Научный поиск: личность, образование, культура. 2026. № 3. С. 52–59.
Scientific search: personality, education, culture. 2026. No. 3. Pp. 52–59.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Научная статья
УДК 37.013:004
ББК 88.52+73.87
DOI: 10.54348/SciS.2026.3.8

Парадокс приватности в цифровом поведении молодежи: аксиологическая интерпретация

Светлана Вениаминовна Иванова[1], Анна Сергеевна Филонова[2]
[1] Российская академия образования, Москва, Россия, s.ivanova@raop.ru, ORCID ID: 0000-0002-9101-6213, SPIN: 5056-6697
[2] Московский политехнический университет, Москва, Россия, annasf76@mail.ru, ORCID ID: 0000-0003-2664-1407, SPIN: 2642-8745

Аннотация. В статье рассматривается парадокс приватности – устойчивое несоответствие между декларируемой пользователем обеспокоенностью по поводу сохранности персональных данных и его реальным цифровым поведением, для которого характерно избыточное самораскрытие. Авторы исходят из того, что сложившиеся объяснительные модели данного поведения среди молодежи – социологическая, психологическая, правовая – описывают его преимущественно как следствие рационального расчета выгод и издержек, как результат когнитивных искажений, как причину незнания нормативно-правовых актов, оставляя за пределами анализа ценностное измерение поведения личности. Между тем для студенческой молодежи, чья социализация протекает в цифровой среде, именно ценностная иерархия выступает определяющим регулятором решений о раскрытии конфиденциальной информации. В работе обосновывается положение, согласно которому парадокс приватности следует трактовать не только как когнитивно-рациональную, но и как аксиологическую проблему: беспечность в обращении с персональными данными обусловлена тем, что безопасность не приобрела для личности статуса интериоризированной ценности, уступая в иерархии потребностям в признании, самовыражении и накоплении символического капитала. Методологическим основанием исследования выступает аксиологический подход в его единстве с культурологическим. На материале эмпирического исследования студентов направления «Реклама и связи с общественностью» показано, что разрыв между установками и поведением локализуется не в когнитивной, а в ценностной сфере: владение цифровыми технологиями само по себе не конвертируется в осторожное поведение. Сделан вывод о том, что преодоление парадокса приватности в образовательной практике достигается не наращиванием информированности о рисках, а целенаправленным формированием безопасности как личностной ценности, то есть аксиологизацией медиаобразования. Полученные результаты уточняют понимание парадокса приватности и открывают перспективу его разработки в качестве педагогической проблемы.

Ключевые слова: парадокс приватности, персональные данные, ценности, аксиологический подход, медиабезопасность, цифровое поведение, студенты, самораскрытие, интериоризация, культурологическая концепция содержания образования.

Для цитирования*:* Иванова С.В., Филонова А.С. Парадокс приватности в цифровом поведении молодежи: аксиологическая интерпретация // Научный поиск: личность, образование, культура. 2026. № 3. С. 52–59. https://doi.org/10.54348/SciS.2026.3.8

PEDAGOGICAL SCIENCES

Original article

The privacy paradox in the digital behavior of young people: an axiological interpretation

Svetlana V. Ivanova[1], Anna S. Filonova[2]
[1] Russian Academy of Education, Moscow, Russia, s.ivanova@raop.ru, ORCID ID: 0000-0002-9101-6213, SPIN: 5056-6697
[2] Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia, annasf76@mail.ru, ORCID ID: 0000-0003-2664-1407, SPIN: 2642-8745

© Иванова С.В., Филонова А.С., 2026

Abstract. The article examines the phenomenon of the privacy paradox – the persistent discrepancy between users declared concern for the safety of their personal data and their actual digital behavior, characterized by excessive self-disclosure. The authors proceed from the premise that the established explanatory models of this phenomenon – sociological, psychological, and legal – describe it primarily as a consequence of a rational calculation of costs and benefits or as a result of cognitive biases, leaving the value dimension of personal behavior beyond the scope of analysis. Meanwhile, for university students whose socialization takes place in the digital environment, it is precisely the hierarchy of values that acts as the decisive regulator of decisions to disclose confidential information. The paper substantiates the proposition that the privacy paradox should be interpreted not only as a cognitive-rational but also as an axiological problem: carelessness in handling personal data stems from the fact that safety has not acquired the status of an internalized value for the individual, yielding in the hierarchy to the needs for recognition, self-expression, and the accumulation of symbolic capital. The methodological basis of the study is the axiological approach in its unity with the culturological one. Drawing on empirical research among students of the "Advertising and Public Relations" program, the article shows that the gap between attitudes and behavior is localized not in the cognitive but in the value sphere: the mastery of digital technologies in itself does not translate into cautious behavior. It is concluded that overcoming the privacy paradox in educational practice is achieved not by increasing awareness of risks but by the purposeful cultivation of safety as a personal value, that is, by the axiologization of media education. The results obtained clarify the understanding of the privacy paradox and open up the prospect of developing it as a pedagogical rather than merely a sociological or legal problem.

