

■ УДК 001.92:130.2

Н. Є. Шолухо, кандидат культурології, доцент, Харківська державна академія культури, м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАУКИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: СОЦІОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ

Досліджено особливості популяризації науки за умов інформатизації суспільства. З'ясовано призначення популяризації науки в суспільстві як переклад спеціалізованого знання на мову масового споживача, різного за віком та рівнем підготовки до сприйняття інформації. Визначено особливості популяризації гуманітарного знання в Україні. Проаналізовано дігіталізацію, рекламу, інтерактив, наукову роботу як проблемні ситуації процесу популяризації науки. Показано перспективи гуманітарного знання та його популяризації в сучасному суспільстві. Наголошено на тому, що гуманітарні дисципліни формують світогляд, тому мають бути невід'ємним елементом освіти в будь-якій галузі знань.

Ключові слова: популяризація науки, гуманітарне знання, світогляд, Гумбрехт, Ліотар, інформаційне суспільство, ринкові відносини, культура пізнання.

Н. Е. Шолухо, кандидат культурологии, доцент, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

ОСОБЕННОСТИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУКИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ

Исследованы особенности популяризации науки в условиях информатизации общества. Устанавливается предназначение популяризации науки в обществе как перевод специализированного знания на язык массового потребителя, разного по возрасту и уровню подготовки к восприятию информации. Определяются особенности популяризации гуманитарного знания в Украине. Анализируются дигитализация, интерактив, научная работа как проблемные ситуации процесса популяризации науки. Показываются перспективы гуманитарного знания и его популяризации в современном обществе. Подчеркивается мысль о том, что гуманитарные дисциплины формируют мировоззрение, поэтому должны быть неотъемлемым элементом образования в любой отрасли знаний.

Ключевые слова: популяризация науки, гуманитарное знание, мировоззрение, Гумбрехт, Лиотар, информационное общество, рыночные отношения, культура познания.

N. Y. Sholukho, Candidate of Culturological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

CHARACTERISTIC FEATURES OF POPULARIZATION OF SCIENCE IN THE INFORMATION SOCIETY: SOCIO-CULTURAL DIMENSION

The author examines distinctive characteristic features of popularization of science in the conditions of information society. The particular attention is paid to the popularization of science in society as a specialized knowledge translation into the language of the mass consumers of different age and level of preparation for receiving information. The characteristics of popularization of the humanities in Ukraine are defined. Digitalizations, advertisement, interactive, scientific study as problem situations of process of popularization of science are analysed. The perspectives of the humanities and it's popularization in modern society are show. The author underlines the idea that the humanities form the worldview, so they should be an integral part of education in any area of knowledge.

Key words: popularization of science, the humanities, Gumbrecht, Liotard, outlook, information society, market relations, culture of knowledge.

Постановка проблеми. Актуальність статті полягає в необхідності реабілітації статусу науки як соціально-культурної цінності. Україна є спадкоємницею традиції поважливого ставлення до освіченої людини, проте стан сучасного науковця свідчить про втрату авторитету цього соціального інституту. І якщо «точні» науки продовжують мати попит, то «гуманітарне» знання потребує комплексної допомоги. Ситуацію погіршує всеосяжна інформатизація суспільства, що, на перший погляд, ставить існування гуманітаристики під сумнів, адже будь-яка інформація є доступною будь-для якого користувача мережі Інтернет.

Останні дослідження та публікації. Теоретичний доробок з популяризації наукового знання представлено такими працями. Поняттєво-категоріальний апарат, вектор руху та призначення феномену популяризації науки в суспільстві аналізуються в працях Е. А. Лазаревич, В. А. Ревич, А. В. Сухої, Р. П. Баканова [6; 7; 11; 12; 1]. Особливості й проблеми популяризації науки в інформаційному суспільстві розглянуто в розвідках Р. Баканова, Л. Клейна, Є. Пальчикова [1; 4; 10]. Теоретичне осмислення феномену популяризації гуманітарних наук міститься в працях Р. Уоррен, Л. Клейна, Є. Пальчикова, О. Бризгаліної [4; 9; 10; 13]. Культурфілософські інтенції щодо перспектив існування інституту гуманітаристики і функціонального призначення постаті лектора в інформаційному суспільстві наявні

в працях Ж. Ф. Ліотара та Г. У. Гумбрехта [2; 8]. Огляд літератури не виявив типології особливостей існування популяризації науки в сучасному українському суспільстві. Певні спроби ліквідації такої теоретичної прогалини здійснено в цій розвідці.

