

полной основательностью поставить научно-исследовательскую и педагогическую работу в области медиевистики. Вместе с тем государственная политика в области высшего исторического образования не всегда позволяла им в полной мере реализовать данную работу.

Литература

1. Архив Саратов. гос. ун-та. Ф. 1. Оп. 1. Д. 39. Л. 61.
2. Галямичев А.Н. Медиевистика в Саратовском университете: очерки истории (1917 – 1977 гг.). Саратов, 2010.
3. Дербов Л.А. «Без права заниматься научной деятельностью» (Очерк о «саратовском» периоде жизни и деятельности А.М. Панкратовой) // Годы и люди. Саратов, 1992. Вып. 7. С. 102–117.
4. Дербов Л.А. Историческая наука в Саратовском университете. Саратов, 1983.
5. Добиаш-Рожественская О.А. Культура западноевропейского Средневековья. Научное наследие. М., 1987.
6. Зайцева Н.В. Логика любви: Россия в историко-философской концепции Георгия Федотова. Самара, 2001.
7. Москаленко А.Е. Из истории медиевистики в Саратовском университете второй половины 30–40-х годов XX столетия // Историографический сборник. Саратов, 1987. Вып. 13. С. 138–142.
8. Отчет о деятельности историко-филологического факультета Саратовского университета за 1917–1919 гг. // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. 2001. Т. 1. Вып. 1. С. 17.
9. Федотова Е.Н. Георгий Петрович Федотов // Федотов Г.П. Собрание сочинений : в 6 т. Париж, 1988. Т. 1.

* * *

1. Arhiv Sarat. gos. un-ta. F. 1. Op. 1. D. 39. L. 61.
2. Galyamichiev A.N. Medievistika v Saratovskom universitete: ocherki istorii (1917 – 1977 gg.). Saratov, 2010.
3. Derbov L.A. «Bez prava zanimatsya nauchnoy deyatelnostyu» (Ocherk o «saratovskom» periode zhizni i deyatelnosti A.M. Pankratovoy) // Godyi i lyudi. Saratov, 1992. Vyip. 7. S. 102–117.
4. Derbov L.A. Istoricheskaya nauka v Saratovskom universitete. Saratov, 1983.
5. Dobiash-Rozhdestvenskaya O.A. Kultura zapadnoevropeyskogo Srednevekovyua. Nauchnoe nasledie. M., 1987.
6. Zaytseva N.V. Logika lyubvi: Rossiya v istoriosofskoy kontseptsii Georgiya Fedotova. Samara, 2001.
7. Moskalenko A.E. Iz istorii medievistiki v Saratovskom universitete vtoroy polovinyi 30–40-h godov HH stoletiya // Istoriograficheskiy sbornik. Saratov, 1987. Vyip. 13. S. 138–142.

8. Otchet o deyatelnosti istoriko-filologicheskogo fakulteta Saratovskogo universiteta za 1917–1919 gg. // Izv. Sarat. un-ta. Novaya seriya. 2001. T. 1. Vyip. 1. S. 17.

9. Fedotova E.N. Georgiy Petrovich Fedotov // Fedotov G.P. Sbranie sochineniy : v 6 t. Parizh, 1988. T. 1.

Establishment and development of medieval study in Saratov State University in the first half of the XX century

There is analyzed the establishment and development of medieval study in the Saratov university in the first half of the XX century. There are represented the areas of scientific work of the department of Middle Ages history of the Saratov State University. there is considered the work of such scientists as G.P. Fedotov, A.S. Bartenev, S.M. Pumpyansky and others.

Key words: *higher schools, Saratov State University, historic science, historic education, medieval study.*

(Статья поступила в редакцию 18.03.2014)

Е.Ю. БОЛОТОВА
(Волгоград)

ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ И ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОСКОВСКОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ В НАЧАЛЕ XX в.

Раскрыты основные направления издательской деятельности Московского союза потребительских обществ, показана роль изданий крупнейшего кооперативного союза в распространении кооперативных идей, в пропаганде демократических принципов кооперативного движения.

