

Влияние аффективного, когнитивного и ситуативного факторов на принятие решения в переговорах (на примере «дилеммы заключенных»)

Хачатурова М.Р.*,

НИУ «Высшая школа экономики», Москва,
Россия,
mhachaturova@hse.ru

Федотова Ж.Э.**,

Москва, Россия,
ganka007@yandex.ru

Представлены результаты проверки гипотезы о влиянии аффективных, когнитивных и ситуативных факторов на принятие решений. Описан эксперимент, в котором был смоделирован процесс ведения переговоров с помощью «дилеммы заключенных» из теории игр. В исследовании приняло участие 150 испытуемых – 86 женщин и 64 мужчины, средний возраст – 20,6 лет. Результаты исследования показали, что положительные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии сотрудничества. При отрицательных эмоциях оппоненты склонны выбирать стратегию конфронтации. При формировании эффекта установки, направленной на выбор стратегии сотрудничества, увеличивается вероятность принятия решения в соответствии с этой установкой. При дефиците времени оппоненты выбирают стратегию конфронтации. На основе полученных результатов может быть сформулирован ряд практических рекомендаций и программа психологического тренинга.

Ключевые слова: принятие решений, когнитивный, аффективный, ситуативный факторы, переговоры, стратегия сотрудничества, конфронтации.

Одной из наиболее востребованных форм, воплощающих процесс принятия решений, являются межличностные переговоры. Под переговорами многие исследователи подразумевают принятие решения обоими участниками, результат которого будет наиболее эф-

Для цитаты:

Хачатурова М.Р., Федотова Ж.Э. Влияние аффективного, когнитивного и ситуативного факторов на принятие решения в переговорах (на примере «дилеммы заключенных») // Психологическая наука и образование. 2015. Т. 20. № 1. С. 38–44.

*Хачатурова Милана Радионовна. Кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры общей и экспериментальной психологии, департамент психологии, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия. E-mail: mhachaturova@hse.ru

**Федотова Жанна Эдуардовна. Бакалавр психологических наук, стажер-исследователь научной лаборатории психологии способностей, департамент психологии, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия. E-mail: ganka007@yandex.ru

фективным и рациональным [4]. Ряд исследователей, например, Р. Фишер и У. Юри выделяют несколько стратегий ведения переговоров, уделяя особое внимание таким стратегиям, как сотрудничающая и жесткая, конкурирующая [5].

В современных психологических исследованиях можно встретить диаметрально противоположные теории выбора рациональной и эффективной стратегии ведения переговоров. Некоторые ученые полагают, что выбор стратегии сотрудничества приводит к наиболее рациональным результатам. Как отмечает Л. Росс, сотрудничество является актуальным для эффективного достижения совместных целей и результатов [18]. Этой позиции также придерживаются и другие специалисты [3; 7; 10; 11]. Однако есть и иные результаты, показывающие наибольшую эффективность при выборе стратегии конкуренции, рассматриваемой в качестве наиболее оптимальной. С этой точки зрения, лучшее сотрудничество – это конкуренция [19].

Факторы выбора стратегии взаимодействия в переговорах

Последние десятилетия исследователи акцентируют внимание на влиянии возможных факторов при выборе стратегии взаимодействия в переговорах.

Л. Томпсон, Д. Ванг и Б. Джуни создали концепцию, которая включает различные уровни переговоров с влиянием определенных факторов на процесс принятия решений о выборе стратегий взаимодействия. Они рассмотрели пять уровней: внутриличностный, межличностный, групповой, организационный и виртуальный. На каждом из этих уровней исследователи выделили основные аспекты влияния на процесс переговоров: аффективный, когнитивный, культурный и ситуативный. Также ими была рассмотрена групповая динамика и гендерная принадлежность оппонентов [19].

На наш взгляд, влияние аффективного, когнитивного и ситуативного факторов является наиболее значимым в процессе принятия решений.

Д. Форгас рассматривает *аффективный фактор* как один из главных, способных ока-

зать влияние на принятие решения в ситуации переговоров. Он отмечает, что при эмоциональных состояниях различных валентностей может быть получен противоположный результат. При воздействии позитивного настроения достигаются превосходные результаты в переговорах, где участники стремятся к совместным стратегиям взаимодействия [15].

