

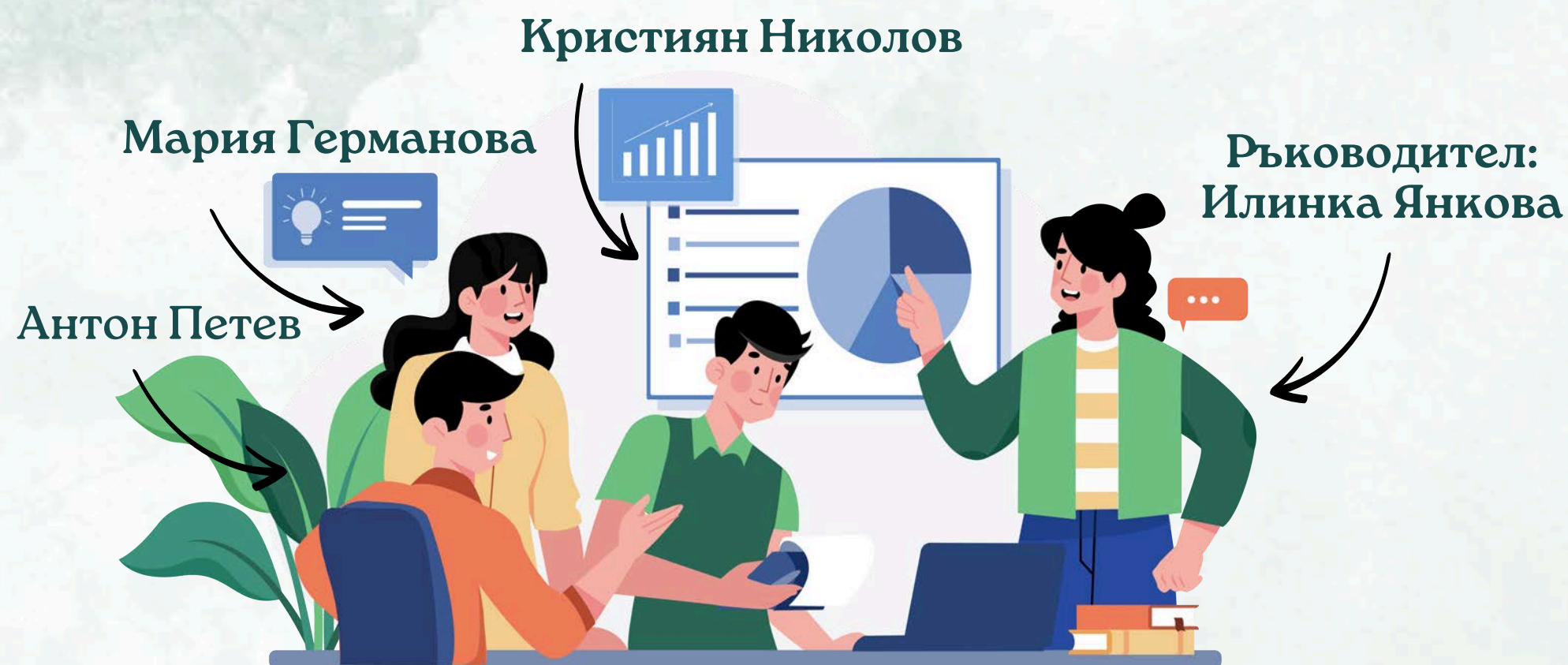


Професионална гимназия по икономика
“Иван Илиев”, Благоевград

ИДЕЕН ПРОЕКТ ЗА ВИДЕОКЛИП НА ТЕМА

„Променя ли света поколението Z (Gen Z)?“

МАК 2024



Категория Б

ИДЕЯ ЗА КЛИПА



ИДЕЯ ЗА КЛИПА

Идеята на видеоклипа е чрез символична среща между представител на Gen Z и Baby Boomer да се покаже как поколенията се различават и допълват в теми като образование, технологии, работа, свободно време, семейство и психично здраве. Като се появява разказвач, който обобщава гледните им точки и показва, че Gen Z наистина променя света – по свой, нов начин.



ЦЕЛ НА ВИДЕОТО

Да сравним поколенията Baby Boomers и Gen Z чрез пет ключови аспекта – образование, пазар на труда, технологии, психично здраве и семейни ценности, като използваме достоверни данни от авторитетни източници.

Да проследим как промените във времето и развитието на обществото влияят върху нагласите, начина на живот и приоритетите на различните поколения.



