

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

[illegible]

СТРАТЕГИЯ БЕБИ-БУМЕРОВ



SYNERGY BOOK
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Евгений Николаевич Никонов
Евгения Михайловна Шамис
Теория поколений. Стратегия
Беби-бумеров. 1944 – 1963
Серия «Теория поколений», книга 2

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=53299367

Теория поколений. Стратегия Беби-бумеров. 1944 – 1963 / Синергия:

Synergy book; Москва; 2021

ISBN 978-5-6045849-8-9

Аннотация

Эта книга о поколении Беби-бумеров – людях, родившихся в 1944–1963 годах, в период послевоенного всплеска рождаемости.

Число Беби-бумеров увеличивается, их уже около 30 % от всего экономически активного населения России. Несмотря на зрелый возраст, они и сегодня – ваши руководители, коллеги или клиенты. Занимают ключевые посты в управлении крупными компаниями, отраслями и даже государствами, являются крупнейшей группой потребителей товаров и услуг. Оптимистичны, умеют создавать команды и достигать трудные цели. Конкурентоспособны во всем, чем занимаются.

Вы узнаете, как эффективно взаимодействовать с Беби-бумерами, поймете логику их действий, ожидания, приоритеты.

Разберетесь, чего делать нельзя. Представители поколения Беби-бумеров смогут осознать себя и свои действия как на работе, так и в личной жизни.

Книга полезна профессионалам, работающим с людьми в разных сферах, – управлении, маркетинге, продажах, рекламе, коммуникациях, образовании, стратегическом планировании.

Содержание

Введение	9
Глава 1.	14
Что важно для Беби-бумера?	15
Чего ждет Беби-бумер?	16
Почему это стало важным?	17
Что делать с этой ценностью?	22
Глава 2.	24
Что не так?	25
Почему это стало важным?	26
К каким выводам пришли Беби-бумеры?	34
Что делать с этой ценностью?	37
Конец ознакомительного фрагмента.	39

Евгения Шамис, Евгений Никонов Теория поколений. Стратегия Беби- бумеров. 1944 – 1963

*Посвящается 60-летию
запуска в космос
первого искусственного
спутника Земли*



SYNERGY BOOK
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

© Университет «Синергия», 2020.

Основное название в «Теории поколений» для России	Альтернативные названия	Годы рождения поколения
Победители	GI, Heroes, Строители, Победители	1903–1923
Молчаливое	Silent, Beat, Lost, Книжные дети	1923–1943
Беби-бумеры	Baby Boomers	1944–1963
Икс (X)	13-е поколение, Летящие, Busters, Baby busters, Поколение MTV, «С ключом на шее»	1964–1984
Миллениумы	Y, Millennials, Поколение Сети, Поколение next, Echo Boomers	1985–2002
Хоумлендеры	Homeland, Z, Поколение национальной безопасности, Digitally native	2003–2023

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 своем примере убедился в том, что

Теория поколений имеет глубинный смысл, отражает объективные закономерности и дает полезную информацию о людях.

Я знаю много людей, искренне увлеченных ею и на практике применяющих ее 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 ее 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. Хау и В. Штрауса), подтвержденное 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. Кузнецца (15–25 лет), А. Чижевского (11-летние циклы). Как руководитель, я вижу управленческие цик-

лы в тех задачах, которые появляются в компании и отрасли.

Я поздравляю авторов с еще 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 Магनावиевич Хасанов,
директор Дирекции по технологиям
ПАО «Газпромнефть»,
генеральный директор
ОАО «Газпромнефть НТЦ»,
д. т. н., профессор*

Введение

Эта книга – часть трилогии про поколения¹. Она посвящена поколению Беби-бумеров, большая часть которых родилась в России, СНГ и мире с 1944 по 1963 год.

Почему сейчас так важна тема поколения Беби-бумеров? 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 и в России, и в мире – самая активная группа потребителей, у них больше всего финансовых ресурсов по сравнению с другими поколениями.

