

Annex #5: Rules for video production

Displaying the logo

- **Displaying the logo in the title sequence:** The white GIZ logo without the company name is the standard and is inserted before the film title, at the left-hand margin, inside the inner 'title safe area'. On a white or pale, pastel-coloured background, the red GIZ Logo without the company name is placed. In case of any questions, please consult Corporate Communications.
- **Watermark:** Displaying the GIZ logo continuously as a watermark will ensure recognition. It should be positioned at the top left, between the inner and outer title safe areas, and should remain visible for the duration of the film. Use the GIZ logo without the company name. Use either the white version at 60% transparency, or the black version at 55% transparency, depending on the colours prevalent in the film. The display of the watermark starts after the title sequence.
- **Final image:** Following the end credits with the production information, the red GIZ logo with the full company name is displayed together with the logos of commissioning parties and partners as appropriate. The year of production is included alongside a copyright sign. If the GIZ logo is the only logo displayed, it is placed centered.

Displaying text

- **Typeface:** The GIZ typeface, Gravur Condensed, is used for the titles and for any other texts displayed, such as subtitles, production credits, and superimposed insert texts in the lower area of the screen, for instance when you provide the name and position of an interviewee. Texts are set flush left, ragged right.
- **Position:** When you include texts, make sure that they appear inside the outer title safe area. The title safe area denotes the section of the screen inside of which titles always remain visible (see example).
- **Text colour and background:** Texts should be displayed in 100% white (RGB 255,255,255). They should be set against a transparent bar of GIZ grey (RGB 111,111,111; 35% transparency). The opacity of the transparent bar (minimum 45%, maximum 85%) should be adjusted according to the background/image so that both the bar and the white text are easily recognisable and legible.

- **Title:** Every video must be given a title. This should explain briefly the subject matter awaiting the viewers in the video. For example, if it is a report on a conference, the name of that conference can be used as the title. Important: the maximum length of the title is two lines. The white GIZ logo without the company name is placed before the title at the left-hand margin, within the inner title safe area. With prior agreement with Corporate Communications, the film may be preceded by individual title sequences. These may also be animated.
- Text included during the title sequence should be displayed in the upper half of the screen, inside the title safe area. The transparent grey, horizontal background box does not cross the whole screen, but should extend to 4/5 of the screen's width. You should leave a space at the top margin of the picture, equivalent to 10 per cent of the total height, while the title box itself occupies 30 per cent of the picture height. A solid bar in GIZ red (RGB: 200,15,15) is included as a graphic element. Extending from the right-hand margin, this abuts the lower edge of the grey title box. Its length is 2/5 of the screen's width, while its thickness is equivalent to six per cent of the total height.
- **Text inserts during the film:** Text inserts are the brief overlays that provide information such as the project name or the location of the events taking place. Among the most common inserts are graphic overlays placed in the lower area of the screen which give the names, functions and institutional affiliation of a speaker or interview partner. Text inserts displayed during the film are limited to two lines and are positioned at the lower margin of the screen, inside the title safe area. They are also given a transparent grey background (35 % transparency). With every text insert, a short bar in GIZ red (RGB 200,15,15) appears as a graphic element. This should match the height of the first line of text, and enter the screen from the left.

A special kind of insert is the bubble insert. This may be used only for social media videos. The bubble can be inserted in different colours. Please see the download package for templates.

- **Subtitles:** In videos, subtitles are always placed at the bottom of the screen, inside the title safe area, with no grey background. If there is a danger that the subtitles will cover for example a text insert such as a speaker's name, the subtitles should be kept to a single line and displayed beneath the insert. In special cases they may also be positioned at the top of the screen (within the title safe area). You should consider using subtitles, especially if the film is not in German or English but the video will be made available on the GIZ website or on YouTube.

- The **end credits** appear for a few second at the end of the film. They should include the full company name, the date of release and any other relevant information. Commissioning parties and cooperation partners are also named:

*A production of the Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (on behalf of..., in cooperation with... 'cooperation partner').
Responsible: Maria Musterfrau; Script: Max Mustermann; Production: 'name of production company'; Editing: 'name'; Sound: 'name'; Publication: 'date'.*

- For short clips lasting one minute or less it is sufficient to display the final image consisting of the GIZ logo with the full company name, plus the year of production.
- **Outside Germany:** The final image in videos of projects funded by BMZ/AA first shows the German cooperation logo followed by the GIZ logo, along with an appropriate addition followed by the Partner logos. The logos can be shown all at once or can be displayed one after the other.

