

УДК 81'255.4

DOI: 10.33979/2587-7534-2026-3-11

EDN PLMNUQ

Оригинальная научная статья

## **EkstaSein как ресурс инновационного развития: от постмодернистского вызова к стратегии осознанного разрушения**

**Сахневич С. В.,**

кандидат филологических наук,  
доцент, зав. кафедрой лингвистики,  
Институт деловой карьеры,  
Москва, Россия,  
crash68@yandex.ru  
ORCID 0000-0002-2068-9250

**Для цит.:** Сахневич С. В. EkstaSein как ресурс инновационного развития: от постмодернистского вызова к стратегии осознанного разрушения // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии). 2026. №3. С. 146-157. DOI: 10.33979/2587-7534-2026-3-11. URL: [http://abyss.su/abyss\\_issue/37/11](http://abyss.su/abyss_issue/37/11)

**Аннотация.** Статья посвящена философскому обоснованию феномена «фриков» (мавериков, нестандартных сотрудников) как драйверов инновационного развития в условиях постмодернистского кризиса традиционных форм социальности. Автор утверждает, что постмодернизм, разрушив классические метанарративы, вызывает к жизни новые способы бытия, одним из которых является EkstaSein (от Ekstase – выход-за-пределы-себя, и Sein – бытие). В отличие от устоявшихся онтологических структур, EkstaSein фиксирует экзистенциальное событие сознательного разрыва с усреднённостью, возникающее в маргинальных, неформальных сообществах («фрики», изгои, субкультуры). На основе анализа стратегий PepsiCo (японский филиал), Amazon, Netflix, Google X и o9 Solutions выявляются механизмы институционализации EkstaSein: регулярные реорганизации, двухпищевые команды, кадровые политики, основанные на «тесте на удержание», выделение успешных проектов в независимые компании, публичное признание паранойи. Утверждается, что деструкция не противоположна потенциалу, но является его непосредственным проявлением; любое нарушение порядка несёт в себе возможность прорыва. Сформулированы характеристики топ-менеджера нового типа – EkstaSein CEO: экзистенциальная толерантность к инаковости, архитектурное мышление, готовность к временному спаду, легализация конфликта и провала. Делается вывод, что способность сознательно культивировать EkstaSein выступает ключевым фактором выживания и процветания в условиях постмодернистской неопределённости.

**Ключевые слова:** выход-за-пределы-себя (*EkstaSein*), деструкция как потенциал, инновационное лидерство, маверики, организационная культура, осознанное разрушение, паранойя, постмодернизм.

## **EkstaSein as a Resource for Innovative Development: from the Postmodern Challenge to the Strategy of Conscious Destruction**

**Sakhnevich S. V.,**

*Candidate of Philological Sciences,*

*Associate Professor, Head of*

*the Department of Linguistics,*

*Institute of Business Career, Moscow, Russia,*

*crash68@yandex.ru*

*ORCID 0000-0002-2068-9250*

**For citation:** Sakhnevich S.V., EkstaSein as a Resource for Innovative Development: from the Postmodern Challenge to the Strategy of Conscious Destruction. // Abyss (Studies in Philosophy, Political science and Social anthropology). 2026. No. 3. P. 146-157. DOI: 10.33979/2587-7534-2026-3-11. URL: [http://abyss.su/abyss\\_issue/37/11](http://abyss.su/abyss_issue/37/11)

**Abstract.** The article is devoted to the philosophical substantiation of the phenomenon of «mavericks» (non-standard employees) as drivers of innovative development in the context of the postmodern crisis of traditional forms of sociality. The author argues that postmodernism, having destroyed classical metanarratives, gives rise to new modes of being, one of which is EkstaSein (from Ekstase – self-transcendence, ecstasy, and Sein – being). In contrast to established ontological structures, EkstaSein captures the existential event of a conscious rupture with averageness, which emerges in marginal, informal communities («freaks», outcasts, subcultures). Based on an analysis of the strategies of PepsiCo (Japanese branch), Amazon, Netflix, Google X, and o9 Solutions, the mechanisms of institutionalizing EkstaSein are identified: regular reorganizations, two-pizza teams, HR policies based on the «keeper test», spinning off successful projects into independent companies, and public recognition of paranoia. It is argued that destruction is not opposite to potential but is its direct manifestation: any disruption of order carries the possibility of breakthrough. The characteristics of a new type of top manager – EkstaSein CEO – are formulated: existential tolerance for otherness, architectural thinking, readiness for temporary downturns and the legitimation of conflict and failure. It is concluded that the ability to consciously cultivate EkstaSein is a key factor for survival and prosperity under conditions of postmodern uncertainty.