Ключевые слова: *кооперативное движение, потребительская кооперация, Московский союз потребительских обществ, кооперативная печать.*

Московский союз потребительских обществ (МСПО), созданный в 1898 г., и его деятельность в конце XIX – начале XX в. – уникальное явление российской жизни. Это пер-

вый разрешенный правительством кооперативный союз, который за короткое время превратился в центральный орган потребительской кооперации. Не осуществляя прямого руководства деятельностью обществ, союз создавал условия для их стабильной работы, содействовал объединению их усилий в организации торговой и общественно-культурной работы, тем самым способствуя наиболее полной реализации разнообразных функций и раскрытию творческого потенциала кооперации в целом. Деятельность союза вносила организационное начало в разрозненную жизнь обществ, помогая им осваивать на практике правила ведения дел, включая их в единое кооперативное движение. Важнейшим путем реализации задач союзного строительства была разноплановая издательская деятельность МСПО.

Успех в развитии союза связывался с изданием собственного периодического органа, посвященного вопросам потребительской кооперации. Уже первое учредительное собрание МСПО поручило избранному бюро разработать этот вопрос. Несмотря на сложности первых шагов союзной деятельности, недостаток средств, вопрос о собственном издании постоянно был на повестке дня. В октябре 1902 г. Министерство внутренних дел и начальник Главного управления по делам печати Н. Зверев утвердили программу журнала МСПО «Союз потребителей». Первым редактором журнала стал инициатор и вдохновитель союзной деятельности Н.П. Гибнер.

Созданный в начале XX в., журнал Московского союза долгое время оставался единственным изданием такого рода и масштаба в российском кооперативном движении. На него возлагались большие надежды в развитии и союзного движения потребителей, и кооперации в России в целом. С одной стороны, посредством журнала предполагалось установить постоянное общение союзных обществ между собой и с центром, с другой – журнал был призван «распространять правильные взгляды на кооперативные предприятия и содействовать сближению между собой всех видов кооперативных товариществ, напоминая постоянно об общих целях» [13, с. 3]. Редакция была уверена, что при гармоничном сочетании этих задач журнал выполнит свои функции и сможет «поддержать воодушевление и самоотверженную преданность делу, столь необходимые при рождении новых форм совместного и сознательного сотрудничества людей» [13, с.3].

Первый же номер «Союза потребителей» (январь, 1903 г.) отразил стремление редакции следовать выработанной концепции. Он вышел в двойном размере, поместив ряд статей теоретического характера: «О значении кооперации в экономической и общественной жизни» И.Х. Озерова и «Потребительные общества» С.Н. Прокоповича. Авторы выражали взгляд на кооперацию не только в аспекте ее экономических интересов, но и как на «школу общественной жизни», проходя через которую и группируясь около общего дела на принципах самоуправления люди учатся совместно действовать, думать, обсуждать и защищать свои интересы [Там же, с. 6, 10]. С первых же номеров журнал стал пропагандировать рочдельские принципы организации и деятельности обществ (второй номер начался с обширной статьи редактора Н.П. Гибнера «Рочдельская система»). Это направление работы стало одним из основных, т.к. российским потребительским обществам в массе своей еще предстояло осваивать эти принципы и строить в соответствии с ними свою жизнь, отстаивая «чистоту» кооперативного движения.

В основе концепции журнала лежал принцип единства кооперативного движения, поэтому большой раздел журнала – «Кооперативные предприятия» – включал обширные очерки о развитии других видов кооперативных учреждений в России. Кроме того, из номера в номер читатели знакомились с зарубежным опытом кооперативного строительства.

Появление нового журнала не осталось незамеченным в кооперативных кругах. От редакции газеты «Хроника мелкого кредита» при «Вестнике сельского хозяйства» поступило предложение рассылать подписчикам «Союза потребителей» свою газету и, в свою очередь, печатать в ней сведения о журнале и его содержании и распространять их среди своих подписчиков.

Первые годы издание журнала было убыточным. Тираж не превышал 450 экземпляров. Анализируя медленное развитие журнала, редакция в начале 1906 г. пришла к выводу, что большинство членов обществ его не читают, а несоюзные общества (которых было более 800) его практически не выписывают. Объяснение этой ситуации находили и во влиянии на развитие кооперации русско-японской войны, внутривнутриполитической обстановки в 1905 г., и в отсутствии у населения возможности и «привычки» к чтению специальной литературы, к «общению на страницах печати» [13. 1906. № 1. С. 2].

