

ЕВГЕНИЯ ШАМИС ЕВГЕНИЙ НИКОНОВ
ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ
1944–1963

СТРАТЕГИЯ БЕБИ-БУМЕРОВ

 УНИВЕРСИТЕТ | ИЗДАТЕЛЬСКИЙ
СИНЕРГИЯ ДОМ



1944 1945 1946 1947

1948 1949 1950 1951

1952 1953 1954 1955

1956 1957 1958 1959

1960 1961 1962 1963

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
Большая идея Теории поколений, или Как это работает	9
<i>Глава 1. Оптимизм, или «Эй, товарищ! Больше жизни»</i>	<i>17</i>
<i>Глава 2. Наш статус растёт вместе с нами</i>	<i>24</i>
<i>Глава 3. Жить хорошо, а хорошо жить ещё лучше</i>	<i>34</i>
<i>Глава 4. Молодость в душе, или В здоровом теле – здоровый молодой дух</i>	<i>42</i>
<i>Глава 5. «Команда молодости нашей», или Руководство по работе с Беби-бумерами</i>	<i>51</i>
<i>Глава 6. Победа, или Выполнить KPI недостаточно</i>	<i>57</i>
<i>Глава 7. Быть лучшими, или Отличные характеристики во всём</i>	<i>62</i>
<i>Глава 8. Стратегии, планы и программы, или Идём только к большим целям</i>	<i>69</i>
<i>Глава 9. С чего начинается Родина?</i>	<i>78</i>
<i>Глава 10. Капитаны и командиры, или «Не знали наши мамы, не знали наши папы»</i>	<i>86</i>
<i>Глава 11. Комсомольцы-добровольцы, или «Клич пионера «Всегда будь готов!» (Комсомольско-добровольческая ответственность)</i>	<i>95</i>
<i>Глава 12. Нет тунеядцам, или Лучший отдых – это смена деятельности ...</i>	<i>102</i>
<i>Глава 13. Быть вовлечённым, или Как выключить тотальный контроль ...</i>	<i>109</i>
<i>Глава 14. Образованный человек живёт лучше</i>	<i>114</i>
<i>Глава 15. Что, где, когда, или Знатоки, а не почемучки</i>	<i>122</i>
<i>Глава 16. СМИ-информированность, или Читайте газеты и журналы</i>	<i>129</i>
<i>Глава 17. Мужчины и женщины, или «Счастье вдруг в тишине постучалось в двери»</i>	<i>135</i>
<i>Глава 18. Беби-бумеры. Ценности по-другому, или «Нам песня строить и жить помогает»</i>	<i>147</i>
<i>Приложение 1. Беби-бумерское «Что такое хорошо, а что такое плохо?» ..</i>	<i>231</i>
<i>Приложение 2. Чего не хватает Беби-бумерам в современном мире</i>	<i>236</i>
<i>Приложение 3. Рекомендации от Беби-бумеров. Как быть статусным человеком и вести себя со статусными людьми</i>	<i>244</i>
<i>Приложение 4. Памятка по проведению хороших встреч с Беби-бумером</i>	<i>249</i>
Перечень музыкальных и кинематографических произведений, упомянутых в книге	251

*Посвящается 50-летию
запуска в космос
первого искусственного
спутника Земли*

Я надолго запомнил момент, когда Евгения Шамис и Евгений Никонов описывали Беби-бумеров на тренинге по Теории поколений, организованном для сотрудников «Газпромнефть НТЦ». Каждую новую характеристику этого поколения я встречал с улыбкой, а то и радостным смехом, узнавая себя и своих друзей в этом описании. В конце я мог с уверенностью констатировать: «Да, я такой, мы такие, и мы гордимся этим!». Так я на своём примере убедился в том, что Теория поколений имеет глубинный смысл, отражает объективные закономерности и даёт полезную информацию о людях.

Я знаю много людей, искренне увлечённых ею и на практике применяющих её подходы при решении управленческих, кадровых и стратегических задач. Теория поколений позволяет им внедрять практические решения и получать хорошие стабильные результаты.

