

УДК: 81'22

KO'NGILOCHAR VA REKLAMA VIDEOKONTENTLARDA EKRAN YOZUVLARINING QO'LLANISHI

Isokulov Abdullo Oblokul o'g'li

Perfect university xususiy oliy ta'lim tashkiloti o'qituvchisi.

E-mail: abdulloisakulov@gmail.com

tel: +998999575489

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8337039>

Annotatsiya. Televideniyeda namoyish etiladigan ko'rsatuvlarda ekran yozuvlaridan turli maqsadlarda foydalaniladi. Ularning ba'zilari ko'rsatuv ishtirokchilarining nutqini ifodalasa, boshqalari videokontentga qo'shimcha ma'lumot berish uchun qo'llanadi. Ba'zi ekran yozuvlari teleko'rsatuv davomida boshlovchi tomonidan aytilayotgan ma'lumotlarni umumlashtiradi. Ko'ngilochar va reklama videokontentlarda ham o'ziga xos ekran yozuvlari qo'llanadi. Bunda teleko'rsatuv maqsadi ham muhim ahamiyatga ega bo'ladi.

Kalit so'zlar: ko'ngilochar videokontent, reklama videokontenti, ekran yozuvlari, guruhlashtirish, nutqiy intensiya.

USE OF TELEVISION CAPTIONS IN ENTERTAINMENT AND ADVERTISING VIDEO CONTENT

Abstract. Captions are used for various purposes in television broadcasts. Some of them are the speech of the show participants, while others are used to provide additional information to the video content. Some credits summarize what the host says during the telecast. Entertainment and promotional video content also uses unique captions. The purpose of the TV show is also important.

Key words: entertainment video content, advertising video content, captions, grouping, speech intence.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКРАННОЙ ЗАПИСИ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ И РЕКЛАМНОМ ВИДЕОКОНТЕНТЕ

Аннотация. Титры используются для различных целей в телевизионных передачах. Некоторые из них представляют собой речь участников шоу, а другие используются для предоставления дополнительной информации к видеоконтенту. Некоторые титры резюмируют то, что ведущий говорит во время телепередачи. Развлекательный и рекламный видеоконтент также использует уникальные титры. Цель телешоу также важна.

Ключевые слова: развлекательный видеоконтент, рекламный видеоконтент, титры, группировка, речевой замысел.

Televideniyeda qo'llanadigan ekran yozuvlarini guruhlashtirishda ularning turli o'ziga xosliklariga tayanish mumkin. Bunda tadqiqotchi ekran yozuvlarining qanday mazmundagi videokontentda qo'llanishi, nima maqsadda yaratilganligi, qanday ko'rinishda yoki teleekranning qaysi qismiga joylashtirilganligi kabilarning har birini asosiy tayanch nuqtasi sifatida qabul qilishi mumkin bo'ladi. Chunki guruhlash "biror belgisi, turi, xili va boshqa xususiyatlariga qarab guruhlarga, qismlarga bo'lish" [1:529] ekan, sanalganlarning har biri shunday asos bo'lib xizmat qilishi tabiiy. Bundan ekran yozuvlarini guruhlarga ajratish bevosita teleko'rsatuvlarning o'zini

ham tasniflash bilan bog'liq ekanligi anglashiladi. Ko'ngilochar va reklama bilan bog'liq videokontentlarda qo'llangan ekran yozuvlari ham alohida tahlilni talab qiladi.

