

ПОСМІТНА Вікторія Віталіївна,
*кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри мовної підготовки,
Київський інститут Національної гвардії
України*

СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ КОМАНДИРАМИ Й ПІДЛЕГЛИМИ У ВІЙСЬКОВО-ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Актуальність дослідження проблем комунікативної взаємодії у військово-професійній комунікації пояснюється передусім увагою громадян України до військової сфери та роллю армії в житті сучасного українського суспільства.

Проблеми ефективності мовної комунікації у військовому дискурсі вивчаються [4 та ін.], проте існує необхідність їх дослідження в межах сучасних комунікативних вимог, з урахуванням нових цілей та нових – воєнних – умов військово-професійної комунікації.

Мета дослідження – виявити чинники ефективності комунікативної взаємодії в сучасних умовах та розробити комунікативну стратегію взаємодії між командирами й підлеглими з урахуванням вимог сучасного суспільства.

На думку військових фахівців, комунікативна діяльність силових структур повинна базуватися на **цінностях** людиноцентризму (людське життя як головна цінність, повага до особистості); взірцевості (військовослужбовець має бути взірцем патріотизму, мужності, доблесті, відданості справі); професіоналізму (постійне навчання та розвиток, обмін бойовим досвідом, здатність оперативно приймати рішення); відповідальності (кожен, і передусім командир, бере на себе відповідальність за боєздатність, додержання принципів соціальної справедливості, заохочення ініціативи, врахування думок підлеглих) [3, с. 3–4].

Аналіз інформації, що викладена в чинних доктринах українських силових структур і НАТО та стосується цілей і принципів комунікації [1; 2; 3; 5], дозволяє запропонувати комунікативну стратегію взаємодії між командирами й підлеглими, у якій також ураховані особливості військового дискурсу.

Комунікативна стратегія взаємодії між командирами та підлеглими передбачає, що основним напрямом досягнення комунікативної мети є співробітництво комунікантів. Визначимо основні компоненти цієї стратегії.

Стратегічний наратив. Це основа комунікативної стратегії. У НАТО, а слідом за ним і в наших силових структурах, зазначають, що стратегічний наратив повинен містити такі структурні елементи: 1) поточний стан – опис проблеми, яка потребує вирішення, або бажана умова, яку потрібно зберегти; 2) майбутній стан – опис цілей, підтримка поточного стану або трансформація тощо; 3) шлях – роз'яснення, яким чином досягти бажаного результату; 4) обґрунтування – чому запропонована зміна стану чи підтримка поточного стану є оптимальною, або краща за альтернативні (обґрунтування зазвичай вплетене в інші три елементи) [2, с.16; 5, дод. А].

Визначимо стратегічний наратив нашої стратегії:

раніше була міцно вкорінена радянська традиція односпрямованого спілкування «командир – підлеглий», що передбачала тиск із боку командира і безініціативність із боку підлеглого, безапеляційний загальноприйнятий підхід «командир завжди має рацію», підлеглий сприймався як бездумний виконавець;

сьогодні усвідомлюємо невідповідність старої комунікативної традиції вимогам демократичного суспільства і стандартам НАТО;

надалі потрібно сформувати таку взаємодію, яка ґрунтуватиметься на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного комуніканта.

У цьому контексті важливо, що комунікативні наміри командира мають впливати зі стратегічного наративу, який обґрунтовує та спрямовує спільну діяльність. У комунікації командир має спиратися на спільні функції (на них ґрунтується і наратив) [5, с. 19].

Оцінка поточного стану проблеми. Щодо командирів: тільки частина командирів намагається будувати комунікацію на засадах довіри, спільності, єдності; більшість командирів будує комунікацію з підлеглим на основі тиску.

Щодо підлеглих: тільки незначна частина військових у спілкуванні з

командиром вважає за доцільне ініціювати ідеї; переважна більшість погоджується з роллю безініціативного виконавця, який ні за що не відповідає.

