

Работен лист „От Вазов до TikTok“

Име: _____ Дата: _____

Част 1. Анализ на социални кампании



Кампания 1

1. Какво е основното послание на кампанията?

2. Към кого е насочена? _____

3. Как въздейства на аудиторията?

- ☐ вдъхновява
- ☐ провокира размисъл
- ☐ разчувства
- ☐ мотивира към действие
- ☐ информира
- ☐ друго: _____

Обяснете как:

4. Кои елементи я правят запомняща се?

- ☐ силен слоган
- ☐ въздействащи образи
- ☐ музика
- ☐ истинска история
- ☐ емоционално послание
- ☐ изненадващ финал
- ☐ друго: _____



Кой е най-силният елемент според вас и защо?

Кампания 2

1. Какво е основното послание на кампанията?

2. Към кого е насочена?

3. Как въздейства на аудиторията?

- ☐ вдъхновява
- ☐ провокира размисъл
- ☐ разчувства
- ☐ мотивира към действие
- ☐ информира
- ☐ друго: _____

Обяснете как:

4. Кои елементи я правят запомняща се?

- ☐ силен слоган
- ☐ въздействащи образи
- ☐ музика
- ☐ истинска история
- ☐ емоционално послание
- ☐ изненадващ финал
- ☐ друго: _____



Кой е най-силният елемент според вас и защо?

Част 2. Сравнение и изводи



1. Какво общо имат двете кампании?

2. Кои три качества правят една социална кампания успешна?

1. _____
2. _____
3. _____

Проектна карта на видеокампанията



1. Заглавие на кампанията

2. Нашето основно послание

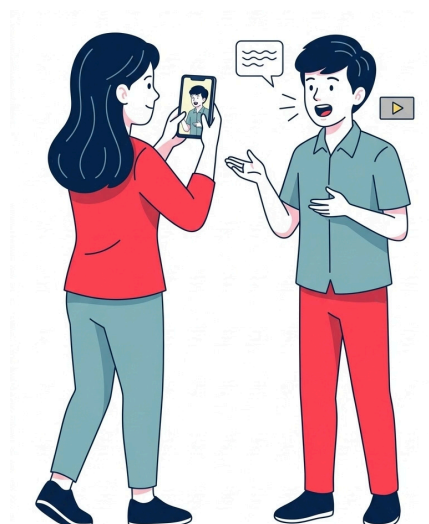
3. Целева аудитория

- ☐ ученици (10–14 г.)
- ☐ тийнейджъри (15–18 г.)
- ☐ родители
- ☐ учители
- ☐ цялата училищна общност
- ☐ друго: _____

Какъв реален проблем засяга нашата кампания?

4. Каква емоция искаме да предизвикаме?

- ☐ гордост
- ☐ вдъхновение
- ☐ съпричастност
- ☐ мотивация
- ☐ отговорност
- ☐ надежда



5. Нашият слоган

6. Ключова сцена / визуална идея

7. Призив към действие

Екипен дневник



1. Как разпределихме ролите?

- Координатор: _____
- Изследовател: _____
- Сценарист: _____
- Дизайнер/монтажист: _____
- Говорител: _____

2. Какво научихме днес?

3. Коя беше най-силната ни идея?

4. Каква е следващата ни стъпка?