Ko'ngilochar videokontent. Bu turdagi teledasturlar ekran oldida tomoshabinlarning hordiq chiqirishlariga mo'ljallangan. Ko'ngilochar videokontantlar sirasiga konsert, tok-shou, kinofilm kabilarni kiritish mummin. Hozirgi kunda televideniya, jumladan, milliy televideniya ham faqat ko'ngilochar dasturlar namoyish etiladigan telekanallar ham mavjud [2]. Masalan, "Navo" telekanalining maqsadlaridan biri sifatida "zamonaviy milliy va xorijiy estrada, o'zbek va jahon mumtoz musiqasi, raqs san'ati, simfonik va cholg'u musiqa ijrochiligi yo'nalishlarida xilma-xil va rang-baramg janrlardagi telemahsulotlarni efirga uzatish" [3] dan iboratligi uning ko'ngilochar telekanallardan biri ekanligini bildiradi. Teletomoshabinlarning jahon va o'zbek milliy mumtoz musiqasi, qolaversa, zamonaviy estrada san'atining eng yaxshi namunalarini tinglab, eng yaxshi ishlangan videokliplarni tomosha qilib hordiq chiqarishlariga xizmat qiladigan bu telekanal ham ekran yozuvlaridan samarali foydalanadi, albatta. Bu maqsadlarning amalga oshirishida eng zamonaviy animatsion dasturlardan foydalanib yaratilgan ekran yozuvlarining o'zni ham beqiyos. Masalan, "Navo" telekanalining "Sen zo'rsan" teleloyhasida shunday yozuvlardan foydalanilgan [4]:



Ko'rsatuv boshlanishida va uning qismlari namoyishida loyihaning nomini anglatuvchi ekran yozuvi o'ziga xos dizaynerlik mahorati mahsuli hisoblanadi. Bunday ekran yozuvlari ko'ngilochar ko'rsatuvlarga bo'lgan tomoshabinning qiziqishini o'rttirishi shubhasiz. Boshlovchining ismi va sharifi har xil ranglarda berilishi ham ekran yozuvlarini ko'ngilochar teleko'rsatuvlar uchun moslashtirish maqsadida amalga oshirilgan.

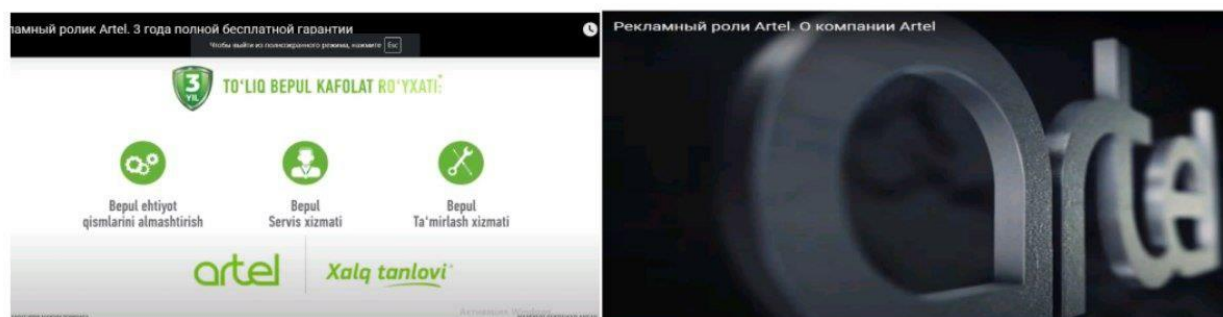
Kinofilmlar ham ko'ngilochar teleko'rsatuvlar sifatida televidenion dasturlarda tomoshabinlar diqqatini jalb qilishda faol qo'llanadi. Zero, kinofilm "birin-ketin plyonkaga tushirilgan fototasvirlar majmui, ular bir syujet asosida suratga olinib, ekran orqali ko'rsatishga mo'ljallanadigan kino san'ati asari" [5:249] ning bir turi ekan, bu syujet teletomoshabinlarning bo'sh vaqtlarini mazmunli o'tkazishda muhim ahamiyatga ega. Kinofilmlarda ekran yozuvlari turli maqsadlarda: film va uni yaratgan shaxslar va kinokompaniya nomi haqida ma'lumot berishi, qahramonlar va muallif nutqini ifodalashi, uning boshqa tilga tarjimasini bildirishi mumkin. Kinofilmlarda qo'llanuvchi ekran matnlarini tadqiq qilgan G.Slishkin va M.Yefremovalar bunday yozuvlar qo'llanishiga ko'ra uch xil: boshlanmada, film ichida va yakunda qo'llanadigan yozuvlar kabilarga ajratiladi [6:127]. Yakuniy qism, odatda, televideniya namoyish etiladigan kinofilmlarda namoyish etilmaydi yoki keyingi ko'rsatuv boshlanmasi bilan (ekranni ikki qismga bo'lgan holda) birga efirga uzatiladi. Chunki bu qismda film ijodkorlari, unda ishtirok etgan texnik xodimlarga bo'lgan shaxslarning uzun ro'yxati keltiriladi. Chunki bu qismda keltirilgan ekran

yozuvlari kinotanqidchilar, film ijodkorlarinigina qiziqtiradi, ammo televideniye namoyishlari mo'ljallanadigan asosiy auditoriya uchun filmning yakunida beriladigan titrlar muhim sanalmaydi.

