7universum.com
UNIVERSUM:

ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

UNIVERSUM: ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Научный журнал
Издается ежемесячно с ноября 2013 года
Является печатной версией сетевого журнала
Universum: филология и искусствоведение

Выпуск: 8(54)

Август 2018

Москва
2018

УДК 008+70/79+80/82
ББК 71+80/85
U55

Главный редактор:

Грудева Елена Валерьевна, д-р филол. наук;

Члены редакционной коллегии:

Бревнова Юлия Александровна, канд. культурологии;

Жукоцкая Зинаида Романовна, д-р культурологии;

Карпенко Виталий Евгеньевич, канд. филос. наук;

Купцова Ирина Александровна, д-р культурологии;

Лебедева Надежда Анатольевна, д-р филос. наук;

Чурилина Любовь Николаевна, д-р филол. наук.

U55 Universum: филология и искусствоведение: научный журнал. – № 8(54).
М., Изд. «МЦНО», 2018. – 12 с. – Электрон. версия печ. публ. –
<http://7universum.com/ru/philology/archive/category/8-55>

ISSN (печ.версии): 2500-400X

ISSN (эл.версии): 2311-2859

DOI: 10.32743/UniPhil.2018.54.8

Учредитель и издатель: ООО «МЦНО»

ББК 71+80/85

© ООО «МЦНО», 2018 г.

Содержание	
Филологические науки	4
Языкознание	4
Прикладная и математическая лингвистика	4
ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ САЙТОВ КИТАЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ	4
Дружинина Мария Вячеславовна Сун Янань	
Теория языка	8
ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД КУЛЬТУРЫ В СЛЕНГЕ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ	8
Чичерова Елена Александровна	

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

ПРИКЛАДНАЯ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
САЙТОВ КИТАЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ*Дружинина Мария Вячеславовна**д-р пед. наук, доцент, профессор Северного (Арктического) федерального университета
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Архангельск
E-mail: m.druzhinina@narfu.ru**Сун Янань**магистр лингвистики, преподаватель Северного (Арктического) федерального университета
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Архангельск
E-mail: ya.sun@narfu.ru*

LINGUISTIC CULTURAL FEATURES WEBSITES OF CHINESE UNIVERSITIES

*Maria Druzhinina**Ph.D. in Pedagogy, associate Professor, Professor of the Northern (Arctic)
Federal University named after M. V. Lomonosov,
Russia, Arkhangelsk**Yanan Sun**Master of Linguistics, lecturer at Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov,
Russia, Arkhangelsk*

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена лингвокультурологическому анализу материалов сайтов китайских университетов. Объектом исследования стали структура, вербальное и невербальное содержание информации сайтов китайских университетов. В работе решается задача выявления особенностей материалов сайтов китайских университетов путем применения научных идей лингвокультурологии. К теоретико-прикладным результатам исследования относятся краткое изложение научных положений лингвокультурологии и их применение в практике анализа материалов сайтов китайских университетов.

ABSTRACT

This article is devoted to the linguistic and cultural analysis of the materials of Chinese universities' websites. The object of the study was the structure, verbal and nonverbal content of information of Chinese universities. The paper solves the problem of identifying the features of the materials of Chinese universities' websites by applying scientific ideas of linguoculturology. The theoretical and applied results of the research include a summary of the scientific provisions of linguoculturology and their application in the practice of analyzing the materials of Chinese universities' websites.

Ключевые слова: лингвокультурология, лингвокультурологический анализ, сайты китайских университетов, вербальные и невербальные средства.

Keywords: cultural linguistics, linguo-cultural analysis of websites of Chinese universities, verbal and non-verbal means.

В настоящее время активно развивается культура представления университетских сайтов в интернете. Университетские материалы активно, быстро и вполне успешно включаются в рамки интернет-среды.

Университетский сайт как лингвокультурологический феномен является основным источником информации об университете, что подтверждают труды российских и китайских ученых [1; 6; 7; 10; 13; 22]. Университетский сайт считается инструментом повышения международной привлекательности университета. В то же время следует отметить, что сайты университетов мало изучены и практически не представлены в филологической науке.

Рассмотрим лингвокультурологию как науку интегративного типа и определим особенности лингвокультурологического анализа интернет-ресурсов. Считается общепризнанным тот факт, что язык не только называет то, что существует в культуре, но и сам развивается в рамках определенной национальной культуры [11; 19; 20]. Идея о возможности рассмотрения языка в тесной связи с культурой народа и привела к формированию научного направления – лингвокультурологии [2; 15; 18].

