

## НОВЫЕ ТЕКСТЫ

А. В. Швецова, И. А. Симонова, А. Г. Оболенская, М. С. Кривощёкова

# Онлайн-практики экономического поведения российских женщин в период декретного отпуска<sup>1</sup>



**ШВЕЦОВА Анастасия Владимировна** — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Управления научных исследований Уральского государственного педагогического университета. Адрес: 620017, Россия, Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26.

**Email:** [shvetsovaav@mail.ru](mailto:shvetsovaav@mail.ru)

*В статье анализируется возрастающее значение визуального контента в повседневной жизни россиянок, имеющих детей в возрасте до трёх лет, и предлагаются методы исследования визуальных социальных сетей как графического, так и межтекстового контента. Основываясь на теории социального конструирования гендера, авторы вводят понятие «нематеринские практики молодых матерей»<sup>2</sup>, определяя его как совокупность действий женщин в период декретного отпуска, направленных на удовлетворение социальных, экономических, психологических потребностей и возникающих вследствие отмены привычного ритма жизни. Значительная часть этих практик реализуется в онлайн-пространстве, что позволяет преодолеть социальную изоляцию этого периода. Мы проанализировали 720 аккаунтов в социальных сетях, чтобы понять, каково тематическое поле современного материнского сообщества и какие виды экономической активности в нём реализуются. Результаты исследования представляют собой классификацию онлайн-практик молодых матерей, реализуемых в социальных сетях и направленных на получение экономического эффекта. В основе классификации лежит принцип доминирующей агентности — реальной или виртуальной, на основании чего были выделены две группы. Особенностью первой группы является выбор практик, направленных на создание продукта или оказание услуг в непосредственном взаимодействии с потребителем (преобладают производство продуктов питания, изготовление одежды, парикмахерские и косметологические услуги, образование и творчество), причём социальная сеть выступает как способ продвижения товара или услуги. Вторая группа сосредоточена на непосредственном использовании цифровой среды как экономического ресурса (блоггерство, онлайн-консультации, сетевой маркетинг). Большинство практик осно-*

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 22-28-00636 «Современные “нематеринские” практики молодых матерей: репертуар, потенциал и общественный риск» (<https://rscf.ru/project/22-28-00636/>).

<sup>2</sup> В данной статье мы используем выражение «молодые матери» как синонимичное фразе «женщины, имеющие детей до трёх лет». Наряду с этим используется понятие «декретный отпуск», закреплённое в обыденном языке за совокупным периодом отпуска по беременности и родам продолжительностью 70 календарных дней до родов, а в случае многоплодной беременности — 84 дня, и отпуска по уходу за ребёнком до достижения им возраста трёх лет (в случае осложнённых родов — 86 дней; при рождении двух или более детей — 110 дней). «Декрет» — общеупотребимое в России название отпуска по беременности и родам и отпуска по уходу за ребёнком, которое восходит к принятому Советской властью Декрета ВЦИК от 22 декабря 1917 г. о страховании на случай болезни.



**СИМОНОВА Ирина Александровна** — кандидат философских наук, доцент кафедры педагогики и педагогической компаративистики Уральского государственного педагогического университета. Адрес: 620017, Россия, Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26.

**Email:** [luboe05@mail.ru](mailto:luboe05@mail.ru)



**ОБОЛЕНСКАЯ Алена Германовна** — кандидат экономических наук, научный сотрудник Управления научных исследований Уральского государственного педагогического университета. Адрес: 620017, Россия, Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26.

**Email:** [a.obolenskaya@mail.ru](mailto:a.obolenskaya@mail.ru)

*ваны на стремлении женщин к общению, к самореализации и заработку, что объяснимо с точки зрения гендерного анализа и экономических реалий. Однако некоторые действия могут иметь проблемные социокультурные последствия. Рискогенность цифровой среды связана с психологическими последствиями, в том числе с формированием интернет-зависимости, а также с негативными экономическими эффектами (уязвимость молодых матерей перед интернет-мошенничеством, несоответствие временных и трудовых затрат с получаемой прибылью). Основной вывод статьи заключается в том, что изучение экономических онлайн-практик женщин в период декретного отпуска в фокусе нематеринских практик является перспективным и стратегически значимым направлением исследований ландшафта современного материнства.*

**Ключевые слова:** гендерный анализ; материнство; экономическое поведение; Интернет; цифровая среда; онлайн-практики; социальные сети.

## Введение

Материнство можно определить как особый период в жизни женщины, связанный с рождением и воспитанием детей и имеющий фундаментальное влияние на её внутренний мир и жизненный сценарий. Эта формулировка основана на актуальных данных нейробиологов о процессах, происходящих в мозге молодых мам [Luders et al. 2018; Kim, Dufford, Tribble 2018; Duarte-Guterman, Leuner 2019], психологов об изменениях в структуре их идентичности [Laney et al. 2015; Ionio et al. 2019; Garvan 2020] и социологическом концепте ресоциализации. В ходе человеческой истории материнство эволюционирует по форме (от многодетности к малодетности, от физиологической предзаданности к опциональности) и содержательно, воспроизводя всё новые стандарты «правильного» материнского поведения. Снижение суммарного коэффициента рождаемости привело во всём мире к увеличению социального времени женщин, то есть того времени, которое расходуется не на уход за детьми. Актуальные исследования позволяют также зафиксировать обеспокоенность женщин фертильного возраста последствиями декретного отпуска и его влиянием на их профессиональные позиции [Banerjee, Biswas Mazumder 2022], что представляется обоснованным и с точки зрения барьеров рынка труда (так называемый штраф за материнство [Ермолина et al. 2016; Абдулаева 2020]), и при анализе статистических различий в заработной плате [Женщины и мужчины России 2020: 32–33]. Отмена привычного ритма жизни в связи с рождением ребёнка определяет возникновение новых нематеринских практик матерей, разнообразие и репертуар наполнения которых на сегодняшний день не осмыслены.

Декретный отпуск является для многих женщин периодом вхождения в новую для себя реальность и переосмысления жизненного сценария. Можно отметить два уровня источников этих трансформаций — внешний и внутренний. В первом случае мы имеем дело с трендом феминизации бедности и особой экономической уязвимостью женщин в связи с материнством. Российские учёные единодушны в том, что длительный отпуск по уходу за ребёнком не компенсирует отсутствия взвешенной социальной защиты



**КРИВОЩЁКОВА Мари-на Сергеевна** — кандидат педагогических наук, доцент кафедры профессионально-ориентированного языкового образования Уральского государственного педагогического университета. Адрес: 620017, Россия, Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26.

**Email:** [kmsolimp@mail.ru](mailto:kmsolimp@mail.ru)

молодых матерей, которые остаются один на один со своими финансовыми и профессиональными проблемами [Круглова 2020; Пишняк, Надеждина 2020]. Внутренние источники — это потребности в самореализации, удовлетворение которых, по мнению психологов, способствует выходу женщины из ситуации кризиса и преодолению послеродовых депрессивных состояний [Саночкина 2019], что подкрепляется социологическими данными о выстраивании молодыми матерями различных стратегий самореализации [Гимадеева 2016]. Появление детей также стоит рассматривать как стимул для самореализации (частный случай этого — профессиональная самореализация молодых матерей в научном сообществе — описан одним из авторов данной статьи в результатах ранее проведённого исследования [Швецова 2021]). В реальной практике эти два аспекта сложно дифференцировать: в каждом конкретном случае пусковым механизмом для нематеринской активности служит комбинация внешних и внутренних факторов.

Одной из причин развития нематеринских практик является вовлечение в цифровую среду. Интернет стал для молодых мам основным источником информации, средой общения и самореализации. Характерный признак времени — «мамские» блоги в социальных сетях. Мы зафиксировали в российском сегменте Instagram<sup>3</sup> более 8,8 млн. публикации с хештегом #мамавдекрете, 2,1 млн #мамаблогер, 1,9 млн. #молодаямама и ещё несколько миллионов аналогичных. Однако уже в первом приближении становится ясно, что далеко не все они посвящены вопросам развития и воспитания детей. Выбор данной социальной сети в качестве анализируемого источника обусловлен её популярностью среди россиянок в возрасте 18–34 лет (по данным ВЦИОМа<sup>4</sup>, лидеры молодёжной аудитории = Instagram и «ВКонтакте»), однако только Instagram располагает инструментом хештегирования, позволяющим идентифицировать различные группы пользователей). Несмотря на вариативность сценариев материнства, значительная часть современных женщин стремится адаптировать свой новый статус к привычному для себя ритму жизни. В условиях ограничения времени и возможности пространственных перемещений Интернет рассматривается как ресурс, канал связи, позволяющий эффективно взаимодействовать с внешним миром. Этот феномен можно обозначить как нематеринские онлайн-практики молодых матерей.

Производство визуального контента — важный компонент цифровой коммуникации и создания цифровой идентичности. Социальные сети, сфокусированные на визуальном элементе, представляют собой уникальную исследовательскую платформу. Цель данной статьи — описание и систематизация нематеринских онлайн-практик экономического поведения женщин в период декретного отпуска через анализ контента их аккаунтов. Изучение

<sup>3</sup> Роскомнадзор внёс Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией) в реестр запрещённых сайтов; социальная сеть прекратила работу на территории РФ с полуночи 14 марта 2022 г. Источник: [https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74180.htm?utm\\_source=google.ru&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=google.ru&utm\\_referrer=google.ru](https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74180.htm?utm_source=google.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=google.ru&utm_referrer=google.ru) — *Примеч. ред.*

<sup>4</sup> См.: Социальная сеть — фотоальбом XXI века. Аналитический обзор ВЦИОМа (<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbum-xxi-veka>).

практик использования социальных сетей как формы активности женщин в первые годы материнства позволит понять их потребности и интересы, выявить потенциал и риски интернет-пространства для молодых матерей и актуализировать концепт «материнство» в российской науке.

## «Нематеринские практики молодых матерей» как теоретический концепт

Концепция социального конструирования гендера, на наш взгляд, одна из самых успешных рамок для объяснения изменений в современных практиках материнства. Вариативность стилей материнского поведения убедительно продемонстрирована результатами множества классических и новейших исследований [Филиппова 1998; Arendell 2000; Niemistö et al. 2020]. Мы видим, как новые факторы (смена экономических систем, цифровизация, пандемия) изменяют устойчивые образцы родительского поведения в короткие сроки. В российском научном дискурсе этот процесс осмысливается как смена гендерного порядка [Силласте 2019]. Границы допустимой активности женщин подвижны, детерминированы господствующими в данном социуме нормами, политической культурой и позицией социальных институтов, однако исследования позволяют зафиксировать некоторые универсальные принципы современного материнства.

