Е.В. Темичева, соискатель кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: glin04@yandex.ru

ПРАКТИКА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ФОНДОВ В ЗЕРКАЛЕ РОССИЙСКИХ СМИ

Автор рассматривает практику отражения в российских СМИ деятельности благотворительных фондов, основываясь на данных исследования «Освещение институциональной благотворительности в российских СМИ (май—сентябрь 2011 года, исследовательская группа факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова). Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием практики благотворительности в России и лидирующей ролью в этом процессе профессиональных участников благотворительной деятельности — фондов. Тематика публикаций, их язык, жанры, ключевые послания, оценочный контекст позволяют сделать выводы о том, что проблематика институциональной благотворительности продолжает утверждать себя в российском медиапространстве, приумножаясь количественно, но пока не демонстрирует заметного качественного роста.

Ключевые слова: *благотворительность, благотворительный фонд, институциональная благотворительность, освещение благотворительности в СМИ, фонды помощи, контент-анализ СМИ.*

The article discusses the practice of reflection of charity foundations in the Russian media. This article is based on data from the study «Lighting of institutional philanthropy in the Russian mass media», conducted by the Moscow State University, Faculty of journalism Research group in May—September 2011 (commissioned by Russian Donors Forum). The urgency of research due to the rapid development of the practice of charity in Russia and the leading role in this process of professional participants of charitable activities — non-profit organizations. Media-image components of the charity foundations identified by the study — subjects of publications, their language, genres, key messages, the estimated context — allow to draw conclusions: the problems of institutional philanthropy continues to assert itself in the Russian media space, increasing in quantity, but so far remained at the initial level of accumulation of information.

Key words: *charity, philanthropy, charity foundation, institutional philanthropy, coverage of philanthropy in the media, aid funds, content analysis of media.*

Благотворительность — универсальная общечеловеческая ценность, один из важнейших атрибутов гражданского общества. Она позволяет обществу обслуживать свои интересы напрямую, без посредничества государства. Когда-то широко представленная в прессе, затем надолго утраченная, благотворительная деятельность только в последние годы по-настоящему возвращается в нашу жизнь и в средства массовой информации.

Несмотря на довольно непродолжительный по сравнению с историческим наследием период новейшей отечественной благотвори-

тельности, интенсивность происходящих процессов в этой сфере общественной жизни сегодня очень высока. К сожалению, медиаконтент пока не во всем поспевает за этим стремительным процессом, следствием чего является неполная или искаженная информационная картина благотворительной деятельности, представляемая аудитории СМИ. Результаты исследования «Освещение институциональной благотворительности в российских средствах массовой информации», проведенного в 2011 году исследовательской группой факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, подтверждают актуальность научного изучения этого явления и соответствующей практики СМИ — как для повышения эффективности и профессионализма СМИ, так и для развития в России благотворительности как явления.

Становление благотворительности как социокультурной ценности

В самом общем виде благотворительность — оказание безвозмездной помощи. Это деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распространяются их обладателями в целях содействия нуждающимся людям, а также для решения общественных проблем и усовершенствования условий общественной жизни.

Благотворительность в развитом обществе является одним из важнейших элементов социальной политики в ее современном толковании.

Принципиальное отличие концепции «социального государства», которую разделяют все развитые страны, изложенной в трудах Лоренца фон Штейна [Штейн, 1872], Карла Гуннара Мюрдаля [Myrdal, 1930], Уильяма Бевериджа [Beveridge, 1942] и других, а затем получившая развитие в исследованиях Н. Бердяева[1], И. Валлерстайна[2], Э. Гидденса[3], П.И. Новгородцева [Новгородцев, 1996], Р. Дарендорфа[4] и других, состоит в том, что социальная политика не сводится лишь к отдельной узкой функции государства, направленной только на социальную защиту и обеспечение уязвимых групп граждан. Ее сущность видится в регулировании государством всего комплекса универсальных социальных отношений, складывающихся в обществе, и в обеспечении условий для полноценного развития всех социальных групп и граждан общества. При этом одним из условий осуществления функций социального государства является демонополизация социальной сферы. Именно в этом современные по-

[1] См.: *Бердяев Н.А.* Судьба России: Соч. М.: АСТ, 2005.