Лингвокультурология изучает язык как феномен культуры, как выразитель особого менталитета, языковую и дискурсивную деятельность человека [2]. Лингвокультурология является дисциплиной синтезирующего типа [3; 6; 15]. Она использует данные психолингвистики, прагматингвистики, культурологии, этнологии, психологии, социологии и лингвострановедения.

С понятием культуры тесно связано понятие национальной картины мира [11; 19; 20]. Каждый язык по-своему отражает мир, имеет свой способ концептуализации информации. Одним из основных понятий лингвокультурологии считается концепт [2]. Будучи сформированной единицей мышления, концепт имеет субъективно-личностный характер, и его содержание вербализуется в речи [19].

В лингвокультурологии используется термин лингвокультурема [2]. В.А. Маслова, однако, считает его нечетким и выделяет следующие базовые понятия: культурные семы, культурный фон, культурные концепты и культурные коннотации [15].

Таким образом, лингвокультурология сформировалась как самостоятельная научная дисциплина со своим предметом исследования, общими и частными понятиями. В стадии становления находится процедура лингвокультурологического анализа [12; 17; 23; 25].

Интерес для анализа сайтов представляет и интернет-лингвистика. Она изучает процессы интернет-коммуникации, опирается на современные методы исследования и на их базе разрабатывает свой инструментарий [4; 5; 8; 9; 14; 16]. В процессе изучения интернет-текстов нельзя ни учитывать небезбальный компонент коммуникации [21].

Таким образом, при анализе лингвокультурологических особенностей сайтов университетов, большую роль играют междисциплинарные знания наук.

В условиях виртуальной коммуникации университетский сайт играет роль основного источника информации о вузе [1; 13]. На сайтах Пекинского, Шанхайского, Цзилиньского и других университетов выявлены такие сервисные элементы: панель навигации, строки анонсов, интерактивное окно, прямое общение с руководством университета, информационные услуги и др. В структуре сайтов к основным рубрикам относятся: информация об университете, обучение, поступление, новости, наука, международное сотрудничество, студенческая жизнь, библиотека, информация о выпускниках и другие. В рамках одной рубрики содержатся подразделы, позволяющие воспринимать информацию более конкретно и подробно.

Визуальный формат большинства сайтов университетов, как правило, делится на следующие категории: «Т»-образная структура, структура «Три», структура информации «Рот» (рисунк 1).

Рисунок 1. Скриншот «Т» - образной структуры веб-сайта Шаньдунского университета на китайском языке

Отметим, что задачей веб-специалистов является своевременность сообщений. Инновационные формы новостей, распространяемые в текстах, изображениях, аудио- и видео-информации необходимы для политического статуса и престижа университета, улучшения качества его рекламы. Сайты китайских

университетов содержат информацию об идеологической и политической работе страны и, соответственно, университета.

Так, Президент Китая Си Цзиньпин посетил Пекинский университет. Эта новость, безусловно, повысила рейтинг Пекинского университета (рисунок 2).

Рисунок 2. Новость о посещении Пекинского университета руководителем Коммунистической партии Китая Си Цзиньпином

Процесс разработки дизайна вербальной и невербальной информации интерфейсов китайских университетов имеет свои культурные и исторические особенности: элементы конфуцианства, чернильная живопись, китайские узоры. В культурном фоне содержания сайтов выражено стремление к позитивности и гармонии, а концепт «Конфуцианство» обнаруживается в языковом материале текстов различных рубрик. Так, на сайте Пекинского университета мы видим такие высказывания Конфуция, как:

1) 四海一家，等你回家！

‘Все мы близки, ждём возвращения домой’;

2) 志于道，据于德，依于仁，游于艺。

‘Мораль и доброжелательность, как и талант, очень важны для развития человека.’

Традиционный китайский шарм повышает функциональность сайта, его эстетическое воздействие на пользователей. Такие особенности, как 计白当黑 ‘краткость композиции, контраст белого и черного’, 疏可走马，密不透风 ‘отказ от стандартных норм, возвышенность’ делают китайские веб-сайты более разнообразными, уникальными и привлекательными [24].

Особенно востребованы тонкие и эстетические механизмы интерактивного общения с потенциальными абитуриентами, участниками летних и зимних школ, студентами из других стран.

Список литературы:

1. Абашкин А.В. Рейтинг университетского сайта как инструмент повышения конкурентоспособности вуза // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – № 12(2). – С. 32–35.

Из языковых средств следует отметить активное использование метафор в интернете и на сайтах [12, 17, 23]. Изысканная метафорическая красота культурной коннотации информации – особенность китайских сайтов. Часто используемыми метафорами стали: 画 ‘картина’, 窗 ‘окно’, 镜 ‘зеркало’, 梦 ‘сон’ и другие. Университет метафоризирован как «окно жизни и образования», показывающее, что виртуальное пространство кампуса неразрывно связано с миром и перспективами в науке, образовании и профессиональной сфере [7].