Когнитивный фактор имеет тесную связь с аффективным фактором, поэтому занимает центральное место в исследованиях многих психологов. Одной из форм проявления этого фактора является установка. Рассматривая когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты установки, мы в нашем исследовании особое внимание уделяем когнитивному аспекту. В исследованиях Ф. Зимбардо было показано, что созданная установка может оказывать влияние на дальнейшее поведение человека в соответствии с этой установкой. Он предполагал, что установки оказывают влияние на изменение когнитивного восприятия [1]. При этом когнитивные модели играют важную роль в процессе принятия решения и в понимании специфики проблемной ситуации [8].

Ситуативный фактор в нашем исследовании рассматривается как дефицит времени при принятии решения. Д. Янг и Д. Халл отмечают, что в условиях ограниченного времени не следует ожидать успешного результата [20]. Отрицательное влияние дефицита времени на процесс принятия решения также подтверждают результаты исследований Д. Пэйна, Д. Бэтмена и Е. Джонсона, в которых было показано, что при индивидуальном принятии решения ограничение времени оказывает разрушающее и негативное воздействие на качество решения [17].

Целью проведенного нами исследования стало определение характера влияния когнитивного, аффективного и ситуативного факторов на принятие решения о выборе наиболее оптимальной стратегии переговоров в условиях «дилеммы заключенных».

При этом мы выдвигаем следующие *гипотезы*.

1. Существуют аффективные факторы, влияющие на принятие решений о выборе стратегии взаимодействия в переговорах:

• положительные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии сотрудничества;

• отрицательные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии конкуренции или приспособления.

2. При формировании эффекта установки, направленной на выбор стратегии сотрудничества, увеличивается вероятность принятия решения в соответствии с этой установкой.

3. При дефиците времени увеличивает вероятность принятия решения в пользу стратегии конфронтации или приспособления.

Программа исследования

Нами было проведено экспериментальное исследование с использованием методики «ЭмоС-18» для диагностики эмоциональных состояний личности.

Испытуемые. В исследовании приняли участие 150 испытуемых – 86 женщин и 64 мужчины, студенты различных факультетов НИУ ВШЭ, средний возраст – 20,6 лет. Все испытуемые путем рандомизации были поделены на пять групп по 30 человек. Кроме того, они были разделены на пары внутри каждой группы. При этом все испытуемые не были знакомы между собой, а были представлены друг другу только перед началом самого эксперимента – в связи с избеганием формирования дополнительных установок. Одна из этих групп была контрольной (30 испытуемых, n=15 пар), остальные – экспериментальные (120 испытуемых, n=60 пар), с воздействием когнитивного, аффективного и ситуативного факторов соответственно. Кроме того, был проведен пилотажный эксперимент с воздействием аффективного фактора.

Материалы, процедура исследования и способы обработки результатов. В нашем исследовании переговоры понимались как взаимодействие двух участников, результатом которого было принятие решения о выборе стратегии взаимодействия со своим оппонентом. Необходимо отметить, что создание и контроль реальной ситуации переговоров являются затруднительными с эксперименталь-

ной точки зрения [2]. Поэтому нами был выбран метод моделирования. Мы смоделировали ситуацию переговоров с помощью задачи из теории игр «дилемма заключенных», структура которой помогает четко проследить выбранные стратегии при принятии решения. Всем испытуемым было предложено одинаковое условие игры «дилеммы заключенных». Схематически условие представлено в табл. 1.

УСЛОВИЕ ИГРЫ

«Вы с партнером играли в игровые автоматы, и оба выиграли сумму 1000\$. Однако хозяин игрового клуба посчитал, что вы оба смошенничали, поэтому и набрали такую крупную сумму. Вместо того, чтобы вызвать полицию и разобраться в случившемся, он предложил вам следующее условие. Вы и Ваш партнер снова будете играть, но на этот раз в паре, и своей игрой докажете хозяину, что играли честно. При этом Вы в любой момент сможете либо продолжить игру, либо прекратить ее.

Перед Вами встает следующий выбор: если Вы выберете стратегию продолжения игры, а Ваш партнер – прекращения, то Вы забираете свои 1000\$, а Ваш партнер только 100\$ от 1000\$ выигранных. Но если Ваш партнер выберет вариант продолжить игру, а Вы – прекратить, то он получит 1000\$, а Вы только 100\$. Если вы оба выберете продолжение игры, то вы оба сможете получить по 200\$ от 1000\$ выигранных. Наконец, вы оба можете прекратить игру, но тогда получите по 600\$.

Учтите, что во время игры Вы не можете переговариваться. Как Вы поступите?».

