心理科学进展 2007，15（3）：511~517
Advances in Psychological Science

认知、动机、情感因素对谈判行为的影响*

李岩梅[1] 刘长江[1,2,3] 李 纾[1]
([1]中国科学院心理研究所，北京 100101) ([2]沈阳师范大学，沈阳 110034)
([3]中国科学院研究生院，北京 100039)

摘 要 谈判，指两方或多方就利益不同而进行的协商，是解决选择冲突最常见的方式之一。认知、动机及情感因素，影响谈判者的信息处理与判断推理过程。谈判中它们既可能导致决策偏差，也可能促进决策质量。长期以来着眼于认知过程的谈判研究在社会心理学中占主流地位。近年，动机与情感因素对谈判行为的影响受到越来越多的关注。从社会认知的冷（cold：认知）、热（hot：动机、情感）两个角度，系统解析相关研究近年来的进展与成果，可以为揭示认知、动机、情感间的互动如何影响谈判行为打下基础。

关键词 谈判，认知，动机，情感。
分类号 B849:C91

人类赖以生存的自然资源与社会资源都是有限的，社会各领域都可能出现选择冲突。谈判，则是解决冲突最常见的方式之一。谈判，指两方或多方就利益不同而进行的协商，其目的在于调解就某备选项集合选择时各方间的选择冲突[1]。然而，正如屡屡陷入僵局的中美纺织品贸易谈判所显示的那样，谈判，常常达不到最理想效果甚至根本完成不了调解冲突的任务。其核心原因之一，就在于没能克服因认知、动机、情感因素的负面影响形成的心理障碍。

过去 20 年，大部分关于谈判的社会心理学研究，以行为决策理论为基础，聚焦于认知因素与过程的负面影响，用认知缺陷和推理错误来解释谈判过程中的各种现象[2]。而谈判，不仅涉及认知过程，它还是一种混合动机互动，因为谈判者在让步以达成协约的同时，还要为己方争取更有利的交易[3]。近 10 年，动机与认知间的互动被纳入社会认知的研究视野，动机以及动机的前提条件与副产品——情感对谈判行为的影响，为越来越多的研究者所重视。而且，认知、动机、情感因素于谈判的积极作用也引起了越来越多的关注。所以，本文从冷（cold：认知）、热（hot：动机、情感）两个角度，系统介绍相关研究近年来的进展与成果。虽然谈判对社会各层面的结果，国际关系、贸易活动、婚姻满意度、儿童成长、团队表现、组织运行、社团及环境的发展等等都有巨大影响，由于篇幅限制，本文主要关注经济行为相关的谈判，而且不涉及谈判中的文化差异问题。

1 认知因素的影响

探讨认知因素的相关研究，主要描述作为决策者的谈判者如何系统地偏离最佳（理性）决策。因为，谈判情境一般都相当复杂，人们要处理并管理大量繁杂的信息。尽管人们希望进行理性行为但达到理性的能力有限[4]。由于注意力、贮存信息以及从记忆中提取信息能力的限制，人们在谈判中会借助认知捷径（cognitive heuristics），以及既存的知识结构——图式（schema）等简化策略来提高信息处理与判断决策的速度与效率。这些抄近路式的认知策略，一般容易导致判断偏差，但有时也会促进判断。

1.1 认知捷径

谈判中，可能被采用的认知捷径很多，其中代表性（representativeness）、可提取性（accessibility）、锚定与调整（anchor and adjustment）等策略受到了较多的关注。

1.1.1 代表性与可提取性

代表性捷径策略指，根据事物与某典型事物的相似程度对该事物进行归类、判断[5]。但有时事物

收稿日期：2006-10-23
* 中国科学院知识创新工程重要方向项目“社会变革时期公众的社会心理问题”资助。
通讯作者：李纾，E-mail: lishu@psych.ac.cn

