

*Елизавета Сивак*

*Бebиситтеры: уберизация заботы о детях<sup>1</sup>*

## **Введение**

Данная статья анализирует уберизацию заботы о детях: в тексте рассматриваются особенности услуг бeбиситтеров и то, как формируется доверие к ним со стороны родителей. В настоящее время в России происходит коммерциализация ухода и присмотра за детьми. Эти задачи, выполнение которых в традиционном обществе воспринималось как естественная часть женской гендерной роли, в современном обществе становятся оплачиваемой работой, получающей большее, по сравнению с тем, что было раньше, признание (Здравомыслова 2009) и осуществляемой представителями разных профессиональных групп и видов занятости. Наиболее часто родители пользуются услугами воспитателей и нянь в детских садах: по данным на 2015 год детские сады посещают 66 % детей в возрасте 1–6 лет (Росстат 2017). Есть спрос и на услуги частных нянь — ими пользуется 1,1 % домохозяйств с детьми в возрасте до 14 лет (Синявская, Гладникова 2007).

В этой работе нас интересует частный случай коммерциализации заботы о детях: краткосрочное делегирование присмотра и ухода за ребенком представителям зарождающегося вида занятости — бeбиситтерам. В России долгое время поиск бeбиситтеров осуществлялся с помощью ближнего социального окружения и основывался на персонифицированном доверии к конкретному человеку или тому, кто ее или его рекомендует. Не существовало универсальных норм, регулирующих взаимодействие родителей и бeбиситтеров. Бeбиситтеры преимущественно играли роль эпизодических помощников, к услугам которых вынужденно обращаются в ситуациях, когда нанимать постоянную няню нецелесообразно.

В последние годы возникают интернет-сервисы, с помощью которых можно искать исполнителей для различных задач, в том числе для присмотра и ухода за ребенком. Эти

---

<sup>1</sup> Сивак Е. В. Бeбиситтеры: уберизация заботы о детях // Вкн.: Критическая социология заботы: перекрёстки социального неравенства. СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. С. 193-215.

сервисы построены по принципу «Убера»<sup>2</sup>. Их отличительными чертами являются: 1) оперативное соединение спроса и предложения с минимальным посредничеством; 2) распределенное по множеству исполнителей предложение краткосрочных услуг, осуществляемых по требованию. С появлением подобных сервисов происходит институционализация помощи бебиситтеров — вырабатываются неформальные правила и регулирующие механизмы, которые уменьшают асимметрию информации при использовании услуг временных помощников и страхуют от недобросовестного поведения как бебиситтеров, так и родителей. Можно говорить о том, что бебиситтеры профессионализируются, становятся альтернативой няням, а не временной их заменой. Отличие сервиса, рассматриваемого в данной статье, состоит в том, что он специализируется именно на подборе временных помощников по уходу и присмотру за детьми и содержит развитую систему механизмов, которые способствуют формированию доверия к бебиситтерам.

Изучая уберизацию заботы о детях, мы фокусируемся на двух аспектах этой темы. В первой части статьи, изучив то, как создатели интернет-сервиса и его клиенты описывают преимущества уберизированной заботы, мы выделяем особенности услуг бебиситтеров, которые позволяют им занять уникальную рыночную нишу. К этим особенностям относятся: 1) предоставление краткосрочной помощи по уходу за детьми, 2) тот факт, что бебиситтера легче сменить, чем няню, 3) способность бебиситтера обеспечить безопасность и эмоциональный комфорт ребенка без вмешательства в его или ее воспитание. Однако сменяемость бебиситтеров, краткосрочный характер их помощи, а также то, что этот вид занятости сформировался недавно и слабо институционализирован, могут вызывать недоверие родителей к бебиситтерам. Во второй части статьи мы анализируем, с помощью каких инструментов эти проблемы преодолеваются и как формируется доверие семей к временным поставщикам заботы о детях.

---

<sup>2</sup>Термин *уберизация*, произошедший от названия мобильного приложения для поиска услуг такси, используется для описания изменений, которые претерпевают самые разные сферы занятости — гостиничная индустрия, приготовление еды, медицинские услуги и др. (Fleming 2017). Под уберизацией понимают прямые сделки между поставщиками услуг и клиентами посредством мобильных приложений или сайтов и предоставление услуг по требованию за счет гибкого использования избыточных ресурсов (продажа части времени, краткосрочная аренда жилья и др.).

Эмпирическое исследование проведено в рамках стратегии *case-study* — исследования случая интернет-сервиса по подбору бебиситтеров. В работе мы опираемся на материалы интервью с родителями, бебиситтерами, экспертное интервью с одним из партнеров интернет-сервиса, а также опубликованные интервью с создателями сервиса и материалы его сайта. Подробное описание исследуемого случая и методы его изучения представлены в отдельном разделе статьи.

Текст состоит из четырех разделов. В первом рассматриваются процессы коммерциализации заботы о детях и социальный контекст, в котором возникает спрос на бебиситтеров. Во втором разделе описывается выбранный интернет-сервис. Затем мы анализируем, как формируется рыночная ниша временных помощников — к каким достоинствам уберизированной заботы апеллируют создатели сервиса и на какие услуги есть спрос у родителей. И, наконец, в четвертом разделе рассматриваются инструменты, обеспечивающие доверие клиентов к самому сервису и к бебиситтерам. Здесь мы опираемся на работы американского экономиста Джорджа Акерлофа (Акерлоф 1994), демонстрирующего, как рыночные институты способствуют снижению неопределенности.

## **Коммерциализация заботы о детях и интенсивное материнство**

Значительный спрос на услуги по уходу за детьми, наблюдаемый в современных обществах, обусловлен двумя ключевыми факторами — дефицитом заботы в приватной сфере и трансформацией нормативных представлений о материнстве. Первая причина подробно рассматривается в работах американского социолога Арли Хохшильд. Автор отмечает, что коммерциализация заботы о детях, а также ряда других традиционно женских обязанностей, связанных с поддержанием домашнего хозяйства и уходом за близкими, вызвана ростом спроса на эти услуги. Описывая ситуацию в США, исследовательница показывает, как меняется гендерный порядок и как женщины все больше вовлекаются в рынок труда (Hochschild 2012). При этом условия оплачиваемого труда и карьерные траектории, изначально рассчитанные на мужчин, о чьих детях заботятся жены-домохозяйки, остаются неизменными (Hochschild 2003). В результате поддержание баланса между заботой и работой оказывается крайне сложным для женщин, особенно учитывая, что мужчины по-прежнему мало вовлекаются в выполнение семейных обязанностей. В

совокупности это создает дефицит заботы в домашнем пространстве (Hochschild 2003). Похожие тенденции отмечаются и в России (Здравомыслова 2009).

