



Magdalena Wasylewicz*

TRANSFORMACJA SPOSOBU KOMUNIKOWANIA SIĘ POKOŁENIA X, Y, Z – BILANS ZYSKÓW I STRAT

WPROWADZENIE

Komunikacja towarzyszy nam od początku istnienia ludzkości. Powstanie jakiegokolwiek cywilizacji nie byłoby możliwe bez opanowania umiejętności porozumiewania się. Stanowi ona podstawę istnienia w społeczeństwie. Goban-Klas zwraca uwagę na niezwykłą istotność komunikowania się międzyludzkiego:

podstawowy proces porozumiewania się ludzi jest oparty na mowie i języku. Język i jego wykorzystanie to punkt startu do analizy interpersonalnego procesu komunikowania się (Goban-Klas, 2005, s. 14).

Wraz z nadejściem społeczeństwa informacyjnego można zauważyć transformację sposobu komunikowania się osób ze względu na przynależność pokoleniową. Termin transformacja zazwyczaj jest używany jako synonim terminu zmiana, rozwój, ale także i synonim słowa postęp (*Encyklopedia zarządzania*, 2015). Warto zatem pochylić się nad zagadnieniem komunikowania się ludzi, zwłaszcza przeanalizować przemiany, jakie mają miejsce w sposobie porozumiewania się w ścisłym zestawieniu z rozwojem technologii komunikacyjnych. Przedmiotem teoretycznych analiz pragnę uczynić zagadnienia dotyczące transformacji komunikowania się ludzi. Analizie poddana zostanie specyfika poszczególnych pokoleń (X, Y i Z) oraz charakterystyczny dla każdego z nich sposób komunikowania się. Stawiam tezę, że istniejące różnice w komunikacji determinuje data urodzenia, czyli sposób komunikacji ma podłoże pokoleniowe. Zakładam, że media wpływają na sposób porozumiewania się ludzi w sposób bezwzględny, powodując tym samym zarówno zyski, jak i straty w relacjach społecznych, niosą ze sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje – stąd proponowany w tytule artykułu bilans.

* Uniwersytet Rzeszowski.



ZARYS TRANSFORMACJI SPOSOBU KOMUNIKACJI INTERPERSONALNEJ

W zeszłych stuleciach człowiek, tak jak obecnie, potrzebował szybkiego porozumiewania się z osobami znajdującymi się zarówno w niewielkiej odległości, jak i daleko od niego. Już ludzie pierwotni, chcąc o czymś poinformować odległego lub nieobecnego odbiorcę, zmuszeni byli do wynalezienia pewnych i trwałych technik komunikacji. W społeczeństwach pierwotnych, w których nie znano jeszcze technicznych środków komunikacji, te funkcje pełniły naturalne sposoby przekazywania informacji, takie jak na przykład znaki dymne, bicie w bębny, umowne znaki ręką itp. Jednak taka forma komunikowania się nie była doskonała. Szukano więc coraz lepszych sposobów przekazywania i przechowywania informacji. Powoli następowała ewolucja w komunikacji od rysowania do pisania. Etapem przejściowym pomiędzy symbolami a pismem, w pełnym tego słowa znaczeniu, było pismo obrazkowe. Wykształciły się znaki ideograficzne przedstawiające ideę, którą człowiek chciał przekazać drugiemu rozmówcy. Ważną rolę w tym etapie rozwoju pisma odegrały egipskie hieroglify, czyli tzw. „święte znaki”, do dziś nazywane najpiękniejszym rodzajem pisma. W rzeczywistości jednak potrzeba komunikacji budziła nowe wyzwania. Nastąpiło powiązanie pisma z mową ludzką, co dało możliwość utrwalenia i przekazywania myśli. Ten styl komunikacji wiązał już znak nie z samym pojęciem, ale z wyrazem określającym go w konkretnym języku. Wytwarza się w ten sposób bezpośredni związek między językiem mówionym a pisany, pismo stało się przedstawieniem mowy (Wasylewicz, 2011). Mowa jest przecież naturalnym środkiem komunikowania. Słowa, język są bezcennym narzędziem komunikacji międzyludzkiej. Im język bogatszy, tym stwarza większe szanse rozwoju umysłowego człowieka. Mowa jest również środkiem spersonalizowanym w tym sensie, że partnerzy występują jako znane sobie, a przynajmniej świadome siebie osoby (Goban-Klas, 2006).