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

间的相似之处并不是事物的本质特征，这时就会出现判断偏差。谈判者容易过分依赖历史性或经历性的相似事件进行判断，容易认为目前的谈判与自己或他人的以往经历有惊人的相似，尽管实际上并不相似[6]。可提取性捷径是指决策者把信息回忆的容易程度作为判断事情发生的频度与可能性的线索[7]。可提取性会使谈判者过分依赖高显著性（salient）信息导致判断偏差。由于前次谈判的相关信息可提取性高、容易被利用，所以前一次谈判中的表现、得到的结果（成功或失败）会对谈判者在后一次谈判中的表现及谈判结果产生直接影响[8]。

1.1.2 锚定与调整捷径

锚定与调整捷径指，以一个任意选定的数值或其他刺激为起始点，并参照该起始点进行上下调整以形成判断[5]。它的问题在于人们有时会受到起始值的武断影响，调整不充分。研究发现，谈判中最初报价（first offer）是预测最终价格的有力指标，而且首先报价方容易得到更好的结果[9]。

1.2 框架效应（framing effect）

框架效应，指考虑一个决策所带来的利益还是损失，对决策的影响不同[9]，因为不同的框架会改变最好或最坏可能结果之间的差异[11,12]。它对谈判者的认知、行为与谈判结果有重要影响。因厌恶损失，人们眼中的损失比获利更重大[13]。损失框架下，人们更容易感到不公平[14]，因而在谈判中更难让步，表现出更多的竞争行为，形成更少的整合性（integrative）协议[15]。然而，损失框架在一定条件下也可能起积极作用。Bottom 发现，损失框架下的谈判者更合作、更容易形成整合性协议。但是，这种倾向却会使观察者与斡旋者对谈判产生认知偏差，认为损失框架下让步的谈判者比获利框架下的谈判者更合作，尽管两条件下的让步是等价的[16]。

Carnevale 与 Pruitt 认为决策框架可能是一把‘双刃剑’，动机会在其中起调节作用。当谈判者对对方的关注水准低（自我关注高）时，损失框架会导致让步困难，妨碍协议的达成；当对对方的关注高时，损失框架对达成整合性协议有促进作用[17]。

1.3 图式

图式会影响人们在谈判中的信息处理、行为以及谈判结果。

1.3.1 刻板印象

为提高预测他人行为的效率，人们容易依赖关于人的图式——刻板印象判断，这会导致对人认知的偏差。利益冲突情况下，人们依赖刻板印象信息预测对手的竞争倾向，并以此为据决定自己的应对措施。人们倾向于将商学专业的对手的模糊行为解释成与刻板印象一致的竞争行为，预测他们更容易竞争，人们自身也因此更容易选择竞争[18]。

谈判者有时对自己也会进行刻板印象式的认知[19]，这种认知同样会影响谈判行为与结果。当自己性别的正性（positive）刻板印象被激活，谈判者会进行刻板印象一致的行为；当负性（negative）刻板印象被激活，谈判者会进行刻板印象相反的行为，无论这种行为是否符合谈判情境的需要。特定情况下，刻板印象可能会对谈判起促进作用。当得知，女性的刻板印象行为（如：明白地表达想法、有很好的倾听技巧、理解对方的感觉等）可以提高谈判效率，无论男性还是女性谈判者，都更容易进行相应的行为，并表现得更合作，谈判的整合性利润也更高[20]。

1.3.2 关于谈判的脚本（Negotiation scripts）

对在某情境下自己会经历的步骤的假设，被叫做‘脚本’[21]，是一种关于‘事件’的图式（event schema）。谈判行为常为高度模式化的脚本所指引，脚本中常包括对公平、适当行为的预期式假设。谈判新手一般都有关于成功谈判的脚本，但其中大部分信念（如利益互不相容、竞争等）都会导致不良结果[22]。不同文化背景的谈判者，脚本不同，这种不同容易引起沮丧与焦躁[23]。