Вместе с тем, конечно, нельзя полагаться на Теорию поколений как на единственный подход для объяснения происходящего и базу для принятия управленческих решений. Необходимо интегрировать её в комплекс мер по системному управлению компанией. Место Теории поколений – решения, ориентированные на большие группы людей, т. к. ценности поколений – один из немногих параметров, которые объединяют большие коллективы. Хочу особенно отметить, что основное открытие основателей подхода (Н. Хоува и В. Штрауса), подтверждённое авторами этой

книги, для России до середины XIX века – не только характеристики, но и цикличность поколений. В этом смысле Теория поколений с циклами продолжительностью 80–100 лет стоит в одном ряду с другими открытиями цикличности – Я. Гельдерена и Н. Кондратьева (циклы продолжительностью 45–60 лет), К. Жюгляра (циклы с периодом 7–11 лет), С. Кузнеца (15–25 лет), А. Чижевского (11-летние циклы). Как руководитель, я вижу управленческие циклы в тех задачах, которые появляются в компании и отрасли.

Я поздравляю авторов с ещё одной блестяще написанной книгой по Теории поколений, а читателей – с возможностью углубить свои знания в этой области и получить богатую пищу для размышлений об особенностях устройства людей и о причинах, побуждающих их совершать те или иные поступки.

Эта книга выходит в год 15-летия проекта «RuGenerations – Теория поколений в России». Поздравляю команду проекта с этим значительным этапом и желаю долгой профессиональной жизни.

*Марс Магнаевич Хасанов,
директор Дирекции по технологиям
ПАО «Газпромнефть»,
генеральный директор
ОАО «Газпромнефть НТЦ»,
д. т. н., профессор*

ВВЕДЕНИЕ

Эта книга продолжает нашу серию изданий по Теории поколений и посвящена поколению Беби-бумеров, большая часть которых родилась в России и СНГ с 1943 по 1963 год. Будут и другие книги! Мы планируем написать о поколениях Миллениум (1985–2003 года рождения) и Хоумлендер (2004–2024).

Почему сейчас так важно написать книгу именно о Беби-бумерах? Ведь кажется, эти люди выходят на пенсию, уходят с рынка труда и уже не являются «лицами, принимающими решения». А вот и нет!

- Беби-бумеры в России и в мире не только не уходят, они сейчас у власти – в стране, в ряде регионов, на крупных предприятиях, в отраслях. Они принимают концептуальные решения и задумывают большие стратегические программы, управляют странами и мировой геополитикой – планируют наше будущее.
- Беби-бумеры прямо сейчас ищут себе преемников, но не находят их среди нынешних руководителей – Иксов. Они не видят и не понимают представителей этого поколения. Существует риск, что Беби-бумеры найдут своих последователей среди молодых ребят – поколения Миллениум – и передадут полномочия сразу им. Иксам важно научиться объяснять себя на языке Беби-бумеров, а также делать ряд вещей, которые позволят увидеть в них отличных руководителей для крупных проектов.
- В соответствии с цикличностью, обнаруженной авторами Теории поколений, примерно с 2024 года начнёт рождаться новое воплощение поколения Беби-бумеров, многие из которых пойдут на инженерные и технические специальности. Нам кажется важным к этому подготовиться.
- Поколение Беби-бумеров сейчас меняет стиль жизни людей «60+». Они закладывают новое понимание, новые сценарии

действий и жизни в этом возрасте. С одной стороны, эти изменения надо знать и учитывать – потому что все мы будем жить по этим правилам следующие лет 80. С другой стороны, открываются новые рынки, создаются продукты и сервисы, которые не существовали раньше. Появляются отличные бизнес-возможности. Мы хотим привлечь внимание современных руководителей к этому вопросу новых «голубых океанов».

- Ну и наконец, мы хотим сказать большое спасибо Беби-бумерам, благодаря которым мы стали такими классными, – они вырастили нас, учили, помогали нам развиваться. Нам важно рассказать другим поколениям о Беби-бумерах, показать их след в истории.

