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal*, (92), 84–105. <https://doi.org/10.17223/17267080/92/5>
- Kuznetsova, Yu.M. (2022). Emotional attitude toward components of the digital environment (based on text analysis of online comments). *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Psikhologija i pedagogika*, 19(2), 253–281.
- Li, J., King, R.B., Chai, C.S., Zhai, X., Lee, V.W.Y. (2026). The AI Motivation Scale (AIMS): A self-determination theory perspective. *Journal of Research on Technology in Education*, 58(5), 961–982. <https://doi.org/10.1080/15391523.2025.2478424>

- Martsinkovskaya, T.D., Andreeva, N.A., Preobrazhenskaya, S.V. (2023). Informational identity and information perception as a new digital everyday life. *Vestnik Sankt-Petersburgskogo universiteta. Psikhologiya*, 13(3), 347–361. <https://doi.org/10.21638/spbu16.2023.304>
- Oh, J., Nah, S., Yang, Z.D. (2025). How autonomy of artificial intelligence technology and user agency influence AI perceptions and attitudes: Applying the theory of psychological reactance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 69(3), 161–182. <https://doi.org/10.1080/08838151.2025.2485319>
- Pauketat, J.V.T., Shank, D.B., Manoli, A., Anthis, J.R. (2026). Mental models of autonomy and sentience shape reactions to AI. *Human-Computer Interaction*. Advance online publication. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2512.09085>
- Ryan, R.M., Deci, E.L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. The Guilford Press. <https://doi.org/10.7202/1041847ar>
- Shen, P., Zhang, F., Fan, X., Liu, F. (2024). Artificial intelligence psychological anthropomorphism: Scale development and validation. *The Service Industries Journal*, 44(15–16), 1061–1092. <https://doi.org/10.1080/02642069.2024.2366970>
- Shi, J., Xia, X., Zhuang, H., Li, Z., Xu, K. (2025). Empowering individuals to adopt artificial intelligence for health information seeking: A latent profile analysis among users in Hong Kong. *Social Science & Medicine*, 375, 118059. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2025.118059>
- Xu, Y., Chi, C.G., Gursoy, D., Cai, R. (2026). Rethinking AI anthropomorphism: A holistic conceptualization and scale across AI systems and service contexts. *Technology in Society*, 85, 103189. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103189>

Information about the authors

Anastasia F. Filatova, PhD (Psychology), Senior Lecturer, Department of Personality Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; bld. 7/9, Universitetskaya Emb., St. Petersburg, Russia, 199034; a.filatova@spbu.ru

Elena V. Zinovieva, PhD (Psychology), Associate Professor, Department of Personality Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; bld. 7/9, Universitetskaya Emb., St. Petersburg, Russia, 199034; e.zinovieva@spbu.ru

Elena A. Kuznetsova, PhD (Psychology), Associate Professor, Department of Personality Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; bld. 7/9, Universitetskaya Emb., St. Petersburg, Russia, 199034; kuznetsova@spbu.ru

Yana S. Platonova, Assistant, Department of Personality Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; bld. 7/9, Universitetskaya Emb., St. Petersburg, Russia, 199034; y.platonova@spbu.ru