

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/190012>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Журналистика

Введение 3

Глава 1. Интервью как жанр региональной журналистики 6

1.1 Жанр интервью, его задачи, цели и функции 6

1.2 Интервью как жанровая разновидность диалога. Классификация интервью 7

1.3 Особенности жанра интервью в местных СМИ 13

1.3.1 Особенности интервью на региональном телевидении и радио 17

1.3.2 Жанр интервью в местных печатных изданиях 25

Глава 2. Жанр интервью в современных периодических изданиях (на примере газеты «Причаганье» Первомайского района Оренбургской области) 27

2.1 Жанр интервью на страницах газеты «Причаганье» 27

2.2 Сравнительный анализ интервью в общественно-политической газете «Причаганье» и периодическом издании «Оренбуржье» 29

2.3 Анализ своего интервью в газете «Причаганье» 38

Заключение 42

Список использованной литературы та источников 45

ВВЕДЕНИЕ

Таким образом, исходя из выше изложенного материала, можно сделать следующие выводы.

Коммуникация – это системный процесс взаимодействия, в котором возможно проследить различные способы создания, передачи и декодирования информации (сообщения) с целью влияния на действия, поведение, состояние объекта.

Журналистика как средство массовой информации является одним из ведущих элементов, который выражает интересы общества, а также различных социальных групп, категорий, отдельных личностей. В современной науке средства массовой информации (СМИ) часто называют четвертой ветвью власти. Роль средств массовой информации стала так велика, что некоторые политические деятели считают, что тот, кто их контролирует, контролирует всю страну.

Более того, в современном мире, где информация выступает как основная ценность, вопрос о роли и месте средств массовой информации в социально-политической структуре общества является наружным как для теоретиков-политологов, социологов, правоведов, психологов, так и для практиков-политиков, журналистов.

Вместе с развитием СМИ, развиваются и жанры, которые есть наиболее распространёнными в современных средствах массовой информации. Но вместе с тем, достаточно широко используются и традиционные жанры СМИ.

Жанр интервью широко представлен в российской прессе. Но, необходимо подчеркнуть, что в каждом из изданий расставлен ряд приоритетов: некоторые виды интервью не используются журналистами. Жанр интервью чаще всего отражён в жанровых моделях газеты. В современной прессе этот жанр помогает не только раскрыть социальную тему, внутренний мир собеседника, но и способствует раскрытию личности журналиста.

Формат современного газетного интервью является актуальным вопросом в процессе определения специфики и особенностей жанра в региональных СМИ.

Форматом жанра интервью является произвольный порядок вопросов журналиста и ответов лица, его мыслей, комментариев, впечатлений, составляющих общественный интерес.

Теоретическая база исследования: работы по теории журналистики и учебные пособия С.Н. Ильченко, В.В. Ворошилова, Г.С. Мельник, М.М. Лукиной и других исследователей.

Цель исследования – проанализировать интервью как жанр региональных СМИ.

Объект исследования – интервью как жанр региональной журналистики.

Предмет исследования – жанр интервью в современных периодических изданиях (на примере газеты

«Причаганье» Первомайского района Оренбургской области).

Задачи исследования:

- изучить и описать особенности жанра интервью, его задачи, цели и функции;
- рассмотреть интервью как жанровую разновидность диалога; определить классификацию интервью;
- определить особенности жанра интервью в местных СМИ;
- определить особенности интервью на региональном телевидении и радио;
- рассмотреть жанр интервью в местных печатных изданиях;
- описать характерные особенности жанра интервью на страницах газеты «Причаганье»;
- описать результаты сравнительного анализа интервью в общественно-политической газете «Причаганье» и периодическом издании «Оренбуржье»;
- проанализировать интервью в газете «Причаганье».

Данная работа отличается практической значимостью. В ходе ее написания было охарактеризовано и региональные СМИ и особенности жанра интервью на страницах региональной прессы; проанализировано проблемы в процессе организации и проведения в региональных средствах массовой информации.

Теоретическая значимость исследования: материал работы может быть использован студентами и преподавателями.

Методы исследования: изучение научных работ по теме исследования, анализ, синтез, обобщение, классификация материала, индукция и дедукция, сравнение.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и источников.

ГЛАВА 1. ИНТЕРВЬЮ КАК ЖАНР РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

1.1 Жанр интервью, его задачи, цели и функции

Термин «интервью» происходит от англ., interview, т.е. беседа. Те или иные процедурные операции определяются как общими родовыми особенностями метода, так и видовыми различиями «внутри» него. По содержанию интервью делятся на так называемые документальные интервью – изучение событий прошлого, уточнение фактов и интервью мнений, цель которых – выявление оценок, взглядов, суждений и т.п.

