

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-3-762-773

EDN: EHDEZN

УДК 070.449:004.8

Научная статья / Research article

Троллинг чат-ботов как реакция на нейрокомментинг и индикатор кризиса интерактивности

О.С. Мухина  , В.Ф. Олешко , Е.В. Олешко 

*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург, Российская Федерация*
 olga.mukhina@urfu.ru

Аннотация. Проанализирован нейрокомментинг – актуальный и пока недостаточно изученный феномен, появившийся в пользовательском интернет-пространстве. Растущая популяризация искусственного интеллекта и нежелание большинства пользователей коммуницировать с ботами обуславливает необходимость проводить самостоятельный «тест Тьюринга» для выявления авторства ботов. Попытки такого тестирования приводят к появлению другого необычного феномена: троллинга ботов людьми. На основе анализа 287 комментариев ботов из десяти чатов были классифицированы комментарии ботов и реакции на них пользователей. Представлены краткая периодизация развития нейрокомментинга и варианты целей заказчиков данной услуги. Полученные результаты демонстрируют, что четверть пользователей склоняется к игнорированию ботов. Большинство (38 %) тех, кто отвечает ботам, хочет быть информированным о том, кто робот, а кто человек. Каждая третья реакция эмоциональна и представляет собой троллинг ботов, каждая пятая – содержит требование заблокировать бота. Однако лишь немногие пользователи (7 %) готовы к коммуникации с роботами. Вероятно, в ближайшем будущем, если владельцы платформ не разработают эффективную систему фильтрации ботов, мы придем либо к полноценной коммуникации между людьми и ботами, либо к потере интерактивности как важной составляющей современной медиасистемы.

Ключевые слова: тест Тьюринга, кризис медиасистемы, пользовательский контент, фильтрация контента, генеративный искусственный интеллект, коммуникация человека и ИИ

Вклад авторов. Концептуализация, методология, исследование (сбор и анализ данных), написание текста – О.С. Мухина; концептуализация, валидация (проверка данных), доработка и редактирование – В.Ф. Олешко; исследование (сбор и анализ данных) – Е.В. Олешко. Все авторы прочли и одобрили окончательную версию рукописи.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

© Мухина О.С., Олешко В.Ф., Олешко Е.В., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

История статьи: поступила в редакцию 21 января 2026 г.; отрецензирована 27 февраля 2026 г.; принята к публикации 11 мая 2026 г.

Для цитирования: Мухина О.С., Олешко В.Ф., Олешко Е.В. Троллинг чат-ботов как реакция на нейрокомментинг и индикатор кризиса интерактивности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 3. С. 762–773. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-3-762-773> EDN: EHDEZN

Trolling of Chatbots as a Response to Neurocommenting and an Indicator of the Crisis of Interactivity

Olga S. Mukhina[✉], Vladimir F. Oleshko^{ID}, Eugene V. Oleshko^{ID}

Ural Federal University, Ekaterinburg, Russian Federation

[✉olga.mukhina@urfu.ru](mailto:olga.mukhina@urfu.ru)

Abstract. This article examines neurocommenting – a contemporary and insufficiently studied phenomenon emerging in online user environments. The growing popularization of artificial intelligence and the reluctance of most users to communicate with bots necessitate conducting informal “Turing tests” to identify robotic authorship. Such attempts lead to another unusual phenomenon: users trolling chatbots. Based on an analysis of 287 bot comments from ten chats, bot comments and user reactions to them were classified. A brief periodization of neurocommenting development and various objectives of clients commissioning this service are presented. The results demonstrate that a quarter of users tend to ignore bots. The majority (38%) of those who respond to bots wish to know who is a robot and who is human. Every third reaction is emotional and constitutes trolling of the bot; every fifth contains a demand to block the bot. However, only a small minority (7%) are willing to communicate with robots. It is likely that in the near future, if platform owners do not develop effective anti-bot filtering systems, we will arrive at either full-fledged human-bot communication or the loss of interactivity as a crucial component of the modern media system.

Keywords: Turing test, media system crisis, user-generated content, content filtering, generative artificial intelligence, human-AI communication

Author contributions. Conceptualization, methodology, investigation (data collection & analysis), writing – original draft – Olga S. Mukhina; conceptualization, validation (data verification), writing – review & editing – Vladimir F. Oleshko; investigation (data collection & analysis) – Eugene V. Oleshko. All authors have read and approved the final version of the manuscript.

Conflicts of interest. The authors declare no conflict of interest.

Article history: submitted January 21, 2025; revised February 27, 2026; accepted May 11, 2026.