Одним из таких принципов является дискурсивный концепт «хорошего материнства» [Niemistö et al. 2020], который диктует, что процесс воспитания должен быть ориентированным на ребёнка, управляем экспертами, эмоционально поглощающим, трудоёмким и дорогостоящим в финансовом отношении [Hays 1998]. В книге «Культурные противоречия материнства», отмеченной как выдающееся научное издание 1998 г., Шэрон Хейс прослеживает эволюцию идеологии интенсивного материнства и утверждает, что идеи о надлежащем материнстве проистекают из фундаментальной амбивалентности системы: общество ожидает, что женщины будут как примерными матерями, так и образцовыми работниками, без социально приемлемого компромисса. Эта мысль оказала значительное влияние на развитие гендерных исследований, поскольку отражает общие для большинства современных культур сдерживающие эффекты материнства.

Ещё один принцип — изменения в структуре идентичности женщины, поскольку новая роль зачастую отличается от идеалистических представлений о материнстве. Эти изменения могут носить разнонаправленный характер: чувство утраты собственных границ; расширение «я» за счёт включения детей в свою идентичность; усиление личности и идентичности через близость со своими детьми [Laney et al. 2015]. Реконструкция идентичности у современных матерей происходит в том числе в цифровом пространстве, позволяющем чувствовать себя частью большого сообщества, находясь дома. Исследования цифровой идентичности, набирающие популярность последние несколько лет, концентрируются на идее несоответствия между реальными и виртуальными образами пользователей<sup>5</sup>. Чтобы быть идентифицированной как хорошая мать в социальных сетях, нужно демонстрировать себя как женщину, которая посвящает жизнь своим детям, отказываясь от какой-либо другой идентичности, или как женщину, которая успешно балансирует между семьёй и работой, имея высокие результаты во всём [Pedersen 2016]. Завышенные и труднодостижимые ожидания имеют как позитивные (мотивация, стимулирование активности), так и негативные эффекты (отрицательное сравнение, занижение самооценки). Психологи считают поиск баланса между материнской и профессиональной идентичностями сложновыполнимой задачей, что порождает у женщин чувство вины и тревоги [Millward 2006; Sorensen 2017; Микляева, Румянцева 2018].

<sup>5</sup> Принимая этот факт во внимание, мы считаем возможным в ряде случаев рассматривать виртуальные ситуации как аналоги реальных. Подробнее вопрос о степени соответствия реального и виртуального образов в фокусе экономических практик рассмотрен ниже, в разделе «Разновидности нематеринских онлайн-практик».

Третий принцип — изменение ритма жизни. Рождение ребёнка ограничивает свободу действий женщины во времени и пространстве, что означает профессиональную паузу и кардинальную смену привычек. В традиционных обществах основной сферой женской активности была организация быта и рождение детей не вносило особых изменений в этот уклад. На протяжении последнего столетия женщины активно включались в социальные и производственные процессы, что сформировало привычку внесемейной активности. Исследования фиксируют переживания молодых матерей в терминах «скука» и «однообразия», а послеродовая депрессия становится серьёзной проблемой для развитых стран [Jones et al. 2014; Dickens, Pawlowski 2018; Slomian et al. 2019], отражаясь в неутешительной суицидальной статистике, как происходит в Японии [Giving Life and Dying of Loneliness... 2018]. Стремление вернуться к «нормальной» жизни и не потерять достигнутые профессиональные позиции — одна из причин малодетности.

Таким образом, современное материнство сопряжено с действием трёх разнонаправленных сил: давлением социальных норм, психологическая перестройка и изменение ритма жизни. Это формирует условия для развития практик самореализации женщин, не связанных напрямую с выполнением их материнских функций, которые традиционно преобладают в структуре времени женщин, имеющих детей дошкольного возраста, особенно до достижения ими трёх лет. Австралийский социолог Элисон Бартлетт так сформулировала основную проблему, с которой сталкиваются женщины, становясь матерями: «Многие женщины изо всех сил пытаются приспособить время, необходимое для ухода за младенцами, к уже установленным временным режимам» [Bartlett 2010: 120]. На основании данных сравнительных международных исследований профессор Галина Филиппова утверждает, что воспитание ребёнка в младенчестве — дело сугубо женское, поэтому правила именно её поведения представлены в культурных моделях материнства [Филиппова 2002: 76]. Участие отца в первые годы жизни Филиппова оценивает в среднем в пределах 2%, отмечая также разнообразие линий отцовского поведения в зависимости от культурных особенностей. В совокупности с тенденцией увеличения родительского внимания, направленного на развитие детей [Dotti Sani, Treas 2016], можно предположить, что практики ухода за ребёнком и его воспитание являются преобладающими в структуре женского времени в период декретного отпуска. Условно назовём эту деятельность материнскими практиками, поскольку они направлены на удовлетворение потребностей ребёнка. Также значительная часть времени отводится на выполнение рутинных бытовых действий. Те действия, которые не относятся ни к рутинным, ни к материнским практикам, в настоящее время не определены, хотя объективно существуют. Мы предлагаем использовать для анализа этого феномена термин «нематеринские практики молодых матерей», понимая их как совокупность действий женщин в период декретного отпуска, направленных на удовлетворение социальных, экономических, психологических потребностей и возникающих как реакция на отмену привычного ритма жизни.

## Логика и процедура исследования

Использование цифровых площадок в качестве источников информации о современных материнских практиках закономерно набирает популярность, поскольку это доступные данные, содержащие потенциальные ответы на максимально широкий круг научных вопросов. Очевидное ограничение этого метода — сложность обработки сверхбольших массивов и, как следствие, не всегда прозрачная методология. Одним из решений может быть сужение исследовательского поля до одного источника — приложения, форума или социальной сети. Так, анализ популярного в Китае приложения для беременных и матерей (Babytree) позволил описать практики создания женщинами онлайн-рассказов о своём опыте беременности и материнства не только как средство заработка, но и как канал влияния на традиционные нормы материнства [Wang 2021]. Исследование онлайн-дискуссий на шведском форуме показало, что дискурс относительно категоризации «высокочувствительных детей» в контексте норм материнства отражает преобладающие на Западе актуальные каноны материнского поведения и «экспертный» детоцентризм европейской культуры [Edenroth-Cato 2020].

Поскольку мы полагаем, что главная особенность современного российского материнства — сочетание практик заботы о детях и самореализации (в том числе профессиональной), это исследование сосредоточено на выявлении механизмов, позволяющих женщинам балансировать между ролью хороших матерей и профессиональным успехом. Мы попытаемся систематизировать встречающиеся в российском сегменте социальных сетей практики матерей, не относящиеся напрямую к уходу за детьми. Ведение аккаунта может иметь разные цели (заработок, саморазвитие, общение, самопрезентация и т. д.), быть конструктивным или деструктивным (например, #winemom [Harding, Whittingham, McGannon 2021]). В данном исследовании мы ограничим интересующий нас спектр активностей только теми, которые имеют экономический эффект (то есть их основная цель — получение дохода). Объект исследования — русскоязычные аккаунты в социальной сети Instagram, репрезентируемые как материнские и посвящённые деятельности, приносящей доход.

Выбор онлайн-метода, специфика которого заключается в вычлениении интересующих фактов из общего массива виртуальной информации, был основан на том, что во время декретного отпуска многие женщины оказываются в социальной изоляции, и виртуальное общение становится чуть ли не главным способом взаимодействия с внешним миром. Процедура сбора данных разработана авторами на основе изученного опыта успешного, на наш взгляд, решения схожих исследовательских задач другими научными коллективами (примеры приведены выше). Первым шагом были анализ и систематизация всех русскоязычных хештегов, обнаруженных в Instagram и относящихся к материнству (хештеги, созданные по принципу «мать — количество детей», «мать — пол ребёнка», маркирующие многодетное или «особое» материнство, место жительства, вид деятельности, а также хештеги-шутки). Затем мы сузили область исследовательского интереса только до тех, которые относятся к нематеринским практикам, и систематизировали их, что позволило определить преобладающие дискурсы. В окончательную выборку попали 720 профилей русскоязычных женщин, сочетающих указание на материнство и содержащих информацию о практиках, имеющих экономический эффект, то есть приносящих доход.

Таким образом, все женские профили, попавшие в окончательную выборку, соответствовали трём условиям:

- наличие ребёнка дошкольного возраста, что в какой-либо форме отражено в аккаунте;
- наличие информации о деятельности, приносящей доход (в реальном или потенциальном виде);
- профиль активен, записи регулярно обновляются.

В качестве переменных было выделено следующее:

- количество детей (указано в «шапке» профиля либо определено из публикаций);
- количество постов (показатель публикационной активности);
- количество подписчиков (показатель популярности блога).

Номинальная переменная — преобладающий вид деятельности (в тех случаях, когда автор поста заявлял два направления и более, ведущий вид определялся через анализ визуального контента: наибольшее число публикаций).

Сбор информации произведён в январе — феврале 2022 г. Для соблюдения этической чистоты исследования в выборку были включены только открытые источники, имена пользователей кодировались, прямые цитаты не использовались.

Конечным этапом исследования стали систематизация нематеринских онлайн-практик и описание их возможных эффектов — рисков и перспектив.

На этапе подготовки статьи мы столкнулись с ситуацией, когда доступ к исследуемой социальной сети Instagram стал ограничен в связи с действиями её правообладателя (компания Meta признана экстремистской организацией в РФ). Тем не менее большинство пользовательниц продолжают воспринимать Instagram как основной ресурс коммуникации, поскольку это не запрещено законом, но при этом дублируют материал, «переезжая» на другие платформы. Мы наблюдаем, как система взаимодействия в «мамском» сообществе адаптируется к новым условиям, и ожидаем, что и сами практики несколько видоизменятся. При этом важно зафиксировать настоящий момент как этап развития онлайн-практик и активного преобразования материнства.

## Разновидности нематеринских онлайн-практик

Хештегирование задаёт информационное поле в цифровом пространстве. Частота и контекст употребления хештегов дают представление об актуальных темах и их содержании. Ключевые темы постов о материнстве обращены к количеству детей (#мамавкубе, #мамапятерых, #многомама и т. д.), полу ребёнка (#мамасына, #мамапринцессы и др.), месту жительства (#мамамосква, #мамаекатеринбург, #мамасочи и др.) и виду деятельности (#мамаблогер, #бизнесмама, #мамавделе, #мамафотограф и др.). Распространены также хештеги-шутки, при помощи которых женщины маркируют стили своего материнского поведения (#яжмать, #матьехидна, #матьперемать и т. д.).