[2] См.: *Валлерстайн И.* Конец знакомого мира. М.: Логос, 2003.

[3] См.: *Гидденс Э.* Социология. М.: УРСС, 2005.

[4] См.: *Дарендорф Р.* От социального государства к цивилизованному обществу // Полис (Политические исследования). 1993. № 5.

литологи — такие, как английский историк и политолог Дэвид Грин, — видят ключ к формированию эффективного гражданского общества[5]. Кроме государства субъектами социальной политики являются гражданские институты, которым государство делегирует широкий спектр функций, — и социальное обеспечение, и социальную защиту, и социальное развитие. Без явления благотворительности осуществление этих функций общественными структурами было бы невозможным.

Анализ феномена благотворительности как социально-культурного и социально-экономического явления до 1917 года был предпринят такими отечественными философами, как Н.А. Бердяев[6], Н.О. Лосский[7], В.С. Соловьев[8], П.Г. Мижуев [Мижуев, 1902], С.К. Гогель [Гогель, 1908], Е.Д. Максимов[9] и другими После значительного перерыва благотворительность вновь становится популярной темой философских и научных изысканий. В 1990-е годы выходит ряд изданий, в которых благотворительность рассматривается как историко-культурный феномен [Нещеретный, 1993; Темникова, 1996; Афанасьев, Соколов, 1998; Бобровников, 2000]. Только за последние несколько лет проведены десятки социологических исследований, посвященные различным аспектам благотворительной деятельности [Мерсиянова, Якобсон, 2010][10].

В российском обществе благотворительность имеет глубокие исторические корни [Фомин, 2009]. Частная и организованная благотворительность, зародившаяся, по мнению многих исследователей, еще в Древней Руси[11], получившая системное распространение во второй половине XVIII века, на рубеже XIX—XX веков переживала пик своего развития. Тогда на каждые 100 тыс. жителей

---

[5] См.: *Грин Д.* Возвращение в гражданское общество. Социальное обеспечение без участия государства. М.: Новое издательство, 2009.

[6] См.: *Бердяев Н.А.* Указ. соч.

[7] См.: *Лосский Н.О.* Условия абсолютного добра. М.: Политиздат, 1991.

[8] См.: *Соловьев В.С.* Духовные основы жизни // Собр. соч. Т. 3. Брюссель: Жизнь с Богом, 1966.См.:

[9] *Максимов Е.Д.* Очерки частной благотворительности в России // Трудовая помощь. 1897. № 2.

[10] Наиболее комплексные из них: Меценатство или благотворительность. Исследовательский холдинг «Ромир», онлайн-омнибус, март 2011 г. URL: http://www.romir.ru/news/res_results/767.html; Общественная поддержка НКО в российских регионах: проблемы и перспективы. Исследовательская группа ЦИРКОН, июль 2010 г. URL: http://www.zircon.ru/russian/publication/5_4.htm; Благотворительность и бизнес. Служба исследований HeadHunter, май 2011 г. URL: http://hh.ru/article.xml?articleId=2182; Благотворительность Онлайн маркетинговые исследования InResearch. URL: http://inrs.ru/news/39-1

[11] Зарождение благотворительности в Киевской Руси связывается с принятием христианства. Киевский князь Владимир Уставом 996 г. официально вменил в обязанность духовенству заниматься общественным призрением, определив десятину на содержание монастырей, церквей, богаделен и больниц.