1.4 归因

谈判者对对方行为的归因是决定其自身反应的一个重要因素。虽然研究发现，谈判者是否让步，极大程度上取决于谈判者的经济背景而不是性格特征，但谈判中人们常意识不到或不能充分意识到这一点，将对方的不让步归因于对方的竞争性格。人们还容易忽略谈判情境的限制，过高估计对方性格的焦虑程度与不诚实程度[24,25]。Morris 及其同仁总结性地发现，虽然谈判行为极大程度上决定于谈判立场，但谈判者首先会用对方的合作性及是否易于相处等性格特征来解释对方行为。而这种归因错误产生的原因在于：（1）情境因素对谈判行为的首要决定作用；（2）归因时人格特征的首要决定作用；（3）缺乏足够的、可以用来折扣性格归因的情境信息；（4）人格归因的自我确认式（self-confirming）行为[26]。

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

认知因素外，谈判中个体的需要与希望，也会对谈判者的注意、符号化、回忆以及判断决策过程产生引导性影响。

2 动机的影响

谈判，从博弈论的角度，被认为是谈判各方同时经历既要彼此竞争又要彼此合作的一种混合动机互动[3]。然而，影响谈判的动机却远远不止这两个。

2.1 幼稚的现实主义（Naïve realism）

Ross 与 Ward 认为，一部分动机偏差可能起因于幼稚的现实主义，即个体假定自己所看到的是世界的本来面目，其他理性的知觉者也会知觉到同样的东西。自己与他人间的知觉差异是由于他人有不同的信息，努力不够，或受意识形态及个人利益的蒙蔽。幼稚现实主义的影响表现在干扰建设性的冲突管理以及整合性谈判的一些偏差上[27]。

2.1.1 定量馅饼的假设（Fixed-Pie Assumption）

幼稚现实主义的这种广为人知的表现是指，当谈判一方缺乏关于另一方的偏好、优先利益等信息时（实际情况常常如此），会做一个定量馅饼假设——‘你获利就意味着我损失’，己他利益完全对立，谈判结果非输即赢，且认定对方也有相同的假设[28]。定量馅饼式假设会使谈判者致力于利益分配的讨价还价，忽视信息互换，达成较少的整合性协议[29]，尽管一般的谈判情境都包含潜在的调和可能。

复数议题（multiple-issue）谈判中，与定量馅饼假设的人相比，认为对方的优先议题与己方不同的谈判者能争取到更多的共同利益。虽然大多数人以定量馅饼式知觉开始谈判，但随谈判的进行，人们判断对方兴趣、利益的准确程度会有所提高，这种提高会带来更多的单方及双方利益[30]。

2.1.2 反射性贬值（reactive devaluation）

反射性贬值指，贬低某一让步或提案的价值只因让步与提案是对方提出的。因为人们会认为这些条款如不能给对方带来更大利益，是不会被提出来的[27]。该偏差，虽只在政治谈判相关的研究中得到证实[31]，但也可能出现在经济利益相关的谈判中，尤其在谈判陷入僵持状态，或双方互有敌意的情况下，一方的让步更容易在另一方眼里出现反射性贬值。

2.2 自我保护（Ego defensiveness）

另一些偏离于客观而又较为普遍的判断倾向，多起源于人类想发展、维持正面的自我概念（self-concept）的愿望。这种自我保护动机会使自我评价出现正性偏差[32]。因自我保护动机而产生的偏差中，受到广泛关注的是对自己及自己应得利益的自我服务式评价和过分自信。

2.2.1 自我服务式评价（Self-serving evaluation）

谈判中容易出现“自我中心主义”（Egocentrism）——判断时过分看重对自己有利的看法与事实，认为自己比对方更公平、更道德、更诚实。谈判者，会将有关自己及对方立场的中性信息，解释成自己值得得到更多利益，从而使谈判更难达成协议[32]。他们还会更多回忆起自己的建设性策略和对方的破坏性策略。这种自我服务式的回忆，会阻碍整合性的谈判行为，使谈判者感到更多的沮丧与苦恼，增加未来冲突的可能性[33]。

