

джуються статистичними методами, а саме значенням критерію X^2 та коефіцієнта взаємної спряженості K .

Перспективою даного дослідження є порівняльний фоносемантичний аналіз публіцистич-

них текстів із іншими видами тексту, наприклад проза, поезія та інші. Також у перспективі доцільним видається дослідження звукосимволічних властивостей фонестем у публіцистиці з урахуванням феміністичного фактору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Левицький В.В. Звуковий символізм: Основні поняття, ідеї, результати. *Мовознавство*. 1993. № 1. С. 16–25.
2. Левицький В.В. Фонетичні зв'язки слів-синонімів і слів антонімів у німецькій мові. *Іноземна філологія*. 1979. №54. С. 67–71.
3. Liberman A. *Word origins and how we know them*. Oxford University Press. 2005. 312 p.

УДК 811.111'276.6:33(044.4)+378.147:316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.25>

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗДІЙСНЮВАТИ ПИСЬМОВУ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЮ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

PECULIARITIES OF CREATING BUSINESS LETTERS IN ENGLISH AND THE TECHNOLOGY OF TEACHING STUDENTS OF HIGHER EDUCATION IN ECONOMIC SPECIALTIES TO CARRY OUT WRITTEN BUSINESS COMMUNICATION IN ENGLISH

Росенко Л.В.,

orcid.org/0000-0002-6794-0051

старший викладач кафедри філології та перекладу

Київського національного університету технологій та дизайну

Редько С.П.,

orcid.org/0000-0002-2474-5344

старший викладач кафедри філології та перекладу

Київського національного університету технологій та дизайну

Бізнес-комунікація може здійснюватись в усній та письмовій формах, де необхідна належна підготовка для її ефективного здійснення. Слід брати до уваги важливість письмової мовної репрезентації бізнес-листування, адже за його зразками можна робити висновок про фахову компетентність працівника, його особистість та стиль управління. У статті розглядається питання особливостей здійснення письмової бізнес-комунікації англійською мовою, окреслено основні аспекти культури писемного ділового мовлення, що включає загальні вимоги до складання документів, лексичні особливості документів, особливості правопису, морфологічні засоби документів, синтаксис службової документації, рубрикацію. Зазначено важливість навчання здобувачів вищої освіти правильного оформлення ділового листа, дотримуючись норм граматики, пунктуації, стилістики та етики ділового спілкування. Для мови ділових листів характерна суворість викладу, використання спеціальної фразеології та синтаксичних кліше, відмова від експресивних лінгвістичних засобів, оскільки мова бізнес-листування вимагає точності та неможливості неправильної інтерпретації. У статті описано основні аспекти побудови електронного ділового листа англійською мовою, розглядаються основні лексико-стилістичні аспекти письмової бізнес-кореспонденції, де велика увага приділяється особливостям термінології листів, вживанню стандартних фраз-кліше, фразеологічних зворотів. У даному дослідженні проаналізовано основні правила здійснення ділового листування англійською мовою. Наголошується на бажаній довжині ділового листа, особливостей вживання аббревіатур, написання дат, вказівки розмірів, точності написання інформації, де наявні цифри. У статті здійснено спробу детальніше розглянути прийоми навчання здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей здійснювати бізнес-листування англійською мовою. Зазначаються актуальні теми ділових листів, яких здобувачам вищої освіти доцільно навчитись писати, щоб успішно здійснювати письмову бізнес-комунікацію в подальшій роботі. В дослідженні подаються питання для самоперевірки, що можуть бути корисними для оцінки вже написаного ділового листа.

Ключові слова: ділове листування англійською мовою, письмова бізнес-комунікація, листування для бізнесу, письмова бізнес-кореспонденція, мовні засоби листування для бізнесу.

