



ИДЕЕН ПРОЕКТ ЗА ВИДЕОКЛИП НА ТЕМА:  
**„ПРОМЕНЯ ЛИ СВЕТА  
ПОКОЛЕНИЕТО Z (GEN Z)?“**

*Заключителен етап за определяне на участниците  
в европейския кръг на олимпиадата по статистика  
2024/2025г.*



ментор: Милена Николова

**отбор: FSG\_STATS**

**Мартин Божилов - 11 клас**

**Павел Тодоров - 11 клас**

**Росен Стоев - 11 клас**



# КОЕ Е ПОКОЛЕНИЕТО Z?

родени между 1997 и 2012г.

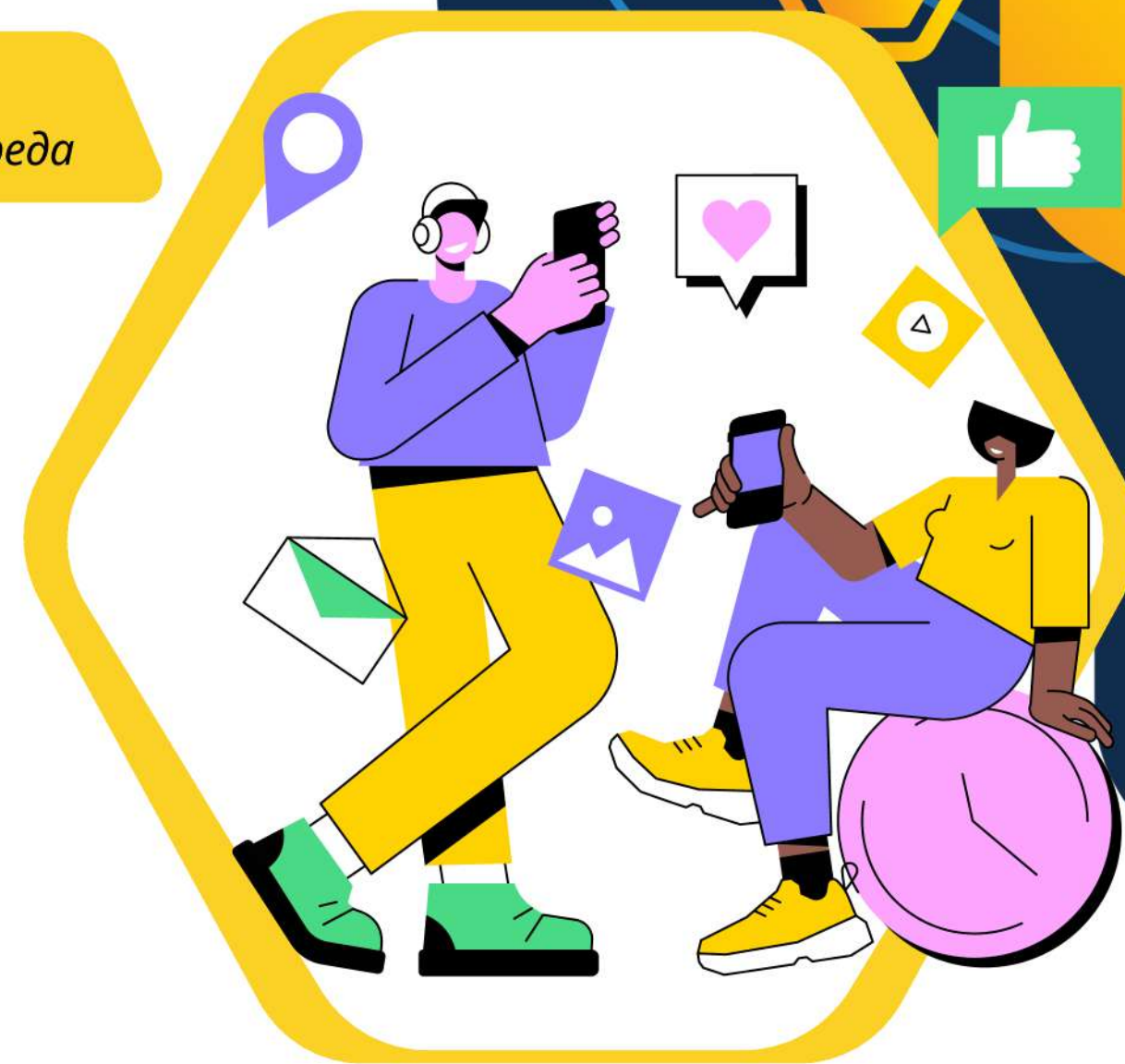
Gen Z е първото поколение, което изцяло израства в дигитална среда