Так же, как и у нашей первой книги «Теория поколений: необыкновенный Икс», задача второй – чтобы руководители и сотрудники в самых разных отраслях в России лучше понимали друг друга, использовали передовые управленческие технологии, лучше работали в разнопоколенческих командах. Мы верим, что именно в таких коллективах есть преемственность, возможно выстроить лучшие комплексные решения, реально обновить существующие проекты и программы, максимально использовать потенциал и ресурсы.

Глобально нам важно, чтобы современные российские научно-практические решения мирового класса стали широко известны,



а вклад России в мировое развитие – виден и ощутим. Мы гордимся своей работой и по опыту наших международных проектов видим, что эти знания и подходы востребованы, интересны, помогают людям. Поэтому мы уже 15 лет проводим исследования, разрабатываем, внедряем решения в области стратегии, управления и маркетинга в российских и международных компаниях.

Мы хотим сказать большое спасибо:

- Компании ПАО «Газпром нефть», которая выступила партнёром издания;
- издательскому дому университета «Синергия»;
- участникам наших семинаров, тренингов, исследовательских сессий, представителям поколения Беби-бумеров из разных городов нашей Родины – от Калининграда до Южно-Сахалинска;
- Нашим друзьям, кто представляет это поколение, и их детям;
- Нашим родителям, Михаилу Александровичу и Лилии Сергеевне Шамис, Наталье Евгеньевне и Николаю Васильевичу Никоновым, которые как раз и являются представителями этого поколения (и которые вырастили нас такими классными!);
- Особое спасибо мы хотим сказать представителям поколения Беби-бумеров и «пограничникам», благодаря разговорам с которыми наша книга стала такой интересной и насыщенной историями. Это Борис Жогин, Ирина Кашина, Ирина Постоленко, Ольга Зуйкова, Сергей Рыжов, Анатолий и Ольга Коваленко, Ольга Андреева, Людмила Богуславская, Александр Третьяков, Татьяна Зубарева, Светлана Лащенко, Ирина Годунова, Татьяна Климентьева, Игорь Рождественский, Валентина Закревская, Марк Курцер, Фуад Алескеров, Йосси Оффер, Кэндис Джонсон, Энрико Томазини, Рикардо и Марсиа Гимараис, Франк Юрген Рихтер, Маркос Пинотти, Кит Коутс, Роджер Маннингс и многие, многие другие.

P. S. Специально по просьбе Беби-бумеров подчёркиваем: то, о чём мы рассказываем в этой книге, относится к детству Беби-бумеров, к тому, как они тогда воспринимали происходящее и как на основе окружающего мира их детства сформировались поколенческие ценности.

Большая идея Теории поколений, или Как это работает

Формирование ценностей

Зачем нужны теории, когда мы разговариваем о людях? Они позволяют понять, почему человек (или группа людей) может поступать так или иначе, а также делать обоснованные предположения о том, как он будет реагировать на какие-либо действия извне. Естественно, универсальных теорий не существует, любая из них имеет свою область применения – зачем её и создали, а также ограничения – где её использовать не нужно.

Идея Теории поколений заключается в следующем. В схожих внешних условиях, которые окружают детей в возрасте до 10–12 лет, формируются тождественные взгляды, приоритеты, установки, привычки, которые ребёнком не осознаются, но рожают похожесть людей одного поколения. Эти маркеры называются мировоззрением, установками по умолчанию, а мы в рамках Теории поколений именуем их ценностями. Схожие ценности распознаются достаточно быстро – по внешнему виду, речи, увлечениям, историям, хобби, взглядам на разные события.

До 10–12 лет – рубеж приблизительный. Дело в том, что формирование ценностей происходит до того момента, пока ребёнок не начинает оценивать происходящее критически, а просто осваивает наиболее эффективные технологии жизни в том окружении, в котором находится. Например, если он растёт во времена экономического кризиса, голода или войны, то использует инструменты, которые хорошо работают именно в такие периоды, и у него появляются одни ценности – экономность, умение довольствоваться малым. А если детство человека пришлось на времена процветания и экономического роста, то его успешные

технологии и ценности будут другими – умение работать на перспективу, активность, настрой на победу. Первые же оценки происходящего появляются в подростковом возрасте, когда ребёнок начинает искать своё я, подвергать всё сомнению и определять свои личные смыслы.

