

Парадокс приватности: почему пользователи социальных медиа раскрывают персональную информацию в публичном пространстве

Елена С. Пронкина

*Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия, epronkina@hse.ru*

Аннотация. В статье предпринимается попытка определения состояния научной дискуссии вокруг феномена парадокса приватности, ставшим предметом интереса многих исследователей Интернета. Изучая различные практики пользователей Интернета, исследователи обратили внимание на существование определенного разрыва между обеспокоенностью проблемой приватности и реальными действиями пользователей в Интернете. Основная цель статьи состоит в выявлении возможных причин существования парадокса приватности и изучении соответствующих объяснительных моделей. Кроме того, в ходе анализа публикаций описываются различные методологические подходы, способы оценки разрыва между представлениями пользователей о приватном и их действиями в сети. Утверждается необходимость отказа от рассмотрения приватности пользователей как единой и неразрывной. Обращается внимание на важность изучения разнообразных приватностей: будь то представления о приватном, проявляющиеся в ходе совершения онлайн-транзакций, представления о романтической приватности, деловой приватности и т. д. Делается вывод о необходимости изучения различных видов персональной информации, раскрываемых в различных культурных и технологических контекстах. Основная задача будущих исследований парадокса приватности заключается в конкретизации предмета исследования и сочетании различных методологических подходов.

Ключевые слова: парадокс приватности, социальные сети, Интернет, персональная информация, публичное пространство

Для цитирования: Пронкина Е.С. Парадокс приватности: почему пользователи социальных медиа раскрывают персональную информацию в публичном пространстве // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. № 8 (41). С. 155–165. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-8-155-165

The privacy paradox: why users of social media disclose personal information in public space

Elena S. Pronkina

*National Research University Higher School of Economics,
Moscow, Russian Federation, epronkina@hse.ru*

Abstract. The article makes an attempt to define the state of scientific discussion around the paradox of privacy, which became the subject of interest for many Internet researchers. Studying the various practices of Internet users, the researchers paid attention to the existence of a certain gap between the concern with privacy issue and the real actions of users on the Internet. The main goal of this work is to identify possible reasons for the paradox of privacy existence and study appropriate explanatory models of this phenomenon. In addition, in course of the analysis various methodological approaches are described including the ways of assessing of the gap between users' perceptions of the private and their actions on the network. The author asserts a necessity to refrain from considering the privacy of users as something unified and consistent. Attention is drawn to the importance of studying a variety of privacy types: be it representations of the private, manifested in the course of online transactions, and representations of romantic privacy, business privacy, etc. It is concluded that it is necessary to study various types of personal information disclosed in various cultural and technological contexts. The main goal of the future study of the privacy paradox of privacy is a specifying the research subject and a combination of different methodological approaches.

Keywords: privacy paradox, social networks, internet, personal information, public space

For citation: Pronkina ES. The privacy paradox: why users of social media disclose personal information in public space. *RSUH/ RGGU Bulletin. "History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies" Series*. 2018;8:155-65. DOI: 10.28995/2073-6355-2018-8-155-165

Развитие интернет-технологий спровоцировало возникновение большого количества разнообразных дискуссий. Одной из самых обсуждаемых тем стала проблема приватности. Пользователи Интернета получили возможность расширить границы личного пространства, выражая свое «я» в сети. В то же время появление Интернета также сделало возможным наблюдение за действиями рядовых пользователей, что способствовало росту их уязвимости. Возник вопрос о необходимости защиты приватности в условиях цифровой среды.

Согласно результатам опроса Левада-центра, посвященного проблеме безопасности личных данных в Интернете и проведенного среди жителей России в 2017 г., 46% респондентов осведомлены о существовании этой проблемы [1]. Вместе с тем только 24% опрошенных заявили, что данная проблема не вызывает у них никакого беспокойства [1]. Результаты опроса позволяют оценить распространенность следующих способов защиты собственной приватности в Интернете: использование паролей (19%), использование специальных средств защиты (18%), отказ от размещения конфиденциальной информации в Интернете (15%), отказ от обсуждения конфиденциальной информации в процессе разговора по мобильному телефону (13%), ограничение использования Интернета и мобильной связи (6%). При этом 41% респондентов не намерены предпринимать конкретные действия по защите персональной информации.

