



Роль суеверий в управлении современным бизнесом

Ю.А. Ковальчук

Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)

Рецензия на книгу: Crossman J. 2024. *Superstition, Management and Organisations: Irrationality, Randomness, and Chaos in Decision Making. Palgrave Studies in Workplace Spirituality and Fulfillment*. Palgrave Macmillan, Cham. 267 p. DOI: 10.1007/978-3-031-59020-7.

Ключевые слова: управление, принятие решений, суеверие, неопределённость, иррациональность, искусственный интеллект

Суеверия и управление бизнесом – достаточно сложное, неоднозначное сочетание. Зачастую суеверия наиболее распространены именно в розничных продажах – когда первым покупателем с начала дня является мужчина, то точно день будет удачным, и многие убеждены в том, что это действительно работающее правило. Кто-то использует эзотерику и нумерологию и ведёт бизнес, учитывая фазы Луны, или проводит переговоры и заключает контракты исключительно за круглым столом и никогда в пятницу 13-го, или нанимает сотрудников в соответствии со знаками зодиака или по заключению экспертов-физиогномистов, – и это даёт свой гарантированный результат. Но как все эти суеверия следует воспринимать сейчас, когда мир настолько технологичен и рационален? И помогают ли суеверия, как и в прежние времена, переживать экономические кризисы? Ответ на этот вопрос можно попытаться найти в книге австралийского независимого исследователя Джоанны Кроссман под названием «Суеверие, управление и организации: иррациональность, случайность и хаос в процессе принятия решений», вышедшей в издательстве Palgrave Macmillan.

УДК 658:159.964.2

Поступила в редакцию: 11.02.2024 г.

Принята к публикации: 25.05.2024 г.

Общеизвестно, что суеверия – это некий предрассудок или верование (убеждение), которое основано больше на практике и имеет мало общего с научным обоснованием или законами природы. И действительно, наибольшее число научных публикаций за последние 30 лет, посвящённых феномену суеверий, издаётся по тематике философии и религии. Современные исследователи продолжают следовать позиции Цицерона о противопоставлении религии и суеверий (Брагова 2017), когда суеверия как «пустой страх перед богами» становятся препятствием к разумному познанию, а также обращаются к рассмотрению суеверий как фактора торможения экономического развития, наук и искусства в радикально религиозных странах (Назаров 2022). В то же время всё ещё сильна логическая и проверенная временем связь, когда суеверия являются неотъемлемой частью развития человечества – от магии и религии до философии и научного знания, т. е. суеверия не являются частью религии. Тем не менее, по мнению известного английского учёного в области физической химии и философии науки М. Поланьи, развитие наук снова вовлекает человечество в «новые системы заблуждений» (Polanyi 1958), что лишь подтверждает тезис не только о противоречивости восприятия суеверий, но также и об их определённой роли. С. Вайс, учёный-бихевиорист, чья книга о суевериях получила премию Американской психологической ассоциации и переведена на многие языки, отмечает, что хотя более склонны к суевериям люди определённых профессий (артисты, спортсмены, водители, продавцы и т. п.), но само мышление суеверия является нормальным для любого человека (Vyse 2014), поскольку в нашей жизни есть совпадения, которые подтверждают нашу убеждённость в правдивость суеверия. Управление бизнесом также не стало исключением для рассмотрения этого вопроса, ведь серия экономических шоков в последние пять лет нашей жизни снова сделала актуальным поиск решений выхода из сложившихся проблем, в том числе и на основе нерациональных убеждений, ведь люди очень часто обращаются к суевериям, когда им нужно достигнуть поставленных целей (Hamerman, Morewedge 2015).

Не следует забывать и о повсеместном распространении технологий искусственного интеллекта, что также акцентирует внимание к неопределённости последствий их использования и порождает не только позитивные ожидания, но и противодействующие процессы, которые могут стать основой для формирования новой системы предрассудков и суеверий.

Рецензируемая книга позиционируется как первая, которая рассматривает суеверия в бизнесе и конкретно в процессах управления организациями и процессах принятия решений. Такой тезис, с одной стороны, вызывает интерес, но, с другой стороны, предъявляет повышенные требования к объективности и убедительности аргументов автора. Поэтому в самой книге в качестве источников, обосновывающих суждения и особенности восприятия относительно суеверий в разных областях жизни человека – от философии, психологии, медицины, религии, культуры, экологии и вплоть до менеджмента, используются

около пятисот научных публикаций и отчётов о результатах прикладных исследований, что позволяет сформировать массив разноспециализированных и даже альтернативных тезисов о суевериях и аргументов об их роли в управлении современным бизнесом.