Keywords*:* privacy paradox, personal data, values, axiological approach, media safety, digital behavior, students, self-disclosure, internalization, cultural concept of educational content.

For citation*:* Ivanova S.V., Filonova A.S. The privacy paradox in the digital behavior of young people: an axiological interpretation. *Nauchnyj poisk: lichnost', obrazovanie, kul'tura = Scientific search: personality, education, culture.* 2026. No. 3. Pp. 52–59. (In Russ). https://doi.org/10.54348/SciS.2026.3.8

Введение. Начиная исследование приватности в цифровом мире, мы хотели бы уточнить две существенных позиции: 1 – мы понимаем приватность в ее классическом философском представлении: «приватность – сфера жизненных интересов, жизнедеятельности, эмоций, привязанностей отдельного человека, частного лица, индивида, обособленная от др. общественных сфер» [Философская энциклопедия], то есть от того, что называется публичностью; 2 – мы априори учитываем, что в современном мире происходит аксиологический кризис, и обсуждаем проблему аксиологизации, осознавая сложность ее решения в условиях размывания ценностей, в эпоху «ухода на второй план (а порой и утрату целыми социальными группами) в нашей прагматичной действительности нравственных ориентиров. Это касается всех возрастных групп, но особенно молодого поколения, родившегося и сделавшего первые шаги в жизнь в эпоху медиа и постмодерна» [Иванова, Иванов, 2022].

Приватность, еще несколько десятилетий назад воспринимавшаяся как нечто само собой разумеющееся, в цифровую эпоху превратилась в дефицитный ресурс, удержание которого требует от человека сознательного усилия. Студенческая молодежь оказывается в этом отношении в особом положении. Социальные сети, мессенджеры, образовательные платформы и сервисы давно перестали быть для нее внешним инструментом и сделались естественной средой обитания, в которой протекают учеба, общение, профессиональное становление и предъявление себя миру. Последняя деятельность также присуща современному бытию и потребность в этом в значительной степени как раз и вызывается цифровой средой. Каждое действие в этой среде оставляет цифровой след, а сама архитектура платформ устроена так, чтобы поощрять пользователя к самораскрытию и удерживать его внимание.

Казалось бы, осведомленность о рисках должна вести к осторожности. Однако наблюдается обратное. Студент, нередко прекрасно разбирающийся в технологиях, охотно делится подробностями частной жизни, не задумываясь о последствиях, а на прямой вопрос о значимости приватности отвечает, что дорожит ею. Это расхождение между словом и делом, между декларируемой тревогой за свои данные и фактической беспечностью получило в научной литературе устойчивое наименование – *парадокс приватности.*

Сложившиеся объяснения этого феномена концентрируются вокруг рациональной модели поведения либо вокруг когнитивных сбоев, мешающих человеку принять верное решение. Не оспаривая ценности этих подходов, мы полагаем, что они оставляют в тени важнейшее обстоятельство: решение о раскрытии личной информации есть в конечном счете акт ценностного выбора. Человек поступает не только так, как ему выгодно или как подсказывает несовершенная интуиция, но и так, как велит сложившаяся у него иерархия того, что для него значимо. Именно с этой позиции, аксиологической, мы и предлагаем взглянуть на парадокс приватности. Настоящая работа выполнена в рамках более широких исследований авторов, с одной сто-

роны, изучающих аксиологический кризис современной эпохи, с другой стороны, посвященных аксиологическим основаниям медиабезопасности студентов. В данном случае исследуется аксиологический аспект парадокса приватности как самостоятельного феномена.