2.2.2 过分自信

谈判者对自己成功的可能性的信念也会导致判断偏差。他们有时相信对手会有更大的让步，虽然实际上对手的让步并没有也不会有那么大。当谈判没达成协议时，谈判者容易对自己在第 3 者调停中的表现进行过分乐观的预测，这种预测不仅会干扰达成协议的可能性，而且会干扰调停者的努力，甚至会导致固执于高成本仲裁，而不进行建设性谈判的现象[34]。对斗争技巧过分自信的谈判者容易使用威胁策略而不是谈判。过分自信甚至会使谈判者放弃为解决冲突而努力，相信“时间会站在自己一边，彻底的、单方的胜利就在眼前”[35]。

2.3 社会动机与认知动机

2.3.1 社会动机（social motivation）

社会动机，指个人在自己与对手间进行结果分配时的偏好，一般包括利他、竞争、个人主义、合作动机[36]。很多有关谈判、冲突、社会困境的研究采用更普遍的二分法——利己与亲社会动机[37]。社会动机，可能植根于个人间差异，但也可以因强化措施（如：指令、报酬等）或社会关系（如：对未来互动的预期、强调群体成员的身份等）而被激发。它会影响谈判者的信念、态度、认知、策略选择及谈判的结果。

利己的谈判者，容易将谈判看成是以权势与个人胜利为关键的竞争游戏，形成不信任、敌意态度、负面的对人认知，使用说服性的论争、威胁、恐吓、

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

强制性的权势来达到目的[38]。亲社会的谈判者，试图进行公平分配使己他利益最大化，容易将谈判看成以公平、和谐、共同利益为关键的协作游戏，形成信任、正面的态度与知觉、进行建设性的信息交换、倾听、努力理解彼此的立场，他们更容易发现交易及形成整合性协议的潜在可能，定量馅饼式知觉越少[39]。

社会动机还会影响回忆以及信息搜索等过程并使其出现与动机一致的偏误。亲社会的谈判者容易回想起更多的与合作相关的认知捷径，利己的谈判者容易回想起更多的与竞争相关的认知捷径[40]。推测倾向不明显的对手的性格时，利己的谈判者容易问竞争倾向相关的问题，亲社会的谈判者容易问合作倾向相关的问题[41]。

2.3.2 认知动机（Epistemic Motivation）

认知动机指，发展并获得关于周围世界的准确、全面结论的愿望。认知动机强烈时，人们会进行细致的信息搜索、系统的信息处理、慎重的判断决策[42]。注意到与对方的首先报价含义不一致的信息，会激发认知动机，对对方的可能的选择、保留价格或自己的目标进行认真考虑，从而削弱最初报价的效果[13]。

认知动机存在个体间的差异，但情境因素同样也可以影响认知动机的强弱。负有说明责任指，个体预期自己的判断决策会被他人观察或评价，但他人的看法未知的状态[43]。有说明责任的谈判者，定量馅饼式认知更少，达成的整合性协议更多。而且，在信息交换自始至终持续的情况下，会修正自己的定量馅饼式认知[39]。另外，互动中的相对弱势也会强化认知动机。弱势谈判者更少进行确认式信息搜索，谈判中会提出更多的诊断性问题[44]。

2.3.3 关于冲突与谈判的动机诱导型信息处理模型（Motivated information processing model of conflict and negotiation）

De Dreu 与 Carnevale 提出了关于冲突与谈判的动机诱导型信息处理模型[1]。他们认为植根于个体差异的社会与认知动机在决定谈判是否会有建设性、是否会形成整合性协议上起关键作用。与拒绝简单让步相互作用的亲社会动机，会促进解决问题的积极态度，从而促进谈判者间的信息交换。高水准的信息交换会抑制自我保护与幼稚现实主义的不利影响。而认知动机会促进细致、系统的信息处理，从而减轻认知局限性与幼稚现实主义的影响。