Поэтому вполне резонно, что в первых главах книги автор сосредоточился на том, как суеверия формировались в прошлом, и что влияет на их формирование в настоящее время. Причём, несмотря на множество выбранных научных источников в качестве аргументов, подтверждающих формирование суеверий и их связанность с поведением человека, тем не менее текст даёт чёткий сигнал читателю, что суеверия не подкрепляются научными данными и практически полностью иррациональны.

Вызывает интерес, как автор объясняет формирование и результативность суеверий на основе разных теорий и дисциплин. Так, приводя разные источники в доказательство, Дж. Кроссман отмечает, что в психологии стали более глубоко изучать суеверия с начала XIX века – это было вызвано интересом к спиритическим сеансам и в целом к паранормальным и сверхъестественным явлениям, а также к азартным играм. Апеллируя к работам известнейшего антрополога начала XX в. Б. Малиновского, автор делает акцент на том, что «суеверия, по-видимому, дают ощущение контроля над случайными событиями» (с. 8). В то же время объективность психологического подхода в исследовании суеверий уравновешивается тем, что такие патологии, как когнитивный дефицит, психоз, маниакальная депрессия сопровождаются симптомами склонности к суеверным убеждениям. При этом довольно спорным представляется утверждение, что женщины более склонны к суевериям (с. 164). Пусть в далёком прошлом преимущественно женщины в Европе занимались гаданием и магией, а в Азии они проводили различные ритуалы в домах и храмах, однако в истории остались имена известных прорицателей – мужчин – с разной степенью достоверности суждений. Поэтому выводы о гендерной предрасположенности сложно рассматривать как достаточно обоснованные, хотя и есть определённые эффективные практики внедрения суеверий в рекламный концепт товаров, предназначенных для использования женщинами.

Тем не менее, сильно не углубляясь сначала в психологическую (глава 2 «Суеверие: обзор ключевых дисциплинарных перспектив») и религиозную (глава 4 «Отношения между религией, суеверием и духовностью»), а далее в философскую (глава 6 «Суеверия и рациональность») составляющие идентификации суеверий, автор очень чётко определяет концепт исследований суеверий в бизнесе, отмечая научные публикации последних 20 лет и делая вывод, что такие исследования были своего рода признаком смелости со стороны исследователей. Признавая распространённость суеверий в обыденной жизни, достаточно сложно доказать влияние суеверий на управление бизнесом, хотя, например, в азиатских странах (Китай, Индия и др.) заметна роль суеверий как некоторого неформального явления в деловой среде, а в таких сферах как купля-продажа

недвижимости, страхование жизни, продажи, маркетинг и реклама, гостиничный бизнес и др. сформировались специфические иррациональные убеждения, помогающие вести бизнес успешно. Таким образом, оказалось, что аналитическое рациональное мышление может вполне балансировать с суевериями в бизнес-среде.

Согласно названию книги, отдельно отмечается, что принятие решений изначально рассматривается как рациональный процесс. Однако именно нарастание неопределённости и даже хаоса во внешней среде, непредсказуемость событий, ошибочность интерпретации результатов количественного анализа и невозможность применить стандартные алгоритмы приводит к обращению к иррациональным факторам – суеверным убеждениям, что позволяет определённым образом контролировать ситуацию и принять необходимое решение – «контекст принятия решений влияет на определение его характера» (с. 16). Признавая субъективность принятия решений, автор, приводя аргументы из научных публикаций и, прежде всего, положения теории ограниченной рациональности нобелевского лауреата по экономике Г. Саймона (о когнитивных, временных и ресурсных ограничениях), отмечает опять же склонность человека к суевериям, каким бы образованным и жёстким в принятии решений он ни был. Также вполне справедливо отмечается влияние интуиции в процессах принятия решений – и это особенно ярко проявляется в принятии финансовых и инвестиционных решений (Степнов, Ковальчук 2023). Но интуиция может трактоваться и как неосознанный процесс, и как результат аффективного поведения, и даже как результат излишней эмоциональности. Магия, колдовство, обряды и ритуалы, астрология – это то, что также в давние времена составляло обязательный элемент процессов принятия решений, и в книге это учтено и кратко проанализировано.

Одновременно с этим встраивание искусственного интеллекта в процессы принятия решений, которое происходит сейчас в корпоративных аналитических системах, порождает, по мнению автора, «прекогнитивное, бессознательное и нелогическое мышление» (с. 20), что формирует новое поле для исследований суеверного мышления. Все это ещё раз даёт возможность убедиться не в противоречивости, а именно в сложности и комплексности влияния самых разных факторов на процессы принятия решений в бизнесе.

