(cc) BY

Карасев Александр Павлович
канд. экон. наук, доцент
Ярославский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Ярославль, Ярославская область

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ В. ШТРАУСА И Н. ХОУВА

Аннотация*: статья посвящена анализу теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува, которая приобрела очень большую популярность как за рубежом, так и в нашей стране. Однако для ее успешного использования в России необходима глубокая адаптация к другим условиям применения. Также в рамках анализа было выявлено большое количество проблем и недостатков теории поколений, связанных как с отсутствием адаптации к другим социальным классам и странам, так и с базовыми недочетами и допущениями, сделанными при ее разработке.*

Ключевые слова*: теория поколений, жизненные ценности, ценности поколений, возрастная когорта.*

Сегодня «теория поколений», авторами которой принято считать В. Штрауса и Н. Хоува, приобрела большую популярность как в академических школах, так и в бизнес-кругах. Более того, на основе данной теории в крупных фирмах уже начинают приниматься управленческие решения и разрабатываться маркетинговая политика. В России среди подобных фирм можно выделить компании «Газпром», «ВТБ», «Альфа-банк», «Вымпелком» [2]. Хотя проблемами поколений занимались многие ученые, предлагая свои версии и причины различий в их поведении, наибольшую известность приобрела трактовка В. Штрауса и Н. Хоува, и сейчас теория поколений прочно связывается именно с их именами.

По мнению данных авторов, причина различий поколений связана с тем, что в разное время под влиянием различных факторов экономического, политиче-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

ского, социального и культурного характера (то есть общественных событий, которые накладывают отпечаток на жизнь нации и конкретных индивидов) у представителей разных поколений формируются разные ценности. При этом под ценностью понимается значимость явлений и предметов реальной действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям общества, социальных групп и личности [21].

Штраус и Хоув предложили идентифицировать поколение по следующим трем критериям:

– представители одного поколения не просто имеют одинаковый возраст, но разделяют одну историческую эпоху; они сталкиваются с одинаковыми ключевыми историческими событиями и социальными веяниями, находясь на тех же жизненных фазах;

– они также разделяют определенные общие убеждения и используют сходные модели поведения;

– зная об опыте и особенностях, которые они разделяют со своими ровесниками, представителей одного поколения объединяет и чувство принадлежности к данному поколению [17].

В. Штраус и Н. Хоув в классической теории поколений выделили четыре группы со следующими ценностями:

1. «Поколение победителей» (1900–1922 года рождения): для них характерны трудолюбие, ответственность, почти религиозная вера в светлое будущее, приверженность идеологии, семья и семейные традиции, доминантность и категоричность суждений.

2. «Молчаливое поколение» (1923–1943 гг.): преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение.

3. Поколение «беби-бумеров» (1943–1963 гг.): оптимизм, заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

4. «Поколение X» (1963–1984 гг.): готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов [7].

Впоследствии к ним добавили еще два поколения:

5. «Поколение Y» (1984–2003 гг.): меньшее чувство лояльности, трудности в подчинении начальству, частая смена места работы, индивидуалисты, которые росли во времена активного развития информационных технологий.

6. «Поколение Z» (2004 – наше время): соавторы, креативность, рожденные в период окончательного становления и укрепления в жизни современных технологий [19].

Хотя в настоящее время особенно в России теория поколений приобрела статус аксиомы, к ней возникает множество вопросов.

Во-первых, следует отметить, что ее авторы не являются академическими учеными, а предложенная ими теория не является доказанной, а скорее представляет общее художественное описание разных поколений. Наиболее ценная идея теории, заключающаяся в том, что условия жизни влияют на формирование поколений, не была проработана в теории, и, по сути, выступает лишь гипотезой, которая ничем не обоснована. В своем исследовании В. Штраус и Н. Хоув совершают ошибку реализма. Они искусственно выделяют группу людей, исходя из их времени рождения, и приписывают ей реальное существование. Представляя образ «беби-бумеров», данные авторы берут маленькую часть из всего поколения и расширяют их образ на всех остальных [12].

В качестве примера можно привести хорошо известное в нашей стране поколение «шестидесятников», обладающее определенным восприятием окружающей среды и своими ценностями. Несмотря на то, что «шестидесятники» безусловно, оказали значительное влияние на развитие общества, в реальности они составляли не более десяти процентов от людей, родившихся в данный временной промежуток времени. Большинство людей, родившихся в 1935–1961 годах,

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

выросли в колхозах, в тяжелейших материальных условиях, не получили хорошего образования, и стихи и увлечения «шестидесятников» не имели для них никакого значения.

Во-вторых, возникают проблемы при использовании теории поколений в других странах. Здесь следует напомнить, что теория поколений была разработана именно для американского среднего класса, представители которого проживают в городах. В связи с этим вопрос об эффективности ее применения в России остается спорным. В нашей стране этапы общественно-экономического развития и различные социально-политические события радикально отличаются от США, а значит поколения формировались под влиянием иных событий, и группы могут иметь другие периоды по датам рождения [6].