- 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 последовате-

¹ Другие наши книги – про поколение Икс (1964–1984 г. р.) и Миллениумов (1985–2002 г.р.). Мы планируем также написать еще одну книгу – о детях, поколении Хоумлендер (Z) (2003–2023 г.р.).

лей 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 начнет 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 (фактически мы говорим о профессиональном и физиологическом долголетии). 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 партнером 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 по-

коления 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.

Р. S. Специально по просьбе Беби-бумеров подчеркиваем: то, о чем 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.

Глава 1.

Оптимизм, или «Эй, товарищ! Больше жизни»

Беби-бумер Людмила Ивановна жалуется: «Если прочитаешь современную прессу или посмотришь телевизор – все 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 ждет 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.

Оптимизм Беби-бумеров – это не индивидуальная характеристика человека. Как и среди других поколений, среди Беби-бумеров могут быть оптимисты и пессимисты. В случае поколенческой ценности речь идет о групповом восприятии мира, ожидании определенных событий, отношении к жизни.



В обществе велись преимущественно оптимистичные обсуждения: рассказывали о позитивных новостях, говорили о результатах мирной жизни, о новом строительстве, об обеспечении страны – например, о хлебе, которого теперь было достаточно для всех, о развитии школы и освоении новых земель, о том, что дети в стране растут здоровыми. Эти и другие вопросы обсуждали на съездах комсомола и партии – там тоже говорили о позитивных результатах, о больших изменениях.

Особенно важным было улучшение жизни на уровне се-

мей: они получали лучшие условия жилья, появлялось больше продуктов и товаров, а на столе после голодных военных лет – много продуктов. Это воспринималось с оптимизмом. Дети-Беби-бумеры это видели, слышали, чувствовали, обсуждали. Для них это был системный процесс, когда жизнь улучшалась не в одной отдельно взятой семье, но и в семьях друзей.

Беби-бумеры поняли: быть оптимистом важно. Потому что без оптимизма невозможно совершать большие дела и двигаться вперед. Их герои – это люди-легенды, идеальные личности, каждый из которых был бесстрашным, обладал оптимизмом и двигался к своим целям, веря в счастье, веря в лучшее. Как Папанин, как челюскинцы, как герои фильмов «Иду на грозу»² (1965), «Девять дней одного года»³ (1962).

Быть оптимистом – это общий настрой. В то время было разнообразие подвигов и проверка черт своего характера, в соответствии с которыми можно было что-то выбрать под себя, проявиться по-своему. Это проверялось напористостью, когда цели должны были достигаться по максимуму. Оптимизм важно было разделить с другими. Слова, которые при этом произносились, звучали как оптимистичные приказы-лозунги: «Разве ты не можешь? Надо! Давай! Сде-

² Художественный фильм «Иду на грозу» (по роману Д. Гранина). Режиссер С. Микаэлян, в главных ролях А. Белявский и В. Лановой, 1965.

³ Художественный фильм «Девять дней одного года». Режиссер М. Ромм, в главных ролях А. Баталов, И. Смоктуновский, Т. Лаврова, 1962.

лай!»

В СМИ и у поэтов-песенников сформировался свой язык, который подкреплял оптимизм. Он включал такие слова, как «задор», «энтузиазм», «напор» (это проявление движения), «радость» (самого и других), «яркость», «солнце», «сила» (во всем), «смелость», «не бояться» (делать, препятствий, неудобств), «исследовать новое» (целину, высокие горы, просторы, Северный полюс).

Как в песнях, которые они пели:

*«Ну-ка, солнце, ярче брызни,
Золотыми лучами обжигай!
Эй, товарищ! Большие жизни!
Поспевай, не задерживай, шагай!»*

(из песни «Спортивный марш»⁴, 1937).