Постановка проблемы, цель статьи, обзор научной литературы. *Генезис понятия и его укоренение в научном дискурсе*. Термин «парадокс приватности» вошел в научный оборот в середине 2000-х годов, когда исследователи зафиксировали разрыв между декларируемой пользователями социальных сетей заботой о приватности и их фактической готовностью раскрывать о себе многое [Barnes, 2006]. Первоначально феномен описывался применительно к подростковой и студенческой аудитории социальных платформ, что не случайно: именно молодежь раньше других освоила новые формы публичного предъявления частной жизни и потому первой обнаружила несоответствие между провозглашаемыми ценностями и реальными практиками. За прошедшие два десятилетия проблематика парадокса приватности оформилась в самостоятельное направление, обобщенное в фундаментальном обзоре, который систематизировал большой массив эмпирических работ и констатировал отсутствие единой объяснительной рамки: одни исследования подтверждали существование парадокса, другие ставили его под сомнение, третьи указывали на методологические причины расхождения результатов [Kokolakis, 2017]. Показательно, что и спустя полтора десятилетия после введения понятия дискуссия о том, сохраняет ли парадокс свою силу или представляет собой «реликт прошлого», не утихает, а сам вопрос о его реальности остается предметом тщательной эмпирической проверки [Dienlin, Trepte, 2015].

Рациональные модели и теория «исчисления приватности». Наиболее влиятельным остается объяснение, восходящее к модели «исчисления приватности» (privacy calculus), согласно которой пользователь, прежде чем раскрыть данные, взвешивает ожидаемые выгоды и сопряженные с раскрытием издержки и поступает в соответствии с результатом такого взвешивания. Эмпирические работы, посвященные изучению поведения при раскрытии информации, показали, что это поведение распадается на различимые составляющие, поразному реагирующие на контекст и тип запрашиваемых сведений [Knijnenburg, Kobsa, Jin, 2013]. Получение таких данных позволяет утверждать, что модель поведения выбирается в условиях принципиальной неполноты информации: пользователь не располагает и в принципе не может располагать полным знанием о том, как, кем и с какими последствиями будут использованы его данные. Поэтому его решение, внешне выглядящее иррациональным, оказывается достаточно рациональным с точки зрения самого принимающего решение, действующего в ситуации неопределенности [Flender, Müller, 2021]. Тем самым уже внутри рациональной парадигмы обнаружились ее пределы: модель поведения, исходящая из рационального, взвешенного расчета, оказывается неверной, потому что расчет этот совершается на зыбком основании.

Когнитивные искажения и «парадокс контроля». Параллельно складывалась объяснительная линия выбора поведения, акцентирующая роль когнитивных искажений и эвристик. Серия экспериментальных исследований продемонстрировала эффект, получивший название «парадокса контроля»: чем большим контролем над публикацией и распространением собственных данных, как кажется человеку, он наделен, тем охотнее он эти данные раскрывает, недооценивая риски их последующего использования третьими лицами [Brandimarte, Acquisti, Loewenstein, 2013]. Ощущение управляемости ситуацией, таким образом, не повышает, а снижает осторожность. Обобщающий анализ поведения человека в сфере приватности подтвердил, что это поведение в принципе плохо поддается объяснению через одну лишь рациональность: на него влияют контекст подачи информации, эмоциональное состояние, формулировка запроса, наличие или отсутствие социального одобрения, а также многочисленные систематические отклонения от нормативной модели принятия решений [Acquisti, Brandimarte, Loewenstein, 2015]. Существенно, что авторы этого анализа указали на принципиальную пластичность приватного поведения, его зависимость от того, как именно структурирована ситуация выбора, – это наблюдение приводит к мысли, что за внешними проявлениями парадокса стоят не только просчеты разума, но и более глубокие, ценностно окрашенные основания.

Социально-психологические и личностные детерминанты. Еще одна ветвь исследований сместила фокус с рационального расчета на личностные и социальные характеристики пользователя. Изучение самораскрытия в интернет-общении показало, что готовность делиться информацией существенно зависит от индивидуальных особенностей человека, его обеспокоенности приватностью и воспринимаемой социальной значимости раскрываемых сведений, причем разные формы самораскрытия регулируются различными механизмами [Taddicken, 2014]. Тем самым было установлено, что парадокс приватности не является однородным явлением: за ним скрывается множество частных закономерностей, опосредованных свойствами личности и характером социальной ситуации. Эта линия особенно важна для понимания студенческого поведения, поскольку именно в студенческом возрасте задачи самопрезентации, поиска признания и

выстраивания социальных связей приобретают особую остроту, а социальные сети становятся главной ареной их решения.

