

UOT-811.11-112

Səhifə: 154-158

<https://doi.org/10.59849/2663-8967.2023.1.154>

*Ədilə Fərzəliyeva*  
*Odlar Yurdu Universiteti*  
*[adelya05@hotmail.com](mailto:adelya05@hotmail.com)*

## EMOSIONAL ÜNSİYYƏT MODELƏRİ VƏ ONLARIN ƏSAS XÜSUSİYYƏTLƏRİ

**Açar sözlər:** *informativ ünsiyyət modeli, ekspressiv ünsiyyət modeli, suggetiv informasiya modeli, ritual ünsiyyət modeli;*

**Key words:** *informative communication model, expressive communication model, suggestive information model, ritual communication model;*

**Ключевые слова:** *информационная модель общения, экспрессивная модель общения, суггестивная информационная модель, ритуальная модель общения;*

Ünsiyyət bəşər tarixinin təşəkkül tapdığı ilk dövrlərdən insanlar arasında ən vacib əlaqə vasitəsi hesab edilir. Ünsiyyət, onun məqsədi, funksiyası, növləri və s. barədə istər sosioloqlar, filosoflar, psixoloqlar, istərsə də dilçilər tərəfindən müxtəlif araşdırma və tədqiqatlar aparılmasına baxmayaraq, ünsiyyət, onun məqsədi, növləri və s. barədə yekdil fikir yoxdur.

Adler və Tauna(1978) görə, indiyə qədər həyata keçirilən və hər zaman həyata keçiriləcək hər şey başqaları ilə ünsiyyəti əhatə edir [1, s 217]. Psixoloq Abraham Maslou (1970) isə şəxsi ehtiyacları ödəmək qabiliyyətinin əsasən ünsiyyət qurmaq bacarığından irəli gəldiyini irəli sürür [3, s. 4].

Məlumdur ki, ünsiyyətin əsas funksiyası insanlar arasında rabitə yaratmaqdan ibarətdir. Bununla belə, ünsiyyətin bir çox modelləri vardır ki, onların hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Ünsiyyət modelləri quruluşuna və məzmununa görə iki qrupa bölünür. Birinci qrupa, yəni quruluşuna görə ünsiyyət modelləri, əsasən üç qrupa bölünür; xətti, qeyri-xətti və transaktiv.

1) Xətti ünsiyyət modelləri bir istiqamətli olub, alıcının (resipient) rəyi olmadan kommunikator tərəfindən yönəldilmiş birtərəfli mesajların mexanizmlərini izah edir. Başqa sözlə, bu modelə əsasən adresant tərəfindən məlumat adresata ötürülür. Xətti ünsiyyət modellərinin əsas qüsuru ondan ibarət idi ki, burada əks əlaqə yox idi, yəni adresat məlumatı aldıqdan sonra ona cavab verə bilmirdi [1, s. 193]. Xətti ünsiyyət modeli ilk dəfə məşhur yunan filosofu Aristotel tərəfindən irəli sürülmüşdür. Bu model sonralar Lasvell, Şennon-Viver və b. tərəfindən inkişaf etdirilərək təkmilləşdirildi.

2) XX əsrin ortalarında amerikalı sosial psixoloq Teodor Nyukomb tərəfindən təklif edilən qeyri-xətti və ya interaktiv ünsiyyət modeli xətti ünsiyyət modelinin birtərəfli əlaqəsini aradan qaldırdı. Xətti modeldən fərqli olaraq, bu modeldə adresant ilə adresat arasında əks əlaqə vardır. Başqa sözlə adresant adresata mesaj göndərir, o (adresat) da ona cavab verir. Onların arasında rolların birdəfəlik dəyişməsi olur. T.Nyukombun fikrincə, “ünsiyyətin qeyri-xətti (interaktiv) modeli ümumi mövzuda adresant və adresatın mövqeyinin yaxınlaşması və ya uzaqlaşması, onların qarşılıqlı anlaşma və əməkdaşlıq imkanlarının genişləndirilməsi və son nəticədə ünsiyyət iştirakçıları arasında razılığın əldə edilməsi nəticəsində baş verir” [7]. Qeyri-xətti ünsiyyət modelləri sonralar Osqud-Şramm, Uestli-Maklin və b. tərəfindən inkişaf etdirildi.