Данные опроса Левада-центра свидетельствуют о наличии разрыва между осведомленностью о проблеме приватности в Интернете и намерением предпринять конкретные действия по защите приватности. Становится ясно, что проблема приватности в Интернете сложна и неоднозначна. Ряд исследователей Интернета заинтересовались тем, как пользователи Интернета воспринимают собственную приватность, какие шаги они предпринимают, чтобы управлять этой приватностью. Изучая практики пользователей Интернета, они обратили внимание на существование «парадокса приватности». Концепция «парадокса приватности» предполагает расхождение представлений пользователей о приватном и их действий в Интернете. Предполагается, что декларируемая забота о приватности не согласуется с раскрытием личной информации в Интернете [2].

Еще ранние исследования Интернета, в частности, направленные на изучение практик и установок пользователей, совершающих покупки в онлайн-среде, подтвердили существование разрыва между обеспокоенностью пользователей вопросами приватности

и их реальными действиями в Интернете [3 с. 4]. С появлением социальных сетей исследователи обратили внимание на повседневные практики представления себя в публичном пространстве и дискуссии вокруг проблемы приватности получили новый виток. Первые подобные исследования были ориентированы на изучение поведения молодежи, призывали к повышению осознанности и грамотности пользователей [4]. Ряд исследователей подтвердили гипотезу о крайне небольшой связи между обеспокоенностью проблемами приватности и раскрытием информации в социальных сетях [5, 6]. Однако данные, полученные в ходе этих исследований, демонстрировали совершенно разные подходы пользователей к регулированию приватности в социальной сети. Так, например, не было до конца ясно, как непосредственная видимость контента в сети и регулирование видимости связаны с установками пользователя в отношении приватного [3 с. 7].

М. Таддикен, проведя опрос среди пользователей Интернета в Германии, пришла к выводу, что связь между обеспокоенностью проблемой приватности в Интернете и реальным поведением пользователя опосредуют такие переменные, как воспринимаемая социальная релевантность и количество социальных сетей, которыми пользуется индивид [7]. Объясняя значимость фактора социальной релевантности, исследовательница исходит из описания самораскрытия как неотъемлемого элемента коммуникации. Однако это самораскрытие, в свою очередь, зависит от восприятия конкретной коммуникативной ситуации [7]. Принимая решение о раскрытии тех или иных сведений, пользователи могут оценивать ближайшее социальное окружение и распространенные среди этого окружения нормы и практики. Исследование М. Таддикен показывает, что пользователи ориентируются на своих близких и друзей при раскрытии информации в социальной сети. В свою очередь, количество используемых приложений и раскрытие персональной информации связаны отрицательно: чем меньше приложений использует индивид, тем больше информации он раскрывает [7].

Ранние исследования Интернета зачастую были ориентированы на изучение практик молодых людей, так как именно молодые люди составляли основную аудиторию многих онлайн-площадок. Так, исследователи приватности в Интернете, в свою очередь, делали вывод о том, что парадокс приватности является отличительной чертой молодого поколения пользователей [2]. Дальнейшие исследования показали, что поколенческий фактор не является определяющим в решении парадокса приватности [2].

В первых исследованиях приватности, появившихся после возникновения социальных сетей, рассказы пользователей о своей жизни рассматривались как недостаток приватности [2]. При этом ранние исследования не выявили связи между базовыми представлениями о приватности и раскрытием информации о себе в социальной сети [2]. Возникает вопрос о том, насколько соответствуют друг другу представления о приватности в офлайне и представления о приватности в онлайн, можно ли вообще говорить о единой концепции представлений о приватном. Так, например, группа исследователей, занимавшихся изучением поведения студенческой молодежи в Интернете, пришла к выводу, что раскрытие информации о себе в социальной сети просто не расценивается пользователями как действие, угрожающее их приватности, в отличие от ряда других действий [8]. Это означает, что раскрытие информации о себе в сети проблематично рассматривать как индикатор обеспокоенности вопросами приватности [2].

В то же время другие исследователи отстаивают позицию, в рамках которой публикация информации в онлайн не означает отсутствия обеспокоенности проблемами приватности. Обращаясь к практикам тинейджеров, Д. Бойд и А. Марвик рассуждают о том, что стремление быть частью определенного сообщества (*be in public*) не должно приравниваться к стремлению быть публичным (*be public*) [9 с. 2]. Активное поведение в социальной сети также вписано в рамки этого процесса. Вместо отказа от публикации постов пользователи могут кодировать распространяемые сведения таким образом, чтобы ограничить понимание определенной аудиторией этих сведений [9 с. 8]. Практики кодирования включают в себя апелляцию к определенному культурному бэкграунду, использование неясных формулировок и местоимений. На основе полученных данных Д. Бойд и А. Марвик предлагают модель сетевой приватности, в рамках которой приватность понимается как практика, детерминированная типом аудитории, свойствами технологической платформы и социальными нормами [9 с. 12]. Они заявляют, что существующие теории приватности не позволяют адекватно оценивать изменения, происходящие в результате развития интернет-технологий и появления социальных сетей [9]. Их критика направлена на индивидуалистические подходы к осмыслению приватности, распространенные в правовом и технологическом дискурсе. Тогда как Интернет и пространство социальных сетей связывают пользователя с другими пользователями и заставляют нас рассматривать поведение пользователя в контексте действий других пользователей.