Основна мета комунікативної стратегії: досягнення такої комунікативної взаємодії між командиром і підлеглим, яка ґрунтується на довірі, взаєморозумінні, взаємній повазі та спільній зацікавленості у виконанні завдань, спільній відповідальності за результат діяльності; усвідомлення військовослужбовцями, що саме така взаємодія необхідна для досягнення ефективності комунікації, і, відповідно, для досягнення ефективності виконання професійних завдань у сучасних умовах.

Організаційні та комунікативні цілі.

Організаційні: високий рівень професіоналізму, висока якість виконання завдань; довіра з боку суспільства; підтримка міжнародних партнерів.

Комунікативні: контрольована ініціатива підлеглих; позитивний імідж армії; позитивний імідж захисника; запобігання непорозумінням і конфліктам; покращення взаємодії з медіа, громадськістю, зарубіжними партнерами.

Ключові повідомлення для внутрішніх аудиторій. Для представників силових структур: стосунки слід будувати на засадах поваги до людини, її думки, поглядів, інтересів, гендеру, релігії, мови, культури; в армії заохочується ініціатива; ми єдині у прагненні подолати ворога, ми всі зацікавлені в ефективності військової діяльності.

Ключові повідомлення для зовнішніх аудиторій. Для медіа: українські військовослужбовці – справжні захисники, професійні, злагоджені, єдині у прагненні перемогти, здатні спільно виконувати складні завдання.

Для цивільних осіб і громадських організацій: армія здатна вас захистити; не бійтеся армії, у нас вас будуть поважати, враховувати ваші думки й потреби; ми так само, як і ви, поважаємо права людини.

Для зарубіжних партнерів: українська армія активно змінюється за стандартами НАТО, зокрема й у побудові ефективної комунікативної взаємодії.

План реалізації стратегії: а) упроваджувати у військові колективи стандарти

НАТО щодо взаємодії між військовослужбовцями; б) розробити конкретні рекомендації для військовослужбовців у спілкуванні: з командирами; з підлеглими; з цивільним населенням; з медіа; з громадськими організаціями; в) ініціювати створення відео-, інтернет- і кінопродукції, де висвітлюється комунікація між військовослужбовцями на основі довіри та взаємоповаги; г) ініціювати систематичну взаємодію з медіа та громадськими організаціями, із зарубіжними партнерами – для ознайомлення широкого загалу з новим рівнем комунікативної взаємодії командирів і підлеглих, що відповідає вимогам демократичного суспільства, сприяє ефективності діяльності.

Запропонована комунікативна стратегія взаємодії між командирами й підлеглими може бути використана в силових структурах для забезпечення узгодженості та ефективності комунікації, що сприятиме ефективності військово-професійної діяльності, формуванню позитивного іміджу армії в суспільстві, успішності військових операцій та захисту безпеки громадян.

Список використаних джерел:

1. Доктрина зі стратегічних комунікацій. Затверджена Головнокомандувачем ЗСУ від 12.10.2020. Управління стратегічних комунікацій апарату Головнокомандувача Збройних Сил України. 30 с.
2. Доктрина стратегічних комунікацій Національної гвардії України. Затверджена наказом командувача НГУ від 22.11.2021 № 541. Департамент персонального штабу Головного управління Національної гвардії України. 27 с.
3. Комунікаційна стратегія ЗСУ. Затверджена Головнокомандувачем ЗСУ від 22.02.2023. Апарат Головнокомандувача ЗСУ. 15 с.
4. Посмітна В.В. Особливості військового дискурсу. *Лінгвістичні дослідження* : Зб. наук. праць Харківського національного пед. університету імені Г.С. Сковороди. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2010. С. 90–97.
5. Стандарт НАТО АJP–10. Об'єднана доктрина союзників для стратегічних комунікацій. Видання А. Версія 1. Бюро стандартизації НАТО (NSO), березень 2023 року. 119 с.