

Monika Podkowińska\*

## PŁEĆ KOMUNIKACJI – PŁEĆ W KOMUNIKACJI

Komunikacja jest procesem, który pozwala człowiekowi na sprawne funkcjonowanie w społeczeństwie. Jest to proces, który umożliwia nie tylko wymianę informacji, wywieranie wpływu, ale także pozwala na przekazywanie kolejnym pokoleniom doświadczeń i wiedzy ich przodków (por. Chmielowska-Marmucka, Górska 2015, s. 25-26; Podkowińska 2018a, s. 235). Oczywiście sprawne funkcjonowanie w społeczeństwie jest możliwe, gdy komunikacja wykorzystywana jest w sposób właściwy i poprawny. Tematem niniejszego artykułu nie jest jednak wskazywanie na różnorodne możliwości, jakie jednostkom dostarczają konkretne narzędzia czy formy komunikacji. Autorka nie wskazuje także na funkcje i cechy efektywnego procesu komunikacji. W ramach niniejszego opracowania zwrócono uwagę na zależności występujące między płcią a komunikacją. Autorka stara się odpowiedzieć na pytanie, czy można mówić o tym, że komunikacja ma płeć i jakie miejsce zajmuje płeć zarówno w sferze komunikacji werbalnej, jak i niewerbalnej. W artykule zarysowane zostały różnice w sposobie komunikacji mężczyzn i kobiet – różnice, które niektórzy autorzy uznają za swoistego rodzaju „zagrożenie” dla satysfakcjonującej komunikacji między kobietą a mężczyzną (por. Kornaszewska-Polak 2013, s. 103). Myślę, że to, co może stanowić zagrożenie, to brak wiedzy rozmówców na temat istniejących różnic. Same różnice nie stanowią bowiem zagrożenia. Rozmówcy różnią się między sobą nie tylko pod względem płci, ale także pod względem wieku, poglądów, oczekiwań czy marzeń. Owe różnice są i nie można przed nimi uciec, należy jednakże nauczyć się je dostrzegać i zrozumieć.

Nie ulega zatem wątpliwości, że na styl wypowiedzi, styl komunikacji wpływ ma wiele różnorodnych czynników, o których nie można zapominać. Nie bez znaczenia pozostaje chociażby dom rodzinny, w którym dzieci otrzymują pierwsze lekcje dotyczące tego, jak się komunikować z innymi, co i jak należy mówić oraz jakich zachowań komunikacyjnych należy unikać. Jednakże ze względu na podjęty w artykule temat rozważania w poszczególnych częściach opracowania ogniskują się wokół związku i relacji między płcią a komunikacją – zarówno werbalną, jak i niewerbalną.

---

\* **Monika Podkowińska**, dr hab. prof. SGGW – Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Instytut Nauk Socjologicznych i Pedagogiki, Katedra Socjologii; email: monika\_podkowińska@sggw.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000000285928953>.

## Płeć komunikacji

Czy komunikacja ma płeć? Czytając poniższe słowa, można pokusić się o udzielenie odpowiedzi na zadane powyżej pytanie:

Jest KOMUNIKACJA kobietą, co różnymi językami włada,  
Rysując różnymi barwami uczucia, różnymi słowami emocje  
Jest PRZEKAZ klarowny, jasny, przejrzysty, co trafia w sedno, wskazuje i milczy  
Ten przekaz, będąc męczyzną wszechstronnym, do nóg kobiety się kłania, słowa waży roz-  
tropnie, acz czasem dosadnie  
I tak te dwa światy męczyzny i kobiety spotkać się próbują i zrozumieć wzajemnie,  
Słowa, uczucia, myśli, gesty – tylko tyle,  
Choć czasem zbyt wiele by zgłębić, wybaczyć, zapomnieć... (M. Podkowińska)

