

суб'єкта – тепер людина набуває тілесної повноцінності, отримує свободу мислення, для неї відкривається горизонт можливостей через реалізацію вольового вибору, в кінцевому рахунку зростає цінність окремо взятої особистості. Але, питання наскільки зміна філософування середніх віків здійснила вплив на вирішення етичних проблем та принесла ясність і новизну у розуміння онтологічного простору душі залишається відкритим та потребує більш детального і глибокого дослідження.

Список використаних джерел

1. Кириленко Г.Г., Шевцов Е.В. Краткий философский словарь. Москва: СЛОВО, 2010. 480 с.
2. Гарэн Э. Проблемы итальянского Возрождения. Москва: Прогресс, 1986. 421 с.
3. Лосев А.Ф., Эстетика Возрождения. Москва: Изд-во МГУ, 1978. 304 с.
4. Романов Ю.И., Сандулов Ю.А. Краткая история философской мысли. СПб.: Лань, 2002. 224 с.
5. Черников В.Г. Философия диалектико-материалистического гуманизма. Рыбинск. Рыбинский Дом печати, 1998. 374 с.

**Медведська Людмила Євгенівна**

Кандидат історичних наук, доцент

*Київський національний університет будівництва і архітектури*

### **РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ІГОР В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ FACEBOOK)**

Незважаючи на активну діяльність провідників інтелектуального руху в Україні, до недавнього часу інтелектуальні ігри викликали зацікавленість у представників не надто широкого кола суспільства. Ймовірно, частково це було зумовлено недостатнім рівнем інформованості населення та іншими факторами. Серед них можемо припустити такі:

- відсутність іміджевого просування інтелектуальних ігор як модного та престижного виду дозвілля;
- жорстка конкуренція між гравцями та командами, що іноді призводить до ефекту психологічного дискомфорту у менш досвідчених гравців, які лише інтегруються у систему інтелектуальних ігор;
- низька оцінка власного інтелектуального багажу у ймовірних учасників таких ігор, невпевненість у відповідності рівня свого інтелекту для участі у них, психологічні блоки, страхи та комплекси, породжені негативними оцінками їхніх знань у школі чи вищому навчальному закладі;
- маргінальні соціальні стереотипи, за якими відмінників, інтелектуально розвинених та активних на уроках дітей висміювали в школі, що нерідко призводило до булінгу.

Тож динаміка популяризації інтелектуальних ігор в українському суспільстві до недавнього часу біла відносно одноманітною. Проте, з розвитком соціальних мереж рух інтелектуальних ігор отримав не лише значний поштовх, але й - нові хвилі послідовників. Особливо помітними такі процеси стали у соціальній мережі Facebook. Розглянемо каталізатори цих процесів на прикладі тематичних активностей у соцмережі Facebook.

Інструменти, якими мають змогу користуватися у цій мережі SMM-менеджери (SMM - від англ. social media marketing), відкрили широкі можливості перед популяризаторами інтелектуальних ігор в Україні. Тематичні пабліки та SMM-кампанії у соцмережах успішно виконують низку інших важливих для просування будь-якого продукту функцій. Звернімося до найбільш значущих.

Презентаційна функція: тематична сторінка того чи іншого інтелектуального клубу, фестивалю, окремих ігор чи інших заходів інтелектуального профілю виконує роль своєрідної візитки і частково – віртуального флаєра, який, за аналогією із своїм паперовим прототипом, "роздається" потенційним споживачам, але вже у віртуальній реальності;

Уже згадана інформаційна функція: що, де і коли - не лише питання-тригери для послідовників цієї гри, але й основні інформаційні меседжі стосовно події - що це за гра, де проводиться, коли, умови участі, регламент тощо;

Інноваційно-інтригуюча функція: поширення інформації у соцмережі про подію викликає зацікавленість навіть у тих користувачів, які жодного разу не брали участь в інтелектуальних іграх, адже для них це - нестандартний формат дозвілля, нова пропозиція, про яку вони досі не чули.

Соціальна або навіть можна сказати, вірусна, функція: активні учасники інтелектуальних ігор поширюють на свої сторінках тематичні анонси, відображаються на фото цих заходів у стрічках новин друзів, які, в свою чергу, починають цікавитися інтелектуальними іграми та розповсюджують таку інформацію серед інших – таким чином, ефект присутності інтелектуальних ігор у мережі весь час посилюється.