GEN Z в България



GEN Z в ЕС



## ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ:

Ние сме постоянно в мрежата, използваме интернет за почти всичко - от търсене на информация и образование до комуникация и забавление

Дигитална свързаност

Социална ангажираност

Имаме голяма чувствителност към въпроси, свързани с екологията, равенството, справедливостта и психичното здраве

Свикнали сме с динамичната среда и лесно се приспособяваме към нови технологии, методи на работа и начини на учене.

Гъвкавост и адаптивност

Критично мислене

Винаги подлагаме информацията на съмнение, проверяваме източниците и не се доверяваме наляпо на авторитети.

Ценим личната идентичност и разнообразието

Индивидуализъм

# GEN Z И ОБРАЗОВАНИЕТО

## Какво смятаме за образованието

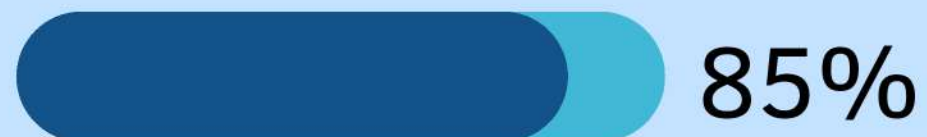


- Предпочитаме да учим чрез онлайн платформи, видеа и интерактивни уроци пред традиционните учебници
- Често търсим желаната от нас информация сами, без да разчитаме изцяло на училище.
- Очакваме училището да ни учи на практически знания и умения пред теоретичните уроци. Искаме то да бъде свързано с реалния свят и бъдещата ни кариера.

## Статистика



В Европейския съюз 65% от Gen Z използват интернет за образователни цели



В България 85% от учениците редовно използват дигитални устройства за учене



# GEN Z И ПАЗАРЪТ НА ТРУДА

## Работещите от поколението Z:



- Не искат работа „от 9 до 5“, предпочитат гъвкави условия
- Често сменят работата, търсят смисъл в нея
- Предпочитат работа от **разстояние, freelance и startup култура**
- Искат баланс между **работа и личен живот**
- Не са съгласни с разликата в заплащането в компанията

## Статистиката показва, че:



35%

до 2025 г. поколението Z ще  
съставлява 35% от работната сила

30%

30% от младите в България (15–24 г.)  
вече работят дистанционно



1 от 3 работещи Gen Z трудно се  
справят с напрежението и стреса  
на работното място

# СРАВНЕНИЕ МЕЖДУ ПОКОЛЕНИЯТА



## Baby Boomers

Родени от 1946 до 1964

- Израснало в свят с ограничени възможности
- Предпочитат комуникация лице в лице
- Работохолици



## Gen X

Родени от 1965 до 1980

- Първото поколение израснало със свобода и независимост
- Реалистично възприемане на света и практични решения



## Gen Y

Родени от 1981 до 1996

- Приспособили се към дигиталния свят
- Предпочитат работа в екип и ценят взаимоотношенията на работното място.