3) Texas Kommunikasiya məktəbinin nümayəndəsi A.Ten tərəfindən təklif edilən ünsiyyətin transaktiv modelinə əsasən adresant və adresatın hər ikisi ünsiyyətdə eyni fəallıqla iştirak edir. Başqa sözlə, burada ünsiyyət iştirakçılarının hər biri öz növbəsində mesaj göndərir və ya alır. Bu model Barnlund, Dans və b. tərəfindən inkişaf etdirilmişdir.

Ünsiyyətin məzmunundan, yəni ünsiyyət subyektlərinin psixoloji-emosional vəziyyətindən asılı olaraq ünsiyyət modelləri iki qrupa bölünür:

- 1) rahat (comfort)-psixoloji ünsiyyət modelləri,
- 2) narahat (discomfort) -psixoloji ünsiyyət modelləri.

Rahat (komfort) ünsiyyət modellərinə ekspressiv, suggetiv, informativ, inandırma və ritual modelləri göstərmək olar.

Ünsiyyətin informativ modeli, adətən məlumatın ötürülməsi və qəbul edilməsi, onun təhlili, şərhli zamanı istifadə edilir. Danışan tərəfindən dinləyiciyə ötürülən məlumat ünsiyyət iştirakçılarının məlumat fondunu genişləndirir, innovativ məlumatlar verir, mövcud vəziyyətin şərtlərini izah edir, yeni biliklər əldə etməyə və ya səmərəli qərar qəbul etməyə imkan verən konkret faktlar və rəqəmlər təqdim edir. Qeyd etmək lazımdır ki, məlumat ötürülməsi bir adam üçün deyil, bir neçə adam və ya qrup şəklində olan auditoriya üçün nəzərdə tutulur. Bu zaman ünsiyyətin aparıcı subyekti danışan, yəni adresant olur. Ünsiyyətin digər subyektlərinin, yəni adresatların ünsiyyət prosesinin gedişatını dəyişdirmək və ya danışanın sözünü kəsmək imkanı olmur. Buna görə də, danışan və ya çıxış edən verdiyi məlumatın məzmununa, informasiyanın necə təqdim edilməsinə diqqət verməlidir. Bundan başqa, danışan dinləyiciləri maraqlandırır-maraqlandırmadığına, dinləyicilərin məlumatı anlamasına əmin olmalıdır.

M. Koşmann ünsiyyətin informativ modelini ortaqlıq bilikləri ehtiva edən fiziki konteyner tərəfindən paylanan və formalaşan kommunikativ axını ehtiva edən su soyuducusu kimi təsvir edir [3, s. 409-416].

Ünsiyyətin informativ modelinə, adətən məruzə, mühazirə, seçki qabağı çıxışlar, həmçinin yazılı işlərdən: referat, kurs işləri, layihələr, habelə video, təlim-tərbiyə xarakterli televiziya verilişləri nümunə kimi hesab edilə bilər. Ünsiyyətin bu modelinin daha səmərəli olması üçün ünsiyyət iştirakçılarının yaşı, hazırlığı, yeni informasiyanı qəbul etmək bacarığı nəzərə alınmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, ünsiyyətin informativ modeli quruluşuna görə ünsiyyətin xətti modelinə uyğun gəlir.

Ünsiyyətin inandırma modeli ünsiyyət iştirakçılarını öz həmfikirlərinə çevirməyə, bu və ya digər vəziyyətdən maksimum məhsuldarlıqla çıxmağa imkan verir. Bununla belə, inandırmaq mürəkkəb bir ünsiyyət prosesidir və hər kəs bu ünsiyyət modelindən maksimum səmərəli istifadə etməyi bacarmır.

Məlumdur ki, inandırma ( ritorika) iki min ildən çox əvvəl yunanlar tərəfindən təhsil sisteminin bir hissəsi kimi formalaşdırılmışdır. Ritorika yunan dilindən götürülmüş (rhetorikos - gözəl, təmtəraqlı, lakin boş nitq) nitqdən təsirli və inandırıcı şəkildə istifadə etmək sənəti deməkdir. Aristotelin ilk dəfə təqdim etdiyi “ethos”, “logos” və “pathos” anlayışları “mənbələrin etibarlılığı”, “məntiqi arqumentlər” və “emosional cazibə” mənasını verir. Bütün bunlar ünsiyyətin inandırma modelinin zəruri komponentləridir.