Среди других стратегий защиты приватности в пространстве социальных медиа исследователи выделяют удаление контента, удаление тегов с фотографий, блокировку заявки в друзья, управление настройками приватности профиля, создание специальных списков пользователей, фальсификацию персональной информации [10 с. 480–482]. Выясняется, что зачастую пользователи беспокоятся не о том, что в Интернете размещены их личные данные, а о том, можно ли найти эти данные и при помощи них идентифицировать самого пользователя [10 с. 493].

В целом исследователи не просто стремятся зафиксировать существование парадокса приватности, но также дать ему объяснение. Среди возможных причин существования данного феномена можно отметить наличие доверия к социальной сети, недостаток интернет-грамотности, а также получение определенного символического капитала через раскрытие персональной информации [11, 12, 7].

Одним из самых последних исследований, посвященных этой проблеме, является работа Э. Харгиттаи и А. Марвик. Исследовательницы провели фокус-группы с пользователями Интернета в возрасте от 19 до 35 лет для того, чтобы узнать, как их отношение к приватности согласуется с действительным поведением в онлайн-пространстве [2]. Они пришли к выводу, что участники исследования осознают потенциальные риски вследствие раскрытия персональной информации в Интернете и предпринимают попытки защиты подобной информации, однако считают собственные возможности ограниченными [2]. Недостаток контроля связывается с технологическим и социальным контекстом поведения пользователя в сети. С одной стороны, технологические особенности платформы, в частности платформы социальных медиа, предлагают пользователям определенные паттерны поведения, стимулируя их к раскрытию персональной информации и вступлению в информационный обмен с другими пользователями. С другой стороны, пользователи не могут контролировать действия других пользователей, которые могут нарушить их приватность, например, выложить в публичное пространство частную переписку [2]. Эта ситуация соотносится с моделью «сетевой приватности», предложенной Д. Бойд и А. Марвик.

Пытаясь объяснить парадокс приватности, исследователи зачастую выходят за рамки представлений о приватности и ищут причины в сторонних факторах: будь то недостаток интернет-грамотности или же нежелание упустить выгоду, которую можно получить, представив себя в публичном пространстве. Однако можно также

осмыслить этот парадокс исходя из самих представлений о приватном. Сами по себе представления о приватном являются сложным явлением, обусловленным многими социокультурными факторами. Они оказываются связанными с рядом значимых культурных оппозиций: опасный – безопасный, нравственный – безнравственный, нормальный – ненормальный, допустимый – недопустимый и пр. Множество попыток осмысления парадокса приватности так или иначе вписаны в контекст рассуждений об опасном–безопасном, когда поведение пользователя предстает либо рациональным, либо нерациональным. Тогда как действия пользователя, к примеру, могут быть также осмыслены как результат представлений о допустимом–недопустимом. Речь идет о необходимости смещения акцента и использовании разных оптик при изучении поведения пользователей социальных сетей. Эта необходимость обуславливается в том числе и многообразием способов, которыми себя проявляют представления о приватном в офлайн и онлайн-среде. Принимая решение о публикации персональной информации в разных социокультурных ситуациях, пользователи совершают действия, связанные с раскрытием разной персональной информации: будь то сведения, распространенные в ходе совершения онлайн-транзакции, относящиеся к романтическим отношениям, деловым отношениям и т. п. В свою очередь, даже раскрытие одного и того же типа персональной информации сильно зависит от контекста совершения этого действия, как свидетельствует теория сетевой приватности. Изучая связь между базовыми представлениями о приватности и поведением пользователей, следует конкретизировать представления людей о приватном, тип раскрываемой персональной информации и контекст совершаемого действия.

