

УДК 304.2  
ББК 76.01

**А.Г. Донских**

## **ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И АНАЛИЗУ ПРАВОВОГО СТАТУСА НОВОСТНЫХ ПАБЛИКОВ**

Дан анализ юридических аспектов функционирования новостных сообществ социальных сетей. Ошеломляющая популярность пабликов привела к нарушениям прав пользователей на размещаемый ими контент и личные данные, в то же время наблюдается юридическая уязвимость самих сообществ. Необходимо разработать комплексный правовой статус пабликов как источников оригинального и востребованного среди журналистов и пользователей социальных сетей контента.

**Ключевые слова:** *новостные сообщества социальных сетей, паблики, социальные сети, источники информации, личные данные, авторские права, администратор новостного сообщества, СМИ, журналисты, пользователи, правила новостного сообщества, правовой статус паблика.*

DOI 10.18522/1995-0640-2020-1-208-217

**Донских Анна Георгиевна** – канд. филол. наук, доцент кафедры теории журналистики Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета  
Тел.: 8-918-502-75-17  
E-mail: anna\_kapustina@mail.ru

© Донских А.Г., 2020.

В социальных сетях очень популярны новостные сообщества или паблики. Они привлекательны для пользователей неформальным стилем сообщений, оригинальной подачей контента, возможностью не только поделиться своими новостями, но и обсудить их. Среди причин популярности: формирование новых информационных потребностей и медиаповедения аудитории, доступность, технологическая простота и бесплатность новых социальных медиа. [Степанов, 2015, с. 87]

СМИ создают свои сообщества в социальных сетях для привлечения и удержания аудитории. Сегодня сообщества на страницах соцсетей стали неотъемлемой частью аудитории современных российских СМИ: «Количество подписчиков отдельных сообществ средств массовой информации в соцсетях превышает миллион человек («РИА Новости» и «Нэшнл Географик» в «ВКонтакте», «Вести.ру» и «РИА Новости» на «Facebook»), и некоторые СМИ публикуют в день до 50, а иногда даже и более постов («Газета.ру» и «Правда.ру», «Российская газета», «Спортс.ру»)). [Дьяченко, 2016, с. 28] О.В. Дьяченко считает, что именно «новостные» СМИ привлекают наибольшее количество подписчиков в социальных сетях. [Там же, с. 44].

По мнению других исследователей, если СМИ недостаточно эффективно работают со своей аудиторией, из социальных сетей их вытесняют новостные районные паблики: «Комьюнити-медиа заполняют нишу, недостаточно востребованную городскими СМИ:

нишу оперативного решения социальных проблем, обратной связи». [Алексей Пустовалов, Александр Градюшко, Камилла Нигматулина, www] Спектр сообществ социальных сетей, создаваемых пользователями-энтузиастами, весьма широк. Помимо групп, основное назначение которых обмен городскими новостями, существует множество сообществ по интересам, создаваемых как отдельными пользователями, так и организациями. Исследователи выделяют доминирующую функцию таких сообществ – развлекательную.

Относительно пабликов в социальных сетях еще нет устоявшихся типологий и классификаций. Их тематическое и функциональное разнообразие безгранично, поэтому научное изучение сообществ социальных сетей находится в большей степени на стадии сбора информации. Тем не менее, как среди аудитории, так и в экспертной среде стираются различия между пабликами и СМИ. Эта тенденция привлекала внимание исследователей, которые выделили типологические характеристики пабликов и СМИ. Так, по мнению А.А. Морозовой, группы и публичные страницы в социальных сетях обладают рядом признаков СМИ [Морозова, 2017, с. 24]. Этому же мнению придерживается белорусский исследователь В.А. Степанов: «Массовые социальные сети наподобие ВКонтакте образовали собственную медиасреду: по мере роста аудитории и ее массовизации институционально оформились средства массовой информации – сообщества (группы, паблики). С одной стороны, они обладают всеми атрибутами масс-медиа, с другой – технологические особенности платформы определили их своеобразие» [Степанов, 2015, с. 89]. Исследователь выделяет следующие типологические признаки, сближающие сообщества социальных сетей со СМИ: периодичность (постоянство обновления); устойчивую систему жанров и рубрик (редакционную политику); постоянный штат (редакцию); модель монетизации (получения прибыли) [Там же, с. 87].