Например, поколение X для России включает в себя тех, кто вырос во времена «застоя», «перестройки» и «лихих 90-е», а значит обладает совершенно разными взглядами, жизненными ценностями и мотивацией к труду. Именно поэтому необходима разработка российской теории поколений.

Так, результаты различных практических исследований отечественных ученых – Е.А. Ковина и О.В. Лысенко [12; 13], В.В. Радаева [18], Н.В. Богачевой и Е.В. Сивак [3], С.А. Горохова, И.Д. Заплитного [5] показывают очень низкую адекватность теории поколений реальной ситуации в российском обществе. Отсюда возникают вопросы и о ее базовой достоверности.

Если же использовать теорию поколений как общую идею о том, что ценности определенной возрастной группы людей формируются различными событиями в обществе в период их взросления и отказаться от 20-летнего периода продолжительности поколения, то конечно ее можно адаптировать для России, выделить свои временные поколения со своими, отличными от американских ценностями. Здесь следует обратиться к опыту Ч.Д. Шива, который переделал теорию поколений, выделив не поколения, а возрастные когорты населения, и использовал различные временные интервалы рождения и взросления разных когорт, обусловленные частотой и быстротой происходящих социальных и эконо-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

мических событий. К сожалению, его вариант теории поколений не получил такой большой известности, как версия В. Штрауса и Н. Хоува. Автором данной статьи были предложены свои временные интервалы рождения поколения для нашей страны [9]. В дальнейших научных исследованиях планируется более глубокая адаптация теории поколений для СССР и России с выделением своих исторических событий и ценностей групп людей.

Но и в этом случае необходимо выделить большое количество недостатков теории поколений, которые резко ограничивают возможности ее использования в практических исследованиях.

1. Поколенческие ценности являются только одним из элементов общей системы ценностей человека, наряду с общечеловеческими и индивидуальными ценностями. Здесь базовыми выступают общечеловеческие ценности, более конкретными являются поколенческие, далее идут индивидуальные ценности, формируемые в процессе воспитания [4].

Как отмечает М.Р. Мирошкина с соавторами, большую роль в формировании ценностей поколений играют семья, детский сад и школа – институты, задающие для ребенка определенные правила и нормы поведения в группе, взаимодействий, достижения целей, благодаря которым ребенок осваивает и развивает разные модели и сценарии жизни [16].

То есть, каждый человек помимо групповых обладает еще и своими, индивидуальными ценностями, обусловленными темпераментом, наследственностью, воспитанием, которые оказывают на его поведение нередко и более сильное влияние [1].

2. Смена поколений является скорее не причиной, а следствием исторического процесса. Многие ученые считают, что исторические события формируют поколение не в масштабах всего общества, а только у небольшой его части, обычно представителей политической или культурной элиты [8].

В рамках любого поколения с определенной культурой существуют «контркультуры» с другими ценностями и поведением. Хотя, безусловно с развитием

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

информационных коммуникаций и интернета, однородность общества и поколений становится все более высокой.

Кроме того, для России наблюдается очень низкая кристаллизация социального статуса, что осложняет использование теории поколений, разработанной именно для среднего класса [10]. Можно констатировать, что в России на ценности индивида в гораздо большей степени влияют социальный и экономический статус родителей, чем принадлежность к своему поколению.

От принадлежности к определенному поколению больше зависят манера общения, методы и стиль руководства и разрешения конфликтов, отношение к образованию, мотивация и стиль потребления, управление и целеполагание [15].

3. На временной границе между поколениями смена поведения происходит постепенно и зависит также от места проживания индивида. Так, в крупных городах, столицах, это происходит быстрее чем в регионах и провинции [15].

Безусловно, для России с ее огромной территорией и большими различиями в социальных и экономических условиях, инфраструктуре, данный фактор гораздо важнее, чем для США с высокой степенью однородности.

В результате в каждом поколении можно выделить разные по своим установкам, ценностям и паттернам поведения группы. Это объясняется как неоднородностью социальных условий, например, в городе и деревне, в центре и на периферии, так и различием в поведении различных социальных классов.

Подводя итоги, следует отметить, что теория поколений, как и многие другие теории является только инструментом и методом решения управленческих проблем, а вовсе не панацеей от всех проблем предприятия, как любят рассматривать подобные теории многие российские менеджеры. В связи с этим у теории поколений существуют определенные условия применения и сфера наиболее эффективного использования. Также необходимо провести ее глубокую адаптацию для нашей страны. Безусловно, только одно: необходимость продолжения активных научных исследований в данной области.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Список литературы

1. Алпатова К.А. Роль ценностей в формировании смыслового поля социализации «я» и «другого» (на примере теории поколений) / К.А. Алпатова, Т.А. Семенихина // Научные проблемы гуманитарных исследований. – Институт региональных проблем российской государственности на Северном Кавказе. – 2011. – №6. – С. 238–243.

