



Проект «Усиление корпоративного управления через образование и диалог»

Подготовлено Надеждой Добрецовой, апрель 2009 г.

NND





Содержание

- Новая миссия журналистов
- Описание и цели проекта
- Порядок работы и расписание





Ментальный разрыв, или Новая миссия журналистов

Подготовлено Надеждой Добрецовой, апрель 2009 г.

NND





Миф о пирамиде интересов

- «Пирамида потребления Маслоу» (адаптированная неким господином «под нужды информационного рынка»)
- **99%** людей интересуются:
 - едой,
 - здоровьем,
 - комфортом,
 - сексом и детьми и
 - безопасностью
- **12%** интересуются
 - проблемой переустройства общества
 - экономикой и бизнесом
 - искусством
 - наукой





Миф о пирамиде интересов

- **30-50 %** (середина пирамиды) интересуется:
 - Политикой (она прямо влияет на осуществление естественных потребностей - **???**)
 - Спортом
 - Сведения о товарах и услугах
 - Религией
 - Образованием
 - Культурой
 - Социальными связями индивида и общества





Миф о пирамиде интересов

- 99% людей интересуются:
 - Едой – **что сколько стоит? Рынок продовольствия**
 - Здоровьем – **как подешевле его сохранить? Рынок медицинских услуг**
 - Комфортом – **как обустроиться на свои деньги? Строительно-ремонтный рынок**
 - Сексом и детьми **???????????????????? Рынок образовательных услуг и коммерческого секса**
 - Безопасностью **???????????????????? Рынок юридических и рекитирских услуг**

Разве все это – не экономика?

Вопрос в подаче!

- Отсутствие доступной экономической информации для массового читателя («сложно и мало» вместо «просто и много»)
- Отсутствие системной подачи экономической информации (написали и забыли)
- Отсутствие экономического анализа и прогноза в СМИ (заинтересованная аудитория не воспринимает СМИ как источник достоверной и свежей информации: СМИ теряют деньги)



Проблемы СМИ в сфере экономики

- Низкий уровень знаний журналистов
- Мода на политику
- Отсутствие молодых экономически грамотных журналистов
- Менталитет редакторов
- Ориентация донорской поддержки сугубо на правозащитные и политические темы в СМИ
- Утрата престижа профессии в целом
- Отсутствие специального обучения



Проблемы в предоставлении информации

- Отсутствие соответствующих служб в ведомствах (они есть, но). Их функция должна быть не только предоставить информацию, но и «разжевать» ее журналистам
- Отсутствие институтов предоставления информации: рейтинговых агентств, открытых социологических и консалтинговых исследований
- Продажа статистической информации СМИ (бесплатно статистику не получишь)