европейской части России приходилось 6 благотворительных учреждений. Всего в 1902 году в Российской империи было зарегистрировано более 11 тыс. благотворительных учреждений[12]. Именно тогда развивали свою деятельность Морозов, Третьяков, Абрамцев и другие известные меценаты. В это время в России «выходили десятки, сотни изданий, прямо обращавшихся к благотворительной тематике. Это были очень разные издания — от специализированных журналов до одноразовых листков, сопровождавших особые акции помощи»[13]. Как отмечает в своем исследовании «Нищенство и благотворительность в России» А. Горчева, «трудно себе представить любой российский журнал или газету XIX века, в которой не было бы постоянной рубрики "Благотворительность"» [Горчева, 1999, с. 130—131].

Традиция была прервана революцией 1917 года — все средства общественных и частных благотворительных организаций были национализированы, сами организации упразднены, а благотворительная деятельность перестала существовать[14].

В Новейшее время слово «благотворительный» появилось на волне перестройки. В 1990 году был принят Закон СССР «Об общественных объединениях», который признал участие в благотворительной деятельности одной из целей создания общественного объединения.

В современном российском обществе благотворительность еще не успела стать национальной традицией, как это было раньше. Тем не менее, по оценкам экспертов, благотворительный сектор в России переживает настоящий бум.

Благотворительные организации находят свою информационную нишу

Благотворительные организации аккумулируют ресурсы — как денежные, материальные, так и добровольческие — для решения острых социальных проблем, где особенно не хватает государственных усилий. Наиболее распространенной юридической формой

---

[12] Данные приводятся по: *Вечерина Е.А.* Из истории благотворительности в России // Некоммерческие организации в России. 2001. № 2.

[13] *Фролова Т.И.* Российская пресса и благотворительность в культурно-исторической перспективе // Благотворительность и СМИ: Информационный бюллетень. М.: Агентство социальной информации, 2005. С. 7.

[14] «Благотворительность представляет собой явление, свойственное лишь классовому обществу... постоянным и неизбежным явлением благотворительность оказывается в капиталистическом обществе, социальная структура которого обуславливает хроническое пребывание определенной части общества в состоянии бедности и нищеты. Именно поэтому при капитализме в наиболее ярком виде проявляется социальная сущность благотворительности» (Большая советская энциклопедия. М., 1972, с. 55).

деятельности благотворительных организаций является благотворительный фонд[15].

Осенью 2011 года Форум Доноров (ФД) — коалиция благотворительных грантодающих организаций России — выпустил первый Доклад о состоянии институциональной благотворительности в РФ[16]. В нем выделено 5 видов благотворительных фондов, которые на настоящий момент являются наиболее развитыми и перспективными профессиональными донорами. Это *частные фонды* (учрежденные на средства частного лица или семьи); *корпоративные фонды* (учрежденные компаниями); *фонды местного сообщества* (фонды, созданные и действующие на ограниченной географической территории (город, область); *фонды целевого капитала* (организации, обладающие собранным посредством внесения пожертвований капиталом, который инвестируется, и лишь доход от него направляется на цели, определенные при создании капитала); *фонды помощи* (опираются на массовый сбор частных пожертвований[17], их деятельность связана с оказанием адресной помощи определенной целевой группе — чаще всего тяжело больным людям на проведение срочных операций).

Еще лет 5—10 назад в СМИ лидерами среди субъектов социальной деятельности с большим отрывом от «конкурентов» были государственные учреждения. После проведения в 2006 году Года благотворительности благотворительные организации начали выходить из информационной тени. Мониторинг, проведенный Информационным центром «Благотворительность в России» по результатам года, зарегистрировал рост информационного поля в 2006 году по сравнению с 2005 годом почти на 40%[18].

Как же сегодня отражается деятельность благотворительных фондов в СМИ?

В мае—сентябре 2011 года по заказу ФД исследовательская группа факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова под руководством канд. филол. наук, доцента Т.И. Фроловой провела исследование «Освещение институциональной благотворительности в российских средствах массовой информации»[19].

---

[15] См.: *Бахмин В.* О фондах в России. М.: Логос, 2004.