For citation: Mukhina, O.S., Oleshko, V.F., & Oleshko, E.V. (2026). Trolling of Chatbots as a Response to Neurocommenting and an Indicator of the Crisis of Interactivity. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(3), 762–773. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-3-762-773> EDN: EHDEZN

Введение

Искусственный интеллект (ИИ) стремительно эволюционирует. Новым трендом в пользовательском интернет-пространстве становится нейрокомментинг: специально настроенные ИИ-боты автоматически реагируют на посты, в режиме 24/7 публикуя комментарии, которые уже сложно отличить от написанных человеком. Чат-боты имитируют человеческий разговор, а люди используют их для повышения своей заметности и онлайн-влияния (Федоров, 2025). По разным данным, уже 10–20 % комментариев в чатах создаются ботами, даже в нишевых каналах от 1000 подписчиков¹. Перед владельцами медийных площадок и перед обычными пользователями возникает проблема: потребность выявления сообщений, сгенерированных роботами. Как верно отмечают исследователи, может возникнуть необходимость в своеобразном «тесте Тьюринга» с собеседником (Новицкая, 2025): тесте, который определяет, с кем ведется диалог – с человеком или машиной.

Первые пользовательские попытки проводить подобные тесты порождают необычный феномен: в 2025 г. мы назвали его троллингом ботов людьми (Мухина, Олешко, 2025). Интересно, что этот новый вид троллинга имеет черты, кардинально противоположные классическому троллингу.

В традиционном понимании троллинг – это размещение подстрекательских, оскорбительных и неуместных комментариев с целью вызвать отрицательные эмоции собеседника (Штанькова, Галичкина, 2024). В период становления социальных сетей этим обычно занимались ради собственного удовольствия (Hossain et al., 2025), развлечения и удовлетворения эго – часто это были подростки. Позднее цели стали более разнообразными: экономическими, политическими и др. (Fichman, Akter, 2025), а сама деятельность трансформировалась в профессиональную. Однако развлекательная функция и сегодня выделяется в качестве основной, а вместе с ней такие качества троллей, как скука, склонность к психопатии (Lee, 2025) и нарциссизму (Rohmann et al., 2024). Бывают и другие задачи троллинга – провокации конфликтов или, напротив, отвлечение от острых дискуссий (Геворгян, 2024). Чаще всего тролли стараются вывести пользователей из состояния равновесия и вызвать раздражение (Бешкарев, Гурбанова, 2024; Tian et al., 2024). Атмосфера онлайн-пространства при этом становится некомфортной для коммуникации обычных людей (Осокина, 2024). Поэтому стандартными способами борьбы с троллями остаются их игнорирование и строгая модерация (Капшунов, 2023). Традиционно объектом троллинга является человек. Формой выступают провокации в виде оскорблений, сарказма или пародирования, темой – социальная группа, в которой выявляются недостатки. Тональность высказываний обычно утвердительная (Анисимов, Смотров, 2024).

¹ Рожков Р. Что за разговор: как устроен нейрокомментинг в Telegram-каналах // Forbes. 2025. 27 мая. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/537955-cto-za-razgovor-kak-ustroen-nejrokommenting-v-telegram-kanalah> (дата обращения: 20.03.2026).

В отношении нового вида троллинга использование данного понятия на первый взгляд кажется неуместным. Ведь основная цель троллинга – вывести из равновесия, вызвать эмоции, а роботы не могут их испытывать. Объектом теперь является бот, а интонации часто вопросительные. Меняется основная задача. Теперь главная цель – выявить бота, чтобы дать модератору основание заблокировать его и коммуницировать в чате только с живыми людьми. Однако форма в виде подстрекательства, сарказма и оскорблений действительно напоминает классический троллинг.

Мы решили изучить феномен нейрокомментинга, делая акцент на возрастающих способностях ИИ-ботов и на реакциях пользователей на них.

Материалы и методы

С декабря 2025 по февраль 2026 г. мы отслеживали десять чатов², в которых ИИ-боты систематически размещают комментарии. При отборе чатов для анализа мы опирались преимущественно на данные, которые получили от поставщиков услуг нейрокомментинга: по нашей просьбе они предоставляли нам примеры функционирования своих ИИ-ботов. Два чата («Phase Today Чат» и «Аспиранты УрФУ – чат») уже были нам известны, поскольку их модератором является один из авторов данной статьи.

Мы отслеживали новые публикуемые комментарии, а также искали интересные нас примеры по истории чатов, собрав таким образом примеры с июля 2023 по февраль 2026 г. Поиск в истории чатов осуществлялся по ключевому слову «бот», а также по именам пользователей, известных как наиболее активные борцы с ботами.

