



ЭНДАУМЕНТЫ. 20 ЛЕТ В ПУБЛИЧНОМ ПОЛЕ (2006–2025)

Исследование подготовлено
Исследовательской группой ЦИРКОН

Москва
2026

Э640 Эндаументы. 20 лет в публичном поле (2006–2025). — М.: ДПК Пресс, 2026. — 84 с., ил.

ISBN 978-5-91976-306-2

Материал посвящен информационному освещению темы целевых капиталов за 20 лет: с 2006 по 2025 годы. Авторы анализируют, как менялся интерес СМИ и общества к эндаументам, как трансформировались ключевые вопросы, тональность и содержание сообщений, а также состав ключевых спикеров.

Исследование будет полезно руководителям и командам фондов целевых капиталов, организациям, рассматривающим создание целевого капитала, донорам, управляющим компаниям, экспертам и всем, кто интересуется стратегиями обеспечения финансовой устойчивости. Оно поможет увидеть текущее положение конкретного целевого капитала и темы в целом в медиаполе и выявить неиспользованный потенциал для коммуникации.



Благотворительный фонд
Владимира Потанина, 2026

© Благотворительный фонд
Владимира Потанина, 2026
© Исследовательская группа ЦИРКОН

Данное произведение распространяется по лицензии Creative Commons «Attribution-NonCommercial-NoDerivatives» («Атрибуция — Некоммерческое использование — Без производных произведений») 4.0 Всемирная.

© Издательство «ДПК Пресс», 2026

ISBN 978-5-91976-306-2

СОДЕРЖАНИЕ

Вводное слово	5	
Цель исследования	6	6 Введение
Методология	6	
Как читать настоящий отчет?	7	
		8 Резюме
Глава 1. Базовые показатели динамики темы	11	
Какие СМИ пишут об эндаументах	13	13 Глава 2. Источники информации об эндаументах в СМИ
В каком формате пишут СМИ об эндаументах	18	
Период 2006–2015 гг.	20	20 Глава 3. Как представлен рынок целевых капиталов в медиа?
Период 2016–2025 гг.	21	
Тональность упоминания эндаументов в СМИ	25	25 Глава 4. Динамика главных информационных поводов
Типы информационных поводов об эндаументах в СМИ	27	
Ключевые медиасобытия за 20 лет	40	
Ключевые российские эндаумент-фонды в повестке СМИ	43	43 Глава 5. Кто двигает повестку в медиа?
Ключевые эксперты по теме эндаументов в России	44	
Методология определения именованных сущностей	45	45 Глава 6. О чем чаще всего пишут СМИ?
Ключевые слова в публикациях СМИ	45	
Ключевые акторы повестки целевых капиталов в СМИ	50	
Подход к анализу ключевых тем рынка эндаументов	57	57 Глава 7. Какие главные темы рынка эндаументов обсуждаются в СМИ?
Ключевые темы за 20 лет в СМИ	58	
		61 Заключение
Приложения	63	

ВВОДНОЕ СЛОВО

За 20 лет эндаумент-фонды прошли путь от экспериментального механизма до признанного инструмента устойчивости. В начале 2000-х годов СМИ объясняли, что такое целевой капитал и как его создать. Сегодня фокус сместился на реальные результаты: как целевой капитал становится обязательным инструментом развития, как помогает реализовывать миссии организаций и инновационные проекты и обеспечить их долгосрочную устойчивость. Рынок стал более зрелым, и фонды целевого капитала выступают заметными игроками.

Для Фонда Потанина тема целевых капиталов остается в зоне внимания с момента разработки и принятия одноименного закона в 2006 году. Мы убеждены, что информационная открытость, прозрачность механизма и правильный язык коммуникации могут сыграть ключевую роль для формирования и развития эндаументов во всех сферах.

Исследованием «Эндаументы. 20 лет в публичном поле (2006–2025)» мы совместно с Исследовательской группой ЦИРКОН подводим своеобразный итог освещения темы в СМИ и предлагаем читателям проследить происходившие изменения форматов, повестки, составов ключевых спикеров. Отчет показывает, как трансформировалось отношение медиа и общества к эндаументам, какие барьеры мешают их развитию и как сделать «вечный капитал» более востребованным.

Мы убеждены, что анализ информационного поля — важный шаг к укреплению доверия к целевым капиталам. Когда инструмент становится видимым и понятным для общества, расширяется круг потенциальных доноров, готовых использовать его для формирования «отдаленного будущего», чтобы организации сфер образования, культуры и НКО могли стабильно развиваться, становиться более профессиональными и реализовывать долгосрочные или инновационные инициативы.

Настоящее исследование будет полезно руководителям и командам фондов целевых капиталов, организациям, рассматривающим создание целевого капитала, донорам, управляющим компаниям, экспертам и всем, кто интересуется стратегиями обеспечения финансовой устойчивости. Оно поможет оценить место конкретного целевого капитала в медиапространстве, понять, как выстраивать коммуникации с разными целевыми аудиториями, какие практики работают лучше всего. Анализ представленности в СМИ позволит увидеть не только текущее положение, но и выявить неиспользованный потенциал для коммуникации.

ВВЕДЕНИЕ

Настоящий отчет представляет результаты исследования «Эндаументы. 20 лет в публичном поле (2006–2025)» о представленности темы эндаументов в российских СМИ. В рамках исследования был реализован комплексный подход, сочетающий качественные и количественные методы анализа сообщений СМИ.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования — определить, как представлены деятельность фондов целевых капиталов и тема целевых капиталов (эндаументов) в целом в материалах российских СМИ с момента начала обсуждения закона о порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций в 2006 году по настоящее время (2025 год).

МЕТОДОЛОГИЯ

В рамках исследования был проведен анализ сообщений из российских СМИ, содержащих информацию об эндаументах. Сбор данных осуществлялся с использованием системы мониторинга СМИ и социальных медиа «Медialogия», которая агрегирует публикации из различных источников. Поиск релевантных материалов осуществлялся по ключевым словам: **эндаументы, целевые капиталы, фонды целевых капиталов, эндаумент-фонды.**

Временной интервал анализа — с 1 января 2006 года по 31 декабря 2025 года.

Формирование выборки текстов состояло из нескольких этапов отбора. Изначально генеральная совокупность текстов составила 45 716 сообщений (отобранных по вышеуказанным ключевым словам). На этапе фильтрации были исключены публикации, не относящиеся к СМИ и сетевым изданиям, а также тематически нерелевантные материалы. **Итоговый массив составил 32 464 сообщения**, из них:

- 29 % (9 471 сообщение) посвящены эндаументам как основной теме,
- 71 % (22 993 сообщения) содержали лишь эпизодические упоминания об эндаументах.

Тексты СМИ анализировались с помощью следующих методов:

- **контент-анализ** (подсчет выделенных тем и категорий в корпусе текстов),
- **формальный анализ** (выделение ключевых слов и частотных характеристик),
- **тематическое моделирование** (выявление основных тем и их взаимосвязей),
- **сетевой анализ** (определение тем в корпусе текстов через оценку частоты отдельных слов и их встречаемости).

Такой комплексный подход позволил не только выявить количественные и качественные характеристики освещения темы, но и проанализировать динамику развития темы целевых капиталов в медиа на протяжении рассматриваемого периода.

КАК ЧИТАТЬ НАСТОЯЩИЙ ОТЧЕТ?

Структура отчета поэтапно раскрывает отдельные аспекты присутствия темы эндаументов в российских СМИ.

В [Главе 1](#) представлены базовые показатели динамики темы (количество сообщений, роль повестки эндаументов в публикациях). В [Главе 2](#) мы систематизировали основные источники информации об эндаументах. Далее рассмотрели, как рост и развитие рынка эндаумент-фондов отражались в медиа на протяжении двух десятилетий (см. [Главу 3](#)), и проиллюстрировали (см. [Главу 4](#)) конкретными событиями, которые были наиболее заметны на разных этапах развития темы (ключевые медиасобытия за 20 лет — [тут](#)). В [Главе 5](#) рассказали об экспертах и организациях, которые продвигали тему целевых капиталов в СМИ. Результаты формального анализа, которые позволяют под другим углом посмотреть на медиадискурс об эндаументах, раскрыты в [Главах 6](#) (ключевые слова, персоны и организации) и [7](#) (ключевые темы).

В приложениях представлены: [таймлайн основных медиасобытий](#), [ключевые слова в публикациях СМИ](#), [ключевые слова в выделенных темах повестки об эндаументах в СМИ](#).

За два десятилетия тема эндаументов в России прошла путь от нового и неизвестного финансового инструмента до важной темы обсуждения в контексте обеспечения устойчивости некоммерческих организаций, что отражает путь развития российского рынка целевых капиталов.

Всего за 2006–2025 гг. было опубликовано **32 464 сообщения**, из которых 9 471 (29 %) напрямую посвящены целевым капиталам. Несмотря на значительный объем материалов, **эндаументы остаются нишевой темой**: их доля в публикациях о некоммерческом секторе не превышает 1 %.

Проведенный анализ демонстрирует стабильный рост интереса к эндаументам в российских медиа: за 20 лет было зафиксировано **21 903 информационных повода**, освещенных **2 800 источниками**, а экспертные комментарии оставили порядка 269 специалистов из разных областей. Однако **устойчивый интерес к теме целевых капиталов сформировался у узкого пула СМИ**: Агентство социальной информации (АСИ), ТАСС, РИА «Новости», «Ведомости», «Российская газета», «Прайм», Forbes, «Коммерсантъ», РБК и другие. Тональность освещения темы эндаументов в СМИ при этом преимущественно позитивная (61 %), нейтральные сообщения составляют 37 %, негативные — лишь 2 %.

Географическая и тематическая концентрация медиаповестки отражает реальные дисбалансы рынка эндаументов: 52 % всех публикаций созданы московскими изданиями, а основное внимание уделяется эндаументам в сфере образования и науки. Именно целевые капиталы при университетах (МГИМО, МФТИ, МИСИС, ТГУ и др.) наиболее активно освещаются в СМИ за весь рассматриваемый период. Эндаументы в сфере благотворительности и филантропии являются второй по уровню «медийности» сферой. При этом ее представленность активно растет — объем публикаций о благотворительных ФЦК вырос в 5 раз по сравнению с прошлым десятилетием, во многом благодаря активности Благотворительного фонда Владимира Потанина, Фонда целевого капитала «Истоки» и Фонда Андрея Первозванного. Третье место по медийности занимают эндаументы в культурной сфере — освещается деятельность ФЦК при Эрмитаже, Третьяковской галерее, музее-заповеднике «Петергоф». Наконец, с 2022 года набирает обороты тема территориального развития — к концу рассматриваемого периода почти 30 % публикаций были посвящены эндаументам местных сообществ, среди которых особенно выделяются ФЦК «Наш Норильск», «Кольский» и «Добрянка».

За два десятилетия медиадискурс об эндаументах претерпел значительную эволюцию. Если в 2006–2015 гг. СМИ в основном объясняли, что такое эндаументы, как их создать, и активно ссылались на зарубежный опыт и новые законодательные инициативы, то в 2016–2025 гг. акцент сместился на результаты деятельности эндаументов. Теперь медиафокус направлен на то, как доходы эндаументов финансируют проекты, поддерживают устойчивость организаций и помогают реализовывать их миссии.

Таблица 1

Период	Ключевые темы в СМИ
2006–2010	Становление законодательства об эндаументах и первый прецедент создания ФЦК. Акцент на международном опыте.
2011–2015	Активизация создания ФЦК, особенно в сферах образования, благотворительности и культуры. Освещение способов поддержки ФЦК.

Период	Ключевые темы в СМИ
2016–2020	Реализация проектов на доход от ЦК и пандемия. Информационные поводы о пожертвованиях и привлечении средств в целевые капиталы.
2021–2025	Постковид и новые геополитические условия, инфраструктурное развитие. Публикации о запуске собственных проектов ФЦК, а также о форматах поддержки этих эндаументов. Освещение в СМИ начинают получать эндаументы по развитию территорий.

За весь рассматриваемый период (2006–2025 гг.) можно **выделить 9 ключевых тем, доминирующих в медиапространстве**:

1. Создание эндаументов и передача их в управление.
2. Грантовые конкурсы и проектные акселераторы.
3. Инвестиционное управление активами.
4. Университетские эндаументы.
5. Институциональное развитие эндаументов.
6. Тематические конкурсы и профессиональные премии.
7. Социальные проекты и благотворительность.
8. Культурные институции и меценатство.
9. Законодательство и НКО.

Если говорить о ключевых спикерах медиаповестки, то среди них: **Оксана Орачева**, генеральный директор Благотворительного фонда Владимира Потанина; **Людмила Пантелева**, директор эндаумент-платформы «Филантроп»; **Анна Макуха**, директор ФЦК «Наш Норильск». Именно эти фигуры формируют экспертную повестку, определяя ключевые нарративы в медиапространстве.

В рамках анализа также были выделены темы, которые **меньше всего представлены в медиаповестке** об эндаументах сегодня, но не менее значимы для развития сектора. К ним относятся:

- разъяснительные материалы об эндаументах («Что такое ФЦК?»), в которых рассказывают о принципах создания «вечного капитала» и его преимуществах для поддержания устойчивости некоммерческих организаций;
- освещение деятельности эндаументов в спорте и здравоохранении;
- освещение деятельности эндаументов в регионах России (за пределами Москвы и Санкт-Петербурга);
- интервью с экспертами рынка эндаументов в России и меценатами.

Таким образом, медиаполе эндаументов точно фиксирует реальные тренды рынка — его концентрацию в столичных городах, доминирование образовательной сферы, а также постепенное «взросление» сектора и его рост как в объеме активов, так и в количестве российских эндаументов. Но несмотря на повышение интереса к теме эндаументов, их повестка остается малоизвестной для широкой аудитории, хотя и формирует устойчивое информационное поле для профессионального сообщества, экспертов и доноров. Успешные кейсы, прозрачность деятельности и активное взаимодействие со СМИ становятся ключевыми факторами, определяющими видимость эндаументов в информационном поле.

ГЛАВА 1. БАЗОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДИНАМИКИ ТЕМЫ

За последние два десятилетия тема эндаументов в России стала объектом пристального внимания со стороны СМИ. Всего за 2006–2025 гг. **было опубликовано 32 464 сообщения, из которых 9 471 напрямую посвящены целевым капиталам.** В рамках анализа медиапространства зафиксировано **21 903 информационных повода** и **2 800 источников**, опубликовавших сообщения об эндаументах. В СМИ тему эндаументов прокомментировали **269 экспертов.**

Оценка динамики количества сообщений свидетельствует о растущем интересе к эндаументам как инструменту устойчивого финансирования. Наиболее заметные **пики публикационной активности** пришлись на **2012, 2021 и 2025 годы.** Эти всплески связаны с ключевыми событиями: активизацией деятельности университетских эндаументов, изменениями в нормативно-правовой базе, а также кадровыми перестановками на рынке (см. рисунок 1). Примечательно, что одним из главных драйверов развития темы в 2012 году стал «несостоявшийся» эндаумент «Общественного телевидения России». От идеи формирования целевого капитала для нового телеканала в итоге отказались, но сам информационный повод является одним из самых крупных по числу публикаций за всю двадцатилетнюю историю эндаументов.

В целом заметно, что рост числа эндаументов напрямую коррелирует с увеличением объема публикаций о них, что подчеркивает их возрастающую роль как инструмента устойчивого развития.

Рисунок 1.

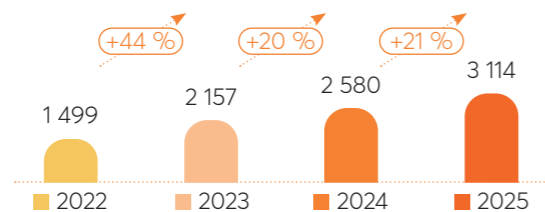
Динамика количества сообщений в СМИ по теме целевых капиталов в 2016–2025 гг.



При этом **интенсивность обсуждения темы в СМИ растет в последние годы** на 108 % по сравнению со спадом в 2022 году, что может говорить о восстановлении информационной активности фондов целевых капиталов за последние три года (см. рисунок 2).

Рисунок 2.

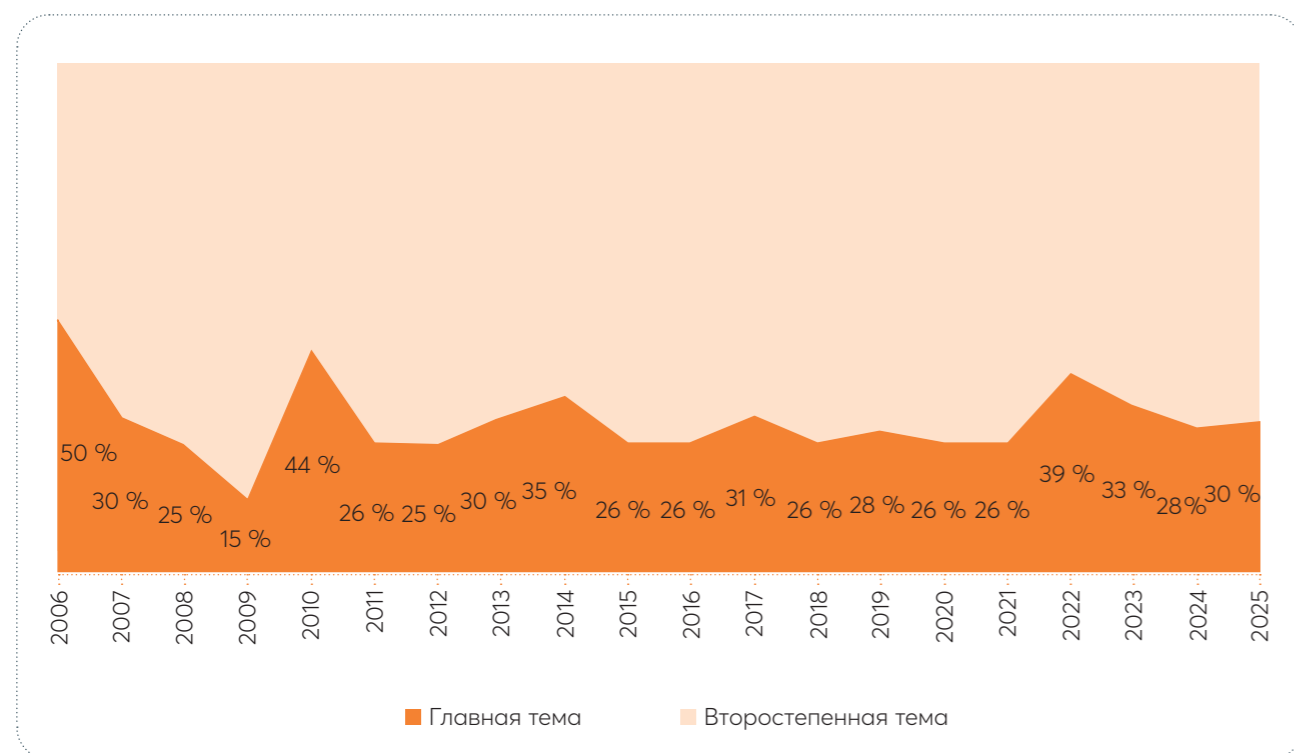
Количество сообщений в СМИ по теме целевых капиталов за 2022–2025 гг.



Но несмотря на значительный объем публикаций, эндаументы зачастую остаются **фоновым элементом** медиаповестки и упоминаются лишь эпизодически в контексте других тем. Только в **каждой третьей публикации** они становятся **основной темой**, что свидетельствует о том, что эндаументы остаются достаточно нишевой темой в российской медиаповестке (см. рисунок 3).

Рисунок 3.

Динамика роли эндаументов в публикациях СМИ в 2006–2025 гг.