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, pozwalam sobie zadać jeszcze raz pytanie: Czy komunikacja ma płeć? W praktyce wykorzystywane są takie pojęcia na określenie procesu przesyłania informacji od nadawcy do odbiorcy, jak komunikacja, komunikowanie, proces porozumiewania się. Mówimy więc o tej komunikacji czy o tym procesie? Jaka jest zatem płeć komunikacji? W podjętych rozważaniach autorka kieruje się założeniem, że przedstawione powyżej terminy mogą być stosowane zamiennie i mają takie samo znaczenie. Oznaczają one zatem proces przepływu informacji, który może przyjąć charakter jednokierunkowy lub dwukierunkowy. Jeśli komunikacja przyjmuje charakter dwukierunkowy, to znaczy, że jednym z elementów procesu porozumiewania się jest (ta) informacja zwrotna lub (ten) feedback czy (to) sprzężenie zwrotne. Pozostaje jeszcze zwrócenie uwagi na jedną kwestię. Czy mówić należy o procesie służącym przesyłaniu informacji, wiadomości czy przekazu? Czy jest to zatem ta informacja, ta wiadomość, czy ten przekaz? Czy mówiąc o porażkach i błędach komunikacyjnych, mówimy o tym szumie czy tej barierze komunikacyjnej?

Płeć komunikacji można rozważać również z innej perspektywy, czego przykładem może być tabu językowe, które rozumiane jest jako użycie przez rozmówcę słów uznanych społecznie za zakazane. Tabu językowe dotyczy zwrotów werbalnych, które są przez społeczeństwo zakazane, niedozwolone bądź zabronione, ponieważ nie zawsze są one uczciwe. Można wskazać trzy główne źródła tabu: strach, delikatność oraz stosowne zachowanie, a więc respektowanie zasad dobrego wychowania (Głodowski 2006, s. 196, 197). Obok źródeł wychowania należy zwrócić uwagę na to, że w różnych kulturach można wyróżnić różne tabu językowe. Owe różnice w tabu można rozpatrywać między innymi przez pryzmat płci. Warto bowiem podkreślić, że w znacznej liczbie społeczeństw pozwala się mężczyznom na większą swobodę wypowiedzi niż kobietom. Owa międzypłciowa różnica w odniesieniu do tabu może być widoczna wtedy, gdy poddana zostanie analizie wypowiedź mężczyzny i kobiety na ten sam temat. Okazać

się wówczas może, że męskie opisy zawierają w sobie znacznie więcej wyrażęń tabu niż wypowiedzi kobiet (Głodowski 2006, s. 198).

„Męski” charakter procesu porozumiewania się widoczny jest w zakresie komunikacji niewerbalnej w sferze biznesu. Chodzi oczywiście o aparycję, a w szczególności ubiór, który może przekazywać wiele cennych informacji, takich jak na przykład wykształcenie, pozycja ekonomiczna, wiarygodność, pozycja społeczna, poziom sukcesu, doświadczenie życiowe czy moralność (por. Adler i in. 2006, s. 17). To, jak dana osoba jest ubrana, może pomóc jej w budowaniu wizerunku osoby kompetentnej lub posiadającej władzę. Jak zauważa Eugenia Mandal, ubranie jest sygnałem statusu i władzy, czego przykładem może być mundur, który daje policjantowi władzę, lub fartuch, za którym „kryje się” autorytet lekarza. Co więcej, jak zauważa autorka, ubiór determinuje także zachowanie rozmówcy. Człowiek inaczej zachowuje się, będąc ubranym w strój oficjalny, elegancki i wytworny, a inaczej – w stroju sportowym i swobodnym (Mandal 2008, s. 45). Ubiór, który jest właściwy z perspektywy etykiety biznesu, a także władzy, jest ubiorem „męskim”. To, co w aparycji można zaliczyć do elementów służących podkreśleniu kobiecości, seksowności, na przykład dekolty, krótkie spódnice, biżuteria – nie są właściwe dla „życia” biznesowego. Budując wizerunek osoby posiadającej władzę lub będącej osobą kompetentną, kobieta nie może wybrać stroju, który będzie „typowo kobiecy”, ponieważ tego typu wybór stroju czy fryzury nie jest postrzegany jako sygnał „statusu i władzy”. Jak podkreśla E. Mandal, autorzy wielu poradników, w których opisywany jest ubiór „kobiet sukcesu”, zalecają czytelniczkom formalny strój i styl ubioru, a więc garnitury i garsonki, a także ukrywanie atrybutów kobiecości (np. związywanie długich włosów czy zakrywanie dekolty). Można zatem mówić w tym wypadku o „męskim” stylu ubioru (Mandal 2008, s. 45).