Іміджева функція: проведення частини інтелектуальних ігор у ресторанах, пабах, кафе, соціальних просторах дало активним відвідувачам таких локацій змогу фіксувати це на своїх сторінках у соцмережах і таким чином позиціонувати себе у якості споживачів не лише розважальних, але й інтелектуальних послуг

Перехресно-рекламна функція: не лише організатори ігор, але й SMM-менеджери локацій, де проводяться інтелектуальні ігри, також рекламують ці заходи на своїх сторінках у соцмережах, викладають фотозвіти та розповсюджують тематичні анонси. Таким чином, різні SMM-активності організаторів та менеджерів локацій перетинаються та забезпечують підвищення охоплення аудиторії.

Мотиваційна функція: все більш актуальними у суспільстві стають запити, що стосуються самопізнання, саморозвитку, пошуків нових форм взаємодії із соціумом, реалізація у незвичних досі для себе галузях, розкриття творчого та інтелектуального потенціалу тощо. Розповсюдження інформації про інтелектуальні ігри у соцмережах мотивує частину аудиторії спробувати себе у якості учасників таких заходів, або хоча б спершу стати спостерігачами. Успішні спроби призводять до нових інтелектуальних активностей користувача, а соцмережі відкривають можливість комунікації з іншими учасниками інтелектуальних ігор для обміну враженнями, пошуків легіонерів на ігри, команд для поодиноких гравців тощо.

Таким чином, рух інтелектуальних ігор в Україні отримує все більше послідовників - його осередки давно з'являлися у різних містах, регулярно проводяться фестивалі й офіційні турніри всеукраїнського та міжнародного рівня, анонси та фотозвіти яких розміщуються у Facebook. У соцмережах також спостерігається підвищення рівня попиту на інтелектуальні ігри різних форм (синхронні турніри, квізи тощо), а відповідно – й нових пропозицій з боку організаторів інтелектуальних ігор в Україні.

**Зборівська Оксана Мирославівна**

*Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України  
«Бережанський агротехнічний коледж»*

### **ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ (З ДОСВІДУ РОБОТИ КУРАТОРА)**

«Патріотизм – це внутрішнє почуття любові, поваги та відданості своїй Батьківщині», – відома істина. В умовах сьогоденних українських реалій, коли багато речей викликають у суспільстві негативне ставлення, виховувати справжніх патріотів складно, хоч більша частина українців називають себе патріотами.

Необхідно виробляти чітку методику щодо формування зрозумілої світоглядної позиції не тільки в напрямку любові до землі, пісні, вишиванки, а й, головне, щодо вироблення навичок плідної роботи для України. Треба задіяти молодь до спільної праці щодо відродження та примноження добробуту Вітчизни – це справжній патріотизм.

Патріотичне виховання – планомірна виховна діяльність, спрямована на формування у молоді почуття патріотизму, тобто доброго відношення до Батьківщини та до представників спільних культури або країни. Таке виховання прищеплює любов до Батьківщини; розвиває національну самосвідомість та гідність; прищеплює дбайливе ставлення до рідної мови, культури, традицій, природи рідної країни; розвиває потребу зробити свій внесок у долю Батьківщини, інтерес до міжнаціонального спілкування, прагнення праці на добробут рідної країни, її народу. Має застосовування у сім'ї та школі, в державних і громадських організаціях, засновуючись на впевненості в майбутньому.

Французький письменник Альбер Камю в романі «Чума» дає пораду всім: «Бути чесним означає добре робити свою справу». Ця людина була одним із найбільших песимістів і скептиків ХХ століття, який притримувався позиції, що світ повен випадковостей, які постійно руйнують плани людини, та в час складної «межової» ситуації він закликав до об'єднання у спільній справі, а головне «бути чесним». Сьогодні в Україні ці слова актуальні саме для педагогів. Треба докласти чимало зусиль, щоб «добре робити свою справу» – справу спілкування з молоддю (навіть коли вони йдуть у відмову): бути щирими й чесними з ними, дослухатися до дітей, демонструючи цим особистий патріотизм. Тільки демонструючи власний приклад, тільки своєю роботою навчаючи молоду людину бути активною та діяльною, ми зможемо виховувати справжніх патріотів України.

Із власного досвіду роботи куратора маю зізнатися, що не завжди легко організувати молодь до проведення спланованого заходу патріотичної тематики, особливо, якщо він не розважальний. Цьому має передувати психологічно підготовчий етап і поступова робота щодо патріотичного виховання.