Есть различия в технике проведения беседы. Есть формализованное интервью, под которым понимают стандартизированное и структурированное общение. Здесь, как и в анкетах, есть открытые, закрытые и полужакрытые вопросы. Интервью имеет четкую структуру, при которой каждый вопрос логически вытекает из другого, а все вместе они подчинены общему замыслу беседы [1].

В программах в жанре интервью особенности взаимодействия между интервьюером и интервьюируемым имеют огромное значение. Это обусловлено тем, что при правильном взаимодействии подобные программы будут проходить в позитивном ключе, и они станут более продуктивными.

Однако, если журналисту не удастся найти подход к герою программы, то он может ограничиться только лишь скухими фразами. Поэтому важно определить критерии взаимодействия между интервьюером и интервьюируемым. А также на основе этих критериев провести анализ программ в жанре интервью на российском телевидении [41].

Интервью-диалог – этот жанр есть чрезвычайно сложным не столько для журналиста, сколько для респондента.

Обязательным элементом портретного интервью как жанра является дополнение его в виде фотографий респондента.

Аналитический элемент в портретном интервью также важен с точки зрения респондента, который иногда предпочитает усилить собственную информативную часть рассказа ссылками на другие источники.

Элементом трансформации жанра, можно считать факты, когда к архитектонике портретного репортажа вводят части интервью с другими героями, причём характеристики их могут быть различными: от положительных к негативным.

Портретное-интервью в таком виде, по сути, выступает как психоанализ личности, причем и от журналиста, и от респондента зависят качественные характеристики сложного анализа.

Портретное интервью, таким образом, расширяет границы жанровой группы. Оставаясь приоритетом информационно-публицистической группы жанров, портретное интервью приобретает признаки также

группы художественно-публицистической [2].

1.2 Интервью как жанровая разновидность диалога. Классификация интервью

Интервью – один из самых распространённых журналистских жанров. С помощью вопросов и ответов на них журналист получает новую информацию, а при посредничестве журналиста и СМИ эту информацию получают ее потребители: читатели, слушатели и зрители. По содержанию стоит различать интервью информационное, аналитическое и портретное. Первые два вида интервью могут существовать в любом СМИ. А вот портретное является наиболее телевизионным и менее характерным для печатных изданий и радио.

Портретное интервью призвано создать образ героя, раскрыть его характер, показать, какой он есть на самом деле. Именно для раскрытия характера героя необходимы не только те слова и мысли, которые он высказывает, но и то, каким образом, он это делает: какой мимикой и выражением лица сопровождаются его слова, какими жестами пользуется, как реагирует на те, или иные вопросы журналиста. В такой ситуации важнее не что говорит герой, а как. Вызвать у зрителей впечатление и ассоциации без телевидения практически невозможно. Именно поэтому, для истории о герое в прессе и на радио выбирают жанр портретного очерка, где цитаты герои чередуются с текстом журналиста, который обязательно описывает словом эмоции собеседника, ситуацию, атмосферу, в которой проходит интервью [3; 40]. Положительной тенденцией современной журналистики является укрепление информационной основы СМИ и усиление диалогичности, в которой интервью играет ведущую роль, став доминантным жанром в СМИ. Как известно, эффективным воздействием каждого СМИ есть подбор соответствующего вида жанра журналистики и соблюдение его формата. Эффективность воздействия интервью определяется в зависимости от того, с какой целью его проведения, ведь если формат жанра касается целей, задач, влияния на аудиторию, для информирования аудитории, информационного ориентирования, соответствия правовым, этическим требованиям в частности принципам журналистской этики: правдивость, объективность, честность, порядочность, выполнение большего количества социальных функций. Говоря об интервью как жанре, следует охарактеризовать его жанро-формирующие элементы: предмет, авторская задача и методы [4].

Рассмотрим каждый из параметров подробнее. Предметом отображения жанра интервью являются интересные люди. Не каждый человек сможет стать героем программы, так как герой должен быть интересной личностью, которая сможет удержать у экранов телевизоров зрителей. Авторскую задачу ведущий передачи выполняет при помощи вопросов, которые он задает гостю передачи. Эти вопросы должны отражать потребности зрителей, в этом случае они останутся смотреть данную передачу, так как будут ждать ответа героя программы. Автор передачи использует различные методы для достижения своей цели. Одним из таких является организация живого диалога. В этот момент прямо на глазах у зрителя происходит рождение мыслей, слов и действий и аудитория уже оценивает сказанное героем передачи, кроме того они могут наблюдать и за реакцией участников программы. Также как метод достижения авторской задачи используется и репортажная съемка.