Сайты университетов Китая и их международная информация представляют собой многокомпонентный, многофункциональный и поликультурный феномен, в котором представлены вербальные и невербальные материалы. Композиция и дизайн интерфейса университетов зависят от исторического, культурного и политического развития Китая.

Лингвокультурологический анализ китайских сайтов позволил обнаружить наличие идей конфуцианства и использование метафор. Результаты первичного анализа материалов китайских университетов являются далеко неисчерпывающими и свидетельствуют о перспективности дальнейшего исследования информации сайтов университетов.

2. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособ. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 288 с.
3. Алиева Я.М. Лингвокультурологическая парадигма как теоретико-методологическая основа структурно-семантических исследований в языке // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2015. – Т. 7, № 5(1). – С. 190–194.
4. Ахренова Н.А. Теоретические основы интернет-лингвистики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 10(28). – С. 22–26.
5. Бредихина Ю.И., Сидоренко С.Г. Основные коммуникативно-прагматические характеристики интернет-опосредованной коммуникации в работе служб социальной защиты населения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – №5. – С. 59–63.
6. Воробьев В.В. Лингвокультурологическая парадигма личности: Монография. – М.: РУДН, 1996. – 170 с.
7. Гао Ч. Обсуждение дизайна веб-сайтов колледжей // Обучение и исследования в области информационных технологий. – 2010. – 164 с.
8. Горошко Е.И. Мультимодальное компьютерное общение как еще один шаг в развитии лингвистики новых медий // Гипертекст как объект лингвистического исследования Материалы IV международной научно-практической конференции. – Самара, 2015. – С. 21–30.
9. Горошко Е.И. Теоретический анализ интернет-жанров // Жанры речи. Вып. 5 «Жанр и культура». – Саратов: Наука, 2007. – С. 370–389.
10. Гу Х. Анализ официального вкуса новостей веб-сайта китайского университета // Fudan Education Forum. – 2009. – № 7 (4). – С. 39–41.
11. Дементьева И.А. Репрезентация национальной языковой картины мира средствами языка // Модернизация культуры: идеи и парадигмы культурных изменений: материалы международной научно-практической конференции. – Самара, 2015. – С. 233–239.
12. Зиновьева Е.И. Параметры лингвокультурологического анализа паремий одного языка на фоне другого (на материале русских и китайских единиц) // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 1. – С. 18–24.
13. Ковчуга Е.А. Результаты интеллектуальной деятельности российских и зарубежных университетов в зеркале веб-сайтов интернета // Биржа интеллектуальной собственности. – 2011. – Т. 10, № 9. – С. 17–23.
14. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы: монография. – Луганск: Знание, 2008. – 528 с.
15. Маслова А.А. Лингвокультурология: учеб. пособ. – М.: Академия, 2010. – 208 с.
16. Мозговая А.О. Лексико-стилистические особенности интернет-коммуникации (на примере немецкоязычного интернет-сервиса Instagram) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – №6. – С. 374–378.
17. Моисеев М.В. Применение дефиниционного анализа в лингвокультурологическом исследовании // Вестник Омского университета. – 2010. – № 3. – С. 142–148.
18. Ормокеева Р.К. Лингвокультурология как научная парадигма // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 2(1). – С. 136–139.
19. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика: учеб. пособ. – М.: Восток-Запад, АСТ, 2010. – 320 с.
20. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 141–172.
21. Трофимова Г.Н. Проблемы интернет-коммуникации: межкультурный аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 1. – С. 8–14.
22. Фан Г. Сравнительное исследование по дизайну интерфейса университетов в Китае и Японии // Технологический университет Чанчунь, 2014. – С. 16–18.
23. Ци М. Размышления о создании веб-сайтов университетских порталов // Современная бизнес-индустрия. – 2010. – № 4. – С. 112–116.
24. Чжан Б., Се Ш. Анализ метафорических форм сети кампуса // Журнал образовательных наук Хунаньского педагогического университета. – 2014. – С. 126–128.
25. Шарычева Л.О. Лингвокультурологическое описание потенциальных компонентов в значениях слов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2011. – Т. 1, № 2. – С. 216–225.

ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ КОД КУЛЬТУРЫ В СЛЕНГЕ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ

Чичерова Елена Александровна

*адъюнкт, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации
РФ, г. Москва*

E-mail: elena.chicherova@rambler.ru

GASTRONOMIC CULTURAL CODE IN MILITARY SLANG

Elena Chicherova

*adjunct, Military University of the Russian Defense Ministry
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье представлен анализ особенностей военной субкультуры, сложившихся в армейском социуме стереотипов и специфики мировоззрения военнослужащих, отраженных в семантике лексики и фразеологии гастрономического культурного кода в военном сленге.

ABSTRACT

The article presents the analysis of features of the military subculture, stereotypes, formed in the army, and personnel worldview specificity, reflected in the semantics of lexis and phraseology of gastronomic cultural code in military slang.

Ключевые слова: гастрономический код, культурный код, военная субкультура, образ, стереотип.

Keywords: gastronomic code, cultural code, military subculture, image, stereotype.

В языке находят отражение особенности мировоззрения говорящих на нем людей: значения, выражаемые языком, формируют коллективную философию, имплицитно присущую всему лингвокультурному сообществу [1, с. 39]. При этом, мировоззрение определяется не только культурой этноса, но и культурой малых социальных групп: восприятие и интерпретация одних и тех же явлений действительности различается в зависимости от особенностей коллектива, к которому принадлежит представитель общества [3, с. 75].

Тесная взаимосвязь социума и лексико-фразеологическим фондом языка, на котором осуществляется общение, проявляется как во внутренней, так и во внешней стороне жизни. Примером древнейших компонентов внешней, материальной, культуры народа выступает пища [2].

Анализ слов и устойчивых словосочетаний военного сленга, воплощающих гастрономический, или пищевой, код культуры выявил следующие тематические группы: «человек», «вооружение», «боевые действия», «повседневная деятельность» и «продукты питания».

Военную субкультуру отличают насмешливые наименования различных категорий военнослужащих средствами лексики и фразеологии, имеющей в составе компонент-название продукта питания, которые формируют тематическую группу «Человек»:

cherry ‘новичок, новобранец’, beef spiller ‘тыловик, тыловая крыса’, bercookie ‘повар, пекарь, сержант в наряде по столовой’, dough foot ‘пехотинец’.

Слова и устойчивые словосочетания группы «Человек», воплощающие пищевой код культуры, отражают особенности межличностных отношений в военной субкультуре. Так, негодования и презрения в армейской среде неизменно удостоивается пустая болтовня и стремление человека научить окружающих тому, в чем у него самого нет практического опыта. Так, сленгизм peanut gallery используется в речи для номинации военнослужащих, которые склонны хвастать своими боевыми навыками, но никогда не участвовали в вооруженных конфликтах.

Еще одним примером стереотипного для военнослужащих неприятия бахвальства служит устойчивое выражение go hot dog, обозначающего хвастуна, рискованного человека, у которого есть талант, но отсутствует опыт и здравый смысл.

В семантике сленгизма cookie pusher ‘дипломат’ отражено негативное отношение военнослужащих к сотрудникам внешнеполитических служб. В военной субкультуре стереотипно считается, что работники посольств проводят все свое служебное и свободное время, посещая приемы и другие развлекательные мероприятия, организованные принимающей стороной.

В образном основании идиомы *sour dough*, применяющейся для наименования старослужащего, заключено представление о прокисшем тесте. Таким образом, устойчивое выражение передает эмоциональное отношение недовольства, ассоциирующееся со вкусовыми ощущениями от употребления кислых продуктов, и указывает на возраст, физическое состояние и здоровье человека. Другим примером наименования офицера средствами фразеологии с компонентом-названием продукта питания выступает сленгизм *scrambled eggs*, однако в данном случае происходит образное сравнение внешнего вида яичницы с особенностями отделки золотым шитьем форменной фуражки старшего офицерского состава.

В языке военной субкультуре обнаруживается широкий спектр образов продуктов питания, заложенных в семантику слов и устойчивых словосочетаний, служащих для наименования различных видов вооружения. Например, внешнее сходство с макаронными изделиями заключено в семантике лексической единицы *spaghetti* 'тонкая труба для изоляции оголенных проводов'. Сленгизм используется в речи представителями военно-воздушных сил также для наименования сети сопровождения сложных траекторий полета самолетов, участвующих в маневренном воздушном бое. Другими примерами, иллюстрирующими участие гастрономического кода культуры с созданием образности единиц военного сленга летчиков, служат устойчивые выражения *coffee grinder* 'авиационный двигатель', *Aberdeen cutlet* 'авиационная катастрофа; посадка на фюзеляж', *beer can (flying juice can)* 'мляж бомбы'.