Таким образом, тему эндаументов в медиа можно определенно характеризовать как узкую и нишевую. Тем не менее она активно развивается тематически (о чем мы будем подробно говорить далее) и растет по числу сообщений.

В следующей главе мы посмотрим, какие СМИ писали об эндаументах в течение этого двадцатилетнего периода, и представим: рейтинг наиболее активных ресурсов, динамику количества источников в разрезе их типов и тематической направленности.

ГЛАВА 2. ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ОБ ЭНДАУМЕНТАХ В СМИ

КАКИЕ СМИ ПИШУТ ОБ ЭНДАУМЕНТАХ

Тип и профиль ресурсов

В данном разделе представлены характеристики СМИ, публиковавших сообщения о целевых капиталах в 2006–2025 гг. Подавляющее количество (74 %) сообщений об эндаументах были опубликованы в онлайн-СМИ, еще 13 % были размещены в информагентствах, 8 % в газетах и 5 % в других источниках. На рисунке 4 представлен топ-20 наиболее активных СМИ за рассматриваемый период по количеству сообщений, где тема эндаументов была центральной (всего рассмотрено 9471 сообщение). Отметим, что **устойчивый интерес к теме целевых капиталов сформировался у узкого пула СМИ**: Агентство социальной информации (АСИ), ТАСС, РИА «Новости», «Ведомости», «Российская газета», «Прайм», Forbes, «Коммерсантъ», РБК и другие.

На топ-20 СМИ приходится 16 % всех публикаций за 20 лет. Это значит, что более или менее регулярно к теме обращаются только 20 медиа, для остальных (более 2700 источников) тема всплывает ситуативно. Это указывает на большой потенциал для дальнейшего развития темы.

Рисунок 4.

Топ-20 наиболее активных СМИ в 2006–2025 гг.¹



*новостной портал об инструментах для частных инвесторов, не имеет статуса СМИ

¹Рейтинг учитывает публикации разных лент информационных агентств.

География присутствия темы эндаументов в России

Развитие рынка эндаументов в России характеризуется выраженной **географической асимметрией**. На 2024 год почти 39 % всех фондов целевого капитала были зарегистрированы в Москве и Московской области². Вторым ключевым центром притяжения остается Санкт-Петербург, на который приходится 12 % всех ФЦК. За ним следуют регионы с заметным, но значительно меньшим присутствием: Республика Татарстан, Пермский край, Челябинская, Самарская, Свердловская области и другие.

Географическая концентрация эндаументов находит прямое отражение в структуре информационного поля. **Около половины (52 %) всех публикаций о целевых капиталах в СМИ за рассматриваемый период генерируется московскими изданиями.** Второе место по медиаактивности занимает Санкт-Петербург, но его отрыв от Москвы по количеству публикаций достаточно существенный — в Москве в 8 раз чаще публиковались сообщения СМИ об эндаументах за рассматриваемый период (19 242 vs 2 326). После Санкт-Петербурга по количеству сообщений в СМИ следуют Красноярский край, Свердловская область, Ростовская область, Новосибирская область и другие. Однако количество сообщений в СМИ об эндаументах в каждом из таких регионов не превышает тысячу за последние 20 лет (см. рисунок 5).

Рисунок 5.

Топ-15 регионов по медиаактивности по теме целевых капиталов. География сообщений в 2006–2025 гг.

Регион	Количество сообщений в СМИ
Москва	19242
Санкт-Петербург	2326
Красноярский край	997
Свердловская область	952
Пермский край	770
Ростовская область	749
Новосибирская область	714
Томская область	572
Московская область	548
Ханты-Мансийский автономный округ	490
Приморский край	461
Краснодарский край	438
Республика Татарстан	426
Республика Саха (Якутия)	391
Самарская область	384

В 2024 году в топ регионов по количеству сообщений об эндаументах вошла Мурманская область, в то время как в общем рейтинге за 2006–2025 гг. СМИ этого субъекта занимают лишь шестнадцатую позицию по объему публикаций. Всплеск сообщений в 2024 году был связан с проведением грантового конкурса от эндаумент-фонда «Кольский».

² База данных ФЦК Пензенского центра знаний по целевым капиталам.

Уровни СМИ и их динамика

На 2025 год распределение информационного потока между федеральными и региональными СМИ практически равномерно: 51 % публикаций приходится на федеральные источники, а 49 % — на региональные. Однако такая сбалансированность была характерна не для всех периодов (см. рисунок 6).

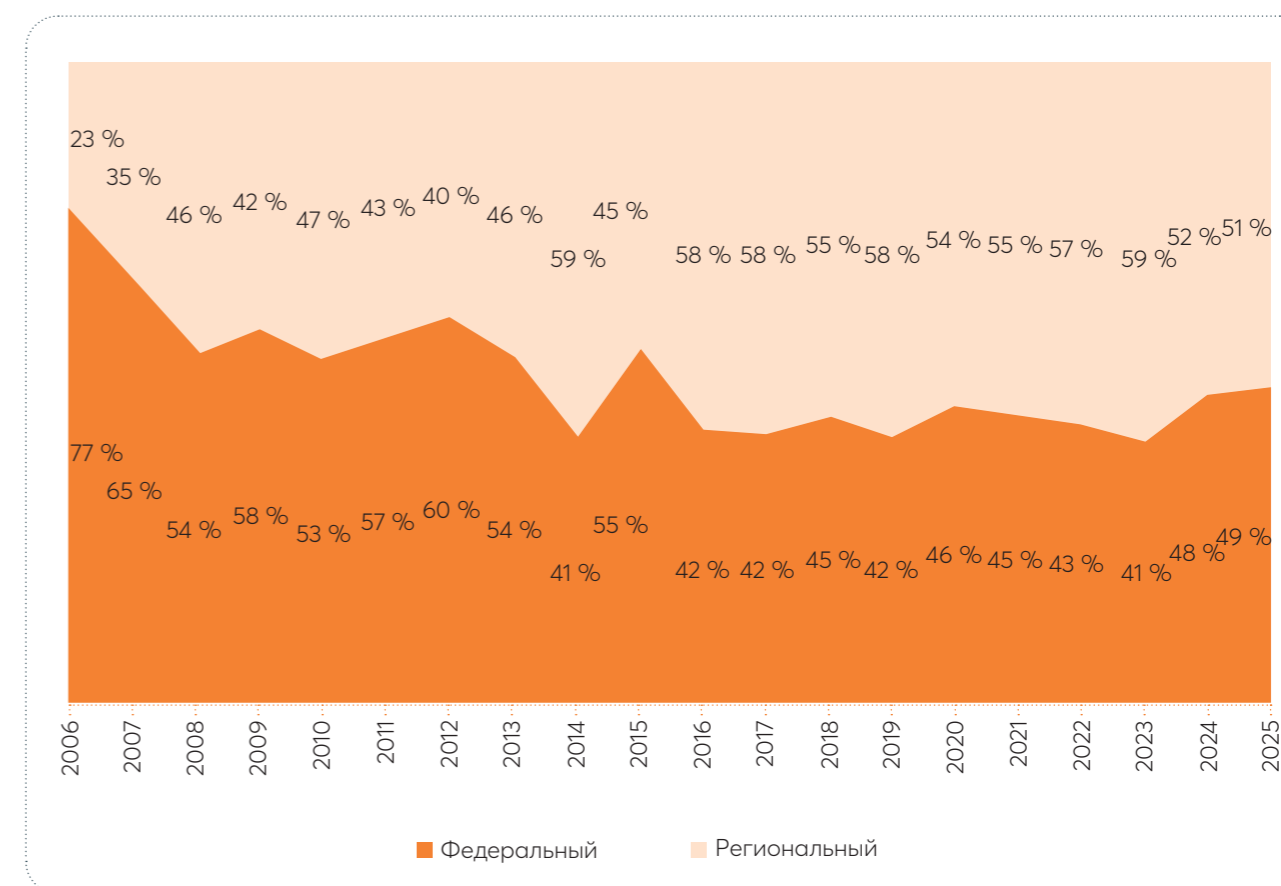
С 2006 по 2015 гг. ключевыми информаторами о фондах целевых капиталов выступали федеральные СМИ (в среднем 57 % от всего потока сообщений), — в особенности это наблюдалось в начале истории российских эндаументов в 2006 году (77 % публикаций). Исключением стал 2014 год, где объем сообщений от региональных источников превысил объем контента федеральных ресурсов на 18 п. п. (41 % в федеральных СМИ vs 59 % в региональных).

По сравнению с предыдущим десятилетием, **повестка в 2016–2025 гг. активно формировалась в том числе региональными СМИ** (в среднем 56 % от всего потока публикаций), однако в целом можно зафиксировать относительно симметричное распределение сообщений по уровню СМИ. В этот период заметных пиков не наблюдалось.

Сравнение соотношения федеральных и региональных СМИ позволяет оценить степень централизации информационного пространства. Увеличение активности региональных медиа за последние 20 лет свидетельствует о децентрализации рынка целевых капиталов и отражает рост числа эндаументов в регионах России.

Рисунок 6.

Динамика упоминаний эндаументов в разрезе уровня СМИ в 2006–2025 гг. % от всех сообщений



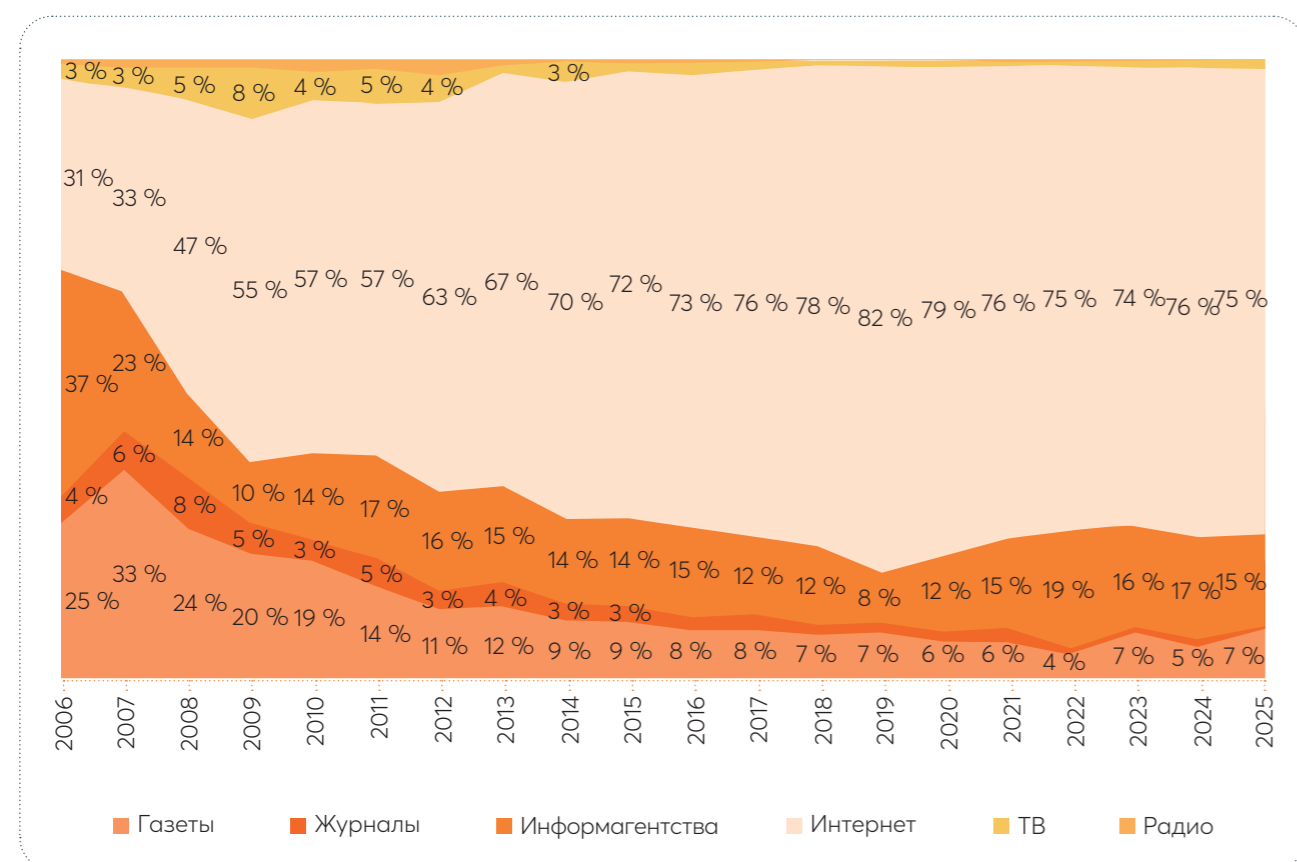
Категории СМИ и их динамика

Дополнительно рассмотрим динамику сообщений об эндаументах в разрезе различных категорий СМИ (см. рисунок 7). **В начале рассматриваемого периода, в 2006 году, преобладали публикации информагентств (37 %)**, четверть размещалась в газетах, Интернет набирал обороты с третью сообщений от всего потока. **К концу же десятилетия (2010-е) ситуация изменилась из-за перестройки каналов коммуникации: Интернет стал ключевым ресурсом информации** (в среднем 55 % сообщений), а объем публикаций в информагентствах, газетах, журналах и ТВ в 2015 году заметно сократился до 14 %, 9 %, 3 % и 1 % соответственно. Наименьшее число публикаций было сделано на сайтах радиостанций с пиком в 3 % в 2012 году в связи с широким обсуждением несостоявшегося эндаумента «Общественного телевидения России».

С 2016 по 2025 гг. абсолютное большинство сообщений об эндаументах было опубликовано в онлайн-СМИ (в среднем 76 % от всего потока сообщений). Активность со стороны информагентств снизилась и варьировалась от 8 % до 19 % сообщений. Освещение темы в традиционных источниках информации сократилось до минимума: суммарная доля публикаций по ТВ и в журналах не превышает 4 %, а сообщения с сайтов радиостанций и вовсе практически отсутствуют.

Рисунок 7.

Динамика упоминаний эндаументов в разрезе категорий СМИ в 2006–2015 гг. % от всех сообщений



Профили СМИ и их динамика

Анализ профилей СМИ и их динамики тоже позволяют глубже понять, как менялось освещение темы эндаументов за последние 20 лет (см. рисунок 8).

2006–2010 гг. Более половины публикаций об эндаументах в этот период были размещены общеполитическими СМИ (архивные публикации «Коммерсантъ», Business.FM, «ПРАЙМ», РИА «Новости»), которые задавали повестку в период становления рынка. Практически отсутствовали материалы в гляцевых/развлекательных медиа, научно-популярных СМИ (архивные статьи в изданиях «Наука и технологии России», «Учительская газета», «Поиск»), а также в СМИ, специализирующихся на теме НКО (в основном публикации были лишь со стороны Агентства социальной информации). Это подчеркивает специфику начального этапа развития темы, когда эндаументы широкой общественности представляли политики и бизнесмены.

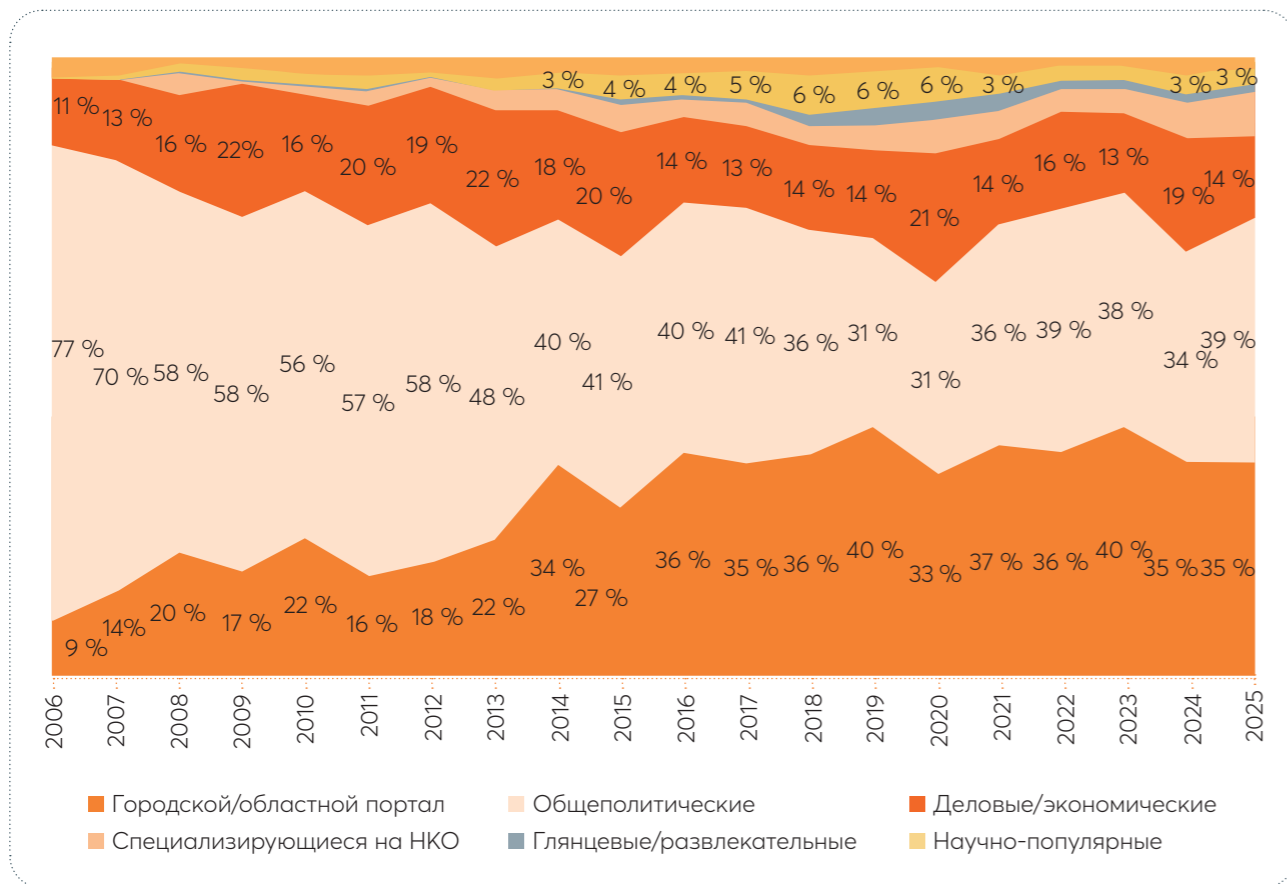
2011–2015 гг. В этот период, по сравнению с первым пятилетием, наблюдался рост публикаций об эндаументах в городских (РИА PrimaMedia, «ЮГА.py», SakhaPress) и деловых (РБК, Forbes) СМИ, что отражает локализацию темы и появление интереса к теме у отдельных бизнесменов. Наибольший объем сообщений по-прежнему генерировали общеполитические СМИ, но их доля снизилась, уступая место практически равному вкладу по количеству сообщений в городских и областных порталах.

2016–2020 гг. характеризуются тем, что было выпущено примерно одинаковое количество публикаций областными и общеполитическими СМИ. В этот период также участились публикации в научно-популярных и развлекательных изданиях («Афиша Daily», «Собака.ru», «Spletnik»), что сделало тему доступнее для более широкого круга людей, интегрируя эндаументы в повседневный нарратив о культуре и образовании.

2021–2025 гг. В этот период СМИ, специализирующиеся на НКО, стали более активными, что отражает рост активности профессионального сообщества. Сегодня наиболее интенсивный поток публикаций сохраняется среди городских и общеполитических изданий, но разнообразие профилей СМИ в освещении темы эндаументов постепенно усиливается, что способствует развитию интереса к эндаументам среди широкой аудитории.

Рисунок 8.