Следует отметить, что интервью как жанр может быть представлен в нескольких разновидностях в зависимости от задачи, которая стоит перед журналистом.

Телевизионное интервью можно разделить на 5 видов. Таким образом, телеинтервью может быть протокольным, информационным, проблемным, интервью-портретом и интервью-анкетой [4; 39].

Главная цель телевизионного протокольного интервью – это получение информации от официального лица высокого ранга. Именно он может объяснить те или иные моменты, которые связаны с вопросами как внутренней, так и внешней политики. На первый взгляд телевизионное протокольное интервью может показаться простым, так как зачастую журналист задает заранее согласованные вопросы. В таком интервью не принято что-либо спрашивать или уточнять, также здесь необходимо учитывать, что высказывание своего личного мнения будет неуместно и некорректно.

В телевизионном протокольном интервью репортеру не нужно изображать непринужденность, так как оно должно быть хорошо продуманным, а вопросы известны заранее.

Основной целью информационного интервью на телевидение является получение тех или иных сведений, определенной информации. В связи с этим разговор приближен к обычному, именно этот факт позволяет телезрителю лучше воспринимать информацию.

Однако, как и в предыдущем случае, журналист должен быть подготовлен к такому интервью, и считается,

что вопросы должны быть индивидуальными для каждого героя. Но, не смотря на это, в отличие от телевизионного протокольного интервью вопросы не должны быть заранее согласованы с интервьюируемым, иначе будет утрачен элемент импровизированности, и зритель может потерять интерес. Такое интервью обычно выполняет несколько задач: получение информации, которая является общественно значимой и выявление особенностей интервьюируемого.

Главная задача телевизионного интервью-портрета – раскрыть человека как личность. На первый план выходят социально-психологические эмоциональные характеристики, здесь очень важно показать систему ценностей интервьюируемого.

Задача телевизионного проблемного интервью – выявление разных точек зрения, а также разнообразных путей решения определенной общественно значимой проблемы. Здесь журналист может не только задавать определенные вопросы, но и определить свою позицию, точку зрения на сложившуюся ситуацию. Он как бы дает толчок к обсуждению вопроса и выражению разных точек зрения на один и тот же вопрос. Задача интервью-анкеты состоит в том, чтобы собрать множество мнений по определенному вопросу. Как правило, интервьюер задает по 1-2 вопросу интервьюируемым [38].

Особенность жанра интервью на телевидении обуславливается тем, что именно в эфире телевидения есть возможность максимально раскрыть личность собеседника, также здесь есть возможность показать профессиональные способности и умения журналиста.

Для того чтобы интервью было интересно зрителю, важно соблюдать следующие характеристики [5; 37]:

1. Необходимо очень четко продумать композицию интервью. Она может зависеть от размещения вопросов для гостя и от смысловой связи между ними.

Композиция может быть стандартизированной и свободной. Для стандартизированной композиции вопросы готовятся и согласовываются заранее, когда в свободной композиции допустима перестановка подготовленных вопросов или вообще не имеет их перед интервью. В первом случае это обусловлено тем, что вопросы могут касаться одного предмета, но с разных сторон, в этом случае какой из них будет первым, а какой будет озвучен позднее, не имеет значение. Журналист при свободной композиции может направлять и стимулировать ход беседы.

Также особенностью локально-информационной комментаторской задачи беседы есть обмен мнениями. В данном случае, обмен мнениями есть импульсом, который способствует постановке проблемы, и в свободной композиции допускается и то, что у журналиста нет заранее подготовленных вопросов. В этом случае интервью становится импровизацией, и каждый последующий вопрос от журналиста зависит от того, что рассказал герой программы;

2. Именно от журналиста зависит ход раскрытия личности, раскрытия информации об этой личности. Интервьюер к каждому гостю программы должен подобрать «ключик», который поможет в процессе разговора раскрыться в полном объеме человеку, пришедшему на передачу.

Именно от того насколько правильно журналист подберет тот самый «ключик» и будет зависеть ход беседы. Даже опытные журналисты не ко всем могут найти подход и в процессе беседы гость так не «раскроется»;

3. Чтобы интервью было интересно зрителям и вызывало у них определенную реакцию, необходима драматургия [16]. Именно от того, как журналист начнет разговор и какие между ним и гостем установятся отношения, будет зависеть, как пройдет их интервью. Если общение будет гармоничным и доверительным, то интервьюеру удастся развить беседу до деталей и сведений, которые больше всего волнуют зрителей. После установления первого положительного контакта необходимо выстроить разговор так, чтобы вопросы и ход мыслей журналиста были понятны герою передачи, а последовательность вопросов была логически выстроена.