Człowiek z natury swej jest istotą dialogiczną i istotą społeczną, która dla harmonijnego rozwoju potrzebuje kontaktów z innymi ludźmi. Przez całe swe życie zatem kontaktuje się z innymi, szuka sposobności, możliwości rozmowy. Rozmawiać bowiem znaczy poszukiwać wspólnego mianownika myśli, którym jest sens. Gotowość do rozmowy przejawia się nie tylko w chęci informowania, ale i w pragnieniu podtrzymania kontaktu. Współczesne społeczeństwa natomiast w przeważającej mierze, choć nie wyłącznie, wykorzystują media techniczne, pokonujące barierę czasu i przestrzeni, podtrzymujące kontakty zapośredniczone. Miejsce komunikacji typu *face to face* zajmuje komunikacja typu *interface to interface*. Społeczeństwo medialne to zatem społeczeństwo kontaktów zapośredniczonych przez media. Wirtualność stała się rzeczywistością człowieka.

POKOLENIE X, Y, Z – CHARAKTERYSTYKA POKOLEŃ ORAZ CHARAKTERYSTYCZNYCH DLA NICH SPOSOBÓW KOMUNIKOWANIA SIĘ

Przez większość dziejów ludzie komunikowali się głównie za pomocą rozmowy prowadzonej *face to face*. Do pokolenia, które nie zrezygnowało, a przede wszystkim nadal docenia ten rodzaj komunikacji należy pokolenie X.

Według Witolda Września (2007), pokolenie X można nazwać Pokoleniem Końca Wieku. Składa się ono z następujących trzech generacji, których nazwa związana jest z przemianami historycznymi w naszym kraju: Pokolenie '89 – osoby urodzone w latach 1964–1970, Dzieci Transformacji – roczniki 1971–1976 i Maruderzy Końca Wieku – urodzeni w latach 1977–1982. Don Tapscott (2010) z kolei określa pokolenie X jako pokolenie niżu demograficznego, czyli pokolenie ludzi urodzonych pomiędzy 1965–1976 rokiem. Jednak nazwa pokolenie niżu demograficznego nie przyjęła się, utrwaliła się natomiast nazwa pokolenia X nawiązująca do tytułu powieści Douglasa Couplanda (*Generation X: Tales for an Accelerated Culture*). To pokolenie z jednej strony niepewne przyszłości, mające problemy z zatrudnieniem, bez stałych punktów oparcia, z lękiem przed samotnością (Gruchała, 2014). Z drugiej strony, jak pisze Don Tapscott, to pokolenie najlepiej wykształcone w historii. Posługują się wieloma środkami komunikacji, a media to centrum ich świata. Traktują radio, telewizję, film i internet jak media niespecjalistyczne, dostępne dla wszystkich, które służą przedstawianiu informacji w atrakcyjnej formie (Tapscott, 2010). To pierwsze pokolenie w historii wzrastające w rzeczywistości zmediatyzowanej. Przedstawiciele tego pokolenia charakteryzują wysokie kompetencje medialne. Telewizja stała się punktem odniesienia dla rozumienia otaczającej rzeczywistości. Nie są bezkrytyczni, są swoistego rodzaju obserwatorami. Jak podaje Grzegorz Polański za Małgorzatą Baran i Moniką Kłos:

dla tej generacji ważne są rozwój osobisty, niezależność, różnorodność, inicjatywa, pracowitość. Stabilizacja, praca spokojna i pewna, która nie wymaga nowych wyzwań, lojalność, rzetelność oraz wzbudzanie zaufania to cechy Pokolenia Końca Wieku, dzięki którym potrafią oddać się pracy i rzetelnie wykonywać swoje obowiązki i pracy podporządkować swoje życie prywatne (Polański, 2015, s. 276).