Business communication can be carried out in oral and written forms, where proper preparation is necessary for its effective implementation. The importance of the written language representation of business correspondence should be taken into account, because based on its samples, it is possible to draw a conclusion about the professional competence of the employee, his personality and management style. The article examines the specifics of written business communication in English, outlines the main aspects of the culture of written business communication, which includes general requirements for drafting documents, lexical features of documents, spelling features, morphological means of documents, syntax of official documentation, classification. The importance of training of students of higher education regarding the correct design of business letters, observing the rules of grammar, punctuation, stylistics and business communication ethics, has been noted. The language of business letters is characterized by the strictness of the presentation, the use of special phraseology and syntactic clichés, the rejection of expressive linguistic means, since the language of business correspondence requires accuracy and the impossibility of misinterpretation. The article describes the main structural aspects of an electronic business letter in English, examines the main lexical and stylistic aspects of written business correspondence, where great attention is paid to the peculiarities of the terminology of letters, the use of standard cliché phrases, phraseological units. This study analyzes the basic rules of conducting business correspondence in English. Emphasis is placed on the desired length of a business letter, the peculiarities of using abbreviations, writing dates, specifying sizes, the accuracy of writing information, where numbers are specified. In the article, an attempt was made to consider in details the methods of teaching students of economic specialties to conduct business correspondence in English. The current topics of business letters have been indicated, that are advisable for students of higher education to learn to write in order to successfully carry out written business communication in the process of future work activity. The study presents questions for self-checking that can be useful for evaluating the newly composed written business letter.

Key words: business correspondence in English, business communication in writing, business letter writing, written business correspondence, linguistic means of business correspondence.

Постановка проблеми Імовірно, що кожний бізнесмен погодиться щодо важливості володіння англійською мовою для успішного здійснення бізнес-діяльності у сьогоденні. Бізнес-комунікація може здійснюватись в усній та письмовій формах, де необхідна належна підготовка для її ефективного здійснення. Кожна людина бізнесу погодиться, що вміння грамотно спілкуватися у письмовій формі англійською мовою є одним із елементів успішної бізнес-діяльності. Культура писемного ділового мовлення охоплює такі основні аспекти: загальні вимоги до складання документів, лексичні особливості документів, особливості правопису, морфологічні засоби документів, синтаксис службової документації, рубрикацію. Не можна недооцінювати важливість письмової мовної репрезентації бізнес-листування, адже за його зразками можна робити висновок про фахову компетентність працівника, його особистість та стиль управління.

Кореспонденція – це письмовий спосіб вираження повідомлень чи почуттів людей, що стосуються питань особистого характеру або між окремими особами чи компаніями з питань торгівлі та комерції [18, с. 3].

Вдалий діловий лист – це правильно і грамотно оформлений лист. Ділове листування по своїй суті є способом вирішення проблем, пов'язаних із бізнес-діяльністю, тому вимагає обдумування, уяви, оригінальної та чіткої мови викладу, творчої енергії, щоб отримати бажаний результат. Не викликає сумніву той факт, що мистецтву писати листи англійською мовою потрібно серйозно навчатися, для того, щоб звучати професійно, грамотно, компетентно, ввічливо та переконливо в моменти письмового ділового спілкування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Особливості написання ділової кореспонденції досліджували вчені Т.М. Волошина, А.М. Зленко, Muckian M., John A Woods, Davidson, W., Emig J. Особливості здійснення бізнес-комунікацій англійською мовою досліджували науковці Т.О. Вакулєнко, В.К. Молоткіна, Н. Химиці, О.М. Акмалдінова, Н.І. Балацька, Г.В. Сорокун, С.І. Ткаченко, С.О. Юрченко. Етика ділового спілкування стала предметом досліджень Т.Б. Гриценко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко, М.І. Пентиліук, І.І. Маруніч, І.В. Гайдаєнко. Крисанова Т.А. здійснила порівняльний аналіз лексико-граматичних особливостей англійського та українського ділового листа. Чепурна М.А. вивчала особливості перекладу ділових листів англійською та українською мовами.

Постановка завдання. Наша увага у цій статті буде прикута до особливостей здійснення письмового ділового листування англійською мовою та розвитку у студентів економічних спеціальностей вмінь здійснювати письмове ділове листування англійською мовою.

Метою даного дослідження є проаналізувати структурні та лексико-стилістичні особливості ділових листів, що надсилаються електронною поштою. Згідно з поставленою метою окреслено наступні завдання: охарактеризувати структурні елементи електронного ділового листа; описати характерні риси лексичного наповнення ділових листів англійською мовою; описати основні аспекти та етапи навчання студентів економічних спеціальностей здійснювати письмову бізнес-комунікацію англійською мовою.