Для отечественного контекста характерным способом восполнения дефицита заботы является привлечение старшего поколения семьи — прежде всего, бабушек — к уходу за внуками (Роткирх 2011, Семенова 1996). Однако в последние годы в стране получает распространение идеология *продуктивного старения*, или *антивозрастная культура* (Шадрина 2016). Это, вероятно, будет уменьшать вовлеченность бабушек и дедушек в воспитание внуков и приведет к еще большему росту спроса на оплачиваемую помощь.

Вторая предпосылка для роста спроса на услуги по присмотру и уходу за детьми — особенности современного материнства. Несмотря на рост занятости женщин на рынке труда, время, которое матери проводят с детьми, увеличилось за последние десятилетия (Craig et al. 2014). Это связано с распространением принципов интенсивного материнства (*intensive mothering*) — идеологии воспитания детей, которая доминирует в социальной политике, популярной культуре и медиа, а также экспертном дискурсе развитых стран (Hays 1998; Arendell 2000; Faircloth et al. 2014). Как нормативный стандарт, интенсивное материнство утверждает в качестве предпочтительных «детоцентричные, направляемые экспертами, эмоционально поглощающие, трудоемкие и финансово затратные» методы воспитания (Hays 1998). *Хорошими* родителями в рамках этой идеологии считаются те, кто инвестирует в воспитание детей большие объемы денег, времени, эмоционального труда и других ресурсов; те, кто знаком с современным экспертным знанием о воспитании детей и кто ставит интересы ребенка превыше всего. Элементы идеологии интенсивного материнства становятся все более распространенными и в России (Темкина, Годованная 2017; Чернова, Шпаковская 2016; Поливанова и др. 2015; Стрельник 2015).

Важно, что идеология интенсивного материнства побуждает матерей не только постоянно совершенствовать свою родительскую компетентность и вкладывать много сил, времени и эмоциональной работы в воспитание детей, но и правильно и вовремя отдыхать,

заботиться о себе. В экспертном дискурсе о материнстве забота о себе позиционируется как составляющая заботы о ребенке<sup>3</sup>.

Императивы интенсивного материнства делают совмещение занятости на рынке труда и воспитания детей еще более сложным для женщин. В соответствии с этими императивами, дополнительные развивающие занятия для детей с раннего возраста становятся нормой. И ребенка кто-то должен на них водить. Родители также должны следить за своим эмоциональным состоянием и вовремя отдыхать. Все это повышает спрос на краткосрочную повседневную помощь в уходе за ребенком (Здравомыслова 2009).

Несмотря на то что большая доля российских детей посещает детские сады, эти учреждения далеко не полностью удовлетворяют спрос на подобные услуги. Существует дефицит яслей, не все родители довольны услугами детских садов, многие не готовы отдавать в детские сады детей с раннего возраста (Синявская, Гладникова 2007). Кроме того, помощь зачастую требуется, если режим работы детских садов не совпадает с режимом работы родителей, или в экстренных случаях, например, на время болезни ребенка. Во всех этих случаях родителям требуются (оплачиваемые) помощники.

Часто таковыми становятся няни и бебиситтеры. В отличие от воспитателей детских садов, в чью сферу задач входит обучение ребенка и его раннее развитие, основные функции нянь и бебиситтеров — это присмотр и уход за ребенком. Обычно эти виды занятости не причисляют к заботящимся профессиям (классические представители заботящихся профессий — медсестры, акушерки, социальные работники (Abbott, Merabeau 1998)). Однако данные группы занятости, как и заботящиеся профессии, в качестве основной профессиональной задачи ставят заботу о клиентах. Доверие населения к этим группам занятости, правила взаимодействия с их представителями и составляющие их профессиональной роли только начинают формироваться<sup>4</sup>. Особенно остро проблема

---

<sup>3</sup>См., например, вебинар Л.Петрановской, где говорится о том, что матерям необходимо заботиться о себе, т.к. это вклад в ребенка. Петрановская Л. «“Если мама на нуле”. Эмоциональное выгорание родителей», *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yjlalIND7QM#t=10> (дата обращения 13 июля 2017 г.)

<sup>4</sup>О статусе нянь и проблеме доверия к ним см. работы (Здравомыслова 2009; Галиндабаева 2010; Здравомыслова, Ткач 2016).

доверия стоит в случае бебиситтеров, т.к. эта группа, предоставляющая услуги заботы о детях, сформировалась совсем недавно.

Следует отметить, что сама идея делегировать наемным работникам задачи, связанные с традиционными гендерными ролями матери и домохозяйки, идея, предполагающая длительное пребывание посторонних в приватном пространстве дома, — может вызывать сомнение и встречать сопротивление со стороны женщин. Это иллюстрирует цитата из обсуждения услуг бебиситтеров в одном из российских онлайн-сообществ родителей: *«В случае с бебиситтером меня напрягает скорее не его взаимодействие с ребенком, а вопросы поиска специалиста, предварительной уборки квартиры и необходимости платить за то, что является моими обязанностями»*<sup>5</sup>. Императивы интенсивного материнства ставят перед родителями с трудом разрешимое противоречие: для того, чтобы *правильно* заботиться о ребенке, матери необходим помощник, однако тот факт, что она делегирует часть своих обязанностей наемному работнику, делает ее *недостаточно хорошей* матерью.

Далее мы рассмотрим, как в описанных условиях формируется ниша бебиситтеров на рынке частных услуг по присмотру и уходу за детьми, традиционными участниками которого являются постоянные няни. Мы также проследим, как специфика услуг бебиситтеров помогает матерям в разрешении указанной выше дилеммы.