Общее количество найденных нами комментариев превысило 2000. При этом лишь в чате канала «СОБЧАК» по ключевому слову «бот» было обнаружено 1973 примера. Для анализа мы случайным образом выбрали 300 примеров, каждый из которых содержал комментарий бота и чаще всего ответ человека. Из них при детальном анализе мы удалили 13, которые не относились к нашей теме и оказались в выборке ошибочно. Таким образом, мы получили 287 примеров работы ИИ-ботов и реакций на них пользователей.

² Рыжий М. – Чат – Telegram* – заблокирован на территории Российской Федерации. URL: https://t.me/redmilliard_chat (дата обращения: 20.01.2026); Светский интроверт – Telegram*. URL: <https://t.me/svintrovertchat> (дата обращения: 20.01.2026); FuckYourStyle Chat – Telegram*. URL: <https://t.me/fvckyourstylechat> (дата обращения: 20.01.2026); С вас пять тыщ – Telegram*. URL: <https://t.me/fivethousandtopay> (дата обращения: 20.01.2026); Ментальные разговоры – Telegram*. URL: <https://t.me/+2ap3tsRIHmllNDE6> (дата обращения: 20.01.2026); СОБЧАК – Telegram*. URL: <https://t.me/ksbchlk> (дата обращения: 20.01.2026); Сильно стильно – Telegram*. URL: <https://t.me/hipsdonotlie> (дата обращения: 20.01.2026); Сорокалетние подростки – Telegram*. URL: <https://t.me/krupchat> (дата обращения: 20.01.2026); Phase Today Чат – Telegram*. URL: https://t.me/phase_today_ru_chat (дата обращения: 20.01.2026); Аспиранты УрФУ – чат – Telegram*. URL: <https://t.me/+y2ssCmcw9e05NDMy> (дата обращения: 20.01.2026). * – заблокирован на территории Российской Федерации.

Результаты и обсуждение

Первые упоминания ботов в проанализированных чатах относятся к лету 2022 г. Однако это были боты, рассылающие однотипные сообщения по шаблонам. Они не могли проанализировать пост, к которому относились.

Первые признаки современного нейрокомментинга мы заметили только летом 2023 г. На тот момент это явление было новым. Пользователи относились к нему скорее с любопытством, нежели с раздражением (*Шикарный бот! Классно раскидывает! Как вы такого крутого бота запилили?*). Первых ИИ-ботов несложно было вычислить, и их было немного. Люди не боялись, что останутся без живого общения.

С осени 2024 г. активность ботов в чатах резко выросла. Люди начали демонстрировать негативные эмоции и проверять, бот перед ними или человек, а также отправлять в ответ саркастические комментарии с целью показать окружающим, что они имеют дело с ботом (*О, нищий бот у Павла на канале отрабатывает свои денежки; Здравствуй, бот Петр, который очень рада (в женском роде)*). Это явление мы и называли троллингом ботов (Мухина, Олешко, 2025).

К концу 2025 г. стало сложнее вычислить бота. Люди все чаще выбирают позицию игнорирования или проверяют кратким вопросом без лишних эмоций: «Бот?» С другой стороны, растет количество обращений к администраторам чатов с просьбами заблокировать ботов (*Админ, сделай что-то с ботами. Где модератор?*). Возникает и реальная опасность потери интерактивности как значимого элемента современной медиасистемы, поскольку люди не хотят коммуницировать в чатах, наполненных ботами (*Сколько ботов. Иногда ощущение, что у нас уже мертвый интернет; Ботов настолько много, что стыдно писать реальному человеку*).

Сообщения ботов по содержанию мы разделили на несколько вариантов (рис. 1). Почти половина (47,74 %) сообщений от ИИ-ботов – это комментарии, которые соответствуют содержанию постов и написаны качественно. Такие тексты все сложнее отличить от комментариев реальных людей. Подобные сообщения преследуют одну из двух целей:

1. Самопрезентация и реклама. В таком случае имя бота нередко сразу указывает на род деятельности продавца. Например, *Психолог Марина, Наталья | Астрология | Таро или Виктор | Крипторейдер*. Встречается и более тонкий подход, когда бот назван обычными именем и фамилией – тогда расчет на то, что комментарий спровоцирует пользователей кликнуть на имя автора, а в личном профиле уже содержится информация об услугах и ссылка на канал.

2. Продвижение канала, к посту которого боты пишут комментарии. В таком случае заказчиком является владелец данного канала, и его интерес – в росте числа комментариев и поддержании видимости активности.

Откровенная реклама (*Не знаешь, где брать деньги? Пиши мне*) встречается довольно редко (менее чем в 4 % случаев).

