

УДК 811.161.2'42

Посмітна В.В., кандидат філологічних наук, доцент, професор кафедри мовної підготовки, Київський інститут Національної гвардії України

## КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Українські військові структури активно розробляють актуальні доктрини стратегічних комунікацій, у яких увага приділяється не тільки зовнішнім комунікативним впливам і комунікативній взаємодії, а і внутрішнім, тобто комунікації в межах військового дискурсу.

Мета дослідження – виявити основні чинники ефективності комунікативної взаємодії в сучасних умовах і розробити комунікативну стратегію взаємодії між командирами й підлеглими з урахуванням вимог сучасного суспільства та доктрин стратегічних комунікацій силових структур.

Комунікативна стратегія взаємодії між командирами та підлеглими передбачає, що основним напрямом досягнення комунікативної мети є співробітництво комунікантів.

Визначимо основні компоненти цієї стратегії.

1. Зважаючи на контекст стратегічних комунікацій, сформулюємо стратегічний наратив (ураховуючи необхідні складники наративу):

- раніше була міцно вкорінена 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 європейським стандартам;
- надалі потрібно сформувати нову культуру взаємодії, що ґрунтуватиметься на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного учасника комунікації.

2. 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 військовослужбовців у спілкуванні з командиром вважає за доцільне ініціювати конструктивні ідеї; переважна більшість підлеглих погоджується з роллю безініціативного виконавця, який ні за що не відповідає.

3. Основна мета комунікативної стратегії:

- досягнення такої комунікативної взаємодії між командиром і підлеглим, яка ґрунтується на довірі, взаєморозумінні, взаємній повазі,

активності та спільній зацікавленості у виконанні завдань, спільній відповідальності за результат діяльності;

– усвідомлення військовослужбовцями, що саме така взаємодія необхідна для досягнення ефективності як внутрішньої, так і зовнішньої комунікації, і, відповідно, для досягнення ефективності виконання професійних завдань у сучасних умовах.

#### 4. Організаційні та комунікативні цілі.

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

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

#### 5. Внутрішні та зовнішні аудиторії.

Внутрішні: військовослужбовці різних військових формувань; зарубіжні колеги.

Зовнішні: медіа (українські та зарубіжні); цивільні громадяни; громадські організації; зарубіжні партнери, міжнародні організації.

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

#### 7. Ключові повідомлення для зовнішніх аудиторій.

Для медіа: українські військовослужбовці – справжні захисники, професійні, злагожені, 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 змінюється за західними стандартами, зокрема й у побудові ефективної комунікативної взаємодії.

8. Канали зв'язку для різних форм комунікації: безпосереднє спілкування – внутрішнє і зовнішнє; медіа; інтернет (офіційні сайти та інші платформи).

Отже, запропонована комунікативна стратегія відповідає цим установкам, ґрунтується на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного учасника комунікації. У розробленій комунікативній стратегії також ураховані особливості військового дискурсу, його сучасні проблеми та умови.

Стратегія може бути використана в силових структурах для реалізації важливих комунікативних завдань – досягнення взаємодії та узгодженості дій у забезпеченні ефективності військових операцій, захисту безпеки громадян, формування позитивного іміджу армії.