В первой и второй экспериментальных группах с воздействием **аффективного фактора** использовалась методика Д.В. Люсина «ЭмоС-18» для определения эмоционального состояния участников до и после воздействия фактора. Она определяет эмоциональное состояние личности по трем шкалам: положительный аффект с высокой активацией, отрицательный аффект с низкой активацией и напряжение. В нашем исследовании необходимым является анализ только первых двух шкал.

Таблица 1

Условие «дилеммы заключенных», используемой в эксперименте

		Второй оппонент	
		Продолжить игру	Прекратить игру
Первый оппонент	Продолжить игру	200\$/200\$	1000\$/100\$
	Прекратить игру	100\$/1000\$	600\$/600\$

После выполнения этой методики каждый участник в данных экспериментальных группах просматривал видеоматериал с соответствующей валентностью. Предварительно видеоматериал был оценен двадцатью экспертами. В первой группе видео было с позитивным содержанием, во второй – с негативным содержанием.

В третьей экспериментальной группе с воздействием **когнитивного фактора** для формирования эффекта установки каждому испытуемому в паре было предъявлено личностное описание противоположного участника.

«Ваш партнер достаточно спокойный человек. Он ведет размеренный образ жизни. В свободное время любит отдохнуть на природе или почитать книги. Редко ходит в шумные места, в основном, только в театр или кино. Очень редко вступает в споры, а если даже вступает, то пытается разрешить их мирным путем. Не любит быть в центре внимания и выступать перед аудиторией. Редко высказывает свое мнение и в основном соглашается с мнением окружающих людей».

Таким образом, в ходе эксперимента мы пытались создать у испытуемых эффект установки по отношению друг к другу на выбор определенной стратегии. Подчеркиваем, что изначально участники не были знакомы между собой, поэтому, они предполагали, что это повествование истинно. Для контроля влияния этого фактора проводилось постэкспериментальное интервью, в котором фиксировалось возможное влияние когнитивного компонента установки на выбор стратегии взаимодействия.

В четвертой экспериментальной группе с воздействием **ситуативного фактора** было ограничено время для принятия решения в «дилемме заключенных». Перед тем, как испыты-

ваемые приступали к решению задачи, их предупреждали, что на принятие решения им дается ограниченное время. Ограниченное время рассчитывалось как среднее всех предыдущих сессий и пилотажного эксперимента.

Независимыми переменными в проведенном эксперименте стали: позитивное и негативное аффективное воздействие, формирование эффекта установки и дефицит времени. *Зависимой переменной* стала выбранная стратегия при принятии решения, имеющая три уровня: сотрудничество (600\$/600\$), приспособление (200\$/200\$) и конфронтация (100\$/1000\$ или 1000\$/100\$). Данные стратегии соотносятся с моделью стратегий поведения в конфликте К.Томаса.

Для статистической обработки данных применялась программа SPSS 17.0. Полученные результаты были проанализированы с помощью критериев Манна-Уитни, Уилкоксона и χ^2 , а также коэффициента α Кронбаха.

Результаты исследования

Рассмотрим выбор стратегий взаимодействия в условиях «дилеммы заключенных» испытуемыми контрольной и экспериментальных групп.

В контрольной группе стратегию сотрудничества выбрали 33% испытуемых (n=10), конфронтации – 47% (n=14), приспособления – 20% (n=6).

В первой и второй экспериментальной группах, как было отмечено, для контроля влияния аффективного фактора мы использовали методику «Эмос-18». Была проведена проверка методики на внутреннюю согласованность с помощью коэффициента α Кронбаха. Значение коэффициента по шкале

«радость» составило 0,844, по шкале «грусть» – 0,62. Таким образом, можно говорить о высокой внутренней согласованности методики.

Методика была применена до позитивного и негативного аффективного воздействия и после него. Данные табл. 2 свидетельствуют о том, что эмоциональное состояние испытуемых при воздействии позитивного и негативного факторов изменилось. Поэтому полученные результаты о выборе стратегий взаимодействия при воздействии аффективного фактора можно считать достоверными.

Перейдем к результатам выбора стратегий при воздействии **аффективного фактора**. Перед проведением основных серий эксперимента был проведен пилотажный эксперимент. В нем принимали участие 15 испытуемых, которым демонстрировалось видео с позитивным видеоматериалом и 15 испытуемых – с демонстрацией негативного видеоматериала. В первой группе стратегию сотрудни-

чества выбрали 11 испытуемых, конфронтации – 2 и приспособления – 2. Во второй группе сотрудничество выбрали 6 испытуемыми, конфронтацию – 8, приспособления – 1.