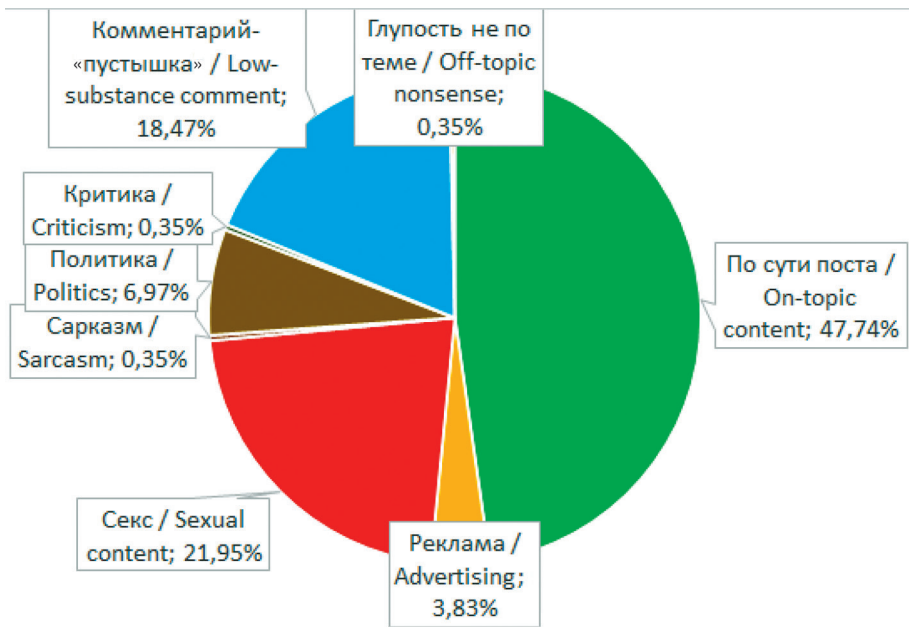


Рис. 1. Сообщения ИИ-ботов по содержанию
Источник: создано О.С. Мухиной, В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко.

Figure 1. Classification of AI bot messages by content
Source: created by Olga S. Mukhina, Vladimir F. Oleshko, Eugene V. Oleshko.

Отдельным пунктом мы выделили тему секса. Она проявляется в двух формах: откровенные предложения интимных услуг либо содержательные комментарии по теме поста с эротической или порнографической аватаркой бота. По итогам нашего анализа можно сделать вывод, что продавцы интимных услуг нашли новый метод продаж в лице ИИ-ботов, поскольку каждый пятый комментарий относится к данной категории. Тема политики по сравнению с темой секса несколько менее популярна. Тем не менее почти 7 % комментариев ИИ-ботов преследует конкретные политические цели.

Еще один блок комментариев мы условно назвали «пустышкой», однако в целом это комментарии по теме поста. Однако они бессодержательны, и это говорит о низком качестве выбранной заказчиком нейросети (*Очень в тему; Интересно, спасибо!; Боже! Роскошь!* или даже чуть более развернутый вариант *Интересное исследование, подтверждающее связь психики и сновидений*).

Единичные случаи представляют собой более интересные примеры в виде сарказма или критики поста (*Неужели этот безвкусный оммаж на оверсайз кто-то еще покупает*) или, напротив, некачественные комментарии не по теме поста.

Иногда (в 0,7 % случаев) боты начинают со слов «Я не бот», но чаще всего стараются выглядеть как обычные люди, не упоминая тему ИИ. Большинство (77,7 %) сообщений от ботов влекло за собой и комментарии людей (оставшуюся четверть тоже можно считать реакцией – в виде игнорирования). Эти диалоги мы разделили на четыре категории (рис. 2).