Отличительной особенностью военного сленга служит использование названий продуктов питания для номинации боеприпасов и техники, из которой осуществляется бомбардировка: *pickle* 'авиационная торпеда', *tin fish* 'торпеда; подводная лодка', *cookie* 'бомба большого калибра', *plant (sow) cabbage* 'минировать; сбрасывать бомбы', *sardine can (tin)* 'подводная лодка; самолет-торпедоносец; танк', *bisquit bomber* 'транспортный самолет, сбрасывающий грузы', *egg* 'бомба, мина, глубинная бомба'.

Тематическая группа «боевые действия» состоит из слов и устойчивых словосочетаний военного сленга, описывающих особенности деятельности представителей вооруженных сил в военное время. Так, в образном основании устойчивого оборота *egg-shell defense* лежит представление о хрупкости яичной скорлупы, за счет которого он приобретает значение 'слабая, не эшелонированная в глубину оборона'.

Войны с участием США середины 20 столетия обусловили появление в сленге военнослужащих устойчивого выражения с компонентом-названием фрукта, отражающего особенности природно-климатических условий стран Юго-Восточной Азии. Характерные для данного региона короткие, но сильные ливневые дожди, появление которых сигнализирует о том, что сладкие тропические

фрукты - манго - достаточно созрели и их можно собирать, легли в основу устойчивого выражения *mango shower* 'ливень'. В образном основании другого сленгизма с компонентом-названием фрукта *banana wars*, имеющего значение 'мелкие вооруженные конфликты', лежит представление о войнах начала 20 века в странах Африканского континента - традиционного поставщика бананов.

Насмешливый и циничный характер мировоззрения представителей военной субкультуры прослеживается и в языковых единицах *candy* и *ranger candy*, обозначающих обезболивающие таблетки, принимаемые военнослужащими во время ведения боевых действий или в ходе изнурительных тренировок, чтобы притупить сильную боль.

Специфику повседневного быта военнослужащих отражают многочисленные наименования языковыми средствами пищевого кода культуры предметов обмундирования и знаков различий.

Например, представление о яичнице возникает в сознании носителя английского языка при восприятии военных сленгизмов *scrambled eggs* или *fried egg* 'кокарда на офицерской фуражке' на основании внешнего сходства.

Среди наименований предметов обмундирования представителей вооруженных сил обнаруживаются устойчивые словосочетания с компонентами сыр и мороженое: *cheese cutter* 'фуражка выходной формы одежды', *ice-cream suit* 'любая белая военная форма (в особенности, парадная форма военнослужащих военно-морских сил с белыми туфлями)'.

Семантика слов и устойчивых словосочетаний с компонентом-названием пищи, обозначающих продукты питания, особенно ярко отражает насмешливое отношение представителей вооруженных сил к реалиям военной службы. Так, доказательством пренебрежительного отношения военнослужащих к низкокачественным и безвкусным армейским продуктам выступают сленгизмы *deep sea turkey* 'лосось', *GI turkey* 'солонина', *army chicken* 'сосиски с бобами', *tinned cow* 'консервированное молоко', *soap sandwich* 'месиво, бурда'.

По данным лексики и фразеологии, имеющей в составе компонент-название продукта питания, особую ценность в жизни военнослужащего имеет алкоголь. Иногда единственное доступное удовольствие в армии, алкоголь на некоторое время успокаивает нервную систему и снижает уровень стресса. Возможное понимание искусственности создаваемого спиртным эффекта приводит к созданию шуточных и ироничных номинаций спиртных напитков языковыми средствами гастрономического кода: *jungle juice* 'ерш, алкогольный напиток, представляющий собой смесь любой жидкости, содержащей спирт - одеколон, тормозная жидкость и т.п. - с каким-либо соком', *coconut juice* 'самогон из фруктового сока', *corn squeezings* 'самогонный виски', *torpedo juice* 'напиток, содержащий метиловый спирт'.

Список литературы:

1. Апресян Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 37-67.
2. Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://philologos.narod.ru/ling/wierz2.htm#1> (дата обращения: 21.07.2018).
3. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2001. 208 с.
4. Military Terms of the Modern Era [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://www.combat.ws/S4/MILTERMS/INDEX.HTM> (дата обращения: 27.07.2018).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Научный журнал

UNIVERSUM:
ФИЛОЛОГИЯ И ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

№ 8(54)
Август 2018

Свидетельство о регистрации СМИ: ПИ № ФС 77 – 66235 от 01.07.2016
Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 54436 от 17.06.2013

Подписано в печать 21.08.18. Формат бумаги 60х84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 0,75. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5
E-mail: mail@7universum.com
www.7universum.com

Отпечатано в полном соответствии с качеством
предоставленного оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3
16+