

3. Стамеров К.К. Нариси з історії костюмів [текст] / К.К. Стамеров. – К.: Мистецтво, 1978. – 243 с.
4. Прогресс техники и технологии печатания тканей [текст] / Б.Н. Мельников, О.М. Лифенцев, Е. А. Осминин. — М.: Легкая индустрия, 1980. — 264 с.

**Янкович А.О.,**

студентка III курсу факультету менеджменту і бізнесу ВП «Миколаївська філія КНУКіМ»;

Науковий керівник:

**Сидоренко А.І.,**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри документознавства та інформаційних систем ВП «Миколаївська філія КНУКіМ», м. Миколаїв

## **ПОСТПРАВДА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ ТА МАСОВІЙ РОБОТІ БІБЛІОТЕК**

Постправда – це дії та мислення, «при яких об'єктивні факти є менш впливовими у формуванні громадської думки, ніж заклики до емоцій і особистих переконань» [1]. Тобто, це політика, яка спирається на почуття та власні переконання, які насправді не мають під собою реальних підстав (фактів). При цьому об'єктивна істина не фальсифікується чи піддається сумніву, а просто відсувається або «відходить на другий план».

Оксфордський словник обрав слово *post-truth* («пост правда») міжнародним словом 2016 року, посилаючись на 2000 – відсоткове зростання його використання у 2016 р. у порівнянні з 2015 р. [1].

Сьогодні можна виділити два типи «постправди».

У першому випадку – говорять одне, а роблять протилежне.

Другий варіант – просто ігнорувати докази.

Маніпулювання емоціями володіє сильним впливом на людей. Незважаючи на те, що постправда як самостійно відокремлене поняття ідентифіковано було лише в 2004 році, часткові або повні його прояви з'явилися вже давно, однак до появи визначення воно розглядалося не як самостійне, а скоріше як сегмент ряду інших прийомів взаємодії з інформаційною сферою.

Чому ж подібний вид впливів виявився настільки ефективним? Можна розглядати механізму впливу постправди на людську особистість з точки зору психології. Очевидно завдяки впливу на доволі значиму особистісну складову, як власні ідеологічні погляди на світ за допомогою прямого або непрямого впливу на емоції і почуття людини. Знаючи особливості людської поведінки,

можна впливати на його когнітивну складову. Наприклад, у постправді можна помітити такі методи впливу, як:

- Пояснення тих чи інших подій через звинувачення чогось або когось. Найчастіше при поясненні будь-якого обставини підкреслюється будь-якої єдиний фактор, значимість якого зводиться в абсолют. Але на справді у даної події не єдина причина. Як правило на нього впливає сукупність цілого ряду факторів.
- Емоційність історій. Якщо піднести одну і ту ж інформацію з високим акцентуванням на емоційність, а в іншому варіанті сухо викласти факти, то в більшості випадків люди виберуть ту історію, яка змусила їх співпереживати, боятися, захоплюватися, обурюватися, і не дивлячись на те, що деякі події в такій історії можуть бути прикрашені, а об'єктивні факти опущені, на це не звернуть належної уваги [1].

Активізація та специфіка суспільно-політичних катаклізмів в Україні протягом останніх років, що була зумовлена глибокою політичною та соціально-економічною нестабільністю, породили новий виток проблем організації та функціонування масової свідомості. З кожним роком зростає роль соціальних мереж як інструменту просування різної, зокрема і фейкової інформації. Бібліотеки як соціальні інститути, проводять відповідну роботу з цього питання, координуючи її з громадськими організаціями. Так, приміром, фахівці Херсонської обласної бібліотеки для юнацтва ім. Б. А. Лавренюва пройшли навчання для громадських активістів у рамках консультативно-навчального проекту «Будуємо мости заради реформ і довіри», організованого Інститутом масової інформації, провели низку тренінгів для учнів загальноосвітніх шкіл та студентів навчальних закладів м. Херсону на тему : «Скажи «НІ» дезінформації!». Один з таких тренінгів проведений для викладачів і студентів Відокремленого підрозділу «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв». На тренінгу розглянуті поняття: пропаганда, інформування, інформація і мас-медіа, інформація і вплив, маніпуляція і боротьба з ними та фейки [2].

Велику роботу проводять бібліотеки південного регіону з питань медіаосвіти: підготовлені медіа уроки, проводяться заходи з використанням мультимедійних технологій, розкриваються методи та засоби виявлення, розпізнавання фейкової інформації, способи її зменшення. Подібні зустрічі мають на меті допомогти педагогам, вчителям, бібліотекарям в наданні якісної інформації споживачам [2,3,4,5].

Бібліотеки також використовують контент-аналіз, який є методом виявлення маніпуляції у засобах масової інформації. Данні заходи проводять з метою зменшення кількості недостовірної інформації та її розпізнавання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Політика постправди // Википедія. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%>. – Назва з екрана.

2. Херсонська обласна бібліотека для юнацтва ім. Б. Лавреньова [Електронний ресурс] [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://unalib.ks.ua/>. – Назва з екрана.
3. Миколаївська обласна бібліотека для юнацтва [Електронний ресурс] [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://unbib.mk.ua/>. – Назва з екрана.
4. Миколаївська обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Гмирьова [Електронний ресурс] [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://www.reglibrary.mk.ua/>. – Назва з екрана.
5. Центральна бібліотека ім. М. Л. Кропивницького ЦБС для дорослих м. Миколаєва [Електронний ресурс] [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу : <http://www.niklib.com/home.ua>. – Назва з екрана.

**Яценко Я.С.,**

студентка IV курсу факультету менеджменту і бізнесу

ВП «Миколаївська філія КНУКіМ»;

Науковий керівник:

**Обозна А.О.,**

кандидат економічних наук, завідувач кафедри менеджменту ВП «Миколаївська філія КНУКіМ», м. Миколаїв

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ**

У зв'язку з погіршенням екологічних умов проживання, частими стресовими ситуаціями та тяжкою фізичною працею все більше людей потребує лікування (часто профілактичного) в санаторно-курортних закладах. Проте, як показує досвід, у більшості низька платоспроможність вітчизняних громадян та часто завищені ціни на комплексний продукт (процедури оздоровлення, проживання, харчування) в санаторно-курортних закладах не сприяють потужному розвитку ані самих закладів, ані залученню відпочиваючих.

Завдяки вдалому збігу географічного положення, геологічної будови та гідрогеологічних умов Україна має багаті рекреаційні й бальнеологічні ресурси для лікування та відпочинку населення, розвитку туризму і спорту.

Санаторно-курортна справа в Україні є одним з найдавніших видів рекреації. Вітчизняні кліматичні курорти добре відомі й користувалися попитом, починаючи з XIX ст., однак найбільшого розвитку зазнали в XX ст.

В сучасних умовах ринкового господарювання в санаторно-курортній справі України відбуваються структурні зміни, пов'язані, в першу чергу, з організаційно-управлінськими аспектами, а саме: зростає комерціалізація