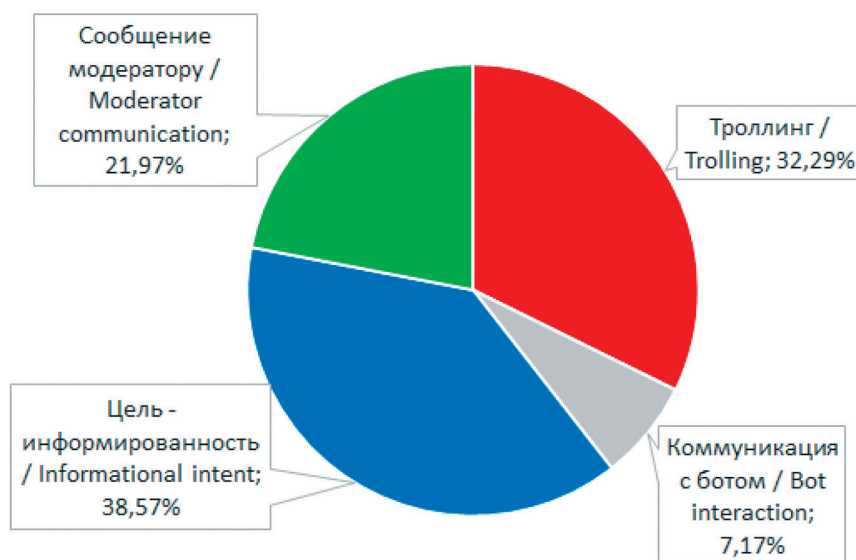


Рис. 2. Формат диалогов людей с ИИ-ботами

Источник: создано О.С. Мухиной, В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко.

Figure 2. Format of human communication with AI bots

Source: created by Olga S. Mukhina, Vladimir F. Oleshko, Eugene V. Oleshko.

Большинство (38,57 %) ответов людей были направлены на информирование о том, что конкретное сообщение писал бот, а не человек. Информированность могла быть собственной – тогда человек уточнял у бота (*Бот?*) или у других пользователей (*Это бот?*). Однако чаще собеседник уверенно распознавал бота и хотел, чтобы окружающие узнали об этом (*Сразу боты набежали; Ох, боты; Какой шустрый бот*).

Треть сообщений соответствует нашему определению троллинга ботов людьми в виде саркастических замечаний и намеренных провокаций – вопросов или иллюстраций (*Сделать, что ли, конкурс смешных комментариев от ботов?; Всем бы такой уверенности как у ботов!*). Каждый пятый ответ от пользователя был призывом к модератору заблокировать ботов (*У вас тут кто-нибудь смотрит за комментариями? Много ботов; Админ, можно уже этого бота заблочить?*). Однако для блокировки качественно созданного ИИ-бота у модератора чаще всего нет оснований, кроме языковой интуиции, свидетельствующей о том, что писал именно бот. Реже, при долгой работе в одном чате, модератор уже просто знает всех ботов, которые в данный чат пишут. Как однажды ответила на такой призыв модератор: *Тут просто смешались люди/боты, я уже не понимаю, кто о чем и кого удалять*. Поэтому удаляют в основном комментарии ботов не по теме поста (откровенную рекламу, сообщения сексуального и политического характера). Показательный диалог произошел в одном из проанализированных нами чатов, когда на вопрос пользователя «Бот – это реклама или поддержание разговора?» администратор ответил: «Если заблокируют – спам. Если нет, то поддержание разговора». Добавим, что в данном чате, как и в ряде других, администратор

в целом лояльно относится к ботам, не делая разницы с обычными пользователями: такой модератор блокирует ботов не за то, что они боты, а за то, что они некачественные (*Мужик, допили бота, а то в бан*).

При этом пользователи демонстрируют нежелание не только коммуницировать с ботами, но и в принципе находиться с ними на одной площадке (*Я хочу общаться с людьми; Хорошо удалили ботов. Ни один приличный человек не оставит живой коммент рядом с такой кринжатиной*). Вместе с тем 7 % ответов пользователей были направлены на общение с ботами (*Вы бот, я не люблю с роботами общаться; Ты бот, тебе все интересно*).

Если вернуться к наиболее эмоциональной пользовательской реакции в виде троллинга ботов, то мы заметили три варианта ее проявления.

1. Сарказм или даже оскорбления (57,5 %). Подобные сообщения основаны на убеждении, что живой человек, скорее всего, ответит, а вот бот – нет. Как пояснил один пользователь после своего грубого ответа боту: *Это я пингую, точно ли бот*. Но чаще используется сарказм (*Интересные боты пасутся в комментариях; У ботов зато нет таких проблем, вон им как весело вместе*).

2. Вопрос боту (41,25 %), но не с целью информированности, а в качестве провокации (*И чем он вам интересен?; Это какие-то запчасти на ваш классный байк?*), поскольку боты в основном пока не умеют вступать в коммуникацию. Как пояснили нам исполнители услуги нейрокомментинга, боты теоретически уже способны вести диалог (это называется нейрочаттингом), но делают это пока некачественно, поэтому на рынке популярна только услуга нейрокомментинга, при которой бот способен отправить один комментарий на пост на канале.

3. Реже используется ответ в виде иллюстрации (1,25 %), поскольку боты-нейрокомментаторы тоже пока плохо анализируют, и поставщики нейрокомментинга данную функцию обычно не подключают. В целом это тоже можно считать особой формой провокации диалога.

