

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики

**IV Международная научная конференция
«MEDIAОбразование»: векторы интеграции
в цифровое пространство»**

26–27 ноября 2019 года

Челябинск
2019

УДК 37(082)

ББК Ч40я43

М422

Редакционная коллегия: В. В. Антропова, А. В. Грошева,
В. А. Горновая, А. А. Журавлева, М. В. Загидуллина,
Д. Э. Коноплев, К. В. Киуру, А. А. Морозова, Е. Ю. Панова,
С. А. Панюкова, С. И. Симакова, В. В. Федоров

Составитель: А. А. Морозова

Корректор: А. Д. Соловьева

Верстка: А. Р. Медведева

М422 MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое
пространство : материалы IV международной научной кон-
ференции (Челябинск, 26–27 ноября 2019 года) / составитель
А. А. Морозова : Челябинский государственный универси-
тет. – Челябинск : Изд-во Челябинского государственного
университета, 2019. – 525 с.

ISBN 978-5-7271-1591-6

УДК 37.01(082)

ББК Ч40я43

В сборнике публикуются материалы докладов, представленных участ-
никами IV Международной научной конференции «MEDIAОбразование:
векторы интеграции в цифровое пространство». Материалы сборника
будут полезны представителям массмедийного и педагогического
сообщества; всем тем, кто интересуется вопросами медиаграмотности и
медиаобразования.

Издается в авторской редакции.

ISBN 978-5-7271-1591-6

© Авторы докладов, 2019

© Челябинский государственный университет, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. Медиаобразование в цифровом пространстве	11
Балахонская Л. В., Береснева Ю. В. Мифотворчество в социальных медиа как стратегия формирования имиджа политика в период президентских выборов	11
Бочкова Т. В., Беспалова Е. А. Возможности использования социальных сетей для проведения медиаисследований в вузе	15
Выровцева Е. В. Критическое мышление & критический нигилизм как медиаобразовательная проблема	19
Демчук М. А. Технологии репрезентации элементов музыкальной эстетики как медиаобразовательный компонент.....	24
Дорошук Е. С. Медиаобразовательный потенциал транслокальных культурных сообществ виртуальной среды.....	28
Ефимов Е. Г., Морозова А. А. Особенности формирования имиджевых рисков образовательного учреждения в социальных сетях	33
Коноплев Д. Э. Интернет вещей как новый канал коммуникации: перспективы и риски.....	38
Павлюк А. М. Социальные сети как инструмент новой публичной дипломатии	43
Панюкова С. А. Ролевые модели ведущих научно-популярных шоу (на примере YouTube-каналов)	47
Перминова М. С. Информационное пространство социальных сетей как способ распространения экстремистской идеологии среди молодежи	52
Пром Н. А. Медиафакт: знание, требующее верификации	56
Сумская А. С., Лозовская А. И. Трансмедийные журналистские storytelling: методика создания	60
Шестерина А. М. Потенциал видеоблогинга в аспекте медиаобразования	65
Шумакова Е. А. SMM как новый способ медиаобразования	69
Юздова Л. П. Пресс-конференция президента России как новый формат официально-делового стиля	73

Глава 2. Новые ракурсы традиционных медиа: возможности интеграции в цифровую среду	77
Бакеева Д. А. Социальные сети в работе регионального журналиста (на примере мессенджеров и интернет-СМИ Республики Мордовия)	77
Грошева А. В. Образ власти в спецпроектах российских медиа: концептологический анализ	81
Дементьева К. В. Имидж России в зарубежных СМИ (по материалам рубрики «Чемпионат мира 2018» интернет-портала «ИноСМИ.ру»)	85
Дмитрук Т. И. Новостной заголовок в интернет-СМИ как фактор становления читательской компетентности	88
Евдокимова Е. В. Специализированные издания как элемент профессионального медиаобразования в 20-е годы XX века (на примере пособия для журналистов «Газетчик»)	91
Иванов А. Д. Влияние роботизации на журналистику: результаты исследования	95
Красавина А. В. Трансформационные и деформационные процессы в современной журналистике	99
Литовская А. С. Проблема формирования подтекста с точки зрения медиаобразования	103
Морозова А. А., Мурзина О. В. Искусственный интеллект в работе регионального информационного сайта	109
Наумова О. Г., Кругляк Е. Е., Елистратова О. В. Влияние медиа на пространство цифрового города	113
Орлова М. В. Медиаграмотность: специфика формирования посредством экологических СМИ	118
Павлова А. Н. Образовательная навигация в современном медиапространстве: принципы формирования региональной повестки в федеральных СМИ	122
Парахневич Е. В. Медиаобразовательная роль русскоязычных печатных СМИ в процессе адаптации эмигрантов	126
Пинчук О. В. Мультипликационный контент современных детских телеканалов в контексте медиаобразования	130
Питина С. А., Таскаева А. В. Особенности локальной героизации в СМИ	134