## **Уберизация заботы о детях**

До появления интернет-сервисов поиск бебиситтеров осуществлялся с помощью ближнего социального окружения. С появлением таких сервисов в конце 2000-х — начале 2010-х помощь бебиситтеров выходит за рамки личных знакомств и вступает на путь институционализации: вырабатываются правила взаимодействия родителей и временных помощников, формируется представление о профессиональной роли бебиситтера, складывается специфическая рыночная ниша этого вида занятости.

---

<sup>5</sup>Бебиситтеры, *Живой журнал, сообщество «Мальши: до 16 и старше»*. URL: <http://malyshe.livejournal.com/45444935.html> (дата обращения: 1 мая 2017 г.)

Рассматриваемый в этой работе специализированный интернет-сервис по поиску бебиситтеров появился в 2014 году. Сервис устроен по принципу «Убера»: он позволяет оперативно и с минимальным посредничеством соединить спрос на услуги по присмотру и уходу за ребенком с предложением, распределенным по множеству исполнителей. Родители с помощью сайта или мобильного приложения могут писать конкретным бебиситтерам или создавать объявление о поиске помощника на определенное время, выбирая затем из тех, кто на это объявление откликнется. Наличие мобильного приложения, его интерфейс, структура и содержание сайта (удобные формы для создания объявления о поиске бебиситтера и для отправки сообщения с деталями заказа конкретному человеку, наличие на странице бебиситтера информации о предпочтительном времени работы и др.) дают возможность очень просто и быстро заказать услуги временного помощника. В профилях бебиситтеров, помимо графика работы, обычно в свободной форме указан род занятий и образование (если человек закончил учебу), у студентов — название вуза, факультета и курс, описан имеющийся опыт взаимодействия с детьми (например, опыт ухода за младшими братьями и сестрами). Также указаны детали, связанные с работой, — стоимость услуг, готовность сидеть с младенцами, отношение к наличию животных в доме, тарификация в случае опоздания родителя и др. Помимо этого, приводятся отзывы родителей, указано общее число заказов и часов, проведенных с детьми, и число «вернувшихся» семей, т. е. тех, кто обращался к бебиситтеру более одного раза. У каждого клиента сервиса тоже есть своя страница-профиль, которую могут видеть только бебиситтеры и администрация сервиса. На ней отображаются отзывы бебиситтеров.

Временные помощники, зарегистрированные на сервисе, — это в основном студенты<sup>6</sup>, которые подрабатывают, предоставляя временную заботу о ребенке. Для кого-то из бебиситтеров данная работа становится основным источником дохода, но обычно она рассматривается как временное и второстепенное занятие, по сравнению с учебой. Средний

---

<sup>6</sup> В профилях бебиситтеров на сайте сервиса указан род занятий в настоящий момент. На основе этих данных мы подсчитали, что 80 % всех бебиситтеров — студенты (на 1 мая 2017 г.).

возраст бебиситтеров — 21 год<sup>7</sup>. Средний стаж работы — один год<sup>8</sup>. По данным анкет на сайте сервиса, 95 % бебиситтеров — девушки.

Одновременно с запуском сервиса его организаторы начали проводить и краткосрочные курсы по подготовке бебиситтеров. Однако для регистрации на сайте в качестве бебиситтера ни прохождение этих курсов, ни какая-либо другая подготовка не требуются. Для регистрации необходимо лишь пройти собеседование с психологами и организаторами проекта.

Пока в России существует только один специализированный интернет-сервис, позволяющий искать бебиситтеров (с помощью него было выполнено более 56 тысяч заказов), и работает он только в трех крупных российских городах. Однако с ростом спроса на услуги временной заботы о ребенке, скорее всего, предложение услуг в таком формате будет расширяться.

Данная работа представляет собой кейс-стади описанного сервиса по поиску бебиситтеров. Эмпирическую базу исследования составляют интервью с бебиситтерами (5 интервью), зарегистрированными на сайте сервиса, матерями детей дошкольного возраста (1 год — 6 лет), которые пользовались услугами сервиса (10 интервью), а также одно экспертное интервью с партнером проекта. Все интервью проводились в мае-июле 2017 года, кроме одного интервью с мамой, которое было проведено в 2014 и стало стимулом к написанию этой статьи. Также мы использовали открытые источники — сайт сервиса, посты в онлайн-сообществах родителей и опубликованные в открытых источниках интервью с создателями сервиса.

## **Рыночная ниша временных помощников**

Обретение собственной рыночной ниши имеет ключевое значение для любого вида занятости, находящегося на пути к профессионализации. Как подчеркивают представители неовеберианского подхода в социологии профессий (Freidson 1970; Saks 2012), для того чтобы обрести легитимность в глазах общества и властей, а также упрочить свое

---

<sup>7</sup>Из публичного интервью с одним из создателей сервиса.

<sup>8</sup> По оценкам партнера проекта.



финансовое положение, зарождающейся профессиональной группе необходимо обозначить, в чем состоит ее отличие от других видов занятости, какую специфическую проблему ее члены решают.

Можно выделить особенности помощи бебиситтеров, которые формируют их специфическую нишу. К этим особенностям апеллируют и создатели сервиса, и сами бебиситтеры, очерчивая отличия своей специализации от конкурентов, например, нянь. В целом эти особенности можно суммировать следующим образом: заботиться о ребенке — обеспечивать ее или его эмоциональный комфорт и безопасность — на время отсутствия родителей, не вмешиваясь в существующие в семье правила воспитания.

Специфическую заботу о ребенке в ситуации, когда она/он без долгой предварительной подготовки остается один на один с практически незнакомым взрослым, бебиситтеры видят как задачу и компетенцию, отличающую их вид занятости. Бебиситтеры, по их собственному мнению, должны и способны оперативно адаптировать детей к подобной ситуации, быстро устанавливая контакт с ребенком и обеспечивать ему эмоциональный комфорт. Описание этой специфической компетенции можно проиллюстрировать цитатой из интервью с бебиситтером:

*Мне кажется, что бебиситтер — это скорее про безопасность ребенка, а не про воспитание или развлечение. Понятно, что мы играем и стараемся заинтересовать игрой, развлечь, но это не основное. Это про безопасность, удобство и комфорт в отсутствие его родителей, скорее про комфорт, чтобы он [ребенок. — Е. С.] оставался один с незнакомым человеком. Нужно сказать, нужно показать скорее всего, что с тобой безопасно и нормально, можно чем-то заняться, и в этом нет ничего ужасного, чтобы остаться без родителей на какое-то небольшое время. Я старалась как-то это чувство спокойствия создать. Потому что дети бывают очень разные. Особенно когда вначале это было очень непривычно, у этих родителей, к которым я приходила, не было ни нянь, ни бебиситтеров, потому что мы были первые бебиситтеры, и ребенок очень нервничал. Родители не могли ему как бы... Иногда времени не хватало, иногда надо было срочно, видимо, куда-то бежать, и родители не всегда могли донести, что это нормально, что все хорошо, это не причинит тебе вреда, и я*

*оставалась в одной комнате один на один с ребенком, который боялся меня, который был испуган и не понимал, где его родители и что ему делать, и поэтому приходилось как-то всячески расположить и отвлечь, и время чтобы пробежало незаметно, и не осталось какой-то травмы даже (Н., 26 лет, бебиситтер).*

Конечно, эти компетенции не всегда используются, т. к. не все семьи каждый раз приглашают нового помощника — в интервью матери отмечают, что предпочитают писать тем, кого они уже когда-то приглашали. Однако обычно подобные навыки бебиситтеров востребованы родителями, т. к. помощь бебиситтеров в значительной части случаев нерегулярна, а большинство адресатов заботы — дети дошкольного возраста (по данным интервью с бебиситтерами, речь идет о детях младше трех лет), у которых встреча с малознакомым человеком может вызвать стресс.

Показательно, что даже если бебиситтер часто остается с ребенком, она/он не вмешивается в семейные отношения и стратегии воспитания. Создатели изучаемого сервиса позиционируют невмешательство в воспитание как ключевую составляющую профессиональной квалификации бебиситтеров и преподносят ее в качестве преимущества данной группы помощников, по сравнению с нянями. В описаниях сервиса эта черта представляется как положительная оборотная сторона некоторых специфических качеств помощи бебиситтеров; качеств, которые могут вызывать недоверие пользователей. К таким качествам относятся отсутствие специального образования у тех, кто работает бебиситтерами, их молодость, которая может ассоциироваться родителями с неопытностью, временный характер помощи и частая смена помощников.

В описаниях сервиса — на его сайте и в открытых интервью с его создателями — перечисляются следующие преимущества, которыми люди без специального образования обладают в качестве агентов заботы о детях. Первое преимущество состоит в том, что бебиситтер, в отличие от профессионального педагога или няни, не располагает жестким набором воспитательных стратегий и убеждений. «Няни — это финансовая ответственность, присутствие в доме взрослого человека, у которого масса собственных представлений о том, как правильно обращаться с детьми», — отмечает в публичном интервью директор школы бебиситтеров. Второе преимущество — у непрофессиональных

помощников больше других интересов, поэтому с ними детям интересней. На сайте сервиса подчеркивается: «Бэбиситтеры — это молодые девушки и юноши, чаще всего студенты. Им нравится играть, рисовать, танцевать, ставить с детьми спектакли и просто ползать по дому. Им можно доверить забрать ребенка из школы и отвезти его на занятия. Они работают неполный рабочий день. В отличие от профессиональной няни, кроме присмотра за детьми у них масса интересов в жизни».

В описании сервиса говорится о том, что «бэбиситтер не воспитывает вашего ребенка, а приятно, весело и безопасно проводит с ним время»; «бэбиситтеры — не няни», «с ними проще договориться, проще иметь дело, с ними интересней детям», «у них [бэбиситтеров. — Е. С.] свои интересы и свои профессии, про которые они умеют рассказывать детям». На сайте сервиса акцентируется, что бэбиситтеры — это в основном студенты: «Как правило, это студенты, которые хотят подзаработать и которым интересно проводить время с детьми».

Описанные навыки целенаправленно формируются на подготовительных курсах для бэбиситтеров. Внимание в ходе курсов уделяется приоритету невмешательства, соблюдения границ, а также правилам взаимодействия с родителями. Подчеркивается, что бэбиситтерам не следует вмешиваться в отношения ребенка и родителей, давать какие-либо советы, они должны строго выполнять требования родителей и всегда уточнять, какие занятия с ребенком предпочтительны, и что ей/ему нельзя разрешать. Читаем в интервью с партнером проекта:

*У нас есть несколько правил, которые мы обязательно доносим до всех бэбиситтеров, которые появляются на нашем ресурсе, вот, и это как бы не правила, а то, что относится к нашей философии, если можно так громко сказать. Бэбиситтер, первое, он приходит в семью и поддерживает ту обстановку, которая там есть. Т. е. он не приносит с собой ничего нового в семью. И это очень удобно, потому что бэбиситтер уходит, и маме не нужно хвататься за голову и думать, что она теперь будет делать с той новой информацией, которую получил ребенок про какие-то там глобальные... У нас есть даже темы, которые просто запрещены к обсуждению с ребенком, которые лежат в поле... ну, то есть на это могут влиять только родители*

*<...> например, там, половое воспитание. Бебиситтеру все равно, если он приходит, а мальчик дома бегаёт в платье. Ну, значит, он бегаёт в платье. Ну, ничего страшного в этом нет. Ну, в нашем толерантном мире ничего страшного в этом нет. Если придет няня 50 лет и посмотрит, что мальчик в платье, то она будет: «Ты же мальчик, так нельзя, зачем ты так делаешь», и т. д. А бебиситтер просто — ну, такой ребенок. Т. е. ну и дальше это никак не обсуждается, не выговаривается ни маме, никому (Д., партнер сервиса).*

Некоторые родители ценят эти положительные следствия временного характера помощи и отсутствия специального образования у тех, кто ее осуществляет. Няня представляется матерям как более вовлеченный в воспитание детей помощник, влияющий на ребенка на протяжении длительного срока. Бебиситтеры же, в представлении клиенток сервиса, не имеют собственной жесткой воспитательной линии из-за отсутствия у большинства психолого-педагогического образования. От бебиситтеров также легче, чем от нянь, добиться соответствия принятым в семье правилам благодаря простоте замены бебиситтера. Мобильное приложение и сайт позволяют легко разместить заказ, а предложение услуг бебиситтеров достаточно велико, чтобы быстро найти нового временного помощника.