Полученные результаты позволяют утверждать, что план эксперимента построен в соответствии с целями исследования. Поэтому после пилотажного эксперимента были проведены основные серии. В основных сериях участвовали 30 испытуемых в группе с позитивным воздействием и 30 испытуемых – с негативным.

При **позитивном аффективном воздействии** стратегию сотрудничества выбрал 21 испытуемый, конфронтации – 6, приспособления – 1. Данные рис. 1 показывают, что позитивное воздействие привело к увеличению выбора стратегии сотрудничества по сравнению с контрольной группой. Различия были подтверждены статистически при помощи критерия χ^2 ($p=0,0001 \leq 0,05$).

Таблица 2

Данные статистической обработки результатов методики «Эмос-18» при воздействии положительного и отрицательного аффективного факторов (критерий Манна-Уитни)

Характер воздействия	До		После	
	Шкала радости	Шкала грусти	Шкала радости	Шкала грусти
Положительное воздействие	13,4	14,6	15,1	12,56
Отрицательное воздействие	15,06	14,5	10,23	18,5
p	0,09	0,929	0,001	0,001

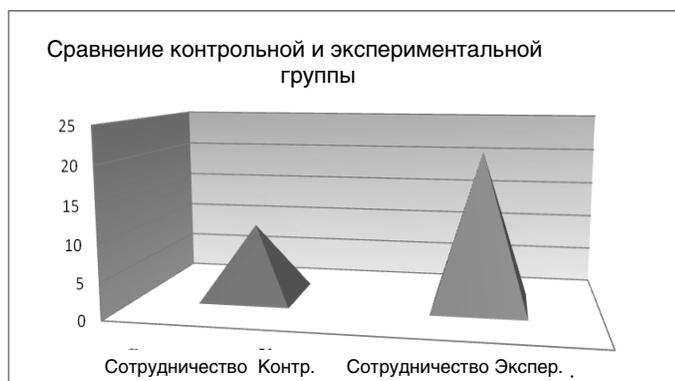


Рис. 1. Сравнение выбора стратегии сотрудничества в контрольной и экспериментальной группах с воздействием положительного аффективного фактора

При *негативном* *аффективном* *воздействии* стратегию сотрудничества выбрало 11 испытуемых, конфронтации – 16, приспособления – 3. Данные рис. 2 показывают, что негативное воздействие привело к увеличению выбора стратегии конфронтации по сравнению с контрольной группой. Различия были подтверждены статистически при помощи критерия χ^2 ($p=0,014 \leq 0,05$).

Кроме того, если провести сравнение между выбором стратегий в экспериментальных группах с положительным и отрицательным воздействием, можно отметить, что выбор стратегии сотрудничества и конфронтации в них отличается. При положительном воздействии выбор стратегии сотрудничества выше, чем при отрицательном, и, наоборот, при воздействии негативного видеоматериала выбор стратегии конфронтации выше, чем при воздействии позитивного видеоматериала (табл. 3).

Различия были подтверждены статистически при помощи критерия χ^2 ($p=0,025 \leq 0,05$).

Таким образом, первая гипотеза исследования находит свое частичное подтверждение: положительные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии сотрудничества, отрицательные эмоции – в пользу стратегии конкуренции. Влияния аффективного фактора на выбор стратегии приспособления найдено не было.

Рассмотрим результаты выбора стратегий при воздействии *когнитивного фактора*. Стратегию сотрудничества выбрал 21 испытуемый, конфронтации – 6, приспособления – 3. Таким образом, в сравнении с контрольной группой испытуемые предпочитали стратегию сотрудничества в два раза чаще (рис. 3).

Различия были подтверждены статистически при помощи критерия χ^2 ($p=0,0001 \leq 0,05$). Таким образом, вторая гипотеза исследования о том, что при формировании эффекта установки, направленной на выбор стратегии сотрудничества, увеличивается вероятность выбора этой стратегии, подтверждается.

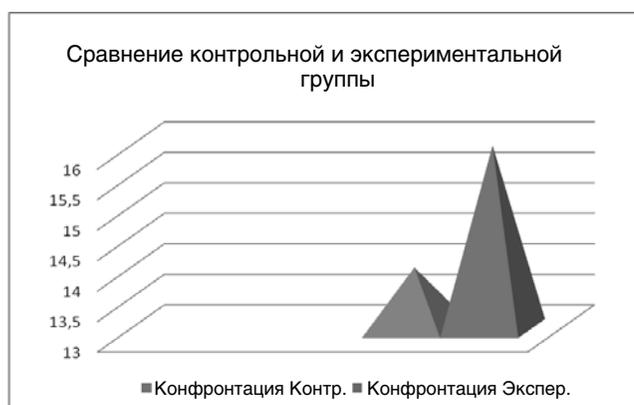


Рис. 2. Сравнение выбора стратегии конфронтации в контрольной и экспериментальной группах с воздействием негативного аффективного фактора