Смена в 1906 г. редактора журнала сопровождалась и рядом инициатив, призванных приблизить журнал к читателям, вызвать их интерес к кооперативному делу. Пришедший на эту должность В.Н. Зельгейм, признанный в кооперативных кругах практик потребительской кооперации, член бюро МСПО, предложил довести выпуск журнала до 48 номеров в год, но содержание их должно было быть различным. 36 номеров предполагалось выпускать в небольшом объеме и включать туда сведения из текущей деятельности союза, заметки практического характера, краткую хронику потребительской кооперации в России и за границей, а раз в месяц издавать журнал в расширенном объеме, помещая в нем корреспонденции с мест и более обширные статьи по теоретическим и практическим вопросам кооперации. При такой реорганизации издания общества быстрее получали бы информацию от союза и могли оперативнее использовать ее в торговых операциях.

Помимо этого, наиболее интересные и важные статьи, касающиеся разных вопросов кооперативной жизни, планировалось издавать отдельными брошюрами и рассылать их в виде приложений к журналу. Этот шаг преследовал две цели. С одной стороны, таким образом расширялись аудитория читателей и тем самым возможность для пропаганды кооперативных идеалов, а с другой – можно было пустить брошюры на общий книжный рынок для продажи и получать доход.

Для более широкой пропаганды кооперации предлагалось ежемесячно один из четырехстраничных номеров ориентировать на рядовых потребителей, помещая там интересный, понятный для них материал. Общества могли приобретать годовой абонемент за небольшую стоимость именно на эти номера для распространения их среди своих членов [13. 1906. №21. С. 469–470]. Все эти мероприятия должны были сделать журнал нужным, полезным, интересным и доступным для всех членов обществ, успешно выполняющим в то же время информационную, просветительскую и пропагандистскую функции. И это редакции журнала удалось сделать. В 1907 г. практически в 5 раз возросло число подписчиков среди несоюзных обществ, что свидетельствовало о признании журнала в кооперативной среде, отражало рост его влияния на жизнь обществ, которые, в свою очередь, посредством журнала приобщались к деятельности союза. А

усиление внимания общественности к проблемам потребительских обществ и кооперации в целом проявилось в увеличении числа подписчиков среди частных лиц и учреждений.

Издательская деятельность МСПО постоянно расширялась. Это касалось и роста тиражей, и появления новых видов изданий, призванных заинтересовать в кооперативной деятельности широкие слои населения. В 1911 г. вместо популярных номеров «Союза потребителей», издававшихся раз в месяц в объеме 4 страниц формата журнала, стал выходить два раза в месяц отдельный иллюстрированный журнал «Объединение» книжками в 20 страниц. С одной стороны, он оставался обязательным приложением к «Союзу потребителей», с другой – был самостоятельным изданием, которое общества потребителей стали выписывать для распространения среди своих членов. Язык нового журнала был прост и понятен всем. Кооперативные идеи доносились до читателя через яркие высказывания известных людей, рассказы о положительном опыте отдельных обществ и союзных начинаниях. На его страницах печатались стихи о кооперации, наивные и несовершенные, но отражающие народное понимание сущности и перспектив кооперации. Много места отводилось объяснению образовательно-культурных задач потребительских обществ, письма с мест знакомили читателей с возможными формами организации культурно-просветительской деятельности. Публиковались и тексты пьес для постановки в драматических кружках обществ. Не случайно популярность журнала среди потребителей росла, что отражалось на числе его подписчиков и тиражах [7, с.78]:

| Год | Число подписчиков | Тираж |
|---------|-------------------|--------|
| 1911 г. | 148 | 7 922 |
| 1912 г. | 284 | 10 321 |
| 1913 г. | 493 | 12 316 |

В июне 1913 г. среди читателей был проведен опрос с целью изучения общественного мнения о содержании и идейной направленности «Объединения». Одновременно были заданы вопросы об отношении к периодической печати вообще, о социальной принадлежности читателей. Редакция получила 505 заполненных анкетных листов (3% от числа разосланных), из которых 494 были пригодны для изучения. «Ежегодник» союза представил следующие данные, свидетель-