Наше первоначальное предположение состояло в том, что современные нематеринские практики женщин, имеющих малолетних детей, имеют ограниченную вариативность, а значит, могут быть классифицированы и описаны. В таком случае одним из оснований классификации может выступать среда, в которой реализуется эта активность, — цифровая или реальная. Но, изучив более 700 профилей, мы пришли к выводу, что наиболее значимым основанием является доминирующая агентность. Так, если женщина печёт торты и продаёт их своим подписчикам, можно говорить о доминировании реальной агентности, поскольку эта деятельность имеет место и вне цифровой среды. То же справедливо, если женщина обладает популярностью вне социальной сети (телеведущая, певица и др.) и имеет активный, приносящий доход профиль, а её подписчики интересуются ею как реальным человеком. О доминировании виртуальной агентности идёт речь в том случае, если интерес к персоне связан с теми образом жизни, взглядами и ценностями, которые демонстрируются в рамках аккаунта. Например, мама-блогер может иметь многомиллионную аудиторию, рассказывая о своих детях, подходах к их воспитанию и развитию, здоровью и взаимоотношениям. Её реальная идентичность может не соответствовать виртуальной по многим параметрам, однако пользователей будет интересовать именно тот образ, который существует в цифровом мире. По этому основанию мы разделили весь массив на две категории: с доминированием (1) реальной агентности и (2) виртуальной агентности (см. рис. 1).

Особенностью первой группы является выбор практик, направленных на создание продукта или оказание услуг в непосредственном взаимодействии с потребителем. Социальная сеть выступает как способ продвижения товара или услуги. Как правило, аккаунт представляет собой информационную поддержку существующему делу, профессии, увлечению:

- *производство продуктов питания.* Особенной популярностью среди мам пользуется изготовление кондитерских изделий. Доступ к онлайн-курсам профессиональных кондитеров, возможность использовать качественное сырьё и специальные гаджеты позволяют производить востребованный продукт, поддерживающий актуальные кондитерские тренды. Кроме этого, мамы предлагают полуфабрикаты, домашнюю еду с доставкой, выпечку;
- *изготовление детской и женской одежды.* Специфично-«мамский» подход заключается в поиске компромисса между эксклюзивностью вещей и их доступностью. Во многих случаях идея

создать собственный бренд возникает как желание найти качественные и красивые вещи для своего ребёнка. Мамы стремятся концептуализировать проекты, например, предлагая экологичные материалы, комплекты Family Look, вышивку ручной работы, религиозную или этническую одежду. Также популярны вязание (#вязайнер), изготовление аксессуаров и украшений;

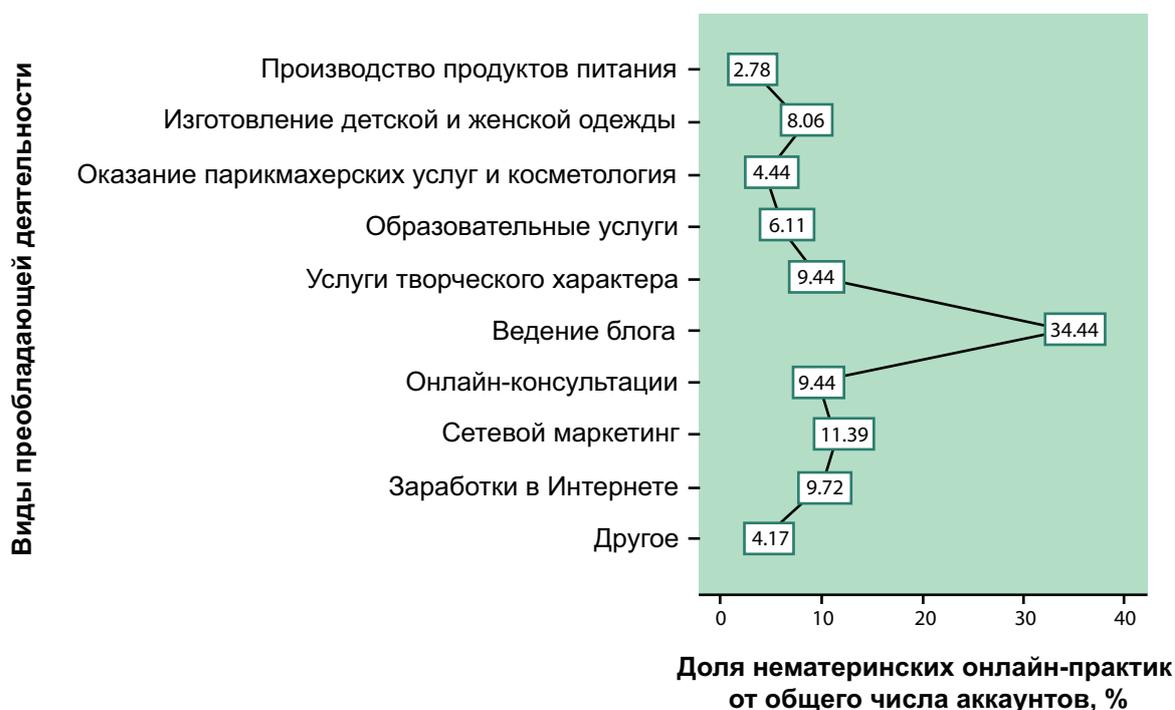
- *оказание парикмахерских и косметологических услуг.* Домашние кабинеты являются более доступной альтернативой салонам, что делает парикмахеров и косметологов в декрете очень востребованными. Некоторые специальности (например, мастер маникюра или бровист) не требуют длительной подготовки и дорогостоящих материалов и выбираются для освоения во время декретного отпуска;
- *образовательные услуги.* Мамы с профильным образованием предлагают услуги репетиторства. Особенно популярны иностранные языки, развивающие занятия для малышей, живопись. Нехватка детских дошкольных учреждений побуждает мам организовывать присмотр за детьми, однако для запуска частного детского сада нужна лицензия. В ряде регионов существует возможность открытия семейных дошкольных групп, но в нашей выборке таких форм зафиксировано не было;
- *услуги творческого характера.* Мамы создают авторские блоги, где рассказывают о своих способностях и интересах. Популярны фотография, особенно семейная и детская фотосъёмка, организация мероприятий, дизайн интерьера. Также в выборку попали мамы-музыканты, писатели и хореографы. В одном случае маме удалось организовать успешный нетипичный для женщин столярный бизнес, сделав акцент на использовании оригинальных материалов и эксклюзивном дизайне.

Вторая группа сосредоточивается на использовании цифровой среды как экономического ресурса. Практики с доминирующей виртуальной агентностью выглядят привлекательными для женщин в декрете, так как на первый взгляд не требуют вложений и позволяют гибко планировать время. Однако мы пришли к выводу об их высокой рискогенности: далеко не всем мамам удаётся получить реальный доход, многие впустую тратят время или становятся жертвами мошенников. Итак, ко второй группе относятся следующие практики:

- *ведение блога.* Опыт нескольких успешных мам-блогеров, имеющих миллионы подписчиков и зарабатывающих на рекламе, побуждает женщин пробовать себя в качестве блогеров по принципу «я тоже так хочу». Коммерческий эффект имеют аккаунты с числом подписчиков не менее 10 тыс. человек, поэтому мамы стараются придумать «фишки» для своего блога, например: беременность и различные практики родовспоможения (партнёрские роды, гипнороды), советы по грудному вскармливанию и уходу за малышами, воспитание и развитие, кулинария и рецепты, фитнес для мам, макияж и уход за собой, похудение, отношения в семье, «мамский» юмор, путешествия, экологичный образ жизни. Часто в качестве основной идеи выступают особенности материнства: многодетная мать (#многомама, #мамадвойни); одинокая мать (#синглмама); мама ребёнка с ограниченными возможностями здоровья (#овзнеприговор, #особенныедети); мамы, потерявшие детей (#мамаангела), и др. Такие блоги в большей степени отражают практики взаимопомощи и социальной поддержки, привлекая внимание к специфичным проблемам материнства;
- *онлайн-консультации.* Юристы, экономисты, психологи, врачи некоторых специальностей, находясь в декрете, предлагают дистанционные консультации, что было особенно востребовано в период карантина. Специфический сегмент консультационных онлайн-услуг — нумероло-

гия, гадание, составление натальных карт. Его популярность среди мам в декрете можно объяснить ломкой идентичности и поиском новых жизненных ориентиров в этот период;

- *сетевой маркетинг* может быть представлен как крупными сетевыми компаниями, так и пирамидами с сомнительной репутацией. Это одна из наиболее агрессивных практик, сочетающих прямые продажи и вербовку новых сотрудников, которым обещают высокие доходы при минимальных усилиях. Рекрутеры используют различные тактики, в том числе придумывают звучные названия должностей (например, MLM-бизнес коуч), наполняют аккаунты фотографиями красивой жизни, не раскрывают содержание предлагаемой работы вне личной переписки;
- *заработки в Интернете*. Наименее прозрачная ниша, в которой мамы пытаются реализовать себя как продавцы на онлайн-площадках, специалисты по продвижению товаров, услуг и бренда в социальных сетях (SMM-менеджеры), как организаторы и продавцы курсов личностного развития и «прокачки» различных навыков. Основные риски связаны с «вложением» в малоэффективные обучающие курсы и с покупкой доступа к информации сомнительной достоверности о том, как заработать в Интернете.



**Рис. 1.** Нематеринские онлайн-практики матерей по видам преобладающей деятельности (доля от общего числа аккаунтов, %)

Стоит отметить, что рассмотренные практики могут иметь разные масштаб и экономическую эффективность. Например, производство одежды — это и выполнение в домашних условиях единичных заказов, и собственный бренд одежды; блогерство может быть прибыльным бизнесом, а бывает лишь попыткой набрать подписчиков и выйти на уровень заключения рекламных контактов. Характерно, что часть «мамских» блогов имеют чёткое смысловое ядро, концептуальную основу, задающую узнаваемый стиль проекту (например, творческие, экологические, психологические, образовательные, туристические), однако наиболее популярные блоги такого ядра лишены и сосредоточены на ярком визуальном контенте.

