

ИДЕЕН ПРОЕКТ НА ТЕМА:

ПРОМЕНЯ ЛИ СВЕТА ПОКОЛЕНИЕТО Z?



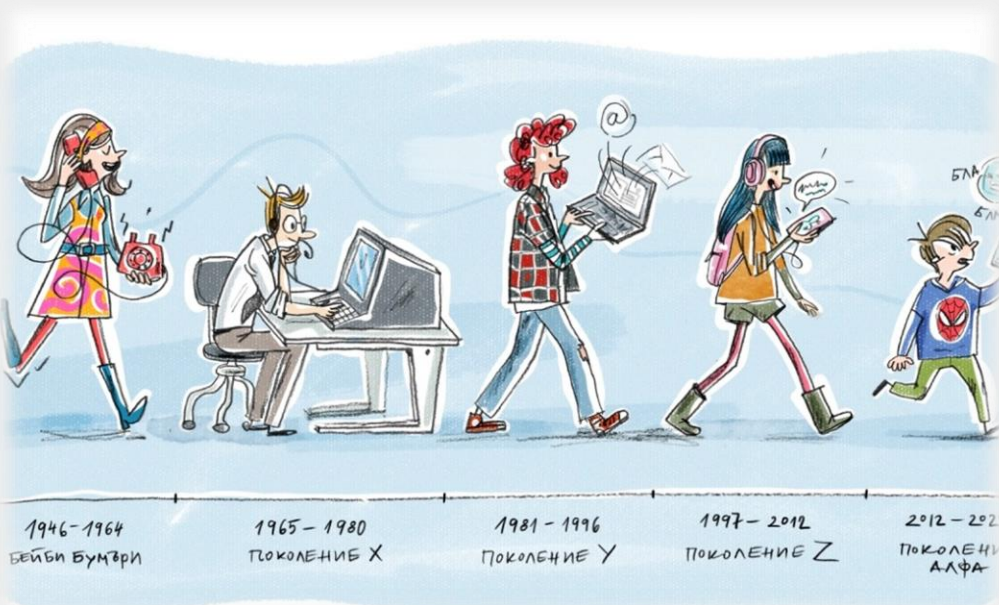
ЗАКЛЮЧИТЕЛЕН ЕТАП ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА УЧАСТНИЦИ В
ЕВРОПЕЙСКИЯ КРЪГ НА ОЛИМПИАДАТА ПО СТАТИСТИКА
2024/2025Г.



Екип: **MARINA**
участник: Иван Панчелиев
НПГ "Димитър Талев"
Гр. Гоце Делчев
Категория Б
Ментор: Катя Бойкова

"Поколение Z – геймъри, активисти, иноватори... Променят ли те света?"

„Родени между 1997 и 2012 г., те са дигиталното поколение. 99% имат достъп до интернет, 75% не могат без смартфон... но те са много повече от това!“



📌 Поколение Z е най-голямата група в световен мащаб, като съставлява около 32% от глобалното население.

📌 В САЩ те са около 68 милиона души.

📌 До 2030 г. ще съставляват 27% от работната сила в световен мащаб.



Отличават се с иновативност, критично мислене и социална ангажираност, като акцентират върху устойчивост, равенство и психично здраве.

Това е генерация, която съчетава индивидуалност, социална отговорност и стремеж към иновации, променяйки начина, по който функционира съвременното общество.



Как поколението Z променя различни сфери?

Технологична адаптация

То е първото поколение, което не познава свят без интернет. Виртуалната реалност, социалните медии и смартфоните са неразделна част от ежедневието им. Не само ползват технологии, но и ги интегрират в обучението, работата и личния си живот.

Знаете ли, че:

- 99% от Gen Z имат достъп до интернет.
- 98% притежават смартфон, като 75% не могат да си представят живота без него.
- 60% прекарват повече от 5 часа на ден онлайн.
- 44% проверяват социалните мрежи повече от 10 пъти на ден.
- Над 80% от лицата на възраст 16-29г. използват интернет за участие в социални мрежи (създаване на потребителски профил, публикуване на съобщения или други приноси във facebook, twitter и др.)

Използване на интернет за участие в социални мрежи от лица на възраст 16-29г.