Эти особенности труда временных помощников становятся востребованными в контексте интенсивного материнства. Данная идеология предполагает, что все действия ближайшего окружения ребенка — прежде всего, в возрасте до трех лет (Brueg 1999) — оказывают критически значимое влияние на формирование ее/его личности, а следовательно, и на всю ее/его дальнейшую жизнь. Ответственными за раннее воспитание в рамках данной доктрины считаются родители (*parental determinism*) (Furedi 2001). От них ожидается оптимизация всех аспектов жизни ребенка — безопасности, развития, образования и др. (Wolf 2007). В этих условиях матери стремятся контролировать все стимулы, с которыми сталкивается их ребенок (в том числе и в отсутствие родителей). Для описания этого феномена используется понятие *экстенсивного материнства* (Caruto 2007), связанного со стремлением матерей выстроить окружающую среду ребенка так, чтобы она стала продолжением дома — такой же безопасной, соответствующей ценностям данной семьи, оптимальным образом влияющей на ребенка и пр.

В этом контексте матери становятся особенно чувствительны ко всем внешним вмешательствам в воспитание детей. Несколько наших информанток подчеркивали, что для них преимущество бебиситтера перед няней состоит в том, что с бебиситтерами можно не волноваться за безопасность ребенка, но при этом данные помощники не стремятся реализовать свою стратегию воспитания, отличающуюся от правильной стратегии матерей. Это можно проиллюстрировать несколькими цитатами:

*Мне кажется, что здесь очень важный момент все-таки соблюдения важного баланса между тем, чтобы ребенок был не со мной, и тем, чтобы к ребенку не приходила какая-то женщина чуждой культуры, которая будет проводить свою воспитательную политику, например. Потому что сейчас для всех мам моего круга очевидно, что мы сейчас стараемся идти другим путем, в нашем воспитании нет насилия, в нашем воспитании нет манипуляции. <...> И нам этого совершенно не хочется, мне просто хочется веселого человека, который мог бы с ней [дочерью. — Е. С.] интересно проводить время, я этого хочу. Как человека, который будет вместо меня с ребенком. <...> Для развития у нас есть занятия, это скорее мы. А бебиситтер это, знаете, как такая камера хранения с клоунами (В., 29 лет, один ребенок, 3 года).*

*Про то, что есть бебиситтер за границей, мы это все знаем давно, вот, у нас это скорее няни в России больше, такие женщины порой на пенсии, да? Мне же хотелось как раз, чтобы человек был со мной все-таки и с мужем на одной волне. Вот. Поэтому именно на службу бебиситтеров обратили внимание, а не на подбор няни постоянной. <...> У меня муж музыкант, мы такие слегка неформальные, татуированные, любим животных, и вот как бы хотелось человека, который, в общем... ко всему этому относится положительно, да? А не такая бабушка, которая там еще будет нам дополнительно нотации читать, вот. Который там не одевает пятьсот шапочек на ребенка. Потому что ребенок в плюс 19 же простудится без шапочки. То есть такие люди, которые в ногу со временем, наверное, как-то, в современном понимании общения с детьми. Они более гибкие (М., 32 года, один ребенок, 10 месяцев).*

В целом родителям легче договориться о правилах обращения с детьми с бебиситтерами, чем с нянями, воспитателями в детских садах или бабушками ребенка:

*Бебиситтер выглядит и во взаимодействии более управляемым, чем няня, в силу своей молодости, неопытности и, наверное, желания понравиться (Г., 32 года, двое детей, 5 лет и 2 года).*

Таким образом, забота о детях, которая предоставляется бебиситтерами, представляет собой фрагментированный вариант обязанностей няни: забота об эмоциональном комфорте и физической безопасности детей отделяется здесь от воспитательного воздействия (влияния на развитие, ценности и установки ребенка). Первая составляющая формирует основу особой сферы компетенции бебиситтеров и служит залогом для формирования отдельной рыночной ниши для данного вида занятости.

Стратегии родителей по использованию услуг бебиситтеров различаются. Кто-то обращается к бебиситтерам лишь эпизодически, когда временно недоступны другие источники помощи. Однако для некоторых родителей (например, для нескольких наших информанток) бебиситтеры становятся альтернативой няням — матери предпочитают регулярную помощь со стороны одного или нескольких бебиситтеров с гибким графиком труду одной постоянной няни.

### **Формирование доверия к бебиситтерам**

Коммерциализация временной заботы о детях зависит от совершенствования способов установления доверия к незнакомым людям — настолько, чтобы можно было оставить с ними ребенка. Елена Здравомыслова (2009) отмечает высокую степень недоверия российских семей к агентствам оплачиваемого домашнего труда. Родители в нашей стране предпочитают использовать для поисков няни свои социальные сети. В случае бебиситтеров проблема доверия стоит еще острее. Услуга временной помощи бебиситтеров появилась недавно и еще не успела стать привычной для родителей. Кроме того, в большинстве своем бебиситтеры — это молодые студенты, ведь именно у них больше свободного времени, которое можно продавать, они мобильны (готовы отвозить/забирать ребенка с занятий) и знакомы с современными технологиями.

Можно отметить дискуссию в одном из онлайн-сообществ, посвященных воспитанию детей до трех лет, которая разворачивалась незадолго до появления сервиса по поиску бебиситтеров<sup>9</sup>. На вопрос о том, стали бы родители пользоваться временной помощью студентов или других незнакомых людей, если бы им нужно было ненадолго оставить с кем-то ребенка, большинство родителей ответили отрицательно. Эту реакцию они обосновывали тем, что в принципе не доверили бы ребенка незнакомым людям. Кроме того, по их мнению, у молодых людей недостаточно опыта обращения с детьми, нет необходимых знаний и навыков. Отдельные участники сообщества отмечали, что обратиться к временному помощнику можно, только если ребенок старше 4–5 лет. Другие родители, наоборот, беспокоились о детях постарше, т. к. для них появление незнакомого человека в доме может быть более стрессовой ситуацией:

*Я за то, чтобы о детях заботились только те, кто входит в их «ближний круг», внезапно появившийся чужой в отсутствие мамы — это стресс-стресс. Младенца на сон в коляске погулять, если очень приплет, оставила бы. Но мне сложно примерить обстоятельства на свою шкуру, может быть, если б было по-настоящему безвыходно, я бы была не столь принципиальна. В целом удобная система поиска такого ситтера с гарантиями — было бы хорошо ( М., 32 года).*

