УДК 316.76.2
DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10207

А. Г. Донских
Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНФЛИКТОВ

В статье анализируется специфика протекания информационных конфликтов в социальных сетях. Предметом таких конфликтов является пользовательский контент как результат информационно-коммуникативного противостояния участников социальных сетей и источник информационных конфликтов. Автор рассматривает причины его конфликтогенности. Для разрешения информационных конфликтов пользователи социальных сетей все чаще предпочитают судебное разбирательство. Анализ судебных решений позволяет выявить ключевые признаки потенциально конфликтногенного пользовательского контента.

Ключевые слова: информационные конфликты, социальные сети, нелегальный пользовательский контент, этико-правовая грамотность, информационная безопасность, регулирование конфликтов.

Пользовательский контент как результат развития информационных технологий и платформ сетевого взаимодействия – значимое явление в области медикоммуникаций и распространения массовой информации. В современной медиасфере создатель контента является одновременно автором, продюсером и потребителем пользовательской информации, которая подразумевает не только текст, но и фото, видео, комментарий, отзыв, подкаст, инфографику, слайдшоу, презентации [8. С. 101]. Такая мультифункциональность пользовательского контента помимо преимуществ неизбежно порождает проблемы и угрозы медиа пространству. Среди наиболее распространенных исследователи отмечают агрессивность пользователей, низкое качество информации, недостоверность предоставленных пользователями фактов [8. С. 105].

Обеспечивая непрерывное информационно-коммуникативное взаимодействие между редакциями СМИ и аудиторией, пользователями социальных сетей и разнообразными социальными институтами, пользовательский контент, как результат этого взаимодействия, зачастую становится причиной конфликтов между участниками. Конфликты, как «проявление объективных или субъективных противоречий, выражающееся в противоборстве сторон» [3. С. 59], явление неизбежное и свойственное любому взаимодействию. Поскольку основная среда генерации пользовательского контента – социальные сети, именно здесь находится большинство проблемных факторов. Исследователи давно обратили внимание, что социальные сети – сфера возникновения социальных конфликтов и как специфическая среда отличается повышенной конфликтогенностью. Специфика коммуникативной природы социальных сетей, позволяющих одновременно реализовывать как межличностную, групповую, так и массовую коммуникацию, влияет на характер вспыхивающих в этой среде конфликтов. Среди специфических факторов, влияющих на конфликтогенность в социальных сетях выделяют следующие: недифференцированность признаков публичность/интимность, отсутствие невербальных средств коммуникации, растянутость коммуникации во времени, круглосуточная доступность сети, ослабление традиционных этических запретов для заочного общения, стилистическая сниженность речевой культуры коммуникации [7. С. 22]. Не удивительно, что конфликтная коммуникация в социальных сетях становится предметом изучения для лингвистов, психологов, социологов, криминалистов, философов, представителей смежных специальностей [5. С. 117].

Разновидностью конфликтного противостояния между различными субъектами-пользователями социальных сетей являются информационные конфликты, специфика которых заключается в том, что они возникают и протекают в виртуальной среде между различными участниками-пользователями в процессе и по поводу их информационно-коммуникативного

взаимодействия, то есть фактически – создания и использования пользовательского контента. Информационные конфликты – термин, возникший в конце 90-х годов 20 века и первоначально применяемый к конфликтам, возникающим в сфере функционирования и взаимодействия средств массовой информации и общества. Информационный конфликт – столкновение интересов журналистов с интересами других участников информационных отношений и на основании субъекта конфликта, возникающего противоречия и метода регулирования может быть классифицирован как юридический, этический, коммуникативный, технологический [4. С. 94–97].