Динамика упоминаний эндаументов в разрезе профиля СМИ в 2021–2025 гг. % от всех сообщений



В КАКОМ ФОРМАТЕ ПИШУТ СМИ ОБ ЭНДАУМЕНТАХ

В рамках анализа были выделены ключевые жанры публикаций:

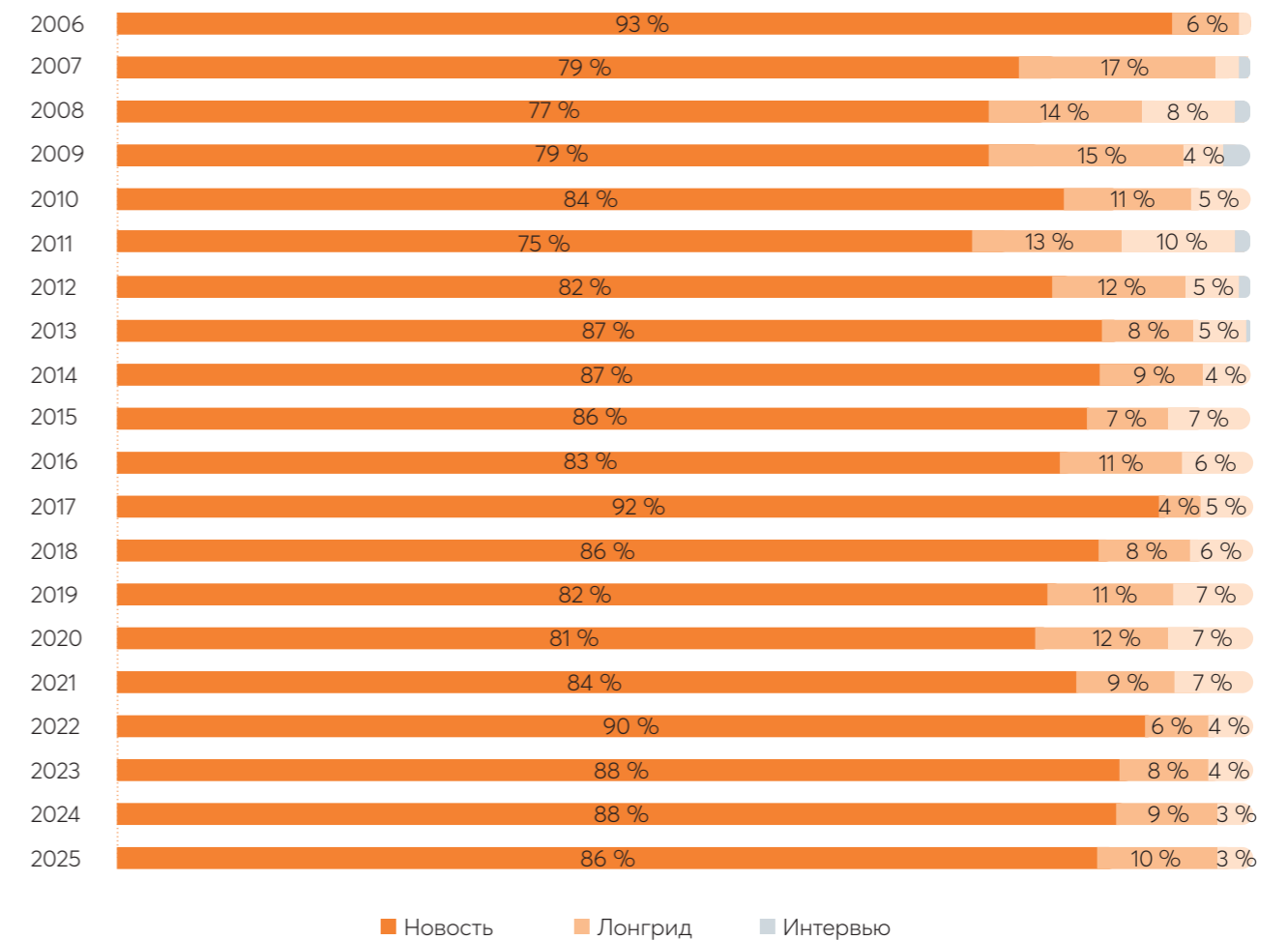
- **новость** — это краткое изложение событий с акцентом на ключевые факты;
- **лонгрид** — самый объемный формат сообщения, сочетающий повествование, анализ и цитаты участников;
- **интервью** — публикация беседы с экспертом, в которой преобладают цитаты и диалог.

В период с 2006 по 2015 гг. **абсолютное большинство** публикаций (не менее 75 % от всего потока сообщений) о фондах целевого капитала было сделано в формате новостей. Объем лонгридов варьировался от 6 % до 17 %.

Аналогично предыдущему десятилетию в 2016–2025 гг. наиболее распространенным форматом публикаций о фондах целевых капиталов были новости. Их доля в общем потоке стала еще заметнее, достигнув не менее 81 %. Суммарный объем лонгридов и интервью не превышал 19 % от всех сообщений в СМИ. (см. рисунок 9.)

Рисунок 9.

Динамика жанров публикаций СМИ об эндаументах в 2006–2025 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



Как мы показали, за 20 лет сформировался устойчивый пул СМИ, для которых тема эндаументов стала значимой. Информация об эндаументах в медиа представлена преимущественно в жанре новостей, а региональные диспропорции информации о фондах целевого капитала отражают существующий дисбаланс в развитии рынка.

В следующем разделе обратимся к содержательному анализу публикаций о целевых капиталах в СМИ. Начнем с ответов на вопросы о представленности рынка эндаумент-фондов в российском медиаполе:

- Эндаументы из каких сфер наиболее активно представлены в медиа?
- Какова динамика их присутствия в информационном пространстве?
- Какие организации стали лидерами в формировании повестки?

ГЛАВА 3. КАК ПРЕДСТАВЛЕН РЫНОК ЦЕЛЕВЫХ КАПИТАЛОВ В МЕДИА?

ПЕРИОД 2006–2015 ГГ.

Анализ медиаповестки за 2006–2015 гг. позволяет выявить ключевые тенденции в освещении темы эндаументов в российских СМИ. В этот период эндаумент презентовался как инструмент устойчивого финансирования, преимущественно в образовательной сфере. Внимание к зарубежному опыту, активное обсуждение успешных практик, а также рост интереса к созданию первых российских фондов целевых капиталов — все это отразилось в динамике медиаактивности. Ниже приведены ключевые характеристики представленности рынка эндаументов в СМИ за указанный период, которые демонстрируют, как эволюционировало восприятие этого финансового механизма в общественном дискурсе.

○ Активное присутствие зарубежных эндаументов в повестке СМИ

Около трети сообщений СМИ в 2006 году освещали деятельность зарубежных эндаументов, на практики которых могли ориентироваться в дальнейшем российские институции. К примеру, Д. Медведев призывал российские вузы обращаться к механизмам эндаументов, ссылаясь на работу Нобелевского фонда. В 2008–2009 гг. вирусилась сообщения о потерях эндаументов Гарвардского и Стэнфордского университетов и о том, как они адаптировались к новым обстоятельствам после мирового кризиса.

○ Эндаументы в сфере образования: большая доля рынка, высокая медиаактивность

С 2006 по 2015 гг. большинство публикаций в СМИ были посвящены эндаументам при образовательных учреждениях (см. рисунок 10) — их доля варьировалась от 58 % до 82 % в общем количестве публикаций об эндаументах (кроме 2012 года). Пик таких сообщений был в 2007 году в связи с формированием первых в России эндаументов на базе университетов.

○ Несостоявшийся эндаумент: смещение акцентов в 2012 году

В 2012 году около половины публикаций были посвящены запуску телеканала «Общественное телевидение России», который должен был финансироваться за счет работы собственного эндаумент-фонда, однако от идеи впоследствии отказались. Аналогично после формирования эндаумента ФГБУК «Государственный Эрмитаж» (в 2011 году) появилась информация, что другие музеи также захотели воспользоваться этим финансовым инструментом для реализации культурных проектов (к примеру, Государственный центр современного искусства [ГЦСИ]).

○ Появление эндаументов при благотворительных фондах

С 2011 года росла доля публикаций об учреждении фондов целевых капиталов в сфере благотворительности. В частности, интенсифицировалась работа эндаумента Владимира Ивановича Якунина (на тот момент — Президента ОАО «РЖД»). В этот период также было много сообщений о мероприятиях, проведенных на средства эндаумента Фонда целевого капитала «Истоки». В 2015 году появились сообщения о крупных пожертвованиях в российские ФЦК от Владимира Олеговича Потанина.

○ Развитие территорий, здравоохранение и спорт — фрагментарная медийность

Эндаументы в спорте и здравоохранении были заметны точечно: большая часть из 3 % сообщений об эндаументах в сфере спорта приходится на информацию о предположительном запуске эндаумента ФК «Спартак» в 2013 году; также заметны в дискурсе и сообщения о формировании первого медицинского ФЦК в России при ФГБУ «Клиническая больница» Управления делами Президента РФ в 2014 году (в числе 4 % сообщений об эндаументах в сфере здравоохранения). Фонды целевого капитала для развития территорий начали активно формировать повестку лишь в следующем десятилетии.

Рисунок 10.

Динамика упоминаний сфер деятельности эндаументов в публикациях СМИ в 2006–2015 гг. % от всех сообщений



ПЕРИОД 2016–2025 ГГ.

Десятилетие с 2016 по 2025 гг. стало этапом качественного развития рынка эндаументов в России, что нашло отражение в изменении медиаповестки. Если ранее основное внимание уделялось формированию целевых капиталов, то в этот период акцент сместился на результаты их деятельности. Образовательные эндаументы продолжают оставаться в центре внимания. Параллельно значительно выросло количество сообщений в СМИ об эндаументах НКО, а к концу десятилетия в фокусе оказались среди прочих эндаументы по развитию территорий и местных сообществ. Ниже представлены ключевые характеристики, определяющие медиаобраз эндаументов в этот период (см. рисунок 11).

○ Образовательные эндаументы продолжают быть наиболее заметными в СМИ

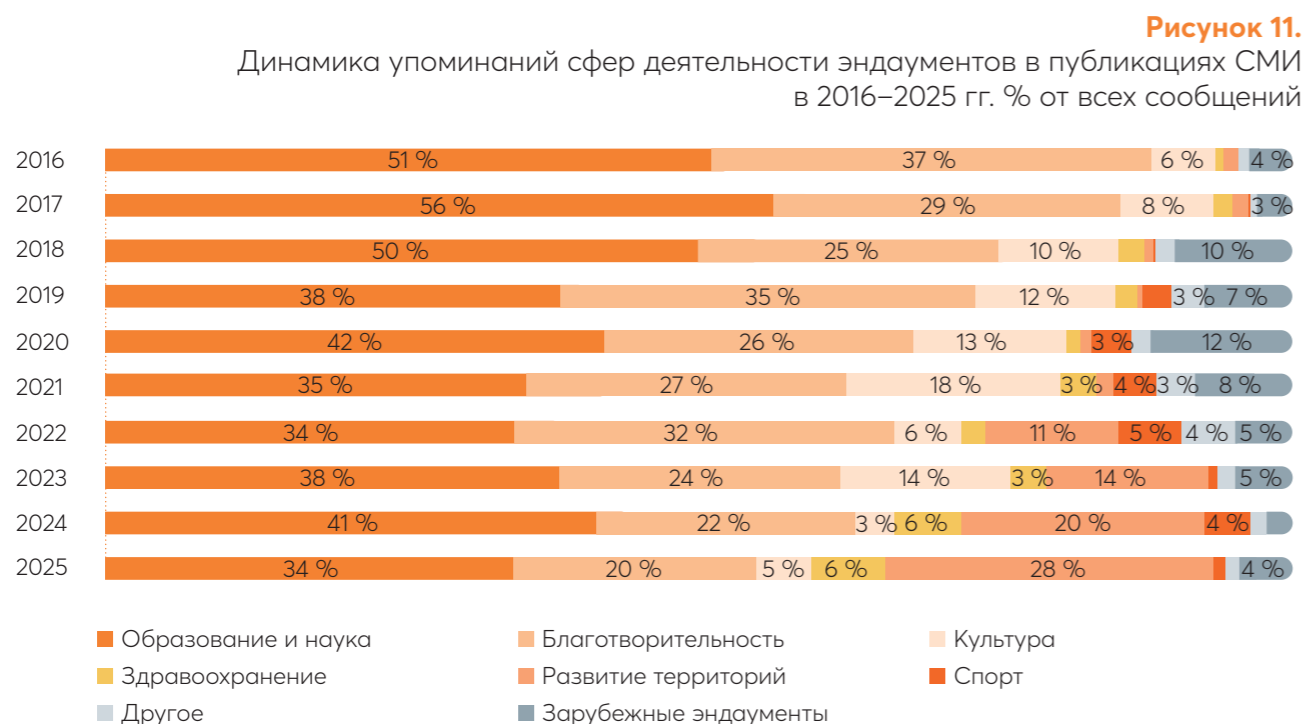
Если первое десятилетие истории российских эндаументов в СМИ было посвящено непосредственному формированию целевых капиталов университетов, то второе — уровню накопленных средств от их работы, крупным пожертвованиям от выпускников и способам использования данных сумм. В частности, наиболее заметно эндаументы вузов были представлены в СМИ в 2017 году: Благотворительный фонд «Искусство, наука и спорт» пополнил эндаумент-фонд НИТУ МИСИС на 100 млн руб., ФЦК УрФУ заработал более 7,3 млн руб. за год, также вузы смогли начать обеспечивать свои образовательные проекты самостоятельно (к примеру, это удалось эндаументам пермских вузов).

○ **Второй по уровню медийности сферой ФЦК является благотворительность**

Объем публикаций о благотворительных ФЦК увеличился практически в 5 раз по сравнению с прошлым десятилетием. В 2016 году пик сообщений вызван активностью со стороны Фонда Андрея Первозванного и Фонда целевого капитала «Истоки», организовавших различные социальные мероприятия и гуманитарные сборы.

○ **С 2022 года актуализируется вопрос развития территорий через эндаументы**

К концу десятилетия треть публикаций была посвящена работе эндаументов местных сообществ. Так, наиболее ярко в СМИ были представлены следующие события: 1) проведение ФЦК «Наш Норильск» ежегодных с 2023 года слетов эндаументов; 2) организация эндаумент-фондом «Кольский» специальных премий и конкурсов для поддержки СОНКО Мурманской области; 3) формирование городского Фонда целевого капитала «Добрянка» в 2023 году.



○ В каждой сфере деятельности эндаументов — будь то образование и наука, благотворительность или территориальное развитие — четко выделяются лидеры: фонды и организации, которые не только активно развивают целевые капиталы, но и формируют информационную повестку вокруг них. Их влияние на медиапространство мы решили оценить через **индекс качества публикаций** на основе сообщений за 20 лет. Индекс, который мы разработали, учитывает несколько ключевых параметров:

- количество публикаций,
- упоминание организации в главной роли,
- позитивная тональность,
- место публикации: СМИ с большим охватом аудитории,
- присутствие экспертных комментариев.

Ниже представлен **топ-30 медиалидеров** — организаций, которые упоминаются в связи с темой эндаументов и имеют наибольший потенциальный охват аудитории. Перечень этих организаций отражает не только их лидерство в медиа, но и способность влиять на общественное мнение, популяризируя идеи целевых капиталов среди широкой аудитории. Больше всего организаций-лидеров представлено в сфере образования и науки, что дополнительно подтверждает данные о том, что именно образовательные эндаументы являются наиболее заметными в российском медиапространстве.

Медиалидеры в сфере образования и науки:

- Эндаумент МГИМО
- Эндаумент-фонд МФТИ
- Эндаумент-фонд Университета МИСИС
- Эндаумент УрФУ
- Эндаумент-фонд СПбГУ
- Эндаумент-фонд ТГУ
- Фонд ДВФУ
- Фонд целевого капитала Пермского университета
- Фонд целевого капитала «Образование и наука ЮФО»
- Фонд целевого капитала НИУ ВШЭ
- Эндаумент НГУ
- Фонд целевого капитала ТПУ
- Фонд Европейского университета в Санкт-Петербурге (Фонд ЕУСПб)
- Фонд целевого капитала СВФУ
- Фонд целевого капитала ЮФУ
- Эндаумент-фонд Сколтеха
- МШУ «Сколково»
- Фонд целевого капитала школы «Летово»
- Фонд целевого капитала РЭШ

Медиалидеры в сфере культуры:

- «Фонд развития Государственного Эрмитажа»
- Эндаумент-фонд Государственной Третьяковской галереи

- Эндаумент-фонд Государственного музея-заповедника «Петергоф»
- Эндаумент-фонд Еврейского музея и Центра толерантности

Медиаидер в сфере спорта:

- Эндаумент-фонд ФК «Динамо»

Медиаидеры в сфере развития территорий:

- Фонд целевого капитала «Наш Норильск»
- Эндаумент-фонд «Кольский»

Медиаидеры в сфере НКО:

- Благотворительный фонд Владимира Потанина
- Фонд целевого капитала «Истоки»

Эндаумент-платформы:

- «Рыбаков Фонд» (Legacy Endowment Services)
- Эндаумент-фонд «Филантроп»

ГЛАВА 4. ДИНАМИКА ГЛАВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОВОДОВ

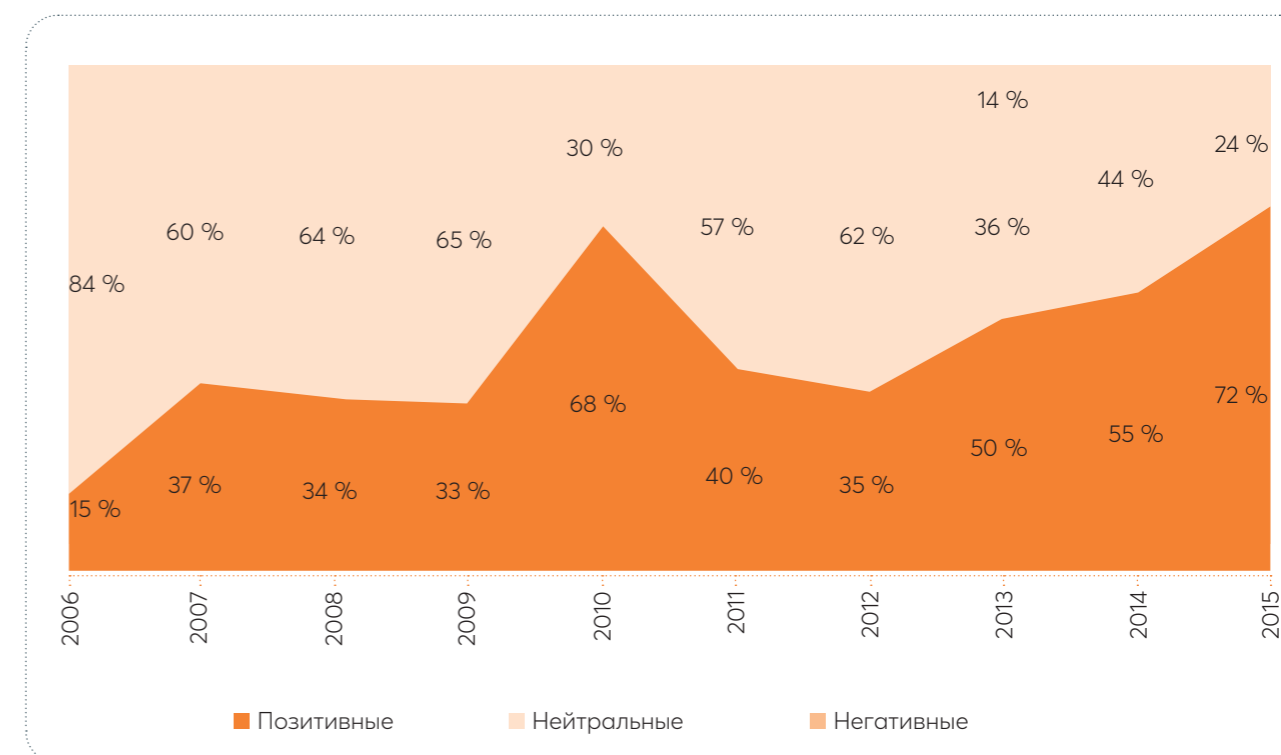
ТОНАЛЬНОСТЬ УПОМИНАНИЯ ЭНДАУМЕНТОВ В СМИ

Публикации СМИ, где тема фондов целевого капитала была главной (N=9 471), **за весь период с 2006 по 2025 гг. были преимущественно позитивными** (61 %), чуть более трети сообщений (37 %) — нейтральными, остальные (2 %) — негативными. Детальнее, в разрезе десятилетий, рассмотрим повестку далее.