В целом же, Дж. Кроссман отмечает, что использовала трансдисциплинарный подход к изучению суеверий в контексте бизнеса и менеджмента – и здесь снова актуальна позиция Цицерона, что суеверие может стать основой веры для человека или следованием определённой культуре. Это признание очень важно именно с позиции уважения к личности и понимания особенностей человеческой психологии.

Сильной стороной рецензируемой книги следует считать то, что методологически она достаточно правильно выстроена, чтобы раскрыть понимание роли суеверий в управлении бизнесом при всех их противоречиях и отсутствии

научности. Автор не только приводит разные аргументированные позиции исследователей о природе суеверий из разных сфер науки (психологов, антропологов, социологов, философов, теологов и др.), но и приводит примеры проявления суеверий в разных видах бизнеса (отраслях экономики) и типах компаний, учитывая современные нестабильные условия функционирования рынков, а иногда и условий хаоса, как, например, в период наибольших потерь при пандемии коронавируса и необходимости наращивать производство или вообще приостанавливать работу компаний. Тезис о том, что кризис для одних становится trampлином успеха для других (своеобразное «либо пан, либо пропал») как никогда сработал именно в период пандемии, когда компании смогли быстро перестроить свои бизнес-модели на цифровые решения, электронные расчёты и организованную логистику. Однако было бы интереснее представить эти примеры ещё и с привязкой к разным странам и, соответственно, разной культуре и религии, что позволило бы читателю не только погрузиться в исследовательский материал с массой научных источников, но и почувствовать действительную реальность того, что суеверия продолжают играть в управлении бизнесом свою особую роль.

Тем не менее в книге отдельная глава 9 посвящена влиянию нумерологии на ведение бизнеса и конкретно ценообразованию в сфере недвижимости. Интересно, что автор ссылается на российских исследователей в части констатации факта предубеждений покупки квартир на 13 этаже и соответствующих решений продавцов о предоставлении скидок. Вообще, тезисы про нумерологические суеверия о счастливых и несчастливых цифрах сформулированы с максимальной показательностью и аргументацией с использованием ссылок на множество научных источников, с разделением по национальным, религиозным и культурным особенностям – данная глава представляется наиболее интересной именно для выделения исторического контекста формирования влияния цифр на принятие решений в разных сферах как бизнеса, так и в личных решениях людей как потенциальных покупателей. В современном мире тезис о том, что «цифры не лгут» модифицировался в сторону возможностей манипулирования цифрами для получения выгоды в бизнесе (Damodaran 2017), поэтому автор, признавая, что «экономистов должно интересовать то, сколько люди готовы платить за счастливые числа» (с. 179), вполне справедливо отмечает этичность целенаправленного использования нумерологических суеверий.

Некоторым неявным подтекстом в этой книге можно увидеть даже констатацию вывода, что следование суевериям может стать специфическим бизнесом в сфере услуг, когда некоторые необоснованные убеждения становятся объектом управленческого консультирования для увеличения объёмов продаж в компании или управления персоналом с учётом культурных или религиозных факторов (глава 11 «Отрасли и организации, процветающие на основе суеверий и убеждений нью-эйджа»). Это подтверждается и результатами малайзийских исследователей (Lim, Wong, Hiau Abdullah 2023), которые, проводя оценку

ценности суеверий, пришли к выводу о том, что суеверия являются средством социального контроля, когда суеверия становятся инструментом приобщения к определённой целевой группе или сообществу. Совершенно неожиданным в этой связи стала представленная оценка автором в книге бизнес-модели цыганской диаспоры в США (с. 230), которая основана на гадании, предлагаемом в качестве платной услуги. Это служит примером коммодификации суеверий, подтверждая тезис и об их ценности, и о возможности встроить их в управление бизнесом, особенно в части маркетинга. Дж. Кроссман отмечает, что «потребителей интересуют суеверия, а маркетологов интересует как повлиять на решения в области продаж, чтобы их потребности были удовлетворены» (с. 236).