Э. Харгиттай и А. Марвик предпринимают попытку проблематизации этой связи, показывая необходимость более глубокого изучения представлений и установок пользователей [2]. В ходе дискуссий с участниками исследования Э. Харгиттай и А. Марвик определили, что респонденты больше внимания уделяют социальным рискам, появляющимся вследствие раскрытия персональной информации, как то: вероятности возникновения конфликта с близкими людьми, но меньше внимания уделяют институциональным рискам [2]. Основываясь на этих наблюдениях, также следует сделать вывод о необходимости диверсификации установок людей, касающихся их отношения к публичному и приватному. Например, пользователь может проявлять высокую степень обеспокоенности защитой своих персональных данных в социальных сетях, не публиковать информацию о себе, не выкладывать фотографии, но при

этом совершать покупки в Интернете, предоставляя информацию о своей кредитной карте. Поэтому изучая отношение пользователей к приватному и публичному в Интернете, необходимо рассматривать отдельные виды персональной информации.

В соответствии с результатами исследования Э. Харгиттаи и А. Марвик пользователи могут выказывать некое равнодушие и апатию по отношению к вопросам приватности в Интернете, так как признают неизбежность нарушения границ приватности в этом пространстве [2]. Основной вывод, к которому приходят Харгиттаи и Марвик, заключается в том, что вывод об отсутствии интереса к проблеме приватности среди молодых людей является не совсем корректным обобщением [2]. Сниженный интерес скорее представляет собой апатию, развивающуюся на фоне мыслей о невозможности достижения максимальной сохранности своих персональных данных в сетевом пространстве Интернета. Возможность абсолютной защиты своих персональных данных мыслится как желанная, но утопичная.

Итак, исследователи предлагают разные способы объяснения феномена парадокса приватности. Расхождения в этих моделях происходят не только из различий исследовательских оптик, но и из разного понимания предмета исследования. Греческий исследователь Спирос Коколакис, делая достаточно подробный обзор научной литературы по проблеме парадокса приватности, делает следующее наблюдение: ряд исследователей, описывая парадокс приватности, рассуждают о расхождении между поведением пользователя и проблемами приватности, вопросами, вызывающими беспокойство (*privacy concerns*), другие – апеллируют к разрыву между поведением и установками пользователя, его отношением к определенным вещам (*privacy attitudes*) [3 с. 3]. Он утверждает, что проблемы приватности (*privacy concerns*) носят более общий характер и не зависят от контекста, тогда как установки индивида связаны с конкретной ситуацией. Также Коколакис говорит об обращении исследователей к концептам поведения (*privacy behaviour*) и намерения (*privacy intention*) при попытке описать действия пользователей. При этом важно понимать, что намерения индивида не всегда оборачиваются конкретным поведением. Исследователь настаивает на необходимости различения всех этих понятий при изучении парадокса приватности.

Возможное разрешение парадокса приватности лежит в области диверсификации способов его изучения. Анализ литературы показал, что в исследовательской среде утверждается необходимость отказа от обобщающих концептов, значительным образом упроща-

ющих представления людей о приватном. Так, следует обращать внимание на различные социальные группы, учитывать влияние как культурных, так и технологических факторов, рассматривать различные составляющие приватного и не забывать о разнообразии методологических подходов. Выбирая количественную или качественную методологию, исследователи также принимают решение об использовании либо самоописаний пользователей, либо фактической информации о действиях пользователей в социальной сети. Можно предположить, что фактическая информация окажется более достоверной, а потому полезной для понимания истинной природы парадокса приватности. Однако самоописания пользователей также представляют собой достаточно ценный источник информации, позволяющий делать выводы о том, как пользователи воспринимают собственные практики. Наиболее эффективное решение заключается в комбинации этих источников.