Пустовалов А. В. Березники ВКонтакте: актуальна ли урбанистика для «второй России»?	140
Романцова Т. Д. «Литературный Иркутск» как уникальный просветительский медиапроект конца XX века	145
Селютин Ал. А. Отечественная гейм–журналистика в эпоху советской прессы (1975–1990 годы)	149
Сидорова П. И., Пустовалов А. В. «Пермь Активная»: оффлайн и онлайн в строительстве городского пространства	154
Симакова С. И. Визуальная грамотность – новый навык медиаграмотности	158
Топчий И. В. Медиаобразовательный потенциал геймификации новостей	162
Третьякова Е. А., Антропова В. В. Контент новостного интернет-медиа «Лентач»: «информатика» vs. «фатика»	166
Шакиров С. М. Портал Gorky.Media: о трансформации литературно-критического дискурса	172
Юмашева Н. В. Специфические формы организации образовательной деятельности в ювенильных средствах массовой информации	176
Ястремская Ю. А., Шуплецова Ю. А. Средства выражения «эффекта присутствия» в материалах о чрезвычайных происшествиях	180

Глава 3. Медиаобразовательная деятельность в дошкольном, школьном, среднем специальном и дополнительном образовании

Зидыганова Е. А. Медиапространство современного колледжа	185
Иерусалимова М. М. Мобильная фотография: средство визуализации в молодежных СМИ	188
Исковская Л. В., Малюгина В. Е. Веб-технологии в обучении истории как средство формирования медиаграмотности школьников	192
Ковалева Л. А. Медиаобразовательная деятельность в среднем профессиональном образовании	197

Козлова О. А. Детское и молодежное региональное телевидение: особенности и тенденции развития (на примере Волгоградской области)	201
Костина О. В. Медиаобразование как средство профессионального роста учителя	205
Латышев О. Ю., Игнатова М. В., Захарова Е. С. Медиаобразование детей с расстройствами аутистического спектра	209
Латышев О. Ю., Ильин В. Н., Макарова Л. Н. Медиаобразование детей, оставшихся без попечения родителей	212
Латышев О. Ю., Ковалев Э. В., Терзиев В. К. Медиаобразование детей с ограниченными возможностями здоровья	216
Лебедева С. В. Работа школьников над лонгридами: медиаобразовательный эффект	220
Михалева Г. В. Медиаобразование детско-юношеской аудитории в вопросах межкультурной толерантности в англоязычных странах	224
Молокова А. В. Особенности создания и развития детско-взрослых сообществ в условиях школьного медиаобразования	229
Нелюбина Ю. А. Современное медиаобразование в Китае: обзор платформ для онлайн-обучения	234
Олешко Е. В. Образовательные стартапы и сервисы удаленного образования «lifetime learning» в работе медиаспециалиста	239
Троянская С. Л. Формирование медиакомпетентности школьников во внеучебной деятельности	243
Фенчин С. В. Способы мотивации школьников 9–11 классов, принимающих участие в работе телевизионных студий учреждений дополнительного образования	248
Шевченко Н. П. Медиаобразовательная деятельность в работе современного учителя	252
Шеронова А. В. Форум «МедиаШкола» как модель стимулирования развития медиаобразования	255
 Глава 4. Медиаметодики в системе высшего образования	259
Абрамова В. С. Обучение английскому языку студентов нелингвистических специальностей с использованием новостных образовательных сайтов (на примере сайта www.breakingnewsenglish.com)	259