В общем, вполне резонно читатель может задаться вопросом: все-таки суеверие – это убеждение? Или может быть это заблуждение или даже глупость, которая основана на невежестве, незнании? Почему всё-таки суеверия сегодня продолжают действовать и им подвержены даже самые образованные люди и, тем более люди, занимающиеся бизнесом? Прямо автор не даёт ответа на этот вопрос, но косвенно его можно получить в главе 5 «Суеверные убеждения и поведение» и главе 7 «Ключевые предположения о природе суеверий». Здесь отмечается, что именно в периоды неопределённости сегодня возрастает интерес и одновременно давление со стороны конспирологических идей или, по-научному, теории заговора (с. 90) и осуществляются попытки снизить тревожность при случайных, трудно прогнозируемых событиях (с. 125). Рыночные шоки, санкционное давление, террористические атаки, политические события порождают большие информационные волны с не всегда объективными и противоречивыми данными, повышая таким образом уровень сомнений. Это влияет и на повседневную жизнь человека и, безусловно, на бизнес, который пытается адаптироваться к этим изменениям и найти возможности для развития. Теория заговора, с одной стороны, как правило, далека от рационализма и может успешно соседствовать с паранойей, но, с другой стороны, здоровый скептицизм позволяет лицу, принимающему решение, на индивидуальном или групповом уровне делать это с «холодной головой» и ощущением свободы действий, одновременно используя суеверный опыт для объективности своих решений и формирования иллюзии уверенности и понимания происходящих случайностей.

Целевой аудиторией данной книги, несмотря на использование в её названии управленческой терминологии, можно считать широкую аудиторию – ведь люди склонны и по жизни, и в своей профессиональной деятельности пытаться находить выход из своих страхов и ощущений тревоги через поиск случайных совпадений, которые облегчат их состояние. В бизнесе, который сейчас функционирует в условиях неопределённости (экономики, рынков, отраслей, конкурентного и потребительского поведения), суеверия могут стать определённым фактором обоснования и дополнения управленческого решения, которое нужно принять быстро и без колебаний. Суеверия позволяют в этих вариантах

условно перенести ответственность на дело случая и продолжать реализовывать управленческие процессы. Конечно, здесь есть большой минус в виде ошибок и неправильного истолкования сложившейся ситуации при принятии решений – поэтому книга и не даст читателю 100% вариант правильного понимания суеверий на благо бизнеса, а будет являться стимулом для осмысления влияния суеверий на человека и его поведение в условиях неопределённости ведения бизнеса и сформирует опору на рациональность убеждений и использование своих знаний и компетенций.

Представляется определённым упущением в данной книге то, что автор не раскрыл логическую связь суеверий и паттернов (шаблонов действий, возможно, ритуалов), которые реализуются при разработке и принятии решений в современных компаниях. Лидер компании (или руководитель среднего звена) может вполне обладать достаточной харизмой, но при этом его поведение, стиль одежды, манера разговора и риторика, скорее всего, сформированы под влиянием ему понятных правил и ритуалов, что в итоге формирует его образ успешного руководителя и уверенность в его действиях для сотрудников. Также вполне возможно у читателей этой книги возникнет вопрос о том, как сочетаются суеверия и удачливость в бизнесе (своеобразная вера в «подкову на счастье» или ангела-хранителя, ношение амулетов и талисманы, гороскопы), а также суеверия и уверенность в поведении руководителя или лица, принимающего решения. Интересно, что на практике, даже если руководитель склонен к суевериям, то он может опасаться, что его подчиненные могут воспринять это как проявление непрофессионализма, – поэтому открыто о своих убеждениях или ритуалах он может не распространяться.

С позиции анализа проявлений суеверий в разных сферах бизнеса можно считать недостатком отсутствие примеров, связанных с суевериями в частности в сфере финансовых решений, инвестиций и страхования – в книге в основном представлены примеры, связанные с куплей-продажей недвижимости и с позиции покупателя. Например, в биржевой торговле классическое суеверие о неудачном дне (пятница 13-е) наоборот показывает свою несостоятельность – так, исследователи из Австралии и США (Chung, Darrat, Li 2014) доказали на ретроспективных рыночных данных за более чем 10 лет в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, что доходность акций в этот день выше. Такие сравнительные примеры стали бы более убедительным основанием «живучести» и противоречивости суеверий в современном бизнесе.

Книга про суеверия в бизнесе, который реализуется в эпоху цифровых решений, конечно, является очень смелым заявлением автора, и судить объективно об их роли достаточно сложно – здесь имеет большое значение отношение потенциального читателя к этому спорному процессу, ведь для кого-то это следование религиозным убеждениям, философия жизни или просто навязчивые идеи. Однако сильной стороной этой книги нам представляется именно осознание последствий следования суевериям в управлении современным бизнесом.

Если даже лицо, принимающее решение в условиях неопределённости, будет опираться на рациональность в своих действиях, то это решение может быть направлено на субъектов (клиентов), чтобы использовать их веру в суеверия (т. е. иррациональную убеждённость), например, в рекламной кампании или упаковке продуктов, для повышения эффективности бизнеса. Как вариант, суеверия сегодня следует воспринимать как ещё один дополнительный источник информации для принятия решений.