**Keywords:** conscious destruction, destruction as potentiality, EkstaSein, innovation leadership, mavericks, organisational culture, paranoia, postmodernism.

### **Введение**

Постмодернизм, как его определял Жан-Франсуа Лиотар, есть «недоверие к метанарративам» [Lyotard, 1984: XXIV]. Крах великих историй – прогресса,

эмансипации, диалектики духа – привёл к фрагментации социального пространства, утрате устойчивых идентичностей и институциональных скреп. В этой ситуации классические способы бытия, описанные экзистенциальной философией, перестают работать. Мартин Хайдеггер в «Бытии и времени» выделил два фундаментальных модуса: подлинное *Dasein*, ориентированное на собственную экзистенцию, и неподлинное *Das Man* – усреднённое существование «как все» [Heidegger, 2001: 163-168]. Однако постмодернистская реальность разрушает эту дихотомию. *Dasein* оказывается слишком укоренён в индивидуальной заботе о собственном бытии, чтобы схватить коллективные, событийные формы совместности, возникающие на периферии социального порядка. *Das Man*, в свою очередь, теряет свою тотализирующую силу: нет единого «как все», есть множество конкурирующих образцов, субкультур, сетевых сообществ.

В этой ситуации постмодернизм вызывает к жизни новые способы бытия, которые не сводятся к классическим альтернативам. Одним из них был идентифицирован нами как *EkstaSein* (от греч. *ekstasis* – выход-за-пределы-себя, экстаз, и нем. *Sein* – бытие). *EkstaSein* не есть ни *Das Man*, ни *Dasein*. От первого он отличается тем, что не растворяется в безличной усреднённости; напротив, он рождается из сознательного разрыва с ней. От второго – тем, что не претендует на онтологическую фундаментальность и не выступает структурой, всегда уже данной. *Dasein*, по Хайдеггеру, есть способ бытия, для которого его собственное бытие является вопросом; *EkstaSein* же есть не вопрос о бытии, а само событие выхода-за-пределы, в котором вопрос о бытии приостанавливается в пользу экстатического совместного действия. Если *Dasein* укоренено в заботе (*Sorge*) о собственном бытии, то *EkstaSein* – в солидарности, возникающей на почве разделяемого риска и совместного преодоления границ. Если *Dasein* стремится к подлинности через одиночество перед лицом смерти, то *EkstaSein* обретает подлинность через коллективный экстаз, через «бытие-вместе-иначе».

*EkstaSein* есть ответ на постмодернистский вызов: это способ бытия, который не требует ни укоренённости в традиции, ни растворения в безличном, ни героического одиночества. Он возникает в маргинальных, неформальных сообществах – там, где готовые сценарии отсутствуют, а связь держится на общем опыте исключения и добровольной солидарности. Носителями *EkstaSein* выступают те, кого в организациях называют «фриками», «мавериками», «неадекватными», – люди, выпадающие из установленного порядка вещей. Их инаковость не является недостатком; напротив, она становится условием возможности аутентичного бытия-вместе, свободного от готовых сценариев.

Управленческая практика последних десятилетий, сама того не осознавая, начала институционализировать *EkstaSein*. Компании, которые сумели не выживать вопреки хаосу, а использовать его как ресурс, – PepsiCo (особенно её японский филиал), Amazon, Netflix, Google X, o9 Solutions – выработали стратегии, на первый взгляд парадоксальные: они сознательно «разрушают» собственные структуры, инициируют реорганизации на пике успеха, культивируют среду, в которой нестандартное, «неудобное» поведение

становится не отклонением, а нормой. Эти практики требуют философского осмысления именно через категорию *EkstaSein*, поскольку они не вписываются ни в логику *Dasein* (индивидуальное становление), ни в логику *Das Man* (конформистская стабильность).

Настоящая статья ставит целью: во-первых, философски обосновать феномен «фриков» через категорию *EkstaSein* как ответ на постмодернистский вызов; во-вторых, на примере стратегии PepsiCo (особенно её японского филиала) и ряда других компаний проанализировать практики институционализации *EkstaSein*; в-третьих, выявить характеристики топ-менеджера нового типа – *EkstaSein CEO*, способного превращать энергию инаковости в драйвер роста.