С 2006 по 2015 гг. преобладали нейтральные публикации об эндаументах — в среднем более половины сообщений. Чуть более трети публикаций составляли позитивные сообщения, причем в 2010-м и далее с 2013 по 2015 гг. их было даже больше, чем нейтральных, на 38 п. п., 14 п. п., 11 п. п. и 48 п. п. соответственно (см. рисунок 12). Различия между позитивной и нейтральной тональностями не столь существенны и связаны с присутствием в тексте позитивно окрашенных слов.

Рисунок 12.

Динамика тональности упоминаний об эндаументах в СМИ в 2006–2015 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



В 2010 году пик положительных публикаций был вызван сразу несколькими инфоповодами. Во-первых, фонды целевых капиталов стали появляться в области искусства и культуры: создан первый эндаумент музея («Эрмитаж»), разработаны меры частной поддержки культурных учреждений и внесены первые пожертвования. Во-вторых, государственные лица стали активно вкладываться в развитие эндаументов вузов: Президент РФ Д. Медведев перечислил часть зарплаты в ТПУ, глава Минфина России А. Кудрин — в СПбГУ, заместитель министра иностранных дел РФ А. Сафонов — в СФУ.

В завершение десятилетия, в 2015 году, позитивная публикационная активность была связана с увеличением запусков новых или поддержкой ранее созданных фондов целевых капиталов, в особенности среди образовательных учреждений (ДВФУ, ПГУПС и др.). Согласно сообщениям того периода, важную роль в пополнении целевых капиталов данных эндаументов сыграли как меценаты (В. Потанин, А. Иноземцев, Д. Самойлов), так и крупный бизнес (ПАО «Аэрофлот», ПАО ВТБ, Panasonic). В этом году также стартовали курсы по целевым капиталам от МШУ «Сколково» и Благотворительного фонда Владимира Потанина.

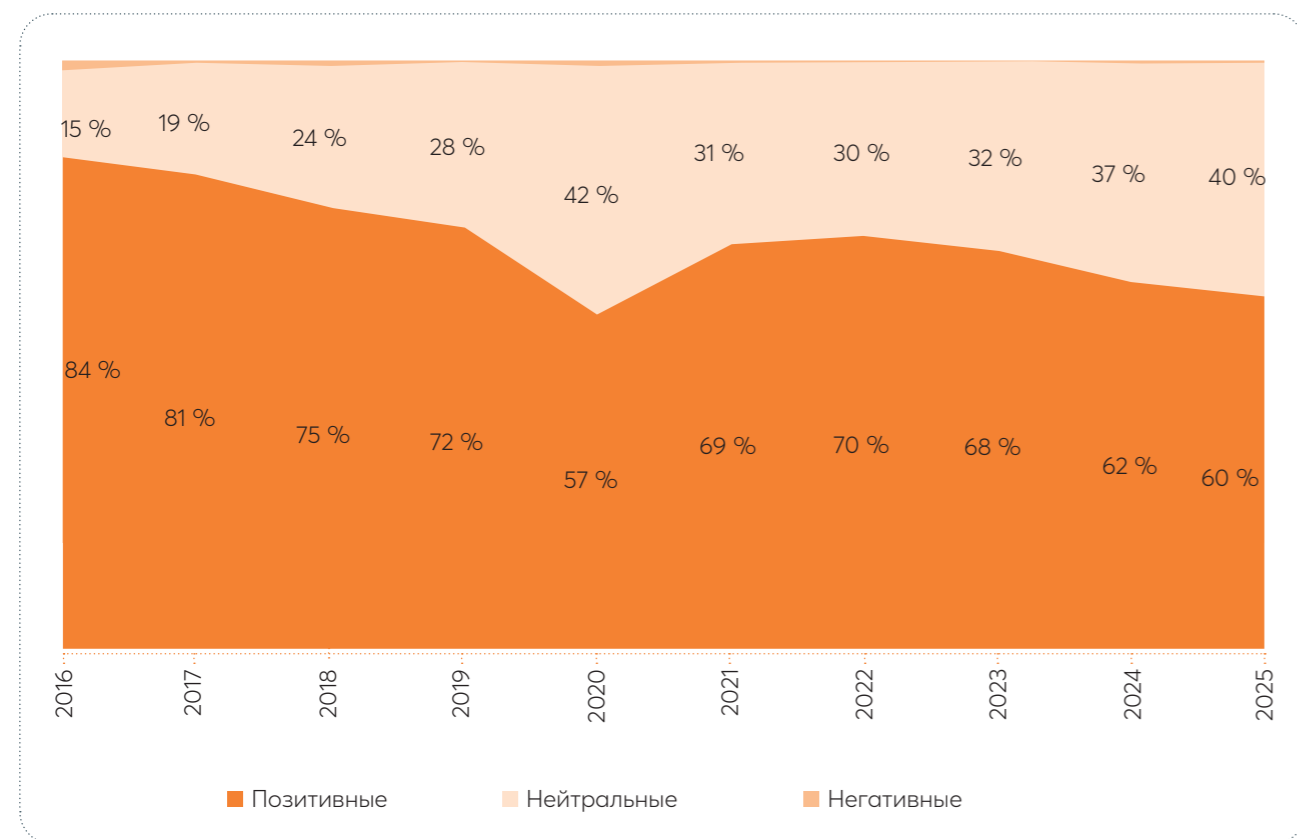
Объем негативных сообщений в 2006–2015 гг. варьировался от 1 % до 3 % и был точечным. **Исключением стал 2013 год с 14 % отрицательных публикаций**, связанных с **лишением** эндаумента Сколтеха обязательных отчислений со стороны государственных компаний и уловкой бизнесмена С. Керимова по сохранению места в Совете Федерации РФ без передачи активов в Россию, а с перенаправлением их собственному благотворительному фонду в Швейцарии.

Среди иных отрицательных сообщений можно было выделить **комментарий** 2007 года ректора НИУ ВШЭ Я. Кузьмина о проблеме реализации эндаументов в России: «У бизнеса нет стимулов вкладывать деньги в эндаументы»; **скандал** в 2010 году о схеме ухода от налогов СПбГИЭУ «ИНЖЭКОН» с помощью своего эндаумент-фонда; а также **арест** на 12 млрд руб. целевого капитала компании «Урал-Инвест Плюс» в 2015 году.

С 2013 года преобладали только позитивные сообщения об эндаументах (не менее 57 % публикаций). Объем нейтральных сообщений сократился в среднем до 30 % от всего потока сообщений (см. рисунок 13).

Рисунок 13.

Динамика тональности упоминаний об эндаументах в СМИ в 2016–2025 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



2016 год стал наиболее «позитивным» в двадцатилетней истории публикаций СМИ об эндаументах, зафиксировав 84 % положительных сообщений во всем потоке контента. В этом году эндаумент-фонды при университетах (ДВФУ, СФУ, ТГУ и др.) активно наращивали свой целевой капитал. Вместе с этим ФЦК перестали быть просто «вечным капиталом», а начали использовать собственный доход на проведение различных мероприятий. К примеру, наиболее заметным актором оказался Фонд «Истоки», при финансировании которого были организованы тренинги для благотворителей, Всероссийский конкурс «Семья и будущее России», сбор средств для одиноких матерей и т. д.

В то же время **с 2016 по 2025 гг. практически отсутствовали негативные публикации**: пик в 2 % зафиксирован в 2016 году, предположительно из-за публикаций об урезании бюджетов университетов.

ТИПЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОВОДОВ ОБ ЭНДАУМЕНТАХ В СМИ

Динамика информационных поводов о целевых капиталах в России в 2006–2025 гг. была рассмотрена в разрезе пятилетних периодов посредством двух основных методов: контент-анализа и сетевого анализа. В анализ включались только те сообщения в СМИ в 2006–2025 гг., где тема эндаументов была центральной (9 471 публикация).

В рамках **контент-анализа** мы сами предложили параметры группирования публикаций СМИ в разрезе следующих **категорий информационной повестки**:

- законодательная деятельность в сфере эндаументов,
- поддержка фондов целевого капитала,
- выступление государственных лиц по теме эндаументов,
- учреждение эндаумент-фондов,
- запуск собственных проектов фондами целевого капитала,
- мероприятия эндаумент-фондов,
- интервью по теме эндаументов,
- статьи о том, что такое фонд целевого капитала,
- новости зарубежных эндаумент-фондов,
- скандалы,
- другое.

Алгоритмы сетевого анализа, основанные на **оценке частоты отдельных слов (лексем) и их встречаемости**, напротив, позволили выделить основные темы текстов СМИ и определить их структуру и связь между собой («деревья смыслов») без предварительно заданной оптики. Таким образом, мы можем сравнить результаты двух методов и оценить их валидность.

Как работает сетевой анализ?

Специальная языковая модель (LLM) выделяла из публикаций СМИ ключевые понятия и связи между ними, затем похожие и дублирующиеся термины объединялись, а полученная сеть слов очищалась от второстепенных элементов и разбивалась на тематические кластеры. В результате мы увидели, какие темы чаще всего связаны между собой в медиа-поле, и для каждого смыслового кластера смогли кратко описать, о чем именно сообщали СМИ. В данном разделе после каждого рисунка представлено описание ключевых кластеров, выделенных в рамках сетевого анализа.

Как интерпретировать полученные рисунки по итогам сетевого анализа?

- Чем больше кружок у слова, тем чаще слово встречается в сообщениях СМИ.
- Один цвет кружков говорит о том, что слова встречаются вместе и образуют единый смысловой кластер.

2006–2010: формирование законодательства об эндаументах и первый прецедент создания ФЦК

В рамках анализа информационных поводов об эндаументах можно проследить этапы формирования рынка эндаумент-фондов в России.

Так, **большая часть информационной повестки в 2006–2010 гг. была посвящена закону о порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций**, в особенности это было заметно на старте истории эндаументов в 2006 году: 75 % публикаций от всего потока сообщений, где тема эндаументов была главной (см. рисунок 14). В целом можно зафиксировать, что **в этот период информация об эндаументах транслировалась в основном «сверху вниз»**. От 2 % до 39 % всех сообщений были связаны с оказанием финансовой поддержки эндаумент-фондам (к примеру, пожертвования бизнесменов А. Усманова и В. Потанина в ФЦК МГИМО). В среднем в 10 % сообщений отмечена *активность со стороны государственных деятелей* (к примеру, деятельность вице-преьера Д. Медведева по развитию ФЦК вузов, который вплоть до 2013 года был одним из главных лиц, популяризирующих тему целевых капиталов в медиа). Чуть реже (в среднем 6 % публикаций) рассказывалось о том, что из себя представляют фонды целевого капитала.

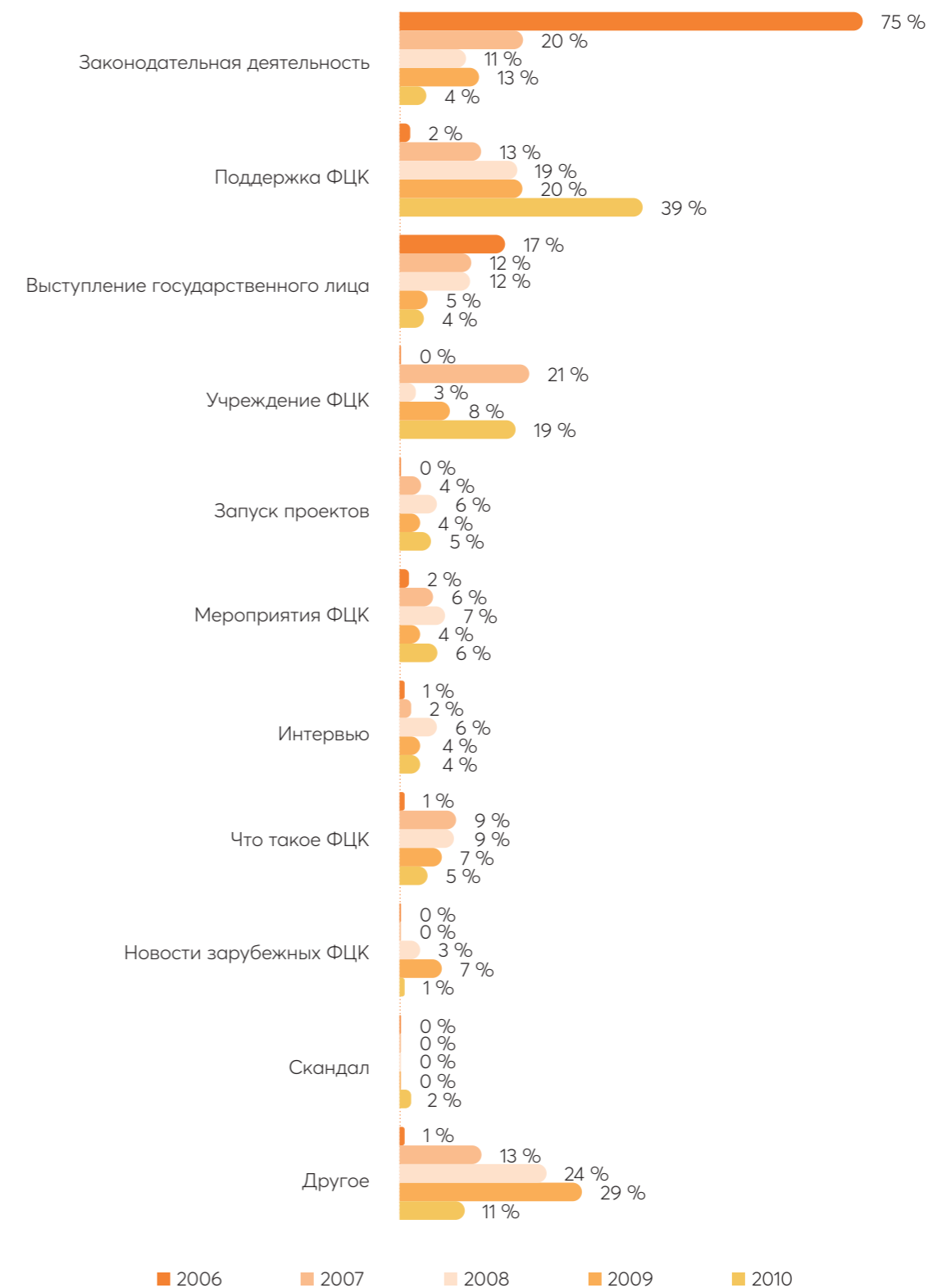
В это десятилетие достаточно редко встречались новости о деятельности самих фондов (менее 10 % от общего потока сообщений). Тем не менее, в 2007 и 2010 гг. наблюдался пик публикаций о создании учреждениями собственных эндаумент-фондов (к примеру, запуск первого российского ФЦК при Финансовом университете).

В данный период **практически отсутствовали скандальные публикации** об эндаументах: только в 2010 году было несколько упоминаний о финансовой проверке СПбГИЭУ «ИНЖЭКОН».

В дополнение следует обратить внимание, что 2006–2010 гг. — период активного внимания за деятельностью зарубежных эндаументов. В 2009 году активно обсуждались последствия мирового финансового кризиса 2008 года. В частности, речь шла о том, как эндаумент-фонды ведущих американских университетов, таких как Гарвард и Стэнфорд, адаптировались к новым экономическим условиям.

Рисунок 14.

Динамика упоминаний публикаций СМИ в разрезе информационных поводов об эндаументах в 2006–2010 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



Если посмотреть на результаты сетевого анализа, то мы видим, что также в этот временной период доминирует информация о становлении рынка эндаументов в России: публикации

Кластер № 4. Университетские эндаументы: устойчивый тематический кластер, куда попадают сообщения как о поддержке ЦК выпускниками вузов, так и о намерении вузов развиваться за счет пожертвований.

2016–2020: смещение фокуса с регуляции на проекты ФЦК

В 2016–2020 гг. информация об эндаументах уже поступала преимущественно «снизу вверх»: регуляторные вопросы и активное лоббирование ФЦК со стороны чиновников ушли на второй план, уступив информационным поводам по привлечению средств в ФЦК (не менее 18 % от общего числа сообщений в каждом году). Наиболее ярким на такие события оказался 2017 год с 34 % сообщений о финансовой помощи университетам; к примеру, Фонд Усманова пожертвовал 100 млн руб. в эндаумент-фонд НИТУ МИСИС.

Это пятилетие прошло без ярких негативных событий.

Не менее популярной темой этого периода оказалась **реализация проектов фондами целевого капитала**. Пик в 45 % наблюдался в 2016 году по случаю проведения V форума «Святость материнства» при поддержке Фонда Андрея Первозванного и ФЦК «Истоки», а также запуска экологических инициатив ДВФУ.

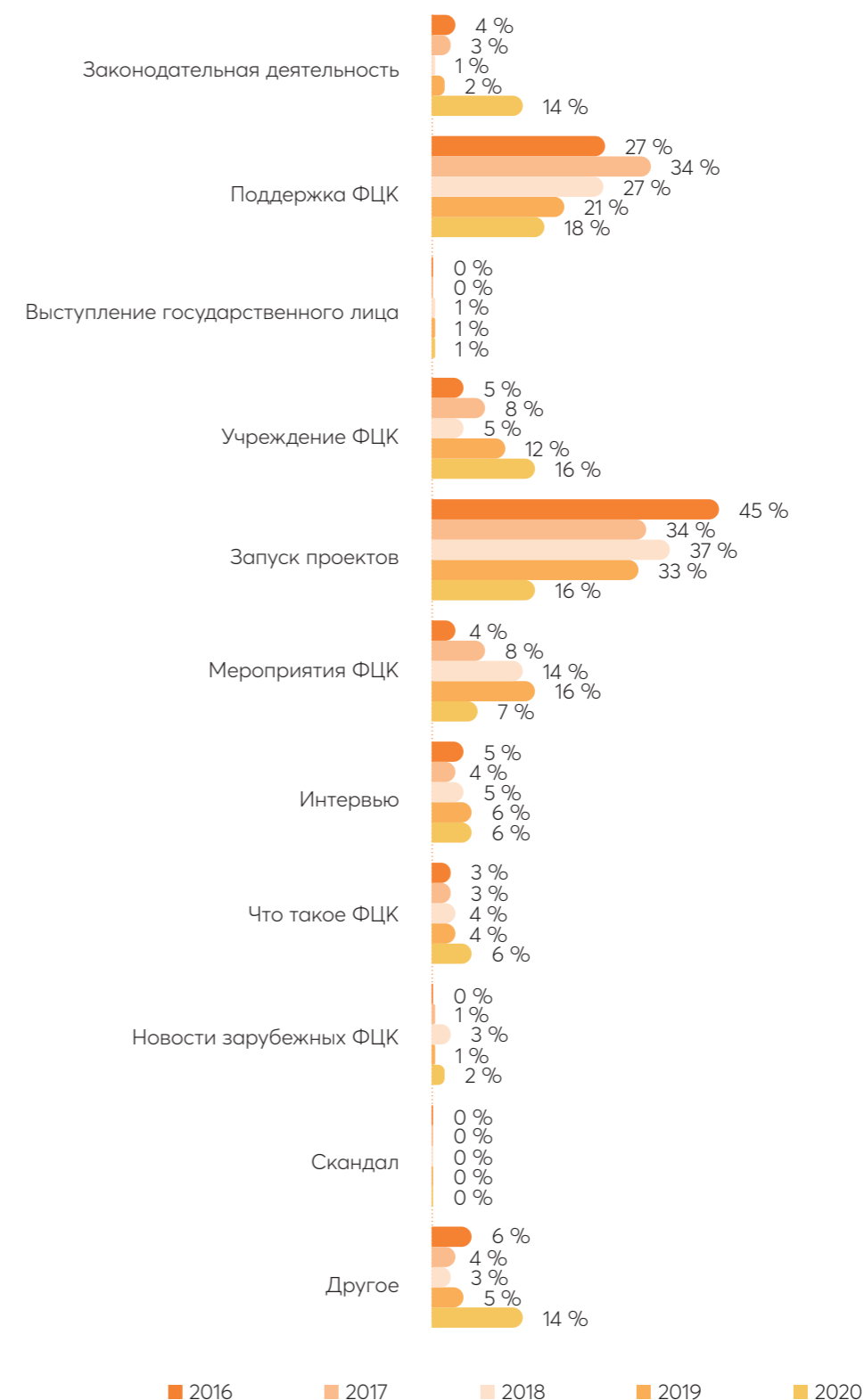
В этот период СМИ стали **чаще обозревать мероприятия эндаумент-фондов**: доля их сообщений варьировалась от 4 % до 16 % (см. рисунок 18), с пиком в 2019 году по случаю проведения Благотворительным фондом Владимира Потанина и Московской школой управления «Сколково» Международного форума «Эндаументы 2019», а также участия руководителей фондов целевых капиталов в конференциях и форумных активностях по вопросам формирования эндаументов в сфере культуры.