Таблица 3
Выбор стратегий взаимодействия при воздействии позитивного и негативного аффективного факторов в экспериментальных группах

Стратегии	Позитивный фактор	Негативный фактор
Сотрудничество	21	11
Конфронтация	6	16
Приспособление	3	3

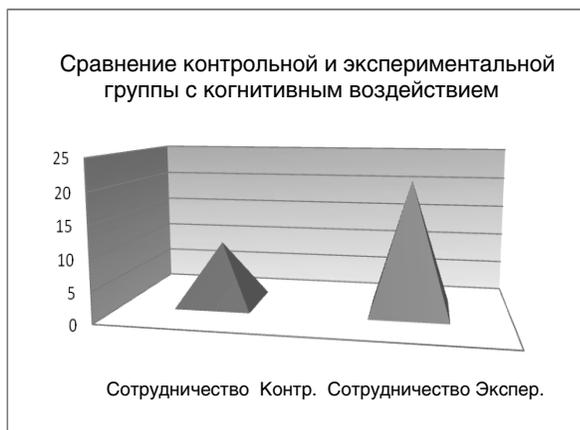


Рис. 3. Сравнение выбора стратегии сотрудничества в контрольной и экспериментальной группах с воздействием когнитивного фактора

В экспериментальной группе при воздействии **ситуативного фактора** стратегию сотрудничества выбрали 12 испытуемых, конфронтации – 16, приспособления – 2. Таким образом, в экспериментальной группе по сравнению с контрольной группой увеличился выбор стратегии конфронтации (рис. 4). Различия были подтверждены статистически при помощи критерия χ^2 ($p=0,006 \leq 0,05$). Таким образом, третья выдвинутая гипотеза о том, что при дефиците времени увеличивается вероятность принятия решения в пользу стратегии конфронтации или приспособления подтверждается частично. Ограничение времени увеличивает выбор стратегии конфронтации, влияния на выбор стратегии приспособления найдено не было.

Обсуждение

В ходе проведенного исследования было установлено, что на принятие решений в ходе переговоров в данных экспериментальных условиях оказывает влияние **эмоциональное состояние** оппонентов.

Сделанные нами выводы соотносятся с результатами исследований К. Олреда, в которых было показано, что оппоненты в переговорах не заинтересованы в потребностях другой стороны, если находятся в отрицательном эмоциональном состоянии [6]. Человек в негативном расположении духа имеет тенденцию к эгоцентричному и эгоистичному восприятию условий ситуации [15].

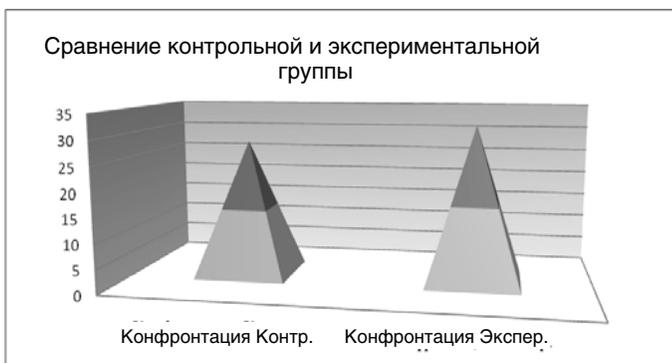


Рис. 4. Сравнение выбора стратегии конфронтации в контрольной и экспериментальной группах с воздействием ситуативного фактора

Интересным представляется факт, установленный в экспериментах С. Чуанг и Х. Ли. Ими было показано, что при отрицательном эмоциональном состоянии испытуемые склонны рисковать в переговорах [9]. Полученные в нашем исследовании результаты подтверждают этот вывод. В экспериментальной группе с негативным аффективным воздействием стратегию конфронтации, более рискованную, выбрали 16 испытуемых, тогда как в экспериментальной группе с позитивным аффективным воздействием – только 6.

По результатам нашего исследования *когнитивный компонент установки*, направленной на выбор стратегии сотрудничества, в данных экспериментальных условиях оказал влияние на поведение оппонентов. Как уже было отмечено, установка формировалась благодаря прочтению личностного описания своего оппонента как человека покладистого и неконфликтного. Как утверждает Ф. Зимбардо, внутренние изменения установки зачастую создают предпосылки для дальнейших изменений в поведении [1].