Предметом наших изысканий являются новостные сообщества (паблики): группы в социальных сетях, созданные редакциями традиционных СМИ и городские новостные сообщества, созданные не журналистами. Эти паблики объединяет общий признак: регулярное размещение новостной, социально-значимой информации. Среди групп, создаваемых редакциями традиционными СМИ, следует также выделить группы, которые функционируют только в социальных сетях и не имеют других форм распространения в он-лайн или офф-лайн среде. Например, сообщество «Лентач», позиционирующее себя как профессиональное СМИ. До 2014 г. данное сообщество было официальной группой интернет-издания «Lenta.ru». Многие студенческие СМИ размещают свои материалы только в соцсетях.

Поскольку популярность новостных пабликов повсеместна как среди пользователей социальных сетей, так и журналистов, назрела необходимость обратиться к юридическим аспектам их функционирования, анализу правового положения этих информационных площадок,

прав и обязанностей участников информационно-коммуникативного взаимодействия в сообществах социальных сетей.

На сегодняшний момент правовой статус пабликов четко не прописан, они функционируют в большей степени в соответствии с принципами саморегулирования, на основании правил, разработанных административными социальными сетями. Кстати, не дает однозначного ответа российское законодательство и по поводу правового статуса самих социальных сетей.

Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее ФЗ «Об информации...») социальные сети отнесены к организаторам распространения информации в сети Интернет. В соответствии с законом это – «лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению функционирования информационных систем и (или) программ для электронных вычислительных машин, которые предназначены и (или) используются для приема, передачи, доставки и (или) обработки электронных сообщений пользователей сети “Интернет”» (п. 1 ст. 10.1 ФЗ «Об информации»). К этой категории относят широкий спектр информационных ресурсов. В своем интервью «Российской газете» заместитель руководителя Роскомнадзора Олег Иванов так сформулировал определение организатора распространения информации: «Любой сайт в Интернете или он-лайн сервис, который позволяет пользователям обмениваться сообщениями или файлами. Это социальные сети, различные форумы и блог-платформы, мессенджеры, файлообменники, видеохостинги» [Татьяна Шадрина, [www](http://www)].

Таким образом, социальная сеть, которая предоставляет гражданам возможность обмениваться сообщениями, создавать разнообразные сообщества, паблики, наделяется российским законодательством статусом организатора распространения информации. Данный статус обязывает организатора распространения информации пройти процедуру регистрации в Роскомнадзоре для включения в реестр организаторов распространения информации самостоятельно либо по запросу правоохранительных органов, а также хранить информацию о действиях пользователей в течение полугода и предоставлять эти сведения по запросу правоохранительных органов при осуществлении ими оперативно-розыскной деятельности. Однако требования, установленные ФЗ «Об информации...» к организаторам распространения информации в сети «Интернет», относятся к владельцам сайта той или иной социальной сети, а не пользователям этих ресурсов.

Исчерпывающий правовой статус социальной сети к настоящему моменту юридически не закреплен ни в одном законодательном документе. «Владельцы ресурса и участники соцсети, используя устройства и сервисы, образуют сложную общественную, информационную, техническую и экономическую систему. С правовой точки зрения эта система не является самостоятельным субъектом права и не подпадает под какой-либо из существующих правовых режимов». [Черемесинова, 2018, с. 384].

Отдельные страницы в социальных сетях относят к объектам интеллектуальной собственности. «Страницу в социальной сети с точки

зрения закона (ст. 1225 ГК РФ) можно отнести к следующим видам результатов интеллектуальной деятельности: произведение науки, литературы и искусства; база данных. Страница как произведение выступает в качестве так называемых вторичных произведений: сложных объектов (ст.1240 ГК РФ) или составных произведений (пп. 2 п. 2 ст.1259 ГК РФ)». [Кирилл Митягин, [www](#)].

Страница в социальной сети также отвечает легальным признакам базы данных, предусмотренных в пп. 2 п. 2 ст. 1260 ГК РФ: «под базой данных понимается представленная в объективной форме совокупность самостоятельных материалов (статей, расчетов, нормативных актов, судебных решений и иных материалов), систематизированных таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ». Для соответствия признаку возможности систематизации материалов следует в материалах страницы (постах) использовать метки (теги), позволяющие делать поиск и сортировку материалов. [Кирилл Митягин, [www](#)]