Российский контекст: социологический, культурологический и правовой ракурсы. В отечественной науке проблематика приватности разрабатывается преимущественно вне педагогического поля. Культурологически ориентированные исследования показали, что раскрытие персональной информации в публичном пространстве связано с особыми режимами публичности и приватности, складывающимися в среде социальных медиа, где сама граница между частным и общедоступным становится подвижной и является предметом постоянного пересогласования [Пронкина, 2018]. В правовой литературе парадокс приватности осмысляется в связи с законодательством о персональных данных в условиях становления общества наблюдения: обращается внимание на то, что декларируемая забота граждан о приватности слабо коррелирует с их готовностью к реальным действиям по защите данных, что создает сложности для правового регулирования, опирающегося на презумпцию рационального субъекта [Соловкин, 2022]. Особое значение для нашего исследования имеет анализ цифровой медиасреды как пространства, в котором приватность подвергается систематическому давлению со стороны самой технологической инфраструктуры: показано, что архитектура цифровых платформ устроена таким образом, чтобы поощрять самораскрытие и затруднять его ограничение, вследствие чего сохранение приватности требует от пользователя постоянного встречного усилия [Чеснокова, 2025]. Наконец, социологические исследования цифровой безопасности молодежи зафиксировали, что беспечность в обращении с персональными данными во многом определяется ценностной иерархией, в которой потребность во внимании, одобрении и накоплении символического капитала превалирует над осторожностью, а само решение о раскрытии конфиденциальной информации принимается при минимальной субъективной оценке риска [Ушкин, Коваль, Мартынова, 2025].

Обобщение и научная «лакуна». Сопоставление перечисленных подходов позволяет зафиксировать определенную тенденцию. Зарубежная традиция движется от рациональной модели расчета к признанию роли когнитивных искажений и, далее, личностных и контекстуальных факторов; отечественная – разрабатывает преимущественно социологический, культурологический и правовой ракурсы. При всем различии этих линий их объединяет общая черта: парадокс приватности трактуется как явление, подлежащее объяснению, но не как проблема, подлежащая педагогическому разрешению. Ценностное измерение поведения хотя и упоминается, в особенности в отечественных работах, связывающих беспечность с ценностной иерархией, но не становится самостоятельным предметом анализа и не доводится до рекомендаций и/или выработки решений в образовательной практике. Между тем именно для студенческой молодежи, находящейся в фазе активного ценностного самоопределения, аксиологический ракурс представляется наиболее продуктивным: он позволяет перейти от констатации того, что студенты ведут себя беспечно, к пониманию того, почему они так поступают, и, главное, к ответу на вопрос, как это поведение может быть изменено средствами образования. Восполнение этой «лакуны» и составляет задачу настоящей работы. Цель статьи состоит в том, чтобы предложить аксиологическую интерпретацию парадокса приватности в цифровом поведении студентов и обосновать вытекающие из нее педагогические следствия.

Методология и методы исследования. Методологическим основанием исследования выступает аксиологический подход, ориентированный на изучение того, как ценности возникают, обретают значимость для личности и осваиваются ею в соответствии с культурными нормами [Кирьякова, 2009; Сластенин и др., 2008]. Принципиально, что в нашей трактовке этот подход практически неотделим от культурологического, который трактует образование как часть культуры и описывает движение личности к ее ценностным основаниям [Бондаревская, 2000; Крылова, 2000]. Ключевую объяснительную роль играет представление о ценности как посреднике между сознанием человека и его практической деятельностью: именно ценность придает нормативному знанию действенную силу, превращая его в поступок. Это подтверждается словами Жана-Франсуа Лиотара о ценности знания общества будущего: «Знание будет заключаться не в усвоении ряда утверждений, а в овладении искусством жить, слышать, а значит, и учиться» [Лиотар, 1994].

Из этого положения вытекает центральная гипотеза исследования: парадокс приватности есть следствие несформированности безопасности в качестве интериоризированной личностной ценности. Иными словами, студент действует беспечно не потому, что не знает правил, а потому, что безопасность не входит в число значимых для него ориентиров и вытесняется на периферию ценностной иерархии конкурирующими мотивами – стремлением к признанию, самопрезентации, поддержанию социальных связей.

Эмпирическая верификация осуществлялась на базе кафедры рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии Московского Политеха. В исследовании приняли участие студенты 1–4 курсов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в возрасте 17–22 лет. В на-

стоящей статье анализируется констатирующий срез данных исследования. Заметим, что задачи данной статьи ограничены установлением и аксиологической интерпретацией парадокса приватности, тогда как вопросы целенаправленного формирования ценности безопасности и связанная с ними динамика составляют предмет самостоятельной разработки.