Предметом информационных конфликтов в социальных сетях становится информационно-коммуникативная деятельность их участников, проявляющаяся в столкновении интересов, нарушении информационных и других личных прав субъектов и вызывающая ответное противодействие. В предмет исследования данной статьи входит не любое потенциально конфликтное действие, а именно активное противостояние между участниками конфликта. Это относительно новая разновидность медийных конфликтов, требующая осмысления, изучения как причин возникновения, особенностей протекания, так и методов эффективного регулирования и предотвращения. Методология исследования опирается на анализ прецедентной базы современной медиареальности, включающей непосредственно информационно-коммуникативную деятельность пользователей социальных сетей, публикации в средствах массовой информации, судебные решения относительно информационных споров пользователей социальных сетей.

Известно, что виртуальное пространство служит нарастанию и усилению всех негативных влияний, когнитивных и эмоциональных искажений, которые характерны для конфликта, протекающего в реальном взаимодействии [2. С. 85]. В то же время виртуальная коммуникация ослабляет некоторые общепринятые нормы социального взаимодействия, создавая у ее субъектов иллюзию анонимности и безнаказанности, что проявляется в разных формах девиантного поведения. Социологи отмечают, что «социокультурная направленность активности населения в социальных сетях, проявление эгоцентризма, попытки продемонстрировать себя несут в себе риски столкновений, противоборства, соперничества. Ситуация усугубляется высоким уровнем анонимности пользователей социальных сетей, которые нередко скрывают свою истинную личность под различными «никами». Поэтому уровень бытовой агрессии при общении в социальных сетях значительно выше, чем в физической, повседневной реальности. Именно так создается благодатная почва для социальных конфликтов» [6. С. 92].

Вместе с тем, социальные сети – это среда, где можно легко и быстро прославиться и разбогатеть. Наиболее активные пользователи-создатели разнообразного контента располагают не только финансовым, но и паблицитным капиталом. В то же время невзыскательный вкус и всеядность подписчиков некоторых блогеров и инфлюэнсеров влияет на содержание и качество контента, что в результате приводит к искажению правил цивилизованного общения, нарушению нравственных и юридических норм. Среди молодежи, например, популярны шокирующие стримы, транслирующие как несчастные случаи, так и опасные антиобщественные действия в прямом эфире, набирающие сотни тысяч просмотров и лайки.

Добавим в список причин, порождающих информационные конфликты в социальных сетях, юридическую неграмотность большинства пользователей, что проявляется в распространении несоответствующих действительности сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию, оскорблениях, нарушении неприкосновенности частной жизни, прав на изображение, авторских прав, распространении экстремистской, порнографической информации, фейков, разглашении персональных данных, иной конфиденциальной информации, неумении защитить собственные права. Подобный пользовательский контент зачастую приобретает статус нелегитимного в порядке судопроизводства.

Судебная практика накопила солидную базу нарушений пользователями социальных сетей информационных и личных прав. Сторонами конфликтов выступают пользователи, участники и администраторы разнообразных сообществ, организации, общественные деятели, журналисты. Анализ судебных решений позволяет выявить конфликтогенные аспекты в информационно-коммуникативном поведении пользователей социальных сетей, проследить причины возникновения и специфику протекания тех или иных конфликтов, получить социальный

срез участников информационных конфликтов в социальных сетях, определить признаки потенциально проблемного пользовательского контента.