Добавим, что на момент написания настоящей статьи (начало 2026 г.) пользователи чатов нередко дезориентированы, не понимая, кто из их собеседников является человеком, а кто – ботом (*Меня терзают смутные сомнения о схожести аккаунтов предыдущих двух дам... Или я начала видеть ботов там, где их нет?*). Нам попадались и диалоги, в которых люди подозревали друг друга в том, что один из них бот (*Да ты бот рил? – Я бот? Ты на сообщения нормально отвечать не умеешь, а я бот?*).

Слово «бот» постепенно становится и новой формой оскорбления с акцентом на низком уровне интеллекта собеседника или отсутствии человечности (*Вы даже не женщина, а какой-то бот страшный*). Пользователи отмечают, что с каждым днем ботов все больше и больше, и под любым постом одни боты с рекламой. Встречаются и философские замечания: *На ИИшный пост отвечают ИИшные боты... Дожили*. Ярким примером того, как боты могут захватить чат, является канал «СОБЧАК», где модерация минимальна или полностью отсутствует (*Тут вообще живые люди остались?; Я здесь одна не бот?!*).

Сообщения от людей прямо демонстрируют, что они не желают коммуницировать в окружении такого количества ботов (*Хочется пообщаться, но желание пропадает*). Пользователи настойчиво требуют удалить ботов или уже закрыть комментарии.

Вместе с тем есть и те, кто отвечает ботам с юмором или сарказмом, что неудивительно, учитывая, какой популярностью пользуются нейросети для общения (Гаркуша, 2025). Следует отметить, что подобные комментарии в нашей выборке, формально направленные боту, все же были написаны для той части чата, которая представлена живыми людьми (*Нифига ты душевно с ботом побазарил*). Как верно отмечают пользователи, *AI меняет стандарты*.

При интерпретации результатов следует учитывать несколько ограничений. Во-первых, эмпирические данные собраны только в Telegram. Архитектура и политика модерации других платформ (VK, TikTok) могут существенно влиять на динамику нейрокомментинга, поэтому обобщения на другие среды требуют осторожности. Во-вторых, выборка включает 287 диалогов из десяти чатов; несмотря на случайный отбор, ее размер не позволяет говорить о статистической репрезентативности для всех русскоязычных сообществ. В-третьих, технологии ИИ и тактики нейрокомментинга стремительно эволюционируют. Исследование фиксирует срез 2023 – начало 2026 гг.; выводы о неспособности ботов вести диалог или об эффективности провокаций могут устареть к моменту публикации. Указанные ограничения не ставят под сомнение основные результаты, но подчеркивают необходимость кроссплатформенных исследований с расширенной выборкой.

Заключение

Аналитики предполагают, что уже в 2026 г. доля сообщений от ИИ-ботов в интернет-пространстве вырастет до 40 %. Их комментарии станут неотличимыми от комментариев реальных людей, они начнут распознавать не только текст, но и изображения, и видео. Урегулировать этот процесс потенциально могут только владельцы платформ, если ужесточат контроль³. Пользовательские провокации, актуальные сегодня, уже не смогут выявить робота.

Сегодня можно констатировать, что люди не хотят коммуницировать с ботами. Формируется необычная форма дискриминации 2020-х: люди активно «выживают» роботов из своего интернет-пространства. Можно предположить, что в ближайшем будущем обычные пользователи, в том числе модераторы отдельных каналов, уже не смогут бороться с этим явлением. Мы видим три варианта развития событий:

1. Владельцы платформ внедрят качественный фильтр от ИИ-ботов.
2. Пользователи перейдут к стадии принятия и начнут коммуницировать с ботами, не делая различий с людьми.

³ Рожков Р. Что за разговор: как устроен нейрокомментинг в Telegram-каналах // Forbes. 2025. 27 мая. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/537955-cto-za-razgovor-kak-ustroen-nejrokommenting-v-telegram-kanalah> (дата обращения: 20.03.2026).

3. Изобилие ИИ-комментариев и неспособность людей выявить ботов может привести к отказу большинства пользователей коммуницировать. Это может уничтожить интерактивность как важную составляющую современной медиасистемы и лишить журналистов эффективной обратной связи.

В заключение отметим, что по мере взросления поколения, не знавшего интернета без искусственного интеллекта, неизбежно будет расти доля пользователей, готовых общаться с ботами наравне с людьми. Однако без качественной системы фильтрации ИИ-ботов модераторы не смогут различить комментарии людей и машин и отделить настоящую обратную связь от «искусственной».