ствующие о занятиях читателей журнала [5, с. 174]:

| Категория читателей | Кол-во (%) |
|---|------------|
| Земледельцы | 65 (13,2) |
| Земледельцы, занимающиеся и др. проф. | 21 (4,2) |
| Рабочие | 113 (22,9) |
| Служащие в кооперативах | 115 (23,3) |
| Служащие других категорий | 90 (18,2) |
| Сельская интеллигенция | 46 (9,3) |
| Разные профессии и прочие мелкие группы | 44 (8,9) |
| Итого | 494 (100) |

Наиболее активным был отклик рабочих и служащих. В этой среде журнал был наиболее распространен. Треть ответов получена от постоянных подписчиков. Около 80% ответивших высказали одобрение содержания журнала, отметил, однако, его малый объем. Меньшая активность крестьян заставляла задумываться о поисках более эффективных форм работы с сельскими потребителями. В то же время анкета показала, что количество читателей журнала значительно превышало его тираж: его читали в семьях, в кругу товарищей, передавали из рук в руки (54,9% читателей) [Там же, с. 175]. Стремясь приблизить журнал к потребителям, редакция с 1914 г. стала печатать так называемые районные приложения, ориентированные на крупные регионы с развитой кооперативной сетью.

Годы Первой мировой войны стали не лучшим временем для редакции журналов: ее состав менялся, часто работало не более 2 человек. Нарушалась периодичность выхода изданий в связи с конфискацией полицией отдельных номеров (в 1914 г. – № 20 «Союза потребителей» и № 11 «Объединения» [9, с. 91]) и приостановкой деятельности издательства (руководители союза Д.С. Коробов и В.Н. Зельгейм в 1915 г. были приглашены в Департамент полиции на допрос по поводу листовки «Праздник кооперации», в Московском охранном отделении на них было заведено дело) [2]. Тем не менее в 1915 г. союз нашел возможность к 50-летию юбилею потребительской кооперации выпустить особые юбилейные номера обоих журналов, отпечатав их в значительном количестве и распространив среди обществ помимо подписки.

С 1916 г. МСПО приступил к изданию второго популярного журнала «Общее дело», предназначенного для сельского населения [9, с. 78]. Расширение объема деятельности редакционного отдела увеличило и его состав. Была создана редакционная коллегия, ведущая

все три журнала. Временным заведующим отделом стал А.В. Меркулов.

При всем желании редакции давать на страницах журналов объективную информацию о наиболее важных проблемах общероссийской и кооперативной жизни этого делать не удавалось. Журналы не могли открыто освещать общегосударственные проблемы, полно и отчетливо говорить, например, о глубине продовольственного вопроса, который, по утверждению редакции, становился «осью всей народнохозяйственной, а потом и политической жизни» [11, с. 55]. В конце 1916 г. было получено предписание представить в военную цензуру все материалы, касающиеся многих вопросов, в том числе продовольственного и о кооперативном законодательстве. Военный цензурный комитет от имени командующего военным округом предложил «сбавить тон» публикаций, пригрозив закрытием оставшихся журналов [Там же, с. 55–56]. До этого закрыли журнал «Объединение», его № 14 был конфискован комитетом по делам печати за помещенную в нем статью о К. Либкнехте, а редактор В.Н. Зельгейм был привлечен к ответственности. Судебная палата вскоре сняла арест с журнала, преследование редактора было прекращено, однако по постановлению командующего войсками журнал был остановлен на 16-м номере. Подписчикам «Объединения» стал высылаться с октября 1916 г. журнал «Общее дело», изменивший содержание и ориентирующийся теперь и на городскую, и на сельскую среду [Там же, с. 56].

Такие быстрые перемены не могли не влиять на работу редакции, однако ей удавалось поддерживать и увеличивать тираж изданий, не прерывая этот канал связи с обществами. Общий тираж периодических изданий союза в 1916 г. составил 50501 экз. В основном он расходился среди членов союза – 40789 экз. (81%). Значительную долю здесь составил новый журнал «Общее дело» – 22996 экз. Давно ожидаемый в кооперативной среде, он сразу привлек к себе внимание. Издания распространялись в 77 губерниях и областях страны, а также отправлялись в действующую армию, за границу [Там же, с. 59–60].