[16] Доклад о состоянии институциональной благотворительности в России. 2011. М.: Форум Доноров, 2011 (далее — Доклад).

[17] По данным мониторинга публичных мероприятий фондов помощи, проведенного фондом «Кто, если не Я?», средний объем привлеченных средств на одно мероприятие в 2010 году составил 1,5—2,5 млн руб.

[18] Отчет Информационного центра «Благотворительность в Росси» за 2005—2006 годы. URL: http://donorsforum.ru/projects/philantropy/

[19] Период исследования: сентябрь 2010 — август 2011 г. Стартовая выборка, сформированная по базе «Интергрума», составила 4397 источников. Для проведения качественного анализа публикаций о конкретных видах фондов из общего

Один из самых значимых выводов исследования — количество публикаций о благотворительности и благотворительных фондах за последние годы значительно возросло. Основываясь на результатах мониторинга 2008 года[20], можно констатировать, что за 3,5 года количество публикаций о благотворительности выросло на 61,6%!

Типология СМИ: благотворительность уходит в Интернет

Согласно данным контент-анализа СМИ 2010—2011 годов, проведенного группой Т.И. Фроловой, больше всего текстов с упоминанием благотворительных фондов публикуется в Интернете (40%) и прессе (37%), на долю информационных агентств приходится 18% и всего 5% — на радио и телевидение.

Последние несколько лет внимание к благотворительности со стороны Интернета неуклонно растет (в 2008 году его доля в общем объеме текстов составляла 29%). Это связано как с развитием интернет-медиа, так и с более активным *использованием благотворительными фондами интернет-технологий*. В этом особенно преуспели фонды помощи. Практически у всех фондов помощи сайт организации является вспомогательным (а для ряда и основным) ресурсом для сбора средств, использующим технологии интернет-платежей.

В последние годы появились также *специализированные интернет-ресурсы, аккумулирующие информацию о благотворительных фондах* и предоставляющие для пользователей возможность выбора не только адресата помощи, вида помощи, но и структуры-посредника. Такими ресурсами являются, например, сайт благотворительного собрания «Все вместе» (www.wse-wmeste.ru); ресурс CAF Россия Благо.ру (www.blago.ru), ресурс Союза благотворительных организаций России Мосблаго.ру.

Стали активно развиваться и *благотворительные проекты в Интернете, направленные на сбор средств для оказания срочной адресной помощи в сфере здоровья, с участием традиционных и электронных СМИ*. Как правило, в таких проектах «журналистской» составляющей, то есть профессиональным журналистским текстам, посвященным нуждающимся в помощи, отводится главенствующая роль. Прочитав их, потенциальный донор должен принять решение

числа найденных документов с упоминанием фондов была выделена репрезентативная группа источников из 56 СМИ разных типов (газеты, журналы, информационные агентства, интернет-СМИ, федеральные ТВ-каналы, федеральные радиоканалы, региональная пресса). Общее количество документов этой группы составило 835 текстов, из них 40% — тексты со случайными упоминаниями.

[20] Мониторинг проведен в 2008 году по заказу Форума Доноров Информационным центром «Благотворительность в России» (Инфоблаго.ру). Стартовая выборка, сформированная по базе «Интегрума», составила 4600 источников.

о перечислении пожертвования или оказания другого вида помощи. Эту технологию первым успешно применил в 1996 году Российский фонд помощи (РФП, Русфонд) Издательского дома «Коммерсантъ» — первый российский фонд помощи, до сих пор являющийся лидером по объему собираемых средств.