В то же время в социальных сетях действует система саморегулирования, которая отражается, в том числе в пользовательских соглашениях, разработанных администрациями социальных сетей, функционировании системы администрирования и модерации. Так, социальная сеть «ВКонтакте» в правилах пользования Сайтом Вконтакте определяет правовой статус ресурса и порядок его использования. Данное соглашение является юридическим документом, гражданско-правовым договором присоединения, включающим элементы саморегулирования. Так, в пользовательском соглашении присутствует определение сайта ВКонтакте, который определяется как социальная сеть, размещенная на сайте в сети Интернет по адресу [vk.com](#). Несмотря на то что такое определение не проясняет детали правового статуса социальной сети как информационного ресурса, однако содержит характеристики, предполагающие наличие контента, регулируемого информационным законодательством и законодательством об интеллектуальной собственности: «Социальная сеть представлена в объективной форме совокупностью данных и команд, и порожаемых аудиовизуальных отображений (включая входящие в ее состав графические изображения и пользовательский интерфейс), (далее – данные и команды), предназначенных для функционирования ЭВМ и мобильных устройств в целях получения определенного результата в виде организации функционала социальной сети». [Правила пользования..., [www](#)] Данное определение предполагает охраноспособность страниц в социальной сети как объектов интеллектуальной собственности и базы данных.

Можно ли считать новостные сообщества страницами в социальных сетях? Полагаем, да. Следовательно, как минимум, такие сообщества являются объектами интеллектуальной собственности. Однако кому принадлежат права на их результаты? Правила создания и использования новостных сообществ содержатся в пользовательских соглашениях, создаваемых администрациями социальных сетей. В соответствии

с правилами пользования Сайтом Вконтакте все пользователи вправе создавать сообщества «для информирования других Пользователей о каких-либо событиях, мероприятиях, организациях, как коммерческих, так и некоммерческих (например, благотворительных), их создании и деятельности, иных интересующих Пользователей материалах, и возможного обсуждения их с другими Пользователями (в том числе путем создания фан-клубов, обмена мнениями, отзывами и так далее)» [Правила пользования..., www].

Пользователи-создатели сообществ наделяются в Правилах следующими обязанностями: «В процессе информирования и обсуждения в Сообществах Объектов обсуждений Пользователи обязаны соблюдать действующее российское и международное законодательство, а также размещать только такую информацию, которая соответствует настоящим Правилам, а также признанным этическим нормам и принципам морали, в том числе относящимся к таковым по мнению Администрации Сайта» [Правила пользования..., www]. В то же время ответственность за нарушение действующего законодательства Правила пользования Сайтом ВКонтакте возлагают на пользователя, администрирующего сообщество, который обязан самостоятельно следить и присекать не соответствующее Правилам размещение информации в сообществе, и при необходимости блокировать пользователям, нарушающим настоящие Правила, доступ к Сообществу, используя функциональные возможности Сайта.

В сообществе запрещается нарушать интеллектуальные права и размещать иной нелегальный контент: загружать, хранить, публиковать, распространять и предоставлять доступ или иным образом использовать любую информацию, которая содержит угрозы, дискредитирует, оскорбляет, порочит честь и достоинство или деловую репутацию или нарушает неприкосновенность частной жизни других пользователей или третьих лиц; нарушает права несовершеннолетних лиц; является вульгарной или непристойной, содержит порнографические изображения и тексты или сцены сексуального характера с участием несовершеннолетних; содержит сцены бесчеловечного обращения с животными; содержит описание средств и способов суицида, любое подстрекательство к его совершению; пропагандирует и/или способствует разжиганию расовой, религиозной, этнической ненависти или вражды, пропагандирует фашизм или идеологию расового превосходства; содержит экстремистские материалы; пропагандирует преступную деятельность или содержит советы, инструкции или руководства по совершению преступных действий; содержит информацию ограниченного доступа, включая, но не ограничиваясь, государственной и коммерческой тайной, информацию о частной жизни третьих лиц; содержит рекламу или описывает привлекательность употребления наркотических веществ, в том числе «цифровых наркотиков» (звуковых файлов, оказывающих воздействие на мозг человека за счет бинауральных ритмов), информацию о распространении наркотиков, рецепты их изготовления и советы по употре-

блению; потенциально может привести к совершению противоправных действий путем введения пользователей в заблуждение или злоупотребления их доверием; а также нарушает иные права и интересы граждан и юридических лиц или требования законодательства Российской Федерации. [Правила пользования..., www]

Администраторы и модераторы сообществ несут полную ответственность за модерацию и блокировку Контента, размещенного на страницах подконтрольных им сообществ. В то же время, согласно правилам, администрация социальной сети «ВКонтакте» оставляет за собой право удалять контент или блокировать к нему доступ, блокировать доступ отдельных пользователей, исключить сообщество из системы поиска, заблокировать его, передать права на используемый контент третьим лицам.