Kwestie dotyczące płci komunikacji i płci w komunikacji stanowią niezmiernie szerokie zagadnienie. Wydaje się jednak istotniejsze, by podjąć rozważania dotyczące nie tyle płci komunikacji, ile znaczenia płci w różnych formach procesu porozumiewania się. Płeć można bowiem rozpatrywać z perspektywy komunikacji słownej, ale także komunikacji niewerbalnej. Można także skupić uwagę na przedmiocie rozważań, celu rozmowy czy stylu komunikacji. W kolejnych częściach artykułu autorka zwraca uwagę na płęć w komunikacji werbalnej oraz płęć w wybranych obszarach komunikacji niewerbalnej, czyli zachowaniach wzrokowych.

## **Płęć a słowa**

Słowa służą przekazywaniu myśli, poglądów, informacji, wiedzy. Język może także służyć wywieraniu wpływu, podkreślaniu tego, co istotne, w taki sposób, aby odbiorcy zwrócili uwagę na konkretną treść. Jest więc język potężnym narzędziem odgrywają-

cym ważną rolę na różnych poziomach komunikowania (Morreale i in. 2007, s. 149; Podkowińska 2010, s. 34-35).

Rozważając kwestie dotyczące słów i płci, można zwrócić uwagę między innymi na wyznaczniki płci w języku. Jak zauważa Kwiryna Handke, można w tym wypadku mówić o nierównorzędności płci w języku, która „przekłada się na brak symetrii, tzn. w różnych dziedzinach formy męskie mają pierwszeństwo i hierarchiczną wyższość – jako pierwotne, podstawowe, ogólne, nad formami żeńskimi – jako wtórnymi, pochodnymi i nieogólnymi” (Handke 2008, s. 147).

Wymienić można wiele przykładów owego braku równowagi płci w języku. Zaznaczyć należy, że nie chodzi tu o styl komunikacji czy zachowania językowe, w których „można dostrzec równoległość układu po stronie kobiecej i męskiej (podobieństwa, zbieżności, różnice)” (Handke 2008, s. 147). Jednakże „na płaszczyźnie systemu języka równoległość jest wyraźnie zachwiana przez dominację męskości” (Handke 2008, s. 147). Zauważyć zatem można pewną dominację męskości w języku, zarówno odwołując się do przeszłości, jak i czasów teraźniejszych:

- 1) formy żeńskie na *-owa* czy *-ina*, które były tworzone od nazw mężów, na przykład Kowalowa;
- 2) prawo reprezentowania obu płci przysługujące tylko formie męskiej (przyszli z wizytą Malinowscy, a więc Państwo Malinowscy – czyli Pan Malinowski z rodziną, Pan Malinowski i Pani Malinowska); forma żeńska tego typu nazwisk w liczbie mnogiej odnosi się jedynie do kobiet – czyli przyszły z wizytą Malinowskie, czyli Panie Malinowskie – matka z córkami itd.;
- 3) w XIX wieku oraz w pierwszej połowie XX wieku (do wybuchu II wojny światowej) popularnym zwyczajem było wykorzystanie mnogiej formy imienia męża w celu reprezentowania zarówno jego, jak i małżonki – przyszły z wizytą Janowie – a więc Pan Jan z małżonką;
- 4) formy mnogie od męskich nazw stopni pokrewieństwa, na przykład przyszły do nas dziadkowie – a więc dziadek i babcia, wujostwo – a więc wujek z ciocią (Handke 2008, s. 148-155).