Автаева Н. О. Специфика образовательного курса для бакалавров-журналистов «Семейная тематика в СМИ»	264
Арпентьева М. Р. Сетевое образование: проблемы и перспективы	268
Базикян С. А. Студенческая газета как эффективный учебный проект	272
Гейко Н. Р. Общественно-политический перевод: формирование медиакомпетенций будущих переводчиков	276
Гнедаш Д. С. Электронные массмедиа и социальная идентификация студентов	280
Гольдман И. Л. Формирование искусствоведческо-культурологических компетенций профессионального коммуникатора: интеграция теории и практики в медиаобразовательной деятельности	284
Гринько Е. Н. Развитие медиакомпетентности студентов направления «Международные отношения» на занятиях по английскому языку	288
Ежова Е. Н. Студенческий фестиваль социальной рекламы как ресурс медиаобразования российской молодежи	292
Ефанов А. А. Синкретизм журналистики и PR в современном медиапространстве: индустриальные и образовательные трансформации	297
Журавлева А. А. Из опыта преподавания курса «Медиакритика» для магистрантов факультета журналистики: практикоориентированный подход	301
Загидуллина М. В. Эстетические паттерны гиперлокальных медиа: подражание и креатив в медиаобразовательных проектах будущих журналистов	305
Зверева Е. А., Видная О. Е. Эффективность работы многоуровневой системы медиаобразования: опыт вуза	309
Киришин Б. Н. Медиаобразование на пороге информационного общества	313
Киуру К. В. Эдьютеймент в социальных сетях и его использование в образовательном процессе вуза	319
Ключко К. А. Развитие «навыков XXI века» на занятиях по иностранному языку через использование медиаресурсов	324

Красавцева Н. А. Использование английских газет при развитии навыков диалогизации речи студентов	328
Мершиева А. Д. Социальная сеть «ВКонтакте» как площадка для медиаобразования студентов направления подготовки «Журналистика»	332
Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Студенческие проекты как свидетельство цифрового поколенческого разрыва	336
Савельева Т. В. Комплексный анализ медиатекстов как основа формирования медиаграмотности студентов-филологов	342
Семилет Т. А., Витвинчук В. В. Комплементарная функция цифровых образовательных платформ в журналистском образовании	345
Сумина В. И. «Медиаполигон» как способ обучения студентов-журналистов созданию современного видеоконтента	351
Сумская А. С., Сумской П. Ф., Иванова Ю. С. Учебные продюсерские телепроекты: опыт подготовки для нужд регионального телевидения. Реализация в вузовском образовании	355
Удлер И. М. Преподавание курса «Эссеизация» на факультете журналистики ЧелГУ	360
Фещенко Л. Г. «Редактирование в рекламной и PR-деятельности» как учебная дисциплина: традиционное и уникальное	363
Фирстова М. Ю. Профессионально ориентированная межкультурная иноязычная коммуникативная компетенция в подготовке специалиста по рекламе и связям с общественностью	369
Фотиева И. В. Медиаобразование в контексте базовых целей современного вузовского образования	373
Ханова А. Г. Специфика формирования медиакомпетенций у студентов-журналистов и студентов-филологов	378
Хворова В. А. Молодёжный сетевой журнал и «цифровое» поколение: параллельные или пересекающиеся прямые?	382
Челнокова Т. А., Паранина Н. А., Климко Н. В. Особенности профессиональной подготовки будущих педагогов в мультимедийном пространстве современного общества. Культурно-исторический подход.....	386
Чельшева И. В. Подходы к развитию межэтнической толерантности студентов вуза в отечественном медиаобразовании	391

Чутчева А. В. Опыт преподавания медиакommunikационных дисциплин: компетентностный подход	396
---	-----

Глава 5. Медиаобразовательный аспект в науке и практике смежных специальностей	401
---	------------

Асмус Н. Г. Структурные особенности и прагматический потенциал заголовков блогов	401
---	-----

Баландина И. Д. Топонимы в медиадискурсе (на примере английского языка)	405
--	-----

Бейненсон В. А. Развитие медиакритики на платформе YouTube	409
---	-----

Белихина Е. Н. Использование социальных сетей в процессе обучения русскому языку как иностранному	413
--	-----

Борейко А. Д. Медиаобразование как проблема медиapsиxологии	416
--	-----

Булатова Э. В. Когнитивно-дискурсивные практики адресанта политических PR-текстов Ad Quaestum	420
--	-----