ИЗПОЛЗВАНИ ИНСТРУМЕНТИ

Източници: Евростат, НСИ, Национална мрежа за деца, Европейски съвет - Съвет на Европейския съюз, Европейска комисия и др.



НАЦИОНАЛНА
МРЕЖА ЗА ДЕЦАТА

eurostat 



Европейски съвет
Съвет на Европейския съюз



European
Commission

Софтуер за презентация/монтаж: PowerPoint, Canva, CapCut



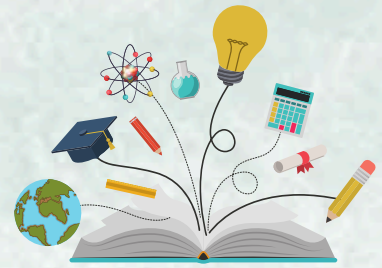
Canva



„В ДАННИТЕ ТЪРСИМ ИСТИНА, В
ОТБОРА - СИЛА.“



Всяко поколение оставя своя отпечатък върху света. Докато Baby Boomers създаваха индустриалната основа на модерния свят, Gen Z израства в дигитална реалност и преосмисля установените норми. За да разберем променя ли Gen Z света – и как – ще сравним тези две поколения по ключови обществени измерения.



Образование



Психично здраве



Пазар на труда



Семейство



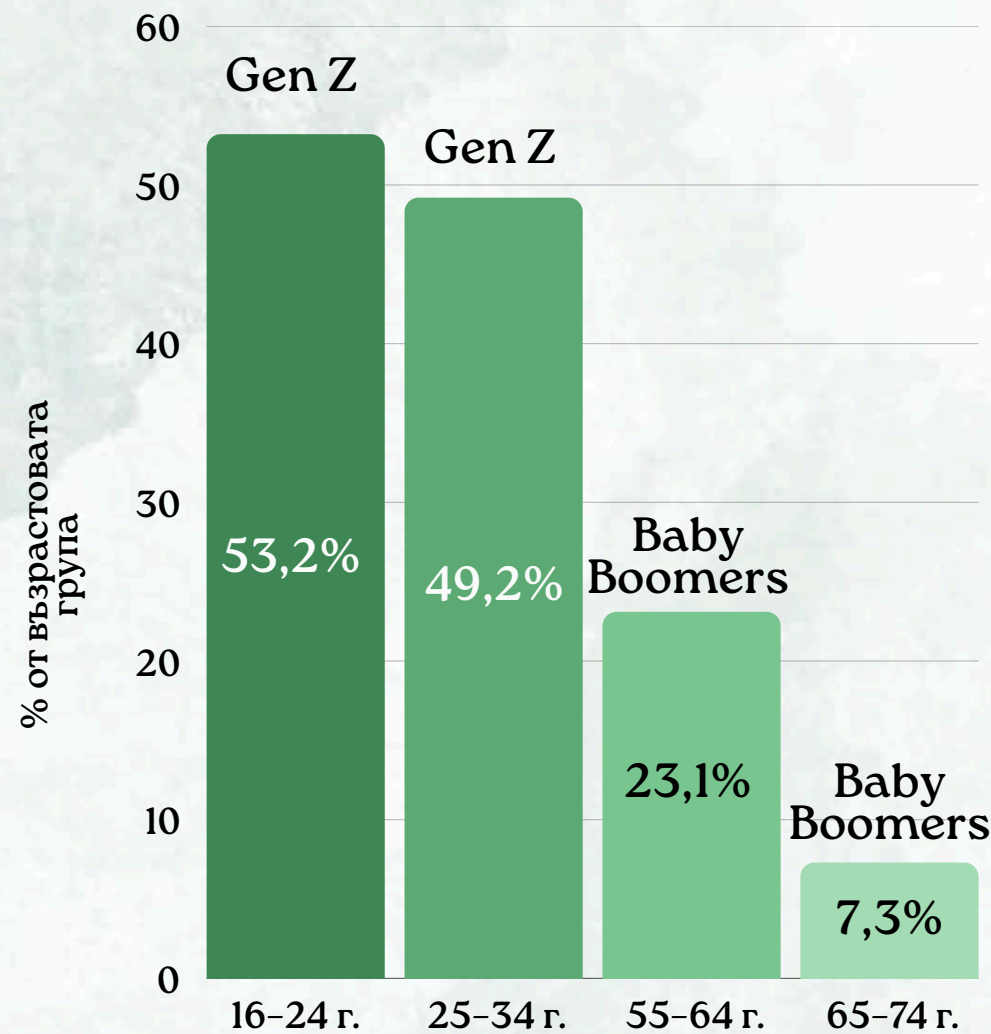
Технологии

ОБРАЗОВАНИЕ



ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ:

25–34-годишни: През 2023 г. 35,8% от българите в тази възрастова група имат завършено висше образование, което е под средния процент за ЕС от 43,1%.