To, w jaki sposób płeć jest traktowana przez język, widoczne jest także w sytuacjach komunikacyjnych, w których pierwszeństwo otrzymują formy męskie: na zebraniu obecni byli mężczyźni i kobiety, w mojej grupie są chłopcy i dziewczyny itd. Warto podkreślić także, że „w liczbie pojedynczej przy podmiotach osobowych mamy stosunek w zasadzie zrównoważony, jeżeli chodzi o wyznaczniki rodzaju gramatycznego form rzeczowników, przymiotników, zaimków i czasowników [...], natomiast w liczbie mnogiej mamy stosunek asymetryczny, z wyraźną dominacją męskości w formach przymiotników i czasowników” (Handke 2008, s. 150). Mówimy na przykład uczennice wyszły, dziewczynki zgubiły się, chłopcy wyszli, Michał i Damian zgubili się w tłumie,

Kasia i Marysia zgubiły się, Kasia i Staś zgubili się w tłumie. A zatem wyznaczniki męskie obsługują osobowe podmioty męskie oraz szeregowo połączenia podmiotów różnej płci (Handke 2008, s. 150).

Poruszana powyżej kwestia stanowi zaledwie niewielki wycinek rzeczywistości językowej zogniskowanej wokół problematyki płci. Jednakże wielość wątków i obszarów badawczych dotyczących tematyki płci i języka sprawia, że nie sposób odnieść się głębiej do omawianych powyżej kwestii. Na uwagę zasługują bowiem także inne sfery dotyczące znaczenia płci w komunikacji, do których można z pewnością zaliczyć sposób mówienia – tematykę czy cele komunikacji. Warto jednakże podkreślić, że w literaturze przedmiotu można odnaleźć odmienne spojrzenia na kwestie dotyczące różnic w sposobach porozumiewania się mężczyzn i kobiet. Niektórzy badacze podkreślają znaczenie innych niż płeć czynników, które mogą determinować styl prowadzonej rozmowy. Do tych czynników zaliczyć można między innymi społeczny światopogląd rozmówcy, wykonywany zawód czy posiadaną władzę (Adler i in. 2006, s. 134). Znaczenie może zatem mieć na przykład „społeczny światopogląd mówiących. Żony – feministki mówią więcej niż ich mężowie, żony niefeministki mówią mniej. Sposób rozwiązywania problemów także oddziałuje na styl konwersacji” (Adler i in. 2006, s. 134). Na sposób komunikacji może oddziaływać zatem przyjęta strategia rozwiązywania sytuacji konfliktowych. Styl rozwiązywania problemów, a więc współpraca, rywalizacja, kompromis czy na przykład unikanie mogą determinować sposób porozumiewania się ze stroną przeciwną.

W literaturze przedmiotu można znaleźć także badania, które wskazują na pewne różnice w stylu komunikacji kobiet i mężczyzn. Styl mężczyzn jest określany jako dyrektywny, zwięzły, osobisty i skoncentrowany na realizowanym celu. Styl kobiet jest natomiast mniej dyrektywny, bardziej zawiły i skoncentrowany nie na celu, lecz na relacji (Adler i in. 2006, s. 132).

Oczywiście na sposób rozmowy, długość wypowiedzi wpływ mogą mieć różnorodne czynniki, w tym osoba, z którą rozmawiamy. Przytaczane przez autorów książki *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się* badania potwierdzają powszechnie znaną opinię na temat długości rozmowy kobiet, choć „w rozmowie z kobietą mężczyzna mówi dłużej niż kobieta; ale rozmowy dwóch kobiet trwają dłużej. W rozmowie z mężczyznami kobiety są w większym stopniu niepewne niż mężczyźni, wśród innych kobiet czują się równie pewne jak mężczyźni” (Adler i in. 2006, s. 132).

Istotną kwestią pozostaje także liczba osób, z którymi rozmawiamy. Wielkość grupy może determinować długość wypowiedzi. Mężczyźni w większych grupach wypowiadają się dłużej niż kobiety, natomiast w mniejszych grupach to kobiety mówią więcej (Adler i in. 2006, s. 132).

