



УДК 316.472.45

DOI: 10.18413/2075-4566-2018-43-2-226-232

**РЕЦИПРОКНОСТЬ ОЖИДАНИЙ:
ПРАКТИКИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ****RECIPROCITY OF EXPECTATIONS: CHARITY PRACTICES****Е.В. Реутов, М.Н. Реутова****E.V. Reutov, M.N. Reutova**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

Belgorod National Research University,
85 Pobeda St., Belgorod, 308015, Russia

E-mail: reutovevg@mail.ru; reggina77@mail.ru

Аннотация

Благотворительная деятельность как компонент социальной солидарности рассматривается в контексте реализации принципа реципрокности ожиданий (перспектив). Под реципрокностью понимается принцип межличностных и социальных отношений, предполагающий наличие явных и латентных взаимных обязательств у их участников. Для реципрокности ожиданий характерно отсутствие расчета на прямую компенсацию затраченных усилий и ресурсов. Мотивация помощи связана с эмпатией, осознанием возможности самому оказаться в ситуации эксклюзии. Как показывают результаты эмпирического исследования, ведущий мотив массовой благотворительности связан именно с реципрокностью ожиданий. Это свидетельствует о рационализации процесса благотворительности, о наличии социальной эмпатии и коллективной идентичности, но также и об объективной неустойчивости положения и субъективной неуверенности в жизненной ситуации значительной части россиян.

Abstract

Charitable activity as a component of social solidarity is considered in the context of implementing the principle of reciprocity of expectations (prospects). Reciprocity is understood as the principle of interpersonal and social relations, presupposing the existence of explicit and latent mutual obligations among their participants. For the reciprocity of expectations is characterized by the lack of calculation of direct compensation for the effort and resources spent. The motivation for help is connected with empathy, the awareness of the possibility to find yourself in the situation of exclusion. As the results of the empirical study show, the leading motive of mass charity is related precisely to the reciprocity of expectations. This indicates the rationalization of the charity process, the existence of social empathy and collective identity, but also the objective instability of the situation and the subjective uncertainty in the life situation of a large part of Russians.

Ключевые слова: благотворительность, практики благотворительности, реципрокность, реципрокность ожиданий.

Keywords: charity, charity practice, reciprocity, reciprocity of expectations.

Введение

Поиск источников социальной солидарности и консолидации, развития горизонтальных и вертикальных коммуникаций в обществе с неизбежностью приводит к выводу о двух ключевых механизмах солидаризации социума. Первый из них связан с культурой, традицией, религией, которые формируют глубинные фреймы социального



поведения и задают его внерациональную мотивацию. Этот механизм бывает достаточно эффективным до тех пор, пока в обществе стабилизационные, инерционные процессы доминируют над трансформационными. Второй механизм формирования солидарности и коллективных форм социальности основан на субъективной рационализации смыслов социального, а зачастую и межличностного взаимодействия. Особенно актуальными данные механизмы являются для понимания мотивации включенности индивидов в сетевые структуры, в которой частные, групповые и публичные интересы переплетены и в значительной мере очищены от принуждения и господства.

Анализируя процесс образования и функционирования социальных сетей и сопоставляя участие в них с принадлежностью к формальным институтам (от государства до корпораций), следует обратить внимание на следующий принципиальный момент. Сколько-нибудь устойчивые сетевые интеракции не могут осуществляться вне разделяемого их акторами принципа целесообразности и субъективной выгоды включенности в них.

Практически все последователи сетевой теории в качестве ключевого механизма формирования и воспроизводства относительно прочных и устойчивых сетей взаимопомощи рассматривают реципрокность. С.Ю. Барсукова анализирует реципрокность с точки зрения передвижения материальных благ между домохозяйствами в виде даров и основного перераспределительного механизма сообщества [Барсукова, 2004]. Вместе с тем реципрокность не является аналогом эквивалентности ресурсов, подлежащих обмену. Для значительного числа интеракций (между друзьями и родственниками) характерно стремление участников к элиминированию «рыночных» мотивов. Так, И.Е. Штейнберг отмечает, что неэквивалентность может существовать лишь в специфической системе отношений, предполагающих «иную рациональность», в том числе стремление к поддержанию и укреплению доверительных отношений [Штейнберг, 2004]. Тем не менее, сам концепт «иной рациональности» указывает на наличие взаимных экспектаций, от оправдания которых зависит устойчивость сетевых отношений.