Наконец, стали появляться *новые специализированные интернет-СМИ, посвященные благотворительности*. Так, в Докладе Форума Доноров титул «СМИ года» получил новый электронный журнал «Филантроп» (http://philanthropy.ru/). Это онлайн-проект российского отделения Международного благотворительного фонда Charities Aid Foundation (CAF Россия), запущенный в 2010 году. Более 15 лет CAF Россия издает печатный журнал «Деньги и благотворительность». «Онлайн-проект philanthropy.ru не дублирует его, а как минимум дополняет, — рассказывает Матвей Масальцев, главный редактор изданий "Деньги и благотворительность" и "Филантроп", в программной статье CAF Россия об открытии ресурса. — Если печатное издание ориентировано на профессиональное сообщество, то интернет-СМИ — на всех интересующихся темой благотворительности. Более того, мы надеемся, что "Филантроп" станет площадкой для открытой дискуссии и обмена идеями»[21].

Увеличение доли материалов о благотворительности в Интернете с 2008 года произошло за счет ее уменьшения в печатных СМИ. Хотя пресса и остается на втором месте по освещению благотворительной тематики среди всех типов СМИ, такой показатель говорит о том, что традиционные медиа менее поворотливы в смысле обновления контента.

Однако в абсолютных показателях количество материалов в печатных изданиях о благотворительности значительно увеличивается. Интересен тот факт, что количество материалов о благотворительных фондах в региональной прессе сегодня вдвое превышает показатели федеральной прессы. Впервые региональная пресса опередила федеральную в 2007 году, и с тех пор эта тенденция только набирает обороты.

В секторе информационных агентств за 5 лет наблюдается количественная стагнация. Возможно, 18% — это и есть та объемная ниша, которая должна отводиться в этом тематическом сегменте ИА. Однако надо учитывать, что эти 18% включают в себя также информацию о деятельности зарубежных благотворительных фондов, причем именно ИА по сравнению с другими типами СМИ чаще всего и пишут о зарубежных фондах. При этом нельзя не отметить, что функции оперативного информирования о благотво-

[21] «Филантроп» расставляет сети // Новости CAF Россия. 12.04.2010. URL: http://www.cafrussia.ru/news/354/

рительной деятельности во многом переходят к Интернету. Новых специализированных именно информационных агентств не появляется — практически единственным профессионально ведущим тему благотворительности на федеральном уровне остается Агентство социальной информации (АСИ).

Не изменилась с 2008 года в общем объеме журналистских текстов и 5%-я доля репортажей о благотворительных фондах на ТВ и радио. Руководители каналов объясняют это «нерентабельностью» темы. «Когда ты делаешь передачу, посвященную благотворительности, если это не касается каких-то скандальных историй, то ты четко понимаешь, что ты очень сильно сужаешь аудиторию своего канала, что противоречит самой идее менеджмента СМИ» (*Радик Батыршин, председатель МТРК «МИР»*)[22].

Однако успешный опыт тех единичных специализированных программ, которые сегодня существуют в эфире («В круге СВЕТА» на «Эхо Москвы», «Азбука благотворительности» на МТРК «Мир», «Адреса милосердия» на радио «Маяк»), свидетельствует об обратном. Аудитории каналов тема интересна, последующее обсуждение в блогах затрагиваемых в программах вопросов выходит живым и глубоким. Так в чем же дело? В отсутствии «политической» редакторской воли? Мне представляется, что главными препятствиями на пути завоевания эфира благотворительной тематикой являются низкая квалификация и заинтересованность журналистов в этой теме и вытекающая из этого скудость форматов. Когда Первый канал силами своих ведущих-«звезд» проводит благотворительный аукцион в пользу больных детей, это собирает рекордные аудитории. Когда в формате новостей на том же канале появляется «говорящая голова», представляющая один из благотворительных фондов, рассуждающая о системе онкологической помощи, это вряд ли вызовет большой интерес зрителей. Между этими двумя форматами пока — незаполненная пропасть.

Информационные поводы для публикаций: фактор известности

Если благотворительные фонды становятся объектами публикаций, то, согласно данным контент-анализа 2011 года, в 64% случаев это связано с разного рода мероприятиями: в 42% — инициированными самими фондами (благотворительными акциями, конференциями, презентациями, запуском новых конкурсов и пр.), в 22% — теми, в которых фонд выступал в качестве участника. На третьем месте среди информационных поводов (17%) — сопричастность деятельности фонда известного лица (актера, теле-

[22] Доклад. С. 44.