Диагностический инструментарий объединял несколько взаимодополняющих методик. Реальные поведенческие практики изучались с помощью специально разработанной анкеты «Поведение в области медиабезопасности». Анкета охватывает несколько содержательных линий – информационную гигиену, защиту персональных данных, техническую и коммуникационную безопасность, и дополнена блоком ситуационных кейсов; ее внутренняя согласованность признана приемлемой: значения коэффициента α Кронбаха по субшкалам располагались в пределах 0,74–0,86. Для измерения ценностной сферы применялись методика Ш. Шварца в адаптации В.Н. Карандашева и методика М. Рокича. Сам парадокс приватности операционализировался через сопоставление того, насколько осторожным считает себя респондент, с тем, как он ведет себя в действительности.

Количественные данные обрабатывались средствами описательной статистики. Достоверность различий устанавливалась с помощью непараметрических критериев – U-критерия Манна–Уитни, критерия Вилкоксона и χ^2-критерия Пирсона, а теснота и направление связей между показателями оценивались по коэффициенту ранговой корреляции Спирмена. На всех этапах соблюдались принципы добровольного участия, анонимности и информированного согласия респондентов.

Результаты исследования, обсуждение. В рамках настоящей публикации результаты представлены на уровне выявленных тенденций и их статистической значимости; полные количественные показатели, включая значения коэффициентов корреляции и ранговые распределения, будут опубликованы по завершении полного цикла диагностического исследования.

Сопоставление того, что студенты говорят о себе, с тем, как они действуют на самом деле, подтвердило присутствие парадокса приватности в обследованной группе. Абсолютное большинство участников называло приватность важной для себя ценностью и причисляло себя к осмотрительным пользователям, однако последовательно соблюдать весь набор правил защиты персональных данных удавалось лишь немногим. Именно этот зазор между заявленным и осуществляемым и образует наблюдаемое проявление изучаемого феномена. Примечательно, что разрыв воспроизводится на студенческой выборке с той же устойчивостью, что и в исследованиях на иных категориях пользователей, а значит, носит надситуативный характер, не зависит от возраста и социального статуса пользователей и имеет глубокие, не сводимые к частным обстоятельствам основания.

Принципиально важным представляется то, в какой именно сфере локализуется этот разрыв. Корреляционный анализ не выявил статистически значимой положительной связи между уровнем владения цифровыми технологиями и уровнем безопасного поведения; более того, обнаружена слабая, но статистически значимая обратная связь между активностью самопрезентации и осторожностью. Иными словами, техническая умелость не конвертируется в защищенность автоматически, а интенсивное предъявление себя в сети сопряжено со снижением осторожности. Это наблюдение указывает на то, что источник проблемы заключается не в дефиците знаний или навыков, а в иных причинах. Отметим, что полученный результат согласуется и с выводом зарубежных исследователей о «парадоксе контроля»: чем увереннее пользователь распоряжается инструментами самопрезентации, тем менее осмотрительным он оказывается в отношении последствий раскрытия его данных [Brandimarte, Acquisti, Loewenstein, 2013]. Технологическая компетентность, вопреки расхожему представлению, не выступает гарантией безопасности и при определенных условиях может способствовать снижению внимания к безопасности.

Диагностика ценностных ориентаций позволила уточнить природу причин невнимания к безопасности, «парадокса приватности». По результатам применения методик Ш. Шварца и М. Рокича, ценность безопасности занимала в иерархии студентов подчиненное положение, уступая ценностям, связанным с признанием, самостоятельностью и самовыражением. Тем самым подтвердилось исходное предположение: беспечность в обращении с персональными данными есть проекция ценностной иерархии, в которой потребность быть замеченным и оцененным перевешивает потребность в защищенности. Решение раскрыть личную информацию принимается не вопреки знанию о рисках, а потому, что на чаше весов ценность самопредъявления оказывается значимее ценности приватности. В этом смысле поведение студента вполне последовательно и по-своему рационально, но рационально не в логике оценивания рисков, а в логике следования значимым ценностям. Парадокс приватности предстает, таким образом, не как «сбой рассудка», а как закономерное выражение определенной системы ценностей.

Предложенная интерпретация позволяет по-новому оценить освещенные в научной литературе данные. То, что в рамках рациональной модели описывалось как неполнота информации [Flender

C., Müller G., 2012], а в рамках когнитивной – как искажение или эвристика [Acquisti, Brandimarte, Loewenstein, 2015], с аксиологической точки зрения оказывается проявлением приоритета одних ценностей над другими. Пользователь не столько ошибается в расчетах, сколько расставляет акценты в соответствии со своей ценностной иерархией значимого. Отсюда становится понятной и устойчивость феномена, не поддающегося коррекции через простое информирование: сведения о рисках адресуются разуму, тогда как поведение управляется ценностями, и до тех пор, пока безопасность не приобретет для личности статуса значимого ориентира, наращивание осведомленности не способно изменить практику.