Если в соответствии с правилами ВКонтакте пользователь является физическим лицом, то правовой статус сообщества никак не обозначен. В случае, если речь идет о новостном сообществе традиционного СМИ, на него по аналогии, полагаем, распространяется законодательство о СМИ, и все права, соответственно, принадлежат учредителю и редакции, в том числе распределение ответственности. Хотя такое сообщество в социальной сети с юридической точки зрения все равно нельзя отнести к СМИ, формально оно является частью редакции СМИ, самостоятельной формой информационной работы с аудиторией. Больше неопределенности возникает в отношении новостных сообществ, создаваемых не журналистами.

В формировании модели правового статуса сообществ социальных сетей принимают непосредственное участие суды. Судебная практика по делам, связанным с нарушением прав пользователей в сообществах в социальной сети «ВКонтакте», опирается на правила пользования этой социальной сетью и возлагает ответственность на администратора отдельно взятого сообщества социальной сети. Например, в одном из решений суд отметил: «пользователь социальной сети (сайта) “ВКонтакте”, обладающий полномочиями администратора соответствующего сообщества и несущий обязанность контролировать содержание размещаемой на соответствующей странице в сети “Интернет” информации, должен признаваться ответственным лицом в деле о признании такой информации не соответствующей действительности, нарушающей права и законные интересы граждан. Поэтому Л.И.Д., как основатель сетевого сообщества “ВКонтакте Белгород – Черный список” несет ответственность за размещение порочащих честь и достоинство К.Е.И. сведений» (Дело №2-4536/2016).

В деле о нарушении авторских прав пользователя социальной сети «ВКонтакте» суд пришел к выводу, что пользователь подал иск к ненадлежащему ответчику. Вместо того чтобы судиться с администратором сообщества РОО «Федерация парусного спорта Республики Карелия» в социальной сети «ВКонтакте», истец предъявил претензии к самой этой организации: «Принимая во внимание, что РОО “Федерация парусного спорта Республики Карелия” создана ДД.ММ.ГГГГ (согласно

сведения выписки из ЕГРЮЛ), сообщество по адресу: <https://vk.com/club30771577>, на котором были размещены спорные фотографии, создано ДД.ММ.ГГГГ, то есть до регистрации РОО «ФПСРК», создателем сообщества по адресу: <https://vk.com/club30771577> является пользователь ФИОЗ, суд приходит к выводу, что иск Буровой М.П. заявлен к ненадлежащему ответчику.» (Орфография и пунктуация сохранены в оригинальном виде. – Прим. наше. – А.Д.). (Дело №2-6794/2017).

Сообщества в социальных сетях в судебных спорах чаще всего фигурируют в качестве информационных платформ, на которых были нарушены те или иные права пользователей. Случаи обращения администраторов сообществ в суд за восстановлением нарушенных прав на контент сообщества автору не попадались. Например, среди журналистов не принято ссылаться на городские новостные паблики как на источник информации, что является нарушением ст. 7 ФЗ «Об информации...», где сказано, что обладатель информации, ставшей общедоступной по его решению, вправе требовать от лиц, распространивших такую информацию, указывать себя в качестве источника такой информации. Одна из причин – журналистам приходится проверять информацию из пабликов, что придает самостоятельную ценность обработанным журналистами сведениям. Администраторы новостных сообществ как владельцы информации пока что не оспаривают в судах отсутствие указания на них как источник информации.

В соответствии со ст. 8 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» граждане и организации вправе осуществлять поиск и получение любой информации в любых формах и из любых источников при условии соблюдения требований, установленных законодательством. Статья 10 ФЗ «Об информации...» гарантирует право свободного распространения информации при соблюдении требований, установленных законодательством Российской Федерации. В этой же статье сказано, что информация, распространяемая без использования СМИ, должна включать в себя достоверные сведения о ее обладателе или ином лице, распространяющем информацию, в форме и объеме, которые достаточны для идентификации такого лица. Таким образом, на граждан и организации возлагается обязанность по распространению юридически легальной информации на общих условиях российского законодательства. Эти требования можно отнести и к создателям новостных сообществ.