Большую роль в формировании ценностей поколений играют семья, детский сад и школа – места, где ребёнок сталкивается с определёнными правилами и нормами поведения в группе, учится в них жить, действовать и достигать целей, узнает, «что такое хорошо и что такое плохо», осваивает разные модели и сценарии жизни.

Также на ценности ребёнка большое влияние оказывает его окружение, подходы к воспитанию, темы, транслируемые через СМИ, события в мире, стране, регионе. Поскольку эти факторы в обществе в отдельном историческом периоде схожи, то и ценности, которые формируются у большинства людей, становятся похожими.

Таким образом, поколение – это группа людей, рождённых в определённый период, испытавших влияние одних и тех же событий, особенностей воспитания, окружающего мира и обладающих



одинаковыми ценностями. Человек этих ценностей не замечает, но они постоянно влияют на его решения и поступки.

Авторами и отцами-основателями Теории поколений являются американские учёные Нейл Хоув и Вильям Штраус. Её базой стали исследования в экономике, политике, социологии, психологии – сначала в США, затем в азиатских странах (Южной Корее, Гонконге, Сингапуре, Тайване) и в Японии, потом в ЮАР, а далее в Европе и, наконец, в Латинской Америке. Системные исследования по России и странам СНГ мы начали в 2002 году. Они масштабны – например, у нас сейчас собрано более 12 тысяч материалов фокус-групп, в которых мы изучали ценности и сценарии действий разных поколений.

Поколения, живущие в России

Сейчас в России проживают представители следующих поколений:

Основное название в Теории поколений для России	Альтернативные названия	Годы рождения людей поколения в России
Победители	G1, Heroes, Строители, Победители	1903–1923
Молчаливое	Silent, Beat, Книжные дети	1923–1943
Беби-бумеры	Baby Boomers	1944–1963
X	13-е поколение, Летящие, Busters, Baby Busters, Поколение MTV, «С ключом на шее»	1964–1984
Миллениумы	Y, Millenials, Поколение Сети, Поколение Next, Echo Boomers	1985–2003
Хоумлендеры	Homeland, Z, Поколение национальной безопасности, Digitally native	2004–2024

Какие факторы дали названия поколениям?

- Временной период, когда они возникли. Например, Беби-бумеры – от baby boom, всплеска рождаемости после Второй мировой войны, или Миллениумы – поколение, которое заканчивает школу в новом тысячелетии.
- Особенности воспитания и среды. Молчаливое поколение росло в период, когда «подслушивают стены, недалеко от болтовни и сплетни до измены», и потому поощрялось, чтобы дети не говорили слишком много. X – 13-е поколение в США, которое живёт при нынешнем флаге страны. Другая интерпретация этого названия связана с имиджем числа X – необычного, нестандартного, мистического, эпатажного, что близко к ценностям этого поколения.
- Главное дело поколения. Представители поколения GI взяли верх во Второй мировой войне, поэтому их называют Победителями. Их другое название – Строители – связано с тем, что они отстроили города и страны в послевоенное время. Представители поколения Сети (Y) значительную часть жизни проводят в интернете.
- По аналогии. Название Y появилось как продолжение алфавита, вслед за названием поколения X.

Бывает, поколение само выбирает себе имя. Например, именно так случилось с поколением X.

В 1991 году канадский автор Дуглас Коупленд выпустил роман «Поколение X: сказки для ускоренного времени», в котором описал молодёжь 1980-х. Этот термин молодёжи понравился и быстро обрёл популярность. Согласитесь, здорово быть поколением, которое все хотят разгадать! Интересно, что название Коупленд позаимствовал из научной работы британского исследователя Джейн Деверсон. Она была первой, кто употребил этот термин в 1964 году. Анализируя результаты опроса подростков того времени (то есть Беби-бумеров), Джейн обнаружила таких, кто «спит вместе до свадьбы, кого не учили верить в Бога, кто не любит королеву и не уважает родителей». Деверсон работала совместно с голливудским журналистом Чарльзом Хамблеттом, он-то и предложил назвать книгу «Поколение X».