Inandırma elə bir kommunikativ prosesdir ki, burada kommunikator inandırılan şəxsin və ya bir qrup şəxsin inanclarında, münasibətində və ya davranışında dəyişiklik etməyə cəhd edir. İnandırmaya təsir göstərən bir sıra prinsiplər vardır. Onların arasında şifahi, müsbət mesajlara, təmkinli emosional çağırışlara, faktlara və güclü arqumentlərə əsaslanan məntiqi nəticələrə, fədakar insan tələbatlarının ödənilməsinə, natiqlik bacarığına üstünlük verilir.

Inandırmanın ən çətin vəzifəsi müəyyən hərəkətlər və ya qərarlar haqqında əks fikirləri uyğun olanlara çevirməkdir. İnsanlar şəxsi təcrübələrinə və qrup üzvlərinin onlara söylədiklərinə əsaslanaraq ümumiləşdirmələr aparırlar. Mesaj konkret mövzuya, vəziyyətə, problemə münasibətdə ümumi mövqeyə uyğundursa, inandırmaq daha asan olur. İnandırmanın ən asan forması müsbət rəy və münasibətləri gücləndirən ünsiyyətdir.

Ünsiyyət prosesində yadda saxlamaq lazımdır ki, inandırma bir ünsiyyət modeli kimi aşağıdakı hallarda daha inandırıcı və təsirli olur:

- Eyni ehtiyaca xidmət etdikdə;
- Emosiyaların aşağı intensivliyi şəraitində;
- İntellektual cəhətdən inkişaf etmiş bir tərəfdaş olduqda.

Emosional ünsiyyət modellərindən biri də ekspressiv ünsiyyət modelidir. Ekspressiv ünsiyyət modelinin məqsədi ünsiyyət iştirakçıları arasında psixo-emosional əhval-ruhiyyə formalaşdırmaq, hissləri, təcrübələri çatdırmaq, onları zəruri sosial fəaliyyətə sövq etmək, konkret

hərəkətlərə cəlb etməkdir. Bu ünsiyyət növündən istifadə etmək üçün, məsələn, nitqinizdə (mühazirə, nitq) təkcə verbal və qeyri-verbal ünsiyyət üsullarından deyil, həm də audio, video və digər illüstrativ vasitələrdən istifadə etmək lazımdır. Lakin dərslər, seminar və mühazirələrdə ünsiyyətin bu modelindən istifadə etmək məsləhət deyildir, çünki dərslərin emosional intensivliyini daim idarə etmək lazımdır ki, mübahisələr və müxtəlif fikirlərin ifadəsi düşməncilik və münafiqçəyə çevrilməsin.

Ünsiyyətin suggetiv modeli işgüzar görüşlərdə və ya motivasiya korreksiyasına ehtiyacı olan insanlarla söhbətlərdə geniş istifadə olunur. Bu ünsiyyət modelindən təqdimatlarda da istifadə olunur. Burada reklamdan orada reklam edilən məhsuldan bəhs etmək və üstünlükləri göstərməklə yanaşı, müəyyən imkanların nümayiş etdirilməsi üçün istifadə olunur ki, bunun da məqsədi informasiya ilə yanaşı, müəyyən münasibət formalaşdırma, təklifi həyata keçirməkdir.

Təklif və ya suggestiya (lat. suggestio - təklif) bir şəxsin (və ya qrupun) digərinə elə psixoloji təsirdir ki, burada sonuncunun inancına, münasibətinə, qərarlarına müəyyən təsir göstərir. Təklifin təsiri altında olan insan öz motivasiyası olmadan hərəkət edir, ona yönəldilən təsiri idarə edə bilmir. Psixoloqlar müəyyən ediblər ki, əgər insan sakit vəziyyətdədirsə, ona inandırmaqla, həyəcanlı vəziyyətdə və ya artan narahatlıq zamanı isə qısa bir təkliflə təsir etmək daha effektivdir.