Виклад основного матеріалу. Вілма Девідсон вважає, що впливовий діловий лист має такі характеристики:

- передбачає потреби читача;
- мова викладу емоційно нейтральна, з повагою;
- має ядро – чітко щось стверджує;
- впорядкований і вказує напрям руху;
- гарно виглядає на сторінці, його легко проглянути, прочитати і отримати з нього інформацію
- у ньому використовується конкретні, ретельно підібрані слова; короткий, але завершений за змістом;
- звучить так, ніби одна людина розмовляє з іншою; надає сильне відчуття автора, характеризує автора; змушує читача повірити в написане;
- повідомляє щось нове або щось відоме іншим способом;
- читається легко, звучить природно;
- в ньому дотримано правил написання та вживання слів, пунктуації [14, с. 3–4].

Структура ділового листа є переважно стандартизованою. У деяких випадках формат листа може бути різним, але основними елементами ділового листа є:

- тема: якщо надсилається електронний лист, то в темі листа стисло вказується мета електронного листа. Наприклад, "Subject: Congratulations on Your Promotion";
 - контактна інформація: повне ім'я, адреса, номер телефону та адреса електронної пошти;
 - привітання: на початку листа. Важливо написати правильно ім'я та назву посади адресата;
 - короткий вступ: після привітання, пишуть короткий вступ, що може бути виражений короткою дружньою фразою, наприклад, "I hope you are well". Після цього пояснюють мету написання листа: «I am writing to ...»;
 - в основній частині лаконічно потрібно викласти причину написання листа. Бажаний об'єм – 2–3 параграфи;
 - завершення: в кінці листа використовують фрази типу "Sincerely yours", "Faithfully yours", також вказується ім'я та посада адресанта;
- Згідно досліджень Крисанової Т.А., для ділового листа характерно вживання таких мовних засобів:
- ділової термінології (shipment, delivery);
 - фразеології, що має специфічний характер (cash on delivery);
 - мінімальне використання синонімів, щоб уникнути двозначності сприйняття;
 - відсутність емоційно-експресивної лексики;
 - наявність стандартних стійких словосполучень, певних мовних кліше, що реалізують категорію ділової ввічливості [8, с. 32].

Крисанової Т.А. вважає, що термінологічна лексика ділових англомовних листів може бути об'єднана у певні тематичні групи, що включають назви ділових документів, платежів, страхування, постачання та транспортування, якість товару та пакування, назви форм ділової активності [8, с. 33].

Електронна пошта є порівняно новим технологічним досягненням, і часто сприймається як швидкий і неофіційний засіб комунікації, тому люди часто необізнані зі стилем і правилами, яких вони мають дотримуватись використовуючи електронне листування у бізнес-ситуаціях. Волошина Т.М. зазначає, що до основних аспектів електронного листування можна віднести: основні правила електронного ділового листування; комунікативні стратегії в електронному діловому листуванні; особливості створення і оформлення електронних ділових листів; особливості використання мовних засобів у текстах таких листів; дотримання правил ділового етикету в електронному спілкуванні [3, с. 140].

В загальному, в електронних листах слід дотримуватись такого ж стилю, які і у звичайних ділових листах. Комерційна кореспонденція часто страждає від застарілої помпезної лексики англійської мови, що ускладнює повідомлення і викликає у отримувача відчуття, що він читає повідомлення незнайомою мовою. Тому варто брати до уваги наступні поради під час підготовки ділових листів іноземною мовою:

- повідомлення повинні бути короткі і по суті. Працівники часто отримують багато електронних листів під час робочого дня, тому стислість особливо важлива. Для того, щоб електронний лист був недовгим, працівники іноді використовують аббревіації для позначення відомих виразів. Але використовувати аббревіації потрібно обережно, і бажано це робити, коли вже встановлено дружній, неформальний контакт із адресатом;
- у бізнес-листуванні бажано не використовувати емотикони (смайлики), оскільки це може виглядати непрофесійно, особливо, якщо ви ще не знайомі добре з отримувачем повідомлення;
- переконайтесь, що ви правильно звертаєтесь до отримувача;
- не варто писати назву місяця у даті цифрами;
- текст повідомлення повинен бути достатньо довгим, щоб пояснити конкретно, що відправник потребує сказати, а отримувач повинен знати;
- інформація в листі має бути викладена в логічному порядку, при цьому кожний наступний аспект інформації тісно пов'язаний із попереднім;

