

FTAXP 070.76.01

М.Ақық¹, Б.Байымбетов¹

¹ С. Демирел атындағы университет, Қаскелең қ., Қазақстан

YOUTUBE ПЛАТФОРМАСЫНДАҒЫ СҰХБАТ ЖАНРЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІГІ: ТИМУР БАЛЫМБЕТОВ ПЕН ЮРИЙ ДУДЬ АРНАЛАРЫНДАҒЫ ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ІЗДЕНІС

Аңдатпа. Мақалада YouTube платформасындағы сұхбат жанрының орны және оған аудитория тарапынан жоғары сұранысқа назар аударылды. Зерттеу аясында бейнехостингте жоғары қаралым жинап, кәсіби сұхбаттарымен көрермен ықыласын аударған «вДудь» және «Timur Balymbetov» арналарының өнімдеріне салыстырмалы талдау жасалып, сондай-ақ ғалымдар пікірін сүйене отырып, YouTube сұхбатына тән ерекшеліктер анықталды. Сонымен қатар, кәсіби журналистердің YouTube платформасына кету себептері, өнімдерінің кәсіби деңгейі мен шығармашылық ізденіс мәселесі де зерттеу жұмысының өзегіне айналды. Сұхбат жанрының мазмұндық тұрғыдан түрленуіне визуалдық элементтердің ықпалына да ғылыми тұрғыдан тұжырым жасалды.

Түйін сөздер: YouTube, бейнехостинг, контент, формат, визуалды, диалог, хронометраж.

Abstract. The article focuses on the place of the interview genre on the YouTube platform and why it is in high demand among the audience. As part of the study, a comparative analysis was made of the content of the channels «Vdud» and «Timur Balymbetov», which received high views on video hosting and attracted the attention of viewers with their professional interviews, and based on the opinion of scientists, the features of the interview on YouTube were determined. In addition, the reasons for the departure of professional journalists to the YouTube platform, the professional level of their products, and the problem of creative search became the core of the research work. The influence of visual elements on the transformation of the interview genre in terms of content is scientifically comprehended.

Keywords: YouTube, video hosting, content, format, visual, dialogue, timing.

Аннотация. В статье основное внимание было уделено роли жанра интервью на платформе YouTube и причине его высокого спроса у

аудитории. В рамках исследования был проведен сравнительный анализ продукции каналов «вДудь» и «Timur Balymbetov», набравших высокие оценки в видеохостинге и привлечших внимание зрителей своими профессиональными интервью, а также на основе мнения ученых были определены особенности характерны для интервью на YouTube. Кроме того, основой исследовательской работы стали причины ухода профессиональных журналистов на платформу YouTube, профессиональный уровень их продукции и проблема творческого поиска. С научной точки зрения сделан вывод о влиянии визуальных элементов на трансформацию жанра интервью в содержательном плане.

Ключевые слова: YouTube, видеохостинг, контент, формат, визуальный, диалог, хронометраж.

Kipicne

YouTube бейнеплатформасында соңғы жылдары сұхбат жанры кең таралып, осы форматтағы контент ең көп қаралым жинап отыр. Әсіресе кәсіби журналистердің бейнесұхбаттары көпшілік көңілінен шығып, танымалдылығы арта түсуде. Бұған не себеп? Неге кәсіби журналистердің өнімдеріне сұраныс жоғары?

YouTube-тегі өнімдердің барлығын кәсіби тұрғыдан сапалы деп айта алмаймыз. Алайда, кәсіби журналистердің бұл арнаға ауысуы платформаның шығармашылық деңгейін көтерді деуге негіз бар. Қазақ тілді өнім ұсынып, аудиторияның ерекше ықыласына ие болып отырған бірнеше YouTube жобаны атауға болады. Олар: танымал тележурналист Н. Аралбайұлының арнасы (436 мың жазылушы), телепродюсер Т.Балымбетовтың арнасы (223 мың жазылушы), журналист О. Оқастың «QAZ Kolesa KZ» (182 мың жазылушы), радиожурналист А.Тасығанның «Aman Tasygan LIVE» (457 мың жазылушы) арналары.