Деперсонифицированное доверие к бебиситтерам формируется параллельно с возникновением сервиса по поиску временных помощников, по мере выработки правил, которые снижают асимметрию информации и ограничивают стимулы к недобросовестному поведению. В России рынок труда бебиситтеров, как и рынок труда нянь, неформализован: нет организации, которая контролировала бы качество их работы, в отличие от работы воспитателей в детских садах, чью деятельность регулируют органы управления образованием. Для успешной работы бебиситтеров, для того, чтобы подобный сервис стал востребованным, необходимо было выработать неформальные гарантии качества, которые снижают неопределенность и риски получения некачественной услуги и повышают доверие семей к бебиситтерам. В описании этих гарантий качества и их роли мы отталкиваемся от

---

<sup>9</sup> Бебиситтеры, *Живой Журнал*. URL: <http://malyschi.livejournal.com/45444935.html> (дата обращения: 1 мая 2017 г.):

работы американского экономиста Джорджа Акерлофа (Акерлоф 1994), где показано, как рыночные институты способствуют снижению неопределенности.

Первый из инструментов, повышающих доверие к бебиситтерам, — это фирменный знак, название сервиса, о котором идет речь в этой статье. Изначально, в 2014 году, до создания сайта и приложения поиск бебиситтеров осуществлялся через закрытую группу в одной из социальных сетей, состоявшей в основном из знакомых организаторов сервиса. Таким образом, вначале использование услуг бебиситтеров основывалась на персонифицированном доверии первых клиентов к конкретным людям, организаторам сервиса, и на личной репутации последних. Это персонифицированное доверие стало капиталом, который затем конвертировался в отзывы о бебиситтерах на сайте и заказы от новых пользователей. Эти заказы репрезентированы с помощью ряда количественных показателей: число заказов и часов, проведенных бебиситтерами с детьми (суммарные значения указаны на главной странице сайта, частные значения по каждому бебиситтеру — на их личных страницах), число «вернувшихся» семей (указано в профиле бебиситтера). Отзывы приводятся не только на странице бебиситтеров, но и на главной странице сайта; помимо отдельных текстов приводится доля положительных отзывов (в настоящий момент она составляет 99 %). Отзывы и отмеченные количественные показатели формируют доверие, не основанное на личных связях.

Доверие к фирменному знаку сервиса, работающего в Москве, становится одним из оснований, на которых строится доверие при запуске дочерних проектов в других городах. Однако привлечение первых клиентов в каждом из новых городов так же, как и в Москве, полагается на социальные связи и личное доверие к знакомым людям, использовавшим сервис. Вот отрывок из интервью с партнером сервиса:

*У нас самая хорошая реклама — это сарафанное радио. У нас нет фактически никакой рекламы, у нас только органический прирост. Вот. И сарафанное радио — одна мама сказала другой — это самое действенное, что может вообще быть для сервиса, потому что этому мама поверит. То есть не какому-то объявлению в интернете, а тому, что ей на самом деле рассказали подружки. <...> То доверие, которое есть, лояльность к бренду в Москве, она позволяет как бы... Когда мы выходим в регион, то некоторая часть аудитории нас там*



*уже ждет. И после этого мы начинаем сотрудничать с какими-то там лидерами мнений и так далее, чтобы помочь донести эту информацию до других мам. Мы проводим мероприятия, знакомства, то есть какие-то там различные промоакции, которые позволяют в том или ином городе сделать так, чтобы большое количество мам об этом узнало и попробовало воспользоваться этими услугами (Д., партнер сервиса).*

По мере развития сервиса персонифицированное доверие к людям, которые им пользуются, может помогать при выборе конкретного бебиситтера, но не является критичным для изначального решения об использовании услуг бебиситтеров. Это можно проиллюстрировать цитатой:

*Информант: Узнала я [о сервисе. — Е. С.], кажется, если я правильно помню, в период беременности. Случайно наткнулась в интернете на информацию о них и уже после родов, наверное, в месяца четыре ребенка я первый раз воспользовалась услугами сервиса.*

**Интервьюер: *То есть никто из знакомых не пользовался?***

**Информант: *Нет, нет***

*<...>*

**Интервьюер: *А как вы выбрали ситтера?***

*Информант: Основную роль при выборе сыграло то, что там в системе видно, что у нас есть какие-то общие друзья. <...> Когда пришел к нам Антон [бебиситтер. — Е. С.], я у него спросила, какие общие знакомые, мы с ним полезли оба в соцсети и увидели, кто это именно, и это стало решающим фактором. <...> Это хорошие знакомые мои, у них тоже есть ребенок, за которым Антон присматривает. Я у них не спрашивала на самом деле конкретно про Антона, просто видела, что у нас есть общие знакомые, хорошие люди, и это был важный фактор (М., 32 года, один ребенок, 10 месяцев).*

Таким образом, для перехода от персонифицированного доверия к доверию, основанному на отзывах и количественных показателях, критически важно найти первых

клиентов, которые смогут запустить систему отзывов. Помимо клиентов, которые руководствуются рекомендациями знакомых, это могут быть люди, для которых, чтобы решиться на использование услуг сервиса, не обязательны наличие у него большого количества клиентов и положительных отзывов. Если оттолкнуться от пороговой модели коллективного поведения (*collective behavior*), предложенной Марком Грановеттером (Granovetter 1978), можно предположить, что для каждого потенциального пользователя сервиса есть некое пороговое значение (*threshold*) — число положительных отзывов о сервисе (или о бебиситтерах), после которого она/он готовы тоже начать им пользоваться. В этой модели новаторы — это люди с самым низким пороговым значением, и уже после них и благодаря им к сервису подключаются люди с более высокими пороговыми значениями.