– планування структури листа допоможе включити в нього всю потрібну інформацію і у правильному порядку. Для цього важливо визначити мету листа і, яку відповідь ви б хотіли отримати. Занотуйте всі аспекти, які необхідно включити в лист, перед початком написання листа;

– перше речення або абзац є дуже важливим, оскільки в ньому започатковується тон листа і створюється перше враження;

– середні параграфи листа будуть стосуватись головної інформації, яку потрібно надати, або питань, які потрібно запитати. Тут повнота і логічний порядок є дуже важливими;

– в кінці листа ми заохочуємо отримувача до подальших запитів або кореспонденції, зазначаючи, що лист буде очікуватись із нетерпінням;

– стиль листа також не має бути занадто простим, щоб не звучати неввічливо. Тут допоможе використання повних, а не скорочених форм, використання пасивного стану, часом об'єднання простих речень у складні;

– важливо встановити правильний «тон» у вашому листі. Це означає, що слід подавати повідомлення у нейтральному тоні, уникаючи пафосної мови з одного боку та просторічної лексики, з іншого боку. Можна встановити неправильний тон, неправильно використовуючи лексику або ідіоми та скорочені форми;

– якщо немає повної вневненості, що обривації або ініціали будуть правильно зрозумілі отримувачу, то краще їх не використовувати;

– використання цифр замість слів у датах може викликати непорозуміння;

– якщо невідомо ім'я або стать отримувача, потрібно використовувати звертання *Dear Sir /Madam, Dear Mr/Ms Barron*;

– відповідаючи на лист, потрібно цитувати покликання правильно, щоб отримувач чітко зрозумів, про що іде мова;

– особливої уваги вимагає написання цін та опис характеристик (розмірів і ваги). Неправильне їх зазначення може спричинити серйозне непорозуміння;

– обов'язково потрібно перевіряти, чи дійсно прикріплені у вкладенні необхідні документи, зазначені в листі. Чи прикріплені саме правильні (необхідні) документи.

Розвиток навичок письмової бізнес-комунікації є одним із завдань дисципліни «Іноземна мова фахового спрямування», що викладається у закладах вищої освіти. У англомовних підручниках, таких як “Market Leader”, “Business Partner”, “The Business”, “Intelligent Business”, що рекомендовані для використання в україн-

ських закладах вищої освіти, звертається особлива увага на підготовку до ділового листування англійською мовою, подаються зразки ділової кореспонденції. В деяких випадках пропонується виконати лексичні вправи, як от «вставити пропущені слова в поданий діловий лист». Після цього студентам пропонують написати електронний лист на задану тему за зразком. Так, вивчаючи дисципліну «Іноземна мова фахового спрямування», студенти навчаються писати супровідний лист (covering letter), лист-скаргу, знайомляться із функціональними фразами, що можуть бути корисними і у ділових листах іншої тематики). Серед запропонованих тем для ділових листів можуть бути такі: домовленість про першу зустріч, запит на інформацію про продукт, подяка клієнту за покупку послуги або сервісу, запрошення когось на особливу подію, оголошення порядку денного зборів, скарга про невчасний довіз, відповідь на запит про заміну товару, повідомлення співробітника про зміну в процедурі роботи, обговорення умов угоди, запит на продовження кінцевого терміну, вибачення за затримку в доправленні товару, виставлення рахунку за продукт чи послугу, нагадування колезі про що-небудь, підтвердження-пояснення умов подорожі, доповідь про прогрес у проекті, подяка співробітнику за додаткові зусилля у виконанні проекту, лист-прохання до колеги надати документи, пропозиція ідей керівнику і колегам, пояснення процесу, підтвердження присутності на зборах, схвалення запрошення відвідати захід, повідомлення співробітників про рішення на зборах, повідомлення співробітників про нові події у компанії та ін.

На нашу думку, прийоми роботи у сфері удосконалення навичок ділового листування іноземною мовою можуть бути розширені. Так, наприклад, варто розбити процес на декілька етапів. Спробуємо показати це на прикладі процесу навчання здобувачів вищої освіти писати лист на тему “Arranging a first-time meeting”.