Глазкова Е. А. Анализ медиаобраза объекта как профессиональный навык специалиста по связям с общественностью	425
---	-----

Глухов А. П. Культура виртуальной самопрезентации как элемент социализации цифрового поколения	430
---	-----

Гордеева Е. Ю. Вопросы взаимовлияния художественной литературы и журналистики в вузовской подготовке журналистов: из опыта преподавания	434
--	-----

Горячева О. Н., Горячева С. А. Влияние медиа на отношение населения к ГМО	438
--	-----

Зубанова Л. Б. Культура в информационном формате: ключевой тематизм актуальных медиапроектов	443
---	-----

Изотов В. П. Ретроспективный анализ медиатеxнологий в художественных текстах	447
---	-----

Качалова С. М. Пути совершенствования коммуникативного пространства компании.....	451
--	-----

Коданина А. Л., Шинкарук А. Д. Социальное проектирование как форма реализации управленческого опыта: медийный аспект	457
---	-----

Макарова А. С. Религиозный дискурс: вопросы метаязыкового описания	461
---	-----

Москвина Е. А. Соотношение понятий «типаж» и «образ» на примере художественных произведений и кинодискурса	465
Олизько Н. С., Нешкова Е. Г. Интертекстуальные включения во французском мультипликационном дискурсе	471
Панова Е. Ю. Медиариторика в процессе формирования медиаграмотности	474
Рубан Д. А. Медиаграмотность как условие развития инновационных видов туризма	478
Ряпина Н. Е. Влияние современной медиасреды на процесс обучения английскому языку	482
Свирикович О. В. Средства создания позитивного образа университета в рекламном тексте: лингвокультурный аспект	487
Селеменова О. А. Коммуникативно-прагматический анализ креолизованных рекламных текстов	491
Селютин А. А. Образовательные возможности медианасыщенной коммуникативной среды	495
Симашко Т. В., Масленникова Л. Н. Средства воздействия и манипуляции в аспекте медиаобразования	499
Синецкий С. Б. Культура в логике программно-цифровой интерпретации: к пониманию генетических сходств и условий функционирования	503
Сиривля М. А. Лексико-семантические средства выражения авторской экспрессии (на материале выступлений К. А. Собчак)	504
Суровцева С. И. Анализ использования темпоральных релятивных единиц как показатель медиаграмотности	510
Шиганова Г. А. Лексико-грамматические средства связи в текстах современной русской публицистики	513
Шуб М. Л. Память о прошлом в контексте медиапрезентации	517
Юхмина Е. А. Англоязычные продающие Инстаграм-посты как новые медиа-средства	520

Питина Светлана Анатольевна, доктор филологических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», историко-филологический факультет, кафедра теоретического и прикладного языкознания, профессор. sap.pitina@rambler.ru

Таскаева Анна Вячеславовна, кандидат филологических наук, ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный институт искусств имени П. И. Чайковского», заведующий кафедрой иностранных языков; ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», кафедра теоретического и прикладного языкознания, доцент. taskaeva_anna@bk.ru

А. В. Пустовалов

*Пермский государственный национальный
исследовательский университет
Пермь (Россия)*

БЕРЕЗНИКИ ВКОНТАКТЕ: АКТУАЛЬНА ЛИ УРБАНИСТИКА ДЛЯ «ВТОРОЙ РОССИИ»?

В статье рассматривается информационное поле Березников – второго по величине населённого пункта Пермского края. Ключевой её вопрос – можно ли говорить о процессах урбанизации не в миллионниках, в городах не «первой», а «второй» России? Главный вывод: несмотря на ослабленность этих процессов, они всё-таки имеют место в городском пространстве и проявляют себя прежде всего в гражданских (созданных не профессиональными журналистами) группах в социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: Березники, урбанистические медиа, социальная сеть, группы ВКонтакте.

Вопросы развития городского пространства в 2010-е годы, годы «урбанистической революции», становятся предметом активного обсуждения. Агентами, стимулирующими эти процессы, становятся

независимые медиаигроки, называемые «новыми городскими медиа», «урбанистически ориентированными» или «локальными урбанистическими медиа» [1. С. 131] – такими, как московское издание «The Village», питерское «Бумага», екатеринбургское «It's My City», «Томский Обзор», «Downtown» (Воронеж), пермский интернет-журнал «Звезда» и пр.