2.4 其他动机

2.4.1 印象动机

谈判中，印象动机——给包括对手在内的他人留下并维持某种特定印象的愿望，可能会高涨[45]。在冲突与谈判中，人们有时确实致力于传达一种厉害强硬的印象，因为自己的弱点容易成为对手攻击或压榨的突破口。不仅竞争时如此，负有说明责任时，为给委托人留下好印象或便于说明自己很努力，谈判者更容易在谈判中表现出更多竞争行为[46]。

2.4.2 焦点调节（Regulatory Focus）

焦点调节理论认为自我调节（self-regulate）的过程会因“提升调节关注”（promotion regulatory focus：关注达成正面结果、理想）与“防止调节关注”（prevention regulatory focus：关注回避负面结果）而不同[47]。提升关注的谈判者，容易在第一轮报价中提出更极端的、己方有利的价格，在分配型谈判中获利更多。他们还会对对手的价格会予以更多的注意，创造更多使双方获益的资源，提高双赢的可能[48]。

3 情感

相关研究表明，情绪的变化，即使微小也会影响谈判计划的制定、谈判中的表现和谈判结果。与中性与负性（悲伤）情绪的谈判者相比，正性情绪的谈判者，容易设定更高的目标，对未来谈判形成更有抱负的预期，制定更具合作性、可能带来整合性效益的行动计划。而且，在实际谈判中表现得更合作，更愿意达成协议，更愿意回报对方的让步，取得更成功的谈判结果[49]。负性情绪，会减少整合性利益，增加对最终报价的拒绝[50]，增加竞争策略的使用[49]。因为，负性情绪会选择性地引发消极想法及相关的消极联合，而正性情绪会引发积极想法及相关的积极联合[51]。但负性情绪（悲伤）可以促进谈判者的认知动机，不过因对方的愤怒信息而产生的恐惧会降低认知动机，使让步变得容易[52]。

然而，当谈判者带着更确定的目标、动机进入谈判时，情绪对谈判策略的影响会减弱，因为这时目标会代替情感引导谈判者的信息处理与谈判行为[49]。

4 今后研究的方向

从上述介绍中不难看出，谈判的理性背景对谈判相关的社会心理学研究影响十分强大，对谈判者

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

认知过程的探讨长期占据主流地位。然而这些探讨对动机的引导作用与情感的影响考虑不够。在实际谈判中，认知、动机与情感因素相互作用，影响谈判行为及结果。动机，可以激发、引导或结束认知活动，还可能带来情感反应（如：强烈的竞争动机，会使谈判者容易去搜索对方的竞争相关信息，并对对方产生敌意）。而认知活动，也可以激发动机并促成情感反应（如：知觉到信息与既有信念不一致，会强化谈判者的认知动机。复杂的信息处理会使谈判者产生负面情绪）。作为社会冲突的刺激物与副产品的情感，则既可能激发相应的动机，也可能影响认知活动（如：悲伤会激发谈判者的认知动机并促进系统的信息处理）。De Dreu 与 Carnevale 的社会与认知动机模型，虽为认知与动机的融合做了初步的努力，不过它过分强调了社会动机的个人差异，没能给情景因素以更多重视。从而，没能解释在谈判这样的混合动机（竞争-合作）互动中，何时亲社会动机占上风，何时利己动机占上风这一关键问题。

谈判的社会心理学研究，有关认知与动机影响的探讨长期以来独立发展，情感对谈判行为的影响近年才受到关注。因此，为了更好地解释、预测谈判行为，今后的研究，需要开发一个将动机、认知、情感及其他内隐过程的发现统筹在一起的信息处理模型。