Под реципрокностью понимается принцип межличностных и социальных отношений, предполагающий наличие явных и латентных взаимных обязательств у их участников. В большей части научных источников реципрокность рассматривается в качестве атрибута «горизонтальных», то есть не связанных с доминированием и подчинением сторон (политическая и корпоративная власть и др.), отношений. В условиях дисбаланса ресурсов и возможностей у сторон реципрокность отходит на второй план, хотя и не «отменяется» полностью. Однако чем выше потенциальная заинтересованность сторон, тем более востребована реципрокность, которая из абстрактного принципа приобретает характер нормы.

Возвращаясь к проблеме баланса частных, групповых и публичных интересов и роли рациональности в социальных взаимодействиях и формировании сетевых структур, следует акцентировать научно-исследовательский интерес на тех формах социальности и типах социальных сетей, которые, с одной стороны, основаны на свободном выборе участников, и с другой – на исключении из мотивов взаимодействия «грубой рациональности», калькуляции выгод и издержек тех или иных отношений, соблюдения строгого баланса взаимных услуг. Такого рода реципрокность получила в научной литературе наименование реципрокности перспектив или реципрокности ожиданий. Сущность ее состоит в отсутствии расчета на прямую компенсацию затраченных усилий и ресурсов. Однако от негативной реципрокности (то есть ее фактического отсутствия – даже в ситуации оказания помощи, например, по приказу руководства) реципрокность ожиданий отличает осознание возможности оказаться в ситуации эксклюзии, эмпатия, способность поставить себя на место нуждающегося.

Типичной формой реципрокности перспектив выступает благотворительность, оказание помощи незнакомым людям. По мнению К. Штегбауэра, «единственная возмож-



ность сделать такие действия понятными и объяснимыми – это взаимность перспективы: я могу сопереживать человеку, который только что потерял свой дом из-за наводнения. Я мысленно представляю себя на его месте и могу ему сопереживать... Предсказание, казалось бы, безнадежной ситуации нуждающихся в помощи и, возможно, рассмотрение того, как я реагировал бы на их месте, вызывает готовность жертвовать, не рассчитывая на взаимность» [Stegbauer, 2002, S. 31].

Возможно, такая точка зрения излишне категорична и не учитывает многообразие мотивов, форм и практик благотворительности. Так, корпоративная благотворительность может оказаться достаточно специфичной по своим ценностным основаниям. В ее основе зачастую лежат прагматические мотивы, а оказание безвозмездной помощи собственники и топ-менеджеры корпораций рассматривают как своего рода инвестиции в символический, репутационный капитал компании. Исходя из этого, вполне адекватной, хотя и не лишенной полемичности, представляется следующая оценка развития корпоративной благотворительности, отражающей «общую закономерность, характерную для России: чем сильнее правящий класс эксплуатирует основную часть населения, чем глубже он создает пропасть между богатством и бедностью, тем активнее он прибегает к различным формам благотворительности» [Крюков, 2003].

Целью данной статьи является анализ распространенности практик благотворительной деятельности среди населения и выявление ее доминирующей мотивации, соотношение ее с поведенческой и ментальной моделью реципрокности ожиданий. Установление соответствующих паттернов в установках и поведении граждан имеет существенное значение для организации благотворительной деятельности, расширения ее базы, развития новых форм и методов благотворительности.

Эмпирическая база и методы исследования

Эмпирической базой статьи является комплекс социологических данных: результаты общенациональных мониторингов Фонда «Общественное мнение», ВЦИОМ, НИУ «Высшая школа экономики», данные авторского исследования «*Реципрокность в воспроизводстве практик взаимопомощи в местных сообществах*» (рук. М.Н. Реутова, анкетный опрос проведен в 2017 г. по региональной выборке, репрезентативной по полу, возрасту и поселенческому статусу респондентов, N=1000). Полученные в ходе авторского эмпирического исследования данные обрабатывались при помощи программного продукта «ДА-система» и группировались в соответствии с комплексом социально-демографических и ценностных характеристик респондентов.

