**Тема 5. Ознаки і причини неуспішної комунікації**

**План**

1. Неуспішна мовна комунікація.

2. Комунікативний саботаж.

3. Типологія комунікативних невдач.

4. Правила спілкування.

Ключові слова: неуспішна комунікація, саботаж, комунікативна невдача, правила спілкування, типологія.

**Практичні завдання**

1. Керівництво вашої установи просить Вас піти на переговори з дуже важливим партнером. Це великий грандовий проект, де у вашої установи є всі шанси його отримати. Останній етап – це успішні переговори. Але є ще й інший представник, який хоче отримати цей гранд, і він дуже часто вдається до маніпулятивних технік спілкування. Запропонуйте ваш підхід, який допоміг би у вирішенні даної проблеми. Які методи слід застосувати в цьому випадку? Чи можна використати якийсь конкретний метод, щоб досягти ефективності?

2. Уявіть себе директором магазину верхнього одягу. У вас з минулого се­зону залишився товар (куртки, пальта: жіночі і чоловічі). Повернути цей товар постачальникам ви не можете. Які ваші дії, щоб якнайшвидше продати товар? Можливо, знизити ціну і давати подарунок кожному по­купцю (наприклад, шарфи)? Чи зали­шити все без змін і чекати, коли куртки і пальта продадуться? Яким чином можна ви­рішити ситуацію? Як повернути вкладені у куртки та пальта кошти?

3. Уявіть себе працівником нової рекламної фірми, яка відкрилась в місті півроку тому, і ще завойовує репутацію. Ви працюєте з клієнтами, які часто приходять особисто на фірму для ознайомлення з послугами та оформлення необхідних документів. Керівник звернувся до вам з проханням запропонувати ідею щодо оформлення кабінету, в якому ви приймаєте клієнтів, оскільки, вважає це одним із дієвих методів зацікавлення потенційних клієнтів до співпраці, але фінансових ресурсів на наймання дизайнера з оформлення інтер’єру на фірмі немає. Яка буде ваша реакція на дану пропозицію? Які будуть ваші креативні пропозиції щодо оформлення кабінету? Якими методами можна зацікавити потенційних клієнтів?

4. На ринку художніх картин міста пропозиції значно перевищують попит. Ви зголосилися бути менеджером художника-початківця. Худож­ник є зовсім невідомим ні серед художнього бомонду, ні серед клієнтів. Яким чином можна ви­рішити ситуацію? Які ваші дії для зацікавлення роботами художника потенційних покупців?

**Завдання для самостійної роботи**

1. За допомогою прийому «Я-твердження» ефективно встановіть зворотній зв'язок з тим хто говорить.( Які фрази Ви будете використовувати. Наведіть приклади)

2. Наведіть приклади з художніх творів комунікативних девіацій спричинених контактом або адресатом.

3. Підготуйте приклади основних стратегій і тактик комунікативного саботажу

4. Наведіть приклади маніпуляції образом уявного комунікатора.

5. Назвіть елементи комунікативної девіації спричиненої адресантом.

**Дайте відповіді на запитання:**

1. Які види питань найчастіше зустрічаються у діловому спілкуванню?

2. Чому партнери по спілкуванню прибігають до комунікативного саботажу?

3. Чи є потреба приділяти велику увагу коли відбувається «комунікативний саботаж». Обґрунтуйте відповідь.

4. Які основні правила мовної комунікації?

**Питання для самоперевірки**

1. Які є чотири етапи мовленнєвого спілкування, на яких трапляються комунікативні збої або провали?

2. Що розуміють під поняттям «негармонійне спілкування»?

3. Охарактеризуйте поняття неуспішна мовна комунікація.

4. Чим зумовлені комунікативні девіації?

5. Що означає термін «комунікативний саботаж»?

6. Що належить до основних стратегій і тактик комунікативного саботажу ?

7. Яку комплексну типологію комунікативних невдач запропонував Ф. Бацевич?

8. Які основні правила мовної комунікації?