

**РЕКЛАМА ВІЙСЬКОВОГО ЧАСУ В УКРАЇНІ**  
**Скрипченко Я.В., Літвиненко М.В.**  
*Національний технічний університет*  
*«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Повномасштабне вторгнення дуже суттєво вплинуло як на ринок реклами, так і на всі інші галузі в Україні. В цих складних умовах, з'явилася потреба у пошуку можливих шляхів активізації економіки та поступового повернення конкурентоспроможності галузей. Рушієм даних процесів здатна стати рекламна індустрія, адже саме рекламний процес дає нам розуміння того що, як та для кого необхідно створювати [1].

Військова агресія змусила спеціалістів рекламного бізнесу стрімко імплементувати нові форми комунікації зі споживачами. Реклама отримала стрімкий розвиток у патріотичному напрямку, виокремивши певні бренди серед інших і розв'язавши комерційні питання компаній. У соціальній рекламі спостерігаємо різноманітні комунікативні технології привернення уваги, формування емоційних станів та просування ідей.

На сьогодні, патріотична реклама в Україні стала ключовим інструментом для формування патріотизму у мешканців країни. Ця реклама підкреслює нашу величну історію, традиції та важливість боротьби сьогодні за щасливе майбутнє наших дітей.

Яскравим прикладом є рекламні агенції з виробництва зовнішньої реклами, які з перших днів війни, почали масовану підтримку Збройних сил України, розміщаючи на банерах для зовнішньої реклами патріотичні гасла з вірою у власну армію, подяку військовим та, в кінцевому результаті, наш неминучий успіх.

Саме ця реклама була вкрай необхідною в перші тижні війни, наповнивши патріотизмом та вірою в нашу перемогу жителів країни. Широке розповсюдження патріотичної зовнішньої реклами виклало шалений відгук в ЗМІ по всьому світу. Через це, патріотична зовнішня реклама є дійсно важливою для розповсюдження і зміцнення суспільної думки.

Для того щоб бренд й надалі залишався конкурентоздатним в тих умовах, що склалися, він має задовольняти всі сучасні потреби цільової аудиторії, демонструвати свою патріотичну позицію та бути відвертим.

**Література:**

1. Коваленко О.О., Онисенко Т., Микитюк О. Перспективи розвитку креативної економіки України в умовах викликів військового часу. Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 2 (45). Київ. 2023.