# ბრიფი: სარეკლამო ვიდეო რგოლების მომზადება ორგანიზაციისთვის „საქართველოს SOS ბავშვთა სოფელი“

### ორგანიზაციის შესახებ

SOS Children’s Villages International საერთაშორისო ორგანიზაციაა, რომელიც 1949 წელს დაარსდა. დღეისათვის ის 136 ქვეყანაში საქმიანობს და მხარს უჭერს სიღარიბეში მცხოვრებ, მზრუნველობის გარეშე დარჩენილ ბავშვებსა და ახალგაზრდებს.

„საქართველოს ეს-ო-ეს ბავშვთა სოფელი“ ამ საერთაშორისო ორგანიზაციის წევრი ასოციაციაა 1989 წლიდან. ამ წლების განმავლობაში ჩვენ ათასობით ბავშვისა და ახალგაზრდის ცხოვრება შევცვალეთ უკეთესობისკენ, ხელი შევუწყვეთ ოჯახების გაძლიერებასა და ცნობიერების ამაღლებას ბავშვთა უფლებების დაცვის საკითხებზე.

### პროექტის ზოგადი მიზნები და აუდიტორია

**მიზანი:**   
ცნობადობის ამაღლება და აუდიტორიასთან ემოციური კავშირის გაღრმავება. ფართო აუდიტორიიისთვის ორგანიზაციის ისტორიის, განვითარებისა და საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება. ახალი ყოველთვიური შემომწირველების მოზიდვა და არსებული მხარდამჭერების შენარჩუნება.

**სამიზნე აუდიტორია:**ფართო საზოგადოება საქართველოში, 23–60 წწ.

## **პროექტი I: SOS-ის ისტორიის ამსახველი დოკუმენტური ვიდეო**

### პროექტის აღწერა

3-წუთიანი დოკუმენტური ვიდეო, რომელიც აუდიტორიას გააცნობს SOS ბავშვთა სოფლის საერთაშორისო ისტორიას, საქართველოში საქმიანობასა და დღევანდელ გავლენას.

### ტონი და სტილი

* **ნარატივი ქრონოლოგიური:** საერთაშორისო ისტორია > საქართველოში საქმიანობის ისტორია > დღევანდელი საქმიანობა და გავლენა. (ტონი: დოკუმენტური, ემოციური, ავთენტური, შთამაგონებელი).
* **ვიზუალი:** დოკუმენტური ფოტო-ვიდეო მასალა (ისტორიული არქივი) + მიმდინარე კადრები (ბავშვების ყოველდღიური ცხოვრება, საგანმანათლებლო კლასები, ოჯახების გაძლიერების პროგრამის ბენეფიციარების ყოველდღიურობა).

### შინაარსობრივი ელემენტები

| **კატეგორია** | **ძირითადი ფაქტები** |
| --- | --- |
| **გავლენა საერთაშორისო დონეზე** | WWII-ის შემდგომი ვითარება და ჰერმან გმაინერის ინიციატივა. პირველი SOS სოფლის დაარსება (1949). ორგანიზაციის გაფართოება 130+ ქვეყანაში. დღეს უკვე მილიონობით ბავშვის დახმარება. |
| **გავლენა ადგილობრივ დონეზე** | 1989 წლიდან დღემდე განვითარება. ძირითადი მიღწევები: ოჯახების გაძლიერება, ბავშვთა უფლებების დაცვა, ალტერნატიული მზრუნველობა. დღევანდელი რეალობა: პროგრამები და ბენეფიციართა რაოდენობა, თბილისი + რეგიონები. |

### **ლოკაციები**

**თბილისი (2 ლოკაცია), ქუთაისი, ზუგდიდი.**

### **ტექნიკური მოთხოვნები**

| **პარამეტრი** | **მოთხოვნა** |
| --- | --- |
| **ქრონომეტრაჟი (ძირითადი)** | 3 წუთი. |
| **მოკლე ვერსიები** | სატელევიზიო რეკლამისთვის: 30–60 წმ (16:9); ციფრული რეკლამისთვის: 30–60 წმ (9:16). |
| **ფორმატი** | Full HD (16:9). |
| **ხმა (ვოისოვერი)** | პროფესიონალი მსახიობი (ქალი ან მამაკაცი). |
|  |  |

### ვადები

| **ეტაპი** | **ვადა** |
| --- | --- |
| სცენარის დამტკიცება / მონახაზის წარდგენა | 1 კვირა |
| პროდაქშენი (გადაღება) | 2 კვირა |
| მონტაჟი / ვოისოვერი / ფინალური პროდუქტი | 1 კვირა |
| **სულ:** | **4 კვირა** |

## **პროექტი II: „კარგი ამბები“ – ცნობილი სახეების მიერ გაჟღერებული ისტორიები**

### პროექტის აღწერა

ვიდეო რგოლი, სადაც ცნობილი ადამიანები/ინფლუენსერები გააჟღერებენ (წაიკითხავენ) SOS ბავშვთა სოფლის ბენეფიციარების ან/და პროგრამების მონაწილეების „კარგ ამბებს“ – წერილობით მოყოლილ ისტორიებს. ეს საშუალებას მოგვცემს გავიგოთ „კარგი ამბავი“ პირველი პირიდან, ბენეფიციარების ანონიმურობის დაცვით (მათი პირდაპირი ჩვენების გარეშე).

### ტონი და სტილი

* **ნარატივი:** ემოციური, ავთენტური, შთამაგონებელი. აქცენტი კეთდება რეალურ გავლენასა და პოზიტიურ ცვლილებებზე.
* **ვიზუალი:** მაღალი ხარისხის, მინიმალისტური ესთეტიკა. ფოკუსირება ცნობილ ადამიანზე, რომელიც კითხულობს ტექსტს (პორტრეტული კადრები, ემოციები).|

### განსაკუთრებული მოთხოვნა (CSR ინიციატივა)

სააგენტომ/კომპანიამ ჩვენი გუნდის აქტიური ჩართულობით უნდა უზრუნველყოს:

* ცნობილი ადამიანების/ინფლუენსერების შერჩევა.
* მათთან კომუნიკაციის დამყარება და კოორდინაცია, რათა მათი მონაწილეობა მოხდეს უსასყიდლოდ (**Pro Bono**), კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (**CSR**) ინიციატივის ფარგლებში.

### **ტექნიკური მოთხოვნები**

* ქრონომეტრაჟი**:** აუცილებელია ერთი ძირითადი ვიდეო რგოლის შექმნა. ქრონომეტრაჟი დაზუსტდება სცენარის დამტკიცების შემდეგ. ასევე, აუცილებელია მომზადდეს მოკლე, ამოჭრილი და დამონტაჟებული ვერსიების შექმნა ციფრული და სატელევიზიო გამოყენებისთვის.
* ფორმატი: Full HD (16:9, 9:16 ვერსიები ციფრული არხებისთვის).

### **ვადები**

| **ეტაპი** | **ვადა** |
| --- | --- |
| სცენარის დამტკიცება / მონახაზის წარდგენა | 1 კვირა |
| მონაწილეებთამ (გამხმოვანებლებთან) კომუნიკაცია და მოლაპარაკება | 1 კვირა |
| პროდაქშენი (გადაღება) | 1 კვირა |
| მონტაჟი / ვოისოვერი / ფინალური პროდუქტი | 1 კვირა |
| **სულ:** | **4 კვირა** |

**შენიშვნა:** პროექტ II-ის ვადები შეიძლება დაზუსტდეს მონაწილეებთან (გამხმოვანებლებთან) კომუნიკაციის პროცესის სირთულის გათვალისწინებით.