Это поразительно, но многим суевериям сотни лет, и, похоже, использование самых прогрессивных технологий и в жизни, и в бизнесе не сможет их победить. Главное, чтобы человек определённо осознавал их ценность и пользу для себя, оставаясь рациональным, объективным и этичным.

Об авторе:

Юлия Александровна Ковальчук – доктор экономических наук, профессор, Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет). Россия, 125993, Москва, Волоколамское шоссе, 4. E-mail: fm-science@inbox.ru
ORCID ID: 0000-0002-9959-3090

Конфликт интересов:

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

Благодарность:

Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда №23-28-01233, <https://rscf.ru/project/23-28-01233/>. Исследование выполнено в Институте проблем рынка Российской академии наук.

UDC 658:159.964.2
Received: February 11, 2024
Accepted for publication: May 25, 2024

Superstition and Its Role in Modern Business Management

 J.A. Kovalchuk
[DOI 10.24833/2071-8160-2024-2-95-228-237](https://doi.org/10.24833/2071-8160-2024-2-95-228-237)

Moscow Aviation Institute (National Research University)

Book Review: Crossman J. 2024. *Superstition, Management and Organisations: Irrationality, Randomness, and Chaos in Decision Making. Palgrave Studies in Workplace Spirituality and Fulfillment*. Palgrave Macmillan, Cham, 267 p. DOI: 10.1007/978-3-031-59020-7.

Key words: management, decision-making, superstition, uncertainty, irrationality, artificial intelligence

About the author:

Julia A. Kovalchuk – Doctor of Economics, Professor of Moscow Aviation Institute (National Research University). 4 Volokolamskoe shosse, Moscow, Russian Federation, 125993.
E-mail: fm-science@inbox.ru

Conflict of interests:

The author declares the absence of conflict of interests.

Acknowledgments:

The reported study was funded by RSF (Russian Science Foundation), project number №23-28-01233, <https://rscf.ru/en/project/23-28-01233/>. The reported study was carried out at the Market Economy Institute of the Russian Academy of Sciences.

References:

- Chung R., Darrat A.F., Li B. 2014. Superstitions and Stock Trading: Some New Evidence. *Journal of the Asia Pacific Economy*. 19(4). P. 527–538. DOI: 10.1080/13547860.2014.920589.
- Damodaran A. 2017. *Narrative and Numbers: The Value of Stories in Business*. Columbia Business School Publishing. 296 p.
- Hamerman E.J., Morewedge C.K. 2015. Reliance on Luck: Identifying Which Achievement Goals Elicit Superstitious Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 41(3). P. 323–335. DOI: 10.1177/0146167214565055.
- Lim H.-E., Wong W.-C., Hiau Abdullah N.A. 2023. Estimating the Superstition Value: Why Not Decomposition Analysis? *Journal of the Asia Pacific Economy*. 28(2). P. 374–389. DOI: 10.1080/13547860.2021.1928406.
- Polanyi M. 1958. *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*. University of Chicago Press; First American edition. 428 p.
- Vyse S. 2014. *Believing in Magic: The Psychology of Superstition*. Oxford University Press. 328 p.
- Bragova A.M. 2017. Ciceron o sueverii [Cicero about Superstition]. *Juvenis Scientia*. №4. P. 39–41. DOI: 10.15643/jscientia.2017.4.010. (In Russian).
- Nazarov U.K. 2022. Sueverie i radikalizm, faktory tormozyashchie razvitiyu Afganistana [Superstition and Radicalism, Factors Hindering the Development of Afghanistan]. *Bulletin of the Pedagogical University*. 6–1(101). P. 312–319. (In Russian).
- Stepnov I.M., Kovalchuk J.A. 2023. Finansy biznes-ekosistem: sovremennaya povestka i vyzovy [Business Ecosystem Finance: Modern Agenda and Challenges]. *Finance: Theory and Practice*. 27(6). P. 89–100. DOI: 10.26794/2587-5671-2023-27-6-89-100. (In Russian).

Список литературы на русском языке:

- Брагова А.М. 2017. Цицерон о суеверии. *Juvenis Scientia*. №4. С. 39–41. DOI: 10.15643/jscientia.2017.4.010.

Назаров У.К. 2022. Суеверие и радикализм, факторы, тормозящие развитие Афганистана. *Вестник Педагогического университета*. 6–1(101). С. 312–319.

Степнов И.М., Ковальчук Ю.А. 2023. Финансы бизнес-экосистем: современная повестка и вызовы. *Финансы: теория и практика*. 27(6). С. 89–100. DOI: 10.26794/2587-5671-2023-27-6-89-100.