Важно отметить, что в проведенном эксперименте было важно разграничить когнитивный и аффективный факторы. Предъявленное испытуемому описание его оппонента так или иначе несло в себе эмоциональный оттенок. Однако для создания когнитивного компонента установки нами использовался напечатанный материал с личностным описанием каждого оппонента. По мнению Ф. Зимбардо, «сложные для понимания, апеллирующие к разуму убеждающие сообщения более эффективны, когда представляются в письменном виде – в отличие от устного сообщения, письменный текст позволяет читателю самостоятельно регулировать темп и порядок усвоения информации» [1, с.185]. Таким образом, если необходимо манипулировать эмоционально-чувственной сферой личности, то следует использовать аудиовизуальный путь передачи информации. Именно поэтому в нашем исследовании был использован напечатанный материал.

Кроме того, важно отметить, что очное ознакомление с объектом установки позволяет с большей уверенностью прогнозировать поведение, чем косвенное ознакомление [14].

В нашем исследовании также рассматривались *ситуативные аспекты* принятия решений о выборе стратегии взаимодействия в переговорах. В качестве аспектов в проведенном эксперименте выступал дефицит времени для принятия решения в «дилемме заключенных». Д. Друкман и его коллеги рассматривали фактор дефицита времени как один из главных факторов, который создает атмосферу и фон для принятия решения о взаимодействии [11; 20].

На наш взгляд, принятие решения в пользу стратегии конфронтации при дефиците времени в данных экспериментальных условиях можно объяснить следующим образом. «Дилемма заключенных» имеет провокационные условия, когда нет ни одного истинного решения, но в силу некоторых аспектов каждый из исходов имеет свои преимущества. Однако исследователи выделяют наиболее рациональный исход, который состоит в выборе стратегии сотрудничества. Следует отметить, что в условиях задачи нет явного указания на то, что именно эта стратегия является наиболее оптимальной. Каждый из участников должен осознать это индивидуально в ходе решения задачи. Для этого им необходимо определенное количество времени. Однако в силу того, что в ходе эксперимента оно было ограничено, вероятность того, что участник выберет рациональную стратегию, уменьшалась.

Данное предположение находит свое подтверждение в результатах других исследований. Как утверждают У. Юри и Р. Левиски, дефицит времени оказывает влияние на восприятие условий задачи [5; 16]. По мнению Т. Фрейнда и А. Круглански, ограниченное время вызывает «закрытие ума»: участники не рассматривают и не сравнивают возможные альтернативы, не занимаются тщательной и систематической обработкой информации и воздерживаются от критической оценки возможных исходов [13]. Поэтому можно предположить, что в нашем исследовании испытуемые не успели подробно ознакомиться с условиями задачи, проанализировать возможные исходы, их достоинства и недостатки. Поэтому большинство из них выбрали стратегию конкуренции, которая не является оптимальной в «дилемме заключенных».

Кроме того, согласно исследованиям С. Усинера, каждый из участников переговоров воспринимает нехватку времени как угрожающий фактор, который может оказать влияние на приуменьшение доходов и увеличение потерь [20]. Поэтому каждый из участников стремится максимально увеличить свои сбережения, тем самым выбирает стратегию конфронтации, где получает доход значительно выше, чем при других исходах.

Таким образом, полученные нами результаты подтверждают предположение многих отечественных и зарубежных исследователей о том, что дефицит времени при переговорах имеет больше отрицательных последствий.

Выводы

Полученные в ходе проведенного экспериментального исследования результаты позволяют нам сделать следующие выводы:

1. Положительные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии сотрудничества.
2. Отрицательные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу стратегии конфронтации.
3. При формировании эффекта установки, направленной на выбор стратегии сотрудниче-

ства, увеличивается вероятность принятия решения в соответствии с этой установкой.

4. При дефиците времени увеличивается вероятность выбора стратегии конфронтации.

Ограничения и перспективы будущих исследований

Среди ограничений проведенного нами исследования важно отметить, что формирование положительных и отрицательных эмоций требует дополнительного контроля. Возможным решением усиления влияния именно положительного материала на эмоциональный фон испытуемых является подбор видеоматериала в соответствии с их предпочтениями. До начала эксперимента целесообразно провести опрос на тему любимых комедийных шоу, фильмов и телепередач. Полученные результаты позволят смонтировать соответствующий видеоматериал, при просмотре которого увеличится вероятность формирования у испытуемого положительных эмоций.