## От чего зависит популярность в «мамском» сообществе?

Согласно нашим данным, один из наиболее предпочтительных видов онлайн-заработка в декрете — блогерство (почти в 35% исследуемых аккаунтов ставка делается на прибыль от ведения блога). Этот вид заработка привлекателен лёгкостью входа (нет необходимости в специальном образовании, стартовом капитале и регистрации в налоговых органах на первых этапах) и свободным графиком. Часто создание контента — это карьера для многих интернет-знаменитостей, требующая значительного количества цифрового труда на содержание и обеспечение своего успеха. Однако большинство мам тратят время впустую, не добившись выхода на уровень платной рекламы — основной статьи дохода блогеров. Среди анализируемых нами аккаунтов менее 5% имели свыше 1 млн подписчиков, тогда как каждый третий аккаунт из вошедших в выборку обозначен как «блогерский» либо ведётся по принципу ориентированного на коммерческий результат блога (он открыт, обращён к широкому кругу читателей, автор призывает ставить «лайки», комментировать публикации, «борется» за подписчиков, устраивая розыгрыши подарков).

В основе идеи блогерства лежит принцип публичной жизни, то есть рассказа о своём быте в режиме реального времени. Можно говорить о «мамских» блогах как об экономических проектах и публицистическом феномене. В первом случае цель блога — получение прибыли; его функционирование следует определённым алгоритмам публикационной активности, автор или команда собирают и анализируют статистику, стремясь управлять мнением аудитории. Начинающие блогеры копируют внешнюю оболочку успешных проектов, пытаются повысить свои показатели за счёт покупки обучающих курсов, обещающих быстрые заработки на блогах и рекламе. Во втором случае основной мотив связан с реализацией социальных и психологических потребностей, публикации интуитивны по содержанию и отражают стремление автора к рефлексии над своим материнским опытом. Поддержание интереса публики требует систематической работы и постоянной активности, хотя, как следует из наших данных, большое число публикаций само по себе не гарантирует увеличения аудитории. Популярные «мамские» блоги имеют диапазон примерно в 1500–4500 публикаций, то есть напоминают о себе часто, но не навязчиво (см. рис. 2).

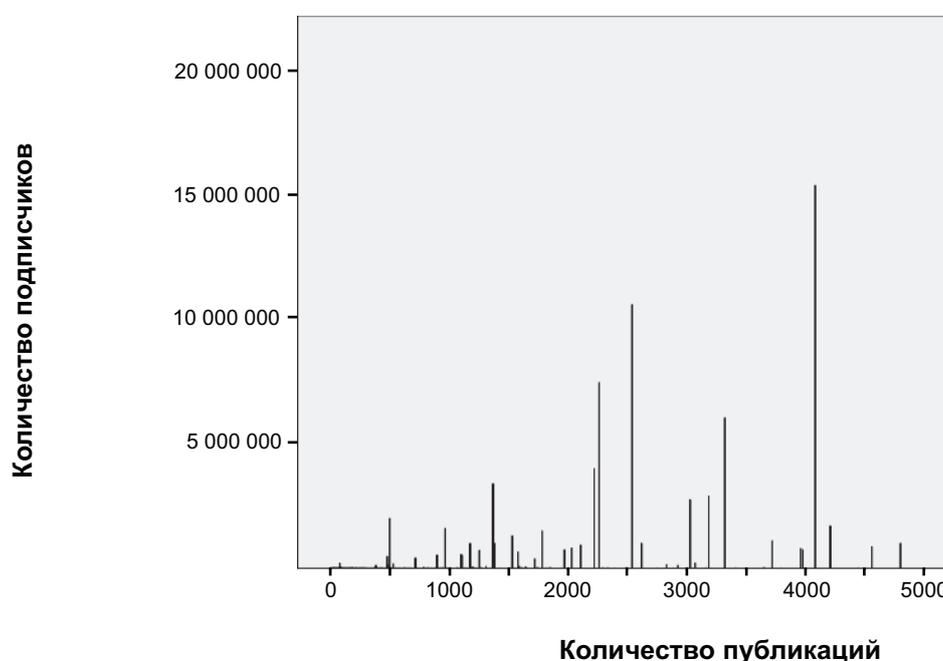


Рис. 2. Соотношение количества публикаций и подписчиков в «мамских» блогах

Чтобы привлечь подписчиков, мамы выкладывают в сеть свои фотографии, фотографии своих детей и супругов, сопровождая их постами на разные темы, в том числе сугубо личные. На обсуждение выносятся семейные ссоры, проблемы воспитания и взаимоотношений между супругами. Например, блогер

с количеством подписчиков более 10 тыс. человек сообщает, что новая семейная фотосессия стала причиной скандала, потому что дети и супруг не хотели принимать в ней участие. Почти 400 тыс. подписчиков имеет мама, рассказывающая о пережитом горе — потере ребёнка. Топовые блогеры «грешат» историями публичных разводов и счастливых воссоединений,кратно увеличивающих активность подписчиков.

Как уже отмечалось, многие мамы стремятся концептуализировать свой блог, взяв за основу какую-либо идею. Популярны кулинарные «мамские» блоги имеют свыше 500 тыс. подписчиков, но невысокую активность, поскольку рецепты часто читают и редко комментируют. Большой эмоциональный отклик получают блоги, посвящённые развитию детей, причём некоторые мамы начинают планировать беременность и вести блог одновременно, рассказывая подписчикам о каждом этапе своего нового состояния. Иногда обсуждения затрагивают интимные моменты (токсикоз, описание родов, в том числе фото и видео из роддома, грудное вскармливание, процесс восстановления после родов), однако это именно те вопросы, которые волнуют молодых мам, и их обсуждение не табуируется в данной аудитории.

В качестве идеи может выступать также специфика образа жизни. Например, религия («матушки»-блогеры рассказывают о своём опыте материнства и ведения традиционного быта, что привлекательно для верующих женщин), экоактивизм (переход к осознанному потреблению зачастую стимулируется материнством, поскольку возрастает чувство ответственности перед последующими поколениями людей) или эмиграция (причём русскоязычные блоги ведут как мамы, переехавшие из России в другую страну, так и мамы, приехавшие в Россию из стран ближнего зарубежья). Стоит отметить, что половина из 10 самых популярных блогов делают ставку на привлекательный визуальный элемент, демонстрирующий роскошь и чувство стиля (число подписчиков таких аккаунтов может превышать 15 млн человек).

С точки зрения нормативности современного материнства важен вопрос о влиянии количества детей на популярность в «мамском» сообществе, иначе говоря: сколько детей должна иметь женщина, чтобы считаться «достаточно авторитетной» мамой? Интересен факт, что при суммарном коэффициенте рождаемости в России 1,504 блоги однодетных матерей не пользуются популярностью, как и блоги женщин, имеющих более четырёх детей (см. рис. 3), то есть получить статус «опытной мамы», при этом не потеряв статуса «интересной мамы», вероятнее всего имея от двух до четырёх детей.

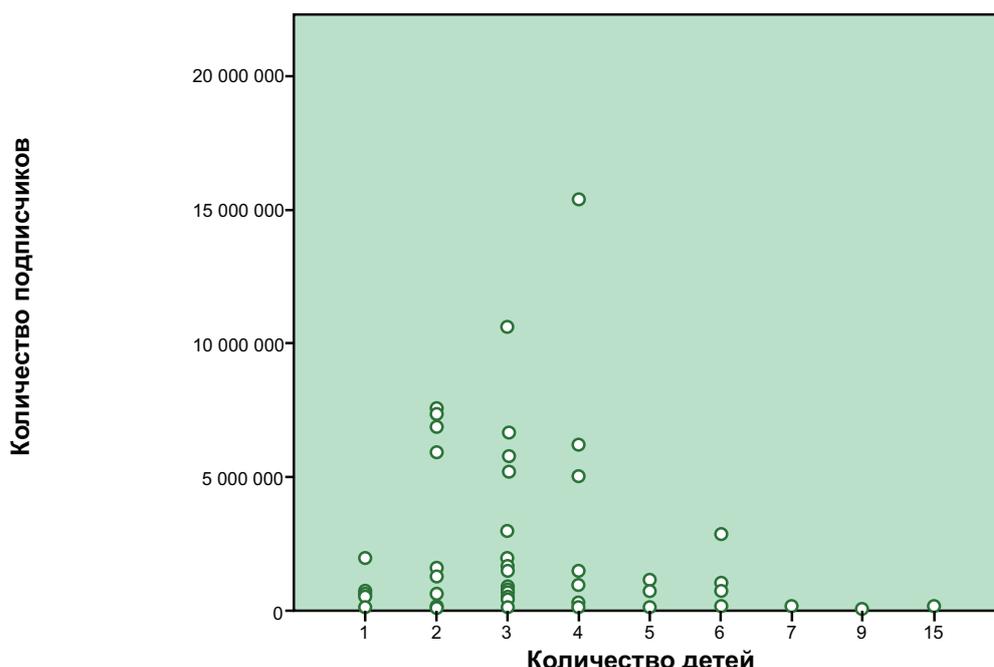


Рис. 3. Соотношение количества подписчиков с детностью у мам-блогеров

Исследователи периодически обращаются к материнским блогам как к источнику информации о трансформации материнства [Gürçayır 2014]. Можно констатировать, что блоги неоднородны по своей природе, но отражают общую тенденцию: популярные блогеры легитимируют определённые образцы материнства и оказывают влияние на развитие материнских практик. Одна из классификаций предлагает ориентироваться на два преобладающих типа контента: записи (1) «альфа-мамы» (адепты интенсивного материнства, демонстрирующие идеальный образ успешной мамы) и (2) «реалистичный» блог («неотредактированное материнство», акцент на противоречиях образа современной женщины и требований к ней) [Germic, Eckert, Vultee 2021]. В любом варианте инфлюэнсеры делятся информацией, основанной на личном опыте, которая ценится читателями не столько за качество и достоверность, сколько за оперативность её получения [Xie et al. 2021]. Как отмечает в своём исследовании Кара Клиф, женщины ищут репрезентацию подлинного опыта, который не могут получить где-либо ещё; «мамское» сообщество с его «истеричными, но достаточно честными» историями позволяет почувствовать себя менее одинокой, менее глупой, менее смешной [Cleaf 2015].