Такой тип изданий характерен прежде всего для «первой России» – крупных городов с населением более миллиона: именно там они продуктивно работают, выполняя свою роль «агента урбанизации». Однако возникает вопрос, какие же издания могут взять на себя задачу в менее крупных городах, входящих, по мнению Н. Зубаревич, в ареал более скромной «второй России» [3]?

Интересен отзыв А. Верютиной, главного редактора интернет-газеты «Морс», издающейся в Курске, городе с полумиллионным населением. Претендуя на роль курского «The Village», газета имеет постоянные трудности с наполнением. Главный редактор сетует о скудости городских событий и – порой – недостаточном интересе читателей: «урбанистика для наших читателей, видимо, пока не актуальна» [2].

Претендентами на роль настоящего голоса городской общины, выразителя настроений, связанных с урбанистическими процессами в России, могли быть районные газеты. Однако, будучи финансово связанными с местными органами власти, они нередко выражают провластную позицию. К тому же прежняя позиция монополиста информационного поля отучила газеты от борьбы за внимание аудитории. Сегодняшняя практика показывает, что как только у последней появляется выбор, он – не в пользу газет. Во многом показателен опыт крупнейшей социальной сети «ВКонтакте», ставшей на рубеже нулевых – десятых годов площадкой для многих независимых производителей новостей – информационно-коммуникативных групп, зачастую возглавляемых не профессионалами-журналистами, а обычными гражданами.

Любопытен в этом смысле (и в определённом плане репрезентативен для всей страны) пример крупнейших групп «ВКонтакте» Березников, второго по величине города Пермского края. Гражданские группы более продуктивно работают с аудиторией; новости таких групп обсуждаются с большей

разносторонностью, чем в группах профессиональных новостных медиа.

При помощи сервиса «Popsters» мы собрали статистику по основным параметрам деятельности крупнейших березниковских групп «ВКонтакте» – как в гражданском секторе, так и в секторе групп СМИ. Сравним их в двух таблицах (данные – январь-февраль 2019 года).

Группа	Создана	Друзья	Посты	Лайки	Репосты	Комментарии	Просмотры	ER day
<i>Типичные Березники</i>	12.11.2011	70 360	215 509	2 747 157	102 401	2 016 050	48 765 066	2.618%
<i>Подслушано Березники</i>	10.11.2013	36 587	46 328	1 024 467	25 665	477 389	64 810 226	2.184%
<i>Все Березники</i>	13.09.2012	40 469	29 909	695 339	75 445	171 591	48 441 425	0.998%
<i>ЧП Березники</i>	26.09.2015	42 192	3 300	153 000	13 142	38 541	31 090 553	3.171%

Таблица 1. Статистика гражданских групп «ВКонтакте»
г. Березники

Группа	Создана	Друзья	Посты	Лайки	Репосты	Комментарии	Просмотры	ER day
<i>Новая городская газета</i>	06.02.2016	1 451	2 285	14 429	2 878	2 099	1 374 133	1.224%
<i>Мой город Березники</i>	05.12.2013	3 410	13 392	33 254	4 080	1 237	1 530 384	0.600%
<i>Березниковский рабочий</i>	09.07.2014	2 061	1 365	6 634	823	460	403 762	0.233%
<i>Неделя.ру</i>	04.07.2013	1 052	5 483	7 523	2 148	337	377 294	0.467%

Таблица 2. Статистика групп газет «ВКонтакте»
г. Березники

Мы видим, что газеты в целом пришли в социальную сеть «ВКонтакте» позже, имеют в десятки раз меньше друзей и просмотров, реже публикуют посты; активность имеющихся подписчиков по отношению к этим постам относительно ниже, чем у гражданских групп (показатель ER Day). Очевидно, газеты не относятся серьезно к этой площадке, уповая, как прежде, на фидбэк от печатного издания (и отчасти от его сайта) – как, например, в случае с «Березниковским рабочим», газетой-патриархом, флагманом хорошей журналистики

города и края. К концу 2018 газета вообще закрыла свою группу и больше не имеет представительств в соцсетях.