Заметили несовпадение по времени? Будьте осторожны! Одна из наиболее частых ошибок в разговоре о поколениях – их жёсткая привязка к году рождения или возрасту. Например, сейчас вместо слова «молодёжь» часто используют «Поколение Y», вместо «дети» – «поколение Z». Почему это неверно?

- Принадлежность к поколению в Теории поколений определяется не по году рождения или возрасту, а на основании общих ценностей. Указываемые, в том числе нами, годы являются ориентировочными границами. В один и тот же год, в одной и той же стране могут родиться люди, впоследствии разделяющие очень разные ценности и принадлежащие к соседним поколениям.
- В классической Теории поколений говорится не о возрасте, а о том, что поколения находятся в разных фазах: осваивают ценности, пробуют их или живут ими, управляют при помощи ценностей, создают и сохраняют их.

Особенности использования Теории поколений

У Теории поколений есть свои особенности и ограничения:

- она предназначена для разработки решений, ориентированных на большие группы людей, это её основная область применения;
- поколенческие ценности – лишь один из видов ценностей, которыми обладает конкретный человек. Также есть гендерные, возрастные, религиозные, национальные, профессиональные и др. Иными словами, на поведение конкретного человека оказывают влияние разные ценности. Поэтому не совсем правильно говорить: «Он из поколения X, и поэтому он...» Важнее уметь выяснять ценности человека или группы, а затем строить взаимодействие на их основе;
- Теория поколений сформулирована и применяется не для всего населения страны, а для её *среднего класса*, или большинства. То есть это большая часть людей, которая живёт привычным образом. Традиционно этот класс выделяется по эконо-

мическим возможностям. Также к нему причисляют себя обладатели дипломов о высшем образовании и жители городов (с населением более 30 тыс. человек) и близлежащих территорий. Такая оговорка о среднем классе связана с тем, что именно здесь ключевые факторы, влияющие на формирование ценностей, схожи. Соответственно, неточно называть всю молодёжь поколением Миллениум. Миллениумы – это молодёжь среднего класса;

- в России есть несколько аудиторий, которые формально относятся к среднему классу, но полностью использовать по отношению к ним Теорию поколений будет скорее неверно. Речь о людях, родившихся в военных и академгородках, за границей, учившихся в школах при посольствах, а также живших на территориях республик, где очень сильны национальные традиции;
- поколения сменяют друг друга примерно каждые 20 лет. Но смена поколений не проходит точно с наступлением 1 января. Люди, которые родились в период перехода, то есть плюс-минус 3–4 года от даты появления новых поколений, относятся к так называемому «Пограничному» или «Эхо-поколению». Они обладают ценностями и одного, и другого поколения.

Теория поколений и стратегия

Так получилось, что в России и странах СНГ Теория поколений получила широкое распространение в первую очередь для решения задач управления и маркетинга. Однако авторы Теории поколений при её создании решали совсем другую задачу – найти закономерности в прошлом, которые позволят обоснованно думать о будущем. Первая книга по Теории поколений называлась «Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069» («Поколения: История американского будущего с 1584 по 2069»).

Почему же в мире Теория поколений в первую очередь используется в области стратегического планирования и прогнозирования

государственными организациями для адаптации больших систем под особенности будущих поколений, а коммерческими компаниями – для формирования долгосрочных стратегий? Что делает это возможным?

Анализируя большое количество трендов в разных областях человеческой деятельности: экономике, науке, искусстве, политике, Нейл Хоув и Вильям Штраус обратили внимание на то, что каждые примерно 80 лет направленность этих трендов становится похожей. Это сходство совершенно разных времён приводит к формированию поколений с похожими ценностями. Внутри этого 80-летнего цикла выделяются периоды примерно по 20 лет, которые назвали по временам года, проводя аналогии с основными экономическими тенденциями этого времени: «Весна», «Лето», «Осень», «Зима». Пока поколение не родилось, их называют следующими «воплощениями» предыдущего поколения того же сезона. Например, Хоумлендеры – воплощение Молчаливого поколения, а Миллениумы – воплощение Победителей. В XX и XXI веке картина соответствия выглядит так:

	Вектор экономического развития (упрощённо)	XX век	XX–XXI век
«Зима»	Кризис	Молчаливое (1923–1943)	Хоумлендеры (2004–2024)
«Весна»	Подъём	Беби-бумеры (1943–1963)	2025–2044
«Лето»	Стабильность	X (1964–1984)	2045–2065
«Осень»	Подведение итогов и спад	Победители (1903–1923)	Миллениумы (1985–2003)

Знание о цикличности вместе с пониманием механизмов формирования ценностей позволяет делать прогнозы о том, что будет в будущем, и переводить существующую в детстве поколений

среду в ценности, привычки, модели, которые будут характерны для поколений во взрослом возрасте. Это можно делать, когда эти поколения ещё очень маленькие, чтобы их изучать на фокус-группах, или даже ещё не родились. Например, книгу о поколении Миллениум Хоув и Штраус выпустили в 2000 году, когда самые старшие Миллениумы были ещё подростками.

Книга о Беби-бумерах, которую вы держите в руках, – это не только книга об уже родившемся поколении. Это ещё и книга о поколении, которое будет рождаться примерно с 2024 года, которое будет схоже по своим ценностям с нынешними Беби-бумерами. Например, мы предполагаем, что в их детстве возникнет множество крупных задач, связанных с внедрением технологий в жизнь, в которых потребуются инженерные знания, будут строительство и значительная трансформация городов, пространств для жизни. Понятно, что в это время появится много амбициозных задач нового уровня, которые нужно будет решать, объединяя усилия стран и всего мира. Например, повысится актуальность задачи освоения космоса, и вполне возможно, что именно они будут колонизировать Марс. При этом жизненные сценарии, реализующие поколенческие ценности рождённых после 2024 года, будут у нового поколения свои, особенные, связанные с новыми технологиями и укладом жизни.

После «зимы» обязательно наступит «весна».

Глава 1. ОПТИМИЗМ, ИЛИ «ЭЙ, ТОВАРИЩ! БОЛЬШЕ ЖИЗНИ»

Беби-бумер Людмила Ивановна жалуется: «Если считаешь современную прессу или посмотришь телевизор – всё пессимистично, как будто ничего хорошего не происходит в России. Но посмотрите, сколько изменений произошло за последнее время: у нас запустили новые производства, отстраивают города, а ощущение – что сплошная критика и негатив. Быть самокритичным, конечно, важно, но ценить успехи и верить в счастье нужно обязательно. Почему этого мало в современной жизни?!... Не знаю. Но верю, что люди всегда стремятся к хорошему и сейчас формируется новый оптимизм, когда будет выстроена новая позитивная платформа».

Что важно для Беби-бумера?

Чтобы в обществе – в компании, в городе, в стране, в мире – звучали оптимистичные сообщения. Чтобы была вера в светлое доброе будущее, в котором хочется прилагать усилия и делать большие дела. Чтобы позитивные сообщения озвучивались в прессе, про них обязательно говорили первые лица и показывали оптимистичные перспективы, чтобы об этом пели песни и снимали фильмы. Чтобы люди понимали, что стоит поддерживать, к чему стремиться.

Для Беби-бумера это правильное устремление, которое двигает человека по жизни и помогает ему пробовать новое.

Чего ждёт Беби-бумер?

Счастья и радости, озвученных публично: в новостях страны и мира, в разговорах на улице и на работе, в школах и в семьях, в песнях и фильмах, в лозунгах и подведении итогов.

Почему это стало важным?

В детстве Беби-бумеров происходило множество позитивных событий в масштабах как мира, так и страны: была закончена Вторая мировая война и свергнут фашизм, страны отстраивались – поднимались города, строились заводы, осваивались новые территории. Человечество вышло в космос – и первый человек увидел Землю с орбиты ракеты. Были парадоксальные прорывные проекты, которые позволяли подумать о будущем (например, повернуть реки вспять). Это подкреплялось политическими и социальными изменениями. Контраст с пережитыми недавно страной событиями был огромен. В детстве Беби-бумеров не нужно было бороться за жизнь и бояться смерти, не надо было бояться вообще (как было у их родителей). Можно было просто жить и наслаждаться этим! В воздухе витал дух счастья, радости, оптимизма. Так это видели дети.