Мета статті. Метою статті є експлікація особливості функціонування наукового знання в інформаційному суспільстві.

Для її досягнення слід вирішити такі завдання: з'ясувати призначення популяризації науки та час, коли в суспільстві сформувався ця потреба; проаналізувати особливості функціонування науки в інформаційному суспільстві; показати характерні ознаки популяризації гуманітарного знання; простежити перспективи розвитку гуманітарного знання та його популяризації за умов інформаційного суспільства.

Спершу слід окреслити концептуальне поле існування популяризації науки, а також надати визначення цьому феноменові. Здатність пояснювати світ є невід'ємною властивістю людської свідомості. Спочатку людство тлумачило процеси та явища в категоріях міфу, потім — релігії, ще пізніше — філософії. Нині домінує наукове осягнення всесвіту. Активізація містики і псевдонауки, у зв'язку із нестабільним соціально-політичним та економічним становищем, змушує науку обстоювати свій статус. Для цього їй потрібна популяризація науки. Якщо надавати академічного визначення, то популяризація науки — це процес поширення наукового знання в доступній для широкого кола людей формі [7, с. 3]. Тобто це переклад спеціалізованого знання на мову масового споживача різних за віком та рівнем підготовки до сприйняття інформації.

Необхідність популяризації власної діяльності в науковому середовищі відбулася за доби Нового часу. Французький філософ і письменник Дені Дідро у XVIII ст. отримав замовлення на переклад з англійської «Британського енциклопедичного словника». На базі цього замовлення Д. Дідро створив «Енциклопедію, або тлумачний словник наук, мистецтв і ремесел». З 35 томів 28 містили статті, а 11 — суто ілюстративний матеріал. Метою видання було уникнення забобонів, надання можливостей для здобуття знання від економіки та мистецтва до медицини й мінералогії. Водночас науковець, письменник, митець Михайло Ломоносов пояснював доступною мовою теплові явища через рух «маленьких часток» — молекул. У XIX ст. французький письменник Жуль Верн продемонстрував, якою захоплюючою може бути наука в поєднанні з творчою уявою. Те саме робили Айзек Азімов, Станіслав Лем, брати Стругацькі й інші представники наукової фантастики. Про те, що

це фантастика, пам'ятаємо з дитинства, але те, що це саме наукова фантастика — забуваємо.

За часів радянської влади відносини науки з державою були непростими. Складною була й доля популяризації наукового знання. З одного боку, проводилися публічні лекції, друкувалися науково-популярні журнали, поступовий розвиток телебачення вможливив вихід науково-популярних програм. Належність до наукового середовища була соціально престижною. У 1934 р. в Петербурзі завдячуючи науковцеві Я. Перельману відкрито «Будинок захопливої науки», де наукоємні іграшки замінили класичні музейні експонати. Популяризаторські знахідки набули популярності в США в 60 і рр. У результаті, нині нам відомий термін «інтерактивний музей» та сила впливу експерименту в разі демонстрації можливостей науки. Так, російський фізик Є. Пальчиков зазначив: «... більшість людей не будуть розв'язувати рівняння, їм треба показувати експеримент, дати побачити, доторкнутися і спробувати на смак досліджуваній об'єкт або явище» [10]. З іншого боку, наукові знання зазнали жорсткої селекції через ідеологію. Під лозунгами боротьби з неосвіченістю певні науки оголошувалися псевдовченнями. Наприклад, «Скорочений філософський словник» (1954 р.) містить такі рядки: «Геополітика — фашистська псевдонаукова теорія, яка намагається довести за допомогою географічних факторів зовнішню політику імперіалістів» [5, с. 103]. Або ж: «Теологія, або богослов'я — псевдонаука, яка намагається за допомогою ідеалістичних філософських висновків обґрунтувати релігію» [5, с. 590].