**Противоречие:** с одной стороны, в управленческой практике широко признаётся, что нестандартные сотрудники («фрики», маверики) являются драйверами инноваций. С другой стороны, традиционные подходы к управлению рассматривают их поведение как отклонение, требующее коррекции или исключения, что ведёт к подавлению того самого потенциала, который необходим для развития. Постмодернистский кризис традиционных форм социальности (утрата доверия к институтам, атомизация, сетевая фрагментация) делает эту проблему ещё более острой, требуя новых онтологических и управленческих решений.

**Проблема:** в чём состоит экзистенциальная специфика тех, кого система клеймит как «изгоев» или «неадекватных» сотрудников, и как их способ бытия может быть не подавлен, а целенаправленно использован для стимулирования инновационного развития организации? Требуется концептуальный аппарат, адекватный постмодернистской реальности, где стабильные структуры уступают место событийным, экстатическим формам совместности.

**Предмет исследования:** стратегии институционализации инаковости в организациях, а также экзистенциальные структуры, лежащие в основе инновационного поведения в постмодернистском контексте.

**Цель исследования:** философски обосновать понятие *EkstaSein* (экстатическое бытие-вместе) как новый способ бытия, возникающий в условиях постмодернизма, и выявить характеристики топ-менеджера нового типа (*EkstaSein CEO*), способного превращать энергию выхода-за-пределы в управляемый ресурс развития.

**Задачи исследования:**

1. Обосновать связь постмодернистского кризиса традиционных форм социальности с возникновением новых способов бытия, таких как *EkstaSein*.
2. Раскрыть понятие *EkstaSein* как экзистенциального события, конституирующего подлинную совместность через сознательный разрыв с усреднённостью.
3. На примере стратегий PepsiCo, Amazon, Netflix, Google X, o9 Solutions проанализировать практики институционализации *EkstaSein*.
4. Сформулировать характеристики топ-менеджера, способного работать с *EkstaSein* (*EkstaSein CEO*).

**Гипотеза исследования:** постмодернистская эпоха, разрушая метанарративы и стабильные социальные иерархии, высвобождает энергию инаковости, которая находит своё выражение в *EkstaSein* – способе бытия, основанном на сознательном выходе за пределы нормы и коллективном принятии деструкции как потенциала. Инновационный потенциал организаций определяется не степенью стабильности, а способностью институционализировать *EkstaSein*, превращая экстатический разрыв из индивидуального риска в системный ресурс. Всякое нарушение порядка, любое отклонение от усреднённых стандартов содержит в себе потенциал инновации, и задача управления состоит не в фильтрации «полезных» отклонений, а в системной работе с энергией деструкции как таковой.

**Научная новизна:**

1. Впервые вводится и обосновывается понятие *EkstaSein* как онтологического коррелята постмодернистской чувствительности, позволяющего перевести феномен «фриков» из разряда управленческих проблем в плоскость философски осмысленного ресурса.

2. Утверждается тезис о деструкции как непосредственном выражении потенциала, снимающий ложную дихотомию «конструктивного» и «деструктивного» поведения.

3. Предложена типология механизмов институционализации *EkstaSein* на основе анализа практик визионерских компаний-лидеров.

4. Разработана модель *EkstaSein CEO* – топ-менеджера, конструирующего среду, в которой экстатический выход за пределы нормы становится системным фактором развития.

**Методология исследования:** исследование опирается на экзистенциальную феноменологию (категории *Dasein*, *Das Man*, *Ekstase*), постмодернистскую критику метанарративов (Ж.-Ф. Лиотар), методологию анализа кейсов (case study) и элементы деконструкции для пересмотра традиционных представлений о лидерстве и организационном порядке. Эмпирическая часть основана на анализе публичных материалов о стратегиях PepsiCo, Amazon, Netflix, Google X и o9 Solutions, а также на вторичном анализе исследований инновационного поведения.

**1. Постмодернизм и рождение новых способов бытия**

Ключевой тезис постмодернистской философии – отказ от универсальных, вневременных структур в пользу фрагментарности, локальности и событийности. Жан-Франсуа Лиотар в «Состоянии постмодерна» показал, что «великие нарративы» легитимации знания утратили свою силу, и на их место приходят множество малых, локальных языковых игр [Lyotard, 1984: XXIV-XXV]. Это означает не просто культурный сдвиг, но трансформацию самого способа бытия человека: устойчивые идентичности, роли, институты перестают быть надёжной опорой.