Ko'ngilochar dasturlarda ekran yozuvlari teletomoshabin bilan muloqotga kirishishda ham muhim vosita bo'lib xizmat qilishi mumkin. Bu ayrim tijoriy dasturlar namoyishida yaqqol ko'zga tashlanadi. Televideniye namoyish etiladigan xit-parad, realiti-show kabi tomoshabinning ovozi turli vositalar bilan yig'iladigan teleko'rsatuvlarda muayyan ishtirokchini qo'llab-quvvatlash uchun ijodkorlar bilan bog'lanish manzili, raqamini ifodalovchi ekran yozuvlarining faol qo'llanishi fikrimizni dalillaydi. Bunda ovoz jo'natiladigan raqam yirik yozuvlar bilan, yaqqol ko'zga tashlanadigan qilib joylashtiriladi va bu yozuv harakatlanib turishi tomoshabinning uni tez topib olishiga ko'maklashadi. Albatta, bu kabi ekran yozuvlari telekanal va ko'rsatuv ijodkorlarining tijoriy maqsadlarida qo'llanadi.

Anglashiladiki, ko'ngilochar teleko'rsatuvlarda ekran yozuvlari muhim ahamiyatga ega. Bunday yozuvlar tomoshabinlarning diqqatini jalb qilish, qo'shimcha axborot berish, videokontentga bo'lgan qiziqishni orttirish, shuningdek, tomoshabin bilan bog'lanish, muloqotga kirishish vositasi bo'lib xizmat qiladi.

4. Reklama videokontentlari. Reklama hozirgi kunga kelib ko'p qirrali hodisa sifatida televideniye, matbuot, internet, jamoat transporti, ko'chalarda, umuman, hamma joyda hayotimizning ajralmas qismiga aylandi, deyishimiz mumkin. Muvaffaqiyatli reklama tayyorlash mahsulot ishlab chiqaruvchilari va xizmat ko'rsatuvchilarni eng ko'p qiziqtirib kelayotgan mavzulardandir. Reklama matnlari bir qancha tillarda, masalan, qozoq [7:72-76], turk [8:207], qirg'iz [9:132-137] tillarida lingvistik tadqiq qilinganligi ham fikrimizni dalillaydi. Televideniye namoyish etiladigan reklamalarda qo'llanadigan ekran yozuvlari o'zining xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Chunki reklamalarning asosiy maqsadi tomoshabinning diqqatini jalb qilishdan iborat bo'ladi. Shu sababli televideniye reklamalarida kompyuter texnologiyalari yordamida yaratilgan ekran yozuvlaridan eng ko'p foydalaniladi. Masalan, "Artel" firmasining reklamalarida ham shunday holatni kuzatishimiz mumkin [10]:



Keltirilgan namunalarning birinchisi 30 soniyalik reklamaning yakuni bo'lganligi sababli firmaning ranglariga xos bo'lgan yorqin ranglarda tasvirlangan bo'lsa, ikkinchisi reklamaning kirish qismi va u oq-qora tasvirlar vositasida tayyorlangan. Televideniye bir ko'rsatuv namoyishi davomida boshqa bir ko'rsatuvning qachon efirga uzatilishi haqidagi ma'lumot – anons ham reklamaning bir turi hisoblanadi. Anonslarda keyingi ko'rsatuvga xos bo'lgan eng muhim tasvirlar (deylik, aktyorlar, narsa-buyumlar tasviri) bilan ekran yozuvlari birga qo'llanishi tomoshabinning diqqatini bir muddat o'ziga jalb qiladi. Natijada teletomoshabin anons

qilinayotgan teleko'rsatuv namoyishi haqida qo'shimcha ma'lumotga ega bo'ladi. Bu telekanal tomoshabinlari sonining oshishiga xizmat qiladi.