Медиамамандардың пайымдауынша, болашақта біраз журналистер YouTube-қа кетеді. Бұл платформада ой еркіндігі бар. Ең бастысы – контент дайындау арзан. Дәл қазір KazYouTube-ке мемлекеттік тілдегі жобалар аса қажет, оған сұраныс та жоғары [1]. Сондай-ақ, күнделікті өзекті тақырыпты көтеруде де бұл платформаның орны айрықша. Бір емес, бірнеше мәселені қатарынан тарату мүмкіндігі YouTube-ті жаңалықтардың табиғи ресурсына айналдырды [2, 117 б]. Ал, кәсіби журналистер бұл бейнехостингті сенімді ақпарат көзі мен іскерлік ой-пікір алаңы ретінде пайдалануда [3]. Журналистер шулы мәселенің ара-жігін ажыратып, көкейкесті мәселені негізгі мәдени ортаға жеткізіп қана қоймай, YouTube-тің танымал тұлғаларының шығуына да ықпал етуде [4].

Бұл тұста назарға алатын басты жайт – YouTube пен дәстүрлі телеарна бір-бірін толықтырушы платформалар. Сол себепті ТВ-дан сұхбат жанрының YouTube-ке көшуі – қалыпты жағдай.

Ғалымдар журналистикадағы сұхбатты екі қырынан қарастырады. Біріншісі, жанр есебінде, ал екіншісі – ақпарат алудың көзі ретінде [5, 20 б]. Ал біз зерттеуімізде сұхбатты жанрлық тұрғыдан саралап, оның Интернет кеңістіктегі (YouTube-тегі) орнын анықтап, болашақта жанрлар теориясы мен мультимедиялық формат қалыптастырудағы ықпалына назар аударамыз.

Материалдар мен әдістер, нәтижелер

YouTube платформасындағы авторлық арналар кәсіби мамандарға өздерінің шығармашылық жоспарларын іске асыруға, жеке көзқарастарын жариялауға, сонымен бірге жақсы қаражат табуға мүмкіндік беріп отыр. Сондай-ақ, автор қандай тақырып таңдап, қай кейіпкерді эфиріне шақырса да өзі біледі. Ешқандай шектеу жоқ, таңдау өз қолында. Жобада не айтамын, қалай жеткіземін деген мәселеге де шектеу жоқ. Алайда мұндай үрдісті ерекше етіп көрсеткенде ғана журналистиканың жаңа үлгісін туғызатынын ескерген жөн. Сол себепті де зерттеу нысаны ретінде бейнехостингте ерекше танымал болған «вДудь» (10,1 млн жазылушы) және ««Timur Balymbetov»» (223 мың жазылушы) авторлық арналарын алып отырмыз. Бұл екі жоба соңғы уақытта YouTube-тегі «тренд» бөлімінен түспей, әлеуметтік желілерде көп талқылануда.

Зерттеу аталған арналардағы 40-қа жуық сұхбат шығарылымы (2020-2022 жылдардағы) негізінде жүргізілді. Сұхбаттың жанрлық ерекшелігін көрсете алатын, қаралым жағынан және көрермен тарапынан көп пікір білдірілген бейнетүсірілімдер таңдалды. Олар бейнесайтқа жүктелген.

Зерттеу жұмысының практикалық бөлімінде назарға алынған нысан шығарылымдарындағы шығармашылық және технологиялық өзгерістер бақылау әдісі, екі автордың сұхбат алу тактикалары мен стильдері салыстырмалы әдіс арқылы сараланса, сұхбат мазмұнын ашу мақсатында сипаттау әдісіне жүгініп, жанрдың басты ерекшеліктерін анықтадық. Ол үшін сұхбатты әр қырынан зерттеген теоретик ғалымдар пікіріне жүгіндік.

Солардың ішінде ғалым М. Лукина сұхбат жанрына мынадай анықтама береді: «Сұхбат – ақпарат алу мақсатындағы тұлғааралық ауызша қарым-қатынас және қоғамның ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында жаңа деректерді өндіру» [6, 192 б].