Очень важно для журналиста слушать своего собеседника до конца. Есть вероятность, что он именно в конце скажет нечто важное. Завершать интервью всегда необходимо на позитивной ноте, чтобы у приглашенной личности не оставалось отрицательного впечатления от интервьюера и программы в целом;

4. Очень важно понимать задачи интервьюера. Задачи у интервьюера следующие:

- сообщение о политических, социальных, производственных и иных задачах;
- рассказ о достижениях в той или иной сфере нашей жизни
- объяснение более подробно об уже известном факте;
- исследовать мнение разных людей по определённому вопросу;
- представление интересного, известного, популярного человека.

Немаловажным фактом для интервьюера является соблюдение языковых норм.

Для ведущего важно сохранить индивидуальные особенности речи собеседников.

Ведущим программы в жанре портретного интервью должен быть опытный журналист, который имеет высокий уровень эрудиции и интеллекта, способен поддержать беседу на любую тему [6; 35].

Желательно, чтобы этот журналист имел опыт ведения подобных программ или определенный телевизионный авторитет, то есть не был телевизионным дебютантом, это даст возможность ему самому свободно чувствовать себя в кадре, что является чрезвычайно важным для этого жанра, и передавать свою уверенность приглашенному гостю.

Важно, чтобы журналист был хозяином студии, а его собеседник чувствовал себя гостем.

Общая тональность портретного интервью чаще бывает мягкой, чем жесткой. Обычно в благоприятной, теплой, мягкой атмосфере герою проще раскрыть свою сущность, он не боится интервьюера, не боится последствий

1. Абдулатипов, Р.Г. Послание о федеративной и национальной политике. – М., 1995.
2. Адамьянц, Т. З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию / Т. З. Адамьянц. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 136 с.
3. Адамьянц, Т. З. Коммуникативные навыки как характеристика и условие оптимизации взаимодействия человека / Т. З. Адамьянц // Мир психологии. – 2008. – № 1. – С. 130-139.
4. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. Ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
5. Афанасьев, В.Г. Социальная информация / В. Г. Афанасьев. М.: Наука, 1994.- 199 с.
6. Афанасьев, В.Г. Социальная информация и управление обществом / В. Г. Афанасьев. М.: Политиздат, 1975. – 408 с.
7. Багиров, Э. Г. Основы телевизионной журналистики / Э. Г. Багиров, Р. А. Борецкий, А. Я. Юровский. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 240 с.
8. Бакулев Г. П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа: автореф. дис. ... д-ра филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика» / Бакулев Геннадий Петрович. – М., 2003. – 59 с.
9. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
10. Борецкий, Р. А. Телевизионная программа: очерк теории пропаганды / Р. А. Борецкий. – М., 1967. – 214 с.
11. Борецкий, Р. Л. Информационные жанры телевидения / Р. Л. Борецкий. – М.: Искусство, 1961. – 75 с.
12. Васильченко, К.Е. Жанр портретного интервью: возможности дифференциального подхода // Медиасреда. – 2019. – № 2. – С. 15-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-portretnogo-intervyu-vozmozhnosti-differentsialnogo-podhoda> (дата обращения: 12.06.2021).
13. Витвинчук, В.В. Трансформация жанра интервью в современном медиапространстве: медийный хронотоп и коммуникативные тактики // Вопросы журналистики. – 2018. – № 4. – С. 73-80. – Режим доступа: http://journals.tsu.ru/journalism/&journal_page=archive&id=1779&article_id=39731 (дата обращения: 12.06.2021).
14. Ворошилов, В. В. Журналистика. Базовый курс: учебник / В. В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 700 с.
15. Давидюк, Г.П., Бобровский, В.С. Проблемы массовой культуры и массовой коммуникации / Г. П. Давидюк, В. С. Бобровский – М.: - 1972. – 204 с.
16. Дьякова, Е.Г., Трахтенберг, А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. - Екатеринбург: УрВ РАН – 1999. – 126 с.
17. Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей: Научно-практическая конференция аспирантов и студентов. Белгород, НИУ «БелГУ», Факультет журналистики 12-19 апреля 2017 г.: материалы конференции / под ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского. – Белгород, Факультет журналистики, 2017. – 82 с.
18. Засурский, И. Масс-медиа второй республики. – М., 1999. – С. 90.
19. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1999. – С. 245.
20. Из доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям: «Российский рынок периодической печати. Состояние, тенденции, перспективы развития». – М., 2008.
21. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистике : как это делается : учеб. пособие / С.Н. Ильченко. – Санкт-