另外，即使是经济利益相关的谈判，它所带来的结果不仅仅是经济侧面的，还有社会心理侧面的。Curhan 等学者最近发现[53]，与谈判的经济结果相比，谈判的主观价值变量（包括对谈判相关的工具性结果、自我、谈判过程及人际关系的感觉），在预测未来的谈判决策时准确程度更高。也就是说，谈判者的决策所遵循的有可能不是最佳经济利益原则。这可能是因为，人们之所以做出某一决定，常常是由于相信它会比其他决定让自己更满意、更幸福，但最佳经济利益并不是满意与幸福的充分条件。那么，经济利益相关的谈判中，谈判者的决策是遵循最佳利益原则还是最满意结果原则，或者何时遵循最佳利益原则，何时遵循最满意结果原则，都有待进一步探讨。

从领域间来看，由于对社会各层面结果的重要影响，谈判，不仅受到社会心理及其他众多领域研究者的重视，更是经济学者、组织行为学者与政治学者关心的基础焦点。遗憾的是，各领域的研究相对独立，虽然经济学家的有限理性说[5]曾给认知视角的社会心理学研究以极大影响，而心理学的实验研究也为经济心理学者所接受。但进一步揭示谈判者的心理过程、克服心理障碍，需要各领域研究成果更广泛的融合。

参考文献

[1] De Dreu C K W, Carnevale P J. Movtivational bases of information processing and strategy in conflict and negotiation. In: M Zanna (Ed.), Advances in experimental social psychology. San Diego, CA: Academic Press, 2003. 235~291

[2] Bazerman M H, Curhan J R, Moore D A, Valley K L. Negotiation. Annual Review of Psychology, 2000, 51: 279~314

[3] Komorita S S. Interpersonal relations: Mixed-motive interaction. Annual Review of Psychology, 1995, 46: 183~207

[4] Simon H A. Models of Man. New York: Wiley, 1957

[5] Tversky A, Kahneman D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. Science, 1974, 185: 1124~1131

[6] Jonsson C. Cognitive theory and international negotiation. In: V. Kremenyuk (Ed.) International Negotiation: Analysis, Approaches, Issues. San Francisco: Jossey-Bass, 1991. 229~243

[7] 森津太子. 可提取性. 山本，外山，池上，远藤，北村，宫本 (Eds.). Handbook of social cognition, 北大路书房 2001. 252

[8] O'Connor K M, Arnold J A, Burris E R. Negotiators' bargaining histories and their effects on future negotiation performance. Journal of Applied Psychology, 2005, 90(2): 350~362

[9] Galinsky A D, Mussweiler T. First offers as anchors: The role of perspective-taking and negotiator focus. Journal of Personality and Social Psychology, 2001, 81: 657~669

[10] Tversky A, Kahneman D. The framing of decisions and the psychology of choice. Science, 1981, 211(4481): 453~458

[11] 李纾, 房永青, 张迅捷. 再探框架对风险决策行为的影响. 心理学报，2000, 32(2): 229~234

[12] Li S, Xie X. A new look at the "Asian disease" problem: A choice between the best possible outcomes or between the worst possible outcomes? Thinking and Reasoning, 2006, 12(2): 129~143

[13] Kahneman D, Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica, 1979, 47: 263~291

[14] Liberman N, Idson L C, Higgins E T. Predicting the intensity of losses vs. non-gains and non-losses vs. gains in judging fairness and value: A test of the loss aversion explanation. Journal of Experimental Social Psychology, 2005, 41: 527~534

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

[15] De Dreu C K W, Carnevale P J D, Emans B J, Van de Vliert E. Effects of gain loss frames in negotiation: Loss aversion, mismatching, and frame adoption. In: M H Bazerman (Ed.) Negotiation, decision making and conflict management. Edward Elgar Publishing, US, 2005. 116~133

[16] Bottom W P, Negotiator risk: Sources of uncertainty and the impact of reference points on negotiated agreements. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1998, 76(2): 89~112

[17] Carnevale P J, Pruitt D G. Negotiation and mediation. Annual Review of Psychology, 1992, 43: 531~582