Ал С. Ильченконың «сұхбатты бастауға: тақырып, бастапқы алғы сөз немесе аңдатпа ең маңызды элементтер» десе [7, 73 б], К. Мецлер «сұхбат үшін төңкерілген пирамида әдісін қолдану және журналистің кейіпкерімен өзара ынтымақтастығы маңызды» [8, 13 б],

Ш. Қалиаждарованың «сұрақ қоюдағы тактиканың орны» [9, 38 б], Е. Ионкинаның «кейіпкерді қоштау немесе мадақтауға» [10, 80 б] қойған талаптары негізге алынды.

Зерттеуші А. Тертычный сұхбат түрлерінің ішінен ақпараттық және талдамалық сұхбатты бөліп қарастырса [11, 124 б], М. Ким сұхбат жанры негізгі үш тірекке: тақырып, әңгіменің негізгі мақсаты және оны

көрсетудің әдісіне сүйену керектігін алға тартады. Бұл журналистиканың басқа жанрларына да арқау болады [12, 147 б].

«ВДудь» және «Timur Balymbetov» арналарындағы сұхбатты саралау үшін бірнеше талапқа жүгіндік.

Біріншісі, сұхбаттың мақсаты. Авторлар әр туындысында бір ғана мақсатты көздейді деп айту қиын. Бір сұхбатта бірнеше, яғни кейіпкер өміріндегі соңғы өзгеріс, қоғамдағы жағдайға көзқарасы немесе қандай да бір кикілжіңмен байланысы секілді мақсатты ашуға бағытталуы мүмкін. Жоғарыда атап өткеніміздей, екі арнадан сұхбаттың жанрлық ерекшелігін көрсететін, қаралым жағынан, сондай-ақ аудитория тарапынан көп пікір білдірілген қырыққа жуық шығарылым қаралды. Олар бойынша мынадай көрсеткішті байқауға болады:

- «ВДудь» арнасында 60% - портреттік сұхбат, 35% - сұхбат-әңгіме, 5% - ақпараттық сұхбат;
- «Timur Balymbetov» арнасында 65% - сұхбат-әңгіме, 27% - портреттік сұхбат, 8% - ақпараттық сұхбат.

Екіншісі, кейіпкерді таңдау және оның сұхбаттағы рөлі тұрғысынан қарағанда авторлардың ұстанымы сәйкес келеді. Екі арнада да жеке сұхбат, яғни тұлғаның өзіне бағытталған сұхбат көп. Талдамалы немесе белгілі бір оқиғаға қатысты, сарапшы пікірі ретінде алынған сұхбаттар 1-2%-дан аспайды.

Үшінші, сұхбатты ұйымдастыру жағдайы. Формат сұрақ-жауаптан тұратындықтан, жоба аясына да аса мән берілуі керек. Сұхбат барысындағы сәттерді қалай, қандай жағдайда көрсетуді де авторлар өздері шешеді. Бұл жағынан келгенде «ВДудь» арнасы басымдық танытады, себебі кейіпкермен тек студияда ғана емес, бірнеше локацияда кездесіп, түсірілім әртүрлі ракурста іске асады. Автор іссапарларға мән береді, сол себепті шығарылым түрлі қаладан түсіріледі. Ал, «Timur Balymbetov» арнасына локацияны әлі біраз жетілдіру керек. Хронометражы 1,5 сағаттан асатын сұхбатты бір ғана локацияда түсіру аудиторияны жалықтырып жіберетіні түсінікті.

Сұхбат барысында әңгіме кейіпкердің жеке бұйымнан, жеткен жетістігінен немесе жаңадан салынған үйі туралы ақпараттан басталуы мүмкін. Автор көздеген мақсатына жету үшін сұхбат құрылымын жасағанда артқы көрініс қатарынан ойластырады.