Warto także zwrócić uwagę na cele komunikacyjne. Rozmowa z drugim człowiekiem niewątpliwie pozwala budować więzi, zrozumieć drugiego człowieka, ale także sprawia

rozmówcy przyjemność. W wielu sytuacjach komunikacyjnych rozmówcy czerpią satysfakcję i zadowolenie z możliwości wypowiedzenia się w danej kwestii i przedstawienia swojego zdania. Świadomość, że inni słuchają, co więcej, słuchają z zainteresowaniem i szacunkiem, stanowić może znaczące źródło satysfakcji i przyjemności. Poczucie przyjemności jest istotne dla rozmówców bez względu na płeć, choć ten cel może być realizowany w inny sposób przez kobiety i mężczyzn. „Choć większość rozmawiających dba o to, by interakcja była przyjemna, to jednak mężczyźni częściej niż kobiety kładą nacisk na humor w rozmowie. W ich kontaktach więcej jest dowcipów i dobroduszej kpiny” (Adler i in. 2006, s. 131).

To, co dla kobiet ważne w rozmowie z koleżankami i przyjaciółkami, to niewątpliwie informacja zwrotna, jaką jest wyrażanie empatii. Identyfikowanie się z sytuacją, w której znalazła się przyjaciółka lub koleżanka, stanowi ważne źródło satysfakcji, jaką kobiety czerpią z rozmowy. Dbałość o relacje, wsparcie, empatia i zrozumienie stanowić mogą ważne źródło zadowolenia z rozmowy oraz bodziec do dalszych i dłuższych kontaktów zaprzyjaźnionych kobiet. Natomiast męskie rozmowy ogniskują się wokół innych celów, mężczyźni bowiem dzięki rozmowie częściej wykonują bieżące zadania i obowiązki, a także nie wykazują tak znaczącej dbałości i troski o relacje (Adler i in. 2006, s. 132).

Zasygnalizowane powyżej kwestie nie wyczerpują w pełni problematyki rysującej się wokół pojęć płci i języka. Warto jednakże zauważyć, że komunikacja mężczyzn i kobiet dotyczy nie tylko wypowiedzianych czy pisanych słów, ale także całej gamy zachowań niewerbalnych, które mogą determinować atmosferę rozmowy czy długość jej trwania. Choć w dużej mierze komunikaty niewerbalne służą dopełnianiu komunikacji werbalnej, nie można także zapominać o ich ważnym znaczeniu w zakresie kodowania i dekodowania emocji, kształtowania wrażenia wywieranego na innych czy budowania relacji.

## **Płeć a zachowania niewerbalne**

Choć komunikacja niewerbalna dotyczy niezmiernie szerokiej gamy komunikatów pozasłownych, takich jak na przykład wygląd (aparycja), gesty, dotyk (haptyka), mimika twarzy, czas (chronemika), przestrzeń (proksemika) czy głośność mówienia, tempo, ton głosu (parajęzyk) (szerzej: Podkowińska 2018b, s. 438-439), autorka w tej części opracowania zwraca uwagę na jeden z wielu wątków wartych rozważenia i podkreślenia. Jest nim współczynnik dominacji wzrokowej (por. Leathers 2007, s. 81). Twarz, oczy stanowią ważne i podstawowe źródło informacji emocjonalnej. Twarz odkrywa przed rozmówcami rodzaj doświadczanej emocji, oczy zaś stanowią źródło informacji o intensywności uczuć. Mowa oczu stanowi ważny obszar komunikacji międzyludzkiej. O znaczeniu oczu świadczy wiele przysłów, które są powszechnie znane, na przykład

zabijać wzrokiem, maślane oczy, puścić do kogoś oko, wpaść ci w oko, zmroził mnie swoim spojrzaniem.

Rozpatrując kwestie dotyczące zachowań wzrokowych, należy zauważyć, że rola oczu w procesie komunikacji jest niekwestionowana, a zależność między mową oczu a władzą jest warta podkreślenia. Współczynnik dominacji wzrokowej – bo o nim mowa – odnosi się do długości czasu patrzenia na rozmówcę w trakcie dwóch aktywności komunikacyjnych, czyli mówienia i słuchania. E. Mandal definiuje ten współczynnik jako „stosunek czasu patrzenia na rozmówcę w dwu trybach komunikacyjnych – podczas mówienia i słuchania” (Mandal 2008, s. 37). Współczynnik wzrokowej dominacji rośnie tym bardziej, im częściej dana osoba spogląda na rozmówcę, w czasie gdy do niego mówi, oraz im częściej odwraca wzrok od rozmówcy w trakcie słuchania jego wypowiedzi. Ponadto należy zauważyć, że kobiety mają zazwyczaj niższe współczynniki dominacji wzrokowej niż mężczyźni (Leathers 2007, s. 81).