Поскольку социальные сети являются одним из инструментов реализации информационных прав граждан, в том числе права на выражение мнения, наблюдаются случаи злоупотреблений этими правами. Зачастую социальные сети становятся площадкой для ведения бытовых конфликтов, выражающихся в распространении порочащих, оскорбительных слов и выражений. Конфликт между соседями, возникший в реальном времени, может продолжиться в городском паблике и закончиться в зале суда. Низкий уровень коммуникативной культуры пользователей, свойственный виртуальному общению, может стать одной из причин подобных конфликтов. Многие ошибочно считают, что социальные сети – ресурс, предназначенный в первую очередь для общения, выражения мнения, является естественным продолжением межличностного взаимодействия в реальном времени, поэтому можно не стесняться в выражениях. Однако свобода высказываний в социальных сетях также сопряжена с правилами, требованием соблюдения прав других участников коммуникации. Суды относят социальные сети к публичному пространству, где применимы, в том числе, нормы законодательства о распространении ложных, порочащих сведений. В одной из конфликтных ситуаций женщина написала несколько негативных комментариев о своих соседях, разместила их фотографию и гиперссылку на порочащий текст. Суд признал такие действия незаконными: «*Анализ оспариваемых истцом сведений дает основания суду сделать вывод о том, что они содержат утверждения о факте, в частности о действиях истца, изложенных в форме утверждения, содержащих элементы оскорбления, обвинения в совершении, в том числе противоправных деяний (мошенничество), что не может быть отнесено к выражению ответчиком своего мнения. <…> Суд приходит к выводу о признании несоответствующими действительности, порочащими честь, достоинство и деловую репутацию истца сведения, распространенные ответчиком в комментариях, размещенных в сети Интернет в группе "Подслушано Бирск" следующего содержания: "В городе появились аферисты, снимают жилье с пожилым дедушкой, женщина в возрасте с собакой и вот этот товарищ на этой машине. Дедушка – жертва их мошенничества"*» (Дело № 2-1150/2019) [9].

В то же время бытовой конфликт, попав в социальные сети, может стать инфоповодом для создания остросюжетного материала в профессиональных СМИ. Освещая такую конфликтную ситуацию, журналисты могут оказаться втянутыми в нее, то есть пользовательский контент может оказаться потенциально проблемным для редакции СМИ. Использовав, например, видеоролик сельской жительницы из социальной сети «ВКонтакте», как источник информации сетевое издание «TVERIGRAD.RU» было вовлечено в судебный спор сельских жителей за незаконное использование изображения и вторжение в частную жизнь. В рассматриваемой ситуации суд не нашел нарушений в действиях журналистов: «*Являющаяся предметом судебного спора видеосъёмка была произведена на открытом пространстве, доступ на которое не ограничен. Непосредственным объектом видеосъёмки, как следует из содержания видео, являлся бык, его поведение, а не частная жизнь истца. Присутствие изображения истца на видео связано с принятием ею мер по контролю за поведением быка*» (Дело №2-2-61/2019) [9]. Тем не менее, данный конфликт проиллюстрировал комплексный характер информационных конфликтов, порождаемых пользовательским контентом, его многослойность и многомерность. Публикации, посты, комментарии о ситуациях, широко обсуждаемых в городе, конфликтах, происшествиях создают общественные дискуссии в новостных городских пабликах, которые могут стать причиной конфликтов между пользователями-участниками дискуссий, повсеместно втягивать в конфликтные ситуации журналистов и редакции СМИ.

Следует иметь в виду, что закон не делает различий между профессиональным и любительским контентом. В соответствии с судебной практикой социальные сети являются публичной сферой, где применимы правила регулирования информационных споров с участием публичных персон и СМИ. Так, в одном из судебных дел администратора сообщества социальной сети «ВКонтакте» обвинили в незаконном размещении фотографии. Истцы не давали согласия на размещение, «считая ее сугубо личной, поскольку находятся на фотографии в непубличном месте, из предметов одежды на них только шорты». Суд с доводами истцов не согласился, придя к выводу, что истцы «*как общественные деятели должны были проявить разумную осмотрительность, появляясь в публичном месте в таком виде. Изображенные на коллективном*

фотоснимке, а тем более видеосъемке, граждане очевидно (явно) выразили свое согласие на съемку» (Дело № 2-88/2018 г.) [9]. В своей аргументации суд опирался на решения Европейского суда по правам человека по делам «Гринберг против Российской Федерации» и «Лингенс против Австрии», в соответствии с которыми «границы допустимой критики в отношении государственного служащего, осуществляющего свои властные полномочия, могут быть шире, чем пределы критики в отношении частного лица, поскольку первый неизбежно и сознательно открывает себя для тщательного наблюдения за каждым своим словом и поступком со стороны журналистов и большей части общества, и, следовательно, он должен проявлять большую степень терпимости».

