

УДК 811.161.2'42

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-209-44>

## УПРОВАДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ УЧАСНИКАМИ ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

### IMPLEMENTATION OF A COMMUNICATION STRATEGY FOR INTERACTION BETWEEN PARTICIPANTS OF MILITARY DISCOURSE IN THE CONTEXT OF STRATEGIC COMMUNICATIONS

Посмітна В. В.,

*orcid.org/0000-0001-8719-1767*

*кандидат філологічних наук, доцент,*

*професор кафедри мовної підготовки*

*Київського інституту Національної гвардії України*

У статті порушено проблему ефективності комунікації між основними учасниками військового дискурсу – командирами й підлеглими – в сучасних умовах. Актуальність дослідження зумовлена роллю армії в житті сучасного українського суспільства та увагою науковців і громадян України до військової сфери.

У роботі виявлено чинники ефективності комунікативної взаємодії в сучасних умовах. Обґрунтовано необхідність урахування вимог чинних доктрин силових структур – ЗСУ, НГУ та НАТО – стосовно впровадження принципів взаємодії та довіри між командиром і підлеглим.

Розроблено комунікативну стратегію взаємодії між командирами й підлеглими з урахуванням вимог сучасного суспільства та нових доктрин стратегічних комунікацій силових структур, відповідно до особливостей військового дискурсу та завдань службово-бойової діяльності.

Визначено та схарактеризовано компоненти цієї стратегії: сформульовано стратегічний наратив; визначено основну мету, організаційні та комунікативні цілі; сформульовано ключові повідомлення для представників силових структур і для зовнішніх аудиторій; розроблено план і шляхи реалізації комунікативної стратегії взаємодії в контексті виконання професійних завдань, комунікації силових структур із цивільним населенням, із медіа, з міжнародними партнерами.

Аналіз чинних доктрин стратегічних комунікацій силових структур, а також основних концептів військового дискурсу та етнічної картини світу дозволив виявити спільність у розумінні цінностей та принципів діяльності й комунікації силових структур – як українським суспільством, так і самими військовими. Запропонована в роботі комунікативна стратегія відповідає цим установкам, ґрунтується на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного учасника комунікації. 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.

Розроблення комунікативної стратегії взаємодії представників силових структур із медіа розглядається як перспектива дослідження.

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, ефективність комунікації, військовий дискурс, стратегічні комунікації, стратегічний наратив.

The article raises the problem of communication effectiveness between the main participants of military discourse, commanders and subordinates, in modern conditions. The study's relevance is due to the army's role in the life of modern Ukrainian society and the attention of Ukrainian scholars and citizens to the military sphere.

The study identifies the factors that affect communication effectiveness in modern conditions. The author substantiates the need to consider the requirements of the current doctrines of the security forces – the Armed Forces of Ukraine, the National Guard of Ukraine and NATO – regarding implementing the principles of interaction and trust between the commander and the subordinate.

A communication strategy for interaction between commanders and subordinates has been developed, taking into account the requirements of modern society and new doctrines of strategic communications of power structures. This strategy is in accordance with the peculiarities of military discourse and the tasks of service and combat activities.

The components of this strategy are identified and characterized: a strategic narrative is formulated; the primary goal, organizational and communication objectives are defined; key messages for representatives of law enforcement agencies and external audiences are formulated; a plan and ways to implement a communication strategy for interaction in the context of performing professional tasks, communication of law enforcement agencies with the civilian population, the media, and international partners are developed.

The analysis of the current doctrines of strategic communications of the law enforcement agencies, as well as the main concepts of military discourse and ethnic worldview, revealed commonalities in understanding the values and principles of the activities and communications of the law enforcement agencies – both by Ukrainian society and the military itself. The communication strategy proposed in this study is consistent with these attitudes, based on mutual trust, mutual respect, and consideration of the opinions and positions of each participant in the communication. The strategy can be used in law enforcement agencies to implement important communication tasks – achieving interaction and coherence in ensuring the effectiveness of military operations, protecting the safety of citizens, and forming a positive image of the army.

A research perspective is considered the development of a communication strategy for interacting with the media by representatives of law enforcement agencies.

**Key words:** communication strategy, communication effectiveness, military discourse, strategic communications, strategic narrative.

**Постановка проблеми.** Стратегічні комунікації та проблеми їх реалізації сьогодні в центрі уваги українського суспільства. Їх важливість зумовлюється як особливостями воєнного часу, так і постійними загрозами інформаційної агресії. Від ефективності вітчизняних стратегічних комунікацій залежить не тільки інформаційна безпека, а й безпека держави в цілому.