Очевидно, дело в том, что традиционному журналисту труднее перестраивать себя «под соцсети», под новую аудиторию и новые процессы: он ориентирован прежде всего на **создание** новости, но не на её **сопровождение**, не на провоцирование обратной связи с аудиторией (как гражданские журналисты).

Думается, неслучайно в соперничестве двух гражданских групп Березников, «Типичные Березники» и «Все Березники» верх берёт первая группа, ведомая гражданским журналистом (Юлия Мальцева). Вторая группа, возглавляемая бывшим журналистом «ТНТ Березники» Еленой Сухановой, часто проигрывает в интерактиве, во взаимодействии с аудиторией: коэффициент её вовлечённости – в полтора раза меньше, чем у «ТБ» (2,6 и 0,99%). Дело тут, видимо, как раз в разнице профессиональных качеств гражданского и «традиционного» журналиста. (Отметим, кстати, что «ТБ» активно обращаются к новшествам, например, используют относительно новый для «ВКонтакте» жанр статьи, а «ВБ» – нет; «ТБ» используют видеораздел (484 видео), а «ВБ», ведомые бывшей тележурналисткой, – не используют).

Подчеркнём, что «Типичные Березники», крупнейшая гражданская группа города, прекрасно передаёт идею об урбанистически ориентированных медиа как «путеводителях по городской жизни»: в этом качестве используется раздел обсуждений (64 постоянно обновляемых ветки), видеораздел (498 видео), фотораздел (6 449 фотографий в 60 альбомах, посвящённых разным сторонам городской жизни).

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РФФИ в рамках проекта № 18-412-590008 р_а «Новые городские медиа в локальном коммуникативном пространстве».

Список литературы

1. Абашев, В. В., Печищев И. М. «Открылось новое пространство...»: локальные урбанистические медиа в производстве городской среды [Текст] / В. В. Абашев, И. М. Печищев // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология.

Пермь: изд-во Перм. ун-та, 2019. – Том 11. – Выпуск 2. – С. 131–147.

2. Верютина, А. Урбанистика для наших читателей пока не актуальна [Интервью Сергею Простакову] [Текст] / А. Верютина // Открытая Россия. 03.10.2016. – URL: <https://old.openrussia.org/post/view/18182/> (дата обращения: 26.09.2019).

3. Зубаревич, Н. В. Четыре России [Текст] / Н. В. Зубаревич // Ведомости. 30 декабря 2011. – URL: https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (дата обращения: 26.09.2019).

4. Пустовалов, А. В. Гормедиа г. Березники Пермского края: стратегии информационного противоборства и взаимодополнения [Текст] / А. В. Пустовалов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2019. – № 1. Январь – март. – С. 138–143.

A. V. Pustovalov
Perm (Russia)

BEREZNIKI VKONTAKTE: IS URBANISTICS ACTUAL FOR “SECOND RUSSIA”?

The article considers the information field of Berezniki, the second largest settlement in Perm Krai. Its key question is whether it is possible to talk about the processes of urbanization not in million-plus cities, of not in «first» but in «second» Russia? The main conclusion is: despite the weakening of these processes, they nevertheless take place in the urban space and manifest themselves primarily in citizen (created by non-professional journalists) groups in the VKontakte social network.

Keywords: Berezniki, urban media, social network, VKontakte groups.

Пустовалов Алексей Васильевич, кандидат филологических наук, доцент, ПГНИУ ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», кафедра журналистики и массовых коммуникаций, доцент. theyareeverywhere@gmail.com

Научное издание

**MEDIAОбразование:
векторы интеграции в цифровое пространство**

Материалы IV Международной научной конференции
26–27 ноября 2019 года

Подписано в печать 29.10.2019.

Формат 60x84 1/16

Усл.-печ. л. 32,8. Уч.-изд. л. 23,0.

Тираж 500 экз. Заказ № 415. Цена договорная

Адрес редакции: Россия, 454084,

Челябинск, пр. Победы, 162в.

Тел.: (351) 799-70-30.

Адрес издателя: Россия, 454001, Челябинск,

ул. Братьев Кашириных, 129

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в издательстве Челябинского государственного
университета

Россия, 454021, Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57б