Как уже отмечалось, в информационные конфликты по вопросам использования пользовательского контента нередко вовлечены редакции СМИ и отдельные журналисты. Пользовательский контент – важный источник инфоповодов для СМИ. Однако, современным журналистам необходимы юридические знания для грамотного его использования. Практика показывает, что длительное время среди журналистов не было принято ссылаться на отдельные сообщества и группы как источник информации. Ситуация постепенно меняется. Большинство федеральных и региональных СМИ указывают посты популярных городских пабликов как источник информации, несмотря на то, что судебных прецедентов за использование такого контента без ссылки на сообщество еще не было.

Отдельные пользователи более активны, и посты участников социальных сетей, послужившие источником информации для СМИ, становятся предметом информационных споров. Так, публикуя материал о несчастном случае, журналист газеты процитировала комментарии пользователей городского паблика, вызвав негодование матери героини публикации, посчитавшей их ложными и порочащими сведениями. Лужский городской суд Ленинградской области стал на защиту редакции, отметив: «*Доводы истца о несоответствии действительности и порочащем характере опубликованной в статье информации, полученной из социальной сети ''ВКонтакте", "Подслушано в городе Луга", а именно "...Видимо, была пьяна – написала женщина-очевидец трагедии в паблике, посвященному городу Луге", не могут служить безусловным основанием в удовлетворении иска. Указанная фраза не носит характера утверждения о факте, а имеет характер предположения*» (Дело № 2-53/2016) [9].

Уязвимы и пользователи, размещающие свой контент в пабликах. Речь идет не только об информационной безопасности, но и юридической. Оставляя комментарии в том или ином сообществе, пользователи утрачивают право дальнейшего распоряжения собственными комментариями, а иногда и личными данными. Права на контент паблика – предмет отдельных споров, не получивших пока однозначных ответов. Суды, однако, могут занять сторону администраторов сообществ. Например, в одном из решений 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 являющимся 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) [9]. По мнению суда, пользователь добровольно сделал личную информацию общедоступной, т. к. «авторы постов и комментариев, публикуя в указанной группе какую-либо информацию, делают ее общедоступной по своей воле».

В то же время ошибочно считать любую размещенную пользователями информацию в социальных сетях общедоступной. Об этом забывают не только обычные пользователи, но и представители профессиональных сообществ. Часто нарушаются авторские права на иллюстрации, фотографии. В одном из решений суд в очередной раз опроверг эти заблуждения: «*доводы представителя ответчика ООО "ПРИНТБУРГЕР" о том, что при использовании фотографий истца Общество исходило из предполагаемого факта дачи последним разрешения на использование, учитывая, что хэштег под спорным фотоснимком на странице в сети Инстаграм содержал ссылку, не могут быть приняты судом во внимание, поскольку в соответствии с требованиями ст. 1229 ГК РФ правообладатель может запретить использование результата его интеллектуальной*

деятельности; доказательств получения разрешения истца на использование его фотографии ответчиком не представлено. При этом суд полагает, что отсутствие запрета на использование объектов авторского права не считается согласием правообладателя на их использование в той или иной форме» (Дело № 2-863/2018) [9].

Недобросовестное использование пользовательского контента в коммерческих целях нашло повсеместное отражение в судебной практике. Например, использование диетологом фотографий для рекламы своих услуг в социальных сетях, взятых без разрешения пациентки из ее аккаунта (Дело № 2-1500/2019). В этом конфликте истица проявила юридическую неграмотность, посчитав, что обладает авторскими правами на собственные изображения, снятые другими лицами. А сама ситуация иллюстрирует повсеместное явление: недобросовестность специалиста с одной стороны и некомпетентность пользователя с другой. В другом случае художественно обработанное фото домашнего кота пользователя было без разрешения использовано в рекламе и реализации товаров и услуг коммерческой компанией (Дело № 2-2397/2018) [9]. В данном случае нарушены были именно авторские права на изображение, созданное творческим трудом самого пользователя.