Список литературы

- Анисимов Н.Д., Смотров А.О. Троллинг в Интернете: разновидности и влияние // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. 2024. № 1(41). С. 80–89. EDN: ZYBACY
- Бешкарев Н.С., Гурбанова А.И. Троллинг и кибербулинг в интернет-пространстве // Актуальные проблемы авиации и космонавтики : сб. материалов X Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 100-летию акад. М.Ф. Решетнева и Дню космонавтики, Красноярск, 8–12 апреля 2024 г. Красноярск : Сибирский гос. ун-т науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнева, 2024. Т. 3. С. 1239–1240. EDN: HMMUMS
- Гаркуша В.Н. Современная коммуникация и нейросети // Наука настоящего и будущего. 2025. Т. 2. С. 187–190. EDN: XTCFDC
- Геворгян К.М. Виды и функции троллинга в сетевой коммуникации // Филология, иностранные языки и медиакommunikации : материалы симпозиума в рамках XIX (LI) Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Кемерово, 25 апреля 2024 г. Кемерово : Кемеровский гос. ун-т, 2024. С. 15–17. EDN: MFNKBR
- Капишунов Д.С. Троллинг как одна из проблем социально-информационного пространства // Молодежь, наука и цивилизация : материалы Междунар. студ. науч. конф., Красноярск, 18 мая 2023 г. Красноярск : Сибирский юридический институт МВД РФ, 2023. С. 676–679. EDN: KPYVUL
- Мухина О.С., Олешко В.Ф. Троллинг ботов людьми – новый тренд в пользовательском интернет-пространстве // Журналистика-2025: стан, проблемы і перспективы : матеріялы 27-й Міжнар. навук.-практ. канф., Минск, 14 ноября 2025 г. Минск : Бел. гос. ун-т, 2025. С. 61–65. EDN: PLACGW
- Новицкая Т.Е. Искусственный интеллект и модусы медиатизированной социальности // Труды БГТУ. Серия 6: История, философия. 2025. № 1(293). С. 152–156. <https://doi.org/10.52065/2520-6885-2025-293-27> EDN: QNSMKC
- Осокина А.С. Троллинг подростков в социальных сетях: особенности его проявления // Бизнес-трансформация: управление улучшениями. 2024. № 4(9). С. 82–88. EDN: IZOQFF
- Федоров А.В. Искусственный интеллект и дезинформация // Вопросы элитологии. 2025. Т. 6. № 3. С. 30–51. EDN: UPWGK
- Штанькова П.А., Галичкина Е.Н. Лексические характеристики троллинга (на материале русского языка) // Креативная лингвистика : сб. науч. статей. Астрахань : Астраханский гос. ун-т им. В.Н. Татищева, 2024. С. 133–137. EDN: CUCGRV
- Fichman P., Akter S. Political trolling on TikTok // Telematics and Informatics. 2025. Vol. 96. Article 102226. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102226>
- Hossain M.A., Quaddus M., Akter S., Mikalef P., Warren M. Trolling in social media: a deindividuation and contagion perspective // Information & Management. 2025. Vol. 62. No. 7. Article 104211. <https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104211>

- Lee S.Y. Do bored people engage in online trolling more actively? Exploring the role of dark personalities and boredom proneness // *Personality and Individual Differences*. 2025. Vol. 234. Article 112956. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112956>
- Rohmann E., Winkler S.M., Ozimek P., Bierhoff H.-W. Are narcissists trolls? A cross-sectional study about aggression, trolling behavior, narcissism, and the moderating role of self-esteem // *Telematics and Informatics*. 2024. Vol. 90. Article 102122. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102122>
- Tian J., Zhu M., Zhao X. Why does sadism troll? The role of negative emotional reactions from others // *Journal of Research in Personality*. 2024. Vol. 110. Article 104470. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2024.104470>