Основные результаты

Данные целого ряда исследований свидетельствуют о все более широком распространении этого вида реципрокности в российском обществе. Так, по данным опроса Фонда «Общественное мнение» 2013 г. 87% опрошенных положительно относятся к корпоративной благотворительности и лишь 5% – отрицательно. При этом на вопрос: «Одни одобряют благотворительную деятельность компаний и считают, что компании должны помогать обществу. Другие не одобряют благотворительность компаний и считают, что деньги лучше тратить на сотрудников и их семьи. С какой точкой зрения вы согласны в большей степени?» 65% ответили, что одобряют благотворительную деятельность компаний, 19% – не одобряют, 16% затруднились ответить [Отношение к..., 2013].

Таким образом, благотворительность компаний не осуждается, а скорее даже приветствуется, несмотря на то, что средства, выделяемые на помощь нуждающимся, можно было бы потратить на помощь работникам данных предприятий. При этом масштаб благотворительности на уровне отдельных индивидов не столь велик, хотя налицо тенденция его увеличения.



В соответствии с данными Центра исследования гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ, в разных формах денежных пожертвований в год, предшествующий опросу, участвовало 57% россиян (а без учета подававших лишь милостыню — 40%); 39% занимались добровольческим трудом — без принуждения и вознаграждения не для членов семьи, не для близких родственников; 31% передавали нуждающимся людям одежду, мебель, бытовую технику и пр. Причем большинство включались в эти солидарности без посредничества НКО или других формальных структур: 70% передавали деньги из рук в руки или через родных и окружение нуждающихся (20% жертвовали через организации, еще 10% — сочетали обе формы); 70% из числа добровольно и безвозмездно трудившихся на благо других людей (не родственников) делали это только в одиночку, самостоятельно, при этом 18% — только по организованным каналам, еще 12% сочетали обе формы [Шабанова, 2017, с. 31–32].

Данные опроса Фонда «Общественное мнение» и Добро mail.ru 2015 г. о практиках помощи и готовности помогать взрослым свидетельствуют о том, что число россиян, готовых помогать кому-либо безвозмездно и делающих это на практике, заметно выросло. Так, больше половины россиян сообщили, что за последний год они помогали взрослым или пожилым людям. Когда-либо помогали взрослым тяжелобольным или взрослым инвалидам 45% опрошенных, и подавляющее большинство — 84% — допускают, что будут помогать таким людям в будущем. Наиболее распространенными видами помощи были: деньгами (49%), вещами (33%), делами (27%), донорство (6%). Вообще же возраст нуждающихся в помощи для практически половины (49%) опрошенных не важен. Остальные, как правило, говорят, что охотнее помогли бы детям (32%), реже — пожилым (12%), но почти никто не назвал в ответ на этот вопрос взрослых (< 1%) [О готовности..., 2015].

Достаточно высокие показатели участия в благотворительных акциях демонстрируют результаты опроса ВЦИОМ (март 2018 г.). Так, перечислять деньги непосредственно нуждающимся в помощи (например, на лечение) в течение последних 1-2 лет приходилось 51% опрошенных, участвовать в сборе пожертвований (вещи, продукты) для социально уязвимых групп — 47%, вносить деньги, оказывать финансовую помощь благотворительным фондам, общественным организациям — 35%, помогать социально уязвимым группам, используя свои профессиональные знания, навыки (например, проводить бесплатные консультации для нуждающихся) — 28%, участвовать в благотворительных мероприятиях, концертах, выставках, благотворительных лотереях, марафонах в поддержку социально уязвимых групп — 22%, участвовать в проектах, связанных с личным общением с социально уязвимыми группами (поездка в дом престарелых, помощь беженцам в центре занятости, пострадавшим от пожаров, стихийных бедствий и пр.) — 18%. Рассматривая среднесрочную перспективу личного участия в подобных акциях, 68% респондентов, в принципе, допустили такую возможность, а 19% из этого числа уверены в своем участии [Волонтерство в ..., 2018].

Важным моментом в анализе феномена благотворительности является ее мотивация, в частности вопрос о том, насколько потенциальные жертвователи способны и могут поставить себя на место тех, кто нуждается в помощи и представить себя в такой ситуации. Е.Г. Алексеев и И.Д. Горшков в ходе опроса респондентов Москвы и Курска в 2000 г. выявили следующие мотивации потенциальных жертвователей, связанные с реципрокностью ожиданий: «По жизни, чем больше отдаешь, тем больше в будущем получишь»; «Ну, что, ребята, надо помочь нашим. И мы когда-то станем старыми»; «Все под Богом ходим» [Алексеев, Горшков, 2001].