## Gen Z

Родени от 1997 до 2012

- Израснали с интернет
- Индивидуалисти, предпочитат гъвкаво работно време



# ФОРМАТ НА ВИДЕОТО



**ПРОДЪЛЖИТЕЛНОСТ:**

2 минути



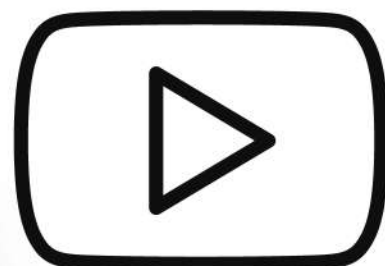
**СТИЛ:**

динамичен, с хумористични елементи, реални сцени, музика, диалог и визуални елементи



**ЦЕЛИ:**

1. Да докажем, че поколението Z не е безотговорно или откъснато от реалността, а напротив – то е адаптивно, иновативно и готово да изгражда бъдещето.
2. Да предизвикаме разбиране и уважение към ценностите и начина на мислене на поколението.
3. Да разрушим стереотипите и да покажем че Всяко поколение може да допринесе за едно по-добро общество.



*По време на сцените ще има данни и графики, които потвърждават или оборват думите на героите*



# ГЕРОИТЕ

Нашите трима герои представят сблъсъка между поколенията. Мартин и Росен са част от Gen Z – адаптивни, с нов поглед върху живота. Павел е представител на Baby Boomers – той не разбира новото поколение и е скептичен към техните навици.

***Но могат ли да намерят общ език?***

## Росен

- Роден през 2003
- Представител на Gen Z
- Студент
- Занимава се с фриланс
- Приятел с Мартин

## Павел

- Роден през 50-те години на ХХв.
- Представител на Baby Boomers
- Пенсионер
- Не одобрява поведението на младите
- Не познава Мартин и Росен

## Мартин

- Роден през 2007
- Представител на Gen Z
- Ученик
- Приятел с Росен

# СТРУКТУРА НА ВИДЕОТО

## Въведение

### СЦЕНА 1

**МЯСТО:** ГРАДСКИ ПАРК

**СЮЖЕТ:** Мартин и Росен скролват в телефоните си. Покрай тях минава непознат мъж - Павел. Той ги заговаря и очаква да получи отговори на своите въпроси. Мартин и Росен му предлагат да прекара един ден с тях и да се потопи в света на поколението Z.



## Образованието днес

### СЦЕНА 2

**МЯСТО:** МОДЕРНА БИБЛИОТЕКА

**СЮЖЕТ:** Мартин и Росен показват на Павел как учат - използват лаптопи, онлайн курсове и приложения за бележки. Павел разказва как е учил само от книги, а те му показват интерактивен образователен сайт. Павел е впечатлен, но все още скептичен.

**СМИСЪЛ:** Поколение Z разчита на технологии за учене, което им дава достъп до повече знания.





NOW

FUTURE

PAST

## Работата на бъдещето

СЦЕНА  
3

**МЯСТО:** ДОМАШЕН ОФИС

**СЮЖЕТ:** Росен работи на лаптоп и обяснява, че има страничен доход от фрийланс проекти. Павел е шокиран. Мартин му показва как хората днес могат да печелят онлайн без да ходят в офис. Павел започва да се замисля.

**СМИСЪЛ:** Gen Z цени гъвкавостта и използва нови възможности за работа.



## Комуникацията

СЦЕНА  
4

**МЯСТО:** ГРАДСКА УЛИЦА

**СЮЖЕТ:** Павел е любопитен дали те излизат навън. Мартин и Росен го водят на среща с приятели, които са се организирани през групов чат. Павел вижда, че те общуват, но просто по нов начин.

**СМИСЪЛ:** Gen Z не е откъснато от реалността – просто комуникира различно.



# ФИНАЛ

## Разбиране между поколенията

СЦЕНА  
5

**МЯСТО:** ГРАДСКИ ПАРК

**СЮЖЕТ:** Тримата стоят на пейка и се наслаждават на залеза. Павел признава, че е смятал младите хора за откъснати от истинския живот, но явно просто е различен от неговия. Росен отбелязва, че всяко поколение има свой път, но най-важното е да вървят заедно.



## Посланието

Всяко поколение носи своята уникална гледна точка, ценности и начин на живот. Вместо да се противопоставяме, можем да се учим един от друг, да споделяме знания и опит, и заедно да изградим по-добро бъдеще.

**Информационни източници:** Национален статистически институт, Eurostat, Eurofound