Претензии к пользователям могут предъявить и организации. Например, за ущемление деловой репутации (Дело № 2-5182/2019) [9]. Такого рода конфликты возникают в результате острой полемики в городских пабликах, (которые есть, практически, в любом российском городе), под названиями «Черный список…», «Подслушано в…», и «специализирующихся» на компроматах и негативных комментариях в отношении тех или иных лиц.

Анализ судебных решений позволяет прийти к выводу, что многие пользователи незнакомы с правилами пользования той или иной социальной сетью, в результате не только незаконно используют чужой контент, но и допускают нарушения прав на собственный и даже не всегда способны определить виновника этих нарушений. Ошибочно обвиняют администрацию социальной сети в размещении той или иной спорной информации, хотя социальная сеть не является ни автором, ни распространителем такой информации. Ответственность за любой противоправный контент правилами пользования социальной сетью возлагается на самих пользователей. Незнание законодательства приводит к неправильной формулировке претензий в судах, например, путают право на изображение как личное право человека и авторские права на фотографии как интеллектуальные права автора на созданное им произведение. Безответственное или легкомысленное отношение к создаваемому контенту и его дальнейшей судьбе провоцирует нарушения.

В то же время не всегда удается привлечь к ответственности истинного виновника – автора того или иного противоправного контента, поскольку невозможно установить владельцев фейковых аккаунтов. Анонимность – по-прежнему фактор, влияющий на безнаказанное распространение видеороликов и иного контента оскорбительного, шокирующего, неприличного, противоправного характера (Дело № 2-1-66112/2016) [9]. Безнаказанно разглашаются персональные данные пользователей, сведения о частной жизни, распространяются оскорбления.

Несмотря на то, что правовой статус социальных сетей в настоящее время полностью не прописан ни в одном законодательном документе, информационно-коммуникативные отношения между участниками регулируются действующим российским законодательством и судебной практикой. В ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» с 1 февраля 2021 г. действует статья, регулирующая распространение информации в социальных сетях, в соответствии с которой владелец социальной сети обязан отслеживать и блокировать нелегальный контент [10]. Для многих нарушений также применяются традиционные статьи Уголовного, Гражданского кодексов, а также Кодекса об административных правонарушениях. Юридическое значение также имеют правила пользования той или иной социальной сетью, устанавливаемые ее администрацией. Эти правила являются гражданско-правовым договором в форме присоединения и обязательны для исполнения любым пользователем, зарегистрированным в социальной сети. В них прописаны права и обязанности пользователей и администрации социальной сети, ответственность за нарушение этих правил возлагается на пользователя. Более того, правила пользования социальными сетями предоставляют широкие юридические полномочия администраторам, создающим разнообразные сообщества внутри той или иной социальной сети, выраженные в самостоятельной разработке правил для своего сообщества, выполнение которых обязательно для всех его участников.

Социальные сети – публичное пространство, где интенсивно осуществляется информационно-коммуникативная деятельность. Характер распространяемой там информации может привести к информационным конфликтам и информационным спорам. Дискуссии, которые ведутся в городских пабликах, публикации и комментарии пользователей, разнообразный пользовательский контент являются источником и причиной информационных конфликтов.

Многие медиаэксперты будущее развитие медиарынка связывают именно с генерацией пользовательского контента [1. С. 164]. Поэтому результаты действий и взаимодействий пользователей социальных сетей – пользовательский контент – представляют интерес для разных институтов: медиакомпаний, маркетинговых и финансовых организаций, коммерческих и общественных организаций, правоохранительных органов и государственных структур. В то же время, конфликтные коммуникации в анализируемой среде – источники угроз информационной безопасности как общества в целом, так и отдельных граждан. Юридические механизмы разрешения информационных конфликтов, протекающих в социальных сетях, позволяют выявить наиболее распространенные ошибки их участников, а также основные причины, вызывающие конфликтные противостояния.