Ünsiyyətin daha səmərəli olması üçün onun bütün modellərindən istifadə etmək mütləqdir, lakin unutmamaq olmur ki, insanların heç də hamısının ünsiyyətin bütün modellərindən istifadə etmək qabiliyyəti vardır. Ünsiyyət prosesində aşağıdakı insan xarakteristikaları təsirə məruz qalanlara aid edilir:

- özünə hörmətin olmaması;
- narahatlıq, əsəbilik;
- qorxaqlıq, özünə inamın olmaması;
- artan emosionallıq, təəssürat;
- məntiqi təhlilin zəif olması;
- liderə pərəstiş.

Ünsiyyət prosesində müxtəlif modellərin bir çox hallarda eyni vaxtda istifadə edilməsinə çox vaxt rast gəlmək olur. Məsələn, vacib məlumatları ötürərkən ünsiyyətin yuxarıda sadalanan bütün modellərindən istifadə edilə bilər: informativ, inandırma, ekspressiv, suggetiv.

Ritual ünsiyyət modeli insanların peşəkar fəaliyyətlərdə zəruri hallarda istifadə olunur. Bundan ən çox işgüzar mühitdə rəsmi münasibətləri möhkəmlən-dirmək və saxlamaq, böyük və kiçik qruplarda sosial psixikanın tənzimlənməsini təmin etmək, təşkilatın korporativ mədəniyyəti və missiyası ilə əlaqəli ritual ənənələrini qorumaq, həmçinin yeni bayramlar və rituallar təşkil etmək üçün istifadə edilir.

Ritual ünsiyyət modeli nəzəriyyəsi ilk dəfə C.U.Keri tərəfindən irəli sürülmüşdür. Belə ki, kiçik və ya böyük qruplarda ritual ünsiyyət modelinin tətbiqi həmin kollektivlərdə əxlaqi-psixoloji atmosferi tənzimləyir. Ritual modelin istifadə səviyyəsi nə qədər yüksəkdirsə, kollektivlərdə qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq bir qədər asan olur. Belə ki, bu zaman insanlar arasında münasibətlər daha səmimi, dostcasına olur. Onlar bir-birləri haqqında daha çox məlumata malik olurlar. Bu da onlar arasında dostluq, mehribanlıq, özünə və başqalarına hörmət kimi xüsusiyyətlərin yaranmasına gətirib çıxarır.

Qeyd etmək lazımdır ki, peşəsindən və vəzifəsindən asılı olaraq müxtəlif kollektivlərdə istifadə edilən ritual ünsiyyət modelləri fərqlənir. Məsələn, pedaqoji sahədə istifadə edilən ritual modellərə, bilik günü, məzuniyyət gününü aid etmək olar. Bundan başqa, müəllim gününün, neftçilər gününün keçirilməsi və s. aid etmək olar.

Narahat (discomfort) - psixoloji ünsiyyət modellərinə ittiham, həvəsləndirici, sərhesab, ayrılmış modeli göstərmək olar. Həvəsləndirici modelin əsas məqsədi ondan ibarətdir ki, özünü elə aparasan ki, partnyor əsəbləşməsin. İttiham modeli partnyoru danışanın gücünə inanması üçün ittiham edilməsini nəzərdə tutur. Ünsiyyətin sərhesab modeli hədə-qorxudan qaçmaq üçün hər şeyi hesablamığı nəzərdə tutur. Ünsiyyətin ayrılmış modeli danışan və dinləyənin özünü elə aparmasını tələb edir ki, o, sanki təhlükənin olmamasını hesab etsin.

Beləliklə, ünsiyyət modellərini nəzərdən keçirərkən biz bir daha belə bir qənaətə gəldik ki, ünsiyyət modellərinin hər birinin öz məqsədi, funksiyası, istifadə yeri vardır. Məqsəd və funksiyasından asılı olaraq ünsiyyət zamanı bəzən bir deyil, bir neçə ünsiyyət modelindən istifadə edilir. Bu o deməkdir ki, ünsiyyət modelləri bir-biri ilə sıx əlaqəlidir, yəni bir ünsiyyət modeli digərini tamamlayır.