დანართი #3: ვიდეორგოლის დამზადების წესები

ლოგოს განთავსება

- **Displaying the logo in the title sequence:** GIZ-ის თეთრი ლოგო კომპანიის სახელის გარეშე სტანდარტულია და განთავსდება ფილმის სათაურამდე, მარცხენა ზღვართან, შიდა „სათაურის უსაფრთხო სივრცეში“. თეთრ ან მკრთალ, პასტელის ფერის ფონზე GIZ-ის წითელი ლოგო კომპანიის სახელის გარეშე განთავსდება. დამატებითი კითხვების არსებობის შემთხვევაში, დაუკავშირდით კორპორატიული კომუნიკაციების სამსახურს.
- **Watermark:** GIZ-ის ლოგოს მუდმივი განთავსება, როგორც watermark-ის, უზრუნველყოფს მის ცნობადობას. ის უნდა განთავსდეს მაღლა მარცხენა მხარეს, შიდა და გარე „სათაურის უსაფრთხო სივრცეში“, და უნდა იყოს ხილვადი მთელი ფილმის განმავლობაში. გამოიყენეთ GIZ-ის ლოგო კომპანიის სახელის გარეშე. შესაძლოა გამოყენებულ იქნეს თეთრი ვერსია 60%-იანი გამჭვირვალობით, ან შავი ვერსია 55%-იანი გამჭვირვალობით, ფილმში გამოყენებული ფერების შესაბამისად. watermark-ის განთავსება იწყება სათაურის თანმიმდევრობის შემდეგ.
- **საბოლოო სურათი:** ვიდეორგოლის დამზადების შესახებ გასული ტიტრების შემდეგ, GIZ-ის წითელი ლოგო კომპანიის სახელწოდების სრული დასახელებით შესაბამისად განთავსდება დამკვეთი მხარეებისა და პარტნიორების ლოგოებთან ერთად. პროდუქტის შექმნის წელი მითითებულია საავტორო უფლებების ნიშანთან ერთად. თუ GIZ-ის ლოგო ერთადერთია რომელიც უნდა განთავსდეს, ამ შემთხვევაში ლოგო განთავსდება შუაში.

ტექსტის განთავსება

- **შრიფტი:** GIZ-ის შრიფტი, Gravur Condensed, გამოიყენება სათაურისა და სხვა ნებისმიერი ტექსტისთვის რომელიც ეკრანის ქვედა სივრცეში უნდა განთავსდეს პროდუქტში, როგორცაა სუბტიტრები, პროდუქტის შემქმნელების წარდგენა და ტექსტების ჩანართები, მაგალითად როდესაც უთითებთ რესპოდენტის სახელსა და პოზიციას. Texts are set flush left, ragged right.
- **მდებარეობა:** ტექსტის ჩასმისას, დარწმუნდით რომ ის გამოჩნდება სათაურის გარე უსაფრთხო სივრცეში. სათაურის უსაფრთხო სივრცე აღნიშნავს ეკრანის იმ მონაკვეთს, რომლის შიგნით სათაური ყოველთვის თვალსაჩინოა (იხილეთ მაგალითი).

- **ტექსტის ფერი და ფონი:** განთავსებული ტექსტი უნდა იყოს 100%-ით თეთრი (RGB 255,255,255). ტექსტი უნდა განთავსდეს GIZ-ის ნაცრისფერ გამჭვირვალე ხაზოვან ჩანართზე (RGB 111,111,111; 35%-ით გამჭვირვალე). გამჭვირვალე ხაზოვანი ჩანართის გაუმჭვირვალობა (მინიმუმ 45%, მაქსიმუმ 85%) უნდა გასწორდეს ფონის/სურათის შესაბამისად, ისე რომ ორივე, ხაზოვანი ჩანართი და თეთრი ტექსტი ადვილად ხილვადი და კითხვადი იყოს.
- **სათაური:** ყველა ვიდეორგოლს უნდა ქონდეს სათაური, რომელიც მოკლედ აღწერს თემატიკას, რომელსაც ვიდეორგოლში იხილავს მაყურებელი. მაგალითად, თუ არის კონფერენციის ანგარიში, აღნიშნული კონფერენციის სახელი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სათაურად. მნიშვნელოვანია: რომ სათაურის მაქსიმალური სიგრძე იყოს 2 ხაზი. GIZ-ის თეთრი ლოგო კომპანიის სახელის გარეშე უნდა განთავსდეს სათაურამდე, მარცხენა ზღვართან, სათაურის შიდა უსაფრთხო სივრცეში. კორპორატიული კომუნიკაციების სამსახურთან წინასწარი შეთანხმების საფუძველზე შესაძლოა ფილმს წინ უსწრებდეს ინდივიდუალური სათაურის თანმიმდევრობა. ასევე შესაძლებელია იყოს ანიმაციური.
- ტექსტი, რომელიც სათაურის თანმიმდევრობასთან ერთად არის, უნდა განთავსდეს ეკრანის ზედა ნახევარზე, სათაურის უსაფრთხო სივრცეში. გამჭვირვალე ნაცრისფერი, ჰორიზონტალური ფონის ჩარჩო არ უნდა კვეთდეს მთელს ეკრანს და იყოს მხოლოდ ეკრანის სიგანის 4/5-ზე განვრცობილი. ასევე, უნდა დატოვოთ საერთო სიმაღლის 10%-ის ექვივალენტური სივრცე სურათის ზედა ზღვართან, მაშინ როცა სათაურის ჩარჩო იკავებს სურათის სიმაღლის 30%-ს. GIZ-ის ხაზოვანი ჩანართი (RGB: 200,15,15) გრაფიკული ელემენტის სახით უნდა იყოს ჩართული. მარჯვენა ზღვარისგან მოშორებით ქვედა კიდისკენ უნდა ეშვებოდეს პატარა ნაცრისფერი ჩარჩო. მისი სიგრძე ეკრანის სიგანის 2/5-ია, მაშინ როცა სისქე საერთო სიმაღლის 6%-ის ექვივალენტურია.
- **ტექსტების ჩანართები ფილმის მსვლელობისას:** ტექსტების ჩანართები წარმოადგენს მოკლე გადაფარვას, რომელიც მაყურებელს აწვდის ისეთ ინფორმაციას როგორცაა პროექტის სახელი ან ვიდეორგოლში ასახული მოვლენების ადგილმდებარეობა. ყველაზე მიღებული ჩანართი არის გრაფიკული გადაფარვა, რომელიც განთავსებულია ეკრანის ქვედა ნაწილში და აწვდის ინფორმაციას სპიკერის ან რესპოდენტის სახელის, ფუნქციისა და აფილირებული ინსტიტუტის თაობაზე. ტექსტის ჩანართები ფილმის განმავლობაში შეზღუდულია 2 ხაზზე და განთავსებულია ეკრანის ქვედა ზღვართან, სათაურის უსაფრთხო სივრცეში. მათ აქვთ გამჭვირვალე ნაცრისფერი ფონი (35 %-ით გამჭვირვალე). ყველა ტექსტის ჩანართთან ერთად გრაფიკული ელემენტის სახით ჩნდება GIZ-ის წითელი ხაზოვანი ჩანართი (RGB 200,15,15), რომელიც ასევე უნდა შეესაბამებოდეს ტექსტის პირველი ზოლის სიმაღლეს და ეკრანზე შემოვიდეს მარცხნიდან.