Или в стихах, которые им читали:

*«Многие парни плечисты и крепки,
Многие носят футболки и кепки.
Много в столице таких же значков.
К славному подвигу каждый готов!»*

⁴ Песня «Спортивный марш». Слова В. Лебедева-Кумача, музыка И. Дунаевского, первый исполнитель – Георгий Абрамов в сопровождении Хора Всесоюзного радио, 1937.

(из стихотворения «Рассказ о неизвестном герое» С. Маршака,
первоначальное название которого – «Двадцатилетний»,
1937)

Поскольку дети-Беби-бумеры постоянно слушали новости и пели песни, они освоили эти слова и перенесли оптимистичный настрой в свою жизнь.

Что делать с этой ценностью?

Если вы Беби-бумер:

- Помните, оптимистичные новости из ваших уст могут восприниматься как хвастовство и нереалистичное восприятие действительности поколением Икс, если ваши слова не подкреплены деталями и примерами. Приведите примеры, покажите плюсы и минусы ситуации, рассмотрите ее с разных сторон.

- Объясняйте, почему вам важно слышать оптимистичные новости и цели.

- Адаптируйте новости и язык в соответствии с ценностями разных поколений, чтобы достигнуть взаимопонимания и улучшить взаимодействие.

Если вы работаете с Беби-бумерами:

- Помните, Беби-бумеры – важная целевая аудитория. Не теряйте их.

- Регулярно готовьте и рассказывайте оптимистичные новости, озвучивайте позитивные ориентиры: для себя, своей команды, своего предприятия, города, региона, страны и мира. Как устно, так и в новостных листках, в корпоративной прессе, на сайтах.

- Ставьте оптимистичные цели, а потом подводите итоги и отмечайте достижения. Озвучивайте их публично. Причем

ориентируйте эти новости не только на сотрудников компании, но и шире – информируйте бывших сотрудников предприятия, выпускников организаций и университетов, жителей города.

- Пусть они тоже радуются. Кстати, это сработает не только на Беби-бумеров, но и на поколение Миллениум.

- Спокойнее относитесь к напористости Беби-бумеров. Помните, это не из вредности. Это не поучение, а реконструкция событий их детства и стиль их жизни.

- Совет Иксам: если вам сложно создать оптимистичные новости или подвести итоги в позитивном ключе самим, потому что вы считаете это «слишком сладкими новостями», хвастовством, попросите подготовить материалы Беби-бумеров или Миллениумов. Для них это привычная и понятная задача. Вам надо будет в любом случае научиться рассказывать эти новости – с удовольствием, верой, по-человечески.

Глава 2.

Наш статус растет вместе с нами

Приходит новый торговый представитель к заведующей аптекой – Беби-бумеру Наталье Евгеньевне знакомиться.

Заведующая спрашивает:

– А у тебя визитки есть?

– Нет, еще не успели напечатать – я только две недели в компании.

– Ну и как с тобой иметь дело? – вздыхает Наталья Евгеньевна.

Вопрос директору сети медицинских клиник:

– Марк Аркадьевич, на что вы в первую очередь обращаете внимание, когда общаетесь с человеком в первый раз?

– На то, как он одет.

Что не так?

Если на встречу пришел человек определенных полномочий, то у него должны быть индикаторы статуса. Их недостаток Беби-бумер видит сразу: вроде хороший человек, а есть какое-то несоответствие в том, что он делает и как он выглядит. Недостаток маркеров может обозначать недостаточный уровень квалификации, подготовки к встрече, вплоть до неуважения.

Почему это стало важным?

В детстве Беби-бумеров качество жизни, возможности влияния зависели от статуса – было четкое понимание градации положения в обществе, сравнение его у разных людей.

По каким критериям обсуждался статус? Как рассказывали нам Беби-бумеры, в их детстве много обсуждали военных, рабочих, крестьян, интеллигенцию – именно о них говорили все время в новостях. Еще говорили о городских и сельских жителях. Также после войны начался активный разговор про элиту в обществе. Беби-бумеры слышали, что стать элитой – правильно. Элитой можно было быть в самых разных отраслях.