Реализовать требования ст. 10 закона «Об информации...» возможно с помощью правил новостного сообщества, которые разработаны многими подобными ресурсами и играют решающую роль в судебных разбирательствах. Стоит отметить, что эти правила настолько индивидуальны, что иногда приобретают не столько юридически значимые признаки, сколько походят на правила веселой игры. Каково отношение пользователей к этим правилам, знакомы ли они с ними, – вопросы, требующие отдельного исследования. Хотя та же судебная практика до-

казывает, что пользователи зачастую не знают о существовании правил пользования сообществами социальных сетей.

Заслуживает внимания судебный конфликт, связанный с использованием комментария и фотографии пользователя новостного сообщества «Котлас Онлайн» социальной сети «ВКонтакте» в газете «Юг Севера». Газета опубликовала комментарий этого человека в печатной и онлайн версии, исказив смысл, и использовала без его согласия фотографию из личного архива. В своем решении суд отметил: «Вступая в группу “Котлас Онлайн” и действуя добросовестно, Зарубин А.С. обязан был ознакомиться с Правилами группы “Котлас Онлайн”, которые находятся в свободном доступе в разделе “информация”, а также доступны пользователям сайта “ВКонтакте”, не являющимися членами указанной группы. <...> Положения группы “Котлас Онлайн” о возможности размещения в газетах “Юг Севера”, “Вечерний Котлас”, “Каждый дом”, “Ветеран Севера” администрацией группы опубликованных в ней авторами материалов, а именно текстов и изображений с указанием имени автора и его личной фотографии, по мнению суда, не противоречат положениям ст. 152.1 ГК РФ». (Дело №2 – 1628/2017). Таким образом, по мнению суда, пользователь добровольно сделал личную информацию общедоступной, так как «авторы постов и комментариев, публикуя в указанной группе какую-либо информацию, делают ее общедоступной по своей воле». «Публикация в дальнейшем указанной информации администрацией группы, в том числе фотографии автора, взятой со страницы “ВКонтакте”, также ранее ставшей общедоступной для всех пользователей сети “ВКонтакте”, не нарушает личных неимущественных прав авторов». (Дело №2 – 1628/2017).

В том же судебном решении есть указание на неиспользованную истцом возможность защитить свои личные данные: «суд принимает во внимание тот факт, что уже после вступления в группу “Котлас Онлайн” истец Зарубин А.С. к администратору группы с требованием об отзыве согласия на использование опубликованных им материалов, в том числе изображения, на условиях, установленных правилами группы, не обращался».

Хотя применительно к пабликам действуют и механизмы саморегулирования, направленные на регламентацию порядка взаимоотношений внутри самого сообщества, данный судебный конфликт продемонстрировал юридическую значимость правил новостного сообщества социальной сети и обязательность ознакомления с ними пользователями социальных сетей. При участии в создании или использовании контента группы и журналистам, и рядовым пользователям необходимо учитывать наличие правил, определяющих порядок перехода прав на этот контент и легальные способы его использования.

Несмотря на то что правовой статус пабликов в социальных сетях не определен, мы можем утверждать, что группы и сообщества в социальных сетях подпадают по действие законодательства и судебной практики. Во-первых, как объекты интеллектуальной собственности и персональной информации. И этот факт предполагает использование раз-

мещенного в данных группах контента только с согласия его правообладателей или на основании разработанных правил администрациями сообществ. Во-вторых, информационных ресурсов, ссылка на которые обязательна, если они являются источником информации. Сами же паблики в соответствии с ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» должны содержать достоверные и легитимные сведения и материалы.

Таким образом, в современном медиапространстве действует новая и весьма популярная технология информационно-коммуникативного взаимодействия с аудиторией. Как новостная платформа паблики привлекательны, но юридически уязвимы. В частности, в случаях, когда СМИ используют информацию новостных сообществ, не ссылаясь на них как источник информации, и тем самым нарушая права владельцев информации. Уязвимы и пользователи, размещающие тот или иной контент в пабликах. Речь идет не столько об информационной безопасности, сколько юридической. Оставляя комментарии в том или ином сообществе, пользователи могут утратить право дальнейшего распоряжения собственными комментариями, а иногда и личными данными.

Став объектом информационных споров по поводу размещения порочащих сведений, незаконного использования результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных пользователей без их согласия, паблики демонстрируют свою растущую роль и влияние в информационно-коммуникативном пространстве, необходимость обращения к юридическим аспектам их функционирования. Важно также изучать судебную практику, поскольку в настоящее время именно решения судов в основном и формируют правовой статус новостных пабликов.