1 етап – здобувачам вищої освіти пропонується опис бізнес-ситуації, де потрібно виступити в ролі людини, яка здійснює бізнес-листування, наприклад:

Pulis Berg Co. (PBC) is a seafood company. Based in Glasgow, UK, it exports frozen products to 20 countries in Europe and Africa. PBC wants to start selling other frozen foods, and is looking for a business partner. You work for PBC as the Chief Executive Officer.

Здобувачам вищої освіти повідомляється, що отримано лист і потрібно на нього відповісти:

From: Johannes Korhonen
To: Liudmyla Roienko
Subject: Potential partner in Denmark
 Hello Liudmyla

I think I've found a possible business partner for us. They're a Danish company called Falentin (see their website www.falentin.dk). The person for you to contact is their CEO Martin Jensen.

Let me know if you need any more information.

Johannes Korhonen
 Head of Market Research

Ознайомившись із листом, здобувачам потрібно визначитись, давши відповідь на такі запитання: Кому Ви пишете? Чому Ви пишете? Які 3 основні параграфи вам потрібно включити? Наприклад,

Who are you writing to? – Write an email to Martin Jensen.

Why are you writing? – To arrange a first-time meeting.

What 3 points do you need to include? - introduce yourself and your company; explain why you are writing; offer to meet.

Етап 2. Другий етап пов'язаний зі складанням плану написання листа. Тут здобувачам пропонується вправа, де потрібно пункти плану поставити у правильному порядку.

1) *Introduce yourself and your company (name, PBC seafood company, Norway);*

2) *Explain why you are writing (expand business, want partner with experience, meet to discuss potential partnership?)*

3) *Offer to meet (If interested, contact email address, arrange meeting Norway or Denmark).*

У цьому етапі демонструємо здобувачам структуру нашого майбутнього листа-відповіді:

Subject: Possible partnership with Pulis Berg Co.

Opening: Dear Mr. Jensen,

Introduce yourself and your company

Explain why you are writing

Offer to meet

Closing: Yours sincerely,

Liudmyla Roienko

CEO

Pulis Berg Co.

В наступних етапах увагу здобувачів вищої освіти звертають на особливості написання кожного елемента листа.

Етап 3. Написання вступної частини. Пропонується вже 2 готових варіанти на вибір. Потрібно вибрати найвдаліший варіант та обґрунтувати свій вибір. Наприклад:

1) I would like to introduce myself. My name is Helena Virtanen and I am the Chief Executive Officer

of Pulis Berg Co., a leading seafood company based in the UK. We export our products to 20 countries in Europe and Africa.

2) May I introduce myself? My name is Helena Virtanen. I have been a senior manager in several companies in UK, and since 2007 I have been CEO of the firm Pulis Berg Co.

Етап 4. Робота над написанням основної частини. Наприклад, даємо здобувачам вищої освіти готовий варіант основної частини, але з певними недоліками. Завдання тут можуть бути такого характеру:

– Знайти фразу в тексті, що є необов'язковою, оскільки вона повторює інформацію:

We would like to expand our business to include other frozen foods and want to find a partner with experience in this area. We know that Falentin is Denmark's leading frozen food company and we want to work together with another similar business. We would like to meet with you to discuss a partnership between our two companies.

– Чи вдалий параграф (надається варіант і потрібно відповісти так чи ні)?

I hope you find this proposal interesting. If so, please reply to this email. Then we can talk about meeting. The meeting could be in the UK or in Denmark.

Етап 5. Здобувачам вищої освіти надається текст подібної основної частини листа, написаного на подану тему, але цей варіант містить пунктуаційні та граматичні помилки. Їх потрібно виправити.

I am the CEO of Nutech, is a well-known consumer electronics company. We are exporting to many countries worldwide.

I am writing to propose you the idea that our two companies work together in the future and to suggest a meeting in order to discuss this. A meeting could be in Paris or here in London.

Please contact me if you are interested in this proposal. If you would like to know more about Nutech, please watch our website www.nutech.com.

I look forward to hearing from you.

Етап 6. Складання листа, поєднання елементів його частин, спираючись на підтримку вищезазначених зразків та пояснень. Викладач надає потрібні пояснення щодо використання лексичних та граматичних засобів, пунктуації.

Етап 7. Здобувачам пропонують зовсім нову ситуацію, де потрібно самостійно скласти лист такої ж тематики.