Кроме разговора в обществе, на возникновение и важность системы статусов повлияло и то, что только недавно закончилась война и в обществе было много людей, имеющих отношение к армии.

Вот примеры высказываний Беби-бумеров о своем детстве:

- «Военные – это уважаемо и хорошо, в нашем детстве и юности – обеспеченно».
- «Преподаватели в школе и в университете – хорошо».
- «У нас в школе было много интеллигентных детей – дети военных, врачей, учителей, парработников, актеров».

- «Котировались учителя и врачи – их уважали. К хорошему врачу только по блату можно было попасть и за деньги».

- «Заводские уважали директоров заводов».

- «Рабочие, заводские – это обеспеченно. В зависимости от города были более уважаемые рабочие специальности – например, на Донбассе металлургов уважали».

- «Мы были заводские. Это хорошо. Если на заводе работаешь – все для тебя».

- «Мы были не деревенские, а городская элита».

- «Партийные боссы и прокуроры – это элита».



Важно отметить, что, несмотря на то, что статус и оценка существовали, публичного диалога по поводу богатых и бедных, начальников и подчиненных в СССР не было. Так что изначально на уровне общественного диалога и восприятия в статусе все были равны.

Получилось, что статус для Беби-бумера с детства состоял из нескольких компонентов: отраслевой принадлежности человека, занимаемой им должности, полученного образования его и его детей, материального уровня жизни. Обсуждение статуса разных людей шло в обществе, оценивалось –

кто жил лучше, а кто хуже. Оценка уровня жизни («хорошо жить») и родительского статуса отражается в рассказах представителей этого поколения:

- «Мы жили по тем временам хорошо – в кирпичном доме, с водопроводом. Таких домов (кирпичных, с водопроводом), где в доме был истопник-кочегар, который топил котельную прямо в доме, в городе было немного. Газа не было еще, он появился, когда я пошла во 2-й класс. У нас была одна комната, а у соседей – на троих человек две комнаты. Их папа был военный, а она преподаватель в хорошей школе. По тем временам это было круто. Потом мы переехали во 2-й дом. Нас было трое всего, а комнат было две. По тем временам это было неслыханно-несказанно».

- «Мы жили хорошо. На семью было три комнаты на три человека в нашем случае. Родители были военные чины. Как только военный женился – он мог заселиться в финский домик. По качеству и комфорту финские домики уступали пятиэтажкам, потому что в пятиэтажках было централизованное отопление. Но три комнаты на троих человек – это очень высокое качество жизни. Мой отец был капитаном – это средний военный ранг. Хотя в нашем окружении были и майоры с семьями. Следующий чин – полковник, это значило уже переселение в пятиэтажку из финского домика».

- «Вначале жили в коммунальной квартире, где было 13 человек и кошка. Я спала на сдвинутых стульях. Брат на раскладушке, родители на кровати. Потом соседи получили

квартиру, и мы заняли две комнаты. Стало хорошо».

Беби-бумерам было понятно, что в соответствии со статусом люди получают дополнительные выгоды.

Порой можно было, например, идентифицировать, кто — откуда: «Все ходили в юбках и брюках из материалов, которые родителям, особенно военным, давали на пошив. Идешь потом по университету и видишь, у кого какие родители. По одному этому признаку получаешь несколько характеристик на человека». Статусная идентификация сразу же добавляла и дополнительные характеристики, и дополнительную ответственность.

Кто такой и как действует человек, достигший статуса?

- Он достиг статуса: выполнил задачу, которая была перед ним поставлена, в итоге получил положение, возможности управления людьми, финансами, влиянием.

- Он приобрел авторитет и уважение — когда другие люди принимают его жизненную позицию.

- Он более сбалансирован, в нем нет суеты. Его жизненная позиция устойчива.