Кроме того, еще одним возможным направлением исследований в созданных нами экспериментальных условиях может быть изучение влияния личностных особенностей на выбор той или иной стратегии взаимодействия.

Литература

1. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. СПб: Питер, 2006. 684 с.
2. Карпов А.В. Эксперимент в исследованиях процессов принятия решения: проблемы и перспективы // Экспериментальная психология, 2013. Т. 6. № 2. С. 1–5.
3. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 396 с.
4. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации, М.: ИНФРА-М, 1996. 253 с.
5. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию или переговоры без поражения. М.: Наука, 1990. 155 с.
6. Allred K., Mallozzi J., Matsui F, Raia C. The Influence of Anger and Compassion on Negotiation Performance // Organization Behaviour and Human Decision Process. 1997. Vol. 70. P. 175–187.
7. Blair I. V., Banaji M. R. Automatic and Controlled Processes in Stereotype Priming // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol. 6. P. 1142–63.

8. Chen J. Q., Lee S. M. An Exploratory Cognitive DSS for Strategic Decision Making. Herberger College of Business, St. Cloud, 2003. P. 147–160.
9. Chuang S. C., Lin H. M. The Effect of Induced Positive and Negative Emotion and Openness-to-Feeling in Student's Consumer Decision Making // Journal of Business and Psychology. 2007. Vol. 22. P. 65–78.
10. Curhan J. R., Elfenbein H. A., Xu H. What Do People Value when They Negotiate? Mapping the Domain of Subjective Value in Negotiation // Journal of Personality and Social Psychology. 2006. Vol. 91. P. 493–512.
11. Druckman D. Determinants of Compromising Behavior in Negotiation: A Meta-Analysis // Journal of Conflict Resolution. 1994. Vol. 38. P. 507–556.
12. Ghauri P. N., Usunier J. C. International Business Negotiations. Pergamon, Oxford, 2003. P. 153–172.
13. Freund T., Kruglanski A. W., Shpitzajzen A. The Freezing and Unfreezing of Impressionable Primacy: Effects of Need for Structure and the Fear of Invalidity // Personality and Social Psychology Bulletin. 1985. Vol. 11. P. 479–487.

14. Fazio R.H., Zanna, M.P. Direct Experience and Attitude-Behavior Consistency // *Advances in Experimental Social Psychology*, 1981. Vol. 14. P. 162–202.
15. Forgas J.P., Cromer M. On being Sad and Evasive: Affective Influences on Verbal Communication Strategies in Conflict Situations // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2004. Vol. 4. P. 511–518.
16. Lewicki R.J., Saunders D.M., Minton J.W. *Negotiation*. Boston: MacGraw Hill Companies, 1999. 260 p.
17. Payne J.W., Bettman J.R., Johnson E.J. Adaptive Strategy Selection in Decision Making // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*. 1988. Vol. 14. P. 534–552.
18. Ross L. Situationist Perspectives on the Obedience Experiments. Review of A.G. Miller's the Obedience Experiments // *Contemporary Psychology*. 1988. Vol. 33. P. 101–104.
19. Thompson L.L., Wang J., Gunia B.C. Negotiation // *Annual Review of Psychology*. 2010. Vol. 61. P. 491–515.
20. Usunier C. The Role of Time in International Business Negotiations // *International Business Negotiations*. Pergamon, Oxford, 2003. P. 153–172.
21. Young D.L., Goodieb A.S., Hallb D.B. Decision Making under Time Pressure, Modeled in a Prospect Theory Framework // *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Process*. 2012. Vol. 118. P. 180–188.

Influence of Affective, Cognitive and Situational Factors on Decision-Making in the Negotiations (on the Example of “Prisoners’ Dilemma”)

Khachaturova M. R.*,

*NRU “Higher School of Economics”, Moscow, Russia,
mhachaturova@hse.ru*

Fedotova Zh. E.**,

*Moscow, Russia,
ganka007@yandex.ru*

We present the results of testing the hypothesis about the influence of affective, cognitive and situational factors on decision-making. We describe an experiment in which the process of negotiating was modeled with the help of “Prisoners’ Dilemma” game theory. The study involved 150 subjects, 86 women and 64 men, mean age was 20.6 years. The results showed that positive emotions increase the likelihood of a decision in favor of a strategy of cooperation. With negative emotions, the opponents tend to choose a strategy of confrontation. In forming the effect of the disposition, aimed at the choice of cooperation strategy, the likelihood of a decision-making in accordance with this disposition increases. If time is short, the opponent chooses a strategy of confrontation. On the basis of these results a number of practical recommendations and a program of psychological training can be formulated.