Z cechami charakterystycznymi pokolenia X związany jest także sposób komunikowania się. Jest to pokolenie, dla którego komunikacja typu *face to face* jest wartością samą w sobie. Oprócz komunikacji zapośredniczonej, bez której nie mogą się obejść, doceniają unikatowość relacji bezpośrednich, których nie można zastąpić żadnymi innymi. Na komunikację interpersonalną składa się bowiem komunikacja werbalna, ale także niewerbalna, dostarczająca kontekstu ułatwiającego zinterpretowanie usłyszanej wypowiedzi. Tak zwana ekspresja niewerbalna to: mimika, proksemika, kinezytyka i parajęzyk. Mimika twarzy jest cennym źródłem informacji odnoszących

się do stanów emocjonalnych i postaw. Naukowcy udowodnili istnienie sześciu głównych rodzajów mimiki, które odpowiadają takim emocjom, jak: zdziwienie, strach, smutek, pogarda, gniew i szczęście. M. Argyle opisał w swojej książce trzy obszary, w których ważna jest mimika:

1. cechy osobowości znajdują wyraz w charakterystycznej strukturze twarzy, typowym jej wyrazie i niektórych charakterystycznych schematach reagowania. Kontrolowanie wyrazu twarzy jest przyswajane dzieciom przez rodziców w ramach socjalizacji kulturowej;
2. emocje wyrażają się za pomocą powoli rozwijających się schematów mimicznych, w podobny sposób komunikowane są nastawienia interpersonalne;
3. sygnały związane z interakcjami oraz z mówieniem są wysyłane przez szybko poruszające się części twarzy, np. unoszenie brwi (Argyle, 2000, s. 202).

Nie możemy zapominać o ogromnej roli uśmiechu, który jest przejawem uprzejmości w komunikacji międzyludzkiej na całym świecie. Jest sygnałem akceptacji i gotowości do nawiązania kontaktu. Ma fundamentalne znaczenie dla wszystkich procesów komunikacji nastawionej na porozumienie (Retter, 2003). Uśmiechu w tzw. realu nie zastąpi żaden emotikon. Proksemika z kolei dostarcza informacji dotyczących partnerów interakcji na podstawie przestrzennej odległości, jaka jest między nimi. Kinezytyka skupia się na analizie postaw, gestów oraz ruchów ciała. Mówi się, że komunikowanie jest nieuchronne; wynika to między innymi z faktu, iż nie jesteśmy w stanie wstrzymać emitowania informacji przez nasze ciało (zarówno intencjonalnego, jak i nieintencjonalnego). Ostatnim systemem porozumiewania się niewerbalnego jest parajęzyk. Dotyczy cech głosu – wysokość, tempo mówienia, natężenie, wahania lub inne zakłócenia płynności mowy. Ogromną rolę w naszym życiu odgrywa także empatia. Widzimy czyjąś twarz, choćby przez krótką chwilę, i potrafimy odczytać uczucia, jakie towarzyszą danej osobie. Dzięki właściwemu zdiagnozowaniu uczuć potrafimy odpowiednio zareagować. Jak konstatuje M. Żylińska:

umiejętność ta rozwija się tylko w wyniku kontaktu z innymi ludźmi, poprzez obserwacje i rozmowy. [...] Im więcej przeżytych różnych sytuacji, tym lepiej rozwinięta zdolność empatii, i co za tym idzie, lepsze kontakty z innymi ludźmi (Żylińska, 2013, s. 173).

Komunikacja niewerbalna umożliwia nam często odczytywanie intencji naszego rozmówcy. Ciało przez cały czas trwania rozmowy wysyła sygnały, które pomagają nam także zweryfikować prawdziwość tego, co mówi do nas nasz rozmówca. Komunikacja bezpośrednia jest także podkreśleniem znaczenia drugiego człowieka w życiu każdej jednostki. Człowiek jest przecież istotą stadną, istotą społeczną, która do prawidłowego funkcjonowania jak powietrze potrzebuje drugiego człowieka – nie po drugiej stronie ekranu monitora, gdzieś tam krążącego w sieci, ale tuż obok. K.J. Gergen zwraca uwagę na dwa aspekty tradycyjnej społeczności opartej na kontaktach *face to face*. Po pierwsze na fakt normalizacji, jakiej ulegają relacje trwające kilka lat:

ludzie niezawodnie lubią robić te rzeczy, które przynoszą im zadowolenie. Zmiany we wzorcach zachowań oznaczają, że osiągnięcie owego zadowolenia staje się niepewne. Dlatego po jakimś czasie w związkach zaczyna wyrównywać się poziom intensywności emocjonalnej (Gergen, 2009, s. 99).