### Дискуссия и обсуждение: потенциал и рискогенность онлайн-практик

Может ли онлайн-активность выйти на уровень предпринимательства? Развитие женского предпринимательства в последнее десятилетие стало одним из трендов ведущих мировых экономик, особенно в части роста значения малого бизнеса в структуре ВВП и социально ориентированных проектов. По данным Комитета по развитию женского предпринимательства общественной организации «ОПОРА России»<sup>6</sup>, в нашей стране доля женщин в малом бизнесе составляет менее 30% (существенно ниже уровня стран с развитыми и диверсифицированными экономиками), их потенциальная предпринимательская активность, что является значимым экономическим ресурсом. Исследования фиксируют влияние материнского опыта на переосмысление профессионального пути, в том числе на принятие решения о собственном деле [Hudson Breen, Leung 2020]. В риторике официальных лиц и массовом сознании женское предпринимательство тесно связано с материнством [Wu, Li, Zhang 2019].

Предпринимательство считается гендерно-нейтральной концепцией и практикой, хотя, как мы видим, женский бизнес сфокусирован в сфере услуг, лёгкой и пищевой промышленности, что соответствует нормативной модели женственности [Lewis 2013]. Оно ассоциируется с конкуренцией, тотальной вовлечённостью в процесс и сдержанностью, что проблематично для матерей в связи с балансировкой между работой и уходом за детьми, а также ожиданием эмоциональной открытости. Государство, в свою очередь, возлагает на женщин ожидания по ведению социально ответственного бизнеса<sup>7</sup>, то есть бизнеса, направленного не на максимизацию прибыли, а на решение общественных задач.

Открытие собственного бизнеса является желаемым, но не вполне реалистичным жизненным сценарием для россиянок. Индекс женской предпринимательской активности (Women Business Index — WBI) демонстрирует устойчивость в оценке его позитивного влияния на экономику на протяжении нескольких лет<sup>8</sup>. По данным аналитического центра НАФИ, две трети женщин (66%) указали предпринимательство как предпочтительный вид деятельности, при этом чаще других заняться предпринимательской деятельностью готовы женщины в возрасте 25–34 лет (73%), а также женщины с высшим

<sup>6</sup> Комитет по развитию женского предпринимательства; см.: Официальный сайт Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» (<https://opora.ru/committees-and-commissions/komitety/razvitiyu-zhenskogo-predprinimatelstva/o-komitete-309/>).

<sup>7</sup> Приветственное слово участницам 66-го Всемирного конгресса мировой ассоциации женщин-предпринимателей FCEM; см.: Официальный сайт Президента России (<http://www.kremlin.ru/events/president/letters/58866>).

<sup>8</sup> Индекс женской предпринимательской активности, шестая волна; см.: Аналитический центр НАФИ, официальный сайт (<https://nafu.ru/analytics/indeks-zhenskoy-predprinimatelskoy-aktivnosti-6-volna/>).

образованием (71%). Этот показатель отражает совокупную оценку деловой активности женщин со стороны общества, доступность условий ведения бизнеса, а также степень соответствия профессиональных и личностных качеств, необходимых для женского предпринимательства, и в целом даёт оптимистичный прогноз на развитие женской деловой среды. Вместе с тем основные трудности развития женского предпринимательства и проблемы его масштабирования (нехватка соответствующих знаний и навыков, низкая профессиональная амбициозность, двойная занятость и ограниченный доступ к стартовому капиталу) актуализируют данные исследования 20-летней давности «Женщина новой России», результаты которого показали, что значительная часть женщин (27,7%) желают открыть своё дело, но считают это непосильной для себя задачей (см. табл. 1).

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос:  
«Добились ли вы желаемого в следующих сферах: собственный бизнес?»**

Ответ респондента	N	Доля от общего числа опрошенных, %
Уже добилась	64	4,6
Пока не добилась, но считаю, что мне это по силам	202	14,4
Хотелось бы, но вряд ли удастся	389	27,7
В моих жизненных планах этого нет	734	52,2
Затруднились ответить	13	0,9
Отказ от ответа	4	0,3
Всего	1406	100

*Источник:* Данные исследования «Женщина новой России (ИКСИ)» (2001–2002). Руководители Горшков М. К., Тихонова Н. Е., Шереги Ф. Э.; см. подробнее: URL: [http://sophist.hse.ru/db/oprview.shtml?ID\\_S=1300&T=m&en=0](http://sophist.hse.ru/db/oprview.shtml?ID_S=1300&T=m&en=0)

Согласно нашим данным, производство товаров в структуре нематеринских онлайн-активностей имеет низкие показатели (совокупно чуть более 10%), при этом стоит учитывать, что масштабы чаще всего невелики. Например, производство вязаных изделий — это штучные экземпляры, выполняемые женщиной самостоятельно. Однако есть случаи успешного развития проектов до производственных масштабов. В частности, из увлечения деревянным декором и ростом спроса на изделия в социальной сети вырос бизнес по производству авторской мебели, а из штучных фемили-луков (подбор гармонирующих между собой комплектов одежды для всех членов семьи) — бренд популярной одежды (Family Look). Вопрос о том, что является катализатором для успешного проекта (личностные качества, когнитивный компонент, поддержка семьи, позволяющая более рационально использовать временной ресурс или иные факторы), представляется нам стратегически важным, поскольку ответ на него способен существенно повысить эффективность планирования государственной поддержки женщин-предпринимателей.

Помимо производства одежды и продуктов питания, мамы активно предлагают свои услуги по косметологии, маникюру, стилистике. Индустрия красоты имеет стабильную динамику на российском рынке. По итогам 2021 г., объём рынка увеличился на 46,9% после падения в 2020 г. и составил более 150 млрд руб. Основной характеристикой рынка стало существенное изменение его структуры, то есть рост доли самозанятых, работающих на дому<sup>9</sup>. В нашей выборке почти 5% женщин предлагают бытислужбы и по большей части оказывают их дома либо в частном кабинете. Такой способ ведения бизнеса не требует значительных финансовых затрат в отличие от открытия парикмахерской или салона, позво-

<sup>9</sup> Российский рынок парикмахерских и салонов красоты: итоги 2021 г., прогноз до 2025 г.; см. официальный сайт Консалтинговой компании Neoanalytics (<https://www.neoanalytics.ru/rossiiskii-rynok-parikmaherskih-i-salonnov-krasoty-2022-1/>).

ляет предлагать конкурентный ценник и компенсирует издержки негибкой налоговой системы, однако минимизирует пенсионные начисления.

Почти 10% участниц нашей выборки реализуют свою экономическую активность в сфере услуг творческого характера, большая часть которой представлена фотоиндустрией. «Мамы с фотоаппаратами» составляют специфическую для отрасли презентацию материнского предпринимательства и расширяют представления о возможностях совмещения творчества и материнства. Доступность программного обеспечения для редактирования фотографий и обмена файлами, цифровые платформы, обеспечивающие доступ к онлайн-рынкам, существенно снизили порог вхождения в отрасль и создали возможности для работы из дома. В то же время ряд исследователей отмечают отрицательные эффекты этого процесса: нестабильность надомной работы, маргинализацию и скудные заработки [Taylor 2015; Mayes, Williams, McDonald 2020].

Дискурсивное обрамление материнства и предпринимательства в контексте конфигурации бизнеса вокруг обязанностей по уходу за детьми задаёт рамки женской предпринимательской активности в границах малого бизнеса и непопулярных у мужчин ниш, причём эти рамки конструируются извне, но поддерживаются и самими женщинами как приемлемый компромисс. Вместе с тем китайские учёные пришли к выводу, что понимание предпринимательских барьеров женщин и расширения их прав и возможностей женского предпринимательства — это два разные вопроса [Wu, Li, Zhang 2019]. В результате межстранового исследования были выявлены четыре категории, различные конфигурации которых определяют успех развития женского предпринимательства или его отсутствие: (1) материнство, (2) предпринимательские знания и компетенции, (3) предпринимательские нормы и (4) финансирование. Важным выводом, вступающим в противоречие с мнением большинства исследователей, является то, что конфликт между работой и семьёй выступает трансцендентным фактором, побуждающим женщин начинать собственное дело [Wu, Li, Zhang 2019]. Альтернативная точка зрения заключается в том, что предпринимательство не может быть панацеей для разрешения конфликтов между работой и семьёй [Kirkwood, Tootell 2008], поскольку высокая нагрузка является причиной физических проблем и эмоционального истощения.

Таким образом, развитие женского предпринимательства становится потенциально привлекательным, но не лишённым подводных камней способом повышения уровня материальной защищённости женщин в период материнства. Попытки организовать бизнес при помощи социальных сетей часто неудачны, в том числе из-за незнания базовых принципов его построения. Актуальные образовательные инициативы (например, возможность пройти бесплатное обучение женщинами, находящимися в отпуске по уходу за ребёнком до трёх лет либо не состоящими в трудовых отношениях и имеющими детей дошкольного возраста<sup>10</sup>, или получить бизнес-образование<sup>11</sup>) способны преодолеть этот барьер при условии понятного и финансово доступного механизма вхождения в бизнес-процессы.

Вместе с тем онлайн-практики имеют существенные риски. Нематеринские практики, реализуемые в любых формах, связаны с тремя характеристиками: идентичность (согласование материнской роли с другими социальными ролями, в том числе с ролью профессионала или предпринимателя), мотивация (основанная на балансе между работой и личной жизнью) и поиск возможностей (возникающих как реакция на отмену привычного ритма жизни и столкновения с реальным материнством, отличающимся от его идеалистического образа). Многие женщины в первые годы материнства переживают внутренние противоречия между надлежащим выполнением обязанностей по воспитанию и собствен-

<sup>10</sup> См.: официальный сайт нацпроекта «Демография» (<https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/demografiya>).

<sup>11</sup> См. официальный сайт проекта «Мама-предприниматель» (<https://mama-predprinimatel.ru/>).

ным профессиональным и личностным развитием (см., например, исследование жизненных сценариев женщин-предпринимателей: [Duberley, Carrigan 2013]), пытаясь надстраивать свои потребности вокруг потребностей малыша. Цифровая среда отчасти снимает эти противоречия, позволяя реализовывать свои амбиции, находясь дома в контакте с детьми. Однако эта же ситуация несёт и потенциальные риски как на экономическом уровне, так и на психологическом.

Попытки найти заработок, используя цифровые площадки, на уровне психологии могут быть поняты как «форма предпринимательства по необходимости» [Richomme-Huet, Vial, d'Andria 2013: 267], вынужденное решение в условиях ограниченных возможностей [Mayes, Williams, McDonald 2020]. Выбор онлайн-практик продиктован не столько хорошим знанием среды и принципов работы в ней, сколько отсутствием альтернатив, что не способствует созданию благоприятного психологического климата.