სპეციალური ჩანართი არის **bubble ჩანართი**. ეს შეიძლება გამოყენებულ იქნეს მხოლოდ სოციალური მედიისთვის გათვლილ ვიდეორგოლებში. **bubble ჩანართი** შეიძლება ჩაისვას სხვადასხვა ფერებში. გთხოვთ, იხილოთ შაბლონის ჩამოსატვირთი პაკეტი.

- **სუბტიტრები:** ვიდეორგოლებში, სუბტიტრები ყოველთვის განთავსებულია ევრანის ბოლოში, სათაურის უსაფრთხო სივრცეში, ნაცრისფერი ფონის გარეშე. თუ არის საშიშროება, რომ შეიძლება სუბტიტრებმა დაფაროს ვიდეორგოლში ტექსტის ჩანართი, როგორცაა სპიკერის სახელი, ამ შემთხვევაში სუბტიტრი ერთ ხაზზე, ვიდეორგოლში ჩასმული ტექსტის ქვეშ უნდა განთავსდეს. განსაკუთრებულ შემთხვევებში ის ასევე შეიძლება განთავსდეს ევრანის ზედა მხარეს (სათაურის უსაფრთხო სივრცეში). უნდა გაითვალისწინოთ სუბტიტრების გამოყენება, განსაკუთრებით თუ ფილმი არ არის გერმანულ ან ინგლისურ ენებზე, მაგრამ ვიდეორგოლი ხელმისაწვდომი იქნება GIZ-ის ვებგვერდზე ან YouTube-ზე.

- **საბოლოო ტიტრები** ჩნდება ფილმის ბოლოს რამდენიმე წამით. ის უნდა მოიცავდეს კომპანიის სრულ სახელწოდებას, გამოშვების თარიღს და სხვა ნებისმიერ რელევანტურ ინფორმაციას. ტიტრებში დამკვეთი მხარეები და პარტნიორებიც არიან ჩამოთვლილი:

გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) პროდუქტი GmbH (სახელით..., თანამშრომლობით... 'პარტნიორი'). *პასუხისმგებელი: მარია მუსტერფრაუ; სცენარი: მაქს მუსტერმენი; მწარმოებელი: 'მწარმოებელი კომპანიის სახელი'; მონტაჟი: 'სახელი'; ხმა: 'სახელი'; გამოქვეყნება: 'თარიღი'.*

- მოკლე კლიპების შემთხვევაში, რომელთა ხანგრძლივობა ერთი წუთია ან ნაკლები, საკმარისია ბოლო სურათზე განთავსდეს GIZ-ის ლოგო კომპანიის სრულ სახელწოდებასთან ერთად, ასევე პროდუქტის წარმოების წელი.

- **გერმანიის გარეთ:** გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ფედერალური სამინისტროს (BMZ)/AA მიერ დაფინანსებული პროექტების ფარგლებში შემუშავებულ ვიდეორგოლებში საბოლოო სურათზე ჯერ უნდა იყოს გერმანიის თანამშრომლობის ლოგო, რომელსაც მოჰყვება GIZ-ის ლოგო, შესაბამისი პარტნიორების ლოგოებთან ერთად. ლოგოები შეიძლება განთავსდეს ყველა ერთად, ან ერთმანეთის მიყოლებით.