Drugi aspekt, o którym mówi Gergen, to fakt, iż społeczność oparta na kontaktach bezpośrednich

poddawana jest wysokiemu poziomowi nieformalnej kontroli. Ludzie zazwyczaj wiedzą, co robią inni [...]. A tam gdzie świat społeczny jest stabilny i mało jest nowych informacji, najmniejsze detale czyjegoś życia stają się powszechnym tematem rozmów. Drobnie plotki i surowe normy idą ze sobą w parze (Gergen, 2009, s. 99).

Gergen twierdzi zatem, że w obecnej dobie społecznego nasycenia te dwie cechy przestają istnieć, gdyż

wszystkie relacje są ciągle przerywane, trudno by którakolwiek z nich doczekała się jakiegś normalizacji (Gergen, 2009, s. 99).

O doświadczenia komunikacji bezpośredniej uboższe jest pokolenie Y (cyfrowi tubylcy) i pokolenie Z. W moim odczuciu, to, co dla pokolenia X jest zyskiem, dla kolejnych pokoleń stanowi ogromną stratę. Obecny świat stawia na intensywność i przelotność relacji społecznych, a technika podnosi emocjonalny ich poziom, ale, niestety, na krótko. Człowiek tuż obok, a człowiek gdzieś tam w sieci to nie jest tożsamy znajomy. Współcześnie mówi się o nowych rodzajach więzi spajających ludzi odległych w przestrzeni wirtualnej. Mamy do czynienia z nowym rodzajem pokolenia – pokoleniem Y. Witold Wrzesień pokoleniem Y nazywa Europejskimi Poszukiwaczami – osobami „niepamiętającymi PRL”, którym bliska jest perspektywa przystąpienia Polski do Unii Europejskiej (Wrzesień, 2007). To pokolenie, które Don Tapscott nazwał inaczej – „pokoleniem sieci (Net Generation), a Marc Prensky – „cyfrowym narodem” (Digital Nation), „pokoleniem kłapek i iPodów” (Gruchała, 2014). D. Tapscott precyzyjnie określa ramy czasowe generacji Y, która zaczyna się w styczniu 1977 roku, a kończy w grudniu 1997 roku wraz z pojawieniem się *Generation Next*. M. Prensky (2001) dokonał podziału ludzi należących do pokolenia Y na tzw. „cyfrowych imigrantów” i „cyfrowych tubylców”. Ci pierwsi to ludzie urodzeni do 1980 roku, wchodzący w erę komputerową jako osoby dorosłe. Wrodzoną dla nich rzeczywistością jest rzeczywistość analogowa. Komunikują się za pomocą technologii cyfrowych, nawet fascynują się nimi, jednak jest to jeszcze to pokolenie, dla którego, podobnie jak dla pokolenia X, bezpośrednie relacje społeczne są normą. Z kolei „cyfrowy tubylec” to przedstawiciel pokolenia osób urodzonych po 1980 roku. Nie znają oni świata bez komputerów, aktywnie korzystają z mediów, bo jak konstatuje Prensky:

mają zupełnie nowe, wielowarstwowe i szybkie narzędzia komunikacji, których używają w sposób naturalny (Prensky, 2001, s. 1).



Słabo pamiętają erę przedcyfrową, więc funkcjonują w zupełnie innej kulturze komunikowania, nie ogranicza ich ani czas, ani miejsce. Ich życie „stało się wzburzonym morzem relacji społecznych” (Gergen, 2009, s. 94). K.J. Gergen pisze o „akceleracji przyszłości”.

Tempo nawiązywania i zacieśniania relacji jest przyspieszone i to, co kiedyś wymagało miesięcy czy lat, może być osiągnięte w ciągu kilku dni lub tygodni [...], godziny spędzone razem mogły być przerywane długimi okresami milczenia [...]. Tymczasem dzisiejsza technologia pozwala dwójgu ludziom pozostać prawie w nieustannym kontakcie [...]. A zatem w krótkim czasie zalecanie się może przechodzić od etapu wzajemnej fascynacji do stadium wypalenia (Gergen, 2009, s. 95).