Полагаем, для предотвращения и эффективного урегулирования информационных конфликтов в новых медиа необходимо развивать культуру создания и потребления пользовательского контента, развивать коммуникативную культуру общения, воспитывать правовую грамотность среди всех участников информационно-коммуникативного взаимодействия в социальных сетях. Ключевая роль в решении данной задачи, по мнению автора, должна принадлежать вузам. Образовательные программы, тренинги, спецкурсы, научные и просветительские мероприятия для молодежи являются одной из форм институционализации информационных конфликтов в социальных сетях, инструментом их предупреждения.

Список литературы

1. Баранова, Е. А. Бизнес-стратегия, основанная на использовании ресурсов пользователей (UGC): опыт российских СМИ / Е. А. Баранова. – Текст: непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2016. – № 4. – С. 163–175.

2. Белинская, Е. П. Пространство социальных сетей как фактор радикализации конфликта в виртуальном взаимодействии / Е. П. Белинская, С. Н. Илюхина. – Текст: непосредственный // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2018. – № 4 (14). – С. 81–95.

3. Дмитриев, А. В. Конфликтология: учебное пособие / А. В. Дмитриев. – Москва : Гардарики, 2000. – 320 с. – Текст: непосредственный.

4. Донских, А. Г. Журналистика и новейшие медиа в аспекте права, деонтологии и медиаобразования. Новые реалии: монография / А. Г. Донских; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. – 121 с. – Текст: непосредственный.

5. Желтухина, М. Р. Социальная сеть «Facebook» как социальная структура и инструмент организации современных коммуникаций и политических конфликтов / М. Р. Желтухина, П. В. Павлов. – Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. – 2016. – № 5 (59). – С. 117–123.

6. Жуйков, А. А. Виртуальные конфликты в социальных сетях Интернета как угроза информационной безопасности / А. А. Жуйков, А. Р. Каспаров, А. А. Нурахмедова. – Текст: непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1. Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2019. – Выпуск 2 (239). – С. 89–94.

7. Иваненко, Г. С. Коммуникация в социальной сети: факторы конфликтогенности / Г. С. Иваненко. – Текст: непосредственный // Юрислингвистика. – 2020. – № 18 (29). – С. 21–25. – DOI: https://doi.org/10.14258/leglin(2020)1805.

8. Молчанова, О. И. Пользовательский контент как результат трансформации медиасферы / О. И. Молчанова. – Текст: непосредственный // Информационное общество. – 2017. – № 4-5. – С. 101–105.

9. Судебные и нормативные акты РФ – Текст: электронный // Sudact.ru: [сайт] // URL: https://sudact.ru (дата обращения: 10.12.2020-9.03.2021).

10. Татьяна Замахина Штраф за треш. Соцсетям с 1 февраля придется блокировать запрещенный контент / Т. Замахина. – Текст: электронный // RG.RU: [сайт]. – 2020. – 23 декабря – URL: https://rg.ru/2020/12/23/socseti-s-1-fevralia-obiazali-blokirovat-zapreshchennyj-kontent.html (дата обращения: 10.02.2021).

USER-GENERATED CONTENT AS SOURCE OF INFORMATION CONFLICTS

Donskikh A.G., Southern Federal University, Rostov-on-Don, anna_kapustina@mai.ru

The article analyzes the specifics of information conflicts on social networks. The subject of such conflicts is user generated content as a result of information and communication confrontation between participants in social networks and a source of information conflicts. The author considers the reasons for his conflict. To resolve information conflicts, social media users often prefer litigation, which on the one hand indicates an increase in legal literacy, and on the other, allows to identify key signs of potentially conflicted user content. Analysis of court decisions, however, allows us to conclude that many users are unfamiliar with the rules for using a particular social network, as a result not only illegally use someone else's content, but allow violations of their own rights, and are not even always able to determine the guilty person of these violations. Therefore, in order to prevent and effectively regulate information conflicts in new media, it is necessary to develop a culture of creating and consuming user content, develop a communicative culture of communication, and educate legal literacy among all participants in information and communication interaction on social networks.

