

Предисловие от издателя

Для нас оказалось весьма неожиданным предложение издать книгу Т.Ю. Базарова и А.А. Крымова с таким необычным названием – «Счастливая компания». С одной стороны, Московский институт психоанализа уже более четверти века исходит из того, что психология и жизнь неразрывны. Это означает, что для нас нет таких тем, которые касались бы жизни людей, но были бы за пределами психологии. С другой стороны, мы прекрасно понимаем, что жизнь бизнес-организаций – это многообразие деловых тем, вбирающих в себя экономику и менеджмент, технологии и финансы. А это означает, что трудно представить себе место такому феномену, как счастье, в действительности современных организаций.

Однако авторам удалось убедительно показать, насколько тесно переплетены человеческие отношения с эффективностью бизнеса. Этому способствовало многое. Во-первых, исключительно деликатное отношение к предыдущим исследованиям и фундаменту психологии как науки. Во-вторых, внимание к смежным дисциплинам и художественным образам, почерпнутым из литературы. В-третьих, собственный многолетний практический опыт работы с бизнес-организациями. Но самое главное, в-четвёртых – азарт и страсть, с которой они последовательно вскрывают тематические пласты феномена счастливой компании.

Отдельно обращаем внимание читателей на новые понятия, которые предложены в данной книге. Прежде всего, это модель современной компании, состоящая из трех частей, которые в книге метафорично, но очень точно названы как «Движок», «Механика» и «Алхимия». Несомненный интерес представляет понятие «транс-субъектность», под которым в конечном счёте авторы понимают синхронизацию сотрудников компании без предварительной договорённости. На наш взгляд, это одна из наиболее востребованных компетенций компаний, живущих в условиях постоянных изменений. Благодаря введённому понятию транссубъектности авторы задаются вопросом о временной перспективе организационной жизни. Здесь весьма убедительно взамен традиционной размерности «прошлое – настоящее – будущее» приводится понятийная конструкция «былое – сущее – грядущее». Особенность счастливых компаний состоит в том, что они, основываясь на былом, в сущем прилагают все усилия, чтобы быть готовыми к грядущему. Этим, по-видимому, и объясняется высокая эффективность счастливых компаний в условиях высокой турбулентности.

Не будем пересказывать всё содержание, которое уважаемый читатель может для себя открыть с помощью книги, которую он держит в руках.

Уверены, что книга будет интересна и полезна всем студентам и слушателям Московского института психоанализа. Но особенно тем магистрантам, которые специализируются на организационном и индивидуальном консультировании, а также управлении персоналом.

Л.И. Сурат,
ректор Московского института психоанализа

Предисловие от авторов.

В поисках счастья в мире парадоксов

Эта небольшая... книга готовилась очень долго, но и сейчас я не могу считать её законченной – слишком многое осталось в ней не эксплицированным, только намеченным.

А.Н. Леонтьев. Проблемы развития психики

Эта история началась 2,5 года назад, когда Т.Ю. Базаров (далее Т.Ю.) предложил А.А. Крымову (далее А.А., а вместе – соавторы) заняться темой *Счастливой Компании*. А.А. поначалу кобенился, поскольку за такие глобальные темы берутся только первокурсники. Но в итоге согласился, поскольку Т.Ю. уговаривать умеет не хуже, чем готовить шашлык (к которому мы ещё вернёмся).

С тех пор чего только не происходило в мире: от ковидной истории до последующих известных событий. Кстати, из-за ковида наши студии происходили в непривычных условиях – всё онлайн: за это время соавторы лично не встречались ни разу. Но на результаты и качество продукта, надеемся, это не повлияло.

Изначально задача казалась не такой сложной: соавторы не первый день в практической психологии, и всяческого материала, от собственного опыта и наблюдений до эмпирической базы и литературных источников, накоплено, казалось, достаточно. Однако не тут-то было: с самого начала мы столкнулись с массой неожиданностей и парадоксов. Думали пройтись по ухоженному парку, а оказались в тёмном лесу, заваленном буреломом.

Блуждания в чащобе начались уже на первой содержательной встрече. Неожиданно выяснилось, что никто из соавторов не может

толком определить по-научному, как положено, предмет и объект исследования: что такое Счастливая Компания? Хуже того – оказалось, что оба термина тоже непонятны: что такое «счастливая» и что такое «компания»? Интуитивно ясно, а так – нет. Если этот интеллектуальный затык кажется непонятным, попробуйте объяснить (не на пальцах и в ощущениях, а более-менее строго):

– *Что такое счастье?* Оказалось, что эту тему наука старательно обходит, если не считать монографии Майкла Аргайла, с которой соавторы во многом не согласны (о чём ниже).

– *Что такое компания?* Кто-нибудь её видел? Если это пять торгующих человек в одной комнате, то понятно. А если это 1500 работников в десяти городах, которые, может, и не встречались? А если это десять заводов, выпускающих всё на свете, от сосок до боеприпасов?

– Следующий вопрос: *а кто счастлив?* Интуитивно понятно, что счастье субъективно. Значит, должен нарисоваться субъект – понятие привычное и милое каждому выпускнику факультета психологии МГУ (см. эпиграф). А у нас – компания, т.е. по определению много субъектов. Напрашивалось понятие коллективного субъекта, но тут выяснилось, что о нём наука ничего внятного тоже сказать не может.

– Предположим, как-то разобрались. Тогда, поскольку мы занимаемся практической психологией, встаёт утилитарный вопрос: кому и зачем нужна Счастливая Компания? Вообще-то понятно, что счастье – это хорошо. Только как-то не видать предпринимателей, которые на деле (на словах-то многие) ставят себе цель кого-то осчастливить. Компания – это бизнес, его задача – производить прибыль, а не субъективные эмоциональные состояния.