Төртінші, жобадағы сұхбат алушының образы. Автор – диалогты белсенді жүргізуші, сол себепті кейіпкерге тақырып бойынша бағыт-бағдар беріп қана қоймай, оның сөзін бөле бермей, ойын айтуға да мүмкіндік жасауы керек. Диалогтағы эмоция, екеуара сөзге келіп қалу – YouTube-те кең таралған әдіс. Ю. Дудь сұхбаттарында қонақтың жеке басына қатысты сауалдарға басымдық береді. Кейіпкердің осы уақытқа дейін айтқан ерекше бір ойларына немесе іс-әрекетіне акцент беру секілді тактиканы қолданады. Бұл әдісті Т. Балымбетов те тиімді қолданады. Екеуі

де кейіпкерлерінің жетістіктерін көрсете отырып, хабар ортасында немесе соңында сенсациялық ақпарат алуға тырысады. Бұл әрдайым іске аспайды. Бірақ адамның назарын аударатын ерекше мәліметтер айтылып жатады. Бұл да көрермен ықыласын аударатын әдіс.

Ю. Дудь арнасында мадақ пен қатар арандатушылық сұрақтар да кездеседі. Ал, Т. Балымбетов кейіпкерін ыждағаттылықпен тыңдап, ойларын еркін жеткізуге мүмкіндік береді. Көбінесе ерекше сұрақ қойғаннан кейін қонағының эмоциясын бағамдап, тыңдап отырады. Ыңғайсыз сауалдар да қойылып жатады.

Бесінші, формат бағдарлама «мұқабасы». Бұл да аудитория назарын аударатын элемент. Хабардың басы ерекше болса, көрерменнің оны одан әрі көруіне әсер етеді.

Екі блогтың «мұқабалары» ұқсайды. «ВДудь» блогында алдымен кейіпкердің ерекше цитаталары, одан кейін жобаның атауы, сұхбат болатын қала көрінісінен үзінділер кетеді (кейіпкердің аты-жөні + цитата-анонс 4-5 сек+ «ВДудь» 2-3 сек+үзінді 6-7 сек).

Ал, «Timur Balymbetov» арнасының шапкасында сұхбаттың ерекше сәттерін, көбінесе «анайы лексиканы» беру басым. Одан кейін блок атауы, хабардың басталуы (цитата-анонс 5-7 сек+«Timur Balymbetov» 2-3 сек). Мұндай «шапка» форматы бейнехостингтегі жобалардың көпшілігіне тән.

Алтыншы, сұрақ қою тәсілдері. Сұхбат мазмұны кейіпкерге қойылатын сауалға тікелей байланысты. Сол себепті кәсіби мамандар сұраққа ерекше мән береді.

Т. Балымбетов сұхбатты кейіпкерінің басынан өткен бір оқиғаға немесе сол мезетте болған жаңалыққа қатысты сауалдан бастағанды жөн санайды. Көп жағдайда тақырыпқа қатысты сұрақтарға бет бұрады. Ал Ю. Дудь көбінесе кейіпкер пікіріне қарама-қайшы сұрақтар қояды. Автордың пікіріне сүйенсек, кәсіби маман бір ғана үлгіде сұхбат жүргізбеуі керек. Қонақ өмірбаяны, қызметі жіті зерттелмей, ерекше сұрақ туындату мүмкін емес. Сонымен қоса жобадағы сауалдардың басым бөлігі әңгіме барысында туындайды [13]. Ал зерттеуші Н. Подосокорский Дудь образына былай деп баға береді: «он умело сочетает цинизм с сентиментальностью, шоу-бизнес с политикой, конформизм с легкой фрондой по отношению к набившему оскомину официозу» [14, с 152].

Тимур Балымбетов кейіпкерінің жеке басына, достарымен, ата-анасымен қарым-қатынастарына, жеке кәсібі туралы сұрақтарға назар аударады. Бұл тұста айта кететін басты мәселе – Тимур шақыратын қонақтардың басым бөлігі шоу-бизнес, өнер саласының өкілдері. Сол себепті саяси тақырыптарға бармайды. Ал Юрий жеке сұрақтардан гөрі әлеуметтік және саяси тақырыптарды көтере отырып, оны мансап пен бизнес туралы сауалдарға әкеп тіреді. Дудьтің айтуынша «YouTube – телевизияда шектелетін сұрақтарды қоюға мүмкіндік береді» дейді. Мұның өзі көп нәрсені аңғартады.