Z badań wynika, że omawiana dominacja wzrokowa jest zależna nie tylko od zakresu posiadanej władzy, ale także od płci. Z eksperymentów przeprowadzonych w tym zakresie można wywnioskować, że kobiety i mężczyźni posiadający władzę i rozmawiający z osobami płci przeciwnej wykazywali podobną proporcję czasu patrzenia w trakcie słuchania i mówienia (por. Mandal 2008, s. 38).

Należy także zauważyć, że w sytuacji, w której mężczyzna posiadał władzę, kobiety częściej patrzyły w trakcie słuchania, niż w sytuacji gdy zabierały głos i mówiły. Do podobnej relacji czasu patrzenia w trakcie omawianych dwóch aktywności doszło w sytuacji, gdy to kobieta posiadała władzę. W takim przypadku mężczyźni częściej patrzyli w trakcie słuchania niż mówienia. Co ciekawe, w sytuacji rozmowy równorzędnej, a więc takiej, w której nie było podziału na osobę posiadającą władzę i osobę podległą, czas patrzenia w trakcie słuchania i mówienia był podobny. Kobiety patrzyły na mężczyzn częściej w trakcie słuchania, a więc podobnie jak w sytuacji, w której nie posiadały władzy, natomiast mężczyźni częściej, gdy mówili – a więc podobnie jak w sytuacji, gdy ową władzę posiadali (Mandal 2008, s. 38).

Powyższy przykład ilustruje różnice, jakie rysują się w obrębie komunikacji niewerbalnej i płci. Ów związek widoczny jest także w odniesieniu do posiadanej władzy przez konkretnych rozmówców.

## Podsumowanie

Przedstawione w artykule przykłady wskazują nie tylko na występujące zależności pomiędzy zachowaniami niewerbalnymi a płcią, ale także między komunikacją niewerbalną a władzą. Nie ulega wątpliwości, że płeć może być rozpatrywana jako jeden z czynników determinujących sposób przebiegu procesu komunikacyjnego. To, z kim

rozmawiamy, wpływa na to, co i jak mówimy. Ten sam komunikat przekazany przez dwie różne osoby może zostać odebrany w zupełnie inny i różny sposób. Dotyczy to zarówno komunikatów o charakterze werbalnym, jak i niewerbalnym.

Czy można jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie postawione we wstępie tego artykułu? Czy komunikacja ma płeć? Męskie wyznaczniki płci w języku, współczynnik dominacji wzrokowej mogą świadczyć o męskim charakterze procesu komunikowania. Jednakże różnice w stylach i celach komunikacyjnych, a także wiele innych czynników determinujących sposób komunikacji międzyludzkiej pozwalają na stwierdzenie, że uwaga powinna być skoncentrowana raczej na temacie płci w komunikacji, a nie płci komunikacji. Czy mówimy o komunikacji, czy procesie komunikowania? Czy mówimy o informacji, czy przekazie, tak naprawdę rozważania powinny koncentrować się wokół przebiegu tego procesu, jego jakości, barier i szumów informacyjnych. Nie szukajmy zatem płci komunikacji, lecz starajmy się poszerzyć badania dotyczące płci jako czynnika determinującego proces porozumiewania się ludzi.