Объем интервью в общем информационном поле практически не изменился в 2016–2020 гг. по сравнению с предыдущим пятилетием. В основном подобные инфоповоды были посвящены рассказам руководителей организаций о том, как они адаптируются к новым обстоятельствам с помощью целевых капиталов; к примеру, в 2020 году (одном из пиков в 6 %) распространилось интервью директора музея-заповедника «Остров-град Свияжск» А. Силкина о создании эндаумент-фонда как антикризисной меры после пандемии. **Стабильным остается и число просветительских сообщений об эндаумент-фондах.** В том же 2020 году 6 % публикаций категории «Что такое ФЦК?» были опубликованы СМИ для объяснения ценности фондов целевого капитала для благотворительности.

В 2016–2020 гг. объем сообщений в категории «Другое» варьировался от 3 % до 14 %, где повестка публикаций в основном была сосредоточена вокруг рейтингов управляющих компаний и их успехов по получению в доверительное управление нового эндаумент-фонда, — этими новостями было наполнено информационное поле в пиковый 2020 год.

Рисунок 18.

Динамика упоминаний публикаций СМИ в разрезе информационных поводов об эндаументах в 2016–2020 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



По результатам сетевого анализа публикаций 2016–2020 гг. был сформирован самый неоднородный тематический кластер с большим количеством событий: от запуска новых

Кластер № 1. Деятельность Фонда Потанина: активно освещались как создание эндаумента, так и грантовые конкурсы Фонда и инфраструктурные проекты.

Кластер № 2. Грантовые конкурсы и проекты ФЦК: активно освещались проекты для профессионального развития отдельных ФЦК и рынка в целом (например, «Стань заметным»).

Кластер № 3. Расходование средств на поддержку студентов и активизация отраслевых мероприятий (например, «Белые ночи фандрайзинга», конференция Investfunds, «Целевые капиталы в российской провинции», «Филантропия: наука и практика»).

Кластер № 4. Выбор УК: в тематическом кластере объединились несколько крупных инфоповодов о передаче в доверительное управление ЦК.

КЛЮЧЕВЫЕ МЕДИАСОБЫТИЯ ЗА 20 ЛЕТ

После структурированной оценки медиаповестки об эндаументах по временным периодам следует подвести общий итог по ключевым событиям СМИ за двадцатилетие функционирования эндаументов в России.

В ходе анализа публикаций СМИ в системе «Медialogия» за 2006–2025 гг. были выделены топ-3 события по каждому году. Они отбирались на основании максимальных значений индекса заметности за годовой период.

Индекс заметности (И. З.) — кумулятивный параметр, который учитывает «рекламный эквивалент» публикации в зависимости от номера полосы, объема сообщения, а также тиража и посещаемости. Показатель отражает потенциальный охват аудитории СМИ. Подготовленный таймлайн ключевых событий периода представлен в [Приложении 1](#).

Отдельно стоит отметить тройку наиболее ярких публикаций по теме эндаументов:

324,8 И. З. ГК «РоснаноТех» после получения статуса НКО сможет создавать в своем составе целевые капиталы и учреждать новые НКО (2007 год); публикация «Коммерсантъ. Власть» из архива «Медialogии»

99,01 И. З. Основным источником финансирования «Общественного телевидения России» будет доход от целевого капитала (2012 год); публикация «Коммерсантъ». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1918045>

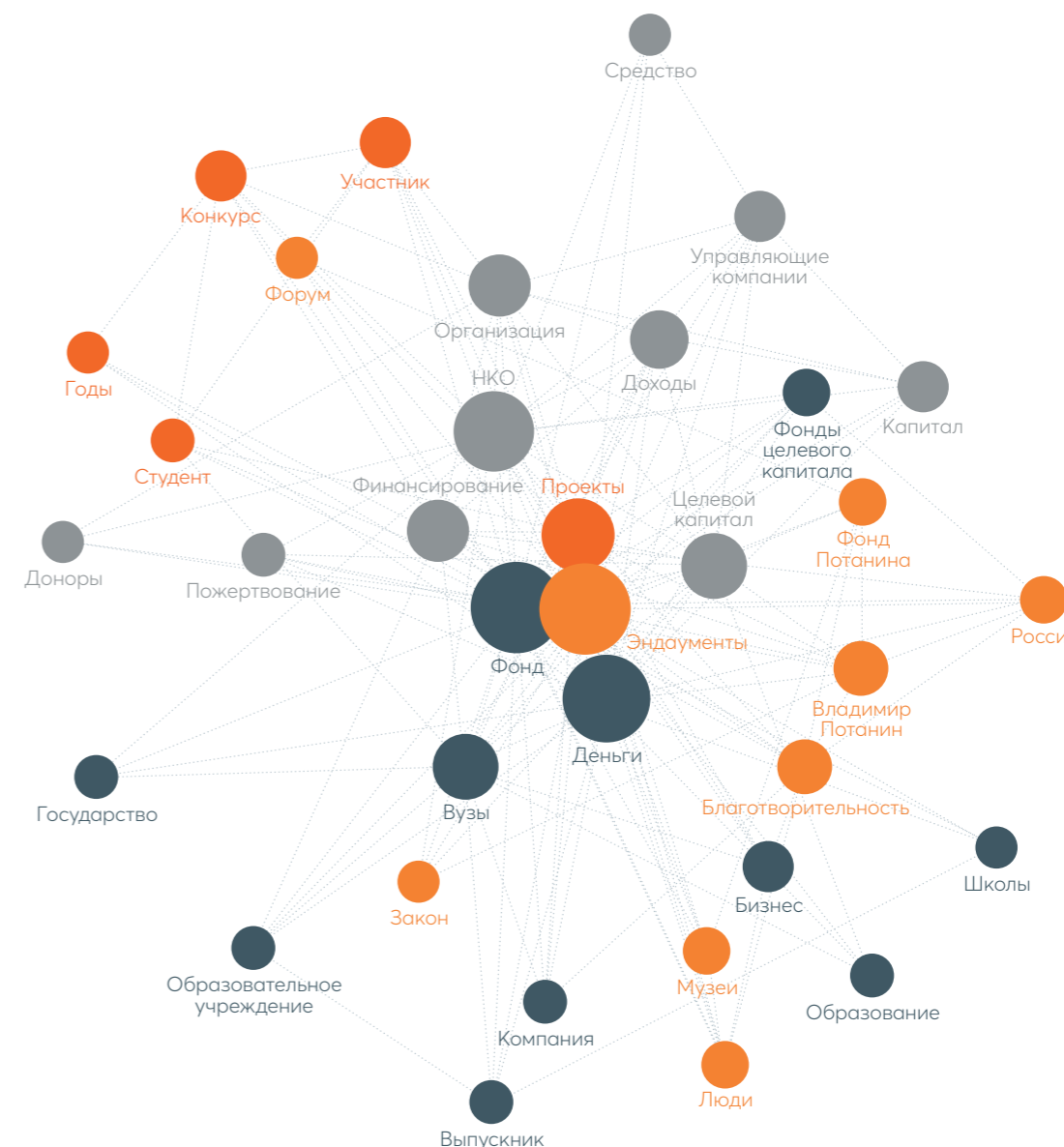
82,8 И. З. Группа «Тройка Диалог» отказалась от управления средствами эндаумента бизнес-школы «Сколково» во избежание конфликта интересов (2008 год); публикация Business FM из архива «Медialogии»

Примечательно, что все наиболее заметные события сосредоточены **в первом десятилетии работы эндаумент-фондов в России**, подсвечивая ключевые вопросы только сформировавшегося нового финансового рынка: кто мог создавать целевой капитал, для каких целей он мог быть использован, какие преимущества он мог дать НКО. В частности, новости подчеркивают **универсальность данного инструмента** ввиду возможности его применения для организаций разных сфер: в научно-технологическом, развлекательном и образовательном секторах. Не менее важно отметить, что топ публикаций демонстрирует **многогранность подходов к распространению информации о реализации эндаументов**: 1) через сами учреждения, при которых будет основан эндаумент (ГК «РоснаноТех»); 2) через объекты, на которые будут направлены средства с запуска целевого капитала (ОТР); 3) через представителей активных игроков рынка и экспертного сообщества, в т. ч. управляющих компаний (пример с группой компаний «Тройка Диалог»).

Согласно результатам сетевого анализа, наиболее активно формируют медиаполе об эндаументах в 2006–2025 гг. следующие тематические кластеры (см. рисунок 22):

Рисунок 22.

Граф по публикациям в СМИ за 2006–2025 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



Кластер № 1. Деятельность Фонда Потанина, которая включает в себя участие в разработке закона об эндаументах, создание собственного эндаумента, комплексную поддержку инфраструктуры рынка и участие в формировании ЦК у целого ряда институций. В этот же кластер отдельно попадают сообщения о форуме «Эндаументы» как о самом медийном мероприятии рынка ЦК, ежегодно организуемом Фондом Потанина.

Кластер № 2. Финансовые механизмы работы эндаументов. В сообщениях СМИ отражается и обсуждается взаимодействие эндаументов с УК, процессы и способы сбора пожертвований, а также цели расходования доходов, полученных с целевых капиталов.

Кластер № 3. Эндаументы в образовании. Отдельно выделяется кластер о развитии ЦК в сфере образования: партнерские проекты с бизнесом, пожертвования выпускников в ЦК. Выделение отдельного кластера повторно подчеркивает предыдущие выводы о лидирующих позициях эндаументов при образовательных учреждениях на рынке.

Кластер № 4. Проектная и конкурсная деятельность: в сообщениях фигурируют темы о расходовании дохода от ЦК на проекты, запуски конкурсов (как от ФЦК, так и для ФЦК).

Таким образом, мы видим, что результаты сетевого анализа согласуются с данными контент-анализа, что позволяет с уверенностью говорить о том, что выделенные группы инфоповодов являются устойчивыми и действительно характеризуют повестку целевых капиталов в рамках исследуемого периода.

ГЛАВА 5. КТО ДВИГАЕТ ПОВЕСТКУ В МЕДИА?

Раздел посвящен основным акторам (эндаумент-фондам и персонам), чаще всего встречающимся в сообщениях СМИ. Ниже подробнее рассмотрены рейтинги, которые были сформированы на основании количества упоминаний в СМИ. Упоминания подсчитывались только на подвыборке из сообщений, где целевые капиталы выступали главной темой сообщения.

КЛЮЧЕВЫЕ РОССИЙСКИЕ ЭНДАУМЕНТ-ФОНДЫ В ПОВЕСТКЕ СМИ

Рисунок 23.

Топ-15 наиболее часто упоминаемых эндаументов в 2006–2025 гг. в сообщениях, где тема эндаументов была центральной (N=9 471)



Наиболее часто СМИ рассказывали о деятельности эндаумент-фондов образовательных учреждений (см. рисунок 23): в топ-3 по количеству упоминаний вошли фонды целевых капиталов МГИМО (555 сообщений), ПГНИУ (247 сообщений) и ТГУ (238 сообщений). **Вторые по заметности в информационном поле стали эндаументы при благотворительных организациях и в области развития территорий страны**, а именно, чаще всего упоминались ФЦК «Истоки» (1 031 сообщение — лидер рейтинга), Фонд Потанина (550 сообщений) и ФЦК «Наш Норильск» (297 сообщений). В качестве **третьей группы по заметности** можно выделить **эндаумент-фонды в культурной сфере**: «Фонд развития Государственного Эрмитажа» (243 публикации) и ФЦК Третьяковской галереи (176 публикаций).

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКСПЕРТЫ ПО ТЕМЕ ЭНДАУМЕНТОВ В РОССИИ

Для того чтобы определить основных амбассадоров темы в медиа, были подсчитаны цитаты экспертов в текстах сообщений. В результате удалось выделить экспертов, которые регулярно и системно комментировали тему эндаументов на протяжении длительного времени (не менее 4 лет).

Лидером по количеству цитат среди всего потока сообщений (более 700) оказалась **Оксана Орачева**, генеральный директор Фонда Потанина. Активно в медиаполе также присутствуют директор эндаумент-фонда «Филантроп» **Людмила Пантелеева** (более 300 цитат) и директор ФЦК «Наш Норильск» **Анна Макуха**.

Таблица 2.

Топ-3 российских экспертов по теме целевых капиталов по количеству цитат в СМИ в 2006–2025 гг.

Эксперт в сфере эндаументов	Количество цитат в СМИ
Оксана Орачева , генеральный директор Благотворительного фонда Владимира Потанина	> 700
Людмила Пантелеева , директор эндаумент-платформы «Филантроп»	> 300
Анна Макуха , директор фонда «Наш Норильск»	> 200

ГЛАВА 6. О ЧЕМ ЧАЩЕ ВСЕГО ПИШУТ СМИ?

В данном разделе представлены результаты формального анализа сообщений (определения именованных сущностей) об эндаументах в СМИ в 2006–2025 гг.

МЕТОДОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИМЕНОВАННЫХ СУЩНОСТЕЙ

Для выделения ключевых участников дискуссии об эндаументах был проведен анализ именованных сущностей двух типов:

организации (ORG) и персоны (PER).

- Использовался подсчет по **количеству документов**, в которых сущность встречается (*document frequency*). Это позволяет оценить не столько интенсивность упоминаний, сколько широту присутствия сущности в информационном поле, что более релевантно для выявления ключевых игроков и спикеров, формирующих повестку в сфере целевых капиталов.
- Для корректного подсчета использовалась нормализованная форма сущности, что позволило объединить различные варианты написания одной и той же организации или персоны.

Так, например, варианты «Владимир Потанин», «Потанин», «В. Потанин» и «Владимир Олегович» приводились к форме **«Владимир Потанин»**. Аналогичная нормализация проведена для аббревиатур вузов («МГУ имени М. В. Ломоносова», «МГУ», «Московский государственный университет») и фондов («Фонд Потанина», «Благотворительный фонд В. Потанина», «Благотворительный фонд Владимира Потанина»).

- Была проведена дополнительная постобработка для устранения омонимии и разрешения неоднозначностей. Для ряда сущностей, где автоматическое распознавание давало сбои, применялись эвристические правила и контекстная фильтрация.
- Финальные списки топ-100 организаций и персон прошли этап экспертной валидации, в ходе которой были исключены ложные срабатывания, уточнены случаи неоднозначной идентификации и проверены спорные аббревиатуры. В результате ручной проверки подтверждена идентификация ряда персон и организаций (например: *Патриарх Кирилл, Игорь Рыбаков, Платон, Московская школа управления*).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА В ПУБЛИКАЦИЯХ СМИ

Общий набор ключевых слов в 2006–2025 гг.

За прошедшие 20 лет **лексически тематика выглядит устоявшейся**, варианты событий, новостей и мероприятий также ограничены в постоянное по своему содержанию множество. Детальный разбор лексем по типу (существительные/прилагательные/глаголы) и пятилетним периодам представлен в [Приложении 2](#).

Список наиболее частотных слов в публикациях в СМИ по теме целевых капиталов стабильный на протяжении 2006–2025 гг. (см. таблицу 2). Он отражает, что из себя представляет

эндаумент (рубль, средство, доход, миллион), какие действия осуществляются в его рамках (проект, развитие, управление, создание и др.) и на кого направлена его деятельность (организация, университет, вуз, некоммерческий).

Таблица 3.
Топ-20 слов по частоте упоминаний в 2006–2025 гг.

Ключевое слово	Количество упоминаний в СМИ
проект	15 260
рубль	14 234
развитие	14 051
организация	13 815
средство	12 298
конкурс	12 057
поддержка	10 574
компания	9 943
программа	9 912
управление	9 632
университет	8 695
вуз	8 480
доход	8 310
миллион	7 596
директор	7 108
создание	7 083
деятельность	6 891
российский	6 626
социальный	6 604
некоммерческий	6 572

Можно обратить внимание, что **главное слово**, чаще всего встречающееся в тематике целевых капиталов, — это **проект** (15 260 упоминаний), который непосредственно осуществляется на доход организации от целевого капитала. **К наиболее распространенным его форматам относятся** проведение различных **конкурсов** (12 057 упоминаний), **поддержка** инициатив (10 574 упоминания), реализация стипендиальных или образовательных **программ** (9 912 упоминаний), а также осуществление **проектов в социальной сфере** (6 604 упоминания). В дополнение можно сделать акцент на том, что в 2006–2025 гг. **основными бенефициарами эндаумент-фондов были высшие учебные заведения**, — более 17 тысяч раз упоминалась работа эндаументов при этих образовательных учреждениях, особенно в 2006–2015 гг. Среди ключевых акторов рынка целевых капиталов выделяются **организации-создатели эндаумента** (13 815 упоминаний), **компании-партнеры** (9 943 упоминания) и **руководители ФЦК и партнерских организаций** (7 108 упоминаний).

В разрезе наиболее часто упоминаемых существительных в 2006–2025 гг. эндаумент воспринимается как дополнительный доход для организаций, который они могут направить на развитие собственного учреждения и его проектов, — эндаументы при вузах чаще всего упоминались в 2006–2015 гг.

Ключевые существительные:

«доход, университет, развитие, проект»

В свою очередь, наиболее часто встречающиеся в СМИ эпитеты свидетельствуют о том, что целевой капитал — это значимый финансовый инструмент благотворительности, который позволяет НКО обеспечивать разнообразные проекты и развивать научный потенциал; в особенности это касается российских вузов.

Ключевые прилагательные:

«некоммерческий, крупный, научный, благотворительный»

Через разбор наиболее часто упоминаемых глаголов в публикациях СМИ раскрывается история формирования эндаумент-фондов в России: от создания, управления целевым капиталом, принятия новых регулирующих деятельность ФЦК законов до становления таких механизмов опорой для своих организаций.

Ключевые глаголы:

«создать, управлять, являться, принять»

Обсуждение темы создания эндаументов в 2006–2025 гг.