Кроме того, реализуя те или иные практики в социальных сетях, мама является не только действующим субъектом, но и потребителем информации. Несмотря на то что социальные сети могут быть полезным валидным инструментом для социализации в новом материнском статусе через понимание себя как части материнского сообщества, участие в них неизбежно запускает механизм сравнения себя с другими. Инфлюэнсеры вкладывают значительные средства в поддержание своего образа, однако для большинства типичных мам воссоздание этого образа недостижимо, что, как утверждают исследователи, негативно сказывается на самооценке женщин [Germic, Eckert, Vultee 2021]. «Картиночная» природа ожиданий от материнства и несоответствие своего реального положения этим ожиданиям рассматриваются как собственное отклонение от нормы даже в тех случаях, когда постановочный характер контента осознаётся пользователями [Press 2006].

Наибольшую потенциальную опасность среди психологических факторов риска несёт интернет-зависимость. Доказано, что технологии и повседневное общение с их помощью занимают одно из ведущих мест среди факторов, влияющих на психическое здоровье общества [Young 1998; Allen et al. 2014]. Онлайн-инструменты создают парадокс социальных связей: с одной стороны, они повышают лёгкость, с которой люди могут инициировать онлайн-сообщества, управлять ими и вступать в них, но, с другой стороны, способны стать источником отчуждения и остракизма. Нет научных данных о том, что паталогическое стремление проверить новостную ленту или мессенджер в социальных сетях влияет на качество контакта матери и ребёнка, однако, вероятнее всего, такие данные — только вопрос времени.

Как уже было отмечено, онлайн-пространство предоставляет возможности для экономической активности женщин в декрете, но при этом несёт и специфические риски, связанные в первую очередь с уязвимостью перед интернет-мошенничеством. Помимо традиционных схем с незаконным списанием средств, действуют и менее явные механизмы (например, организация онлайн-курсов «по быстрым заработкам в Интернете» или «попаданию в финансовый поток», разнообразные «марафоны желаний» и услуги гадалок). Виктимность молодых матерей обусловлена снижением их критичности (подтверждено исследованиями нейрофизиологов; см.: [Rippon 2019; Tucker 2021]) и ситуацией стресса, в которой женщины оказываются после смены привычного ритма жизни.

Также экономический риск онлайн-практик выражается в отсутствии ожидаемого эффекта от деятельности. Затраченное время и ресурсы не всегда окупаются, поскольку рынок онлайн-услуг требует знания механизмов его функционирования и понимания актуальных ниш. Действуя интуитивно, молодые мамы принимают за бизнес предложения сетевого маркетинга и попадают в цикл перманентных закупок за свой счёт. Таким образом, экономическая и правовая грамотность является важнейшим условием снижения рискогенности цифровой среды.

## Заключение

Материнство в современной культуре — это сложное и многоуровневое явление, рутинная практика и презентация этой практики одновременно, уникальный индивидуальный опыт и строгий нормативный институт. Вместе с тем материнство — смыслообразующая категория в жизни женщины, своеобразная инициация. Рождение ребёнка вносит существенные коррективы в стиль жизни, ограничивая привычные социальные действия и способствуя появлению новых.

Возникающая в результате амбивалентность приводит к поиску возможностей самореализации и источников финансирования взамен утраченных. В данной статье мы ввели для анализа этого феномена термин «нематеринские практики молодых матерей», отделив их, таким образом, от выполнения рутинных дел и практик ухода за ребёнком. Одной из разновидностей современных нематеринских практик, позволяющих балансировать между выполнением материнских функций и решением задач самореализации, являются экономические онлайн-практики, изучение которых стало целью данного научного проекта. В основе исследования лежали следующие вопросы:

- какие практики, позволяющие женщинам в декретном отпуске получать доход, существуют в российском сегменте Интернета?
- каковы потенциал и рискогенность этих практик?

Отвечая на первый вопрос, мы систематизировали наиболее популярные из таких практик, основываясь на предположении, что точкой демаркации является доминирующая агентность (реальная или виртуальная). Безусловным положительным эффектом онлайн-практик является возможность профессиональной самореализации, получения дополнительного дохода и развития собственного бизнеса. Кроме того, виртуальная среда позволяет молодым мамам чувствовать себя частью большого сообщества, обмениваться мнениями и опытом. Рискогенность практик связана с тем, что затраченное время, усилия и средства не всегда окупаются, а молодые матери уязвимы перед интернет-мошенничеством, поскольку демонстрируют высокую доверчивость. К негативным факторам также относятся интернет-зависимость и низкое качество просматриваемого контента, что можно утверждать исходя из анализа популярных «мамских» блогов. Идентификация через опыт материнства позволяет женщинам более критично воспринимать окружающую действительность, замечать и объективировать социальные проблемы и противоречия. Вот почему многие общественные, в том числе экологические, проекты инициированы мамами, а дискуссии вокруг женского предпринимательства часто ведутся в логической сцепке именно с материнством, хотя не все женщины становятся матерями.

В момент подготовки данной статьи мы столкнулись с новыми обстоятельствами — блокировкой популярных социальных сетей в России. Однако авторский коллектив уверен в пользе проведённого исследования и необходимости публикации данных по его результатам. Во-первых, вне зависимости от сроков блокировки, мы имеем слепок определённого исторического периода и специфики материнского поведения в нём, что важно сохранить и зафиксировать. Во-вторых, сам исследовательский алгоритм может быть применён для работы в других цифровых средах, поскольку его принцип довольно универсален. В-третьих, мы получили представление о практиках экономического поведения молодых матерей, которые выходят за рамки виртуального мира. Нам удалось показать, что женщины в период декретного отпуска имеют сверхвысокую мотивацию как на саморазвитие, так и на развитие бизнес-проектов и инициатив, они энергичны, предприимчивы и дисциплинированы, но нуждаются в специальных мерах поддержки в этот период. Мы надеемся на то, что полученные данные будут полезны при разработке социальных и экономических программ поддержки материнства и женского предпринимательства.

## Литература

- Абдулаева З. З. 2020. «Штраф за материнство»: наличие детей как фактор снижения конкурентоспособности женщин на рынке труда. *Региональные проблемы преобразования экономики*. 9 (119): 132–138.
- Гимадеева Д. Р. 2016. Профессиональная самореализация в сети (на примере социальной сети Инстаграм). *Социодинамика*. 10: 28–36.
- Ермолина А. А. et al. 2016. Рождение ребёнка как фактор доходной обеспеченности женщин. Насколько велик в России «штраф за материнство»? *Демоскоп Weekly*. 701–702: 35–40.
- Женщины и мужчины России*. 2020. Статистический сборник. М.: Росстат.
- Круглова Е. Л. 2020. Феминизация бедности как одна из основных угроз молодой российской семьи. *Дискуссия*. 99 (2): 58–65.
- Микляева А. В., Румянцева П. В. 2018. «#онажемаТЬ»: имплицитные социальные представления о материнстве в современном российском интернет-дискурсе. *Женщина в российском обществе*. 1 (86): 67–77.
- Пишняк А. И., Надеждина Е. В. 2020. Занятость российских женщин после рождения детей: стимулы и барьеры. *Журнал исследований социальной политики*. 18 (2): 221–238.
- Саночкина А. В. 2019. Проблемы самореализации женщин в период отпуска по уходу за ребёнком. В кн.: Васягиной Н. Н., Казаевой Е. А. (науч. ред.) *Актуальные проблемы психологии личности*. Сборник научных трудов. Екатеринбург: [б. и.]; 234–238.
- Силласте Г. Г. 2019. Социальные трансформации и формирование нового гендерного порядка. *Женщина в российском обществе*. 2: 3–16.
- Филиппова Г. Г. 1998. Материнство: сравнительно-психологический подход. *Психологический журнал*. 19 (5): 81–88.
- Филиппова Г. Г. 2002. *Психология материнства*. Учебное пособие. М.: Изд-во Института психотерапии.
- Швецова А. В. 2021. Барьеры профессионального развития молодых учёных в гендерно-дифференцированной среде научного сообщества. *Женщина в российском обществе*. 1: 83–93.
- Allen K.-A. et al. 2014. Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and the Potential Pitfalls. *Australian Journal of Educational and Developmental Psychologist*. 31 (1): 18–31.
- Arendell T. 2000. Conceiving and Investigating Motherhood: The Decade's Scholarship. *Journal of Marriage and Family*. 62 (4): 1192–1207.
- Banerjee P., Biswas S., Mazumder D. 2022 (Preprint). Maternity Leave and Labour Market Outcomes. *SSRN Electronic Journal*. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4159552>

- Bartlett A. 2010. Babydaze Maternal Time. *Time & Society*. 19 (1): 120–132.
- Cleaf K. 2015. Of Woman Born to Mommy Blogged: The Journey from the Personal as Political to the Personal as Commodity. *WSQ: Women's Studies Quarterly*. 43 (3): 247–264.
- Dickens M. J., Pawluski J. L. 2018. The HPA Axis During the Perinatal Period: Implications for Perinatal Depression. *Endocrinology*. 159 (11): 3737–3746.
- Dotti Sani G., Treas J. 2016. Educational Gradients in Parents' Child-Care Time Across Countries, 1965–2012: Educational Gradients in Parents' Child-Care Time. *Journal of Marriage and Family*. 78 (4): 1083–1096.
- Duarte-Guterman P., Leuner B., Galea L. 2019. The Long- and Short-Term Effects of Motherhood on the Brain. *Frontiers in Neuroendocrinology*. 53: art. 100740 URL: <https://doi.org/10.1016/j.yfrne.2019.02.004>
- Duberley J., Carrigan M. 2013. The Career Identities of 'Mumpreneurs': Women's Experiences of Combining Enterprise and Motherhood. *International Small Business Journal*. 31 (6): 629–651.
- Edenroth-Cato F. 2020. Motherhood and Highly Sensitive Children in an Online Discussion Forum. *Health*. 24 (4): 442–458.
- Garvan J. 2020. Ambivalence and Identification: Avenues for Reification or Change. In: LaChance Adams S., Cassidy T., Hoga S. (eds) *The Maternal Tug: Ambivalence, Identity, and Agency*. Bradford, Ontario: Demeter Press; 199–218.
- Germic E., Eckert S., Vultee F. 2021. The Impact of Instagram Mommy Blogger Content on the Perceived Self-Efficacy of Mothers. *Social Media + Society*. 7 (3). URL: <https://doi.org/10.1177%2F20563051211041649>
- Giving Life and Dying of Loneliness: Many New Mothers Commit Suicide in Japan. 2018. *AsiaNews.it*. URL: <http://www.asianews.it/news-en/Giving-life-and-dying-of-loneliness:-many-new-mothers-commit-suicide-in-Japan-44902.html>
- Gürçayır Teke S. 2014. A Netnographic Analysis on the Transformation of Motherhood: Blogger Mothers. *Milli Folklor*. 103 (26): 32–47.
- Harding K. D., Whittingham L., McGannon K. R. 2021. '#sendwine: An Analysis of Motherhood, Alcohol Use and #winemom Culture on Instagram'. *Substance Abuse: Research and Treatment*. 15. URL: <https://doi.org/10.1177/11782218211015195>
- Hays S. 1998. *The Cultural Contradictions of Motherhood*. New Haven: Yale University Press.
- Hudson Breen R. E., Leung A. 2020. Choosing Mothering and Entrepreneurship: A Relational Career-Life Process. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 12 (3): 253–271.
- Ionio C. et al. 2019. What is the Role Played by Pregnancy in the Construction of a Woman's Identity and Her Association with Her Child-to-Be? *Journal of Reproductive and Infant Psychology*. 39 (3): 250–262.
- Jones I. et al. 2014. Bipolar Disorder, Affective Psychosis, and Schizophrenia in Pregnancy and the Post-Partum Period. *Lancet*. 384: 1789–1799.