Актуальність дослідження проблем комунікативної взаємодії у військовому дискурсі пояснюється передусім увагою громадян України до військової сфери та роллю армії в житті сучасного українського суспільства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Українські військові структури активно розробляють актуальні доктрини стратегічних комунікацій, співвідносячи їхні цілі та характеристики зі стандартами НАТО. У доктринах стратегічних комунікацій увага приділяється не тільки зовнішнім комунікативним впливам і комунікативній взаємодії, а і внутрішнім, тобто комунікації в межах військового дискурсу [1; 2; 3].

Науковці сьогодні активно досліджують стратегічні комунікації [4; 5; 6; 7 та ін.]. Вивчаються і проблеми ефективності комунікації у військовому дискурсі [8; 9 та ін.], проте існує необхідність їх дослідження в межах сучасних комунікативних вимог, з урахуванням нових цілей та нових – воєнних – умов військово-професійної комунікації. Важливо розробити таку стратегію комунікативної взаємодії між основними учасниками військового дискурсу – командиром і підлеглим, яка б ґрунтувалася на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного учасника комунікації та відповідала вимогам демократичного суспільства і стандартам НАТО.

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

**Виклад основного матеріалу.** З'ясуємо розуміння стратегічних комунікацій у сучасних умовах.

В. Ліпкан, з урахуванням тлумачення цього поняття у «Словнику військових і пов'язаних термінів» Міністерства оборони США, визначає стратегічні комунікації як скоординовані урядом держави зусилля, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення та збереження сприятливих умов для просування національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій доктрин і програм, планів, тем, меседжів і продуктів [5].

З акцентуванням на політичному аспекті характеризує стратегічні комунікації М. Шклярук, визначаючи їх як окремий стратегічний напрям державної політики, метою якого є забезпечення

високої ефективності державно-управлінських рішень шляхом упровадження комплексної системи зовнішньої та внутрішньої комунікативної взаємодії органів державної влади та суспільства, забезпечення доступу до інформації та широкого залучення громадськості до процесів підготовки, ухвалення та реалізації цих рішень, підвищення рівня легітиматії державної влади, її спроможності до протистояння зовнішнім агресивним впливам (інформаційна, економічна, військова агресія тощо) та формування позитивного міжнародного іміджу держави [7, с. 4].

Звернемося до розуміння стратегічних комунікацій в силових структурах.

Доктрина зі стратегічних комунікацій ЗСУ подає тлумачення аналізованого поняття з урахуванням можливостей і цілей держави, визначаючи стратегічні комунікації як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних і психологічних операцій, інших суб'єктів інформаційної діяльності з метою виконання заходів, спрямованих на просування цілей держави [1, с. 8].

Доктрина стратегічних комунікацій Національної гвардії України містить схоже тлумачення, проте в ньому розширюється розуміння суб'єктів стратегічних комунікацій – не тільки держава, а й установи чи організації. Стратегічні комунікації визначаються як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави, установи чи організації (публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних і психологічних операцій), спрямоване на просування ключових цілей суб'єкта діяльності [2, с. 8].

Зважаючи на єдність розуміння основних характеристик цього поняття, у статті послугуватимемося передусім останнім визначенням, оскільки воно найбільше відповідає спрямуванню нашого дослідження – комунікації у військових структурах.

Основним елементом стратегічних комунікацій у доктринах силових структур визнається наратив. Роль наративу вбачають у тому, що він утілює основоположну ідею, забезпечує емоційне обґрунтування цілей визначених дій і в багатьох випадках моральні підстави для їх реалізації [2, с. 15–16].

Розглянемо зміст поняття *наратив* більш детально, передусім з'ясуємо, як його пояснюють у доктринах стратегічних комунікацій НАТО, ЗСУ та НГУ.

У доктрині стратегічних комунікацій НАТО наратив визначають як базове зображення ситуації, мети та завдання організації, виражене в сюжетній лінії (загальна тенденція, яка передається через окремі історії, образи чи дії) [3, с. 16]. У сфері стратегічних комунікацій ЗСУ наратив пояснюють як викладення взаємопов'язаних подій, що подаються через певну послідовність словесних описів або образів, лінійний спосіб передавання фактів (основоположна ідея) [1, с. 7]. Схоже розуміння викладене і в доктрині стратегічних комунікацій НГУ, визначення більш стисле і конкретне: наратив – розповідь про факти, події, явища, спрямована на пояснення ситуації та окреслення шляхів вирішення проблемних питань [2, с. 8].

Можемо констатувати, що всі ці визначення передають розуміння наративу як структурної та ідейної основи, на яку слід спиратись у різних формах комунікації.

З'ясуємо необхідні структурні елементи наративу, визначені фахівцями сфери безпеки та оборони. У НАТО, а слідом за ним і в наших силових структурах, зазначають, що стратегічний наратив повинен містити структурні елементи: 1) поточний стан – опис проблеми, яка потребує вирішення (помилки, що потребує виправлення), 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; 3, дод. А].