Key words*:* information conflicts, social networks, illegal user content, ethical and legal literacy, information security, conflict management.

References

1. Baranova, E. A. (2016). Bisnes-strategya, osnovannaya na ispol`zovanii resyrsov polzovateley (UGC): opit rossiyskix SMI [Business strategy based on the use of user resources (UGC): experience of Russian media]. *Vestnik Moskovskogo universitets. Seriya 10. Gurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 4, pp. 163–175 (in Russ.).

2. Belinskaya, E. P., Ilyukhina, S. N. (2018). Prostranstvo socialnix setey kak factor radikalizacii konfliktov v virtualnom vzaimodeystvii [The space of social networks as a factor in the radicalization of conflict in virtual interaction]. *Vestnik RGGU. Serya: Psixologia. Pedagogika. Obrazovanie* [Bulletin of the RGGU. Series "Psychology. Pedagogy. Education], 4 (14), pp. 81–95 (in Russ.).

3. Dmitriev, A. V. (2003). *Konfliktologya* [Conflictology]. Moscow: Gardarika, 320 p. (in Russ.).

4. Donskikh, A. G. (2020). *Gurnalistika I noveyshie media v aspekte prava, deontologii I mediaobrazovanya. Novye realii: monogr.* [Journalism and the latest media in the aspect of law, deontology and media education. New realities: monograph]. Rostov-on-Don; Taganrog: Southern Federal University Publishing House, 121 p. (in Russ.).

5. Zheltukhina, M. R., Pavlov, P. V. (2016). Socialnaya set` "Facebook" kak socialnaya struktura I instrument organizacii sovremennix kommunikazii I politicheskix konfliktov [Social network "Facebook" as a social structure and tool for organizing modern communications and political conflicts]. *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics], 5 (59), p. 117–123 (in Russ.).

6. Zhuikov, A. A., Kasparov, A. R. & Nurakhmedova, A. A. (2019). Virtualnie konflikti v socialnix setyax Interneta kak ugroza informazionnoy bezopasnosty [Virtual conflicts in social networks of the Internet as a threat to information security]. *Vestnik Adigeyskogo Gosudarstvennogo Yniversiteta. Setya 1. Regionovedenie: filosofya, istorya, sociology, yrisprudencya, politologya, kulturologya* [Bulletin of Adygea State University. Series 1. Regional studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies], 2 (239), pp. 89–94 (in Russ.).

7. Ivanenko, G. S. (2020). Kommunikacya v sozialnoy seti: faktori konfliktogennosti [Communication in the social network: factors of conflict]. *Yrislingvistika* [Jurislinguistics], 18, pp. 21–25 (in Russ.).

8. Molchanova, O. I. (2017). Polzovatelskyi content kak rezultat transformacii mediasfery [User content as a result of the transformation of the media sphere]. *Informazionnoe obcestvo* [Information Society], 4-5, pp. 101–105 (in Russ.).

9. Sudebnie i normativnie akti Rossiyskoy Federacii [Judicial and regulatory acts of the Russian Federation], available at: https//sudact.ru (date of appeal: 10.12.2020-9.03.2021).

10. Zamakhina, T. (2020). Shtraf za tresh. Socsetzm s 1 fevralya pridetsya blokirovat zapreshenniy content [Penalty for trash. Social networks will have to block banned content from February 1], available at: https://rg.ru/2020/12/23/socseti-s-1-fevralia-obiazali-blokirovat-zapreshchennyj-kontent.html (accessed: 10.02.2021) (in Russ.).

Донских Анна Георгиевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики массовой коммуникации института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону.

anna_kapustina@mail.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Донских А. Г. Пользовательский контент как источник информационных конфликтов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 63–70. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10207.

Donskikh A. G. User-generated content as source of information conflicts // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2021. No 2 (40), pp. 63–70. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10207.