

**Факторы, влияющие 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 между учеными возникают дискуссии об эффективности результатов переговоров как коммуникативного процесса. Многие ученые утверждают, что одним из эффективных способов проведения переговоров, является выбор стратегии сотрудничества, которое необходимо для достижения своих целей [2]. Другие утверждают, что выбор стратегии конфронтация более эффективен в переговорах, в том случае, когда участники заботятся о личном благосостоянии [2]. При этом, - многих исследователей интересует вопрос, какие факторы могут влиять на выбор той или иной стратегии. К одним из них относят когнитивный фактор, а именно создание когнитивной установки, направленной на определенное поведение [3]. Другими словами, правильно заданная «когнитивная установка может повлиять на дальнейшее поведение». Таким образом, целью исследования является изучение влияния когнитивного фактора (формирование эффекта установки) на принятие решений в переговорном процессе в условиях риска, - на примере задачи из теории игр («дилеммы заключенных»). Следует отметить, что создавать реальную конфликтную ситуацию между незнакомыми участниками не является корректным с этической точки зрения, поэтому 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 следующую гипотезу: при формировании «эффекта установки», направленной на выбор стратегии сотрудничества, увеличивается вероятность принятия решения в соответствии с этой установкой.

В исследовании участвовало 88 человек, из которых 44 респондента входили в контрольную группу (22 пары), а другие 44 - в экспериментальную (22 пары). Из 88 участников 62- это женщины и 26- мужчины, средний возраст испытуемых - 21 год. 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 принятием решения,- обоим участникам необходимо было прочесть характерное описание своего оппонента (хобби, увлечение, работа и т.д.). Пример описания: «Ваш партнер достаточно спокойный человек. Кроме того, ведет размеренный образ жизни. В свободное время любит отдохнуть на природе или почитать книги. Редко ходит в шумные места, например клубы, если только в театр или кино. Очень редко вступает в споры, а если даже вступает, то пытается разрешить их мирным путем. . . ». Тем самым, у каждого участника по отношению к другому сформировалась когнитивная установка на то, что он должен выбрать стратегию сотрудничества.

Проведенное исследование показало, что воздействие когнитивного фактора в виде эффекта установки повлияло на принятие решения участниками. Другими словами, в контрольной группе из 44 человек только 22 выбрали стратегию сотрудничества, в экспериментальной группе 34 человека из 44 испытуемых предпочли сотрудничество. Эти данные подтверждаются результатами статистической обработки (критерий  $\chi^2$   $p \leq 0,001$ ).

Данные результаты можно объяснить тем, что у каждого оппонента по отношению друг к другу сформировалось положительное впечатление, а именно, отсутствие агрессивности, враждебности и неприязни. 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 наш взгляд на выбор участников повлиял феномен, который носит название «эффект первичности» [1]. 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, Ляйпе, 2006, стр.213). Другими словами, установка имеет влияние в будущем, если она будет когнитивно проработана в настоящем. Поэтому в соответствии с исследованиями Ф. Зимбардо, можно предположить, что систематическая проработка делает установку более крепкой, затем в определенной ситуации она актуализируется [1].

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.

Кроме того, важным моментом, на который следует обратить внимание, является точность представленной информации, которая способствует уменьшению уровня агрессии или неприязни участников по отношению друг к другу. Это также могло повлиять на результаты исследования, потому как характерное описание оппонента должно иметь свою специфику в соответствии с выбором стратегии сотрудничества. В соответствии с И. Аджен и А. Фишбан, для формирования более четких установок необходим специфический, конкретный материал по какой-либо ситуации, а не обобщенное представление вероятного поведения или ситуации [8].

## Литература

1. Зимбардо Ф., Ляйпе М. Социальное влияние. СПб., Питер, 2006.

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

**Слова благодарности**

**Спасибо за чуткое руководство моему научного руководителя.**