- Он понимает до какой-то степени свое место в жизни, принимает себя таким, какой он есть, и относится к этому спокойно.

- Он более понятлив и терпелив, может больше прощать (слабость, неумение других), если человек

старается.

- Он честный.

- В его присутствии люди становятся более внимательными друг к другу.

- Он может рассматривать вопрос и принимать данный предмет с нетрадиционных, неожиданных сторон, не так, как принято.

- Ему не хватает одной его работы как единственной формы возможной реализации. Он находит для себя еще что-то другое, радующее его в жизни.

- Он начинает учить в той или иной форме. Это может быть не прямое участие в обучении, а опосредованное – предоставляя возможность учиться другим, давая распоряжения о росте квалификации персонала.

- Круг людей, которые хотят быть его друзьями, хотят побыть рядом с таким человеком, растет.

- За статусным человеком внимательно следят окружающие, ему реже прощают ошибки.

В соответствии со статусом получали доступ к благам: «Было перспективно работать на нашем заводе: инженеры имели возможность поехать в другую страну, в садик не надо было ждать никакой очереди. Много позже я даже своих детей привозила на лето к их бабушке – моей маме, в садик их устраивали временно».

Была возможность выбрать что-то лучшее, более качественное: «Садики ведомственные или заводские – это показатель качества». «У партийных боссов были свои базы,

магазины, где они отоваривались... У нас друзья семьи были партийные боссы – у них все было, вот и нам перепали записки на товары и продукты дефицитные».

- Статус мог передаваться через семью. Негласно в детстве Беби-бумеров родственникам военных было проще получить на предприятиях специальные должности. Например, начальником первого отдела (отдел, связанный с секретными разработками, которые не должны узнать за пределами производственного предприятия) была обычно жена военного: там надо было уметь не сболтнуть лишнего, понимать – где, что и как сказать. Также многие должности занимали пенсионеры-военные, рано вышедшие на пенсию. Этих людей не надо было проверять – они и так были проверены.

- Принадлежность к определенному ведомству, предприятию давала другое качество жизни, потому что там особенно заботились о своих работниках. Там родители Беби-бумеров получали доступ к благам не только лично для себя, но и для семей. Это касалось в том числе базовых вещей: «На заводе, на теплосиловом участке, где была котельная, была лаборатория химводоочистки. Там была душевая. Мы приходили туда помыться раз в неделю под душем, так как в коммунальных домах негде было мыться». Сформировалась четкая система: предприятия дают людям дополнительные возможности. Это хорошо и правильно. Это одна из причин, почему Беби-бумеры переживают за предприятия и компании – как за свои, так и в стране в целом. Они пони-

мают, что сразу многим людям предприятия дают возможность вырасти, поднять свой статус и зажить лучше.

- В их детстве работали такие органы, как профсоюзы, – они были на каждом предприятии и в учреждении. Тогда это были не номинальные организации, а реальная помощь своим работникам: детские сады, лагеря, вложения в человека, единовременные выплаты на рождение, похороны. Конечно, распределялись путевки – практически все могли этим воспользоваться и поехать во все республики СССР. Пусть не сразу, но могли. Путевки были и регионального, и союзного значения. Профсоюзы тогда обладали возможностями и определенной властью. Они отличались у предприятий и были связаны с предприятиями-партнерами из других республик и регионов.

Одновременно такая четкая градация статусов, которая сложилась в обществе, лимитировала доступ к благам и вела к зависти. Зависть стала нормальным общественным явлением. Вот комментарий: «Тогда было принято завидовать. Я завидовала в школе, когда видела на девочке особенные фартучки, – это было потрясение, что из обыкновенного школьного фартука можно сделать произведение искусства». О естественности и нормальности зависти в своем детстве нам рассказывали как мужчины, так и женщины поколения Беби-бумеров.

К каким выводам пришли Беби-бумеры?

