

Ministry of Education and Science of Ukraine

National University of Food Technologies

**90th
International scientific conference
of young scientist and students**

**"Youth scientific achievements
to the 21st century nutrition
problem solution"**

April, 11–12 2024

Part 3

Kyiv, NUFT, 2024

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

**90-та
Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

**"Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем
харчування людства у ХХІ
столітті"**

11–12 квітня 2024 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2024

90th International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievement to the 21st century nutrition problem solution", April, 11–12, 2024. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv.

The publication contains materials of 90th International scientific conference of young scientists and students "Youth scientific achievements to the 21st century Nutrition problem solution".

It was considered the problems of improving existing and creating new energy and resource saving technologies for food production based on modern physical and chemical methods, the use of unconventional raw materials, modern technological and energy saving equipment, improve of efficiency of the enterprises, and also the students research work results for improve quality training of future professionals of the food industry.

The publication is intended for young scientists and researchers who are engaged in definite problems in the food science and industry.

ISBN 978-966-612-317-9

© NUFT, 2024

Матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті", 11–12 квітня 2024 р. – Київ: НУХТ, 2024. – Ч.3. – 516 с.

Видання містить матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті".

Розглянуто проблеми удосконалення існуючих та створення нових енерго-та ресурсощадних технологій для виробництва харчових продуктів на основі сучасних фізико-хімічних методів, використання нетрадиційної сировини, новітнього технологічного та енергозберігаючого обладнання, підвищення ефективності діяльності підприємств, а також результати науково-дослідних робіт студентів з метою підвищення якості підготовки майбутніх фахівців харчової промисловості.

Розраховано на молодих науковців і дослідників, які займаються означеними проблемами у харчовій науці та промисловості.

ISBN 978-966-612-317-9

© НУХТ, 2024

38. Соціальна реклама під час воєнних дій

Євгенія Горбач

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Соціальна реклама є важливим чинником соціалізації, оскільки вона формує громадську думку та висвітлює вагомі проблеми суспільства також соціальна реклама може закликати до об'єднання, популяризувати українське, розповсюджувати ідеї, які важливі для суспільства, формувати патріотичний настрій та бажання, задля діяльності, яка принесе користь державі.

Матеріали і методи. При проведенні дослідження були використано методи аналізу, систематизації та узагальнення отриманих даних.

Результати. Воєнний час вимагає від соціальної реклами змін. Починаючи від аналізу потреб суспільства, соціальна реклама має відображати зміни та звертати увагу на актуальні проблеми та вимоги населення. Реклама почала надавати інформацію про заходи безпеки та місця для надання фізичної та психологічної допомоги. Окрім цього почалося наголошення про важливість перевірки джерел інформації та протидії дезінформації.

Засобом поширення соціальної реклами в більшості випадків є зовнішня реклама та інтернет-реклама.

Використання звернень та гасл від Збройних Сил України та використання тексту з мотивами підтримки підкреслює, що український народ виступає і бореться за мир.

Соціальна реклама не тільки висвітлює проблеми та події, але й залучає громадян до активної волонтерської діяльності. Після початку повномасштабного вторгнення, соціальна реклама стала потужним засобом поширення волонтерської діяльності. Найбільшим розміщенням соціальної реклами про волонтерство є зовнішні рекламні щити. Інформація, яка там міститься наголошує про діяльність та можливості волонтерства. Така соціальна реклама була і буде ефективною та впливовою, оскільки вона підвищує свідомість громадян та залучає до допомоги.

Висновки. Отже, соціальна реклама має вплив та значення для українського народу, вона спрямовує увагу на проблеми, які виникли в воєнний час. Вона допомагає захистити себе та інших, що сприяє підвищенню громадянської активності.

Література.

1. Брезгунова Л. Як змінилась соціальна реклама після початку повномасштабного вторгнення? 2022.

<https://pressassociation.org.ua/ua/yak-zminilas-soczialna-reklama-pislya-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya/>

2. Хода Л. Д. Мовні особливості зовнішньої реклами України в умовах воєнного часу. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. . 2022 Т. 33 (72) № 5 Ч. 1 С. -81-86

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.