Ba'zi ekran matnlari telekanal faoliyat yuritayotgan davlat qonunchiligi talablariga ko'ra tanlanishi, o'zgartirilishi mumkin. Masalan, O'zbekistonda tamaki mahsulotlari va spirtli ichimliklar reklamasiga muayyan cheklovlar mavjud. Bu ular reklamasi televideniya berilayotganda qo'llanadigan ekran matnlariga ham ta'sir qilmay qolmaydi. Masalan, 2022-yilda qabul qilingan "Reklama to'g'risida"gi qonunda "teleko'rsatuvlar davomida harakatlanuvchi yozuvlar vositasida beriladigan reklamalarga yo'l qo'ymasligi" [11] bayon qilingan. Shuningdek, ushbu qonunda O'zbekistonda ishlab chiqarilgan pivoni, tabiiy va ko'piklanadigan vinolarni reklama qilishda "bunday mahsulotlarni haddan ziyod iste'mol qilishning zarari haqida reklamaning asosiy maydoni va vaqtining kamida o'n foizini tashkil qiluvchi ogohlantirish hamda ushbu mahsulotni iste'mol qilishi tavsiya etilmaydigan shaxslar to'g'risidagi axborot bilan birga berilishi" [11] belgilab qo'yilgan. Bunday reklamalarda qayd etilgan ma'lumotlarni o'zida aks ettiruvchi ekran yozuvlari nihoyatda kichik yozuvlarda namoyish etiladi. Bu, albatta, mahsulot ishlab chiqaruvchining maqsadlariga mos keladi.

Televideniya namoyoish etiladigan videokontentlarning yuqorida ajratilgan turlarini yana kichik ichki turlarga ajratish mumkin. Ammo ularda qo'llanadigan ekran matnlarining mohiyati va umumiy shakli ajratilgan to'rt turga mos holda shakllanadi. Anglashiladiki, televideniya qo'llanadigan ekran yozuvlari videokontentning namoyish maqsadidan kelib chiqib, turlicha shakllantiriladi. Axborot beruvchi va ta'limiy teleko'rsatuvlar uchun nisbatan oddiy bo'lgan – harakatlanuvchi yozuvlar ("yuguruvchi satrlar") va taqdimotdan ko'proq foydalanilsa, ko'ngilochar va reklamaga mo'ljallangan videokontentlarda ijodiy yondashilib yaratilgan animatsion ekran yozuvlari qo'llaniladi. Bunday teleko'rsatuvlar uchun rasmiy titrlar ham qo'l keladi.

REFERENCES

1. Ўзбек тилининг изоҳли луғати, 5 жилдлик, 1-жилд, – Тошкент: ЎзМЭ. 2020. – 680.
2. <https://lex.uz/ru/acts/-3089213>
3. <https://www.mtrk.uz/uz/tv/navo/about/>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=JUkpjni2Pvg>
5. Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 14 жилдлик, 9-жилд, Тошкент: ЎзМЭ, 2005. – 704 б.
6. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А., Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). – Москва: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
7. Мисяченко С., Сабиева Е., Рекламный текст как отражение казахской культуры // Филологический аспект, Методика преподавания языка и литературы, №4, 2019. – С.72-76.
8. Tuncer E., Yazili basinda yer alan reklam metinlerinin göstergebilimsel çerçevesi, fil. fan. dokt. diss., – Istanbul 2018. – 207 b.
9. Найманова Ч., Синтаксические особенности рекламного дискурса в английском и кыргызском языках // Вестник Кыргызстана, №2, 2017, – С. 132-137.
10. https://www.youtube.com/watch?v=w_YLLN9TufI
11. <https://lex.uz/uz/docs/-6052631>

12. Ganiyeva, M. (2021). Effective Methods of TRIZ.
13. Ganiyeva, M. (2023). THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPING THE LOGICAL THINKING OF FUTURE ELEMENTARY SCHOOL TEACHERS (IN MATHEMATICS LESSONS). Science and innovation, 2(B3), 30-33.