- Человек должен обладать атрибутами статуса, которые показывают, кто он и откуда. Статусность проявляется в названии должности, одежде, атрибутах и аксессуарах, стиле жизни, стиле общения.
- Возможности человека повышаются с повышением статуса.
- У человека всегда есть цель повысить статус.
- Статус не скрывается (как у некоторых поколений), а открыто демонстрируется и уважается.
- Повышение статуса происходит в рамках логики, но оно разное для разных индустрий.
- Есть понятие элиты.

Беби-бумер понимает и уважает статусность – у себя и у других людей. Она для представителей этого поколения заслуженная, возросшая с годами и достижениями. Беби-бумеры всегда ждут уважения своего статуса, а еще его постоянного роста у себя и у людей вокруг.

Беби-бумеры отметили, что статус статусу рознь. Есть уважение на работе за трудолюбие, добросовестность, ум, нравственные качества и прочие характеристики. А есть статус торгового работника – это возможность доступа к то-

варам, как продовольственным, так и промтоварным, в том числе книгам. Казалось бы, эти люди имели не то образование, другой образ жилья, но они имели доступ к благам и давали (или не давали) его другим. Но этот статус люди из торговли порой должны были скрывать – это поколение запомнило.

Беби-бумер знает, что назначения и должности обычно просто так не дают, что для их получения надо проявить себя. Он это видел у других и сам рос, активно вкладываясь, достигая новых позиций и повышая свой статус. В результате представитель этого поколения понимает не только как положение в обществе растет и почему это важно, но и как себя вести с достижением нового статуса. Также Беби-бумеры знают, что можно постепенно выйти на новые статусные позиции или быстро изменить свой статус, воплотив в жизнь крупный проект, поставив рекорд, сделав что-то выдающееся. Они видели примеры, что таким способом можно действовать, и знают, что молодым это удастся лучше, что именно в молодости ярче виден потенциал, что это надо отслеживать и закрепить. Получение нового статуса для них – с одной стороны, система, а с другой – призовая игра. Она началась в школе – когда учили уважать чей-то статус.

Для поколения важно демонстрировать свой уровень признания в обществе, а также видеть, каков он у других людей. Понимание этого и общение со статусными людьми не вызывает преклонения, это «нормальный производственный

процесс». Так что в окружении Беби-бумеров будут разные люди.

Что делать с этой ценностью?

Если вы Беби-бумер:

- Помните, не все поколения будут показывать свой статус понятным образом. Для некоторых (для поколения Икс) демонстрация статуса будет восприниматься как хвастовство. Поэтому поговорите – спросите другие поколения об их достижениях, должностях.
- Объясните молодежи, как надо правильно готовиться к встречам, то есть как уважать статус человека. Обратите внимание на детали.
- Обсудите с молодыми сотрудниками, что имеется в виду, когда говорят, что «по одежке встречают».
- Объясняйте руководителям, кадровому резерву, как работать со статусными людьми, а также как показывать свой статус.
- Учитывайте, что для разных поколений слово «зависть» имеет разные оттенки. Поэтому аккуратно обсуждайте эти вопросы.

Если вы работаете с Беби-бумерами:

- Уважайте статус Беби-бумеров: знайте их имя-отчество, правильное название должности. Они работали для его достижения, проходили разные ступени развития. Их статус заслуженный.

- Давайте Беби-бумерам статусные повышения должности. Если что – придумайте формат, как это делать.
- Уважайте статус предприятия, компании, где Беби-бумер работает или работал. Для него это важная часть личного статуса.
- Обязательно демонстрируйте свой статус:
 - расскажите, кто вы такой, какие должности и позиции занимаете, чего добились в жизни. Примечание специально для Иксов: уважаемые Иксы, вам это будет непривычно делать, но при взаимодействии с Беби-бумерами, если вы хотите получить результат, статусный рассказ о вас просто «must». Беби-бумеры быстро сделают выводы;
 - приходите на встречу хорошо одетым (с чистой обувью, в отглаженной одежде), с визитками.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.