Gen Z е значително по-дигитално грамотна, с над 2 пъти по-високи умения спрямо Baby Boomers. Това се дължи на технологичната среда, в която расте новото поколение.

ЦИФРОВИ УМЕНИЯ

ПРОДЪЛЖАВАЩО ОБУЧЕНИЕ

Показател	Gen Z	Baby Boomers
Във формално образование	2,4% от 25–64 г.	По-нисък дял сред 55–64 г.
Участие в неформално обучение	31,1% от хората с висше обр.	По-нисък (няма точни данни)

Gen Z е по-активна в допълнителното обучение, особено онлайн и в неформален контекст. Boomers са по-слабо ангажирани с учене след формалното образование.



ПАЗАР НА ТРУДА



ЗАЕТОСТ И НИВО НА БЕЗРАБОТИЦА

Заетост:

Gen Z (15–24 години): 21,4% активност на пазара на труда през 2023 г.

Baby Boomers (55–64 години): 72,1% активност през същия период.

Безработица при влизане в пазара на труда (на 25 г.):

Gen Z: Безработица от 7,9% през 2023 г.

Baby Boomers: По-ниско ниво на безработица, но точни данни за 2023 г. липсват.

СЕКТОРНА ЗАЕТОСТ

Селскостопански сектор (от заетите)

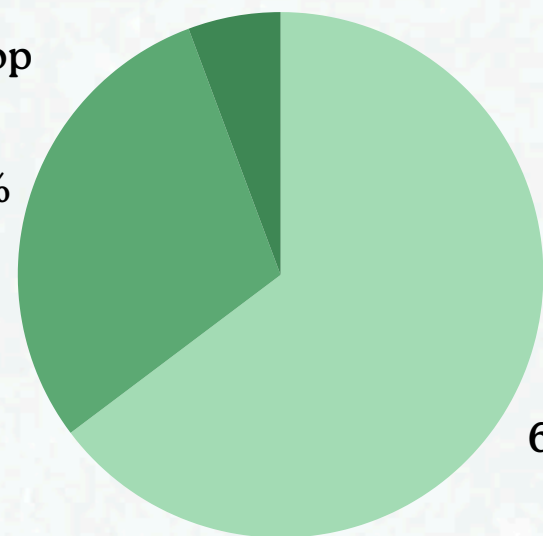
5.7%

Индустриален сектор
(от заетите)

29.6%

Сектор на услугите
(от заетите)

64.7%



Baby Boomers: По-голям дял в индустриалния сектор и по-нисък в сектора на услугите, отразявайки индустриализацията през тяхната кариера.

ЗАЕТОСТ И АКТИВНОСТ

Показател	2011	2015	2020	2011	2015	2020	2011	2015	2020	2011	2015	2020
15-24 г.	22.1%	20.3%	18.8%	20.6%	19%	26%	23.4%	24.5%	24.6%	31.3%	30.4%	31.5%
55-64 г.	44.6%	53%	64.2%	38.2%	39%	45.4%	39.9%	41.1%	48.5%	45.9%	52.1%	59.6%
	България			Хърватия			Румъния			Европейски съюз		

Между 2011 и 2020 г. младежката заетост в България намалява от 22.1% на 18.8%, докато при възрастните (55–64 г.) се увеличава от 44.6% на 64.2%. В Хърватия и Румъния младежката заетост нараства, а при възрастните се наблюдава ръст. В ЕС младежката заетост остава почти същата, но за възрастните се увеличава значително.

Gen Z навлиза бавно на пазара на труда, докато Baby Boomers остават активни по-дълго.