Сучасність не обмежує науку в ідеологічному сенсі. Проте наука має доводити необхідність свого існування, зокрема завдяки популяризації.

Проаналізуємо особливості сучасної популяризації науки.

По-перше, дігіталізація — переведення інформації в електронну форму. Навіть такі класичні засоби популяризації науки як науково-популярна література, публічна лекція та конференція змінюють свій зміст під впливом інформатизації соціуму. Набули популярності інтернет-сайти, за допомогою яких можна, наприклад, віртуально відвідати Лувр або поверхню Місяця. Слід відзначити і становлення такої важливої для науки системи зв'язків, як горизонтальні та вертикальні. Важливим феноменом віртуальної реальності стали спільноти в соціальних мережах, які спрямовані на демонстрацію постаті науковця та викладача у вимірах повсякденності. На початку ХХ ст. німецький філософ Едмунд Гусерль зазначив: «... навіть науковці не завжди бувають зайняті науковою

роботою» [3, с. 168]. Отже, нині ще слід доводити, що науковець — жива людина, для неї сесія — такий самий стрес, як і для студента.

Проте явище дігіталізації має й негативні прояви. Особливо чітко це простежується під час аналізу стану гуманітарного знання, яке здається простішими, аніж так звані «точні» науки. Так, Лев Клейн зазначив: «... люди без спеціальної освіти і навичок, без школи і навіть без знань починають вирішувати складніші питання... не знають давно вже пройдених наукових шляхів...» [4]. Вільно говорити про формування ренесансної світобудови за твором Данте Аліґ'єрі «Божественна комедія» можна після кропіткої праці, проте домінування суб'єктивної думки, множинність істин негативно впливають на гуманітарне знання.

Тому, по-перше, маємо справу з дилетантами. Численні «сам собі психолог» або «Сократ за 90 хвилин» займають віртуальний простір і шкодять репутації гуманітаристики. По-друге, якість інформації та пов'язана з нею комп'ютерна грамотність населення. За таких умов привертає увагу явище «фейк» (від англ. «підроблений, хибний»), тобто те, що раніше називали «газетною качкою»: навмисно підроблені, несправжні фото, відео, інформація, сторінки в соціальних мережах. Наприклад, новина, що стурбувала віртуальну громадськість у 2010 р., — «Карлсон — Герман Геринг»: начебто Астрід Ліндгрєн була членом НСДАП Швеції, приятелювала з Герингом, який мав руде волосся, був льотчиком та постійно повторював фрази відомого персонажа з пропелером. Тому поряд з популяризацією змісту науки слід сформулювати вміння користуватися джерелами інформації. Також бракує освічених журналістів, які б знали на тому, про що пишуть, адже контент науково-популярних сайтів створюється переважно журналістами, а не науковцями. Натомість, як зазначає поетеса, професор університету в м. Чикаго Розанна Уоррен, представники гуманітарного знання самі винні в тому, що замало абітурієнтів на їхніх факультетах і читачів книг із численними складними термінами [13].

По-друге, реклама — це ресурс, який зовсім не використовує українське суспільство з метою популяризації науки. Коли ми востаннє бачили рекламу книги в метро або по телебаченню? Звідки дізнатися про здобутки науковців? Максимум, у межах щорічної вступної кампанії повідомляють про окремі навчальні заклади України.

По-третє, інтерактив з відвідувачем. Звичайний музей уже не такий цікавий, як, наприклад, можливість виліпити глечик у Національному музеї-заповіднику гончарства в с. Опішне Полтавської обл. Також слід звернути увагу на чудову традицію в межах

популяризації української науки, започатковану українськими і польськими науковцями у 2012 р. — наукові пікніки, що фактично є лабораторними заняттями під відкритим небом або у великих павільйонах. Окрім того, інтерактив надає змоги спілкуватися з представником наукового знання під час публічної лекції, презентації книги, що має позитивне значення для науки. Проте за умов суспільства, де панують видовище, потреба в здивуванні, наразі привертають увагу постать Михайла Поплавського — ректора, котрий співає, або одіозного філософа Славоя Жижека, що сякається у футболку під час лекції.