Полученные данные согласуются с выводами зарубежных исследователей, все чаще указывающих на то, что преодоление парадокса приватности достигается не столько за счет рациональной осведомленности, сколько посредством воздействия на эмоционально-ценностные основания поведения [Acquisti, Brandimarte, Loewenstein, 2015; Dienlin, Trepte, 2015]. Они согласуются и с отечественными наблюдениями, связывающими беспечность подрастающего поколения с особенностями его ценностной иерархии [Ушкин, Коваль, Мартынова, 2025], а также с анализом цифровой медиасреды, систематически провоцирующей самораскрытие [Чеснокова, 2025].

Представив аксиологическую интерпретацию парадокса приватности, мы предлагаем сделать следующий шаг: перевести парадокс приватности из разряда констатируемых социально-психологических фактов в разряд педагогически разрешимых проблем. Если беспечность коренится в ценностной сфере, то и преодолеваться она должна средствами, обращенными к этой сфере, то есть средствами воспитания, а не одного лишь освоения знания (информирования) в процессе обучения или вне его.

Отсюда вытекает ключевое для образовательной практики следствие. Привычная методика в рамках когнитивного подхода, согласно которой достаточно рассказать студенту об угрозах, чтобы он стал осторожнее, оказывается несостоятельной: знание само по себе не порождает поведения. Действенным механизмом выступает аксиологизация медиаобразования, то есть смещение акцента с усвоения знания, трансляции предписаний на формирование ценностного отношения, при котором безопасность перестает быть внешним требованием и становится внутренним ориентиром личности. Можно сказать точнее с дидактической точки зрения, наряду с освоением знания, осваивать и способы его получения и применения, а также вырабатывать эмоционально-ценностное отношение к полученному знанию, и таким образом его «присвоить», сделать осознанным и необходимым для себя. Только пройдя через интериоризацию, ценность безопасности обретает способность регулировать реальное поведение даже в отсутствие внешнего контроля. При этом аксиологизация не противопоставляется развитию технических и информационных умений, а надстраивается над ними: операциональная грамотность сохраняет значение необходимого условия, обретая действенность лишь в соединении с ценностным основанием. Становится очевидной необходимость действовать в русле дидактических представлений В.В. Краевского, М.Н. Скаткина, И.Я. Лернера. В их монографии «Дидактика средней школы» [Краевский и др., 1982] представлена концепция содержания образования, которая состоит из четырех компонентов: «опыт познавательной деятельности», то есть освоение знаний; «опыт осуществления известных способов деятельности», то есть формирование умений и навыков; «опыт творческой деятельности»; «опыт эмоционально-ценностного отношения», то есть аксиологический аспект образования. Освоение четырех видов опыта, формируемого в результате обучения, развития и воспитания, осуществляется дидактически выверенными методами, которые также тщательно проработаны этими известными дидактами. Почему же возникает проблема разработки конкретных педагогических методов и средств, обеспечивающих такую интериоризацию, в высшем образовании? Мы видим здесь две серьезных причины: недостаточная педагогическая подготовка преподавателей вузов, которые могут быть компетентными специалистами в своей предметной области, но практически не обладать специальными знаниями и умениями в сфере педагогики; и второе – невнимание к научному наследию, незнание известных дидактических закономерностей, чем в настоящее время грешит не только высшее образование, но даже и педагогическая наука. Однако эта проблема не является предметом настоящей статьи.

Что же касается разработки дидактических и методических способов обучения и воспитания студенческой молодежи в целях преодоления парадокса приватности, усвоения необходимых ради безопасности личности ценностных установок относительно применения определенных норм, закрепления таких норм, как легитимных и обязательных в целях безопасности и успешной деятельности в современной мире, то такая исследовательская работа продолжается и результаты будут освещены в следующих публикациях.

Заключение. Проведенное исследование позволяет сформулировать ряд выводов. Во-первых, парадокс приватности, традиционно осмысляемый как социологический, психологический или правовой феномен, обладает выраженным аксиологическим измерением: расхождение между декларируе-

мой обеспокоенностью приватностью и реальным поведением коренится в ценностной иерархии личности, а не в дефиците ее знаний.

Во-вторых, эмпирические данные свидетельствуют, что владение цифровыми технологиями не связано напрямую с безопасным поведением, тогда как интенсивная самопрезентация сопряжена со снижением осторожности; это локализует разрыв в ценностной, а не в когнитивной сфере.