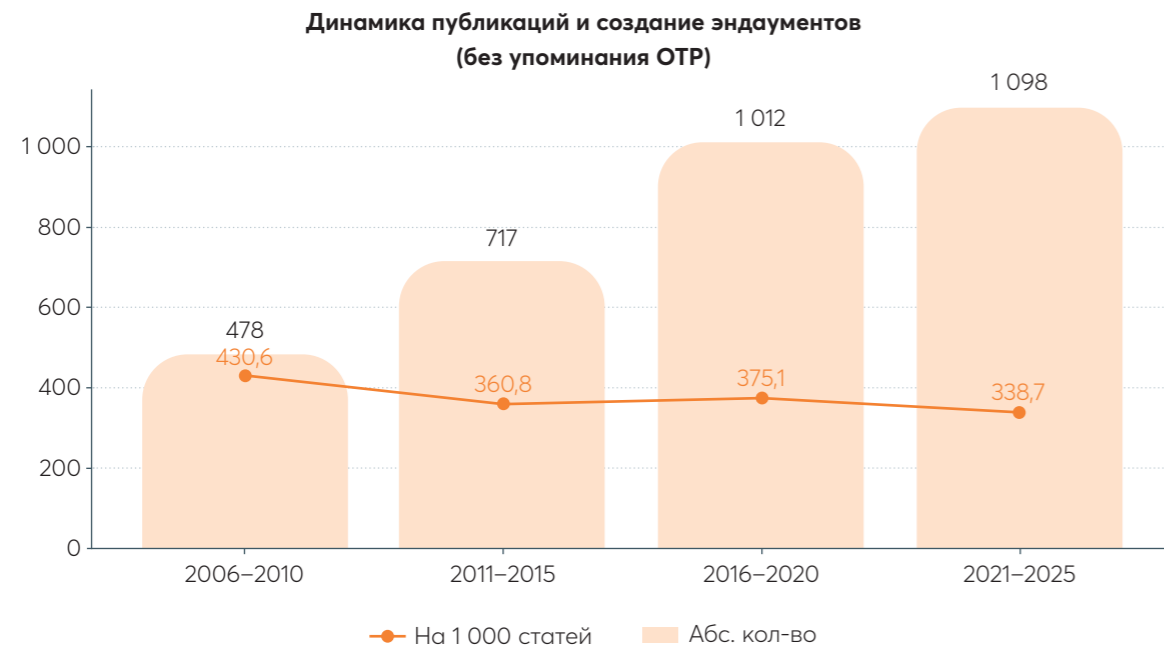
Для анализа динамики медийного внимания к теме создания эндаументов использовался поиск по лемматизированным текстам публикаций:

- Из корпуса предварительно были исключены публикации, содержащие упоминания «Общественного телевидения России» (ОТР/ОТВ) как несостоявшегося эндаумент-проекта, искажающего результаты.
- Поиск осуществлялся по набору из **15 паттернов** — биграмм и триграмм, описывающих семантику создания эндаумента: «создание эндаумента», «создать эндаумент-фонд», «сформировать целевой капитал» и др.
- Для триграмм использовался поиск с допуском до двух промежуточных слов в любом порядке, что позволяло улавливать конструкции типа «создание собственного эндаумент-фонда».
- Подсчитывалось число **уникальных публикаций**, содержащих хотя бы один из паттернов.
- Для корректного сравнения между периодами разного объема **результаты нормализовались на размер корпуса** периода (число публикаций на 1 000 статей).

Согласно анализу динамики выпуска сообщений о создании эндаументов в СМИ в контексте пятилетий (см. рисунок 24) **абсолютное число публикаций растёт** с 478 в 2006–2010 гг. до 1 098 в 2021–2025 гг., то есть более чем вдвое. Это отражает общий рост медиаактивности вокруг темы эндаументов и расширение рынка. Однако **нормализованный показатель снижается** с 430 до 339 публикаций на 1 000 статей корпуса. Тема создания эндаументов растёт медленнее, чем медиапространство про эндаументы в целом, т. е. дискурс смещается от обсуждения «как создать» к другим аспектам: управлению, доходности, регулированию.

Рисунок 24.

Динамика публикаций о создании эндаументов в 2006–2025 гг.

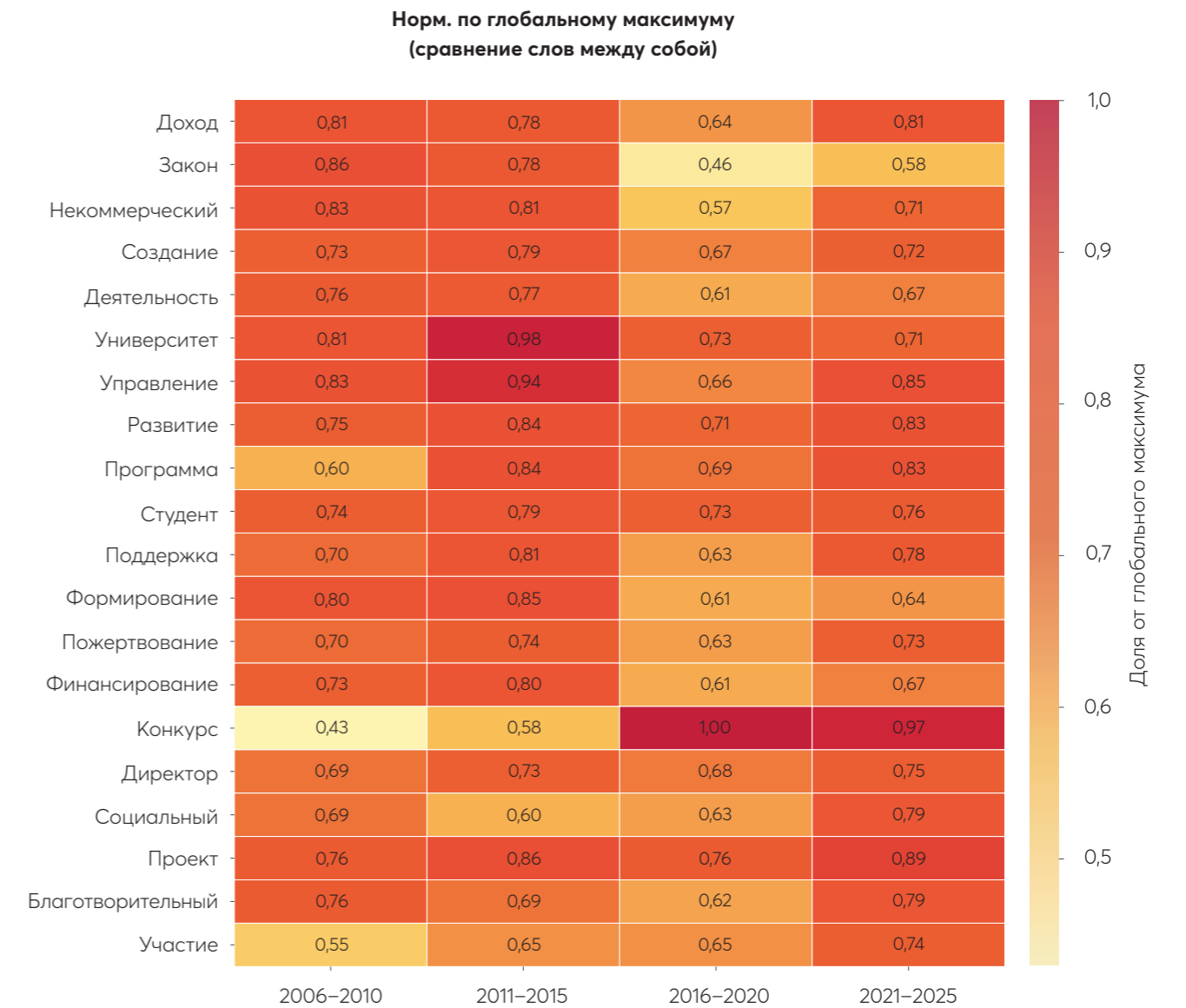


Данное смещение темы дискуссии вокруг рынка эндаументов в России можно проследить и с помощью облаков ключевых слов для каждого пятилетия существования фондов целевых капиталов.

В разрезе пятилетий можно зафиксировать **следующую лексическую трансформацию темы в публикациях СМИ** (см. рисунок 25).

Рисунок 25.

Динамика ключевых слов по теме в 2006–2025 гг.



В 2006–2010 гг. ключевые слова (см. рисунки 32–52 в **Приложении 2**,) были сосредоточены вокруг законодательного оформления эндаументов при некоммерческих организациях, объяснения полезности их создания для НКО в качестве дополнительного источника дохода, а также запуска первых эндаумент-фондов при университетах. **В этот же период уточнялась специфика функционирования целевого капитала:** вопросы его формирования, использования, финансирования и необходимых минимальных сумм для его запуска при учреждении. Ввиду только зарождения эндаумента как финансового инструмента в современной России, в СМИ в основном был сделан **акцент на первых возможных действиях с эндаументами:** создание, регистрирование, внесение и перечисление первых денежных средств, сообщение об их существовании организациям для привлечения новых игроков на этом рынке. Среди наиболее часто встречавшихся прилагательных того периода следует выделить такие эпитеты, как «социальный», «крупный», «налоговый», «российский», «благотворительный» и «некоммерческий». Все они характеризуют **ключевые особенности эндаумент-фондов:** сферу деятельности, объем целевого капитала, главную преференцию для НКО в виде отсутствия налогообложения на доход от целевого капитала и др.

Тем временем **всплеск сообщений о формировании эндаументов и о передаче их в доверительное управление приходился на 2011–2015 гг.**, — «управление», «доверительный» и «управлять» стали одними из наиболее ярко выраженных именных существительных в облаках слов разных категорий (см. рисунки 26–28 в [Приложении 2](#)). В это же время наблюдался **пик медиазаметности эндаументов вузов** и их программ, направленных на поддержку одаренных студентов. В свою очередь, формирование целевого капитала было неразрывно связано со способами его пополнения — сбором пожертвований для эндаумент-фондов, к примеру, в образовательной, научной, инновационной или культурной сферах.

После 2016 года увеличилось количество сообщений о конкурсах от ФЦК (об оказании финансовой поддержки или о партнерстве в рамках организации мероприятия) **и для ФЦК** (участие в грантовых программах) **как на муниципальном, так и на всероссийском уровнях** (см. рисунки 29–31 в [Приложении 2](#)). В 2016–2020 гг., после преодоления начальных этапов формирования темы, СМИ заостряют внимание на непосредственном **развитии фондов целевого капитала**, на тех, кто участвует в их пополнении (на выпускниках вузов, российских компаниях), а также на возникновении новых эндаумент-фондов в области музейного дела и школьного образования. Среди наиболее часто встречаемых существительных отдельно выделяется активность директоров ФЦК по взаимодействию с другими организациями и продвижению ими собственного учреждения.

В облаках слов 2021–2025 гг. сохраняются лексические тенденции прошлого пятилетия с фокусом на проектной деятельности эндаумент-фондов и направлениях их развития в разнообразных областях, преимущественно в благотворительной, научной и образовательной сферах (см. рисунок 32 в [Приложении 2](#)). Вместе с этим уделяется **внимание работе фондов целевого капитала**, а именно, успешности данного финансового инструмента, долгосрочности его целей и функции по повышению устойчивости некоммерческой организации (см. рисунок 33 в [Приложении 2](#)). Аналогично среди ключевых глаголов того периода (см. рисунок 34 в [Приложении 2](#)) можно наблюдать, что повестка СМИ формируется вокруг того, **что может позволить себе организация благодаря созданию эндаумента** и за счет чего может обеспечить свои проекты. В 2021–2025 гг. часто упоминаются **вопросы помощи и направления средств эндаумент-фондам**, а также все, что касается управления их целевым капиталом.

КЛЮЧЕВЫЕ АКТОРЫ ПОВЕСТКИ ЦЕЛЕВЫХ КАПИТАЛОВ В СМИ

Упоминаемые организации в теме целевых капиталов

Подход к анализу ключевых организаций

Извлечение существительных типа ORG сопряжено с высокой вариативностью написания: одна и та же организация может упоминаться под аббревиатурой, полным названием, с указанием организационно-правовой формы (ПАО, АО, УК, АНО и др.) или в различных падежных формах. Для решения этой проблемы применялась многоэтапная нормализация.

Этап 1 — автоматическая нормализация. Для поиска дублей применялась функция нормализации, которая приводила названия к нижнему регистру и удаляла юридические аббревиатуры (ПАО, ОАО, ЗАО, ООО, АНО, УК, ГК, НКО и др.), кавычки всех видов и содержимое скобок. Нормализованные формы сравнивались между собой: группы с совпадающей нормализованной формой считались кандидатами на объединение. Внутри каждой группы в качестве канонического выбиралось название с максимальной частотой упоминания.

Этап 2 — ручной маппинг. Для организаций из топ-100 по частоте был составлен словарь вида {сырое название: каноническое название}. Маппинг выполнялся вручную с учетом

контекста: например, ВТБ + Банк ВТБ + ВТБ Капитал — ВТБ; Сколково и СКОЛКОВО — Фонд «Сколково»; при этом Сколтех (Сколковский институт науки и технологий) сохранялся как отдельная сущность, поскольку является самостоятельной организацией.

Этап 3 — расширенный маппинг для кластера «Сколково». Ввиду особой сложности кластера «Сколково» (множество структур с похожими названиями: Фонд Сколково, Технопарк Сколково, Сколтех, Московская школа управления Сколково, Открытый университет Сколково и др.) для него был составлен отдельный расширенный словарь точного соответствия, охватывающий все выявленные варианты написания.

Этап 4 — нечеткий маппинг остатков. Для названий, не вошедших в ручной словарь, применялся поиск по подстроке: если нормализованное название содержало ключевое слово-идентификатор организации, оно относилось к соответствующей канонической группе.

Для подготовки финальных визуализаций мы учитывали две метрики: **охват документов (Document Frequency — DF) и частоту упоминаний (Term Frequency — TF)**.

- Охват документов — это количество публикаций в корпусе, содержащих хотя бы одно упоминание организации. Метрика отражает широту присутствия организации в информационном поле и не зависит от интенсивности упоминаний внутри отдельных материалов.
- Частота показывает суммарное число упоминаний организаций во всех публикациях корпуса.

Облако тегов (см. рисунок 26) показывает **самые упоминаемые по охвату документов организации России за 2006–2025 гг.**: на первом плане **ВТБ, Благотворительный фонд Владимира Потанина и Государственный музей**. Среди других заметны **банки, вузы и фонды** — от МГИМО, ТГУ до благотворительных проектов (ФЦК «Истоки», Фонд Андрея Первозванного и др.). Визуализация отражает медиаактивность в образовании, социальной сфере, науке и культуре. В целом можно зафиксировать, что рейтинг наиболее часто встречающихся в СМИ организаций (см. рисунок 27) состоит из государственных структур (министерств, ведомств, комитетов), образовательных учреждений (вузов, школ, исследовательских центров), культурных институций (музеев, театров, библиотек), коммерческих организаций (корпораций, инвестиционных компаний), НКО (фондов, ассоциаций, объединений) и зарубежных обладателей эндаументов (к примеру, Гарвардский университет).

Рисунок 26.

Упомянутые организации, связанные с темой в 2006–2025 гг.³

Организации по охвату документов (DF)

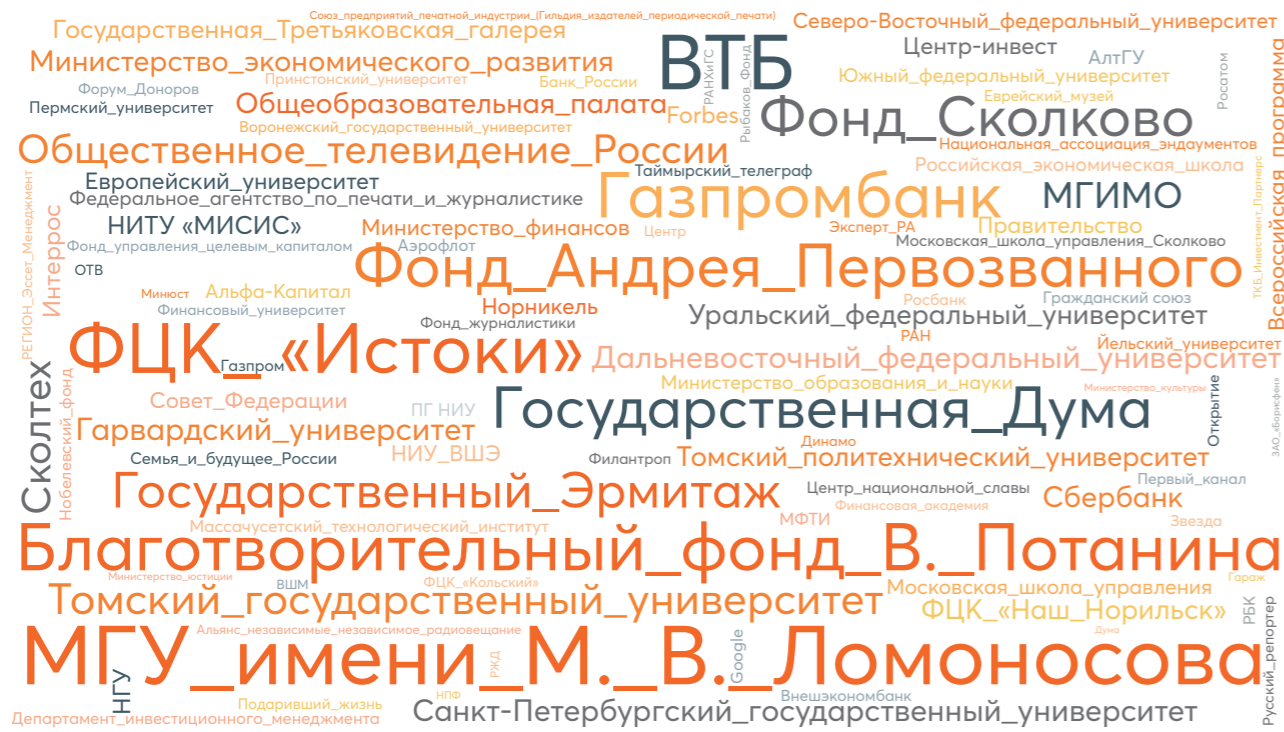


Рисунок 27.

