

Яппи (англ. Yuppie, Young Urban Professional – молодой городской профессионал) – молодёжная субкультура, представители которой ведут конформистский общепринятый образ жизни человека современного западного общества. Яппи имеют высокооплачиваемую работу, в одежде предпочитают деловой стиль, следят за модой, посещают фитнес-центры. Основной критерий принадлежности к «яппи» – успешность

Википедия

... Хотя речь здесь пойдет не только и столько о яппи, сколько об успешности в понимании современного человека вообще, опасностях, которые подстерегают яппи в каждом городе и ресторане. И о деньгах... в частности.

Может, никто и не признается вслух, но для большинства – из размытого и неопределенного понятия «среднестатистический человек» – понятие «успешность» определяется простыми и, на первый взгляд, банальными параметрами: работа в крупной компании (естественно, чем больше и успешнее компания, тем лучше), высокая заработная плата

(по сравнению с повседневным окружением), социальные блага, которые дарит та или иная должность (начиная от расширенной медицинской страховки, до нелимитированных «представительских» расходов в командировках... хотя нет... конечно, «в бизнес-поездках»). Так, пожалуй, (благозвучнее), автомобиль (естественно, корпоративный, за который не приходится платить вообще ничего из собственного кармана, опять же начиная с ремонта и заканчивая бензином) и, соответственно, возможность ходить по дорогим магазинам, покупать дорогую одежду и прочие дорогие предметы ежедневного обихода, малодоступные «простым смертным».

Но это мнение того самого большинства, с отсутствием требований к себе и окружающим, которое в своих поступках руководствуется не желанием добиться чего-либо, а желанием при минимуме вложений получать максимальные (по их меркам) результаты.

А теперь можно вернуться к тем самым яппи, российского разлива последнего десятилетия.

На отечественном кадровом рынке понятие трансформировалось, но ненамного. Стандарты, принятые в компаниях и корпорациях, с успехом перенимаются или калькируются с устоявшихся европейских и американских образцов (забегая вперед и немного уклоняясь

от темы, можно сказать, что перенимаются подчас весьма успешно, поскольку на новых, еще не до конца сформировавшихся рынках, таком как в России, сложившиеся «скелеты» привычных систем организации бизнеса обрастают «свежим мясом» и, «мутируя», идут намного дальше, благодаря новым подходам к привычным и часто рутинным бизнес-процессам).

Казалось бы, «попав в струю», остается бороться только за достижение новых карьерных высот. Но по факту все получается намного сложнее.

Опять же, казалось бы, что ежедневно российские яппи окружены только приятным настоящим и радужным будущим. Но опасности этого мира намного более сложны и пугающи, поскольку не видны невооруженным глазом простому обывателю.

Вспомним, например, соблазны, которые поджидают на каждом шагу современного российского яппи. Думаете, легко удержаться от трат тех самых «нелимитированных представительских расходов» на красивых, но все же продажных женщин, поджидающих в отелях чуть ли не на каждом этаже? Есть, конечно, и отели бизнес-класса или семейного типа, куда вход (свободный) продажной любви заказан. Но после целого дня работы тоже чего-то не хватает (уже по привычке) и душа требует чего-то возвышенного, пусть и продажного (по той же привычке), поэтому воздерживаться приходится через силу... почти всегда. Потом приходится изворачиваться (говоря откровенно, не так уж и сильно), чтобы списать те самые «нелимитированные расходы» на другие цели (и по другим отчетным документам).

А рестораны? Сколько лишних килограммов они подарили начинающему и у нас формироваться так называемому среднему классу? Ладно бы только килограммы, но ведь проблема навсегда остается в медленно тающем здоровье. Отказаться от ресторанов? Но система сложилась, поэтому отказ от одного ведет к разрушению системы, чего сама система не позволит (да, и как отказаться пригласить бизнес-партнера из какого-нибудь Новосибирска посидеть в дорогом ирландском пабе или мексиканском ресторане? Даже после удачных переговоров всегда

останется мутный осадок, что точка так и не поставлена, если не выпито за начало и развитие бизнес-проекта по несколько бокалов Гиннеса (от 180 рублей пинта) или не съедено по стейку из мраморной говядины (дешевле 650 рублей, по-моему, нигде не видел). Но и это не главное в разовой встрече. Главное в том, что, попав в систему, ты сам формируешь систему (тот самый партнер точно знает, что в следующий свой приезд все повторится с точностью до... ну, скажем, 90%). А сколько у тебя таких партнеров и сколько добровольно загубленных вечеров на Гиннес и стейки? А сколько партнеров у твоего партнера? Этого ты сам точно не знаешь, но наверняка не меньше, чем у тебя самого. Так и крутишься, как белка в колесе, выпивая десятки литров пива в месяц (если бы только пива!) и съедая в год не меньше пары коров равными еженедельными порциями стейков. Но и это еще не все. И у твоего партнера, и у тебя самого есть немало конкурентов, которые не отстают от тебя самого, а подчас и превосходят... Получается, что на всех них – и конкурентах, и партнерах – и стоит российский, да и вообще мировой ресторанный, фермерский и алкогольный, и масса прочих бизнесов.

Кроме того, чтобы выглядеть представительнее и успешнее, приходится покупать дорогие вещи и швейцарские часы, что в рамках общей карьерной и финансовой гонки также не приносит здоровья. Думаете, большинство российских яппи успокоится, пока не купит швейцарские часы не хуже, чем у коллеги (естественно, механические). Опять же, походы в фитнес центры не самоцель, как возможность стать стройнее, красивее и сильнее... И здесь все намного проще: съеденные килограммы приходится хоть как-то компенсировать хотя бы небольшими физическими нагрузками...

Естественно, есть и условные блага, которые несет корпоративный мир. Кто же о них не знает! Но сейчас речь не о них. Сейчас речь только об опасностях и сложностях корпоративной жизни.

Например, в английском языке в последнее десятилетие XX века появилось новое слово: **karoshi**. Слово, пришедшее в английский из японского, что в прямом русском переводе

значит **смерть от слишком большого количества работы**. Таким образом, за корпоративные блага приходится расплачиваться не только расстройствами желудков и лишними килограммами, но еще и стрессами с частыми нервными истощениями.

В ту же «кучу» можно отнести и еще один недостаток российских яппи – частое отсутствие семейного уюта. Да и какая семья выдержит такой ритм, когда на строительство карьеры уходит до пятнадцати часов ежедневной жизни, не говоря уж о том, что часто работа нахлестывается даже на выходные? Карьера ведь все равно на первом месте. Всегда... как это ни прискорбно. И деньги здесь не цель, а лишь средство или возможность ускорять процесс саморазруш... в смысле – самосовершенствования.

Выход, казалось бы, прост: «развернуться» и выйти из системы... но, увы, уже не получается. Привычка осознавать себя частью целого

уже в крови. По факту выходит, что и семейное счастье не самое главное в жизни, если можно размножаться во время случайных и коротких встреч, а плоды скороспелой любви можно перекидывать на пенсионеров-родителей или приходящих нянь.

Отсюда и название статьи... А также и сама проблема... точнее, ее отсутствие – каждый сам выбирает свой путь и свой крест. И нельзя сказать, что этот выбор хуже или лучше любого иного, без того, чтобы загнать себя в какие-либо рамки, а значит, уже ограничить свое мнение границами тех самых рамок. Все же именно эти люди двигают экономику и позволяют увеличивать пенсии и социальные пособия, именно их «руки», головы, идеи, энергия и мозги создают новые рабочие места и улучшают социальный климат в стране, что бы это ни значило. Они-то и есть герои нашего времени... как бы пугающе это ни звучало...