ведущего, политика, бизнесмена, спортсмена и т.д.). На все иные информационные поводы (законодательное регулирование благотворительной деятельности и заявления официальных лиц, скандалы, появление новых фондов и др.) приходится менее 20%.

С одной стороны, событийность информационных поводов говорит о том, что благотворительные фонды становятся полноценными ньюсмейкерами для медиа. Но если разобраться, то выяснится, что информация о деятельности фондов становилась достоянием общества почти исключительно в связи с мероприятиями и акциями, организованными известными фондами (такими, как «Подари жизнь», «Линия жизни», Фонд помощи хосписам «Вера»), а также в связи с участием в них известных лиц.

В целом все выявленные инфоповоды, как правило, носят событийный характер и ведут к освещению внешней, «явленческой» стороны деятельности фондов. Вся «толща» информации, накопленная фондами в процессе их деятельности и нуждающаяся в публичном обсуждении, при таком подходе остается в информационной тени.

Тематика публикаций: все о практике, ничего о мотивах

Больше всего журналистских текстов во всех СМИ за исследуемый период было посвящено практике функционирования благотворительных фондов (кому помогают, куда обратиться, кому жертвовать и прочее), включая «назывные» тексты, где фонды только называются. Во вторую очередь писали на тему необходимости предоставления срочной помощи нуждающимся. На третьем месте — освещение участия компаний в благотворительности (16%), но это произошло за счет региональных изданий (49,9%) и информагентств (20,8%), в журналах и на радио таких текстов не было вовсе.

Доля таких аспектов, как условия деятельности благотворительных фондов, этика, факторы участия личности и социальных групп в благотворительности, в тематике благотворительности невелика. Наблюдаются тематическое однообразие и тематический дисбаланс. Серьезной, глубокой аналитики, позволяющей определить точки роста, выявить ресурсы эффективности, обратить внимание общества и государства на проблемы сектора, в СМИ крайне мало, несмотря на большую потребность в ней. Фактически информационно фонды «варятся в собственном соку»: названные проблемы хорошо известны и активно обсуждаются в самом секторе, но эта информация не достигает публичной сферы и не вовлекает общество в решение проблем, оставляя ему роль пассивного участника.

Контекст «сохраняет нейтралитет»

Преобладающий оценочный контекст публикаций о благотворительных фондах — нейтральный (80,6%), в 15,8% текстов — позитивный или смешанный и лишь в 3,6% текстов — негативный. Негативный контекст содержался в тех материалах, которые рассказывали о скандалах, связанных с недобросовестностью благотворительных организаций и неэффективностью их работы. Ярко окрашенный позитивный и смешанный контексты встретились только на радио «Эхо Москвы», причем смешанный контекст, который представляет проблемы и с позитивной и с негативной стороны одновременно, встретился только в общественно-политических программах (в частности программе «В круге СВЕТА»), а также в «Новой газете» и ряде интервью.

Современный медиаобраз благотворительных фондов в СМИ

Преобладание событийных инфоповодов связано с концентрацией внимания на текущей, повседневной стороне жизни фондов, констатацией фактов в нейтральном оценочном ключе, абсолютном преобладании информационных жанровых моделей, подчеркивании полезности конкретных действий как основного идейного послания. Такая информационная модель явления (медиаобраз) свидетельствует о том, что проблематика институциональной благотворительности продолжает утверждать себя в медиапространстве, «набирать вес», укрепляться в общественном сознании. Она приумножается количественно, но пока не показывает кардинальных качественных изменений.

