

Sajtóközlemény

Kiadja: Budapesti Metropolitan Egyetem
Budapest, 2017-10-06

A karrierépítésben is a YouTubereket követi a Z generáció

A Facebook után a Twitter és a gyakorikerdesek.hu a legnépszerűbb felület, ha a pályakezdők online álláskereséséről, munkakereséssel kapcsolatos élményeiről és tapasztalatairól van szó – derült ki a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) és a SentiOne közös, az Y és Z generáció online álláskeresési szokásait vizsgáló kutatásából. Míg az Y generáció elsősorban Facebookon tájékozódik a karrierkezdéssel kapcsolatos kérdésekben, a Z generációnál már megjelennek a YouTube és Instagram felületek, melyek üzemeltetésére már munkaként tekintenek a fiatalok.

A teljes magyar nyelvű, publikus internetes szférát lefedve végzett kulcsszó alapú kutatást a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) és a [SentiOne](#) online listening nemzetközi cégcsoport. A felmérés célja a weben közzétett szövegalapú tartalmakon keresztül a munkavállalás küszöbén álló társadalmi réteg álláskeresési trendjeinek megismerése volt. A két intézmény az interneten közzétett szövegalapú tartalmakat, azaz a weboldalak, fórumok és blogok szövegeit, valamint a Twitter, YouTube, Instagram és a Facebook posztokat vizsgálta az álláskeresés és pályakezdés témakörében 2017 januárjától szeptember végéig. A kutatás apropója a METU október 19-i TEDx konferenciája, melynek központi kérdése, hogy vajon milyen tudásra lehet szükségünk ahhoz, hogy sikeresek legyünk a XXI. században.

A pályakezdéshez és pályakezdői álláskereséshez kapcsolódó kommentek, cikkek és bejegyzések alapján Magyarországon egyértelműen a Facebook a legaktívabb és legnépszerűbb felület, második helyen a Twitter, harmadik helyen pedig a gyakorikerdesek.hu áll. Az elmúlt három év publikus online szöveges tartalmait vizsgálva kiderült, hogy míg 2015-ben a diskurzus közel 60 százaléka a Facebookon folyt a témában, ez 2016-ra 47 százalékra csökkent, 2017-re pedig 51 százalékos lett a weboldalak, és elsősorban a fórumok térnyerésével. A SentiOne szerint a weboldalak növekvő szerepe az edukatív tartalmak mennyiségének növekedését, a pályakezdők álláskeresésének társadalmi szinten egyre fontosabbá váló jelenségét támasztja alá.

A vizsgált időszakban a 'gyakornok' szó közel 75 000 bejegyzésben szerepelt, a 'pályakezdő' kifejezés pedig 2500 helyen jelent meg az álláskeresés kontextusában. Míg a pályakezdői állást keresők több mint 50 százaléka a Facebookon tájékozódik a lehetőségekről, a gyakornoki állásokat keresők közel 60 százaléka weboldalakon és portálokon szerez információt az aktuális pozíciókról, az álláskeresés trükkjeiről és aktualitásairól. 2016-ban a frissdiplomás álláskeresésével kapcsolatban a férfiak voltak aktívabbak az online kommunikációban, ez azonban 2017-re megfordult: idén már a nők reflektálnak többet a téma tartalmaira.

Az Y és Z generációkhoz kapcsolódó tartalmak 2017-ben is kifejezetten népszerűek az online térben: előbbi közel 7500-szor, utóbbi 3500-szor került szóba a publikus magyar internetes tartalmak között. A két csoport online ismérvei jól körvonalazhatók a leggyakrabban előforduló kifejezések alapján. Az Y generációval kapcsolatos témák többségében megjelennek az 'elégedetlen', a 'szakmai' és a 'felnőtt' kulcsszavak, míg a Z generációval kapcsolatos témáknál a 'digitális', 'közösségi' és 'online' kifejezések szerepelnek a leggyakoribb szavak között.

Az álláskeresés témakörének influencer csatornái, azaz a legnagyobb eléréssel és követőbázissal rendelkező online felületek terén eltérés van a két csoport között. Az Y generáció körében mindhárom legnépszerűbb felület a Facebookon található, míg a Z generációnál már megjelennek a YouTube csatornák. A fiatalabb generáció által generált, vagy róluk szóló tartalmak aránya a kép- és videomegosztó oldalakon ugrásszerűen, 20 százalékról 42 százalékra nőtt az Y generációhoz képest.

„A vloggerek, bloggerek és Instagram sztárok megjelenésével egyre népszerűbb téma lett az online térben felépíthető karrier lehetősége. A Z generáció tagjai közül sokan már reális jövőképként tekintenek ezekre a szerepekre.” – mondta Major Szilvia, a METU KarrierCentrumának igazgatója. „A SentiOne-nal közös kutatásunk megmutatta, hogy a *Hogyan legyek sikeres blogger, vlogger, Instagram sztár?* témakörben csak idén közel 2000 online bejegyzés született, elsősorban a YouTube és az Instagram felületein.”

Október 19-én a METU a méltán elismert TED rendezvénysorozathoz kapcsolódva a fenti témákhoz hasonló kérdésekkel foglalkozik majd saját TEDx konferenciáján, amely *A tudás almája* címet viseli. A konferenciáról bővebb információ a www.metu.hu/tedxmetu oldalon érhető el.

További információ:

Varga Imre

+36 1 312 7289

+36 30 433-9092

ivarga@noguchi.hu

A Budapesti Metropolitan Egyetetről

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Magyarország legnagyobb magánkézben lévő felsőoktatási intézménye. A Metropolitanen 2 karon, 4 fő képzési területen folyik képzés: kommunikáció, üzlet, turizmus és művészet. A folyamatosan bővülő magyar és angol nyelvű kínálatban jelenleg 33 alapszak, 16 mesterszak, 22 szakirányú továbbképzés és 8 felsőoktatási szakképzés közül választhatnak az egyetem iránt érdeklődők. A Metropolitannek jelenleg közel 6500 hallgatója van, akik 2011-től már nemcsak a fővárosban, hanem Hódmezővásárhelyen is folytathatják tanulmányaikat. Az intézmény 2001 óta meghatározó és dinamikusan fejlődő szereplője a hazai felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A Metropolitan jelenleg 5 kontinensen több, mint 170 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.

A TEDx-ről:

A TED (Technology, Entertainment, Design) egy nonprofit szervezet és különleges konferenciasorozat, amely elkötelezett az Ideas Worth Spreading („Gondolatok, amelyeket érdemes terjeszteni”) eszméje mellett. 30 éve indult Kaliforniából egy kis, exkluzív és különleges konferenciaként, de mára világszerte fogalomává és számos világméretű kezdeményezés táptalajává vált. A TED konferenciák rövid, gondolatébresztő és szórakoztató előadásokkal rendkívül intenzív és inspiráló élményt jelentenek. A TED teljesen megváltoztatta, más dimenzióba emelte a korábban megszokott konferenciaélményt, így vált a világ talán legizgalmasabb, legkeresettebb és legkomolyabb, nem szigorúan szakmai jellegű konferenciájává.

A TEDx program a licenz alapú, önálló helyi szervezésben megvalósuló TED-szemleiszerű eseményeket fogja össze világszerte, melyek lehetőséget nyújtanak arra, hogy az Ideas Worth Spreading szellemében közösségek, szervezetek vagy egyének stimuláló, gondolatébresztő, és aktívan kommunikáló közeget hozzanak létre a helyi közönség személyes, tevékeny részvételével.