З метою адаптації наративу, його підлаштування під певну аудиторію, рекомендується розробляти мікронаративи, які обов'язково мають узгоджуватися зі стратегічним наративом, щоб уникнути дисонансу [3, дод. А].

У цьому контексті важливо, що комунікативні наміри командира мають впливати зі стратегічного наративу, який обґрунтовує та спрямовує спільну діяльність і усвідомлення якого «є ключовим для узгодження дій, образів і слів»; у комунікації командир має спиратися на спільні функції (а саме на них ґрунтується наратив), щоб не допустити розриву між «скажи» і «роби»; і таким чином забезпечується «послідовний зв'язок між стратегією та тактикою» [3, с. 19].

Стратегічний наратив лежить в основі т.зв. «комунікаційної стратегії» – такий термін застосовують у стратегічних комунікаціях, щоб визначити таку комунікативну стратегію, яка є загальною, базовою, визначеною для всієї структури (держави, організації). Важливо, що у військовій структурі розроблення такої стратегії здійснюється тільки після остаточного формулювання наративу та його схвалення на військово-політичному рівні або затвердження вищим командуванням [2, с. 16].

На думку військових фахівців, загальноприйнята «комунікаційна стратегія» має сприяти досягненню таких **основних цілей**: зміцнення довіри суспільства до силових структур, об'єктивне інформування про їх діяльність, протидія дезінформації та маніпулятивній інформації, що шкодить виконанню військовими структурами завдань за призначенням [10, с. 3–4].

Уся ж комунікаційна діяльність військової структури повинна базуватися на **цінностях** людиноцентризму (людське життя як головна цінність, повага до особистості, дотримання норм і правил міжнародного гуманітарного права); взірцевості (український військовослужбовець має бути взірцем патріотизму, мужності, доблесті, сміливості, відданості справі тощо); професіоналізму (постійне навчання та розвиток військовослужбовців, обмін бойовим досвідом, здатність оперативно приймати рішення); відповідальності (кожен, і передусім командир, бере на себе відповідальність за боездатність, за додержання принципів соціальної справедливості, заохочення ініціативи та врахування думок підлеглих і т. ін.) [10, с. 3–4].

На думку фахівців НАТО, визначення загальної «комунікаційної стратегії» залежить від цілей і принципів діяльності. Основною метою НАТО, як оборонного альянсу, є стримування. Ефективність же стримування залежить від п'яти основних принципів: довіра (залежить від бажання діяти); пізнання (усвідомлення рівня боездатності – свого і супротивника); спроможність (здатність діяти); конкуренція; комунікація (забезпечення розуміння іншими наших спроможностей та бажання діяти) [3, с. 18].

Зіставивши мету та принципи діяльності силової структури, визначені фахівцями оборонного альянсу, з нашим національним розумінням змісту та ролі діяльності сил безпеки та оборони, можемо стверджувати, що вони є співвідносними зі змістом концептів *захист* і *захисник* в етнічній картині світу українців, а також з особливостями військового дискурсу.

Розглянемо більш детально. Зміст концепту *захист* в етнічній картині світу [8, с. 46] співвідноситься в доктрині НАТО зі стримуванням як базовою категорією в забезпеченні безпеки. Основні компоненти змісту концепту *захисник* [8, с. 46–50] співвідносяться з основними принципами стримування, визначеними в доктрині НАТО:

компонент *сила (боездатність)*, що полягає в поєднанні сили захисника (фізична сила, знання, володіння зброєю) та сили самої зброї, співвідноситься з натівським принципом спроможності, здатності діяти;

компонент *почуття обов'язку захисника (бажання захистити)* співвідноситься з натівським принципом довіри, бажання діяти;

компонент *розвиток захисника* співвідноситься з натівськими принципами пізнання і конкуренції.

А одна з типових ознак військового дискурсу – демонстрування сили захисника та боездатності армії [9, с. 97] – співвідноситься з натівським принципом комунікації, що полягає в забезпеченні розуміння іншими наших спроможностей та бажання діяти, тобто демонструванням наших можливостей, нашої боездатності, нашого прагнення захистити [3].

Усі ці зв'язки можна звести до формули: ми здатні захистити, ми хочемо це зробити, а отже, захистимо.

Виявивши спільність у розумінні цінностей та принципів діяльності й комунікації силових структур, з одного боку, українським суспільством, а з другого боку, самими представниками силових структур – вітчизняних та іноземних, – можемо стверджувати, що саме на таких цінностях і принципах має ґрунтуватися комунікація сил безпеки та оборони – як у межах самого військового дискурсу, основними учасниками якого є командир і підлеглий [9, с. 91], так і поза його межами, тобто з цивільними особами та організаціями, представниками медіа та зарубіжними партнерами.