По данным исследования отношения россиян к бездомным, проведенного Фондом «Общественное мнение» (2013 г.), в спектре мотивов помощи такой категории нуждающихся доминируют этические соображения: «это проявление сострадания, милосердия, доброты» (21%), «люди должны помогать друг другу, помогать тем, кто нуждается в помощи» (18%), «если есть возможность помочь, нужно это делать» (5%), «люди помогают по



своим религиозным убеждениям» (3%). Вместе с тем присутствует мотив, связанный с реципрокностью ожиданий: «каждый может оказаться в такой ситуации» (4%) [«Положено помогать» ..., 2013]. Слабость выраженности подобной мотивации обусловлена, однако, тем, что риск бездомности, по сравнению с другими проявлениями социальной эксклюзии, например, бедности или безработицы, занимает существенно меньшее место в страхах россиян.

Авторское исследование практик благотворительности было сосредоточено на таких ее аспектах, как готовность к помощи, участие в соответствующих практиках, мотивация и формы такого участия. Данные нашего исследования так же, как и результаты общенациональных опросов, свидетельствуют о высокой степени готовности помогать незнакомым людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации: 67,7% опрошенных заявили, что готовы оказать помощь таким людям, однозначно не готовы лишь 7%, при этом четверть опрошенных затруднились ответить. Показатель готовности к благотворительности в объеме двух третей выборочной совокупности является достаточно высоким. При этом нужно учесть, что значительная доля уклонившихся от ответа при определенных условиях также может быть вовлечена в благотворительную деятельность.

Готовность к благотворительности несколько сильнее выражена среди сельских жителей (73,4%); жители городов с населением свыше 100 тыс. человек более сдержанны в данном вопросе (64,0%). Вполне объяснимо, что готовность к благотворительности слабее выражена у самых бедных – тем, кому «приходится отказывать себе абсолютно во всем» (59,4%). Однако лишь немногим сильнее выражена она у самых обеспеченных – тех, кто «может себе ни в чем не отказывать» (66,4%). Чаще всего такую готовность декларируют респонденты, которые «не могут купить квартиру, машину, но в остальном нужды не испытывают» (70,5%).

Крайне интересна связь готовности к благотворительности и декларируемой религиозности. Если среди респондентов, позиционирующих себя как верующих и «скорее верующих», выражают готовность к помощи незнакомым людям 71,5% и 71,0%, соответственно, то среди неверующих и «скорее неверующих» – 52,8% и 47,9%. Впрочем, в данном случае сложно говорить о каких-либо закономерностях в силу относительной немногочисленности респондентов, не склонных считать себя верующими (16,8%).

Очевидно, что существует ментальная предрасположенность к оказанию помощи – ценностный набор, напрямую влияющий на готовность к благотворительному поведению. Так, в одном из исследований Фонда «Общественное мнение» была установлена зависимость между субъективным ощущением счастья и частотой оказания помощи вне семейно-родственных связей: 57% респондентов с высоким уровнем личного счастья за последний год приходилось оказывать такую помощь; у тех, кто ощущал себя несчастливым, этот показатель был заметно ниже – 32% [Счастливые люди ..., 2018].

Что важно, декларируемая готовность к помощи незнакомым людям подтверждается реальными практиками, включенность в которые лишь ненамного ниже. Больше половины опрошенных (56,9%) оказывали помощь различного рода тем, кто в ней нуждался.

Самооценка собственной включенности в благотворительные практики немного выше у респондентов, проживающих в малых городах и поселках (64,1% из них приходилось помогать незнакомым людям). Среди жителей крупных городов значение данного показателя составило 54,1%. Сельские жители находятся в промежуточном положении с долей включенных в практики благотворительности – 58,9%. Самые обеспеченные респонденты, ранее выказавшие наименьшую готовность к оказанию помощи незнакомым людям, в данном случае оказались самыми активными благотворителями – среди них 61,6% приходилось оказывать такую помощь. Но разница со средним по выборке значением (56,9%) несущественна. Наиболее распространенными видами помощи являлись: денежная (53,9%), помощь вещами и продуктами (52,8%), донорство (11,6%), информационно-консультационная поддержка (10,9%). Некоторая разница в формах благотворительности прослеживается по возрастным группам. Так, респонденты 60 лет и старше чаще других оказывали помощь вещами и продуктами (38,5% против 30,6% по выборке в целом) и реже остальных – деньгами (26,2% против 31,2% по выборке в целом).