References

- Anisimov, N.D., & Smotrin, A.O. (2024). Trolling on the Internet: types and influence. *Philosophy and Humanities in Information Society*, (1), 80–89. (In Russ.) EDN: ZYBACY
- Beshkarev, N.S., & Gurbanova, A.I. (2024). Trolling and cyberbullying in the internet space. In *Actual Problems of Aviation and Cosmonautics: Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference Dedicated to the 100th Anniversary of Academician M.F. Reshetnev and Cosmonautics Day, April 8–12, 2024, Krasnoyarsk* (Vol. 3, pp. 1239–1240). Reshetnev Siberian State University of Science and Technology Publ. (In Russ.) EDN: HMMUMS
- Fedorov, A.V. (2025). Artificial Intelligence and disinformation. *Issues in Elitology*, 6(3), 30–51. <https://elitology-journal.com/index.php/ioe/article/view/252> (In Russ.) EDN: UPWGTK
- Fichman, P., & Akter, S. (2025). Political trolling on TikTok. *Telematics and Informatics*, 96, 102226. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102226>
- Garkusha, V.N. (2025). Modern communication and neural networks. *Science of the Present and the Future*, 2, 187–190. (In Russ.) EDN: XTCFDC
- Gevorgyan, K.M. (2024). Types and functions of trolling in online communication. In *Philology, Foreign Languages, and Media Communications: Proceedings of the Symposium within the Framework of the XIX (LI) International Scientific Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, April 25, 2024, Kemerovo* (pp. 15–17). Kemerovo State University. (In Russ.) EDN: MFNKBK
- Hossain, M.A., Quaddus, M., Akter, S., Mikalef, P., & Warren, M. (2025). Trolling in social media: a deindividuation and contagion perspective. *Information & Management*, 62(7), 104211. <https://doi.org/10.1016/j.im.2025.104211>
- Kapshunov, D.S. (2023). Trolling as one of the problems of the socio-information space. In *Youth, Science and Civilization. Proceedings of the International Student Scientific Conference, May 18, 2023, Krasnoyarsk* (pp. 676–679). Siberian Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation Publ. (In Russ.) EDN: KPYVUL
- Lee, S.Y. (2025). Do bored people engage in online trolling more actively? Exploring the role of dark personalities and boredom proneness. *Personality and Individual Differences*, 234, 112956. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2024.112956>
- Mukhina, O.S., & Oleshko, V.F. (2025). Trolling bots by people as a new trend in the user Internet space. In *Journalism-2025: State, Problems and Prospects: Proceedings of the 27th International Scientific and Practical Conference, November 14, 2025, Minsk* (pp. 61–65). Belarusian State University. (In Russ.) EDN: PLACGW
- Navitskaya, T. (2025). Artificial intelligence and modes of mediatized sociality. *Proceedings of BSTU. Issue 6, History, Philosophy*, (1), 152–156. (In Russ.) <https://doi.org/10.52065/2520-6885-2025-293-27> EDN: QNSMKC
- Osokina, A.S. (2024). Trolling of teenagers in social networks: peculiarities of its manifestation. *Business Transformation: Managing Improvements*, (4), 82–88. (In Russ.) EDN: IZOQFF

- Rohmann, E., Winkler, S.M., Ozimek, P., & Bierhoff, H.W. (2024). Are narcissists trolls? A cross-sectional study about aggression, trolling behavior, narcissism, and the moderating role of self-esteem. *Telematics and Informatics*, 90, 102122. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2024.102122>
- Shtankova, P.A., & Galichkina, E.N. (2024). Lexical characteristics of trolling (based on the material of the Russian language). In *Creative Linguistics: Collection of Scientific Articles* (pp. 133–137). Astrakhan State University Publ. (In Russ.) EDN: CUCGRV
- Tian, J., Zhu, M., & Zhao, X. (2024). Why does sadism troll? The role of negative emotional reactions from others. *Journal of Research in Personality*, 110, 104470. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2024.104470>

Сведения об авторах:

Мухина Ольга Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Российская Федерация, 620000, Екатеринбург, ул. Мира, д. 19. ORCID: 0000-0001-8791-6086; SPIN-код: 9151-6887. E-mail: olga.mukhina@urfu.ru

Олешко Владимир Федорович, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Российская Федерация, 620000, Екатеринбург, ул. Мира, д. 19. ORCID: 0000-0003-3001-7391; SPIN-код: 3113-8337. E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Олешко Евгений Владимирович, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, Российская Федерация, 620000, Екатеринбург, ул. Мира, д. 19. ORCID: 0000-0002-1377-369X; SPIN-код: 1770-6771. E-mail: evgeny.oleshko@urfu.ru

Bio notes:

Olga S. Mukhina, PhD in Philology, Associate Professor at the Department of Periodical Press and Online Media, Ural Federal University, 19 Mira St, Yekaterinburg, 620000, Russian Federation. ORCID: 0000-0001-8791-6086; SPIN-code: 9151-6887. E-mail: olga.mukhina@urfu.ru

Vladimir F. Oleshko, Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Head of the Department of Periodical Press and Online Media, Ural Federal University, 19 Mira St, Yekaterinburg, 620000, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-3001-7391; SPIN-code: 3113-8337. E-mail: vladimir.oleshko@urfu.ru

Eugene V. Oleshko, Doctor of Philological Sciences, Associate Professor, Professor at the Department of Periodical Press and Online Media, Ural Federal University, 19 Mira St, Yekaterinburg, 620000, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-1377-369X; SPIN-code: 1770-6771. E-mail: evgeny.oleshko@urfu.ru