В-третьих, подчиненное положение ценности безопасности в ценностной иерархии студентов, уступающей ценностям признания и самовыражения, объясняет устойчивость парадокса и указывает направление его преодоления.

В-четвертых, разрешение парадокса приватности в образовательной практике предполагает не наращивание информированности о рисках, а аксиологизацию медиаобразования – формирование безопасности как интериоризированной личностной ценности путем применения дидактических представлений о видах опыта обучающихся, которые должны осваиваться в комплексе. Только освоение всех четырех компонентов (знания, умения, творчество, эмоционально-ценностное отношение) дает успешный результат образования.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с разработкой и апробацией в высшем образовании педагогической модели образования, включающего формирование всех четырех видов опыта и тем самым обеспечивающего интериоризацию ценности безопасности и, следовательно, повышение ее значимости в ценностной иерархии студентов. Практическая востребованность результатов определяется возможностью их применения при проектировании воспитательной деятельности и программ медиаобразования в высшей школе, при разработке диагностического инструментария оценки культуры медиабезопасности, а также в системе повышения квалификации научно-педагогических работников.

Список источников

Бондаревская Е.В. Теория и практика личностно-ориентированного образования: монография. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского педагогического университета, 2000. 351 с.

Иванова С.В., Иванов О.Б. Аксиологический кризис в современном мире: найти выход // Отечественная и зарубежная педагогика. 2022. Т.1, №1. С.7-29.

Кирьякова А.В. Аксиология образования: ориентация личности в мире ценностей. Москва: Дом педагогики, 2009. 318 с.

Краевский В. В. и др. Дидактика средней школы: некоторые проблемы современной дидактики / под ред. М.Н. Скаткина. Москва: Просвещение, 1982. 319 с.

Крылова Н.Б. Культурология образования. Москва: Народное образование, 2000. 272 с.

Лиотар Ж.-Ф. Ответ на вопрос: что такое постмодерн? // Ad Marginem’93: Ежегодник Лаборатории постклассических исследований Института философии РАН / пер. с фр. А. Гараджи. Москва: Ad Marginem, 1994. С. 307–323.

Пронкина Е.С. Парадокс приватности: почему пользователи социальных медиа раскрывают персональную информацию в публичном пространстве // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 8 (41). С. 155–165.

Сластенин В.А. и др. Педагогическая аксиология: монография. Красноярск: Сибирский государственный технологический университет, 2008. 293 с.

Соловкин С.В. Значение парадокса приватности для законодательства о персональных данных в условиях становления общества наблюдения // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2022. № 4. С. 109–119. https://doi.org/10.17803/2311–5998.2022.92.4.109–119.

Ушкин С.Г., Коваль Е.А., Мартынова М.Д. Цифровая безопасность подростков: социологический анализ // Интеграция образования. 2025. Т. 29, № 1 (118). С. 114–131. https://doi.org/10.15507/1991-9468.029.202501.114-131.

Философская энциклопедия. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/8928/ПРИВАТНОСТЬ (Дата обращения: 23.06.2026).

Чеснокова Л.В. Цифровая медиасреда и проблемы приватности // Вестник Гуманитарного университета. 2025. Т. 13, № 1. С. 136-145. https://doi.org/10.35853/vestnik.gu.2025.13-1.12.

Acquisti A., Brandimarte L., Loewenstein G. Privacy and human behavior in the age of information // Science. 2015. Vol. 347, No. 6221. P. 509–514.

Barnes S.B. A privacy paradox: Social networking in the United States // First Monday. 2006. No. 11. https://doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394.

Brandimarte L., Acquisti A., Loewenstein G. Misplaced confidences: Privacy and the control paradox // Social Psychological and Personality Science. 2013. Vol. 4, No. 3. P. 340–347.

Dienlin T., Trepte S. Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors // European Journal of Social Psychology. 2015. Vol. 45, No. 3. P. 285–297.

Flender C., Müller G. Type indeterminacy in privacy decisions: the privacy paradox revisited // Quantum Interaction. Berlin; Heidelberg: Springer, 2012. P. 148–159.

Knijnenburg B.P., Kobsa A., Jin H. Dimensionality of information disclosure behavior // International Journal of Human-Computer Studies. 2013. Vol. 71, No. 12. P. 1144–1162.

Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon //

Computers & Security. 2017. Vol. 64. P. 122–134.