Przedstawiciele cyfrowych tubylców w rzeczywistości wirtualnej prowadzą życie społeczne i rozrywkowe.

Potrzebują wspólnot bardziej elastycznych, gdzie przystąpienie i wystąpienie (z grupy) nie pociąga za sobą znacznych kosztów (Przywara, 2005, s. 310).

Dlatego mają wielu znajomych (przyjaciół) na całym świecie. Jak twierdzi McLuhan: „Nic, co medialne, nie jest obce” (McLuhan, 2004, s. 40). Obecnie nawet słowo „przyjaciół” zostało przeddefiniowane. Stawiam tezę mówiącą o tym, że przedstawiciele pokolenia Y są ubożsi społecznie w porównaniu z osobami należącymi do pokolenia X. Ponadto twierdzą, że osoby z pokolenia Y brak kontaktów bezpośrednich nie uznają za stratę, bo jak twierdzą neurobiolodzy, nasz mózg jest organem społecznym (*social brain* – mózg społeczny), a jego rozwój wymaga współpracy z innymi osobami (Żylińska, 2013). Kontakt z technologiami powoduje zmiany sieci neuronalnej, wzmacnia jedne połączenia, osłabiając inne. Ze względu na ciągle wydłużany czas spędzany przed telewizorem i komputerem cyfrowym tubylcom skraca się czas na kontakty interpersonalne bezpośrednie. „Mózg dostraja się do potrzeb”, a ponieważ do konsumowania mediów nie potrzeba nazbyt rozwiniętych struktur neuronalnych, te niewykorzystane zostają usunięte (Żylińska, 2013, s. 174). Również M. Castells (2008) zwraca uwagę na przystosowanie się użytkowników nowych mediów do logiki mediów, na przykład w zakresie języka i sposobów partycypacji. U przedstawicieli pokolenia Y zanika więc potrzeba kontaktów bezpośrednich na rzecz kontaktów wirtualnych. To te drugie dają im zadowolenie i wystarczającą satysfakcję.

Pokolenie Z z kolei to osoby urodzone w latach 1995–2010, dla których nowe technologie istniały od zawsze (Borcuch, 2010). Urodzeni z telefonem komórkowym w dłoni postrzegają urządzenia mobilne jako poszerzenie swojej fizycznej i mentalnej bytności. Bezprzewodowe sieci społecznościowe są sposobem komunikowania się pokolenia Z (za: Gruchała, 2014). To pokolenie Facebooka, Instagramu, MySpace’a i SMS-ów. Mają nieustającą potrzebę bycia w sieci. Pokolenie Z to nie tylko użytkownik-konsument mediów, ale przede wszystkim twórca. To pokolenie, które zmieniło internet. Przestaje on być tylko miejscem wyszukiwania informacji, a staje się forum, w szerokim tego słowa znaczeniu, także forum komu-





nikacyjnym. Mamy do czynienia – jak twierdzi Tapscott – z nowym paradygmatem komunikacyjnym, który będzie miał rewolucyjny wpływ na wszystko, z czym się zetknie – od muzyki i filmów po życie polityczne, biznes i edukację (Tapscott, 2010). Faktem jest – jak twierdzi K.J. Gergen – że współcześnie „karawana społeczna, z którą podróżujemy przez piaski życia, zawsze jest pełna ludzi” (Gergen, 2009, s. 95), ale ważne jakich ludzi.

PODSUMOWANIE

Pomimo transformacji dającej się zaobserwować w procesie komunikowania słowa, mimika czy gesty zawsze towarzyszą i towarzyszyć nam będą podczas rozmowy z drugim człowiekiem. Przecież komunikacja interpersonalna w największej części składa się z komunikatów pozawerbalnych, nie tylko z mówienia czy komunikatów pisemnych. Komunikacja będzie efektywna tylko wtedy, jeśli te dwie formy będą występowały w tym samym momencie i gdy będą się wzajemnie uzupełniały. A taką możliwość w pełni daje człowiekowi tylko komunikacja *face to face*. Jak konstatuje Ł. Gołębiewski:

człowiek wirtualny to jednak człowiek okrojony z zapachu, intonacji, gestykulacji, mimiki, spojrzenia, tuszy, fryzury, ubioru itd. (Gołębiewski, 2008, s. 23).

