

Кияткина О.Н., студ. гр. 402 ФК и СКД
БГУКИ
Научный руководитель – Саевец О.М.,
преподаватель

ЗНАЧЕНИЕ МОДЕЛИ «АЙСБЕРГ» В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

На протяжении двух столетий в научной среде для описания и характеристики межличностной коммуникации активно используется модель айсберга. Особую популярность она приобрела в трудах по психоанализу у З.Фрейда, в работе Р. Шнаппауфа «Практика продаж» и А.Володина «Секреты делового общения» и др. Применено к международным переговорам модель «айсберг» позволяет выявить обусловленные культурой причины поведения представителей разных стран.

Сущность модели айсберга заключается в том, что индивид как субъект межличностной коммуникации может быть представлен в качестве своеобразного айсберга. Его видимая часть, находящаяся над поверхностью воды (это лишь 10% от всей ледяной глыбы), есть сфера разума и сознания. Это рациональное проявление личности, выраженное словами, действиями, поступками. Скрытая, «подводная», часть (90% «айсберга») - это то, что мы унаследовали генетически, наш прошлый опыт, наши неосознанные желания, мечты или страхи; все то, что находится в области эмоций, то есть в сфере подсознания [2].

Определение и анализ «подводной» части «айсбергов» участников международных переговоров является одним из ключевых моментов, способствующих эффективности и результативности переговорного процесса. Основными составляющими ее элементами являются религия, традиции, менталитет, мировоззрение, отношение ко времени, модель субординации, модель распределения социальных ролей, модель организации физического пространства, концепция справедливости, модель коммуникации, подходы к решению проблем, модель восприятия, представления о логике и аргументированности, модели управления

эмоциями, предпочтения характера сотрудничества, темп работы [1, с. 12]. В случае международных переговоров подводная часть выражается посредством видимой через совокупность показателей, определяющих культурные характеристики различных народов. Данная совокупность показателей условно разделена Г. Хофстедом на пять измерений: дистанция от власти (большая дистанция у стран арабского мира, Юго-Восточной Азии, Латинской Америки и малая у Австрии, Германии, Дании, США), индивидуализм, нацеленность на достижение результата любой ценой (напористость), неприятие неопределённости (степень восприятия и реагирования на незнакомые ситуации), стратегическое мышление (краткосрочная/долгосрочная ориентация на будущее) [5].

Однако классическую модель «айсберг» нельзя назвать полным и исчерпывающим отражением и объяснением поведения человека в процессе межличностной коммуникации. По А. Володину, подсознательное (скрытые желания, внутренние мотивы, неосознанные потребности и т.д.) не выходит на поверхность в явном виде, а просеивается через специфический личностный «фильтр» [3]. На наш взгляд, и такое дополнение не есть заключительное в формировании действительно универсальной модели. Айсберг, находясь в водном пространстве, испытывает на себе существенное влияние данной среды. Подобным образом, поведение участника международных переговоров также обусловлено рядом внешних факторов. Важной их характеристикой является актуальность и современность своего внешнего воздействия, поскольку оно имеет значение «здесь и сейчас».

В выявлении основных внешних факторов, оказывающих существенное влияние на участника международных переговоров, нами сделан акцент на отражении реальной ситуации в наиболее важных сферах жизнедеятельности человека. В первую очередь, это экономический и политический факторы. Политический режим и уровень экономического развития определенного государства изначально указывают на его статус и роль в международном пространстве (традиционное лидерство США,

Великобритании, теряющая лидерство Япония, приобретающий лидерство Китай).

В числе основных факторов необходимо указать и геополитический фактор. Геополитическое расположение государства во многом определяет как внешнюю политику, так и внутреннюю. Стратегия и тактика участника международных переговоров должны соответствовать политике представляемого государства в целом.

Не менее важным является военно-политический фактор. Военная политика государства характеризует его как активное, пассивное либо соблюдающее нейтралитет в сфере военных действий. Пересекаясь с геополитикой, рассматриваемый фактор необходимо выделять по причине его сложности и специфике действия. Разрешение военно-политических конфликтов и в XXI веке продолжает быть целью наиболее часто проводимых международных переговоров [4].

Социальный и культурный факторы напрямую и тесно взаимосвязаны с вышеперечисленными факторами, являясь как их следствием, так и предопределением. Социально-культурные условия в рамках конкретного государства зачастую имеют историческую подоплеку, характеризуются процессами сакрализации/секуляризации в обществе и включают демографические аспекты [5]. Действительное содержание социальной и культурной сферы воплощает и аккумулирует в себе результаты всех видов жизнедеятельности человека, потому требует особого внимания в процессе своего оформления.

В рамках международных переговоров социально-культурный фактор максимально близко соприкасается с «подводной» частью айсберга, что ещё раз указывает на его важность. Выступая источником и причиной роста скрытой части «завтра», «сегодня» он должен находиться под пристальным вниманием и контролем, как со стороны государства, так и самого общества.

Исходя из вышеописанного рассмотрения модели «айсберг», следует, что её применение в процессе организации и построения международных

переговоров во многом позволяет обеспечить их высокую продуктивность. Однако следует обратить особое внимание на важность воздействия окружающей среды в виде приведённых нами внешних факторов. Таким образом, имеет место быть дальнейшее исследование и изучение модели «айсберг» для её усовершенствования в соответствии с нынешними условиями и ситуацией, складывающейся во всех сферах жизнедеятельности общества в настоящее время.

Список используемой литературы:

1. Шнаппауф, Р. Практика продаж: справочное пособие. – 3-е изд. / Р.Шнаппауф. – М.: Издательство «Бизнес», 1995. – 147 с.
2. Ассоциация исследователей психической энергии [Электронный ресурс] / А. В. Светлов. Онейрология. – Режим доступа: <http://aipe.roerich.com>. – Дата доступа: 07.04.2011.
3. Журнал «Бизнес-форум IT», №4, 2004 [Электронный ресурс] / А.Володин. Секреты делового общения. – Режим доступа: <http://www.teamtraining.ru>. – Дата доступа: 11.03.2011.
4. Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов [Электронный ресурс] / Э. Мирбашир Оглу. Сущность военно-политических конфликтов и их основные разновидности. – Режим доступа: <http://www.jurnal.org>. – Дата доступа: 19.03.2011.
5. Международный журнал исследований культуры [Электронный ресурс] / А. Конева. Критерии Хофстеда: культура имеет значение. – Режим доступа: <http://www.culturalresearch.ru>. – Дата доступа: 07.04.2011.