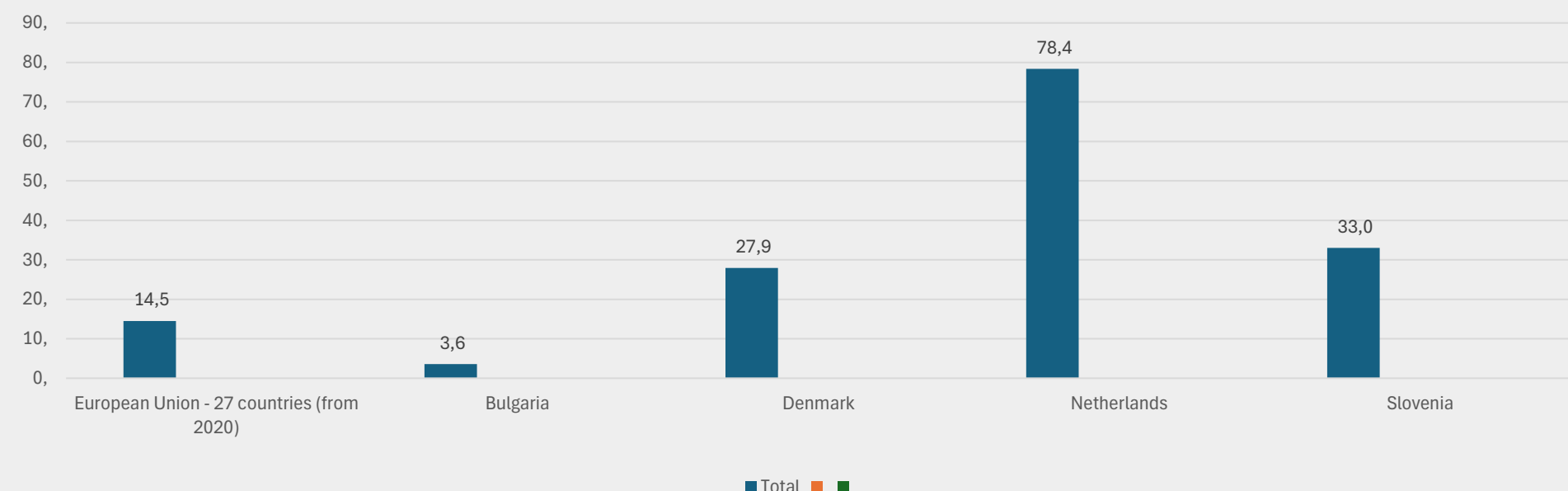
Как поколението Z променя различни сфери?

● Социална осъзнатост

Поколение Z е известно със силното си чувство за социална справедливост. Те се застъпват за каузи като равноправието и екологичната устойчивост. Много от тях участват активно в кампании за промяна, което ги прави значителна сила за обществено влияние.

*„От климатичните протести до борбата за равенство – поколението Z заема позиция! 76% вярват, че климатичните промени са основен проблем, а 61% участват в социални каузи онлайн. 50% отказват да работят за компании, които не подкрепят равенството и социалната справедливост. 68% предпочитат да купуват **еко-продукти** дори ако са по-скъпи“*

