

Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/200>. –

Назва з екрана.

2. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Тунісі.
3. Статистичний щорічник ВТО UN WTO Highlites – 2016.
4. Світова Туристична Оргнізація .
5. Д.І. Соловійов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання.
6. Використання світового досвіду залучення інвестицій в туристичний сектор.

**Сенета Т.**, студентка

Науковий керівник: Борко Т. М.,  
к.п.н., доцент, ВП «МФ КНУКіМ»,  
м. Миколаїв

## **СПІЧРАЙТЕРСТВО – НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Останнім часом стало модним слово «спічрайтинг», що лише на перший погляд означає якусь нову, небачену досі професію. Насправді ця спеціальність існує досить давно. Спічрайтинг (від англ. Speech wrıting – написання виступів) найбільш користується попитом у таких сферах діяльності, як політика і бізнес. Саме політики і бізнесмени мало не щодня виголошують великі та малі промови, читають доповіді, дають інтерв’ю, звертаються до своєї аудиторії через канали ЗМІ. Написання для них текстів виступів, презентацій, доповідей тощо – професійний обов’язок спічрайтерів.

Сьогодні науковці наголошують на тому, що спічрайтерство є й невід’ємною складовою в контексті розвитку туризму, адже спічрайтер може писати тексти виступів для екскурсіводів, використовуючи при цьому різні способи збору даних, щоб найбільш повно розкрити суть питання. Йому необхідно враховувати всі нюанси при написанні текстів: мету виступу, перспективну аудиторію, характер виступаючого, його лексичний запас, манеру говорити.

Взагалі професія спічрайтера користується попитом як в Україні, так і за кордоном. У наш час керівники туристичних організацій потребують

висококваліфікованих спеціалістів, які вміють не тільки грамотно говорити і точно викладати думки, а й віртуозно використовувати мовні фігури. Тому фахівці галузі туризму повинні застосовувати прийоми спічрайтерства, відмінно володіти словом як усно, так і письмово.

На Заході спічрайтер – одна з основних професій у сфері PR. Цей фахівець враховує нюанси і складає такий текст, який справить на слухачів потрібне враження, що характерно для галузі туризму. Зазвичай це особа, яка: гуманітарій за складом розуму; вміє виразно висловлювати власні та чужі думки; добре пише, має власні публікації; не боїться брати на себе відповідальність. Ця професія поки що не є цілком самостійною. Як правило, дослідники включають її у сферу зв'язків з громадськістю (PR), адже піар відіграє й вирішальну роль у розвитку туризму. Останнім часом окреслилася тенденція до відокремлення спічрайтингу від PR, тому і попит на спічрайтерів зріс. Вимоги до них підвищилися, а попит зріс саме на висококласних професіоналів [2].

Якими ж основними навичками необхідно володіти спічрайтеру в галузі туризму? Основне – чудове володіння словом. Фахівець повинен не лише грамотно писати, але і мати талант образного вираження думок. Разом з тим хорошому спічрайтерові треба уміти створювати декілька варіантів текстів для екскурсійних виступів, тез, доповідей на одну і ту ж тему [1].

Важливу роль у роботі цього фахівця відіграє знання психології, вміння інтуїтивно відчувати і піймати тон, манеру і стильові особливості мови людини, для якої він пише. Наприклад, можна вигадати чудовий текст, цікавий і бездоганний з точки зору норм мови, але такий, що абсолютно не відповідає характерним рисам та іміджу спікера (того, хто його промовлятиме). Мова промовця є частиною його образу, причому дуже важливою. Саме тому особисте знайомство і глибокий аналіз психолінгвістичних якостей мови самого промовця (у нашому випадку фахівця в галузі туризму) – запорука успіху спічрайтера.

Спічрайтинг напряму пов'язаний з такою класичною наукою, як риторика або ораторська майстерність. Спічрайтинг – професія, що базується на принципах риторики. Ось чому професійний спічрайтер має бути добре знайомий з історією, законами, основними персоналіями цієї науки. Риторикую викладають на гуманітарних факультетах вищих навчальних закладах як основну або факультативну дисципліну; її можна вивчати і самостійно за численними підручниками, науковими роботами і класичними текстами відомих ораторів. Що ж стосується власне спічрайтингу у сфері туризму, то

його навички опановують тільки самостійно за наявності усіх перерахованих вище рис і умінь [3].

На нашу думку, спічрайтерство необхідно використовувати у підготовці майбутнього фахівця галузі туризму, адже воно здійснює вплив на розвиток майбутнього спеціаліста у застосуванні різних прийомів та засобів при написанні текстів для екскурсійних виступів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Колесніков, А. Спічрайтери [Текст] / А. Колесніков, А. Гній. – Москва : АСТ. – 2007. – 284 с.
2. Кривоносов, А. Основи спічрайтингу [Текст] / А. Кривоносов. – Санкт-Петербург: Лабораторія оперативності друку факультету журналістики СПбДУ, 2003.
3. Олешко, В. Інформаційна діяльність ЗМІ [Текст] / В. Олешко. – Харків, 2001. – 262 с.

**Сивенко А. В.**, студент  
Науковий керівник: Попович С.І.,  
НУФВСУ, м. Київ

### **СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ М. КИЄВА**

Туристична індустрія – це сфера господарського комплексу, найважливіший сектор підприємницької діяльності, що розвивається швидкими темпами останніми роками. Сьогодні обсяг туристичного бізнесу дорівнює або навіть перевершує експорт нафти, продуктів харчування та автомобілів. На частку міжнародного туризму (подорожі та пасажирські перевезення) припадає 30 % світового експорту послуг і 6 % від загального обсягу експорту товарів і послуг. За даними Всесвітньої туристської організації (ВТО) кількість робочих місць у туристичній індустрії світу складає 1/1 від загальної чисельності зайнятих [4].

«Міжнародний туризм досяг нових висот у 2015 році. Ефективна діяльність цього сектору сприяє економічному зростанню і створенню робочих місць у багатьох частинах світу. Тому вкрай важливо, щоб країни заохочували