Keywords: decision making, cognitive, affective, situational factors, negotiation, cooperation strategy of confrontation.

For citation:

*Khachaturova M.R., Fedotova Zh.E. Influence of affective, cognitive and situational factors on decision-making in the negotiations (on the example of "Prisoners' Dilemma").
Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education, 2015, vol. 20, no. 1, pp. 38–48 (In Russ., abstr. in Engl.).*

* *Khachaturova Milana Rodionovna*. PhD (Psychology), Senior Lecturer, Chair of General and Experimental Psychology, Department of Psychology, NRU “Higher School of Economics”, Moscow, Russia. E-mail: mhachaturova@hse.ru

** *Fedotova Zhanna Eduardovna*. Bachelor (Psychology), Moscow, Russia. E-mail: ganka007@yandex.ru

References

1. Zimbardo F., Lyaippe M. Sotsial'noe vliyanie [The social influence]. Saint Petersburg: Piter, 2001. p. 448 (In Russ.).
2. Karpov A.V. Eksperiment v issledovaniyakh protsessov prinyatiya resheniya: problemy i perspektivy [The experiment in the study of decision making process: problems and prospects]. *Eksperimental'naya psikhologiya [Experimental Psychology]*, 2013, no. 2, pp. 1–5 (In Russ., abstr. in Engl.).
3. Kennedi G. Dogovorit'sya mozno obo vsem [It is possible to agree about everything]. Moscow: Al'pina Biznes Buks, 2007, p. 396.
4. Mastenbruk U. Upravlenie konfliktnymi situatsiyami i razvitie organizatsii [Management of conflict situations and organization development]. Moscow: INFRA, 1996. 244 p.
5. Fisher R., Yuri U. Put' k soglasiyu ili peregovory bez porazheniya [Way to a consent or negotiations without defeat]. Moscow: Nauka, 1990. 158 p.
6. Allred K., Mallozzi J., Matsui F., Raia C. The Influence of anger and compassion on negotiation performance. *Organization Behaviour and Human Decision Process*, 1997. Vol. 70, pp. 175–187.
7. Blair I.V., Banaji M.R. Automatic and controlled processes in stereotype priming. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1996. Vol. 6, pp. 1142–1163.
8. Chen J.Q., Lee S.M. An exploratory cognitive DSS for strategic decision making. Herberger College of Business, 2003. Vol. 3, pp. 147–160.
9. Chuang S.C., Lin H.M. The effect of induced positive and negative emotion and openness to feeling in Student's consumer Decision Making. *Journal of Business and Psychology*, 2007. Vol. 22, pp. 65–78.
10. Curhan J.R., Elfenbein H.A., Xu H. What do people value when they negotiate? Mapping the domain of subjective value in negotiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006. Vol. 91, pp. 493–512.
11. Druckman D. Determinants of Compromising Behavior in Negotiation: a meta-analysis. *Journal of Conflict Resolution*, 1994. Vol. 38, pp. 507–556.
12. Ghauri P.N., Usunier J.C. International Business negotiations. Oxford, 2003, pp. 153–172.
13. Freund T., Kruglanski A., Shpitzajzen A. The freezing and unfreezing of impressional primacy: Effects of need for structure and the fear of invalidity. *Personality and Social Psychology*, 1985. Vol. 11, pp. 479–487.
14. Fazio R.H., Zanna M.P. Direct Experience and Attitude-Behavior Consistency. *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press, 1981, pp. 70–76.
15. Forgas J., Cromer M. On being sad and evasive: Affective influences on verbal communication strategies in conflict situations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2004. Vol. 4, pp. 511–518.
16. Lewicki R., Saunders D., Minton J. Negotiation. Boston: MacGraw Hill Companies, 1999. 413 p.
17. Payne J., Bettman J., Johnson E. Adaptive strategy selection in decision making. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 1988. Vol. 14, pp. 534–552.
18. Ross L. Situationist perspectives on the obedience experiments. Review of A.G.Miller's the Obedience Experiments. *Contemporary Psychology*, 1988. Vol. 33, pp. 413–420.
19. Thompson L., Wang J., Gunia B. Negotiation. *Annual review of psychology*, 2010. Vol. 61, pp. 491–51.
20. Usunier C. The Role of time in international business negotiations. *Marketing across cultures*, 2003, pp. 153–172.
21. Young D., Goodieb A., Hallb D. Decision making under time pressure, modeled in a prospect theory framework. *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Process*, 2012. Vol. 118, pp. 180–188.