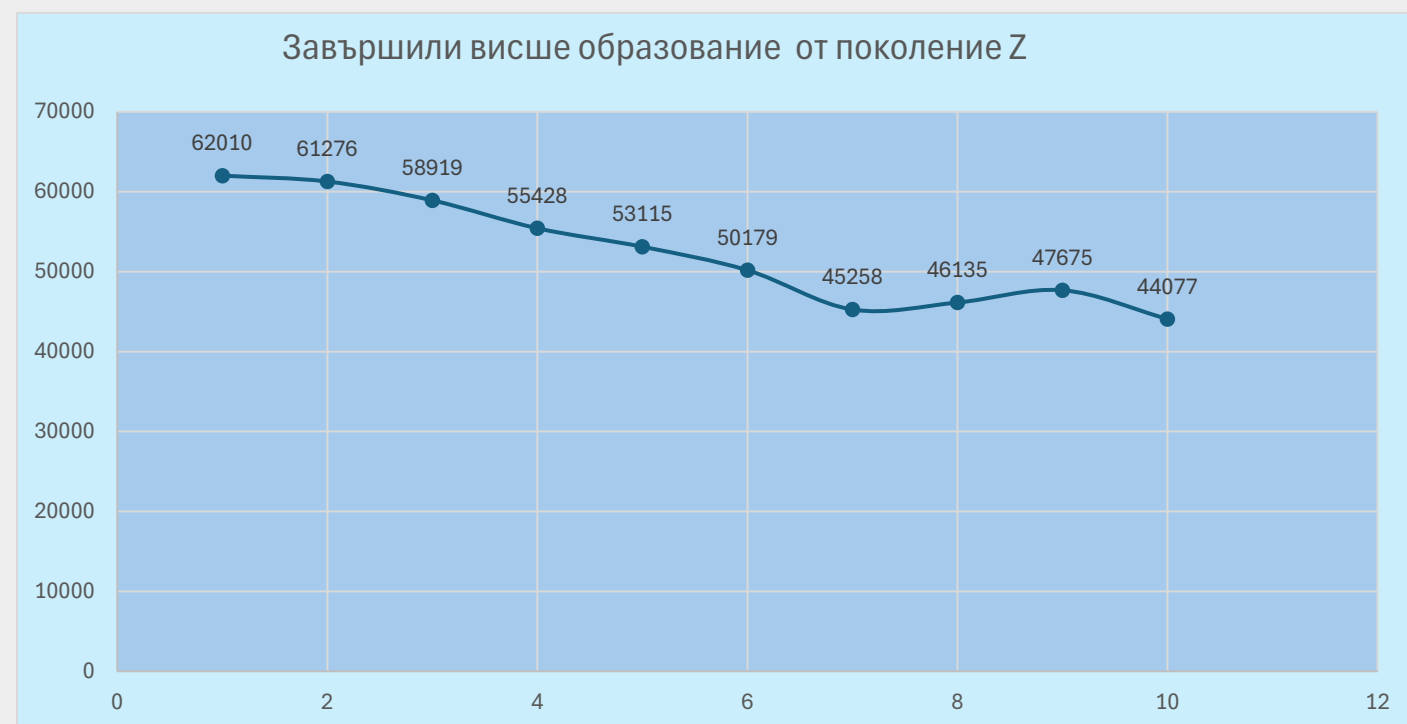
Лица, участващи в неформални доброволчески дейности на възраст 16-29г. през 2022г.



Как поколението Z променя различни сфери?

● Образование и карьерна перспектива

Имат високи цели за личностно развитие и образование. Те обаче се отклоняват от традиционния подход към кариерата. Онлайн курсове и стартиращи компании са предпочитани пътища, тъй като предлагат гъвкавост и независимост.



- **57%** от поколението Z по света имат завършено висше образование или се обучават в университет.
- **65%** казват, че достъпът до образование е тяхната основна грижа.

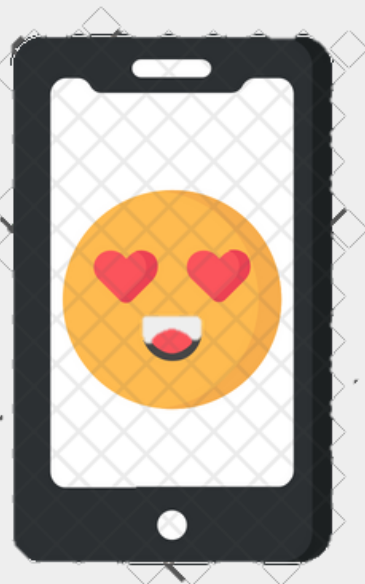
Как поколението Z променя различни сфери?

● **Комуникационни предпочитания**

Традиционната реклама за тях е досадна. Те предпочитат кратко и визуално съдържание. Видеоклиповете са по-предпочитани от текстовите съобщения.

За тях по-ефективни са персонализираните съобщения.