Етап 8. Після того, як здобувачі вищої освіти підготують діловий лист на задану тему самостійно, їм пропонується порівняти його із

листом-зразком відповіді, який викладач підготував заздалегідь. Це дуже корисно, адже на цьому етапі студенти порівнюють свої варіанти з правильним варіантом і мають можливість зрозуміти, які словосполучення і речення потребують додаткової уваги і виправлення.

Взагалі, складаючи діловий лист англійською мовою, здобувачі вищої освіти мають відповісти на такі запитання для самоперевірки:

Досягнення завдання

1. Чи адресат правильно зрозуміє, що ви хочете, щоб він зробив?

2. Чи надали Ви всю необхідну інформацію в листі?

3. Чи правильний об'єм листа стосовно кількості слів?

Організація листа

1. Чи кожен параграф має одне речення, що передає головну ідею? Чи інші речення у цьому параграфі дають достатньо інформації про головну ідею?

2. Чи розділений тест листа на смислові параграфи?

3. Чи лише одна головна ідея у кожному параграфі?

4. Чи параграфи розташовані у логічному порядку?

Правильність мови

1. Чи узгоджуються іменники і дієслова?

2. Чи правильно використано артиклі (a/an/the/-)?

3. Чи у правильних часах вжиті дієслова?

4. Чи правильно написані слова і вжито знаки пунктуації (., ; : ‘” ’)?

5. Чи речення не занадто довгі? Використати два коротших, два простіших речення краще, ніж одне довге.

6. Чи можна сказати це простіше і зрозуміліше?

7. Чи повторюєте ви ті ж самі слова? Використовуйте синоніми, де це можливо.

Стиль

8. Чи дотримані норми ввічливості?

9. Чи правильно вибраний тон письмового повідомлення?

10. Які стосунки у вас із людиною, якій ви пишете? Чи добре ви з нею знайомі чи ні?

Висновки. Уміння здійснювати ділове листування англійською мовою є надзвичайно важливим умінням для здійснення успішної міжнародної бізнес-діяльності. Мова листів в загальному більш збалансована і офіційна, ніж мова усного спілкування. Діловий лист може виконувати роль доказу, якщо виникає конфліктна ситуація у процесі бізнес-діяльності. Ефективна комунікація сприяє обміну ідеями або інформацією, і просуває взаєморозуміння та впевненість, а також позитивні стосунки між працівниками. Працівник, який пише діловий лист іноземною мовою, повинен намагатися максимально грамотно, чітко і точно виражати свої думки, щоб отримувач листа міг правильно його зрозуміти. Здобувачі закладів вищої освіти в рамках вивчення дисципліни «Іноземна мова фахового спрямування» мають можливість навчитись писати ділові листи англійською мовою на найпоширеніші теми бізнес-активності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вакуленко Т. О. Professional English: English for Business Communication: навч. посіб. / К.: НАУ. 2012. 396 с.
2. Вовк Н. С. Ділова документація: навч. посіб. / Н. С. Вовк, Р. О. Голощук; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2019. 199 с.
3. Волошина Т. М. Електронне ділове листування: мовно-комунікативна специфіка та етикет «Молодий вчений» № 5 (105) травень, 2022 р. С. 139–144.
4. Ділова кореспонденція: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. А.М. Зленко. Бориспіль: Ризографіка, 2018. 180 с.
5. Зінукова Н. В. Ділова документація англійською мовою: складання та переклад Дніпропетровський ун-т економіки та права. Д. : ДУЕП, 2006. 68 с.
6. Загнітко, А.П. Українське ділове мовлення фахового і нефахового спілкування Донецьк: БАО, 2010. 480 с.
7. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Гриценко, Т.Д. Іщенко та ін.]. К.: Центр учбової літератури, 2017. 344 с.
8. Крисанова Т. А. Лексико-граматичні особливості англійського та українського ділового листа: компаративний аспект. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки* 17, 2009. С. 31–35.
9. Молоткіна В.К. Організація сучасної ділової комунікації: Навчально-методичний посібник. Переяслав-Хмельницький: «Видавництво КСВ», 2018. 267 с.
10. Ніколаєнко, Ю. О. Business English : навч. посіб. / Ю. О. Ніколаєнко. К. : Ліра-К, 2017. 194 с.

