

Секция «Психология»

**Влияние аффективного, когнитивного и ситуативного факторов на принятие решения (на примере дилеммы заключенных)**

**Федотова Жанна Эдуардовна**

Студент

НИУ Высшая школа экономики, Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: ganka007@yandex.ru

В настоящее время в психологии актуальна дискуссия, связанная с принятием решения о выборе стратегии взаимодействия для достижения наиболее эффективных результатов в переговорах.

Ряд ученых утверждает, что одним из эффективных способов ведения переговоров является выбор стратегии сотрудничества, которое необходимо для достижения своих целей [Ajzen, Fishbein, 1980]. Другие утверждают, что выбор стратегии конфронтации наиболее оптимален для достижения эффективных результатов [Thompson, Wang, 2010].

При этом многих исследователей интересует вопрос, какие факторы могут влиять на выбор той или иной стратегии в переговорах. К одним из них относят когнитивный, аффективный и ситуативный факторы. Первый включает в себя создание когнитивной установки, направленной на определенное поведение [Bazerman, Curhan, Moore, 2000, с.286]. Другими словами, правильно заданная когнитивная установка может повлиять на дальнейшее поведение. При воздействии аффективного фактора с положительной валентностью увеличивается вероятность выбора стратегии сотрудничества в переговорах. Ситуативным фактором может выступать ограничение времени для принятия решения о выборе стратегии взаимодействия в заданной ситуации.

Таким образом, целью нашего исследования является изучение влияния когнитивного, аффективного и ситуационного факторов на принятие решений в переговорном процессе в условиях риска на примере задачи из теории игр («дилеммы заключенных»). Следует отметить, что мы использовали метод моделирования ситуации. При этом была использована модифицированная игра «дилемма заключенных», в которой можно проследить процесс принятия решения и влияние необходимых факторов.

В связи с поставленной целью мы выдвигаем следующие гипотезы: при формировании «эффекта установки», направленной на выбор стратегии сотрудничества, увеличивается вероятность принятия решения в соответствии с этой установкой. Положительные эмоции увеличивают вероятность принятия решения в пользу выбора стратегии сотрудничества. При ограниченном времени увеличивается вероятность выбора стратегии конфронтации.

В исследовании участвовало 150 человек, где 30 респондентов в контрольной группе, а другие 120 – в четырех экспериментальных. Из 150 участников по 75 мужчин и женщин, средний возраст испытуемых - 24 года. Пары были созданы для лучшего моделирования ситуации переговоров. При этом, участники в парах не были знакомы между собой, а были представлены друг другу только перед началом самого эксперимента.

Контрольной группе необходимо было выбрать один из исходов в игре «дилемма заключенных» без какого-либо воздействия. В экспериментальной группе, перед приняти-

ем решения, оба участника читали характерное описание своего оппонента (хобби, увлечение, работа и т.д.). Пример описания: «Ваш партнер достаточно спокойный человек. Ведет размеренный образ жизни. В свободное время любит читать книги. Редко ходит в шумные места, например клубы. Очень редко вступает в споры, и т.д. . . ». Тем самым, у каждого участника по отношению к другому формируется когнитивная установка на то, что он должен выбрать стратегию сотрудничества. В другой экспериментальной группе, перед выбором ответа, показывали специально подобранный положительный видеоматериал (так же и отрицательный). В третьей группе перед решением задачи респонденты были предупреждены, что на выполнение задачи у них есть меньше двух минут.

Проведенное исследование показало, что воздействие когнитивного фактора в виде эффекта установки повлияло на принятие решения участниками (19 из 30 респондентов). Положительные эмоции также повлияли на выбор стратегии сотрудничества (18 из 30 респондентов). При ограничении времени 22 из 30 выбрали стратегию конфронтации. Эти данные подтверждаются результатами статистической обработки (критерий  $\chi^2$  р0,001).

Данные результаты можно объяснить тем, что у каждого оппонента по отношению друг к другу сформировалось положительное впечатление, а именно, отсутствие агрессивности, враждебности и неприязни (при когнитивном и аффективном факторе). В соответствии с этим, оппоненты выбирали стратегию сотрудничества, зная, что его партнер, в силу своих личностных особенностей, выберет аналогичную стратегию, а не стратегию конфронтации, для которой более характерен враждебный настрой.

Кроме того на выбор участников повлиял феномен, который носит название «эффект первичности» [Зимбардо, Ляйппе, 2006]. Можно предположить, что информация, полученная впервые о незнакомом человеке, может эффективно повлиять на дальнейшее поведение в отношении этого человека. Что можно проследить в нашем случае, так как фактор незнакомства другого человека тщательно контролировался в ходе всего эксперимента. Тем самым, увеличивалась вероятность выбор стратегии сотрудничества при сформированном факторе.

Сама по себе когнитивная установка имеет сильное воздействие на поведение человека. Исследователи выяснили, что возможной причиной укрепления установки является ее «систематический анализ» [Зимбардо, Ляйппе, 2006, с.213]. Поэтому в соответствии с исследованиями Ф. Зимбардо, можно предположить, что систематическая проработка делает установку более крепкой, затем в определенной ситуации она актуализируется [Зимбардо, Ляйппе, 2006].

Таким образом, фактором, повлиявшим на полученные результаты и на подтверждение гипотезы о том, что определенная когнитивная установка влияет на поведение при принятии решения, является прямое ознакомление участников с тем человеком, по отношению к которому создается установка. Тем самым, оба участника были настроены на сотрудничество, так как убедились в том, что другой оппонент не настроен «враждебно» по отношению к нему.

В заключении стоит отметить, что когнитивный, эффективный и ситуативный фактор могут оказать влияние на принятие решения. Другими словами, при принятии решения воздействие оказывают когнитивные установки, эмоциональное воздействие, которое предопределяет выбор в позитивном направлении и временной фактор, кото-

рый влияет на рациональность выбора стратегии взаимодействия.

### **Литература**

1. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние.- СПб., Питер, 2003.
2. Thompson L.L., Wang J., Gunia B.C. Negotiation. Northwestern University, Evanston, Illinois: Psychol, 2010.
3. Ajzen,I., Fishbein,Af. . Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1980.
4. Bazerman M.H., Curhan J.R., Moore D. A., Kathleen L.V. Negotiation. Boston, Massachusetts: Psychol, 2000, p. 286-300.