Жетінші, сұхбаттағы визуалды элементтер. Екі автор да негізгі визуалды элементтер: бейне, фото, мәтінді қолданады. Жеке архивтен, сұхбат түсірілген жерден бейнелер ұтымды қолданылады. Екі арна да әсіресе кейіпкер айтқан ерекше пікірге мән беріп, оны цитата ретінде көрсетеді. Бұл материалды көріп қана қоймай, ондағы пікірге назар аударуға итермелейді.

Кесте. Авторлардың ерекше сұрақтарымен көп қаралым, пікір жинаған шығарылымдар (2022 жылғы қыркүйек - желтоқсан)

«Timur Balymbetov» арнасы шығарылымдары	Қаралым мен пікір саны	«вДудь» арнасы шығарылымдары	Қаралым мен пікір саны
АСЕЛЬ САДВАКАСОВА: Терапия, знакомство с папой, принятие себя, хадж и новая любовь (29.09.2022)	2 млн 5 561	Маша Гессен – Стыдные вопросы про Америку / Masha Gessen – simple questions about America (20.09.2022)	5 495 400 24 820
АСЕ: Өзіне сенбеу, жол апатына түсу, генетикалық сырқат, діни көзқарасы мен трансформация кезеңі (23.10.2022)	186 688 2 104	Noize MC – Война и новая жизнь / The war and new life (27.10.2022)	8 621 422 39 011
ЕРЖАН МЫРЗАБАЕВ: Келінге бүгінгі көзқарасымыз ҚАЗАҚЫ ЕМЕС! (03.11.2022)	294 402 2 510	Муратов – что происходит с Россией / Muratov – What's happening to Russia. (21.11.2022)	9 831 349 29 456
АРМАН И КАРИНА: Год депрессии, развод, аполитичность, усыновление + КОНКУРС (15.12.2022)	223 мың 1 543	Вера Полозкова – поэзия и война / Vera Polozkova – poetry and war (15.12.2022)	4 247 058 25 570
Ескерту: дереккөз негізінде [15, 16].			

Кестеден екі арнаның аудитория тарапынан қаралым және пікір білдірудегі арақатынасындағы алшақтықты байқаймыз. Жоғарыда атап өткеніміздей, сұхбатқа қажетті үш тірек: тақырып, әңгіменің мақсаты және оны көрсете білу әдісінің қаншалықты маңызды екендігіне көз жеткіздік. Тақырыптың өзектілігі, оны қызықты етіп ашу және заманауи режиссурамен бере білуі «вДудь» арнасына бірнеше миллион аудиторияны жинап беріп отыр.

Зерттеу нәтижесі көрсеткендей, аталған екі арна басымдықты сұхбаттың әңгіме түріне береді. Одан кейінгі орында – портреттік сұхбат. Бұдан байқайтынымыз, журналистер YouTube сұхбат дайындағанда оған әр түрлі қырынан қарайды және кейіпкерімен сөйлескенде бір ғана емес, бірнеше мақсатты көздейді.

YouTube арна авторлары сұхбат алуда әр түрлі тәсілді қолданды. Олар:

1. ақпарат алу, жеткізу есебінде;
2. ойын-сауық өнімінің «өзегі» ретінде;
3. оқу-ағартушылық, тәрбиелік тәсіл.

Аталған тәсілдерді шығарылым тақырыптары мен ондағы сұрақтардан, таңдалған кейіпкерлермен дәлелдей аламыз.

Ал кәсіби журналистердің YouTube платформасына кетуіне басты себеп –шығармашылық еркіндік. Оны екі жобаның авторы да жоққа шығармайды. Сонымен бірге коммуникацияның жаңа жағдайында журналист мамандығының ерекше қырын көрсету.

Тағы бір себеп – медиамамандар пікіріне сүйенсек, сапалы контент дәстүрлі кәсіби қағидаттар негізінде туындайды. Дәл қазір мұндай өнімдерге мультимедиалық ортада сұраныс жоғары. Өйткені заманауи аудитория кімді, нені, қай платформадан көретінін өзі анықтайды. Оларға ешкім үстемдік жүргізе алмайды [17, 37 б].