Была зафиксирована разница в приоритетах форм благотворительности среди социально-экономических групп. Интересно, что доля оказывавших денежную помощь среди самых бедных респондентов оказалась практически такой же, как и среди самых богатых (34,4% и 34,9%, соответственно). Можно предположить, что разница между ними могла быть в размерах пожертвований. А вот помощь вещами и продуктами в самой низкодоходной группе была самой редкой – о ней сказали лишь 15,6% опрошенных, тогда как в остальных группах доля вышеуказанной помощи варьирует в диапазоне 29–33%. Но в группе с самыми низкими доходами заметно выше доля оказывавших информационно-консультационную помощь нуждающимся (15,6% против 6,3% по выборке в целом). Опыт, приобретенный в борьбе с бедностью, люди делятся с братьями по несчастью, рассматривая его как значимый для других.

Ведущий мотив благотворительности, как показали результаты исследования, связан с реципрокностью ожиданий: 75,3% помогавших отметили, что ими двигало осознание того факта, что в подобной ситуации могут оказаться и они сами; 42,5% опрошенных руководствовались альтруистическими мотивами («мне просто приятно делать доброе дело»); 21,9% делали это, поскольку есть несложные механизмы оказания помощи и от них это не требует особых усилий; незначительная доля опрошенных – 3,3% – помогли под давлением руководства организации, и еще 3,1% – из соображений поддержания позитивного имиджа.

Реципрокность ожиданий несколько заметнее выражена в самой молодой когорте – 79,6% помогавших людям из этой группы указали данный мотив. Ниже всего данное значение – среди пожилых (70,7%). В средних возрастных группах значения практически одинаковы – 74,1% и 74,9%. В определенной мере такое распределение указывает на зависимость реципрокности ожиданий от горизонта будущего – чем он отдаленнее, тем в большей степени людям свойственна ориентация на длительную перспективу.

Прослеживается также некоторая зависимость выраженности реципрокности ожиданий от поселенческого статуса. Если 71,6% респондентов из крупных городов, оказывавших помощь, отметили данный мотив, то среди жителей малых городов и поселков – уже 82,1%. Среди сельских жителей этот показатель составил 78,4%. А если учесть, что разница включенности в практики благотворительности имела аналогичный характер, то приоритет данного мотива у жителей небольших населенных пунктов является безусловным.

Рассматривая разницу выраженности реципрокности ожиданий у разных социально-экономических групп, следует отметить ее относительную слабость у самых бедных респондентов – лишь 68,4% помогавших из этой группы отметили такой мотив. Объясняется это, по-видимому, тем, что бедным людям сложнее воспринимать жизненные тяготы как перспективу – они и так разделяют их в полной мере. Несколько сильнее, чем у остальных, реципрокность ожиданий выражена у тех, кто «не может купить квартиру, машину, но в остальном нужды не испытывает» (78,5%).

Выводы

В результате анализа комплекса социологических данных был выявлен достаточно высокий уровень готовности населения к благотворительной деятельности (две трети выборочной совокупности). Реальная включенность в соответствующие практики несколько ниже, но также является социальной нормой. Среди форм помощи незнакомым людям преобладают денежная помощь и помощь вещами и продуктами. Ведущий мотив благотворительности, как показали результаты исследования, связан с реципрокностью ожиданий: три четверти помогавших отметили, что ими двигало осознание того факта, что в подобной ситуации могут оказаться и они сами.