[18] De Dreu C K W, Yzerbyt V, Leyens J-Ph. Dilution of stereotype-based cooperation in mixed-motive interdependence. Journal of Experimental Social Psychology, 1995, 21: 575~593

[19] Kray L J, Thompson L, Galinsky A. Battle of the sexes: Gender stereotype confirmation and reactance in negotiations. Journal of Personality and Social Psychology, 2001, 80: 942~958

[20] Kray L J, Reb J, Galinsky A D, Thompson L. Stereotype reactance at the bargaining table: The effect of stereotype activation and power on claiming and creating value. Personality and Social Psychology Bulletin, 2004, 30(4): 399~411

[21] Abelson R P. The psychological status of the script concept. American Psychologist, 1981, 36: 715~729

[22] O'Connor K M, Adams A A. What novices think about negotiation: A content analysis of scripts. Negotiation Journal, 1999, 15: 135~147

[23] Kumar R. A script theoretical analysis of international negotiating behavior. Research in negotiation in organizations, 1999, 7: 285~311

[24] Neale M A, Fragale R A. Social Cognition, Attribution, and Perception in Negotiation: The Role of Uncertainty in Shaping Negotiation Processes and Outcomes. In: L L Thompson (Ed.) Negotiation theory and research. Psychosocial Press, Madison, CT, US, 2006. 27~54

[25] Thompson L L. Negotiation behavior and outcomes: Empirical evidence and theoretical issues. Psychological Bulletin, 1990, 108: 515~532

[26] Morris M W, Larrick R P, Su S K. Misperceiving negotiation counterparts: When situationally determined bargaining behaviors are attributed to personality traits. Journal of Personality and Social Psychology, 1999, 77: 52~67

[27] Ross L, Ward A. Psychological barriers to dispute resolution. In: M Zanna (Ed.) Advances in experimental social psychology, San Diego, CA: Academic Press, 1995. 27, 255~304

[28] Pinkley R L, Griffith T L, Northcraft G B. "Fixed pie" a la mode: Information availability, information processing, and the negotiation of suboptimal agreements.Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1995, 62: 101~112

[29] Harinck F, De Dreu C K W, Van Vianen A E M. The impact of issue content on fixed –pie perceptions, problem solving and integrative outcomes in negotiation. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2000, 81: 329~358

[30] Mumpower J L, Sheffield J, Darling T A, Milter R G.The Accuracy of Post-Negotiation Estimates of the Other Negotiator's Payoff. Group Decision and Negotiation, 2004, 13: 259~290.

[31] Ma'oz I, Ward A, Katz M, Ross L. Reactive devaluation of an "Israeli" vs. "Palestinian" peace proposal. Journal of Conflict Resolution, 2002, 46: 515~546

[32] Babcock, L, Loewenstein G. Explaining Bargaining Impasse: The Role of Self-Serving Biases. Negotiation, decision making and conflict management, 2005, (1-3): 231~248

[33] De Dreu C K W, Nauta A, Van de Vliert E. Self-serving evaluation of conflict behavior and escalation of the dispute. Journal of Applied Social Psychology, 1995, 25: 2049~2066

[34] Ross L, Conlon D E Hybrid forms of third party dispute resolution: Theoretical implications of combining mediation and arbitration. Academy of management Review, 2000, 25: 416~427

[35] van Boven L, Dunning D, Loewenstein G. Egocentric empathy gaps between owners and buyers: Misperceptions of the endowment effect. Journal of Personality and Social Psychology, 2000, 79: 66~76

[36] McClintock C. Social motives in settings of outcome interdependence. In: D Druckman (Ed.), Negotiations: Social psychological perspective, Beverly Hills, CA: Sage, 1977. 49~77

[37] Van Lange P A M, Kuhlman M D. Social value orientations and impressions of partner's honesty and intelligence: A test of might versus morality effect. Journal of Personality and Social Psychology, 1994, 67: 126~141