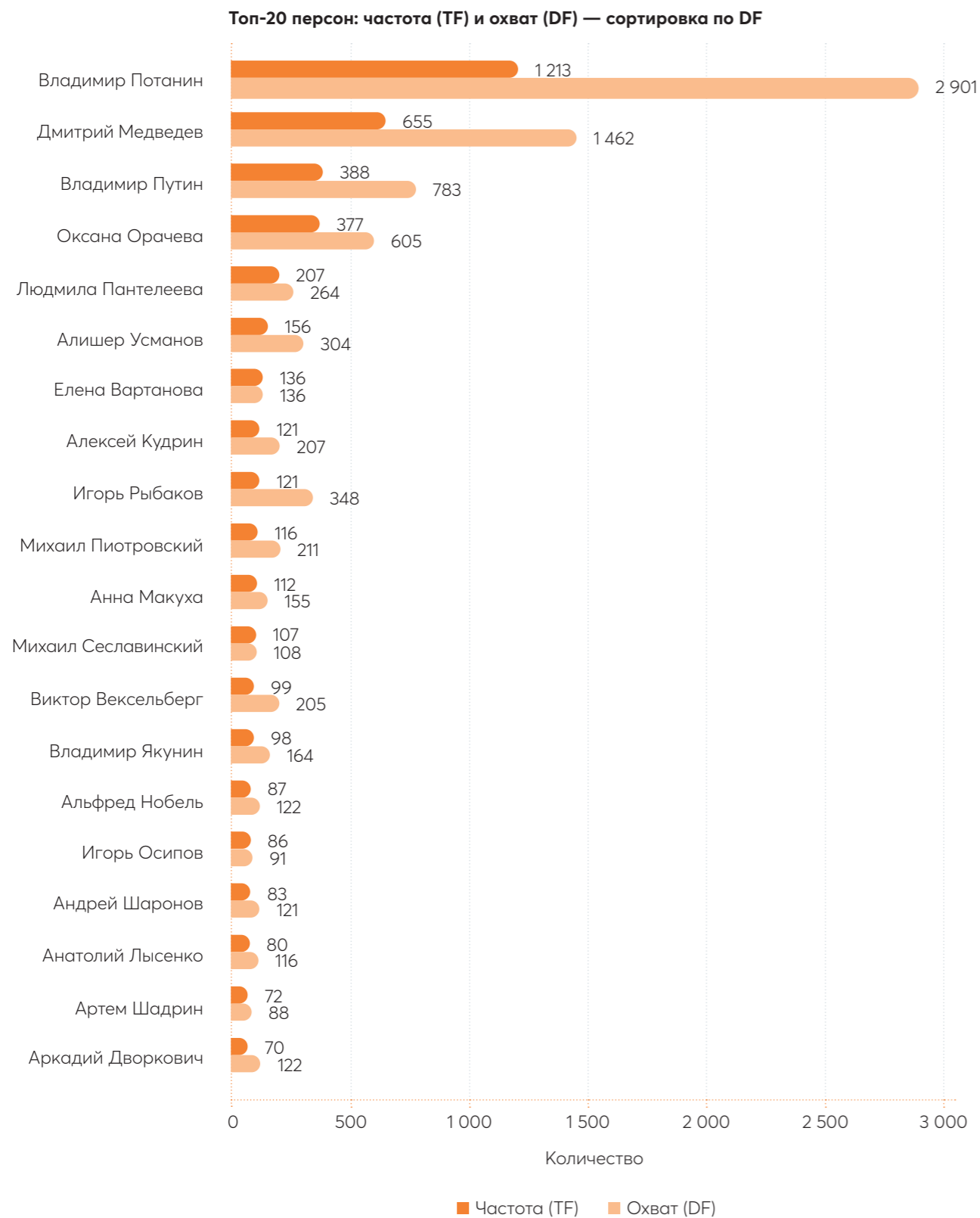
Топ-20 организаций в СМИ в 2006–2025 гг. по параметрам частоты и охвата



³ МГУ им. М. В. Ломоносова упоминается не в контексте деятельности эндаумента, а как соорганизатор всероссийского конкурса «Семья и будущее России»-2026, который организуют Фонд Андрея Первозванного, Фонд целевого капитала «Истоки» и факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова.

Рисунок 29.

Топ-20 персон в СМИ в 2006–2025 гг. по параметрам частоты и охвата



ГЛАВА 7. КАКИЕ ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ РЫНКА ЭНДАУМЕНТОВ ОБСУЖДАЮТСЯ В СМИ?

ПОДХОД К АНАЛИЗУ КЛЮЧЕВЫХ ТЕМ РЫНКА ЭНДАУМЕНТОВ

Наряду с изучением сообщений СМИ в системе «Медиалогия» и проведением сетевого анализа, посредством тематического моделирования публикации медиапространства в 2006–2025 гг. были альтернативным образом разделены на **девять тем, содержательно характеризующихся наиболее часто встречающимися словами:**

1. Создание эндаументов и передача их в управление

(к примеру: «ВТБ Капитал Инвестиции заключил договор на управление средствами эндаумент-фонда БГТУ им. В. Г. Шухова». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4476617>)

2. Грантовые конкурсы и проектные акселераторы

(к примеру: «200 лучших студентов стали обладателями «Умной стипендии», учрежденной банком «Центр-инвест» и ФЦК «Образование и наука ЮФО». URL: <https://rostou161.net/news/bank-centr-invest-uruchil-u-rostove-umnuyu-stipendiyu.html>)

3. Инвестиционное управление активами

(к примеру: «Эндаументы как инвесторы: куда вложить благотворительные капиталы?». URL: <https://www.b-soc.ru/blogs/endaumenty-kak-investory-kuda-ulozhit-blagotvoritelnye-kapitaly/>)

4. Университетские эндаументы

(к примеру: «Российский банкир И. Ким стал председателем общего собрания ФЦК «Эндаумент НГУ». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2902919>)

5. Институциональное развитие эндаументов

(к примеру: «Эндаумент «Наш Норильск» поддержал проект «Пульс развития: акселератор стратегий НКО». URL: <https://news.sgnorilsk.ru/2025/05/15/fond-nash-norilsk-podderzhal-proekt-puls-razvitiya-akselerator-strategij-nko/>)

6. Тематические конкурсы и профессиональные премии

(к примеру: «Фонд Андрея Первозванного проводит Всероссийский конкурс для журналистов «Семья и будущее России»-2019». URL: <https://radonezh.ru/2019/04/01/fond-andreya-pervozvannogo-provodit-userossiyskiy-konkurs-dlya-zhurnalistov-semya-i>)

7. Социальные проекты и благотворительность

(к примеру: «Эндаумент «Дочки-матери» поддержит уникальные исследования ФГБУ «НМИЦ АГП им. акад. В. И. Кулакова» Минздрава России». URL: <https://philfund.ru/press-centr/endaument-dochki-materi-podderzhit-unikalnyeissledovaniya-fgbu-nmicz-agp-im-akad-u-i-kulakova-minzdrava-rossii/>)

8. Культурные институции и меценатство

(к примеру: «Третьяковская галерея начала получать доходы от эндаумента и приобрела работу Андрея Монастырского «Ветка»»). URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/395611-seli-na-uetku-tretyakovskaya-galereya-nachala-poluchat-dohody-ot-endaumenta>)

9. Законодательство и НКО

(к примеру: «Публикация закона о порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»). URL: https://rg.ru/documents/2007/01/11/nko-kapital-dok.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F)

Подробнее с наборами ключевых слов по каждой из девяти выделенных тем можно ознакомиться в [Приложении 3](#).

Тематическое моделирование было выполнено с использованием **латентного размещения Дирихле (LDA)**, которое позволяет реконструировать макроструктуру дискурса, выделяя крупные тематические блоки с характерными для реальной языковой картины размытыми границами и зонами семантического перекрытия.

Подбор оптимального числа тем осуществлялся в **два этапа**:

Количественная оценка. Были рассчитаны стандартные метрики качества (перплексия и когерентность) для разного количества тем в диапазоне от 3 до 15.

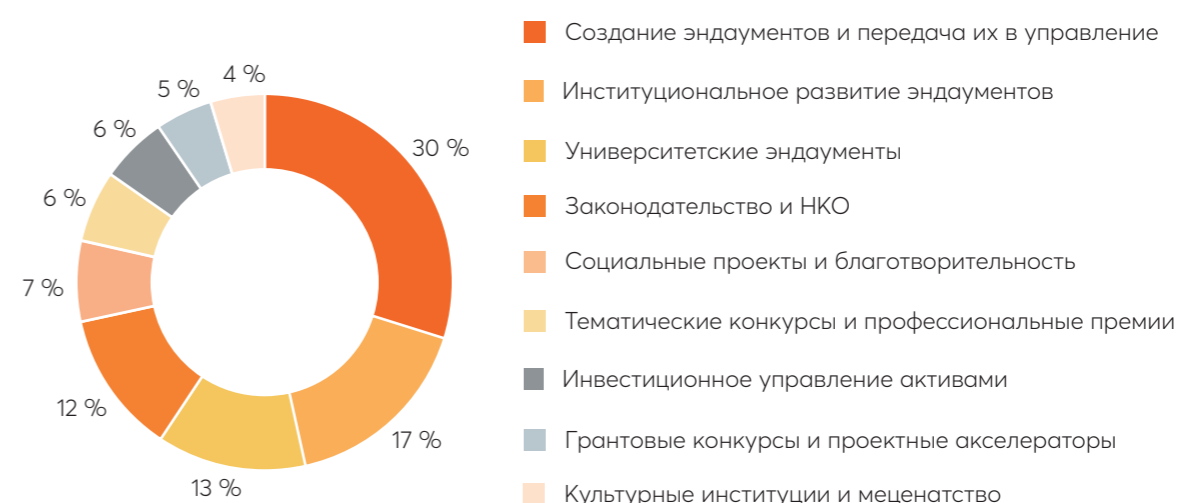
Экспертная валидация. Ряд вариантов (5, 8, 10 тем) были проанализированы вручную на предмет интерпретируемости, сбалансированности и различимости выделенных тематических кластеров.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ ЗА 20 ЛЕТ В СМИ

По итогам тематического моделирования были не только выделены ключевые направления обсуждения эндаументов в СМИ, но и определены их доли в общем потоке публикаций (см. рисунок 30). Так, стабильно на протяжении всего исследуемого периода **наиболее активно освещаются такие темы, как создание новых эндаументов** (2 813 сообщений) и **значимые организационные изменения в уже существующих** (1 557 сообщений), — они представляют практически половину (47 %) всего объема контента о ФЦК в СМИ в 2006–2025 гг. Примерно **одинаковое распределение публикаций** можно наблюдать по вопросам ведения университетских эндаументов и регламентирования деятельности фондов целевого капитала в целом (1 193 и 1 153 упоминания соответственно). Лишь 7 % повестки связано с осуществлением социальных проектов и благотворительности в рамках использования эндаумента. Остальные темы в сфере эндаументов не превышают 6 % от общего объема сообщений в СМИ. **Самая маленькая доля сообщений**, однако публикуемая регулярно, приходится на **обсуждение целевых капиталов в культурных институциях** (4 % от всей информационной повестки).

Рисунок 30.

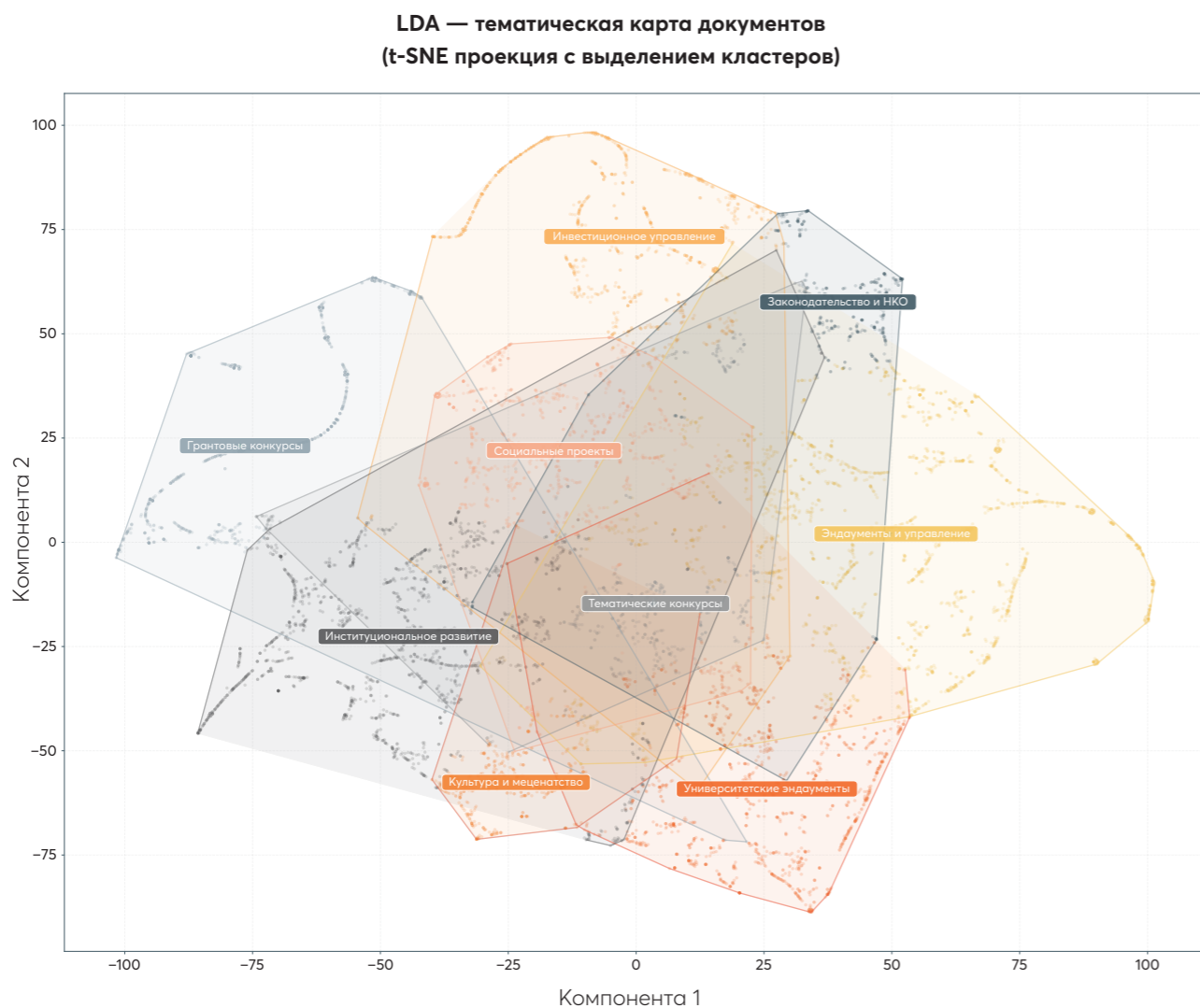
Топ тем по количеству сообщений в 2006–2025 гг., %



В свою очередь, на t-SNE проекции (см. рисунок 31) представлено **расположение избранных тем в общем медианполе**. Обсуждение **запуска новых эндаументов** и их взаимодействия с управляющими компаниями стало **наиболее наполненной темой**, к которой присоединяются другие секции дискуссий. В **центре схемы** создание целевого капитала пересекается с сообщениями о **грантовых конкурсах** для эндаумент-фондов и публикациями о реализации собственных **социальных проектов** НКО за счет эндаумента. В **нижней части тематической карты** формирование целевого капитала объединяется с продвижением эндаумент-фондов и их **работой при организациях в сфере образования и культуры**. В **верхней же зоне** создание целевого капитала приводит к дискуссии вокруг **инвестиционного управления** активами организаций с целевыми капиталами и **регуляторной деятельности** в этой области.

Рисунок 31.

Тематическая карта публикаций об эндаументах в СМИ



Тематическое моделирование проведено как для всего корпуса в целом, так и для каждого из четырех хронологических периодов отдельно. Это позволяет проследить эволюцию тематической структуры, выявить, какие темы выходят на первый план на разных этапах и как меняется фокус общественной дискуссии об эндаументах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За два десятилетия репрезентация целевых капиталов в российском медиаполе прошла трансформацию от рискованного эксперимента до признанного, пусть и нишевого, финансового инструмента, способного обеспечить устойчивость некоммерческих организаций. Анализ публикаций СМИ показал, что рынок целевых капиталов прошел стадии законодательного становления, первых экспериментов и постепенного «взросления», и сегодня его медиаобраз отражает реальные тренды: концентрацию в образовательной сфере и крупных регионах (в особенности столичных городах), растущую роль благотворительных фондов и зарождающийся интерес к территориальному развитию.

Несмотря на рост числа публикаций (более 32 тысяч сообщений за 2006–2025 гг.) и преимущественно позитивно-нейтральную тональность сообщений (больше 90 %), тема эндаументов остается узкопрофессиональной. Лишь каждое третье сообщение посвящено целевым капиталам напрямую, а устойчивый интерес к теме сформировался только у ограниченного пула СМИ. Можно предположить, что широкая аудитория по-прежнему мало осведомлена об эндаументах, хотя для экспертов, жертвователей и профессионального сообщества информационное поле уже уверенно сформировалось.

Лексически тематика также устоялась, и эндаумент презентуется как стабильный источник поддержки инициатив, а не как абстрактный финансовый механизм. Согласно анализу наиболее часто встречающихся слов по теме эндаументов, ядро медиаобраза целевых капиталов в России составляют такие понятия, как «проект», «конкурс», «поддержка», «программа», «развитие» и «управление».

Ключевым вызовом для сектора остается асимметрия медиа-присутствия. Более половины публикаций (52 %) создается изданиями в Москве, а основное внимание сфокусировано на университетских эндаументах. При этом такие важные сферы, как культура, спорт, медицина и деятельность региональных фондов, освещены фрагментарно.

В то же время медиадискурс последних лет демонстрирует позитивную эволюцию: акцент сместился с вопроса «как создать эндаумент» на то, «как использовать его доход». Появление публикаций о реальных проектах, стипендиальных программах, покупке произведений искусства на средства от целевого капитала и о поддержке местных сообществ свидетельствует о практической зрелости рынка. Особенно показателен рост внимания к эндаументам территорий (28 % сообщений к 2025 году), что говорит о расширении географии и миссии целевых капиталов. Тем не менее региональные эндаументы за пределами Москвы и Санкт-Петербурга пребывают в некотором «информационном вакууме», хотя такие примеры ФЦК, как «Наш Норильск», «Кольский» или «Добрянка», показывают, что при наличии системной работы с локальными медиа тема может получать устойчивое и заинтересованное освещение.

По результатам тематического моделирования 30 % всего объема публикаций об эндаументах посвящено их созданию и передаче в доверительное управление. Достаточно большие доли медиаповестки также приходятся на университетские эндаументы, институциональное развитие сектора, грантовые конкурсы и социальные проекты. При этом тема культуры, несмотря на наличие ярких кейсов (к примеру, работа эндаумент-фондов при Эрмитаже и Третьяковской галерее), занимает лишь 4 % сообщений в СМИ, что указывает на значительный неиспользованный потенциал для расширения обсуждения в этих областях.

Драйверами повестки выступают несколько ключевых спикеров (Оксана Орачева, Людмила Пантелеева, Анна Макуха и др.) и организаций-лидеров (Фонд Потанина, ФЦК МГИМО, ТГУ,

«Наш Норильск», «Истоки»). Именно их активная коммуникационная стратегия обеспечивает устойчивое присутствие темы в СМИ.

В ближайшие годы продвижение эндаументов в публичном поле будет зависеть от способности сектора не только наращивать «тело» целевого капитала, но и системно работать с медиа: рассказывать о конкретных результатах, привлекать новых спикеров, а также раскрывать для аудитории преимущества «вечного капитала» в текущий период постоянно меняющихся обстоятельств.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ТАЙМЛАЙН ОСНОВНЫХ СОБЫТИЙ ПО ИНДЕКСУ ЗАМЕТНОСТИ

Индекс заметности — кумулятивный параметр, который учитывает «рекламный эквивалент» публикации в зависимости от номера полосы, объема сообщения, а также тиража и посещаемости. Показатель отражает потенциальный охват аудитории СМИ.