У нашій роботі зосередимо увагу на комунікації в межах військового дискурсу, тобто на спілкуванні між командирами й підлеглими, як основними учасниками військового дискурсу.

Проведений аналіз інформації, що викладена в доктринах українських силових структур і НАТО та стосується цілей, принципів і правил комунікації, дозволяє запропонувати комунікативну стратегію взаємодії між командирами й підлеглими. У розробленій комунікативній стратегії також ураховані особливості військового дискурсу, його сучасні проблеми та умови.

**Комунікативна стратегія взаємодії між командирами та підлеглими** передбачає, що основним напрямом досягнення комунікативної мети є співробітництво комунікантів. Відповідно, ураховуючи прийнятий у теорії комунікації поділ комунікативних стратегій на кооперативні і некооперативні, відносимо стратегію взаємодії між командирами та підлеглими до кооперативних.

Визначимо основні **компоненти цієї стратегії**.

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

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 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 буде 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.**

Формування нової комунікативної взаємодії сприятиме досягненню актуальних організаційних і комунікативних цілей.

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 (у військових структурах): 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 активно змінюється за стандартами НАТО, 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).

**9. Ресурси** для досягнення цілей комунікації: використання стандартів НАТО (з урахуванням вітчизняних реалій); спільні колективні заходи; засоби зв'язку; відео-, інтернет- і кінопродукція.

#### **10. План роботи** щодо впровадження комунікативної 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 (українськими та іноземними); з громадськими організаціями;

в) ініціювати створення відео-, інтернет-, 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 внутрішньої та зовнішньої взаємодії.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Запропонована комунікативна стратегія взаємодії між командирами й підлеглими може бути використана для розроблення відповідної т.зв. «комунікаційної стратегії» (яка передбачає затвердження та характер керівного документа) в тих чи інших силових структурах, для забезпечення узгодженості та ефективності комунікації, що, у свою чергу, сприятиме ефективності військово-професійної діяльності та формуванню позитивного іміджу армії в суспільстві.

Поняття стратегічних комунікацій сьогодні визначається по-різному, проте спільним у його розумінні є усвідомлення важливості досягнення комунікативних цілей на різних рівнях – державному, інституційному, корпоративному. Досягнення ж комунікативних цілей є однією з основних умов ефективності комунікації, поряд зі збереженням комунікативної рівноваги

(психологічного комфорту) учасників комунікації. А отже, важливим чинником досягнення ефективності комунікації у військовій сфері сьогодні можна вважати стратегію комунікативної взаємодії між основними учасниками військового дискурсу – командиром і підлеглим.

Запропонована в цій роботі комунікативна стратегія взаємодії між командиром і підлеглим відповідає зазначеним характеристикам, оскільки ґрунтується на взаємодовірі, взаємоповазі, урахуванні думок і позицій кожного учасника комунікації, відповідає вимогам сучасного суспільства та чинним доктринам стратегічних комунікацій силових структур. Визначені компоненти комунікативної стратегії, зокрема й план її впровадження, відповідають характеристикам стратегій кооперації та спрямовані на забезпечення взаємодії та співробітництва учасників військового дискурсу в реалізації важливих комунікативних завдань – досягнення узгодженості дій в забезпеченні ефективності військових операцій, захисту безпеки громадян.

Розроблення комунікативної стратегії взаємодії представників силових структур із медіа визначаємо як перспективу дослідження.

### **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. Стандарт НАТО АJP–10. Об'єднана доктрина союзників для стратегічних комунікацій. Видання А. Версія 1. Бюро стандартизації НАТО (NSO), березень 2023 року. 119 с.
4. Дубов Д.В. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації. *Стратегічні пріоритети. Серія : Політика*. 2016. № 4 (41). С. 9–23. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol\\_2016\\_4\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sppol_2016_4_4)
5. Ліпкан В.А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <http://lipkan.com/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-nasuchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/>.
6. Макаренко Л.П. Стратегічні комунікації як засіб запобігання та протидії інформаційним війнам. *Регіональні студії : наук. журнал Держ. вищого навч. закладу «Ужгородський національний університет»*. Видавн. дім «Гельветика», 2022. № 30. С. 75–81.
7. Шклярчук М.Г. Стратегічні комунікації у системі державного управління України : дис. на здоб. наук. ступ. к. держ. упр. 25.00.02 / МАУП. Київ, 2018. 230 с.
8. Пелепейченко Л.М., Посмітна В.В. Мовний вплив у військовому дискурсі : моногр. Харків : Нац. акад. НГУ, 2014. 139 с.
9. 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.
10. Комунікаційна стратегія Збройних Сил України, затверджена Головнокомандувачем Збройних Сил України від 22.02.2023. Апарат Головнокомандувача Збройних Сил України. 15 с.