2. Бирюков В.А. Особенности медиапотребления в рамках теории поколений / В.А. Бирюков // Медиаэкономика 21 века. – 2018. – №5. – С. 9–16.

3. Богачева Н.В. Мифы о «поколении Z» / Н.В. Богачева, Е.В. Сивак // Современная аналитика образования. – 2019. – №1 (22). – С. 1–64.

4. Воронцова Ю.А. Теоретическая основа теории поколений / Ю.А. Воронцова // Ученые записки государственного университета. – 2016. – №3 (72). – С. 268–273.

5. Горохов С.А. Ценностные установки представителей поколения Y в контексте теории поколений. Российская специфика / С.А. Горохов, И.Д. Заплитный // Проблемы современного образования. – 2019. – №5. – С. 18–25.

6. Гурова И.М. Современная теория поколений в ракурсе циклов Кондратьева / И.М. Гурова, С.Ш. Евдокимова // Научное наследие Н.Д. Кондратьева и современность. Сборник научных трудов участников X Международной Кондратьевской конференции, посвященной 125-летию со дня рождения Н.Д. Кондратьева / под ред. В.М. Бондаренко (25–30 сентября 2017 года). – М.: Межрегиональная общественная организация содействия изучению, пропаганде научного наследия Н.Д. Кондратьева, 2017. – С. 111–115.

7. Земскова Е.С. Анализ поведения потребителей в цифровой экономике с позиции теории поколений / Е.С. Земскова // Вестник Евразийской науки. – 2019. – Т. 11. №5. – С. 28.

8. Исаева М.А. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува / М.А. Исаева // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – №3. – С. 290–295.

9. Карасев А.П. Проблемы адаптации теории поколений для российских условий / А.П. Карасев // Экономика и управление: теория и практика. IV-ая

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

национальная научно-практическая конференция научно-педагогических работников с международным участием, 20 мая 2021 года. – Ярославль: ПКФ «Союзпресс», 2021. – С. 175–181.

10. Карасев А.П. Проблемы социальной стратификации в современной России / А.П. Карасев // Актуальные проблемы социальной стратификации и трансформации в современных условиях. Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов и практиков / под ред. И.А. Юрасова, В.А. Юдиной, Е.В. Кузнецовой, М.А. Таниной. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2020. – С. 23–26.

11. Карасев А.П. Использование теории когорт в российских условиях / А.П. Карасев // The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «Science Engineering and Economic Paradigm of Modern Society» ISAE «Consilium» – Basel (Switzerland): международное научное объединение экономистов «Консилиум» (Женева), 2014. – С. 65–69.

12. Ковин Е.А. Верификация теории поколений на примере промышленного предприятия / Е.А. Ковин // Теория и практика общественного развития. – 2021. – №6 (160). – С. 55–62.

13. Ковин Е.А. Практическая ценность современных теорий поколений в социологии / Е.А. Ковин, О.В. Лысенко // Вестник Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия №3. Гуманитарные и общественные науки. – 2020. – №1. – С. 33–38.

14. Ковин Е.А. Теория поколений в контексте социологии управления / Е.А. Ковин, О.В. Лысенко // Научный результат. Социология и управление. – 2019. – Т. 5. №4. – С. 151–162.

15. Миронова О.А. Проблемы формирования экономики постиндустриального общества в России в контексте теории поколений / О.А. Миронова // Ученые записки института управления, бизнеса и права. Серия: экономика. – 2017. – №5. – С. 295–315.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

16. Мирошкина М.Р. Портрет современных родителей в контексте теории поколений (родители Забайкалья о себе, своих детях и образовании) / М.Р. Мирошкина, Е.Б. Евладова, А.В. Куракин // Образование личности. – 2016. – №4. – С. 90–99.

17. Немцев И.А. Теория поколений как ключ к пониманию коммуникационного процесса в обществе // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – №12–1. – С. 135–140.

18. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2018. – №3. – С. 15–33.

19. Соломагина Е.А. Традиционные и современные формы организации выставочной деятельности ГКУСО «Государственный архив Свердловской области» через призму маркетинговой теории поколений / Е.А. Соломагина // Документ. Архив. История. Современность. Материалы IV Международной научно-практической конференции / гл. ред. Л.Н. Мазур, отв. ред. Т.В. Соловьева (2–3 декабря 2016 года). – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2016. – С. 189–194.

20. Шив Ч.Д. Курс MBA по маркетингу / Ч.Д. Шив, А. Уотсон Хайэм; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 717 с.

21. Howe N., Strauss W. Fourth turning: what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. – Broadway Books, 1997.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)