Мартин Хайдеггер в «Бытии и времени» описал повседневное существование как пребывание в модусе *Das Man* – усреднённости, когда человек действует «как все», подчиняясь общепринятым нормам [Heidegger,

2001: 163-168]. В эпоху постмодернизма этот модус оказывается подорван: нет единого «как все», есть множество конкурирующих образцов поведения, сетевых сообществ, субкультур. Традиционные механизмы социализации ослабевают, и индивид вынужден конструировать свою идентичность из фрагментов, постоянно совершая выбор.

Именно в этом контексте возникают новые способы бытия, которые Хайдеггер не мог предвидеть. Одним из них является *EkstaSein*. В отличие от классического *Dasein*, которое, по Хайдеггеру, всегда уже находится в мире, но может выбирать подлинность или неподлинность, *EkstaSein* делает акцент на самом акте выхода за пределы, на экстатическом разрыве, который становится основой для формирования временных, но интенсивных общностей. Эти общности – субкультуры, онлайн-сообщества, неформальные группы, – как правило, возникают на периферии социального пространства, объединяя тех, кого *Das Man* клеймит как «фриков», «изгоев», «неадекватных».

Постмодернизм не просто терпит такую инаковость – он её порождает. Фрагментация социального мира создаёт ниши, где экстатический выход становится не отклонением, а условием принадлежности. В этих нишах формируется особый этос: отсутствие готовых сценариев, узнавание в уязвимости, солидарность как ежедневный выбор. Именно эти черты составляют ядро *EkstaSein* и делают его не просто маргинальным феноменом, но потенциальным ресурсом для инноваций в организациях.

*EkstaSein* не есть ни *Das Man*, ни *Dasein*. От первого он отличается тем, что не растворяется в усреднённости и не подчиняется анонимному «так принято»; напротив, он рождается из сознательного разрыва с этой усреднённостью. От второго – тем, что не претендует на онтологическую фундаментальность и не выступает структурой, всегда уже данной. *Dasein*, по Хайдеггеру, есть способ бытия, для которого его бытие является вопросом; *EkstaSein* же есть не вопрос о бытии, а само событие выхода-за-пределы, в котором вопрос о бытии приостанавливается в пользу экстатического совместного действия. Если *Dasein* укоренено в заботе (*Sorge*) о собственном бытии, то *EkstaSein* – в солидарности, возникающей на почве разделяемого риска и совместного преодоления границ. Таким образом, *EkstaSein* представляет собой постмодернистскую альтернативу классической экзистенциальной аналитике: он не описывает структуру, а фиксирует событие, не данность, а возможность, не индивидуальное усилие, а коллективный экстаз.

Таким образом, *EkstaSein* онтологически отличен как от *Dasein*, так и от *Das Man*. *Dasein* – это Я-бытийствую-как-Я: экзистенция, ориентированная на собственную подлинность через заботу о своём бытии. *Das Man* – Я-бытийствую-как-Они: растворение в безличной усреднённости. *EkstaSein* же есть Мы-бытийствуем-как-Мы-в-экстазе. Это не сумма индивидуальных «Я» и не анонимная масса, а событийная общность, возникающая в момент совместного выхода за пределы нормы. Фрики и маверики сильны не героическим одиночеством, а солидарностью, рождающейся из разделяемого

риска и добровольного принятия инаковости. Их подлинность реализуется не в изоляции, а в коллективном экстатическом усилии.

## **2. Деструкция как потенциал: отказ от ложной дихотомии**

В управленческой практике сотрудники, демонстрирующие нестандартное поведение, традиционно воспринимаются как проблема. Они нарушают субординацию, игнорируют процедуры, создают дискомфорт для коллег и клиентов. В результате их либо «перевоспитывают», либо увольняют. Однако исторический опыт компаний, переживавших периоды радикального обновления, показывает, что именно такие люди часто «играют ключевую роль». В истории PepsiCo неоднократно подчёркивалось, что именно кризисы и связанные с ними «неудобные» перемены становились точками роста [Sellers, 1992: 49-50].