Кроме периодических изданий союз регулярно выпускал листовки на различные темы кооперативной жизни (в 1911 г., например, в количестве 289000 экз.) [4, с. 135]. Их и специальные плакаты общества использовали в своих конторах для пропаганды кооперативных идей. Их тематика была проста и понятна членам обществ: «Что может дать потребительное

общество?», «Потребительное общество заботится о твоей умственной жизни, о твоём духовном мире», «Стремись, чтобы твой кооператив заботился не только о продаже съестных продуктов, но и о том, чтобы удовлетворить духовные запросы членов» и др. [6, с. 90–91]. Общество потребителей служащих на Рязано-Уральской железной дороге на форзаце отчета за 1913 г. поместило 10 правил для члена общества потребителей, включающих популярное изложение рочдельских принципов, призывы к самодисциплине членов, активной работе в обществе, участию во всех собраниях и пр. [12].

Популярно-пропагандистский отдел секретариата МСПО с 1912 г. начал выпускать отрывные кооперативные календари. Издания с каждым годом совершенствовались. Чтобы заинтересовать потребителей, они должны были, по признанию составителей, отвечать «требованиям идейности, художественности» и «яркости красок». Для этого были изготовлены многочисленные плакаты – вставки в календарь, разноцветные паспарту с открытками с видами природы, снимками картин известных художников и т.п. Характер календаря 1913 г. бюро союза определило как «кооперативный и общеобразовательный». Календарь разошелся тиражом около 125 тыс. экз. как среди союзных обществ, так и среди кооперативов разных видов, земских органов [7, с. 83].

Одновременно союз стал издавать и «Записные книжки кооператора» на очередной год. Эти книжки сразу же завоевали симпатии руководителей потребительских обществ, которые находили в них много материала справочно-инструкторского содержания, необходимого для организации повседневной деятельности, установления отношений с союзом, административными учреждениями. Спрос на издание превысил предложение союза, хотя в 1912 г. было выпущено 3 000 экз., в 1913 г. – 5 000 экз. [Там же, с. 84]. В следующие годы тираж увеличивался. Вместе с тем в 1914 г. было выпущено и новое издание – «Записная книжка для члена кооператива». Это был своеобразный ежегодник, содержащий фактический, статистический материал о всех видах кооперации, о кооперативной печати, рассказывающий о правах и обязанностях членов обществ. Как и предыдущее, это издание было подписное, в первый же год его тираж составил внушительную цифру – 25 000 экз. В этот же год было издано 50 000 экз. настольных календарей и 135 000 отрывных [8,

с. 50]. Спрос на эти издания был настолько велик, что в 1916 г., несмотря на трудности военного времени, издательский план был расширен: отдел подготовил настольные календари для городских и сельских жителей и дешевый карманный календарь. Все подписные издания были выпущены в 1916 г. в количестве 850 000 экз. (в 1915 г. – 245 000) [11, с. 42], но полностью спрос удовлетворить не удалось. На 1917 г. только подписка на отрывной календарь превысила 670 000 экз., что в очередной раз свидетельствовало о доверии широких кооперативных кругов к изданиям Московского союза.

Для привлечения к пропагандистской работе рядовых членов обществ МСПО с 1913 г. стал устраивать конкурсы на популярные брошюры по кооперации. Будущим авторам были предложены следующие темы: «Рочдельские пионеры, их история и принципы», «Женщина и кооперация», «Для чего нужны потребительским обществам союзы», «История какого-либо русского или заграничного союза» и др. Одновременно был объявлен и конкурс на брошюры с текстом для диапозитивов: «Для чего крестьянам нужна потребительская кооперация», «Что может дать кооперация рабочим», «Частная торговля и потребительская кооперация», «Настоящее и будущее потребительской кооперации» и др. [7, с. 84–85]. Для оценки рукописей было назначено жюри из членов бюро союза и редакторов популярных изданий МСПО, представителей Комитета о сельских ссудосберегательных и промышленных товариществах, Московского общества грамотности, кооперативных курсов при университете им. А.Л. Шанявского. Условия конкурса были напечатаны в кооперативной и земской прессе. В 1915 г. союз издал 6 брошюр, в 1916 г. – 16 общим тиражом 539 751 экз. [11, с. 43]. В сохранившейся в фонде Департамента полиции «Записке о кооперативном движении» отмечается демократический состав авторов, а содержание брошюр, издаваемых под руководством популярно-пропагандистского отдела МСПО, характеризуется как «тенденциозно-революционное» [1. Л. 142], что обуславливало неослабный контроль властей за этой стороной деятельности союза.