Ладно, пусть это кому-то нужно. Но как этим управлять? Как создать Счастливую Компанию и поддерживать её в таком состоянии (ибо счастье, как известно, само не приходит и долго не держится)?

Тут соавторы углубились в смежные, более-менее научные дисциплины: культурологию, историю, социологию и даже политологию. И оказалось, что насчёт субъектности счастья там нет проблем. Все они легко оперируют такими понятиями, как счастливый народ, счастливая нация, счастливое (религиозное или какое иное) сообщество... Счастливое племя. Это уже больше к искусству, посмотрите картины Гогена. Полное счастье! Враньё, конечно, дрались полинезийцы и между собой, и с соседями. Но смотрится красиво. Прямо как декларации современных компаний и их этические кодексы. Пригласите Гогена в компанию по производству газировки! Он вам такое счастье нарисует, пальчики оближете.

Вспомнив Гогена, мы подняли глаза к небу и обнаружили, что есть множество соседей по предмету, которые давным-давно занимаются темой счастья и преуспели гораздо более, нежели наука. Это – искусство во всех его проявлениях, от поэзии до кинематографа. И мы решили взять этот багаж на вооружение наряду с научным знанием, теорией и экспериментами.

Вернёмся к теме субъектности. Тут соавторам пришлось, поскольку ответов на выше заданные вопросы не находилось, предложить новое понятие: *трансубъектность* (далее – Т-субъектность). Неожиданно оно оказалось настолько продуктивным, что вокруг него и закрутилось последующее творчество.

Трансубъект (далее – Т-субъект): а где он обитает? И тут нам очень пригодилось творчество Михаила Михайловича Бахтина с его гениальным, но слегка подзабытым *хронотопом*, сиречь «временеместом».

В итоге мы от истории со Счастливой Компанией несколько отошли, поскольку темы Т-субъектности, хронотопов и их бытия оказались настолько плодотворными, что предложили, как нам показалось, ответы на многие, кроме поставленных выше, вопросы. Включая утилитарные: что с этим делать и как этим управлять.

Все эти события, напомним, происходили в онлайн. Но не надо думать, что соавторы всё это время сидели в интеллектуальной темнице тет-а-тет. Наоборот, всё, что нам приходило в голову, мы публиковали в разных формах, от бумажных изданий (за что отдельное спасибо журналу «Управление персоналом» и его бессменному шеф-редактору А.Н. Гончарову) до онлайн-публикаций, конференций, семинаров, лекций. И получали отклики и отзывы причастных лиц: от студентов разных городов и стран до членов профессиональных сообществ. На удивление, в основном положительные.

Апофеоз этих событий, когда мы с некоторым душевным трепетом вышли на Очень Серьёзную Аудиторию, состоялся в декабре 2021 года, когда наша концепция была доложена онлайн на очередном семинаре «Управление социотехническими системами» при Институте философии РАН, которым руководит наш друг и коллега М.А. Иванов. Тут мы окончательно поняли, что операцию «Счастливая Компания, Т-субъектность и хронотоп» надо продолжать и развивать. Вместо ожидаемых нами старых тапок и гнилых помидоров (там собрались ребята очень даже «в теме») мы получили полную поддержку. Одна из участниц прочитала пронзительные стихи на ту же тему, а один из маститых участников нас напутствовал: «Неудержимые! Держитесь! Ждём продолжения!» (очевидно, с намёком

на известный голливудский фильм). Продолжением и является эта книга, за что спасибо всем участникам!

Скакать бы нам и дальше на горячих конях по душистым прериям, но тут Т.Ю., как научный руководитель многочисленных дипломников и диссертантов, сказал: «Саньч, пора подводить итоги. Иначе это будет бесконечно». И назначил дедлайн: октябрь 2022 года, к юбилею кафедры социальной психологии родного психфака.

Если вы думаете, что вся эта история протекала красиво и элегантно – то таки нет. Совместное творчество – штука сложная, тем более когда встречаются два психолога (значит – от трёх до четырёх точек зрения плюс разные темпераменты и стилистика). На протяжении указанного периода соавторы как только не ругались. От прямых физических столкновений спасал только онлайн, но иногда неделями не разговаривали. Потом, правда, опять приходили к консенсусу, пока не поняли, что *мы и есть тот самый, нами обнаруженный Т-субъект.*

Теперь – для читателей нашего опуса, чтобы понятно было, чего ждать.

Т.Ю., как мастер шашлыков (кому интересно, он и мастер-классы проводит), требует от любой конструкции – от учебной программы до статьи, тем более книги – наличие «шампура». То есть композиционно-сюжетной линии, на которую будет нанизано «мясо». В нашем случае так не получается, поскольку всё последующее – творческий экспромт. Объединённый тематикой и задачами, но без линейности в стиле: завязка – развитие – кульминация – завершение, – тем более Неудержимые пока не готовы останавливаться.

Перетерев тему, мы отказались от шампура в пользу подсолнуха, который вы видите на обложке.

Во-первых, красивый, мощный, жизнерадостный цветок, который мы видим как символ нашей практической психологии.

Во-вторых, нелинейный, круглый, допускающий «прочтение» в любую сторону и в любом порядке (хотя мы рекомендуем изучать наш подсолнушек по часовой стрелке).

В-третьих, у подсолнуха есть шикарные золотые лепестки, а также серединка с семечками. Лепестки можно рвать. А семечки – лущить или сделать из них масло.

Так вот, ребята, наш подсолнух на ваш суд. Очень надеемся, что кто-то нащиплет лепестков, а кто-то воспользуется семечками.

Искренне ваши, Т.Ю. и А.А.