По-четверте, зміна соціального значення викладача, лектора, науковця. Так, Україна успадкувала традицію, коли той, хто читає, прирівнюється до того, хто молиться. Проте інтелект і професіоналізм не лідирують у системі цінностей сучасної молоді. Під впливом відомостей про суцільну інформатизацію суспільства легко погодитися з французьким філософом Жаном Франсуа Лютаром, котрий ще в 1979 р. констатував «кінець ери Професора», зазначивши, що технічні засоби, необмежений доступ до будь-якої інформації начебто знищують потребу в інституті лекторства. Натомість американський мислитель Ганс Ульріх Гумбрехт зазначив, що у фізичній присутності лектора наявні теоретичне знання, особистий досвід і невербальна інформація, синтезувати які самостійно з різних джерел неможливо. Отже, мислитель із філософсько-культурологічного дискурсу виводить тезу, що відповідає новітнім вимогам Болонської системи: викладачі, лектори потрібні на рівні методично-консультативного спілкування.

За умов ринкових відносин постає запитання: навіщо потрібні гуманітарії та популяризація гуманітарного знання? Адже кінцевого продукту в гуманітарній діяльності начебто немає. Гумбрехт розглядає гуманітарні науки як простір «ризикованого мислення»: це територія, де задіяні як творча уява з інтуїцією, так і раціональне мислення [2, с. 18]. Як аргумент, мислитель посилається на установу «Авто-Юні» — навчальний заклад таких «монстрів» автопрому, як «Фольксваген», «Шкода», «Ламборджіні», «Бентлі» тощо. У цьому закладі здобувають освіту інженери, топ-менеджери, маркетологи. Значно переважають саме гуманітарні дисципліни, а не профільні [2, с. 20]. Думки Г. У. Гумбрехта дозволяють стверджувати, що гуманітарні науки не приносять і, що головне, не повинні приносити прибутків.

Працедавцеві потрібен фахівець, котрий може легко засвоїти нову професію, опанувати новітні технології. Формування такого

світогляду й здійснюють гуманітарні науки, що і буде кінцевим продуктом гуманітаристики. Популяризація науки повинна інформувати суспільство про таке призначення гуманітарного знання. Освіта вже не є валізою, яку потрібно носити із собою все життя. В освітніх технологіях домінуватимуть, згідно з визначенням російського філософа О. Бризгаліної, «... не компетенція, а управління власним ресурсним потенціалом» [9].

Висновки. Здійснена розвідка з експлікації особливостей функціонування наукового знання в інформаційному суспільстві дозволяє дійти певних висновків.

По-перше, популяризацією науки є сформований у Новий час процес трансформації профільного знання в прийнятні для широкого загалу форми.

По-друге, особливостями сучасної популяризації науки є: дігіталізація — дозволяє отримувати раніше недоступну через відстань і мовний бар'єр інформацію, встановлювати горизонтальні та вертикальні зв'язки, проте вможливорює поширення неправдивої інформації; реклама — незадіяний, на нинішньому етапі популяризації науки, ресурс; інтерактивна комунікація — заохочує соціум до наукового знання завдяки експерименту (наочна демонстрація досягнень), характерного для «точних наук», а також спілкуванню з представниками (наближення до носія знань) — для гуманітарних наук; зміна призначення знань викладача, лектора, науковця з фактологічних на методично-консультативні.

По-третє, особливі ознаки існування гуманітарного знання в інформаційному суспільстві зумовлюють зростання професійного дилетантства й низьку комп'ютерну та загальнокультурну освіченість суспільства.

По-четверте, орієнтованість освіти і ринку праці на компетентність і швидку зміну типу діяльності є тим соціально-культурним тлом, на якому гуманітарне знання здатне сформувати людську свідомість як здатну до адаптації до мінливих умов і набуття професійних навичок. Ця незадіяна нині властивість є не популяризованим ресурсом для суспільства, проте це — запорука майбутнього гуманітарного знання. Дослідження такого потенціалу гуманітарного знання може стати перспективним продовженням обраного нами дослідницького напрямку.