- Петербург : С.-Петерб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2016. – 236 с. – Режим доступа: https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1466674039_3087.pdf (дата обращения: 12.06.2021).
22. Ильченко, С.Н. Интервью в журналистском творчестве : учеб. пособие. / С.Н. Ильченко ; СПбГУ, Фак. журналистики, Каф. радио и телевидения. – Санкт-Петербург : Лаб. оператив. печати фак. журналистики СПбГУ, 2003. – 93 с.
23. Интервью про интервью: известные журналисты об умении задавать вопросы и получать ответы : учеб. пособие / под ред. В. Р. Легойды. – Москва : МГИМО-Университет, 2018. – 104, [1] с
24. Калмыков, А.А. Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. – Москва: Академия медиаиндустрии, 2018. – 370 с.
25. Кинг, Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно : пер. с англ. / Ларри Кинг при участии Билла Джилберта. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 222, [2] с.
26. Киселева, Т.А. О формах реализации текста телевизионного интервью как разновидности медиатекста // Вест. Челябинского гос. ун-та. – 2010. – № 13. – С. 57-62. – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/194/011.pdf> (дата обращения: 12.06.2021).
27. Кузин, С. Человек медийный : технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / С. Кузин, О. Ильин. – М. : Альпина паблишерз, 2011. – 258 с. – Режим доступа: http://modernlib.ru/books/sergey_kuzin/chelovek_mediyniy_tehnologii_bezuprechnogo_vistupleniya_v_presse_na_radio_i_tel. (дата обращения: 12.06.2021).
28. Лелис, Е.И. Телевизионное интервью : учеб. пособие / Е.И. Лелис, В.Ю. Прокофьева; ФГБОУ ВО «С.-Петерб. гос. ин-т кино и телевидения». – Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2018. – 78, [2] с.
29. Мамонт, Б.В. Функционально-психологический аспект вопросной составляющей в рамках ведения интервью // Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 2, Филология и Искусствоведение. – 2008. – № 3. – С. 88-90. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-psihologicheskii-aspekt-voprosnoy-sostavlyayuschey-v-ramkah-vedeniya-in...> (дата обращения: 12.06.2021).
30. Муратов, С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / С. А. Муратов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 201 с.
31. Муратов, С.А. Телевизионное общение в кадре и за кадром : учеб. пособие / С.А. Муратов. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 202 с. – Режим доступа: http://www.tvmuseum.ru/attach.asp?a_no=8427 (дата обращения: 12.06.2021).
32. Орлова, В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. Орлова. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 166 с.
33. Особенности проведения телеинтервью // Журналистика и массовые коммуникации : сб. студенческих работ / отв. ред. П.Т. Бухтина. – Москва : Студенческая наука, 2012. – С. 1351-1372.
34. Попова, Т.И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте / Т.И. Попова. – СПб. : Филол. фак. С.-Петерб. гос. ун-та, 2002. – 219 с.
35. Ровинский, Т. Методы влияния СМИ на общественное сознание / Т. Ровинский // МЕ и МО – 2008 – № 6 – С. 100-103.
36. Стрельникова, М. А. Национальные особенности речевого жанра телеинтервью в российской и американской коммуникативных культурах : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Стрельникова Марина Анатольевна ; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2005. – 18 с.
37. Тимохин, Н.С. Влияние личных психологических качеств на речевое поведение журналистов в ситуации интервью // Вестн. Чуваш. ун-та. – 2012. – № 2. – С. 368-370. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-lichnyh-psihologicheskikh-kachestv-na-rechevoe-povedenie-zhurnalistov-v-situa...> (13.12.2014).
38. Тулупов, В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама / В.В. Тулупов – Воронеж, 2001. – С. 298.
39. Халипов, В. Введение в науку о власти. – М.: Технологическая школа бизнеса, 1995. – 156 с.
40. Швеи, Е.В. Понятие интервью в современном медиапространстве // Науч. вестн. – 2013. – № 2. – С. 155-160.
41. Шкондин, М. Экологические факторы трансформации структуры российских СМИ. – М., 1999. – С. 25.
42. <https://prichaganie.ru/>.
43. <https://orenburzhie.ru/category/interview/>.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/190012>