- Kim P., Dufford A., Tribble R. 2018. Cortical Thickness Variation of the Maternal Brain in the First 6 Months Postpartum: Associations with Parental Self-Efficacy. *Brain Structure and Function*. 223 (7): 3267–3277.
- Kirkwood J., Tootell B. 2008. Is Entrepreneurship the Answer to Achieving Work-Family Balance? *Journal of Management & Organization*. 14 (3): 85–302.
- Laney E. et al. 2015. Becoming a Mother: The Influence of Motherhood on Women's Identity Development. *Identity*. 15 (2): 126–145.
- Lewis P. 2013. The Search for an Authentic Entrepreneurial Identity: Difference and Professionalism among Women Business Owners. *Gender, Work and Organization*. 20 (3): 252–266.
- Luders E. et al. 2018. Potential Brain Age Reversal after Pregnancy: Younger Brains at 4–6 Weeks Postpartum. *Neuroscience*. 386: 309–314.
- Mayes R., Williams P., McDonald P. 2020. Mums with Cameras: Technological Change, Entrepreneurship and Motherhood. *Gender, Work and Organization*. 27 (6): 1468–1484.
- Millward L. J. 2006. The Transition to Motherhood in an Organizational Context: An Interpretative Phenomenological Analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 79 (3): 315–333.
- Niemistö C. et al. 2020. Motherhood 2.0: Slow Progress for Career Women and Motherhood within the 'Finnish Dream'. *Work, Employment and Society*. 35 (4): 696–715.
- Pedersen S. 2016. The Good, the Bad and the 'Good Enough' Mother on the UK Parenting Forum Mumsnet. *Women's Studies International Forum*. 59: 32–38.
- Press A. 2006. The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermined Women. *Feminist Formations*. 18 (2): 235–236.
- Richomme-Huet K., Vial V., d'Andria A. 2013. Mumpreneurship: A New Concept for an Old Phenomenon? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 19 (2): 251–275.
- Rippon G. 2019. *Gendered Brain: The New Neuroscience That Shatters the Myth of the Female Brain*. London: The Bodley Head Ltd.
- Slomian J. et al. 2019. Consequences of Maternal Postpartum Depression: A Systematic Review of Maternal and Infant Outcomes. *Women's Health*. 15: art. 1745506519854864. URL: <https://doi.org/10.1177/1745506519844044>
- Sorensen S. O. 2017. The Performativity of Choice: Postfeminist Perspectives on Work–Life Balance. *Gender, Work and Organization*. 24 (3): 297–313.
- Taylor S. 2015. A New Mystique? Working for Yourself in the Neoliberal Economy. *The Sociological Review*. 63 (1): 174–187.
- Tucker A. 2021. *Mom Genes: Inside the New Science of Our Ancient Maternal Instinct*. New York: Gallery Books.

- Wang H. 2021. Chinese Women's Reproductive Justice and Social Media. *Technical Communication Quarterly*. 30 (3): 285–297.
- Wu J., Li Y., Zhang D. 2019. Identifying Women's Entrepreneurial Barriers and Empowering Female Entrepreneurship Worldwide: A Fuzzy-Set QCA Approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 15 (2): 1–24.
- Xie J. et al. 2021. How Do Mothers Exchange Parenting-Related Information in Online Communities? A Meta-Synthesis. *Computers in Human Behavior*. 115: art. 106631 URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106631>
- Young K. S. 1998. Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*. 1 (3): 237–244.

## NEW TEXTS

Anastasia Shvetsova, Irina Simonova, Alena Obolenskaya, Marina Krivoshchekova

# Online Practices of the Economic Behavior of Russian Women during Maternity Leave

**SHVETSOVA, Anastasia** —

Candidate Science (in Sociology),  
Senior Researcher, Ural  
State Pedagogical University.  
Address: 26 Cosmonauts str.,  
620017, Yekaterinburg, Russian  
Federation.

**Email:** [shvetsovaav@mail.ru](mailto:shvetsovaav@mail.ru)

**SIMONOVA, Irina** — Candidate  
Science (in Philosophy),

Associate Professor, Department  
of Pedagogy and Pedagogical  
Comparative Study, Ural  
State Pedagogical University.  
Address: 26 Cosmonauts str.,  
620017, Yekaterinburg, Russian  
Federation.

**Email:** [lubo05@mail.ru](mailto:lubo05@mail.ru)

**OBOLENSKAYA, Alena** —

Candidate Science (in Economy),  
Senior Researcher, Ural  
State Pedagogical University.  
Address: 26 Cosmonauts str.,  
620017, Yekaterinburg, Russian  
Federation.

**Email:** [a.obolenskaya@mail.ru](mailto:a.obolenskaya@mail.ru)

**KRIVOSHCHEKOVA,**

**Marina** — Candidate Science (in  
Pedagogy), Associate Professor,  
Department of Professionally-  
Oriented Language Education,  
Ural State Pedagogical University.  
Address: 26 Cosmonauts str.,  
620017, Yekaterinburg, Russian  
Federation.

**Email:** [kmsolimp@mail.ru](mailto:kmsolimp@mail.ru)

## Abstract

The article analyzes the increasing importance of visual media content in the daily life of Russian women with children under the age of 3 and suggests methods for studying visual social networks, both graphic and intertextual content. Based on the theory of social construction of gender, the authors introduce the concept of “non-maternal practices of young mothers”, defining it as a set of actions performed by women during maternity leave and aimed at meeting their social, economic, psychological needs that arise from the disappearance of the usual rhythm of life. A significant part of these practices is implemented in the online space, which makes it possible to resolve the problem of their social isolation during this period. We analyzed 720 social media accounts to understand what the thematic field of the modern mother community is and what types of economic activity are implemented in it. The results of the study represent a classification of online practices of young mothers implemented in social networks and aimed at obtaining an economic effect. The classification is based on the principle of dominant agency: real or virtual. A feature of the first group is the choice of practices aimed at creating a product or providing services in direct interaction with the consumer (food production, clothing manufacturing, hairdressing and cosmetology services, education, and creative crafts), and the social network acts aimed at promoting a product or service. The second group focuses on the direct use of the digital environment as an economic resource (blogging, online consultations, network marketing). Most practices spring from women’s desire for communication, self-realization, and earnings, which is understandable in terms of gender analysis and economic realities. However, some actions may have problematic sociocultural consequences. The riskiness of the digital environment is associated with psychological consequences, including the formation of Internet addiction, as well as negative economic effects (the vulnerability of young mothers to Internet fraud, the discrepancy between time and labor costs, and the profit received). The main conclusion of the article is that the study of women’s online economic practices during maternity leave with a focus on non-maternity practices is a promising and strategically important area of research in the landscape of modern motherhood.

**Key words:** gender analysis; motherhood; economic activity; internet; digital environment; online practices; social networks.

## Funding

The research was supported by the Russian Science Foundation. Project No. 22-28-00636 “Modern ‘non-maternal’ practices of young mothers: repertoire, potential and social risk”.

## References

- Abdulaeva Z. Z. (2020) “Shtraph za materinstvo:” nalichie detey kak phaktor snizheniya konkurentosobnosti zhenshchin na rynke truda [“Penalty for Motherhood:” the presence of Children as a Factor in Reducing the Competitiveness of Women in the Labor Market]. *Regional Problems of Economic Transformation = Regional’nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, no 9 (119), pp. 132–138 (in Russian).
- Allen K.-A., Ryan T., Gray D., McInerney D., Waters L. (2014) Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and the Potential Pitfalls. *Australian Journal of Educational and Developmental Psychologist*, vol. 31, no 1, pp. 18–31. Available at: <https://doi.org/10.1017/edp.2014.2> (accessed 30 August 2022).
- Arendell T. (2000). Conceiving and Investigating Motherhood: The Decade’s Scholarship. *Journal of Marriage and Family*, vol. 62, no 4, pp. 1192–1207.
- Banerjee P., Biswas S., Mazumder D. (2022. Preprint). Maternity Leave and Labour Market Outcomes. *SSRN Electronic Journal*. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4159552> (accessed 30 August 2022).
- Bartlett A. (2010) Babydaze Maternal Time. *Time & Society*, vol. 19, no 1, pp. 120–132.
- Cleaf K. (2015). Of Woman Born to Mommy Blogged: The Journey from the Personal as Political to the Personal as Commodity. *WSQ: Women’s Studies Quarterly*, vol. 43, no 3, pp. 247–264.
- Dickens M. J., Pawluski J. L. (2018) The HPA Axis During the Perinatal Period: Implications for Perinatal Depression. *Endocrinology*, vol. 159, no 11, pp. 3737–3746.
- Dotti Sani G., Treas J. (2016) Educational Gradients in Parents’ Child-Care Time Across Countries, 1965–2012: Educational Gradients in Parents’ Child-Care Time. *Journal of Marriage and Family*, vol. 78, no 4, pp. 1083–1096.
- Duarte-Guterman P., Leuner B., Galea L. (2019) The Long- and Short-Term Effects of Motherhood on the Brain. *Frontiers in Neuroendocrinology*, vol. 53, art. 100740 Available at: <https://doi.org/10.1016/j.yfrne.2019.02.004> (accessed 30 August 2022).
- Duberley J., Carrigan M. (2013) The Career Identities of ‘Mumpreneurs’: Women’s Experiences of Combining Enterprise and Motherhood. *International Small Business Journal*, vol. 31, no 6, pp. 629–651.
- Edenroth-Cato F. (2020) Motherhood and Highly Sensitive Children in an Online Discussion Forum. *Health*, vol. 24, no 4, pp. 442–458.
- Ermolina A. A., Rokhmina E. B., Vasilyeva Yu. M., Trach T. M. (2016) Rozhdenie rebenka kak phaktor dokhodnoy obespechennosti zhenshchin. Naskol’ko velik v Rossii “shtraph za materinstvo”? [The Birth of a Child as a Factor in the Income Security of Women. How Big is the “Fine for Motherhood” in Russia?]. *Demoscope Weekly = Demoskop Weekly*, no 701–702, pp. 35–40 (in Russian).