[38] Kramer R M, Carnevale P J. Trust and intergroup negotiation. In: R Brown, G Gaertner (Eds.), Blackwell handbook of social psychology, 4: Intergroup relations. Oxford, UK: Blackwell Publishers, 2001. 431~450

[39] De Dreu C K W, Koole S, Steinel W Unfixing the fixed-pie: A motivated information processing of integrative negotiation. Journal of Personality and Social Psychology, 2000, 79: 975~987

[40] De Dreu C K W, Boles T. Share and share alike or winner take all? Impact of social value orientation on the choice and recall of decision heuristics in negotiation. Organizational Behavior and Human Decision Process. 1998, 76: 253~267

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

[41] van Kleef G A., De Dreu C K W. Social value orientation and impression formation; A test of two competing hypotheses about information search in negotiation. International Journal of Conflict Management, 2002, 13: 59~77

[42] Kruglanski A W. The psychology of being "right": The problem of accuracy in social perception and cognition. Psychological Bulletin, 1989, 106: 395~409

[43] Lerner J S, Tetlock P E. Accounting for the effects of accountability. Psychological Bulletin, 1999, 125: 255~275

[44] De Dreu C K W, Van Kleef G A. The influence of power on the information search, impression formation, and demands in negotiation. Journal of Experimental Social Psychology, 2004, 40: 303~319

[45] Chaiken S, Gruenfeld D H, Judd C M. Persuasion in negotiations and conflict situations. In: M. Deutsch & P. Coleman (Eds.). The handbook of conflict resolution: Theory and practice. New York: Academic, 2000. 144~165

[46] De Dreu C K W. Motivation in Negotiation: A Social Psychological Analysis. In: M J Gelfand, J M Brett (Eds). The handbook of negotiation and culture. Stanford University Press, 2004. 114~135

[47] Higgins E T. Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. In: M Zanna (Ed.) Advances in experimental social psychology. San Diego, CA: Academic Press, 1998. 30, 1~46

[48] Galinsky A D, Leonardelli G J, Okhuysen G A, Mussweiler T. Regulatory Focus at the Bargaining Table: Promoting Distributive and Integrative Success. Personality and Social Psychology Bulletin, 2005, 31: 1087~1098

[49] Forgas J P. On feeling good and getting your way: Mood effects on negotiation strategies and outcomes. Journal of Personality and Social Psychology, 1998, 74: 565~577.

[50] Allred, K. G. Anger and retaliation in conflict: The role of attribution. In: M Deutsch, P T Coleman (Eds.), The handbook of conflict resolution: Theory and practice San Francisco: Jossey-bass, 2000. 236~255

[51] Forgas J P, George J M. Affective influences on judgments and behavior in organizations: An information procession perspective. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 2001, 86: 3~34

[52] van Kleef G A, De Dreu C K W, Manstead A S R. The interpersonal effects of anger and happiness in negotiation. Journal of Personality and Social Psychology, 2004, 86: 57~76

[53] 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, 91: 493~512

Negotiation Behavior: Empirical Evidence and Theoretical Issues in Cold and Hot Perspectives

Li Yanmei [1] Liu Changjiang [1, 2, 3] Li Shu [1]

([1] Institute of Psychology, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China)

([2] Shenyang Normal University, Shenyang 110034, China)

([3] Graduate School, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100039, China)

Abstract: Negotiation -- a discussion between two or more parties about differences of interest, is one of main procedures for dealing with opposing preferences and conflict. Cognitive, motivational and affective factors influence information processing, judgment and inference of negotiators. These factors may both bias or improve decision making in negotiation. The cognition perspective dominated within negotiation research of social psychology in last two decades although a growing number of social psychologists argued that "human behavior is better understood when cognition and motivation are considered together". As a basic step to further the understanding of the interplay of cognition and motivation in negotiation, this paper presented an overview of the recent literature of cognition and motivation (including affect) perspective on negotiation behavior.

Key words: negotiation, cognition, motivation, affect.

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net