БЕЙБИ БУМЪРИ 1946-1964

ОПТИМИСТИЧНИ | КОНКУРИРАЩИ
РАБОТОХОЛИЦИ | РАБОТЯТ В ЕКИП

Афектирани от: Движенията за граждански права
Мотивирот се от: Лоялност към компанията, работа в екип, задължения
Стил на комуникация: Каквото е ефикасно в ситуацията, включително обаждане по телефона и срещи лице в лице
Светоглед: Постиженията идват след плащането на такса “жертвайте се в името на успеха”



GEN Z 1997-2012

ПРЕДПРИЕМЧИВИ | ПРОГРЕСИВНИ
ПО-МАЛКО ФОКУСИРАНИ

Афектирани от: Голямата рецесия, бързият достъп до интернет от деца
Мотивирот се от: Разнообразие, креативност, ценене на индивидуалността
Стил на комуникация: съобщения и социални медии
Светоглед: сами се идентифицират с обвързаността си към дигиталните технологии, ценят независимостта; предпочитат да работят с ръководители, представители на Милениалс, иновативни са

ТЕХНОЛОГИИ



ПОЛЗВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ

Достъп до интернет в домакинството:

България (2020): 70% от домакинствата имат достъп до интернет.

ЕС (2020): 88% от хората на възраст 16–74 години използват интернет в последните 3 месеца.

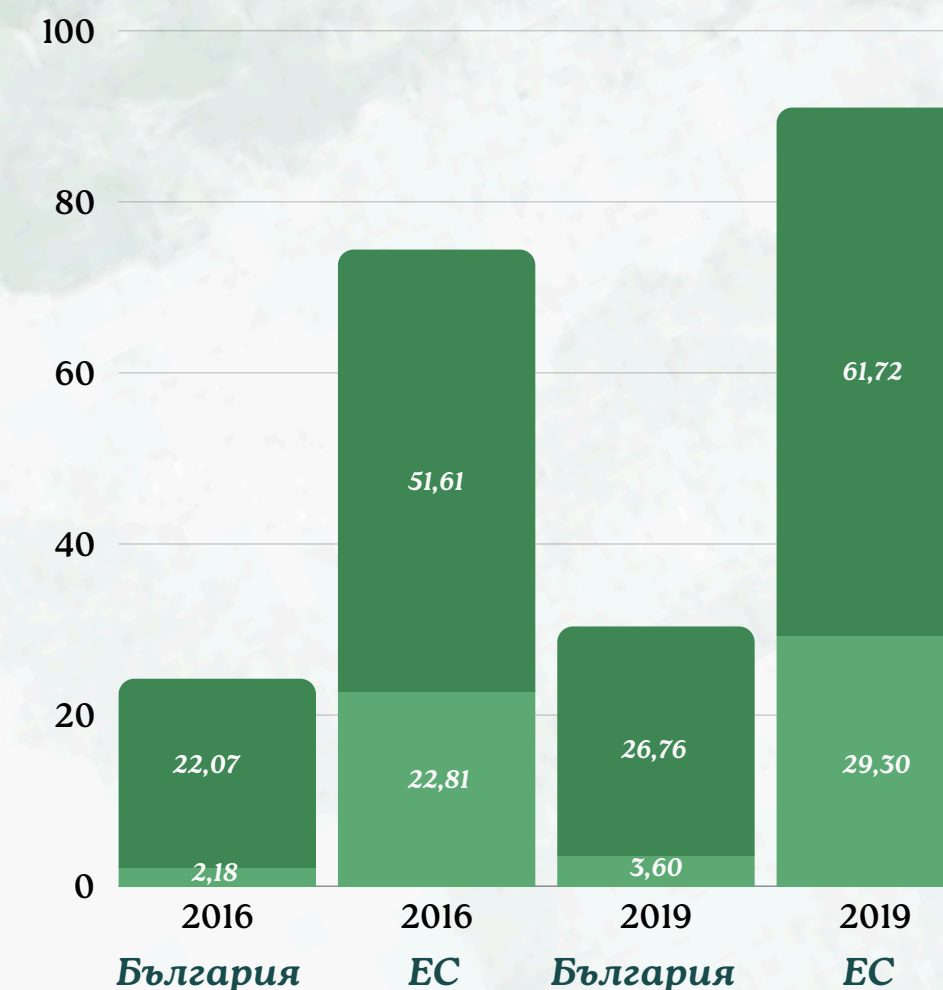
Ежедневно ползване на интернет:

ЕС (2023): 97% от младите хора (16–29 години) използват интернет ежедневно, спрямо 86% от всички индивиди.