Ключевое заблуждение управленческой мысли – попытка разделить «деструктивную» и «конструктивную» инаковость. На практике это различие служит механизмом подавления: любое отклонение, которое не вписывается в текущие представления о пользе, объявляется «деструктивным» и подлежит устранению. Однако сам процесс инновации всегда начинается как деструкция устоявшегося порядка, как разрушение привычных схем, как насильственное вторжение нового. Не существует «безопасной» инновации, которая не нарушала бы сложившихся структур. Следовательно, *деструкция не есть противоположность потенциала – деструкция и есть потенциал*. Всякое разрушение привычного, всякий отказ от усреднённых норм, всякое «неадекватное» поведение содержит в себе возможность прорыва.

Управленческая задача, таким образом, состоит не в том, чтобы отличить «хорошее» отклонение от «плохого», а в том, чтобы институционализировать саму деструкцию, направить её энергию в русло обновления, не позволяя системе её погасить. Именно это делают компании, применяющие стратегии осознанного разрушения: они легализуют деструкцию, превращая её из индивидуального риска в системный ресурс.

## **3. Стратегия осознанного разрушения: опыт PepsiCo**

Одним из наиболее ярких примеров системной работы с *EkstaSein* стала стратегия PepsiCo, особенно её японского филиала. История компании насчитывает восемь банкротств, и каждый раз именно после кризиса наступал период роста [Sellers, 1992: 50]. Это привело к формированию парадоксальной практики: как только показатели достигали пика, руководство инициировало реорганизации, перестановки персонала, создание новых подразделений. В японском филиале этот процесс был доведён до почти театральной регулярности, что сделало его частью корпоративной ДНК [Sellers, 1994: 71].

Стратегия PepsiCo заключалась в том, что успех не воспринимался как повод для самоуспокоения, а, напротив, служил сигналом к действию. Реорганизации, на первый взгляд снижавшие производительность, после адаптационного периода приводили к росту, превышавшему прежние показатели [Deogun, 1997: A3; Deogun, McKay & Eig, 2000: A3]. В терминах нашего исследования это сознательное разрушение усреднённости *Das Man* и

активация *EkstaSein*: люди вынуждены покидать зоны комфорта, осваивать новые роли, вступать в нестандартные взаимодействия, что и порождает инновации.

Особенность подхода PepsiCo заключалась в том, что он не был одноразовой кампанией, а стал циклическим процессом. Как только новый порядок стабилизировался и показатели снова достигали высоких уровней, компания повторяла «разрушение», не допуская стагнации [Sellers, 1994: 72]. В этом смысле PepsiCo не просто терпела «фриков», а институционализировала механизм, который постоянно генерировал ситуации, требующие экстатического выхода за пределы привычного.

#### **4. Эволюция практик: от реорганизаций к культуре «паранойи»**

Опыт PepsiCo оказался пионерским, но не единственным. В последующие десятилетия другие компании пошли ещё дальше, расширив арсенал инструментов работы с *EkstaSein*.

Amazon под руководством Джеффа Безоса ввёл философию «Дня 1» (Day 1), согласно которой компания всегда должна находиться в режиме стартапа, а «День 2» – стагнация, ведущая к смерти [Stone, 2013: 185]. Инструментами стали «двухпищевые команды» (не более десяти человек), которые постоянно пересобираются, а также практика «PR/FAQ» – написание пресс-релиза и ответов на вопросы ещё до начала разработки продукта. Amazon сознательно уничтожал собственные успешные продукты, например, создав Kindle для разрушения бизнеса бумажных книг [Stone, 2013: 210-212].

Netflix пошёл по пути кадрового «разрушения». Культурный манифест компании провозгласил: «Достаточная производительность наказывается щедрым выходным пособием» [Hastings & Meyer, 2020: 56]. Менеджеры регулярно применяют «тест на удержание» (keeper test), и если сотрудник не попадает в число тех, за кого «стали бы бороться», он увольняется, даже если работает адекватно [Hastings & Meyer, 2020: 78-80]. При этом сотрудникам даётся неограниченная свобода, но с условием, что злоупотребление свободой ведёт к немедленному увольнению. Это создаёт среду, где *EkstaSein* проявляется в форме перманентного напряжения и взаимной ответственности.