Екіншіден, тәжірибелі журналистер аудитория назарын ерекше аударатын қызықты, өзекті форматтарды тапты. Ал мұндай өнімді дәстүрлі арналар көрсете алмайды. Сол себепті көрерменнің басым бөлігі Интернет кеңістікке ауысты. Кәсіби мамандар телеконтентке сұраныстың азайғанын түсінді. «...этот рынок телик навсегда проиграл гаджетам, пушам и стримам» [18].

Үшіншіден, YouTube -те авторлық сұхбат жобалар танымал болғанымен, бұл хостинг журналистиканың басқа да жанрларының дамуына ықпал етіп отыр. Қазіргі кезде деректі фильмдер, шолу және эссе жанрындағы YouTube шығарылымдарға да сұраныс артып келеді. Демек, кәсіби журналистердің сұхбат туындылары өзге де форматтардың бейнеплатформаға кірігуіне негіз болды.

Төртіншіден, жаһандық конвергенция жағдайының өзі мамандық құндылығының қаншалықты жоғары екендігін көрсетіп отыр. Әуесқой авторлар өнімі көп болғанымен, кәсіби өнімге деген аудитория сұранысы жоғары [19, 11 б].

Бесінші, монетизация. Яғни, кәсіби журналистер өнім қаншалықты қызықты, сапалы болса соншалықты өтімді екендігін түсінді. Аудитория сұранысын қанағаттандыру арқылы қаражат табуға болатындығын дәлелдеп отыр. Деректерге сүйенсек, 2021 жылы Дудьтің жылдық кірісі 1,3 млн долларға жеткен [20]. Т. Балымбетовтың кірісі туралы ешқандай ақпарат жоқ. Десек те арнасынан түрлі жарнаманы байқауға болады.

Қорытынды

«YouTube – жаңа телевидение» деген пікір айтылып жүр. Медиамандардың пайымдауынша, YouTube ТВ-ны алмастыра алмайды, олар бір-бірін толықтырушы арналар. YouTube-қа телемамандар келсе, телевизия өзіне блогерлерді тартып, олардың стилін арналарға енгізіп жатыр» [21].

Осылайша, бүгінгі таңда YouTube платформасында сұхбат жанры елеулі өзгеріске ұшырап жатыр. Бейнехостингтегі сұхбат – жаңа ортадағы дәстүрлі жанр ғана емес, бұл белгілі бір ортаның, мәдениеттің және қарым-қатынас нысананың өнімі [22, 72 б].

Ол сұхбат алушы мен кейіпкер арасындағы қарым-қатынастың жаңа түрімен, ерекше тақырыбымен, коммуникация форматындағы еркіндігімен, хабар эмоциясына назар аударуымен, бейресмилігімен және аудиториямен кері байланыс орнатуға негізделген технологиялық инновацияларымен ерекшеленеді.

Дәл қазір YouTube платформасындағы сұхбат осылай көрінгенімен, технологиялық өзгерістер оған бұдан басқа да сипат беруі мүмкін. Жаңа технологиялар өз үстемдігін жүргізетінін ескерсек, болашақта сұхбатты басқа қырынан көріп қалуымыз ықтимал. Сондықтан бұл тақырып өзектілігін жоғалтпайды.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

- 1 «New Old Qazaqtar / Не болды қазақтар?». ТВ тозды ма, ютуб озды ма? [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YGUGXNnQM8c>. (Қаралған күні 06. 11.2022).
- 2 Bainbridge J., Goc N., Tynan L. Media and Journalism new approaches to theory and practice. – Oxford University press., 2015. –117 p.
- 3 Шамахайұлы Қ. Журналистер әлеуметтік желілерді тиімді қолдануда. [Электрон. ресурс] – URL: https://baq.kz/news/othernews/zhurnalister-leumettik-zhelilerdi-tiimdi-oldanuda-uandy-shamakhayly/?sphrase_id=48382963. (Қаралған күні 07.11.2022).
- 4 Anderson M., Caumont A. «How Social Media is Reshaping News». Fact Tank- Our Lives in Numbers, September 24. [Электрон. ресурс] – URI: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24%20how-social-media-is-reshaping-news>. (Қаралған күні: 01.11.2022).
- 5 Шыңдалиева М. Журналистика жанрларының пішіндері мен функциясы. [Электрон. ресурс] – URI: <http://dspace.enu.kz/handle/data/10976>. Дата: 2014-01-30. (Қаралған күні: 02.11.2022).