Выделились явные лидеры темы, которые ведут ее качественно и планомерно: АСИ и «Коммерсантъ», опережая общие темпы развития; своя колея — у интернет-СМИ; значительна доля текстов, где поддерживается идея необходимости благотворительности для общества в целом; некоторые фонды благодаря СМИ прочно обосновались в информационной повестке; наконец, общая позитивная тональность исследуемых текстов привлекательна на фоне всеобщего критицизма и бессодержательности сегодняшнего контента СМИ.

Но в то же время для выявленного медиаобраза характерны и такие черты, как общая содержательная неполнота, выражающаяся в тематической односторонности, однообразии информационных поводов, чрезмерной объективации (эмоциональной сухости) информации, жанровой несбалансированности, неразвитости ключевых посланий.

С одной стороны, приходится признать, что сегодняшняя модель еще далеко не соответствует идеальной, и поэтому в целом практика СМИ вызывает критические оценки. Хотя позитивные изменения налицо, но пока они более количественные, чем качественные, а внутри качественных — более точечные, чем системные. Нельзя не признать, что публикаций о благотворительности в целом стало больше, и при всей их односторонности старания профессиональных участников благотворительного сектора все же становятся известны аудитории, что постепенно формирует в обществе филантропическое сознание и культуру действия. Проблема в том, что с использованием других информационных стратегий этот процесс мог бы быть более эффективным.

Согласно исследованию CAF Россия, проведенному в сентябре 2010 года, Россия занимает далеко не почетное 138-е место среди 153 стран в мировом рейтинге благотворительности[23]. Это связано, в частности, и с неразвитостью практики обращения граждан к благотворительным институтам. Ключевая проблема на пути преодоления недоверия к благотворительным фондам — повышение информированности граждан об их деятельности — пока не решена. От того, насколько СМИ осознанно будут обращаться к этой теме и какие качественно новые форматы подачи информации найдут, без преувеличения зависит судьба российского благотворительного сектора и реализация идей социального государства.

Список литературы

Афанасьев В.Г., Соколов А.Р. Благотворительность в России: историографические аспекты проблемы. СПб., 1998.

Бобровников В.Г. Благотворительность и призрение в России. Волгоград: Волг. ГТУ, 2000.

Гогель С.К. Объединение и взаимодействие частной и общественной благотворительности. СПб., 1908.

Горчева А.Ю. Нищенство и благотворительность в России. Российский журнал как источник сведений о социальных приоритетах общества. М.: Духовное возрождение, 1999.

Куприна В.А. Развитие благотворительности в начале 90-х годов XX века // Национальные проекты и социальное образование. Опыт и проблемы подготовки кадров для социальной сферы. Приложение к журналу «Социальная политика и социология»: Сб. матер. VI Всеросс. социально-педагогического конгресса 6—7 июня 2006 года / Под общ. ред. академика РАН В.И. Жукова. М.: Агентство «Социальный проект», 2006.

Мерсиянова И.В., Якобсон Л.И. Потенциал и пути развития филантропии в России. М.: Гос. ун-т—Высшая школа экономики, 2010.

[23] Россия заняла 138-е место в мировом рейтинге благотворительности. CAF Россия. URL: http://www.dp.ru/a/2010/09/22/Rossija_zanjala_138e_mesto

Мижуев П.Г. Очерки благотворительности в Америке. СПб., 1902.

Нещеретный П.И. Исторические корни и традиции развития благотворительности в России. М.: Союз, 1993.

Новгородцев П.И. Кризис современного правосознания. М.: Наука, 1996.

Темникова Л.А. Благотворительность в контексте духовного развития общества. Калуга: КГПУ, 1996.

Фомин Э.А. Благотворительность как социокультурный феномен в России. СПб.: Питер, 2009.

Штейн Лоренц фон. История социального движения Франции с 1789 г. СПб.: Тип. А.М. Котомина, 1872.

Beveridge W. Social Insurance and Allied Services. London, 1942.

Myrdal G. The Political Element in the Development of Economic Theory. Cambridge, 1954.

Поступила в редакцию
02.02.2012