11. Пентиліук М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення. Навч. Посіб. К.: Центр учбової літератури. 2020. 224 с.
12. Правила ділового листування / Офіційний сайт «Бібліотека Сумського державного університету». URL: <https://library.sumdu.edu.ua/uk/biblioteka/library-projects/promotsii-chytannia/knyzhkovyi-bloh/879-dilovelistuvannya.html> (дата звернення: 27.08.2023).
13. Химиця Н. О. Ділова комунікація [Текст]: навч. посіб. / Н. О. Химиця, О. О. Морушко ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2016. 207 с.
14. Davidson, W., Emig J. Business Writing: Proven Techniques for Writing Memos, Letters, Reports, and Emails that Get Results Business Writing St. Martin's Publishing Group, 2015, 336 p.
15. English for International Business Communication: Навчальний посібник / О.М. Акмалдінова, Н.І. Балацька, Г.В. Сорокун, С.І. Ткаченко, С.О. Юрченко. К.: НАУ, 2016. 164 с.
16. Muckian M., John A Woods. Business Letter Handbook Adams Media 1997, 256 p.
17. Dr. Ramesh R. Kulkarni, Rangappa Yaraddi Business communication: a text for UG and PG students. Notion Press, 2017.
18. R.S.N. Pillai, Bagavathi Modern commercial correspondence. For Graduation Courses, Examinations, Business Executives. Competitive S. Chand and Company PVT. LTD 2013. 358 p.

UDC 811.111

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2023.29.2.26>

**INCONGRUITY OF THE COMIC IN FICTION BY DOUGLAS ADAMS:
CASE STUDY OF *THE HITCHHIKER'S GUIDE TO THE GALAXY***

**ІНКОНГРУЕНТНІСТЬ КОМІЧНОГО У ТВОРАХ ДУГЛАСА АДАМСА:
НА ПРИКЛАДІ «ПУТІВНИКА ПО ГАЛАКТИЦІ ДЛЯ КОСМОТУРИСТІВ»**

Sodel O.S.,

*orcid.org/0009-0005-6759-8232**Candidate of Philological Sciences,**Senior Lecturer at the Department of English Philology**National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

The article is devoted to the study of incongruity of the comic in fiction by Douglas Adams based on his novel "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy". The research relevance is justified by the fact that the study of incongruity as a cognitive mechanism of creating the comic contributes to the actualization of such techniques and means at the language and speech levels, the basis of which is a violation of the norm, as well as that "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy" is a prime example of how incongruity can be employed as mechanism of the comic in fiction, so studying incongruity in the novel, the researcher can gain a deeper understanding of how comedy can be created through the manipulation of reader expectations and the introduction of the unexpected. The aim of the article is to determine the specifics of incongruity realization in the novel "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy" by Douglas Adams. Accordingly, the following objectives has been set: 1) to define incongruity as a mechanism of the comic creation; 2) to present the typology of incongruity; 3) to describe the specifics of functioning different types of incongruity in the novel "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy" by Douglas Adams. The research reveals that the Incongruity Theory of the comic supposes that the cause of laughter is the perception of something incongruous – something that violates people's mental patterns and expectations. Incongruity as a marker of "deceived expectation" is typified according to the norms that were violated, into ontological, logical and notional, and valorative incongruity. The concept of incongruity is prominently demonstrated in Douglas Adams' "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy", where incongruity serves as a fundamental mechanism for creating humor. The novel is filled with situations that defy logic, characters who behave unusually, and unexpected twists – all of which utilize various forms of incongruity. Absurd creatures and events introduce ontological incongruity; illogical and irrational scenarios embody logical and notional incongruity, and valorative incongruity is used for critiquing the norms of society. These different forms of incongruity often blend resulting in intricate humor that can, for instance, highlight society's focus on money. Douglas Adams masterfully employs incongruity to create entertaining but thought-provoking narrative at the same time.

Key words: the comic, incongruity, mechanism of the comic, fiction, Douglas Adams, "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy", violation of the norms.

Статтю присвячено дослідженню інконгруентності комічного в художній творчості Дугласа Адамса на прикладі роману "The Hitchhiker's Guide to the Galaxy" («Путівник по Галактиці для космотуристів»). Актуальність дослідження обґрунтовується тим, що вивчення інконгруентності як когнітивного механізму створення комічного сприяє актуалізації