

---

## 1. Модель комунікації Гарольда Лассуелла

Модель Лассуелла (1948) описує процес комунікації у вигляді п'яти основних питань:

1. Хто? – Комунікатор (джерело інформації).
2. Що? – Повідомлення (інформація, яку передають).
3. Яким каналом? – Канал комунікації (засоби передачі повідомлення).
4. Кому? – Аудиторія (отримувачі повідомлення).
5. З яким ефектом? – Ефект комунікації (результат передачі інформації).

Ця модель підходить для аналізу масових комунікацій, наприклад:

- Рекламне повідомлення: Хто? Маркетолог, Що? Реклама продукту, Яким каналом? Телебачення, Кому? Споживачі, З яким ефектом? Збільшення продажів.

---

## 2. Двоступенева модель комунікації

Розроблена Полом Лазарсфельдом і Елгуртом Кацом, ця модель пояснює, як інформація поширюється в суспільстві.

1. Інформація від медіа спочатку досягає лідера думок.
2. Лідери думок діляться інформацією з масами, які довіряють їхній думці.

Приклад: популярний блогер отримує рекламу продукту, випробовує його та передає свої враження підписникам.

---

### 3. Теорія спіралі мовчання Елізабет Ноель-Нойман

Ця теорія пояснює, чому люди бояться висловлювати свою думку, якщо вона суперечить громадській думці.

- Люди спостерігають за суспільною думкою.
- Якщо їхня думка не збігається із загальноприйнятою, вони залишаються мовчазними, боячись ізоляції.
- Це мовчання створює спіраль, коли альтернатива стає ще менш видимою.

Приклад: у груповій дискусії люди можуть уникати підтримки менш популярної ідеї, навіть якщо з нею погоджуються.

---

### 4. Модель дифузної теорії

Розроблена Евереттом Роджерсом, ця модель описує, як нові ідеї або технології поширюються у суспільстві:

1. Інноватори – 2.5%.
2. Ранні послідовники – 13.5%.
3. Рання більшість – 34%.
4. Пізня більшість – 34%.
5. Відстаючі – 16%.

Приклад: впровадження смартфонів – від інноваторів до масового використання.

---

## 5. Модель брамника (Gatekeeping)

Ця модель показує, як певні особи чи організації контролюють потік інформації, вирішуючи, що буде передано аудиторії.

- Брамниками можуть бути журналісти, редактори, платформи соцмереж.
- Вони фільтрують контент, залежно від політики, впливу або особистих інтересів.

Приклад: у новинах вирішують, які історії будуть показані, а які – ні.

---

## 6. Модель «Структура новини»

Ця модель пояснює, як новини формуються, структуровані й передаються:

- Заголовок: ключова ідея.
- Вступ: відповідає на основні запитання (хто, що, де, коли, чому).
- Деталі: пояснення та уточнення.
- Контекст: пов'язані факти.

Приклад: новина про подію спочатку подає заголовок (факт), потім деталізує ситуацію.

---

## 7. Структура процесу комунікації, бар'єри та їх подолання

Структура процесу комунікації:

1. Відправник: той, хто генерує повідомлення.
2. Кодування: перетворення ідей у повідомлення.
3. Канал: засіб передачі інформації.
4. Декодування: інтерпретація повідомлення отримувачем.
5. Зворотний зв'язок: реакція отримувача.

Бар'єри комунікації:

- Фізичні: шум, поганий зв'язок.
- Психологічні: стрес, емоції.
- Лінгвістичні: різна мова, жаргон.
- Соціокультурні: відмінності у цінностях.

Шляхи подолання:

- Чітке формулювання повідомлень.
  - Використання візуальних матеріалів.
  - Активне слухання.
  - Врахування культурного контексту.
-

## *8. Вербальні засоби комунікації*

*Це використання слів для передачі інформації.*

*Приклади:*

- *Усне мовлення (розмови, виступи).*
  - *Письмове мовлення (листи, звіти).*
- 

## *9. Невербальні засоби комунікації та знакові системи*

*Невербальна комунікація включає мову тіла, міміку, жести, інтонацію.*

*Приклади:*

- *Мова тіла: поза, рухи рук.*
- *Міміка: вираз обличчя.*
- *Інтонація: тон голосу.*

*Знакові системи:*

- *Символи: логотипи, знаки.*
  - *Ікони: зображення, що представляють ідею.*
-