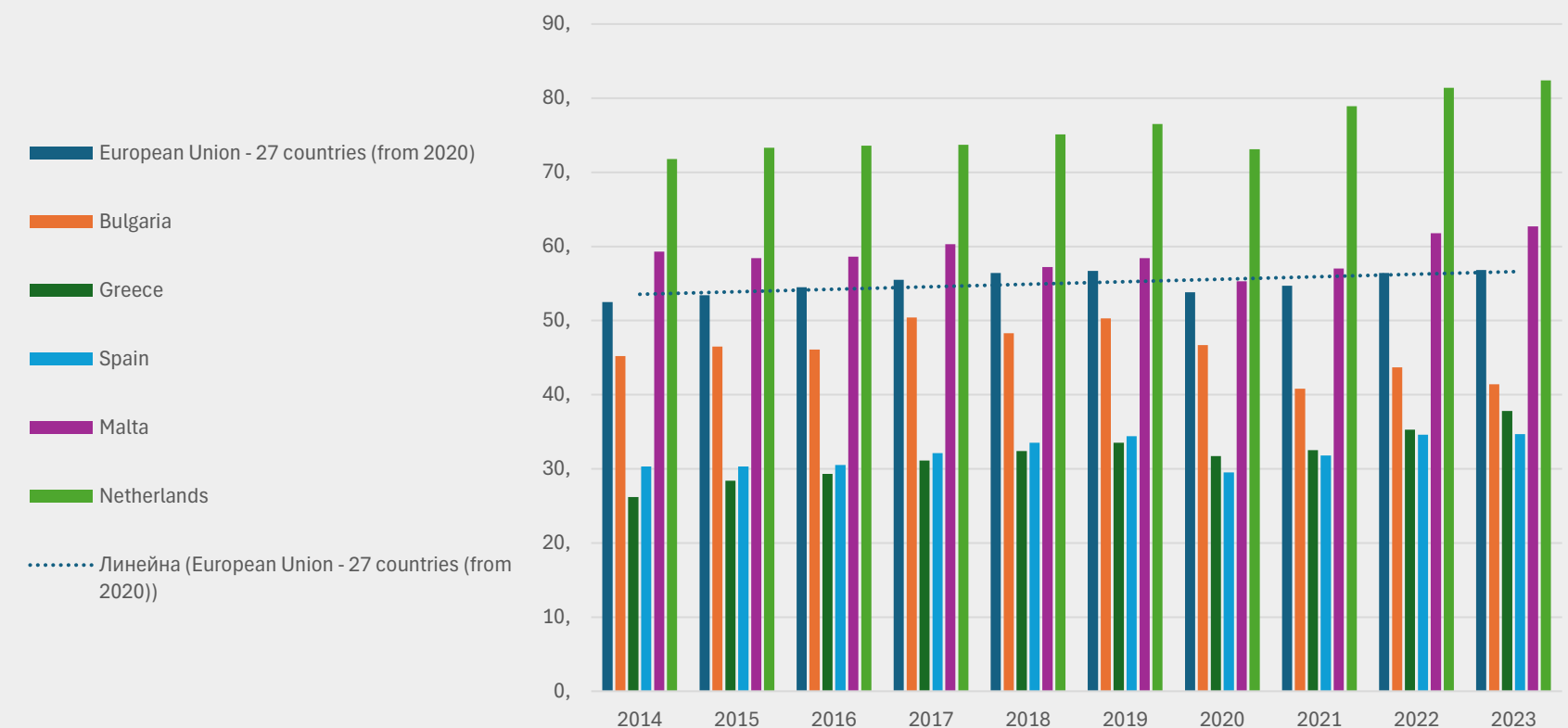
- **64%** предпочитат мемове, гифове и емотикони пред текстови съобщения.
- **50%** се чувстват по-комфортно да комуникират чрез видеа, отколкото чрез текст.



● **Промяна в трудовите стандарти**

◆ „До 2030 г. Gen Z ще бъде 27% от работната сила. Но те не искат просто заплата – те искат смисъл! 62% мечтаят за собствен бизнес, а 75% настояват за гъвкаво работно време. **60%** поставят **баланса между работа и личен живот** пред високото заплащане; **54%** не биха работили за компания, която не подкрепя социални каузи“

Младежка заетост по ниво на образование на възраст 15-29г.