Доминирующую в благотворительных практиках мотивацию, связанную с реципрокностью ожиданий (перспектив), можно трактовать двояким образом. С одной стороны, ее приоритет среди других мотивов говорит о рационализации процесса благотворительности индивидуальным и массовым сознанием, «очищении» его от чистого альтруизма. Этот процесс можно оценивать по-разному, в том числе и как некий «торг» человека, оказывающего безвозмездную помощь, с Богом, судьбой и прочими силами, – как своего рода стра-



ховку на будущее. И выраженность данной мотивации может служить косвенным индикатором объективной неустойчивости положения и субъективной неуверенности в жизненной ситуации значительной части россиян. Но с другой стороны, значимость принципа реципрокности ожиданий в благотворительной деятельности свидетельствует и достаточно высоким уровне социальной эмпатии россиян, наличия у них чувства коллективной идентичности за пределами привычных кругов коммуникации.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ. Грант «Реципрокность в воспроизводстве практик взаимопомощи в местных сообществах» № 17-03-00196-ОГН.

Список литературы References

1. Барсукова С.Ю. 2004. Реципрокные взаимодействия. Сущность, функции, специфика. Социологические исследования, 9: 20-29.
Barsukova S.YU. 2004. Reciproknye vzaimodejstviya. Sushchnost', funkcii, specifika. Sociologicheskie issledovaniya, 9: 20-29. (In Russian)
2. Штейнберг 2004. И. Психология неэквивалентных обменов в сетях социальной поддержки городских и сельских семей. Вестник общественного мнения, 6 (74): 52-57.
Shtejnberg 2004. I. Psihologiya neekvivalentnyh obmenov v setyah social'noj podderzhki gorodskih i sel'skih semej. Vestnik obshchestvennogo mneniya, 6 (74): 52-57. (In Russian)
3. Stegbauer C. 2002. Reziprozität. Einführung in soziale Formen der Gegenseitigkeit. Wiesbaden, 127.
4. Крюков Н.П. 2003. Возрождение общественной и частной благотворительности в регионах. Журнал исследований социальной политики, 2: 272.
Kryukov N.P. 2003. Vozrozhdenie obshchestvennoj i chastnoj blagotvoritel'nosti v regionah. Zhurnal issledovaniy social'noj politiki, 2: 272. (In Russian)
5. Отношение к благотворительности и благотворителям. [Электронный ресурс]. URL: <http://soc.fom.ru/obshchestvo/11215/> (дата обращения: 25.04.2018).
Otnoshenie k blagotvoritel'nosti i blagotvoritelyam. Available at: <http://soc.fom.ru/obshchestvo/11215/> (accessed 25 April 2018). (In Russian)
6. Шабанова М. 2017. Традиционные и новые солидарности в пространстве потребительских благ и ресурсов. Социологические исследования, 8: 31-32.
Shabanova M. 2017. Tradicionnye i novye solidarnosti v prostranstve potrebitel'skih blag i resursov. Sociologicheskie issledovaniya, 8: 31-32. (In Russian)
7. О готовности помогать взрослым людям. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/TSennosti/12759> (дата обращения: 25.04.2018).
O gotovnosti pomogat' vzroslym lyudyam. Available at: <http://fom.ru/TSennosti/12759> (accessed 26 April 2018). (In Russian)
8. Волонтерство в России: сегодня и завтра. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116776> (дата обращения: 25.04.2018).
Volonterstvo v Rossii: segodnya i zavtra. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116776> (accessed 25 April 2018). (In Russian)
9. Алексеев Е.Г., Горшков И.Д. 2001. Фандрайзинг: мотивации потенциальных жертвователей. В кн. Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования. СПб., Лики России: 185-219.
Alekseev E.G., Gorshkov I.D. 2001. Fandrajzing: motivacii potencial'nyh zhertvovatelej. V kn. Blagotvoritel'nost' v Rossii. Social'nye i istoricheskie issledovaniya. SPb., Liki Rossii: 185-219. (In Russian)
10. «Положено помогать»: отношение россиян к бездомным. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/TSennosti/10893> (дата обращения: 25.04.2018).
«Polozheno pomogat'»: otnoshenie rossiyan k bezdomnym. Available at: <http://fom.ru/TSennosti/10893> (accessed 27 April 2018). (In Russian)
11. Счастливые люди чаще занимаются благотворительностью. [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/posts/13926> (дата обращения: 27.04.2018).
Schastlivye lyudi chashe zanimayutsya blagotvoritel'nostyu. Available at: <http://fom.ru/posts/13926> (accessed 27 April 2018). (In Russian)