Google X (ныне X Development) встроил провал в процесс. Принцип «беспощадной интеллектуальной честности» означает, что сотрудников поощряют убивать собственные проекты, как только становится ясно, что они не взлетят. Выживает около 2% проектов, и это считается успехом [Teller, 2021: 112-115]. В 2025 году X совершил парадигмальный сдвиг: успешные проекты теперь не интегрируются в Alphabet, а выделяются в независимые компании, в которых Alphabet выступает лишь миноритарным партнёром. Это радикальная форма отказа от контроля – организация сознательно отказывается от возможности удерживать успех внутри себя, чтобы не подавлять энергию *EkstaSein*.

o9 Solutions, работающая в сфере планирования цепочек поставок, сделала публичную паранойю своей корпоративной философией. Топ-менеджеры o9 Solutions открыто ссылаются на Энди Гроува (выживает только паранойя) и

провозглашают стратегическую тревожность неотъемлемой частью культуры [o9 Solutions, 2024]. Ежегодный пересмотр стратегического фокуса, инвестиции в «агентный ИИ», создание команд, готовых не реагировать, а предвосхищать изменения – всё это требует от сотрудников постоянного выхода из зоны комфорта. Паранойя здесь не скрыта, а вынесена во внешнюю коммуникацию и внутренние регламенты, что создаёт среду, в которой экстатический выход перестаёт быть отклонением и становится нормой.

## **5. *EkstaSein* CEO: характеристики и функции топ-менеджера нового типа**

Обобщая опыт перечисленных компаний, можно выделить фигуру руководителя, способного работать с *EkstaSein*. Назовём его *EkstaSein* CEO. Его характеристики вытекают из экзистенциального понимания выхода-за-пределы и практических кейсов.

### **5.1. Экзистенциальная толерантность к инаковости**

*EkstaSein* CEO не требует единообразия. Он понимает, что *Das Man* – это безопасность, но не рост, и готов выдерживать дискомфорт, создаваемый «чудиками». В истории PepsiCo такой подход проявился в том, что руководство не увольняло сотрудников, не вписывающихся в устоявшиеся процедуры, а использовало ротации и реорганизации как способ «встряски» [Sellers, 1992: 51].

### **5.2. Архитектор среды, а не надзиратель**

Вместо того чтобы «воспитывать» каждого фрика индивидуально, *EkstaSein* CEO создаёт условия, где экстатический выход системно востребован. Это могут быть проектные рамки (Amazon), регулярные ротации (Pepsi), выделение автономных команд (Google X) или публичное признание паранойи (o9 Solutions). В случае PepsiCo такой средой стала практика перманентных реорганизаций, которая заставляла всех сотрудников, независимо от их исходного статуса, постоянно выходить из зоны комфорта [Sellers, 1994: 72].

### **5.3. Готовность к временному спаду**

Стратегия «разрушения на пике» требует от CEO выдерживать неизбежное падение показателей в период реорганизации. Без этого акционеры и совет директоров не дадут провести необходимые изменения. В PepsiCo такая готовность была закреплена исторически: компания неоднократно переживала банкротства и знала, что за спадом следует рост [De Lisser, 1994: B1; Deogun, 1998: B4]. *EkstaSein* CEO должен уметь коммуницировать ценность краткосрочного хаоса для долгосрочного роста.

### **5.4. Авторитет, основанный на компетентности**

Фрики часто не признают формальной иерархии, но подчиняются тому, кого считают равным или более сильным интеллектуально. *EkstaSein* CEO должен быть либо экспертом в их области, либо стратегом, способным доказать свою ценность делом. В Amazon Безос лично участвовал в детальном обсуждении новых продуктов [Stone, 2013: 190]; в Netflix Хастингс создавал культуру, которую сам и демонстрировал [Hastings & Meyer, 2020: 115]; в Google X лидеры имеют техническое прошлое [Teller, 2021: 98].

### **5.5. Легализация конфликта и провала**

В культуре *EkstaSein* конфликт не подавляется, а превращается в источник движения. *EkstaSein CEO* создаёт механизмы, где конструктивное несогласие не только разрешено, но и поощряется. Провал перестаёт быть стигмой, становясь этапом обучения. Это достигается через институты (как в Google X), через ритуалы (как в Pepsi) или через кадровую политику (как в Netflix). В o9 Solutions этот принцип доведён до публичной декларации: стратегическая паранойя открыто признаётся нормой [o9 Solutions, 2024].