Список використаних джерел

1. Баканов Р. П. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : уч.-метод. пособ. / Р. П. Баканов. — Казань: Казанск. гос. ун-т, 2010. — 152 с.

2. Гумбрехт Х. У. Ледяные объятия «научности», или Почему гуманитарным наукам предпочтительнее быть «Humanities and Arts» / Ханс Ульрих Гумбрехт ; пер. с англ. // Новое литературное обозрение. — 2008. — № 81. — С. 11–24.
3. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Введение в феноменологическую философию / Эдмунд Гуссерль ; пер. с нем. — СПб : «Владимир Даль», 2004. — 389 с.
4. Клейн Л. Интерпретация популяризации [Электронный ресурс] / Лев Клейн. — Режим доступа: <http://trv.nauchnik.ru/38N.pdf>. — Загл. с экрана.
5. Краткий философский словарь / под. ред. М. Розенталя и П. Юдина. — М. : Гос. изд-во полит. лит-ры, 1954. — 704 с.
6. Лазаревич Э. А. Искусство популяризации. Академики С. И. Вавилов, В. А. Обручев, А. Е. Ферсман — популяризаторы науки / Э. А. Лазаревич. — М. : Изд во АН СССР, 1960. — 192 с.
7. Лазаревич Э. А. Функции и принципы популяризации науки / Э. А. Лазаревич. — М. : Знание, 1983. — 40 с.
8. Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна [Электронный ресурс] / Жан-Франсуа Лиотар ; пер. с франц. — М. : Ин-т экспериментальной социологии, 1998. // Центр гуманитарных технологий. — Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3097>. — Загл. с экрана.
9. Максудов И. Сегодня уходит время тех, кто имеет высокий IQ, но не может выбрать собственную позицию: интервью с Еленой Брызгалиной [Электронный ресурс] / Ивар Максудов. — Режим доступа: <http://postnauka.ru>. — Загл. с экрана.
10. Профессор Евгений Пальчиков о популяризации науки [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://old.computerra.ru/interactive/697108/>. — Загл. с экрана.
11. Ревич В. А. Научно-художественная литература / В. А. Ревич // Краткая литературная энциклопедия ; под ред. А. А. Суркова. — М. : «Советская энциклопедия», 1963. — Т. 5. — С. 143–145.
12. Сухая А. В. Жанровые аспекты популярных произведений о науке / А. В. Сухая // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе ; отв. ред. А. Г. Пастухов. — Орёл : «Горизонт», 2011. — С. 189–197.
13. Уоррен Р. Упадок гуманитарных наук и цивилизация [Электронный ресурс] / Розанна Уоррен ; пер. с англ. // Гефтер : интернет-журнал. — Режим доступа: <http://gefter.ru/archive/10657>. — Загл. с экрана.

References

1. Bakanov R. P. Aktualnye problemy sovremennoy nauki i zhurnalistika : uch. metod. pos. / R. P. Bakanov. — Kazan : Kazansk. gos. un-t, 2010. — 152 s.
2. Gumbrecht H. U. Ledianye obiatiya «nauchnosti», ili Pochemu gumanitarnym naukam predpochtitelnee byt «Humanities and Arts» / Hans Ulrich

