

# Így panaszkodnak a magyar dolgozók generációi - országos kutatás Steigervald Krisztiánnal

Egy átlagos magyar felnőtt a családján és a munkahelyén kívül összesen alig 2-3 közösséghez tartozik életében<sup>1</sup>. Egy friss, országos kutatásából kiderül, hogy munkahelyváltáskor a tapasztalt dolgozók többsége könnyen alkalmazkodik az új környezethez, kedveli a kollégáit és nehéz kibillenteni a nyugalmából, míg a fiatalabb társaik sokkal inkább kitettek a munkahelyi hangulatnak - sokkal nagyobb arányban hajlamosak a szorongásra, stresszre és a melankóliára. A kezdeti lendületüket viszonylag gyors váltások után a 2-3. munkahelyüknél veszítik el. A felmérés megállapításait Steigervald Krisztián generációkutató kommentálta.

Hol veszítik el az optimizmusukat a magyar fiatalok? – ezt a kérdést vizsgálta a Dreher a NIQ kutatócéggel és Steigervald Krisztián generációkutatóval egy reprezentatív<sup>2</sup> kutatásban. Ebből kiderült, hogy a magyar munkavállalók legnagyobb számban megbízható és nyugodt személyiségnek írják le magukat, akik odafigyelnek mások érzéseire és nem jellemző rájuk a panaszkodás. Fiatalabb kollégáik ezzel szemben sokkal nagyobb arányban hajlamosak a szorongásra, stresszre és a melankóliára. A generációkutató tapasztalatai szerint ők a kezdeti lendületüket viszonylag gyors váltások után a 2-3. munkahelyüknél veszítik el.

## Úgy panaszkodunk, hogy észre sem vesszük

A hazai munkavállalók többsége elégedett a munkahelyével és kollégáit is kedveli. Ennek ellenére minden harmadik válaszadó számolt be arról, hogy munkatársai rendszeresen panaszkodnak a saját munkájukkal kapcsolatban. Sokukat zavarja ez a hozzáállás és többen úgy érzik, negatív hatással van a közérzetükre. Különösen igaz ez a 18-35 év közötti korosztályra, őket kedvetlenül el leginkább, ha a kollégáik negatívan állnak a környezetükhöz.

Érdekes adat, hogy ezzel szemben sokkal kevesebben (25%) veszik észre magukon, hogy hajlamosak a negatív szemléletre és ez különösen igaz az 55 pluszos korosztályra. Ezért is döntött úgy a Dreher, hogy dedikált kampánnyal segít a fiatalok optimizmusának megőrzésében, és egy [videósorozaton](#) keresztül felhívja a jelenségre a figyelmét: néha észre sem vesszük, hogy akkor is a negatívumokat emeljük ki az újonnan érkezőknek, amikor valójában szeretjük a munkahelyünket.

## Kellenek a pozitív szavak

A válaszadók 43 százaléka szerint – az anyagiakon kívül – a legmotiválóbb hatással a pozitív visszajelzések vannak rájuk a mindennapokban. Különösen igaz ez az 55 pluszos korosztályra (53%), míg meglepő módon kevésbé a fiatalokra (35%). Steigervald Krisztián generációkutató meglátásai azonban egészen új megvilágításba teszik ezeket az eredményeket:

„A XX. század végéig úgynevezett szülői tekintélyelvű nevelés volt az általános, így akkoriban jellemzően negatív tartalmú motivációban hittek. Ezzel szemben az utóbbi 20-30 évben a válaszkész nevelésben, de főleg a digitális platformokon sokkal gyakoribb a pozitív visszajelzés is. Az utóbbi esetben így a dicséret inkább alapvető elvárássá változott, a mindennapok működésének szerves részévé. A jelenléte nem feltétlenül emel, a hiánya viszont tönkre tesz.”

## Minél tapasztaltabbak vagyunk, annál jobban megy a beilleszkedés

A kutatás mélyebben vizsgálta a csoportokban való működés és az azokhoz való alkalmazkodás nehézségeit is. A magyarok 64 százaléka kortól függetlenül állítja magáról, hogy könnyen beilleszkedett az általános, illetve a középiskolás közösségbe, a felsőoktatásban tanulóknál ez az érték már 72 százalék. A munkahelyeknél tovább nő a pozitív élmények aránya: pályakezdőként 77 százalék, a jelenlegi helyükkel kapcsolatban pedig 82 százalék állította, hogy minden rendben ment a csapatba való belépésnél.

A következő olyan életszakasz, amelyben a munkahelyen kívül is ismét tömegesen kerülnek új közösségbe a felnőttek, már a gyerekvállaláshoz kötődik. A játszóterek, majd a bölcsődék, óvodák, iskolák szülői csoportjaiba a magyarok kétharmada megint könnyen illeszkedik be. Az áltagnál sokkal kevésbé igaz ez a fizikai munkát végzőkre (60%), illetve az 55 pluszos korosztályra (42%), akik nagy valószínűséggel már az unokájuk révén kerülnek ezekbe a körökbe.

## Az egyszemélyes hobbik a legnépszerűbbek

A család és a munka mellett a hobbik esetében jellemző még, hogy új emberekkel találkozunk. Stegiervald Krisztián szerint a hazai és a nemzetközi kutatásokból is két trend rajzolódik ki: a sportolás népszerűsége erősen növekedett az elmúlt 20-25 évben, de a koronavírus-járvány óta jelentősen csökkent a csoporthoz tartozás vágya. Ezt a Dreher kutatása is megerősíti, a válaszadók 77 százaléka foglalkozik rendszeresen a hobbijával – legtöbbször egyéni sportokkal, vagy sütés-főzéssel töltik az idejüket (42-42%). Ezután következnek kedveltségben a játékokhoz (31%) és a művészetekhez (24%) kapcsolódó kikapcsolódások. A csoportosan végzett sportokat – amelyek mindenképpen valamilyen közönséghez való tartozást jelentenek – a magyarok kevesebb mint ötöde jelölte meg hobbijának.

<sup>1</sup>[Demográfiai folyamatok és a családformák pluralizációja Magyarországon - Társasági és Társadalmi Kutató Intézet \(TÁRSK\) - KSH](#)

<sup>2</sup>Országos, reprezentatív online kutatás, 1000 fő - NIQ

Sajtókapcsolat:

- Erdős Dóra
- NOGUCHI
- [derdos@noguchi.hu](mailto:derdos@noguchi.hu)



© Dreher



© Dreher



© Dreher



© Dreher

Eredeti tartalom: Dreher

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/16903/igy-panaszkodnak-a-magyar-dolgozok-generacioi-orszagos-kutatas-steiger-vald-krisztiannal/>