### **6. Результаты, обсуждение и перспективы**

Проведённый анализ показывает, что постмодернистский кризис традиционных форм социальности не является лишь негативным явлением. Он высвобождает энергию инаковости, которая находит своё выражение в *EkstaSein* – способе бытия, основанном на сознательном выходе за пределы нормы и коллективном принятии деструкции как потенциала. Компании, институционализирующие *EkstaSein*, превращают экстатический разрыв из индивидуального риска в системный ресурс, что позволяет им не только выживать в условиях неопределённости, но и опережать конкурентов.

Однако существуют и ограничения. Не все отрасли и не все организационные культуры способны выдержать такую динамику. Для компаний с высокой степенью технологической сложности и длительным циклом разработки (например, авиастроение, фармацевтика) постоянные реорганизации могут быть неприемлемы. Кроме того, стратегия требует от CEO исключительной устойчивости к стрессу и готовности принимать непопулярные решения. Риски включают выгорание сотрудников, потерю ключевых талантов, которые не переносят хаоса, и возможное снижение качества в период турбулентности.

Тем не менее, опыт компаний, рассмотренных в статье, свидетельствует: в высококонкурентных, динамичных отраслях ставка на *EkstaSein* становится не просто возможной, но необходимой. Особенно это касается технологических и цифровых секторов, где скорость изменений не оставляет времени на длительную стабильность. Дальнейшие исследования могут быть направлены на разработку инструментов диагностики «потенциала *EkstaSein*» в организациях, а также на изучение долгосрочных последствий применения стратегий осознанного разрушения для корпоративной культуры и психологического благополучия сотрудников.

### **Заключение**

В статье было показано, что постмодернистская эпоха, разрушая метанарративы и стабильные социальные иерархии, вызывает к жизни новые способы бытия, одним из которых является *EkstaSein*. Носителями *EkstaSein* выступают «фрики» и маверики – те, кого система клеймит как изгоев. Их инаковость – не недостаток, а условие возможности аутентичного бытия-вместе, свободного от готовых сценариев. Деструкция, которую они несут, не противоположна потенциалу, но является его непосредственным проявлением.

Стратегии компаний-лидеров (PepsiCo, Amazon, Netflix, Google X, o9 Solutions) демонстрируют различные способы институционализации *EkstaSein*: от регулярных реорганизаций до кадровых политик, основанных на «тесте на удержание» и публичного признания паранойи. Успешное применение этих стратегий требует топ-менеджера нового типа – *EkstaSein CEO*, обладающего экзистенциальной толерантностью, архитектурным мышлением, готовностью к временным спадам, компетентным авторитетом и способностью легализовать конфликт и провал.

В конечном счёте, опыт рассмотренных компаний подтверждает парадоксальную истину: стабильность не всегда является залогом успеха. Напротив, способность сознательно разрушать стабильность, культивировать конструктивный хаос и использовать энергию *EkstaSein* оказывается ключевым фактором выживания и процветания в условиях постмодернистской неопределённости. Это требует от лидеров не только управленческих навыков, но и философской рефлексии о природе бытия организации и месте нестандартности в её развитии.

## References

1. De Lissar, E. (1994) 'Pepsi has lost its Midas touch in restaurants', *Wall Street Journal*, 18 July, p. B1.
2. Deogun, N. (1997) 'PepsiCo to reorganize U.S. operations', *Wall Street Journal*, 2 June, p. A3.
3. Deogun, N. (1998) 'Revamped PepsiCo still needs to conquer Wall Street', *Wall Street Journal*, 27 July, p. B4.
4. Deogun, N., McKay, B. and Eig, J. (2000) 'PepsiCo aborts a play for Quaker Oats', *Wall Street Journal*, 3 November, p. A3.
5. Hastings, R. and Meyer, E. (2020) *No Rules Rules: Netflix and the Culture of Reinvention*. New York: Penguin Press.
6. Heidegger, M. (2001) *Being and Time*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
7. Lyotard, J.-F. (1984) *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press. DOI: 10.2307/1772278.
8. o9 Solutions (2024) *Corporate Communications*. Available at: <https://www.o9solutions.com> (Accessed: 20 March 2026).
9. Sellers, P. (1992) 'If it ain't broke, fix it anyway', *Fortune*, 28 December, pp. 49–54.
10. Sellers, P. (1994) 'Pepsi opens a second front', *Fortune*, 8 August, pp. 70–76.
11. Stone, B. (2013) *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*. New York: Little, Brown and Company.
12. Teller, A. (2021) *The Moonshot Factory: Inside X, Google's Lab for Radical Innovation*. New York: Portfolio.