### Литература

*Алексей Пустовалов, Александр Градюшко, Камилла Нигматулина* Городские СМИ vs районные паблики // <https://jrnlst.ru/community-media> (дата обращения 20.09.2019).

*Дьяченко О.В.* Российские СМИ в социальных сетях Facebook и «ВКонтакте»: анализ активности и информационных предпочтений аудитории // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 28

*Кирилл Митягин.* Право на страницу // <https://rg.ru/2014/12/23/socset.html> (дата обращения 20.09.2019).

*Морозова А.А.* Типологическая характеристика сообществ в социальной сети «ВКонтакте» как масс-медиа // Челябинский гуманитарий. 2017. № 3. С. 24

Правила пользования Сайтом Вконтакте // <https://vk.com/terms> (дата обращения 28.10.2019).

*Степанов В.А.* Сообщества в социальной сети «ВКонтакте» как СМИ: особенности типологии и перспективы развития // Веснік БДУ. Серыя 4, філалогія. журналістыка. педагогіка. Мінск, Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, 2015. № 2.

*Татьяна Шадрина.* Кто следующий? Российские госмессенджеры тоже попадут в реестр // <https://rg.ru/2017/07/06/oleg-ivanov-v-reestre-uzhe-85-organizatorov-rasprostraneniia-informacii.html> (дата обращения 20.09.2019).

Черемесинова М.Е. Социальная интернет-сеть в качестве субъекта правоотношений // Право в сфере Интернета: сб. статей / рук. авт. кол. и отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2018. С. 384.

### References

Aleksey Pustovalov, Aleksandr Gradyushko, Kamilla Nigmatulina. *Gorodskiyе SMI vs rayonnyye pabliki*. Available at: // <https://jrnlst.ru/community-media> (accessed 20.09.2019). (In Russian).

D'yachenko O.V. Rossiiskiyе SMI v sotsial'nykh setyakh Facebook i «VKontakte»: analiz aktivnosti i informatsionnykh predpochtenii auditoria. *Vestn. Mosk. un-ta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2016, no. 1, p. 28. (In Russian).

Kirill Mityagin *Pravo na stranitsu*. Available at: // <https://rg.ru/2014/12/23/socset.html> (accessed: 20.09.2019). (In Russian).

Morozova A.A. Tipologicheskaya kharakteristika soobshchestv v sotsial'noy seti «VKontakte» kak mass-media. *Chelyabinskiiy gumanitariy*, 2017, no. 3, p. 24. (In Russian).

*Pravila pol'zovaniya Saitom Vkontakte*. Available at: // <https://vk.com/terms> (accessed 28.10.2019). (In Russian).

Stepanov V.A. Soobshchestva v sotsial'noy seti «VKontakte» kak SMI: osobennosti tipologii i perspektivy razvitiya. *Vesnik BDU. Seriya 4, filalogiya. zhurnalistyka. pedagogika*. Minsk, Belorusskiy gos. un-t, 2015, no. 2. (In Russian).

Tat'yana Shadrina *Kto sleduyushchiy? Rossiiskiyе gosmessendzhery tozhe popadut v reyestr*. Available at: // <https://rg.ru/2017/07/06/oleg-ivanov-v-reestre-uzhe-85-organizatorov-rasprostraneniia-informacii.html> (accessed: 20.09.2019). (In Russian).

Cheremesinova M.E. Sotsial'naya internet-set' v kachestve sub"ekta pravootnosheniya. *Pravo v sfere Interneta: Sbornik statei*. Ruk. avt. kol. i отв. red. M.A. Rozhkova. M.: Statut, 2018, p. 384. (In Russian).

**Anna G. Donskikh** (Rostov-on-Don, Russian Federation)

### Basic Approaches to the Creation and Analysis of the Legal Status of News Publics

The article analyzes the legal aspects of the functioning of news communities of social networks. The overwhelming popularity of publics has led to violations of the rights of users to the content and personal data they host, while at the same time there is a legal vulnerability of the communities themselves. It is necessary to develop a comprehensive legal status of publics as sources of original and popular content among journalists and users of social networks.

**Key words:** *news communities of social networks, publics, social networks, information sources, personal data, copyrights, administrator of the news community, media, journalists, users, rules of the news community, legal status of the public.*

**Anna G. Donskikh** – Ph.D. of Philology, associate professor of journalism theory dpt. Institute of philology, journalism and cross-cultural communication. Southern Federal University. Phone: 8-918-502-75-17, e-mail: [anna\\_kapustina@mail.ru](mailto:anna_kapustina@mail.ru)