Литература

1. Безопасность персональных данных [Электронный ресурс] // Левада-центр. Аналитический центр Юрия Левады. 2017. URL: <https://www.levada.ru/2017/05/25/bezopasnost-personalnyh-dannyh/> (дата обращения 02.04.2017).
2. Hargittai E., Marwick A. "What Can I Really Do?" Explaining the Privacy Paradox with Online Apathy // International Journal of Communication. 2016. № 10. С. 3737–3757.
3. Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behavior: A review of current research on the privacy paradox phenomenon // Computers & Security. 2015. July. С. 1–29. DOI:10.1016/j.cose.2015.07.002
4. Barnes S.B. A privacy paradox: Social networking in the United States [Электронный ресурс] // First Monday. 2006. Vol. 11. № 9. 4 Sept. URL: <http://firstmonday.org/article/view/1394/1312> (дата обращения 02.04.2017).
5. Tufekci Z. Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites [Электронный ресурс] // Bulletin of Science, Technology & Society. 2008. № 28 (1). P. 20–36. DOI: 10.1177/0270467607311484
6. Reynolds B., Venkatanathan J., Gonçalves J., Kostakos V. Sharing ephemeral information in online social networks: privacy perceptions and behaviours [Электронный ресурс] // Proceedings of the 13th IFIP TC13 Conference on Human-Computer Interaction (INTERACT 2011). September 5–9. Lisbon, Portugal, 2011. DOI:10.1007/978-3-642-23765-2_14
7. 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 [Электронный ресурс] // Journal of Computer-Mediated Communication. 2014. № 19 (2). С. 248–273. DOI: 10.1111/jcc4.12052
8. Jones S., Johnson-Yale C., Millermaier S., Perez F. S. Everyday life, online: U.S. college students' use of the Internet [Электронный ресурс] // First Monday. 2009. Vol. 14. № 10–5 October. URL: <http://firstmonday.org/article/view/2649/2301> (дата обращения 02.04.2017).
 9. Boyd D., Marwick A.E. Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media [Электронный ресурс] // New Media & Society. 2014. № 16 (7). P. 1–17. DOI: 10.1177/1461444814543995
 10. Young A.L., Quan-Haase A. Privacy protection strategies on Facebook [Электронный ресурс] // Information, Communication & Society. 2013. № 16(4). P. 479–500. DOI: 10.1080/1369118X.2013.777757
 11. Acquisti A., Gross R. Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook [Электронный ресурс] // Privacy Enhancing Technologies: 6th International Workshop, PET 2006. Cambridge, UK. June 28–30. 2006: Revised Selected Papers. 2006. P. 36–58. DOI:10.1007/11957454_3
 12. Park Y.J. Digital Literacy and Privacy Behavior Online [Электронный ресурс] // Communication Research. 2013. № 40 (2). P. 215–236. DOI: 10.1177/0093650211418338

References

1. Security of personal data [Internet]. Levada-center. Analytical Center of Yuri Levada. 2017. [data obrashcheniya 02 Apr. 2017]. URL: <https://www.levada.ru/2017/05/25/bezopasnost-personalnyh-dannyh/>
2. Hargittai E., Marwick A. “What Can I Really Do?” Explaining the Privacy Paradox with Online Apathy. *International Journal of Communication*. 2016;10:3737-757.
3. Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behavior: A review of current research on the privacy paradox phenomenon [Internet]. *Computers & Security*. 2015; July:1-29. DOI:10.1016/j.cose.2015.07.002
4. Barnes SB. A privacy paradox: Social networking in the United States [Internet]. *First Monday*. 2006. [data obrashcheniya 02 Apr. 2017]. URL: <http://firstmonday.org/article/view/1394/1312>
5. Tufekci Z. Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites [Internet]. *Bulletin of Science, Technology & Society*. 2008;1:20-36. DOI: 10.1177/0270467607311484
6. Reynolds B., Venkatanathan J., Gonçalves J., Kostakos V. Sharing ephemeral information in online social networks: privacy perceptions and behaviours [Internet]. *Proceedings of the 13th IFIP TC13 Conference on Human-Computer Interaction (INTERACT 2011)*. 5–9 September, Lisbon, Portugal, 2011. DOI:10.1007/978-3-642-23765-2_14

7. 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 [Internet]. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2014;2:248-73. DOI: 10.1111/jcc4.12052
8. Jones S., Johnson-Yale C., Millermaier S., Perez FS. Everyday life, online: U.S. college students' use of the Internet [Internet]. *First Monday*. 2009;10. [data obrashcheniya 02 Apr. 2017]. URL: <http://firstmonday.org/article/view/2649/2301>
9. Boyd D., Marwick AE. Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media [Internet]. *New Media & Society*. 2014;7:1-17. DOI: 10.1177/1461444814543995
10. Young AL., Quan-Haase A. Privacy protection strategies on Facebook [Internet]. *Information, Communication & Society*. 2013;4:479-500. DOI: 10.1080/1369118X.2013.777757
11. Acquisti A., Gross R. Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook [Internet]. *Privacy Enhancing Technologies: 6th International Workshop, PET 2006, Cambridge, UK, June 28-30, 2006: Revised Selected Papers*. P. 36-58. DOI:10.1007/11957454_3
12. Park YJ. Digital Literacy and Privacy Behavior Online [Internet]. *Communication Research*. 2013;2:215-36. DOI: 10.1177/0093650211418338

Информация об авторе

Елена С. Пронкина, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; Россия, Москва, 109028, Малый Трехсвятительский пер., д. 8/2, стр. 1; epronkina@hse.ru

Information about the author

Elena S. Pronkina, National State University "Higher School of Economics", Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 8/2, Malyi Trekhsvyatitel'skii lane, Moscow, 109028, Russia; epronkina@hse.ru