## Bibliografia

- Adler R.B., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F. (2006), *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, przekł. G. Skoczylas, Rebis, Poznań.
- Chmielowska-Marmucka A., Górska B. (2015), *O komunikacji interpersonalnej – werbalnej, niewerbalnej i wokalnej wymianie sygnałów w kontekście edukacyjnym*, „Problemy Współczesnej Pedagogiki”, nr 1(1), s. 25-39.
- Głodowski W. (2006), *Komunikowanie interpersonalne*, Wydawnictwo Hansa Communication, Warszawa.
- Handke K. (2008), *Socjologia języka*, PWN, Warszawa.
- Kornaszewska-Polak M. (2013), *Style komunikowania się kobiet i mężczyzn a sytuacje trudne*, „Fides et Ratio”, nr 3(15), s. 102-121.
- Leathers D.G. (2007), *Komunikacja niewerbalna*, PWN, Warszawa.
- Mandal E. (2008), *Miłość, władza i manipulacja w bliskich związkach*, PWN, Warszawa.
- Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K. (2007), *Komunikacja między ludźmi*, PWN, Warszawa.
- Podkowińska M. (2018a), *The value of conversation and the values in conversation*, „Theologos”, t. 1/XX, s. 235-242.
- Podkowińska M. (2018b), *Non-verbal communication in higher education*, „Society. Integration. Education”, t. 1, s. 436-443.
- Podkowińska M. (2010), *Komunikowanie w życiu człowieka*, Krośnieńska Oficyna Wydawnicza, Krosno.

## PŁEĆ KOMUNIKACJI – PŁEĆ W KOMUNIKACJI

**STRESZCZENIE:** Artykuł wpisuje się w problematykę komunikacji społecznej. Jego celem jest opis znaczenia płci w procesie komunikacji. Podjęto w nim kwestie znaczenia płci na różnych płaszczyznach komunikacji międzyludzkiej, przy czym płeć analizowana była jako jedno z wielu różnorodnych uwarunkowań jakości procesu porozumiewania się. Analizy koncentrowały się zarówno na języku oraz wybranych wyznacznikach płci, jak i kwestiach dotyczących stylu komunikacyjnego i celów



komunikacyjnych mężczyzn i kobiet. Zależność między płcią a komunikacją widoczna jest również w zakresie zachowań niewerbalnych, dlatego komunikacja pozasłowna – zachowania wzrokowe – została poddana szczególnemu oglądowi i deskrypcji w perspektywie relacji władzy. W tym kontekście omówiony został współczynnik dominacji wzrokowej, który odnosi się do patrzenia na rozmówcę w trakcie dwóch aktywności komunikacyjnych, czyli mówienia i słuchania. Jak pokazują wyniki badań, osoby posiadające władzę częściej patrzą na rozmówcę w trakcie procesu mówienia niż słuchania, gdy osoby podległe odwrotnie – częściej patrzą na rozmówcę w trakcie słuchania niż mówienia. Nie bez znaczenia w tej kwestii pozostaje płeć rozmówców, co zostało szeroko opisane w artykule. Wykazano również, że płeć można rozpatrywać jako jedno z uwarunkowań procesu komunikacji międzyludzkiej zarówno na płaszczyźnie komunikacji werbalnej, jak i niewerbalnej.

**SŁOWA KLUCZOWE:** komunikacja niewerbalna, język, płeć, zachowania wzrokowe, współczynnik dominacji wzrokowej.

#### **GENDER OF COMMUNICATION – GENDER IN COMMUNICATION**

**SUMMARY:** The article relates to the issue of social communication. Its purpose is to describe the meaning of gender in the communication process. It addresses gender issues at various levels of interpersonal communication, as gender has been identified through analyses as one of many diverse conditions for the quality of the communication process. The analyses focused on both language and selected gender determinants as well as issues related to the communication style and communication goals of men and women. The relationship between gender and communication is also visible in the field of non-verbal behaviours which is why non-verbal communication – visual behaviour – has been subject to a special review and description in the perspective of power relations. In this context, the visual domination coefficient was discussed, which refers to looking at the interlocutor during two communication activities, i.e. speaking and listening. As shown by the results of research, people who have power look more often at the interlocutor during the process of speaking and listening, whereas subordinates, act the other way round – they look at the speaker more often during listening than speaking. The gender of interlocutors is of great importance in this matter which has been extensively described in the article. The article shows that gender can be considered one of the determinants of the interpersonal communication process both on the level of verbal and non-verbal communication.

**KEYWORDS:** non-verbal communication, language, gender, visual behaviour, visual dominance coefficient.