На заседаниях секретариата союза рассматривались вопросы об издании сборников кооперативных стихов, использовании в кооперативных календарях фотографий картин из Третьяковской галереи, об организации экскурсий в учреждениях МСПО и др. [3. Л. 2 об. – 3, 29, 42]. Пропагандистские и общекультур-

ные задачи решали все подразделения союза. Так, торговая комиссия предложила выработать тематические этикетки и подобрать к ним сорта товаров. Круг тем был определен широко: наши поэты и писатели, галерея великих людей, крестьянский труд, труд ремесленника, времена года, на суше и на море, ландшафты и пейзажи, звездное небо, зоология, ботаника и др. На оборотах этикеток планировалось помещать пословицы и поговорки, виды Москвы, басни Крылова, изречения о кооперации, кооперативную статистику, заповеди кооператора и т.п. [З. Д. 855. Л. 173].

О действенности пропаганды кооперативных идей, опыта кооперативной деятельности посредством издательской работы Московского союза говорят рост кооперативных организаций в России и расширение состава МСПО. На 1 января 1917 г. членами союза было 3 167 обществ и объединений, большинство среди которых – сельские [10, с. 16]. Влияние же кооперативной периодической печати и изданий союза выходило далеко за границы МСПО, поднимая в целом культуру российского народа.

Литература

1. Государственный архив Российской Федерации (ГАРФ). Ф. 102.00. 1916. Д. 16.
2. ГАРФ. Ф. 63. Оп. 35. Д. 1314.
3. Центральный исторический архив Москвы. Ф. 326. Оп. 1. Д. 854.
4. Ежегодник МСПО. 1912. 1912. Вып. 2.
5. Ежегодник МСПО. 1913. 1914. Вып. 3.
6. Козлова Е.Н. Культурная миссия кооперации (1864 – 1918) // Кооперация. Страницы истории. М., 1993. Вып. 3.
7. Отчет МСПО за 15-й операционный год (1913). М., 1914.
8. Отчет МСПО за 1914 г. М., 1915.
9. Отчет МСПО за 1915 г. М., 1917.
10. Отчет о деятельности МСПО за 1916 г. М., 1917.
11. Отчет о деятельности Секретариата за 1916 г. М., 1918.

12. Отчет Саратовского общества потребителей служащих на РУЖД за 1913 г. Саратов, 1914.
13. Союз потребителей. 1903. № 1.

* * *

1. Gosudarstvennyy arhiv Rossiyskoy Federatsii (GARF). F. 102.00. 1916. D. 16.
2. GARF. F. 63. Op. 35. D. 1314.
3. Tsentralnyy istoricheskiy arhiv Moskvyyi. F. 326. Op. 1. D. 854.
4. Ezhegodnik MSPO. 1912. 1912. Vyip. 2.
5. Ezhegodnik MSPO. 1913. 1914. Vyip. 3.
6. Kozlova E.N. Kulturnaya missiya kooperatsii (1864 – 1918) // Kooperatsiya. Stranitsyi istorii. M., 1993. Vyip. 3.
7. Otchet MSPO za 15-y operatsionnyy god (1913). M., 1914.
8. Otchet MSPO za 1914 g. M., 1915.
9. Otchet MSPO za 1915 g. M., 1917.
10. Otchet o deyatelnosti MSPO za 1916 g. M., 1917.
11. Otchet o deyatelnosti Sekretariata za 1916 g. M., 1918.
12. Otchet Saratovskogo obschestva potrebiteley sluzhaschih na RUZhD za 1913 g. Saratov, 1914.
13. Soyuz potrebiteley. 1903. № 1.

Periodicals and publishing activities of the Moscow union of consumer communities in the beginning of the XX century

There are revealed the basic areas of publishing activities of the Moscow union of consumer communities, shown the role of editions of the biggest cooperative union in propagation of cooperative ideas, in propaganda of democratic principles of cooperative movement.

Key words: cooperative movement, consumer's cooperation, Moscow union of consumer's communities, cooperative print.

(Статья поступила в редакцию 03.03.2014)