- Filippova G. G. (1998) Materinstvo: sravnitel'no-psikhologicheskii podkhod [Motherhood: A Comparative Psychological Approach] *Psychological Journal = Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 19, no 5, pp. 81–88 (in Russian).
- Filippova G. G. (2002) *Psikhologiya materinstva* [Psychology of Motherhood], Moscow: Izd-vo Instituta Psikhoterapii (in Russian).
- Garvan J. (2020). Ambivalence and Identification: Avenues for Reification or Change. *The Maternal Tug: Ambivalence, Identity, and Agency* (eds. S. LaChance Adams, T. Cassidy, S. Hoga), Bradford, Ontario: Demeter Press, pp. 199–218.
- Germic E., Eckert S., Vultee F. (2021). The Impact of Instagram Mommy Blogger Content on the Perceived Self-Efficacy of Mothers. *Social Media + Society*, vol. 7 no 3. Available at: <https://doi.org/10.1177/20563051211041649> (accessed 30 August 2022).
- Gimadeeva D. R. (2016) Professional'naya samorealizatsiya v seti (na primere sotsial'noy seti Instagram) [Professional Self-Realization in the Network (On the Example of the Social Network Instagram)]. *Socio-dynamics = Sociodinamika*, no 10, pp. 28–36 (in Russian).
- Giving Life and Dying of Loneliness: Many New Mothers Commit Suicide in Japan (2018) *AsiaNews.it*. Available at: <http://www.asianews.it/news-en/Giving-life-and-dyingof-loneliness:-many-new-mothers-commit-suicide-in-Japan-44902.html> (accessed 2 March 2022).
- Gürçayır Teke S. (2014) A Netnographic Analysis on the Transformation of Motherhood: Blogger Mothers. *Milli Folklor*, vol. 103, no 26, pp. 32–47.
- Harding K. D., Whittingham L., McGannon K. R. (2021) '#sendwine: An Analysis of Motherhood, Alcohol Use and #winemom Culture on Instagram'. *Substance Abuse: Research and Treatment*, vol. 15. Available at: <https://doi.org/10.1177/11782218211015195> (accessed 30 August 2022).
- Hays S. (1998) *The Cultural Contradictions of Motherhood*, New Haven: Yale University Press.
- Hudson Breen R. E., Leung A. (2020) Choosing Mothering and Entrepreneurship: A Relational Career-Life Process. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 12, no 3, pp. 253–271.
- Ionio C., Smorti M., Mascheroni E., Ongaro G., Cattaneo E., Gemignani A., von Wunster S., Bonassi L. (2019). What is the Role Played by Pregnancy in the Construction of a Woman's Identity and Her Association with Her Child-to-Be? *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, vol. 39, no 3, pp. 250–262.
- Jones I., Chandra P. S., Dazzan P., Howard L. M. (2014). Bipolar Disorder, Affective Psychosis, and Schizophrenia in Pregnancy and the Post-Partum Period. *Lancet*, vol. 384, pp. 1789–1799.
- Kim P., Dufford A. J., Tribble R. C. (2018). Cortical Thickness Variation of the Maternal Brain in the First 6 Months Postpartum: Associations with Parental Self-Efficacy. *Brain Structure & Function*, vol. 223, no 7, pp. 3267–3277.
- Kirkwood J., Tootell B. (2008) Is Entrepreneurship the Answer to Achieving Work-Family Balance? *Journal of Management & Organization*, vol. 14, no 3, pp. 285–302.

- Kruglova E. L. (2020) Feminizatsiya bednosti kak odna iz osnovnykh ugroz molodoy rossiyskoy sem'i [Feminization of Poverty as One of the Main Threats to a Young Russian Family]. *Discussion = Diskussiya*, vol. 99, no 2, pp. 58–65 (in Russian).
- Laney E., Lewis Hall M. E., Anderson T. L., Willingham M. (2015) Becoming a Mother: The Influence of Motherhood on Women's Identity Development. *Identity*, vol. 15 no 2, pp. 126–145.
- Lewis P. (2013) The Search for an Authentic Entrepreneurial Identity: Difference and Professionalism among Women Business Owners. *Gender, Work and Organization*, vol. 20, no 3, pp. 252–266.
- Luders E., Gingnell M., Poromaa I., Engman J., Kurth F., Gaser C. (2018) Potential Brain Age Reversal after Pregnancy: Younger Brains at 4–6 Weeks Postpartum. *Neuroscience*, vol. 386, pp. 309–314.
- Mayes R., Williams P., McDonald P. (2020) Mums with Cameras: Technological Change, Entrepreneurship and Motherhood. *Gender, Work and Organization*, vol. 27, no 6, pp. 1468–1484.
- Miklyaeva A. V., Rumyantseva P. V. (2018) «#onazhemat'»: implitsitnye sotsial'nye predstavleniya o materinstve v sovremennom rossiyskom internet-diskurse [“#onazhemat'”: Implicit Social Ideas about Motherhood in Modern Russian Internet Discourse]. *Woman in Russian Society = Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*, vol. 86, no 1, pp. 67–77 (in Russian).
- Millward L. J. (2006) The Transition to Motherhood in an Organizational Context: An interpretative Phenomenological Analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, vol. 79, no 3, pp. 315–333.
- Niemistö C., Hearn J., Kehn C., Tuori A. (2020) Motherhood 2.0: Slow Progress for Career Women and Motherhood within the 'Finnish Dream'. *Work, Employment and Society*, vol. 35, no 4, pp. 696–715. DOI: [10.1177/0950017020987392](https://doi.org/10.1177/0950017020987392)
- Pedersen S. (2016) The Good, the Bad and the 'Good Enough' Mother on the UK Parenting Forum Mumsnet. *Women Studies International Forum*, vol. 59, pp. 32–38.
- Pishnyak A. I., Nadezhkina E. V. (2020) Zanyatost' rossiyskikh zhenshchin posle rozhdeniya detey: stimuly i bar'ery [Employment of Russian Women after the Birth of Children: Incentives and Barriers]. *Journal of Social Policy Studies = Zhurnal issledovaniy social'noj politiki*, vol. 18, no 2, pp. 221–238 (in Russian).
- Press A. (2006) The Mommy Myth: The Idealization of Motherhood and How It Has Undermined Women. *Feminist Formations*, vol. 18, no 2, pp. 235–236.
- Richomme-Huet K., Vial V. d'Andria A. (2013) Mumpreneurship: A New Concept for an Old Phenomenon? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 19, no 2, pp. 251–275.
- Rippon G. (2019) *Gendered Brain: The New Neuroscience That Shatters the Myth of the Female Brain*, London: The Bodley Head Ltd.
- Sanochkina A. V. (2019) Problemy samorealizatsii zhenshchin v period otpuska po ukhodu za rebenkom [Problems of Self-Realization of Women During Parental Leave]. *Aktual'nye problemy psikhologii lichnosti: Sb. nauchnykh trudov* [Actual Problems of Personality Psychology. Sat. scientific works] (eds. N. N. Vasyagina, E. A. Kazaeva), Ekaterinburg, pp. 234–238 (in Russian).

- Shvetsova A. V. (2021) Bar'yery professional'nogo razvitiya molodykh uchenykh v genderno-differentsirovannoy srede nauchnogo soobshchestva [Barriers to the Professional Development of Young Scientists in a Gender-Differentiated Environment of the Scientific Community]. *Woman in Russian Society = Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*, no 1, pp. 83–93 (in Russian).
- Sillaste G. G. (2019). Sotsial'nye tranzitsii i phormirovanie novogo gendernogo poryadka [Social Transitions and the Formation of a New Gender Order]. *Woman in Russian Society = Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*, vol. 91, no 2, pp. 3–16 (in Russian).
- Slomian J., Honvo G., Emonts P., Reginster J. Y., Bruyère O. (2019) Consequences of Maternal Postpartum Depression: A Systematic Review of Maternal and Infant Outcomes. *Women's Health*, vol. 15, art. 1745506519854864. Available at: <https://doi.org/10.1177/1745506519844044> (accessed 30 August 2022).
- Sorensen S. O. (2017). The Performativity of Choice: Postfeminist Perspectives on Work-Life Balance. *Gender, Work and Organization*, vol. 24, no 3, pp. 297–313.
- Taylor S. (2015) A New Mystique? Working for Yourself in the Neoliberal Economy. *The Sociological Review*, vol. 63, no 1, pp. 174–187.
- Tucker A. (2021) *Mom Genes: Inside the New Science of Our Ancient Maternal Instinct*, New York: Gallery Books.
- Wang H. (2021) Chinese Women's Reproductive Justice and Social Media. *Technical Communication Quarterly*, vol. 30, no 3, pp. 285–297.
- Wu J., Li Y., Zhang D. (2019) Identifying Women's Entrepreneurial Barriers and Empowering Female Entrepreneurship Worldwide: A Fuzzy-Set QCA Approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 15, no 2, pp. 1–24.
- Xie J., He Z., Burnett G., Cheng Y. (2021) How Do Mothers Exchange Parenting-Related Information in Online Communities? A Meta-Synthesis. *Computers in Human Behavior*, vol. 115, art. 106631. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106631> (accessed 30 August 2022).
- Young K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, vol. 3 no 1, pp. 237–244.
- Zhenshchiny i muzhchiny Rossii. Statisticheskiy sbornik* [Women and Men of Russia. Statistical Compendium] (2020), Moscow: Rosstat (in Russian).

**Received:** May 02, 2022

**Citation:** Shvetsova A., Simonova I., Obolenskaya A., Krivoshchekova M. (2022) Onlain-praktiki ekonomicheskogo povedeniya rossiyskikh zhenshchin v period dekretного otpuska [Online Practices of the Economic Behavior of Russian Women during Maternity Leave]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 23, no 4, pp. 12–36. doi: 10.17323/1726-3247-2022-4-12-36 (in Russian).