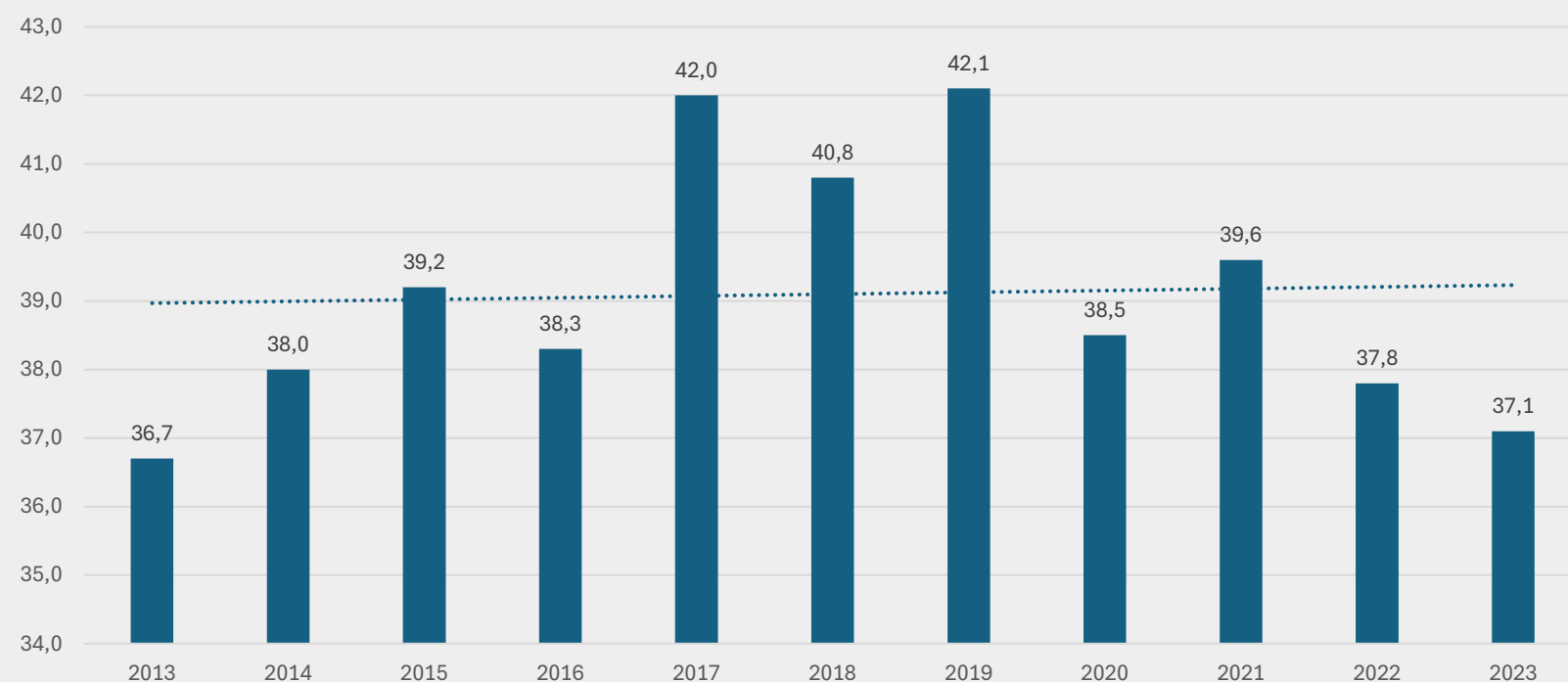
В Малта и Нидерландия младежката заетост на възраст 20-29г. е по-висока от тази за ЕС през целия период, а в Гърция и Испания- най-ниска.

Как поколението Z променя различни сфери?

● Промяна в трудовите стандарти-продължение


- При проведено интервю с млади хора на тема „Как виждате бъдещето?“, резултатите са следните
- **82%** искат прозрачност и откритост в управлението.
- **75%** търсят компании с ясни социални и екологични политики.
- **58%** смятат, че работата им трябва да има положително въздействие върху обществото.

Коефициент на заетост на възраст 15 - 29 години



Коефициентът на заетост в ЕС започва от 36,7% през 2013 г. и се увеличава до 42,0% през 2017 г. През **2020 г.** рязко намалява до **38,5%**, което отразява негативното въздействие на пандемията върху пазара на труда. В следващите години обаче се наблюдава отново спад: **37,8%** през **2022 г.** и **37,1%** през **2023 г.** През 2023 г. 11.2% от младите хора на възраст 15–29 години в ЕС нито учат, нито работят.





Заклучение

 Поколението Z е социално осъзнато, дигитално свързано и ангажирано с устойчивото бъдеще. Те търсят гъвкавост в работата, отговорност от брандовете и правят информирани избори въз основа на социални и екологични ценности.



GENERATION Z

Тенденции:

-  Преминаване към мобилни и дигитални разплащания.
-  По-голяма стойност върху здравето и баланс между работа и личен живот.
-  Фокус върху устойчивост и социална отговорност.
-  Интерес към нови технологии и AI.



Идеен проект за видеоклип

Сцена 1

Самотата предстои

Младеш седи в стаята си. Фона е мрачен. Едновременно гледа TV (футбол); работи на лаптоп (голяма икона на AI); говори по телефона с приятел (диалог). Кратък диалог, които излиза на екрана. Слуша музика (излиза икона за музика... ноти) слушалки на ушите.