- Gumbrecht ; per. s angl. // *Novoe literaturnoe obozrenie*. — 2008. — № 81. — S. 11–24.
3. Husserl E. *Krizis Yevropeyskikh nauk i transtsendentalnaya fenomenologiya. Vvedenie v fenomenologicheskuyu filosofiyu* / E. Gusserl ; per. s nem. — SPb : «Vladimir Dal», 2004. — 389 s.
 4. Klein L. *Interpretaciya populyarizacii [Elektronnyi resurs]* / L. Klein. — Rezhym dostupa: <http://trv.nauchnik.ru/38N.pdf>. — Zagl. s ekrana.
 5. *Kratkiy filosofskiy slovar* / pod. red. M. Rozentalya i P. Yudina. — M. : Gos. izd vo polit. lit-ry, 1954. — 704 s.
 6. Lazarevich E. A. *Iskusstvo populyarizatsiyi. Akademiki S. I. Vavilov, V. A. Obruchev, A. E. Fersman — populyarizatory nauki* / E. A. Lazarevich. — M. : Izd vo AN SSSR, 1960. — 192 s.
 7. Lazarevich E. A. *Funktsyi i principy populyarizatsiyi nauki* / E. A. Lazarevich. — M. : Znanie, 1983. — 40 s.
 8. Lyotard J. F. *Sostoyanie postmoderna [Elektronnyi resurs]* / J.-Fr. Lyotard ; perevod s franc. — M. : In t eksperimentalnoy sotsiologii, 1998. // *Tsentr gumanitarnykh tekhnologiy*. — Rezhym dostupa: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3097>. — Zagl. s ekrana.
 9. Maksutov I. *Segodnya ukhodit vremya tekhn, kto imeet vysokiy IQ, no ne mozhet vybrat sobstvennuyu pozitsiyu: intervyyu s Elenoy Bryzgalinoy [Elektronnyi resurs]* / Ivar Maksutov. — Rezhym dostupa: <http://postnauka.ru>. — Zagl. s ekrana.
 10. *Professor Evgeniy Palchikov o populyarizatsii nauki [Elektronnyi resurs]*. — Rezhim dostupa: <http://old.computerra.ru/interactive/697108/>. — Zagl. s ekrana.
 11. Revich V. A. *Nauchno-hudozhestvennaya literatura* / V. A. Revich // *Kratkaya literaturnaya entsiklopediya* ; pod red. A. A. Surkova. — M. : «Sovetskaya entsiklopediya», 1963. — T. 5. — S. 143–145.
 12. Sukhaia A. V. *Zhanrovye aspekty popularnykh proizvedeniy o nauke* / A. V. Sukhaia // *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse* ; otv. red. A. G. Pastukhov. — Oryol : «Gorizont», 2011. — S. 189–197.
 13. Warren R. *Upadok gumanitarnykh nauk i tsivilizaciya [Elektronnyi resurs]* / R. Warren ; per. s angl. // *Gefter : internet-zhurnal*. — Rezhym dostupa: <http://gefter.ru/archive/10657>. — Zagl. s ekrana.

■ UDC 001.92:130.2

Sholukho N. Y., Candidate of Culturological Sciences, Associate Professor, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv
natella_Sh@gmail.com

CHARACTERISTIC FEATURES OF POPULARIZATION OF SCIENCE IN THE INFORMATION SOCIETY: SOCIO-CULTURAL DIMENSION

The aim of this paper is to explore the characteristics of popularization of scientific knowledge in the information society.

Research methodology. A comparative analysis is used to explore the characteristics of the popularization of the humanities in the works of various scientists. The specifics of popularization of the humanities in the information society were studied with the help of material the Internet.

Results. The popularization of science in information society is considered as a specialized knowledge translation into the language of mass consumers of different age and level of preparation for receiving information. The formation and functioning of popularization of science at different stages of its development are discussed. The article deals with the digitalization, advertising and scientific work as a means of popularization of science's problems. Transformation of information to electronic form makes it accessible to all, it enables between scientists, representatives of different areas of knowledge between teachers and students, as well as those interested in science. However, transformation makes it possible to distribute low-quality information. Advertising is a resource unused for the purpose of popularization of science. Interactive activity of the scientists, scientific and educational and cultural organizations helps to create positive society attitude to science. It is shown that humanitarian knowledge is prospective in modern society. It is proved that teaching activity justifies itself in the conditions of society informatization as the methodical and consulting help for independent training, whereas theoretical knowledge, personal experience and nonverbal information are present in physical presence of the lecturer, that are impossible to synthesize independently from different sources.

Novelty. The humanities are considered to be participating in formation of the outlook, therefore they must be an integral part of the educational system in any branch of knowledge.

Practical significance. Conclusions of article can be used for justification of the necessity of humanitarian subjects studying. Possibilities of humanitarian subjects in formation of the outlook indicate the new direction in popularization of humanitarian knowledge.

Key words: popularization of science, the humanities, Gumbrecht, Liotard, outlook, information society, market relations, culture of knowledge.

Надійшла до редколегії 12.03.2015 р.