Taddicken M. The 'privacy paradox' in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure // Journal of Computer-Mediated Communication. 2014. Vol. 19, No. 2. P. 248–273.

References

Bondarevskaya E.V. Theory and practice of personality-oriented education: monograph. Rostov-on-Don: Rostov Pedagogical University Publishing House, 2000. 351 p. (In Russ).

Ivanova S.V., Ivanov O.B. The axiological crisis in the modern world: finding a way out. *Otechestvennaya i zarubezhnaya pedagogika = Domestic and foreign pedagogy*. 2022. Vol. 1, No. 1. Pp.7-29. (In Russ).

Kiryakova A.V. Axiology of education: personal orientation in the world of values. Moscow: House of Pedagogy, 2009. 318 p. (In Russ).

Kraevsky V. V. and others. Secondary school didactics: some problems of modern didactics / ed. by M.N. Skatkin. Moscow: Prosveshchenie Publ., 1982. 319 p. (In Russ).

Krylova N.B. Cultural studies of education. Moscow: National Education, 2000. 272 p. (In Russ).

Lyotard J.-F. The answer to the question: what is postmodernity? In: Ad Marginem'93: Yearbook of the Laboratory of Postclassical Studies at the Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences / translated from French by A. Garadzhi. Moscow: Ad Marginem, 1994. Pp. 307-323. (In Russ).

Pronkina E.S. The paradox of privacy: why users of social media disclose personal information in the public space. *Vestnik RSUH. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Literary Studies. Linguistics. Cultural studies*. 2018. No. 8 (41). Pp. 155-165. (In Russ).

Slastenin V.A. and others. Pedagogical axiology: a monograph. Krasnoyarsk: Siberian State Technological University, 2008. 293 p. (In Russ).

Solovkin S.V. The importance of the privacy paradox for the legislation on personal data in the context of the formation of a surveillance society. *Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGYuA) = Bulletin of the O.E. Kutafin University (MGUA).* 2022. No. 4. Pp. 109-119. (In Russ). https://doi.org/10.17803/2311-5998.2022.92.4.109-119 .

Ushkin S.G., Koval E.A., Martynova M.D. Digital safety of adolescents: a sociological analysis. *Integraciya obrazovaniya = Integration of education*. 2025. Vol. 29, No. 1 (118). Pp. 114-131. https://doi.org/10.15507/1991-9468.029.202501.114-131 .

The Philosophical encyclopedia. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/8928/ПРИВАТНОСТЬ (Date of application: 23.06.2026). (In Russ).

Chesnokova L.V. Digital media environment and privacy issues. *Vestnik Gumanitarnogo universiteta = Bulletin of the University of Humanities*. 2025. Vol. 13, No. 1. Pp. 136-145. https://doi.org/10.35853/vestnik.gu.2025.13-1.12

Acquisti A., Brandimarte L., Loewenstein G. Privacy and human behavior in the age of information. *Science.* 2015. Vol. 347, No. 6221. Pp. 509–514. (In Eng).

Barnes S.B. A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday.* 2006. No. 11. (In Eng). https://doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394.

Brandimarte L., Acquisti A., Loewenstein G. Misplaced confidences: Privacy and the control paradox. *Social Psychological and Personality Science*. 2013. Vol. 4, No. 3. Pp. 340–347. (In Eng).

Dienlin T., Trepte S. Is the privacy paradox a relic of the past? An in-depth analysis of privacy attitudes and privacy behaviors. *European Journal of Social Psychology.* 2015. Vol. 45, No. 3. Pp. 285–297. (In Eng).

Flender C., Müller G. Type indeterminacy in privacy decisions: the privacy paradox revisited. In: Quantum Interaction. Berlin; Heidelberg: Springer, 2012. Pp. 148–159. (In Eng).

Knijnenburg B.P., Kobsa A., Jin H. Dimensionality of information disclosure behavior. *International Journal of Human-Computer Studies.* 2013. Vol. 71, No. 12. Pp. 1144–1162. (In Eng).

Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon. *Computers & Security.* 2017. Vol. 64. Pp. 122–134. (In Eng).

Taddicken M. The 'privacy paradox' in the social web: The impact of privacy concerns, individual characteristics, and the perceived social relevance on different forms of self-disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication.* 2014. Vol. 19, No. 2. Pp. 248–273. (In Eng).

Статья поступила в редакцию 30.06.2026; одобрена после рецензирования 01.07.2026; принята к публикации 03.07.2026.

The article was submitted 30.06.2026; approved after reviewing 01.07.2026; accepted for publication 03.07.2026.