Другой инструмент, повышающий доверие клиентов к бебиситтерам, — подготовительные курсы для потенциальных бебиситтеров, которые организуют создатели сервиса. На курсах рассматривается, например, как правильно общаться с детьми и родителями и как оказывать первую медицинскую помощь. Ниша, которую занимают бебиситтеры, — гибкое предоставление временной помощи, часто в экстренном порядке — требует большого числа поставщиков услуг с разными графиками работы, которых можно оперативно вызывать в нужный момент. Поэтому, вероятно, жесткие барьеры на вход невозможны. В отличие от рынка нянь, изоморфного государственному сектору детских садов, где агентства используют дипломы и другие государственные сертификаты качества при подборе нянь (Галиндабаева 2010), организаторы сервиса бебиситтеров не ориентируются на наличие профильного образования. Вместо диплома гарантией качества услуг бебиситтера становится прохождение краткосрочных курсов и собеседование с психологами. Анкеты выпускников школы помечаются на сайте специальным знаком, на который ориентируются родители в поиске бебиситтера как на гарантию того, что человек обладает хотя бы минимальным набором компетенций для присмотра за ребенком.

Показатели, на которые при выборе бебиситтера чаще всего ориентируются опрошенные матери, — это отзывы о бебиситтере от его клиентов и число «вернувшихся» семей. Отзывы, как и в случае других убериризованных сервисов, представляют собой основной инструмент выбора бебиситтеров. Матери в интервью отмечают, что только в

крайних случаях обращаются к бебиситтерам с небольшим числом отзывов или «вернувшихся» семей. Потеря положительных отзывов бебиситтера (например, при переходе сервиса из закрытой группы в социальной сети на специальный сайт) приводит, по свидетельству наших информантов, к резкой потере накопленной репутации и падению числа заказов. То же самое происходит и при получении отрицательного отзыва, даже если описанная в нем проблема не слишком серьезна.

С помощью системы отзывов снижается асимметрия информации для обеих сторон — спроса и предложения. Бебиситтеры могут оставлять отзывы о родителях, что страхует их коллег от недобросовестного поведения последних. Несколько бебиситтеров, с которыми мы проводили интервью, отказывались от заказов и оставляли отрицательные отзывы, например, если им не нравился очень сильный беспорядок в доме, мешающий работе, конфликтные взаимоотношения между членами семьи, отношение к ним родителей или нарушение родителями неформального договора (например, когда они возвращаются позже условленного срока). Однако предложение услуг бебиситтеров, по нашим данным, в настоящее время превышает спрос, и конкуренция среди поставщиков услуг очень высока, поэтому не все погрешности родителей штрафуются отказами бебиситтеров. В случае отрицательных отзывов издержки родителей невелики, например, им приходится дольше искать бебиситтера.

Следует отметить отсутствие устоявшейся культуры взаимодействия с бебиситтерами. Как и в случае нянь (Здравомыслова, Ткач 2016), есть родители, которые относятся к бебиситтерам как к помощникам, равным им по статусу, другие же демонстрируют свое отношение к бебиситтерам как к людям с более низким статусом, относятся как к обслуживающему персоналу. Бебиситтеры же воспринимают себя как равных по статусу помощников в заботе о детях и отказываются от клиентов, проявляющих неуважение или нарушающих условия неформального договора.

Организаторы сервиса вырабатывают дополнительные правила, которые позволяют снизить риски и вероятность недобросовестного поведения бебиситтеров. Так, за несколько жалоб родителей (например, на опоздания бебиситтера) страницу бебиситтера могут временно удалить с сайта. В отношении родителей похожие штрафы за недобросовестное поведение пока не распространены. По словам партнера проекта, страницу родителя могут

удалить только в случае грубых нарушений правил (например, когда клиент отказывается платить), но планируется изменение системы таким образом, чтобы бебиситтеры были более защищены.

Можно предположить, что в настоящий момент первоначальный барьер недоверия к временным помощникам преодолен в той степени, что сервисом пользуются люди, которые могут не знать лично ни других пользователей, ни бебиситтеров. Так, бебиситтеры в интервью отмечают, что родители почти не дают им инструкций при первой встрече и редко контролируют то, как именно бебиситтеры взаимодействуют с ребенком. Лишь немногие родители договариваются о бесплатной короткой встрече-знакомстве, просят присылать фото или видео или регулярно сообщать, все ли в порядке с ребенком во время их отсутствия. Как отметила одна из наших информанток: *«Бывало вообще, что я приходила уже сразу на работу без предварительной встречи даже с младенцами, и это было для меня даже тяжело, потому что я не понимала, как можно доверить совершенно незнакомому человеку такого малыша и убежать»* (Н., 26 лет, стаж работы бебиситтером около двух лет). У бебиситтеров как специфической группы занятости складывается репутация, в том числе благодаря появлению более открытого рынка бебиситтеров, накопленной базе клиентов и отзывов о бебиситтерах, выработке неформальных норм и агенту, который штрафует бебиситтеров за недобросовестное (с точки зрения родителей) оказание услуги.

## **Заключение**

В работе рассматривается коммерциализация заботы о ребенке на примере профессиональной группы бебиситтеров. Ряд структурных предпосылок, таких как недостаток детских садов для детей до трех лет, нехватка помощи представителей третьего поколения, рост вовлеченности женщин в рынок труда, распространение идеологии интенсивного материнства, повышают спрос на временную помощь и трансформируют потребность в ней из эпизодической в постоянную. Традиционно роль домашнего помощника в заботе о детях принадлежит няням. Однако в последние годы конкурировать с нянями за удовлетворение спроса на временную помощь начинают бебиситтеры.

Благодаря появлению специализированных интернет-сервисов для поиска бебиситтеров, происходит упорядочивание рынка их услуг, вырабатываются правила

взаимодействия с ними. Формируется особая рыночная ниша бебиситтеров как помощников, которые обеспечивают безопасность ребенка и обладают навыками заботы о детях, их эмоциональном комфорте в специфических условиях (частая смена бебиситтеров, необходимость быстро успокоить ребенка и настроить его на взаимодействие с незнакомым взрослым человеком в отсутствие родителей) и при этом не вмешиваются в воспитательные процессы и установленную в семье систему правил.