- 6 Лукина М. М. Технология интервью : учеб. пособие для вузов. – М., 2005. – 192 с.
- 7 Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается. СПб., 2016. [Электрон. ресурс] – URI: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1466674039_3087.pdf. (Қаралған күні: 21.11.2022).
- 8 Metzler K. Creative Interviewing: The Writer's Guide to Gathering Information by Asking Questions. – Englewood Cliffs, 1997. – 13.
- 9 Қалиаждарова Ш. Тележаңалық: тәжірибе. – Алматы: ХАТУ, 2022. – 38 б.
- 10 Ионкина Е. Ю. Похвала и комплимент в портретном интервью: некоторые особенности коммуникативного поведения адресата (на материале немецкого языка) // Вестник Челябинского гос. ун-та. 2017. – № 8 (404). – 80 с.
- 11 Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие для вузов. – М., 2002. – 124 с.
- 12 Ким М. Н. Жанры современной журналистики. – СПб., 2004– 147 с.
- 13 Халюков В. Мы собрали большую анкету Дудя. Ответьте на 21 вопрос, чтобы почувствовать себя гостем Юры. [Электрон. ресурс] URI: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1466674039_3087.pdf <https://click-or-die.ru/2021/06/anketa-dudya/>. (Қаралған күні: 10.12.2022).
- 14 Подосокорский Н. «Лицо с экрана». В чем секрет популярности ток-шоу «вДудь»? <file:///C:/Users/user/Downloads/litso-s-ekrana-v-chem-sekret-populyarnosti-tok-shou-vdud.pdf>. (Қаралған күні: 17.12.2022).
- 15 Тимур Балымбетовтың ресми YouTube арнасы. [Электрон. ресурс] – URI: <https://www.youtube.com/@balymbetov>. (Қаралған күні: 16.12.2022).
- 16 Юрий Дудьтің ресми YouTube арнасы. [Электрон. ресурс] – URI: <https://www.youtube.com/@vdud>. (Қаралған күні: 17.12.2022).
- 17 Выровцева Е. Традиционные профессиональные ценности в новых медиаформатах. [Электрон. ресурс] – URI: <file:///C:/Users/user/Downloads/traditsionnye-professionalnye-tsennosti-v-novyh-mediaformatah.pdf>. (Қаралған күні: 27.12.2022).
- 18 Петровская И. Ютуб vs старый «ящик». Конец тотальной гегемонии ТВ. [Электрон. ресурс] – URI: <https://novayagazeta.ru/articles/2019/07/18/81288-yutub-vs-staryyy-vaschik>. (Қаралған күні: 28.12.2022).
- 19 Мельник Г.С. Перспективы развития медиа в пространстве интернета // Журналистский ежегодник. – 2013. – № 2–1. – С. 11.
- 20 Сколько зарабатывает Юрий Дудь в месяц и в год. [Электрон. ресурс] – URI: <https://kakzarabativat.ru/kak-zarabotat/skolko-zarabatyvaet-yurij-dud/>. (Қаралған күні: 08.01.2023).

- 21 Болдырева А. «Нежный редактор» «вДудя» Татьяна Мингалимова: «Когда блогеров приглашают на телевидение, они прыгают туда, как кенгуру» [Электрон. ресурс] – URL: <https://jmlst.ru/gentle-editor>. (Қаралған күні: 09.01.2023).
- 22 Гавра Д., Декалов В. Заменяют ли блогеры журналистов? Институциональные и неинституциональные игроки на пересечении медиа и сетевого пространств // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10. – № 3–2. – С. 75.