I o tym należy młodym ludziom zawsze przypominać. Nikt nie odbiera im przecież możliwości komunikowania się w sieci. Ale żaden pedagog ani rodzic nie powinien dać przyzwolenia, pomimo postępu technologicznego, na bezwzględną zamianę komunikacji z *face to face* na komunikację zapośredniczoną. Człowiek blisko drugiego człowieka stanowi wartość samą w sobie, a wpajanie tego młodym pokoleniom to jedno z ważniejszych zadań współczesnej pedagogiki.

BIBLIOGRAFIA

- Argyle, M. (2000). *Psychologia stosunków międzyludzkich*. Warszawa.
- Borcuch, A. (2010). *Cyfrowe społeczeństwo w elektronicznej gospodarce*. Warszawa.
- Castells, M. (2008). *Spółeczeństwo sieci*. Warszawa.
- Encyklopedia zarządzania*. (2015). Pobrano z lokalizacji: <http://mfiles.pl/pl/index.php/Transformacja>.
- Gergen, K.J. (2009). *Nasycone Ja. Dylematy tożsamości w życiu współczesnym*. Warszawa.
- Goban-Klas, T. (2005). *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa.
- Goban-Klas, T. (2006). *Media i komunikowanie masowe. Teorie, analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.



- Gołębiowski, Ł. (2008). *Śmierć książki. No future book*. Warszawa.
- Gruchała, M. (2014). Od pokolenia X do pokolenia Alfa – wartości mediów. W: D. Hoffman i D. Kępa-Figura (red.). *Wartości w mediach. Wartości mediów*. Lublin.
- Knapp, M.L. i Hall, J.A. (2000). *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*. Wrocław.
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Warszawa.
- Polański, G. (2015). Pokolenie X i pokolenie Y – analiza wybranych aspektów funkcjonowania. Raport z badań. W: J. Morbitzer, D. Morańska i E. Musiał (red). *Człowiek. Media. Edukacja*. Dąbrowa Górnicza.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives. *On the Horizon*, 5 (9). Pobrano z lokalizacji: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.
- Przywara, B. (2005). Człowiek w sieci. Socjologiczne ujęcie więzi wirtualnych. W: M. Sokołowski (red.). *Oblicza Internetu. Internet a globalne społeczeństwo informacyjne*. Elbląg.
- Retter, H. (2003). *Komunikacja codzienna w pedagogice*. Gdańsk.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa.
- Wasylewicz, M. (2011). *Uwarunkowania umiejętności czytania informacji wizualnej*. Rzeszów.
- Wrzesień, W. (2007). Czy pokoleniowość nam się przydarzy? Kilka uwag o współczesnej polskiej młodzieży. *Nauka*, 3.
- Żylińska, M. (2013). *Neurodydaktyka. Nauczanie i uczenie się przyjazne mózgowi*. Toruń.

TRANSFORMACJA SPOSOBU KOMUNIKOWANIA SIĘ POKOŁENIA X, Y, Z – BILANS ZYSKÓW I STRAT

Słowa kluczowe: komunikacja, transformacja, pokolenie X, Y, Z

Streszczenie: Człowiek ze swej natury jest istotą dialogiczną i społeczną, która do harmonijnego rozwoju potrzebuje kontaktów z innymi ludźmi. Wraz z nadejściem społeczeństwa informacyjnego można zauważyć transformację sposobu komunikowania się ludzi. Artykuł jest próbą ukazania wpływu technologii informacyjnych na sposób porozumiewania się ludzi należących do pokolenia X Y i Z, który niesie ze sobą zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje dla relacji społecznych – stąd proponowany w tytule artykułu bilans zysków i strat.

TRANSFORMATION OF THE X, Y, Z GENERATION COMMUNICATION WAY – THE BALANCE OF THE PROFITS AND LOSS

Keywords: communication, transformation, generation X, Y, Z

Abstract: Man by its nature is essentially dialogic and social being, which need contact with other people for its harmonious development. With the advent of the information society it can be seen the transformation of the way people communicate. The article is an attempt to show the impact of information technology on the way of communication between people belonging to the generation X, Y & Z, which carries with it both positive and negative consequences for their social relationships – hence the profit and loss balance proposed in the title of the article.