Образ бебиситтеров как людей, которые обеспечивают безопасность и комфорт ребенка, но не вмешиваются в воспитание, конструируется в описаниях сервиса на его сайте, в публичных интервью создателей сервиса. Кроме этого, принципы уберизации, на которых построен этот сервис, сами по себе способствуют формированию рыночной ниши бебиситтеров как невмешивающихся помощников. Необходимость в большом числе исполнителей для быстрого удовлетворения спроса на кратковременную помощь означает отсутствие у многих исполнителей психолого-педагогического образования, что в представлении матерей означает отсутствие у таких работников собственной жесткой воспитательной линии. Бебиситтеры могут часто меняться — их воздействие нерегулярно и краткосрочно, и они не смогут сильно повлиять на ребенка, даже если их воспитательные принципы отличаются от принятых в семье. Наконец, временных помощников проще заменить, если их услуги чем-то не удовлетворяют родителей. При этом ряд инструментов (фирменный знак сервиса, подготовительные курсы, количественные показатели, такие как число выполненных заказов или число «вернувшихся» семей, и отзывы о бебиситтерах) способствуют решению проблемы с доверием к временным помощникам.

Уберизация присмотра за детьми, таким образом, является решением одной из основных дилемм, возникающих при делегировании присмотра за детьми нанимаемым профессионалам: матери хотят получать помощь, но при этом оставаться главными воспитателями (Uttal, Tuominen 1999). В отличие от услуг нянь в случае с бебиситтерами происходит отделение заботы о детях от воспитания, что позволяет решить озвученную проблему. Апелляция к этим свойствам используется для формирования рыночной ниши, которую пытаются завоевать бебиситтеры.

## ЛИТЕРАТУРА

Акерлоф Дж. (1994). *Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм*, *THESIS*, № 5, стр. 91–104.

Галиндабаева В. В. (2010). Институты и их роль в снижении неопределенности на рынке услуг по уходу за детьми, *Экономическая социология*, Т. 11, № 5, стр. 108–122.

Годованная М., Темкина А. (2017). «Мать — ты навечно, но и художница — всегда»: творчество в условиях интенсивно расширенного материнства, *Laboratorium. Журнал социальных исследований*, т. 9, № 1, стр. 30–61.

Здравомыслова Е. (2009). Няни: коммерциализация заботы, в кн.: *Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности*, под ред. Е. Здравомысловой, А. Роткирх, А. Темкиной. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.

Здравомыслова Е., Ткач О. (2016). Культурные модели классового неравенства в сфере наемного домашнего труда в России, *Laboratorium: журнал социальных исследований*, № 3, стр. 68–99.

Поливанова К. Н., Вопилова И. Е., Козьмина Я. Я., Нисская А. К., Сивак Е. В. (2015). Самоэффективность как содержательная основа образовательных программ для родителей, *Вопросы образования*, № 4, стр. 184–200.

Росстат (2017). Охват детей 1–6 лет дошкольными образовательными учреждениями (в процентах от численности детей в возрасте 1–6 лет), *сайт Росстата*. URL: <[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/# 2.10](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/# 2.10)>. (дата обращения: 13.07.2017).

Роткирх А. (2011). *Мужской вопрос: любовь и секс трех поколений в автобиографиях петербуржцев*. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.

Семенова В. (1996). Бабушки: семейные и социальные функции прародительского поколения, в кн.: *Судьбы людей. Россия XX век*. М.: ИС РАН, с. 326–355.

Синявская О. В., Гладникова Е. В. (2007). Потребление услуг по уходу за детьми российскими домохозяйствами, в кн.: *Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе*, под ред. Т. М. Малеевой, О. В. Синявской. М.: НИСП.

Стрельник Е. (2015). «Жизнь по доктору Комаровскому»: конструирование родительства в советах по уходу за детьми, *Laboratorium. Журнал социальных исследований*, т. 7, № 2, стр. 83–105.

Чернова Ж. В., Шпаковская Л. Л. (2016). Профессионализация родительства: между экспертным и обыденным знанием, *Журнал исследований социальной политики*, т. 14, № 4, стр. 521–534.

Шадрина А. (2016). Стареть по-русски. Социолог Анна Шадрина — о «феминизации старения» на постсоветском пространстве, *Новая газета*, № 115 от 14 октября 2016. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/10/14/70173-staret-po-russki> (дата обращения: 11.07.18).

Abbott P., Meerabeau L. eds. (1998) *The sociology of the caring professions*. London, Routledge..

Arendell T. (2000). Conceiving and investigating motherhood: The decade's scholarship, *Journal of marriage and family*, vol. 62, N 4, p. 1192–1207.

Bruer J. T. (1999). *The myth of the first three years: A new understanding of early brain development and lifelong learning*. New York, Simon and Schuster.

Caputo V. (2007). She's from a “good family”: Performing childhood and motherhood in a Canadian private school setting, *Childhood*, vol. 14, N 2, p. 173–192.

Craig L., Powell A., Smyth C. (2014). Towards intensive parenting? Changes in the composition and determinants of mothers' and fathers' time with children 1992–2006, *The British journal of sociology*, vol. 65, N 3, p. 555–579.

Faircloth C. (2014). Intensive parenting and the expansion of parenting, in: *Parenting Culture Studies*, edited by E. Lee, J. Bristow, C. Faircloth, J. Macvarish (eds.). London, Palgrave Macmillan, p. 25–50.

Fleming P. (2017). The human capital hoax: Work, debt and insecurity in the era of Uberization, *Organization Studies*, vol. 38, N 5, p. 691–709.

Freidson E. (1970). *Professional dominance: the social structure of medical care*. New York: Atherton.

Furedi F. (2001). *Paranoid Parenting: Abandon Your Anxieties and be a Good Parent*. London, Allen Lane.

Granovetter M. (1978). Threshold models of collective behavior, *American journal of sociology*, vol. 83, N 6, p. 1420–1443.

Hays S. (1998). *The cultural contradictions of motherhood*. [New Haven](#), Yale University Press.

Hochschild A. R. (2013). Rent-a-Mom, in: *So How's the Family? And Other Essays*. [Berkeley](#), University of California Press.

Hochschild A., Machung A. (2003). *The second shift: Working families and the revolution at home*. London, Penguin.

Saks M. (2012). Defining a Profession: The Role of Knowledge and Expertise, *Professions and Professionalism*, vol. 2, N 1, p. 1–10.

Uttal L., Tuominen M. (1999). Tenuous relationships: Exploitation, emotion, and racial ethnic significance in paid child care work, *Gender & Society*, vol. 13, N 6, p. 758–780.

Wolf J. (2007). Is breast really best? Risk and total motherhood in the National Breastfeeding Awareness Campaign, *Journal of Health Politics, Policy and Law*, vol. 32, N 4, p. 595–636.