### **Ədəbiyyat siyahısı**

1. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации, Учебник для бакалавров. -4-е изд. - М.: Дашков и К°, 2017. -488 с. -ISBN 978-5-394-02089-6.
2. Adler, R., & Towne, N. Looking out/looking in (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.1978. 480 p.
3. Koschmann M.A. The Communicative Accomplishment of Collaboration Failure, *Journal of Communication*, 2016, pp.409-432.
4. Maslow, A. Motivation and personality. New York: Harper & Row.1970. 129 p.
5. Encyclopædia Britannica, inc. (n.d.). Models of communication. Encyclopædia Britannica. Retrieved February 21, 2022, from <https://www.britannica.com/topic/communication/Models-of-communication>.
6. <https://psyera.ru/modeli-obshcheniya-1676.htm>.
7. <https://infopedia.su/10x5f93.html>.

*Ədilə Fərzəliyeva*

### ***Emosional ünsiyyət modelləri və onların əsas xüsusiyyətləri***

#### ***Xülasə***

Bu məqalə emosional ünsiyyət modelləri və onların xüsusiyyətlərinin tədqiqinə həsr edilmişdir. Məlumdur ki, ünsiyyətin əsas funksiyası insanlar arasında rabitə yaratmaqdan ibarətdir. Bununla belə, ünsiyyətin bir çox modelləri vardır ki, onların hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Ünsiyyət modelləri quruluşuna və məzmununa görə iki qrupa bölünür. Birinci qrupa, yəni quruluşuna görə ünsiyyət modelləri, əsasən üç qrupa bölünür: xətti, qeyri-xətti və transaktiv. Məzmununa görə ünsiyyət modelləri iki qrupa bölünür: rahat (comfort)- psixoloji ünsiyyət modelləri, narahat (discomfort) -psixoloji ünsiyyət modelləri.

Rahat (comfort) ünsiyyət modellərinə ekspressiv, suggetiv, informativ, inandırma və ritual modelləri göstərmək olar. Narahat (discomfort) psixoloji ünsiyyət modellərinə ittiham, həvəsləndirici, sərhesab modelləri göstərmək olar. Məqsəd və funksiyasından asılı olaraq ünsiyyət zamanı bəzən bir deyil, bir neçə ünsiyyət modelindən istifadə edilir. Bu o deməkdir ki, ünsiyyət modelləri bir-biri ilə sıx əlaqəlidir, yəni bir ünsiyyət modeli digərini tamamlayır.

*Аделя Фарзалиева*

### ***Модели эмоциональной коммуникации и их основные характеристики***

#### ***Резюме***

Данная статья посвящена изучению моделей эмоционального общения и их характеристик. Известно, что основная функция коммуникации заключается в создании коммуникации между людьми. Однако существует множество моделей общения, каждая из которых имеет свои особенности. Коммуникационные модели делятся на две группы по структуре и содержанию. Первая группа, то есть коммуникативные модели по своей структуре, в основном делятся на три группы: линейные, нелинейные и трансактивные. По своему содержанию коммуникативные модели делятся на две группы: комфортно (comfort) - психологические модели общения, дискомфортно - психологические модели общения.

В качестве моделей комфортного общения могут использоваться экспрессивные, суггестивные, информативные, убеждающие и ритуальные модели. Дискомфортно-психологические модели общения можно охарактеризовать как винительную, поощрительную, расчетливую. В зависимости от цели и функции иногда при общении используется не одна, а несколько коммуникативных моделей. Это означает, что модели коммуникации тесно связаны друг с другом, то есть одна модель коммуникации дополняет другую.

*Adelya Farzaliyeva*

***Emosional communication models  
and their main features***

***Summary***

This article is devoted to the study of emotional communication models and their characteristics. It is known that the main function of communication is to create communication between people. However, there are many models of communication, each of which has its own characteristics. Communication models are divided into two groups according to their structure and content. According to their structure, communication models are mainly divided into three groups: linear, non-linear and transactive. According to their content, communication models are divided into two groups: comfortable (comfort) - psychological communication models, uncomfortable - psychological communication models.

Expressive, suggestive, informative, persuasive and ritual models can be used as comfortable communication models. Uncomfortable-psychological communication models can be characterized as accusative, encouraging, calculating, detached models. Depending on the purpose and function, sometimes not one but several communication models are used during communication. This means that the communication models are closely related to each other, i.e. one communication model complements the other.

***Çapa tövsiyə edən: Odlar Yurdu Universiteti***

***Rəyçilər: dosent A.Allahverdiyeva  
dosent G.Mirzəyeva***