



---

**N° 24 | 2014**  
**numéro 24 - Janvier 2014**

---

# **L'influence des stéréotypes sur le déroulement de la négociation internationale commerciale**

***Svetlana RADTCHENKO-DRAILLARD***

---

**Édition électronique :**

**URL :**

<https://cpp.numerev.com/articles/revue-24/1657-l-influence-des-stereotypes-sur-le-deroulement-de-la-negociation-internationale-commerciale>

**DOI :** numerev\_835

**ISSN :** 1776-274X

**Date de publication :** 15/01/2014

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

---

Pour **citer cette publication** : RADTCHENKO-DRAILLARD, S. (2014) L'influence des stéréotypes sur le déroulement de la négociation internationale commerciale. *Cahiers de Psychologie Politique*, (24).  
[https://doi.org/10.34745/numerev\\_835](https://doi.org/10.34745/numerev_835)

L'objet de notre recherche est d'étudier l'influence des stéréotypes à l'égard de l'exogroupe sur les rapports interdépendants des sujets (français et russes) durant la négociation internationale commerciale, ainsi que sur son résultat. L'étude expérimentale par le recours à la méthode de la simulation analyse l'effet de cette influence sur l'élaboration des orientations stratégiques et les interventions des négociateurs. Les résultats obtenus révèlent un lien établi entre les stéréotypes à l'égard de l'exogroupe, le processus de la négociation, les comportements et les attitudes des sujets : les stéréotypes négatifs renforcent une orientation stratégique distributive, basée sur les interventions de compétition, la pression, les comportements rigides et les attitudes défavorables ; les stéréotypes positifs stimulent une orientation stratégique intégrative, basée sur les interventions de la coopération, les échanges et les comportements flexibles, les attitudes défavorables. Nous examinons également les principes de fonctionnement de processus de la prise de décision et les types des accords conclus (contenu, arguments employés, concessions effectuées, échanges, etc.) qui déterminent le partage des profits de deux sujets qui ont des stéréotypes (négatifs ou positifs) à l'égard de l'exogroupe. En conclusion, nos résultats obtenus confirment que l'aboutissement d'un accord mutuellement acceptable influence positivement le contenu des stéréotypes à l'égard de l'exogroupe.

International negotiation is a complex and specific process by which two or more protagonists of different nationalities interact with the aim of reaching an acceptable position given their differences. The negotiator's dilemma here, caught between contradictory objectives, is to defend the positions of his own field/group and his own interests and reach an agreement with the opposing party. The aim of this research is to highlight the influence of the stereotypes in relation to the outgroup "on the interdependency of interpersonal rapports of subject's (French and Russian) during international business negotiations and on the result. We have interpreted the effect of the influence on the choice of strategic direction with the major's axes the intervention's during the process of the negotiation simulation (method). Our results reveal a link between the stereotypes in relation to the out-group, the negotiation process and subjects' behavior: negative stereotypes strengthen a distributive strategic orientation, reinforce interventions of competition and pressure, rigid behavior and unfavourable attitude; positive stereotypes encourage an integrative strategic orientation promote interventions of cooperation, logrolling, flexible behavior and favourable attitude. We examine the working of decision process and the types of the agreements (contents, utilized arguments, concessions, logrolling) determines the profits of the two subjects with stereotypes (negative, positive) with regard the out-group. Finally, the results are consistent with the hypothesis that we proposed as mutual acceptable agreement significantly influences the nature of the stereotypes in relation to the out-group.