ОНЛАЙН ПАЗАРУВАНЕ, БАНКИРАНЕ И ОБРАЗОВАНИЕ

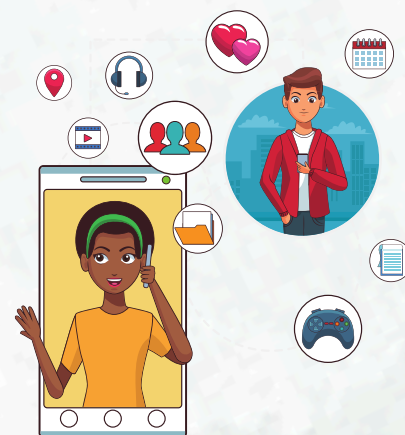
● Baby Boomers ● Gen Z



ПОЛЗВАНЕ НА СМАРТФОНИ И СОЦИАЛНИ МРЕЖИ

Gen Z: Висока употреба на смартфони и активност в социалните мрежи.

Baby Boomers: По-ниска активност в сравнение с Gen Z.



РАБОТА С ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ / АВТОМАТИЗАЦИЯ

Gen Z: По-голяма готовност за работа с нови технологии и изкуствен интелект.

Baby Boomers: По-малка ангажираност с новите технологии.



През 2016 и 2019 г. Gen Z показва значителен ръст в онлайн активността, докато Baby Boomers остават слабо активни, особено в България. През 2019 г. разликата между поколенията става още по-осезаема, като Gen Z е значително по-ангажирано с новите технологии.

ПСИХИЧНО ЗДРАВЕ



● 15-29 г. ● 55-74 г.

КОНСУЛТАЦИИ ПО ПСИХИЧНО ЗДРАВЕ

● 15-29 г. ● 55-74 г.



- Между 2014 и 2019 г. в ЕС се наблюдава ръст в консултациите по психично здраве сред младите (Gen Z) – от 18.9% на 26.6%, което говори за по-висока осъзнатост и намалена стигма. При Baby Boomers (55–74 г.) също има повишение – от 11% на 13.7%, но нивата остават по-ниски.

- В България тенденцията е различна – спад при младите и лек ръст при по-възрастните, вероятно заради стигма или липса на достъп. Общата картина показва, че Gen Z е по-склонно да търси помощ, докато Boomers срещат повече бариери.

Проучванията показват, че Baby Boomers по-рядко търсят професионална помощ за психично здраве, често поради социална стигма, недоверие към психолозите или възприемането на подобни проблеми като „лична слабост“.

Проучванията показват, че Gen Z е по-малко склонно да търси професионална помощ за психични проблеми, като предпочита да се обръща към социални медии и цифрови инструменти.

GEN Z



ОБЩЕСТВЕНИ НАГЛАСИ

Показател	Стойност
Хора, вярващи в лечители и свръхестествени сили	2,4% от 25–64 г.
Хора, вярващи в магии	31,1% от хората с висше обр.
Традиционно недоверие към психолози/психиатри	Все още осезаемо сред Boomers

BABY BOOMERS



СЕМЕЙСТВО



ВЪЗРАСТ ПРИ СКЛЮЧВАНЕ НА БРАК



Baby Boomers:

Средната възраст при сключване на първи брак е била по-ниска в сравнение с днешния ден.

През 2023 г. средната възраст при сключване на първи брак за мъжете и жените е съответно 33.4 и 30.3 години.

Gen Z:

Поради по-младата възраст на това поколение, данни за средната възраст при сключване на брак са все още в процес на събиране.

СРЕДЕН БРОЙ ДЕЦА В СЕМЕЙСТВО

Baby Boomers:

Средният брой деца на семейство е бил по-висок, като много семейства са имали три или повече деца.

Gen Z:

Съвременните семейства, включително тези на Gen Z, обикновено имат по-малък брой деца, често едно или две.



ВЪЗРАСТ ПРИ РАЖДАНЕ НА ПЪРВО ДЕТЕ

Baby Boomers:

Ражданията са настъпвали по-рано, като много жени са ставали майки в по-млада възраст.

Gen Z:

Средната възраст на жените при раждане на първо дете през 2023 г. е 27.7 години.



СЪВМЕСТЕН ЖИВОТ ПРЕДИ БРАК

Baby Boomers:

По-малко двойки са живели заедно преди брака, като това е било по-рядко срещано явление.

Gen Z:

Съвместният живот преди брака е често срещан, като много двойки избират да живеят заедно преди официалното сключване на брак.