Влиза родител... опитва се да му каже нещо..., но младешът нищо не чува...той е напълно обсебен от своите дейности. На бюрото си има кутия с пица, оглежда се за нож, за да я разреже но намира само ножицата си за училище, с която си изрязва парче.(комичен елемент). Младешът е напълно обсебен от технологиите.

На екрана се показват статистически данни за младите хора на възраст 10-28г.

Сцена 2

Социална изолираност

Момчето е отново само вкъщи. Акцентира се върху семеен портрет на стената. В следващият момент той избледнява и вече е само във виртуалното пространство. Семейство, приятели - стават персонаж от екрана. Технологиите и изкуственият интелект го обсебват изцяло. Той е самотен... Има нужда от социален контакт, но устройствата и технологиите се опитват да го обсебят напълно.

На екрана медуременно се показват статистически данни.

Сцена 3

Статистиката говори

Младежът се опитва да разсее самотата си с изкуствения интелект, но светът около него става все по сив и мрачен.

Появява се диаграма със статистически данни за % на използване на интернет сред младите хора на възраст 16-29г. В ЕС



Сцена 4

Пробуждане

Младежът излиза на вън и се разхожда сам в парка. Има желание да общува с някой. В парка има много хора, но всеки гледа задълбочено в телефона си. Около него има тийнейджъри седящи на пейките, без да си общуват, вгълбени в своите устройства.

Наоколо се разхождат други хора с телефони в ръка.

Момчето се осъзнава, че този начин на живот не му харесва - в него се пробужда желание за промяна, той има нужда от социален контакт.

В този момент фона на екрана се променя-става пролет. Момчето среща приятели, започват да общуват помежду си и да се забавляват. Показват ангажираност към околната среда. Купуват си напитки след това поставят капачките им в специални контейнери за рециклиране. Хранят улично животно.

Показват се статистически данни за лица участващи в доброволнически дейности на възраст 16-29г. В ЕС .

Сцена 5

ПОСЛАНИЕТО

гласово и субтитри
Мотивиращо послание за бъдещето.

Ние развиваме и носим в себе си технологиите!
Но ще запазим обикновените човешки отношения;

СПОДЕЛЕНОСТИ
РОД
СЕМЕЙСТВО
ПРИЯТЕЛИ
ВЗАИМОПОМОЩ

Показва се лента със снимки на близки,
приятели, семейство, клас, каузи.

Сцена 6

Риторичен въпрос

„Поколението Z вече променя света – но какво ще донесе бъдещето? Въпросът не е ДАЛИ те ще направят промяната, а ДОКОЛКО голяма ще бъде тя и дали ще бъде в положителна насока!“

Кратък монтаж с вдъхновяващи кадри – млади хора в действие.

Използване на динамична музика, за да засили емоционалното въздействие.

Финален въпрос:

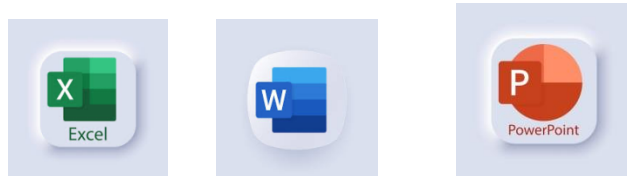
„А ти? Готов ли си за бъдещето, което Gen Z създава?“

ПРОЕКТ ЗА ВИДЕОКЛИП

Съдържание на проекта

- ✚ Поколение Z-геймъри, активисти и новатори
- ✚ Как поколението Z променя различните сфери
- ✚ Технологична адаптация
- ✚ Социална осъзнатост
- ✚ Образование и кариерна перспектива
- ✚ Комуникационни предпочитания
- ✚ Промяна в трудовите стандарти
- ✚ Заключение
- ✚ Тенденции
- ✚ Идеен проект за видеоклип
- ✚ Сцени
- ✚ Послание

Програми за обработка



Технически параметри

- ✚ Времетраене 2 минути
- ✚ Представяне на основните данни в графичен и текстов формат
- ✚ Заснемане на видеото и монтаж на кадрите
- ✚ Подбор на подходящи изображения и снимки
- ✚ Избиране на подходящо музикално оформление
- ✚ Субтитри на английски език

Информационни източници



Благодаря за вниманието!