Год	Событие
2006	68,4 Общественные слушания по законопроекту «О порядке формирования и использования целевого капитала НКО» прошли в конце октября (публикация РИА «Новости #Горячая линия» из архива «Медиалогии»)
	63 Вице-премьер Д. Медведев отчитался Президенту РФ о принятии закона об эндаументах в рамках подведения итогов года (публикация «Коммерсанта» из архива «Медиалогии»)
	43,05 После запуска две российские бизнес-школы, «Сколково» и Высшая школа менеджмента СПбГУ, планируют сформировать собственные эндаумент-фонды для долгосрочного финансирования (публикация «Российской газеты» из архива «Медиалогии»)
2007	324,8 ГК «Роснотех» после получения статуса НКО сможет создавать в своем составе целевые капиталы и учреждать новые НКО (публикация «Коммерсанта # Власть» из архива «Медиалогии»)
	82,2 В. Фадеев упомянул деятельность коллеги по Общественной палате РФ В. Потанина по развитию закона о целевом капитале как новом финансовом механизме для бизнеса (публикация «Русской Службы Новостей» (rusnovosti.ru) из архива «Медиалогии»)
	80,7 Анонс брифинга о создании эндаумента «Фонд развития МГИМО» 28 марта (публикация РИА «Новости #Горячая линия» из архива «Медиалогии»)
2008	82,8 Группа «Тройка Диалог» отказалась от управления средствами эндаумента бизнес-школы «Сколково» во избежание конфликта интересов (публикация Business.FM из архива «Медиалогии»)
	79,2 Статья о формирующемся рынке эндаумент-фондов как способа управления имиджем организации (публикация Business.FM из архива «Медиалогии»)
	76,2 УК «Ренессанс — управление активами» выиграла в конкурсе на право управления средствами эндаумента НИУ ВШЭ (публикация Business.FM из архива «Медиалогии»)
2009	8,5 Будут запущены налоговые льготы для благотворительности. URL: https://www.kommersant.ru/doc/1158029
	6,16 Статья о подготовке новых налоговых преференций для НКО (публикация «Ведомостей» из архива «Медиалогии»)
	4,86 Статья о расширении возможностей для НКО по пополнению целевого капитала. URL: https://www.kommersant.ru/doc/1297071

2010	<p>6,11 В рамках визита в Томск Президент РФ Д. Медведев отметил, что внесет первый взнос в эндаумент ТПУ. URL: https://www.1tv.ru/news/2010-02-11/153202-prezident_obsudil_s_tomskimi_studentami_utechku_mozgov_i_perspektivy_rossiyskoy_nauki</p> <p>5,34 Статья о стагнации рынка доверительного управления. URL: https://www.banki.ru/news/bankpress/?id=2173274</p> <p>5,34 По итогам заседания попечительского совета Эрмитажа было принято решение о создании первого в России эндаумент-фонда музея. URL: https://www.kommersant.ru/doc/1390102</p>
2011	<p>7,63 Проектные компании ОАО «Роснано» могут принять участие в создании эндаумента Сколковского института науки и технологий. URL: https://ria.ru/20111219/520816986.html</p> <p>5,25 Статья о ситуации на рынке целевого капитала: число и размер эндаументов, сферы присутствия. URL: https://www.vedomosti.ru/management/articles/2011/11/29/samye_umnye_dengi</p> <p>4,07 Президент Сколковского института науки и технологий Э. Кроули рассказал, как он будет убеждать инвесторов вкладываться в эндаумент центра. URL: https://www.vedomosti.ru/library/articles/2011/11/29/prakticheski_vechnaya_investiciya</p>
2012	<p>99,01 Основным источником финансирования «Общественного телевидения России» будет доход от целевого капитала. URL: https://www.kommersant.ru/doc/1918045</p> <p>8,12 Статья о запуске эндаумента Сколтеха: объем ЦК, из чего сформирован, кто будет управлять. URL: https://www.vedomosti.ru/library/articles/2012/07/02/pochem_innovacii_dlya_naroda</p> <p>8,06 Одним из вопросов заседания Совета по науке и образованию стало использование фондов целевого капитала для поддержки научных проектов. URL: https://www.gazeta.ru/science/news/2012/10/29/n_2593249.shtml?utm_auth=false</p>
2013	<p>21,43 Премьер-министр РФ Д. Медведев проведет заседание попечительского совета СПбГУ по поводу программы развития вуза и управления его эндаумент-фондом. URL: https://ria.ru/20131018/970889163.html</p> <p>17,8 Президент РФ В. Путин отменил поручение предшественника о том, что государственные компании должны отчислять средства в эндаумент Сколтеха. URL: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/06/24/skolteh_bez_sredstv</p> <p>13,76 Президент ОАО «РЖД» Владимир Якунин с супругой Натальей основали в Женеве эндаумент фонда Андрея Первозванного. URL: https://ria.ru/20130813/955969738.html</p> <p><i>Все события попали в топ как по уровню заметности, так и по количеству упоминаний в СМИ.</i></p>
2014	<p>8,01 Исполком Российского футбольного союза на ближайшем заседании обсудит вопрос создания эндаумента для развития детско-юношеского и массового футбола в стране. URL: https://tass.ru/sport/1582969</p> <p>6,68 Президент РФ В. Путин призвал взвешенно относиться к мировым вузовским рейтингам, где российские университеты пока отстают от других по уровню развития целевого капитала, и учитывать еще несформировавшийся рынок эндаументов в стране. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/545242c0cbb20f8353d8abde</p> <p><i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>5,85 Эндаумент ПГНИУ собрал 1/3 средств от необходимых 3 млн руб. для старта проекта. URL: https://echoperm.ru/news/261/135301/</p>

2015	<p>15,47 Министр культуры РФ В. Мединский рассказал о деятельности эндаумента Российского военно-исторического общества; (из архива «Медиагогии») <i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>10,77 Фонд «Династия» принял решение о самоликвидации, однако задержался с решением ввиду попытки сохранения эндаумента организации. URL: https://www.rbc.ru/politics/08/07/2015/559cd1979a79476bc628e700</p> <p>9,6 Финансирование будущей научно-технологической «долины» МГУ будет осуществляться за счет эндаумента университета. URL: https://www.rbc.ru/investigation/business/28/01/2015/54c8b4659a794730dbef8851</p>
2016	<p>11,24 Ведется спор вокруг источников финансирования культуры в ходе подготовки стратегии государственной политики сферы на период до 2030 года. URL: https://tv.rbc.ru/archive/levchenko/56bde84a9a79477a128543d1</p> <p>7,79 Премьер-министр РФ Д. Медведев предложил создать многоканальную систему финансирования культуры. URL: https://ria.ru/20160304/1384460938.html</p> <p>5,56 Фонд целевого капитала «Истоки» запускает новую образовательную программу по политологии совместно с факультетом политологии МГУ. URL: https://www.rbc.ru/politics/26/04/2016/571f6cb89a79478797fb5f29</p>
2017	<p>26,01 С. Кириенко весь свой денежный бонус, полученный после ухода из ГК «Росатом», внес в эндаумент Фонда «Врачи, инновации, наука — детям». URL: https://ria.ru/20170215/1488032002.html</p> <p>10,52 Глава Попечительского совета АНООВО «ЕУСПб» М. Пиотровский заявил, что целевой капитал вуза пополняется исключительно за счет российских средств. URL: https://voiks.livejournal.com/461322.html</p> <p>9,78 Благотворительный фонд «Искусство, наука и спорт» пополнит фонд целевого капитала НИТУ «МИСИС» на 100 млн руб. URL: https://www.kursk.kp.ru/daily/26770/3807082/</p>
2018	<p>9,7 70 университетов России вошли в международный рейтинг RUR–2018, но с отставанием в показателе «финансовая устойчивость» из-за отсутствия практики ведения эндаументов при вузах. URL: https://rg.ru/2018/04/09/70-rossijskih-universitetov-popali-v-mezhdunarodnyj-rejting-vuzov.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F</p> <p>9,02 Президент РФ В. Путин подписал закон о налоговых льготах лицам, оказавшим финансовую поддержку учреждениям культуры. URL: https://ria.ru/20181127/1533643598.html</p> <p><i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>6,87 Эндаумент ТГУ совместно с Ассоциацией выпускников организовал сбор средств на строительство памятника основателям вуза. URL: https://tass.ru/sibir-news/5173471</p>
2019	<p>8,06 Владелец футбольного клуба «Краснодар» С. Галицкий рассказал о планах по развитию клубной школы и формированию ее эндаумента. URL: https://sport.business-gazeta.ru/article/246412</p> <p><i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>6,14 Государственная Третьяковская галерея при поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина основала эндаумент-фонд. URL: https://tass.ru/ekonomika/6517243</p> <p>5,27 В ходе X Гайдаровского форума эксперты обсудят вопросы частного финансирования учебных заведений и проблемы работы эндаументов в России. URL: https://tass.ru/novosti-partnerov/5988248</p>

2020	<p>10,65 Около половины ректоров России ожидают уменьшения бюджета вузов, в связи с чем активизируют работу команд эндаументов. URL: https://na.ria.ru/20200703/1573835310.html</p> <p>8,15 Группа ВТБ создала эндаумент для развития футбольной академии «Динамо» им. Л. И. Яшина. URL: https://www.sportmk.ru/sports/2020/12/03/v-dinamo-sozdan-fond-dlya-razvitiya-futbolnoy-akademii.html <i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>7,8 Банк «Открытие» и Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» объявили о старте стратегического партнерства. URL: https://www.hse.ru/news/life/414635585.html</p>
2021	<p>20,92 Благотворительный фонд Владимира Потанина сообщил о создании целевого капитала с ожидаемым объемом в 100 млрд руб. до 2032 года. URL: https://tass.ru/ekonomika/12659879</p> <p>9,17 Стартует экспедиция «Плавучего университета» Института океанологии РАН и МФТИ в Арктику при поддержке эндаумента МФТИ. URL: https://rg.ru/2021/08/09/za-mesto-na-bortu-plavuchego-universiteta-sopernichali-bolee-200-kandidatov.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F</p> <p>8,62 «Концерн «Россиум»» запускает фонд целевого капитала «Филантроп». URL: https://moika78.ru/news/2021-04-16/581802-kontsern-rossium-vyvodit-na-rynok-novyj-proekt-endaument-fond-filantrop</p>
2022	<p>37,34 Группа «Интеррос» начала процесс передачи в эндаумент Благотворительного фонда Владимира Потанина до 50 % акций Росбанка. URL: https://tass.ru/ekonomika/15746149?ysclid=mljpv17vpr669470470</p> <p>8,89 ВТБ запускает эндаумент-программу для российских вузов. URL: https://ria.ru/20220210/endaument-programma-1772042296.html?ysclid=mljpxtil1a610912366</p> <p>7,49 Sber Private Banking занял 2-е место в номинации «Продукт или сервис Private Banking» премии «FINAWARD» благодаря сервису по созданию эндаументов «под ключ». URL: https://primpress.ru/article/90266</p> <p><i>Все события попали в топ как по уровню заметности, так и по количеству упоминаний в СМИ.</i></p>
2023	<p>10,59 В 2023 году Эрмитаж приобрел более 700 экспонатов на 100 млн руб., выделив часть этой суммы из эндаумента музея. URL: https://tass.ru/ekonomika/12659879 <i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>10,18 АО «Россельхозбанк» участвует в формировании фондов целевого капитала аграрных вузов. URL: https://rg.ru/2021/08/09/za-mesto-na-bortu-plavuchego-universiteta-sopernichali-bolee-200-kandidatov.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F</p> <p>4,27 Минэкономразвития России разработало новые меры поддержки некоммерческих организаций с целевыми капиталами. URL: https://moika78.ru/news/2021-04-16/581802-kontsern-rossium-vyvodit-na-rynok-novyj-proekt-endaument-fond-filantrop</p>

2024	<p>8,59 На ПМЭФ-2024 ВТБ и Минздрав России подписали соглашение о сотрудничестве в формировании эндаументов вузов. URL: https://ria.ru/20240606/soglashenie-1951096445.html</p> <p>8,53 Совет Федерации РФ одобрил закон об обязательной проверке отчетов по целевому капиталу некоммерческих организаций. URL: https://tass.ru/ekonomika/22199569 <i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>8,51 Онлайн-страховая компания «Лучи» стала партнером футбольного клуба «Динамо». URL: https://fcdynamo.ru/news/onlain-straxovaia-kompaniia-luci-stala-partnerom-fk-dynamo/</p>
2025	<p>20,96 Руководителя эндаумента музея современного искусства «Гараж» Д. Котову назначили директором культурного учреждения. URL: https://ria.ru/20250417/muzey-2011836117.html <i>Событие стало одним из ключевых и по количеству сообщений в СМИ.</i></p> <p>8,57 Глава Бахрушинского театрального музея К. Трубинова подчеркнула важность создания эндаументов в ходе разговора о потребности в частной поддержке культуры. URL: https://ria.ru/20250411/podderzhka-2010804040.html</p> <p>6,17 Вице-премьер РФ Д. Чернышенко сообщил, что порядка 40 % всех фондов целевого капитала в России работают в сфере образования. URL: https://ria.ru/20251013/rossiya-2047986360.html</p>

Рисунок 41.

Ключевые существительные в 2021–2025 гг.

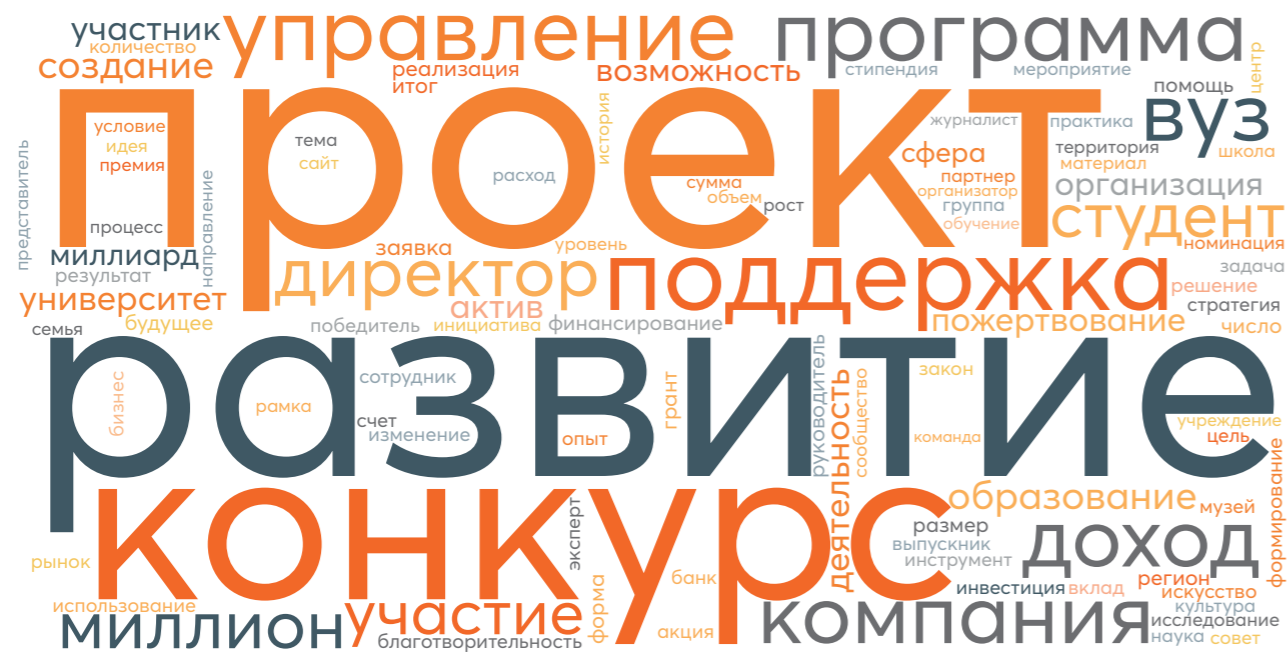


Рисунок 42.

Ключевые прилагательные в 2021–2025 гг.



**ПРИЛОЖЕНИЕ 3.
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА В ВЫДЕЛЕННЫХ ТЕМАХ ПОВЕСТКИ
ОБ ЭНДАУМЕНТАХ В СМИ**

В Главе 7 были представлены результаты формального анализа по выделению ключевых тем в сфере эндаументов, обсуждавшиеся в СМИ с 2006 по 2025 гг. Каждая из девяти выявленных тем о целевых капиталах содержит определенный набор ключевых слов. Ниже представлены облака слов с наиболее часто встречающимися лексемами по каждой теме.

Рисунок 44.

Ключевые слова по теме «Создание эндаументов и передача их в управление»



Рисунок 45.

Ключевые слова по теме «Грантовые конкурсы и проектные акселераторы»

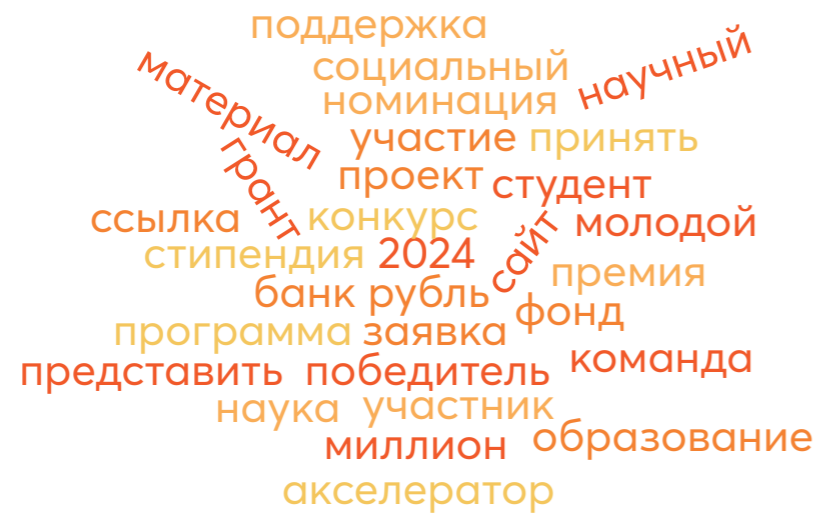


Рисунок 46.

Ключевые слова по теме «Инвестиционное управление активами»



Рисунок 47.

Ключевые слова по теме «Университетские эндаументы»



Рисунок 48.

Ключевые слова по теме «Институциональное развитие эндаументов»



Рисунок 49.

Ключевые слова по теме «Тематические конкурсы и профессиональные премии»



Рисунок 50.

Ключевые слова по теме «Социальные проекты и благотворительность»

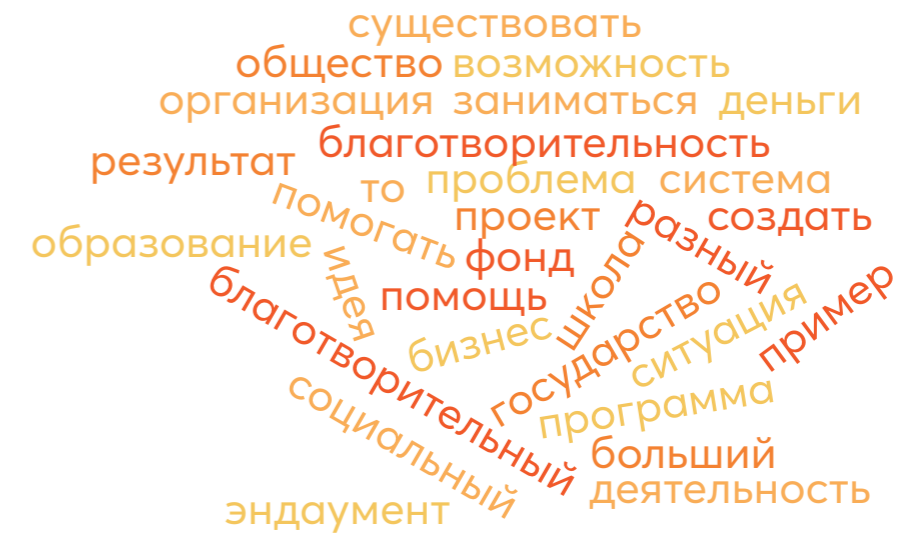


Рисунок 51.

Ключевые слова по теме «Культурные институции и меценатство»



Рисунок 52.

Ключевые слова по теме «Культурные институции и меценатство»



Series of horizontal dotted lines for writing notes.

ЭНДАУМЕНТЫ. 20 ЛЕТ В ПУБЛИЧНОМ ПОЛЕ (2006–2025)

Идея и финансовая поддержка

Благотворительный фонд Владимира Потанина

Исследование подготовлено

Исследовательской группой ЦИРКОН

Издательская группа

Валерия Чернякина

Евгений Митянин

Ксения Гулькова

Подписано в печать ??.06.2026 г.
Формат 60x90/8. Гарнитура Averta CY
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Тираж 100 экз.

Благотворительный фонд Владимира Потанина

г. Москва, муниципальный округ Тверской, ул. Тверская, д. 16, стр. 1

+7 (495) 149-30-18

fondpotanin.ru

t.me/fondpotanin

vk.com/potaninfoundation

Издательство «ДПК Пресс»

+7 (495) 724-34-86

www.dpk-press.ru

Отпечатано в типографии «ДПК Пресс»