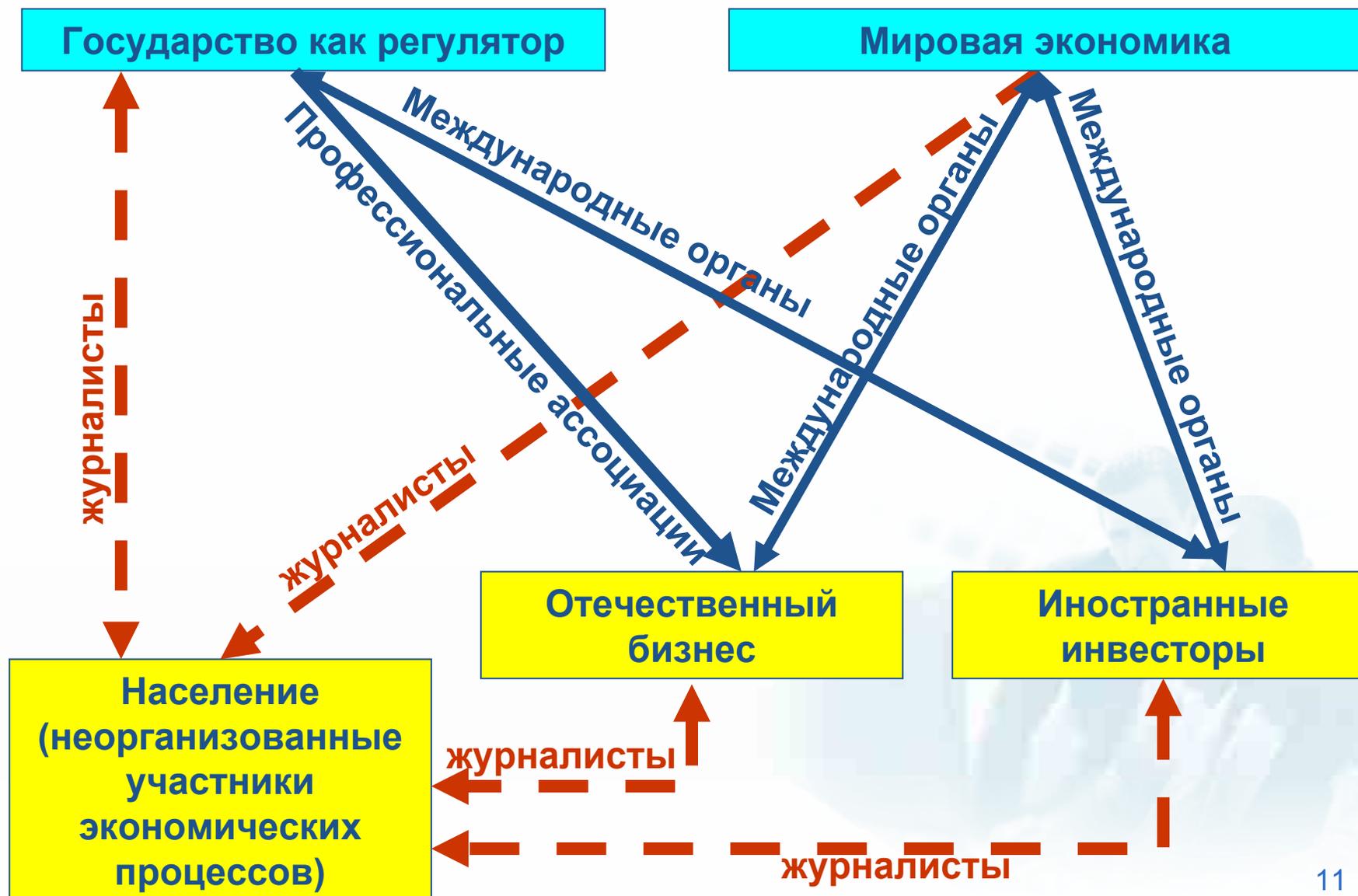


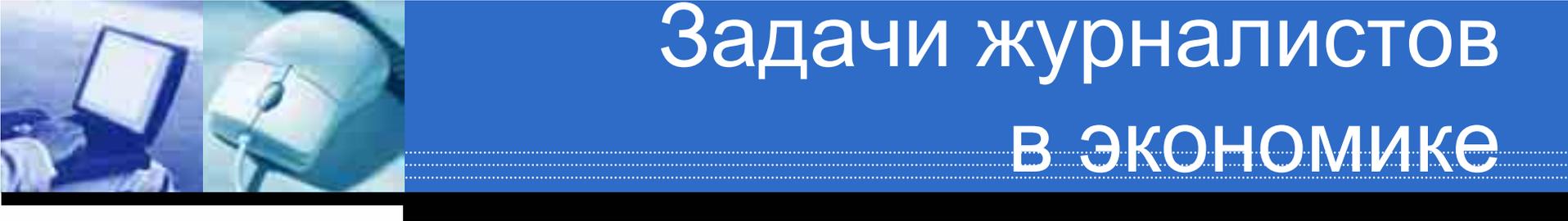
Связь между знаниями и качеством СМИ

- На сайте информагентства - разгромная статья о попытке ввести механизмы оценки и нематериального стимулирования труда госслужащих в министерстве
- Реакция СМИ на попытку введения повременной оплаты за проводные телефоны
- Телесюжет о ГАИ: «В аварийности виноваты частные автошколы – плохая подготовка водителей»



Механизмы обмена информацией в экономике





Задачи журналистов В ЭКОНОМИКЕ

- Миссия общественного контроля за действиями правительства в экономической сфере – не позволять «забалтывать» неверные решения, обставляя их популистскими лозунгами
- Следить за тенденциями, возникающими на секторах рынка и сигнализировать и обществу, и предпринимателям, и власти, когда эти тенденции начинают приобретать негативный характер
- Контролировать качество регулятивного воздействия государства на экономику



Экономика и управление

- Когда журналисты пишут, например, о решениях правительства, речь идет одновременно и об экономике, и об управлении
- Государственное управление рассматривается как предоставление услуг гражданам
- Государство выступает важнейшим агентом экономики в целом



Ментальный разрыв

5 процентов населения	Ментальный разрыв	95 процентов населения
<i>Летает на самолетах</i>		<i>Не выезжает дальше районного центра чаще, чем раз в три года</i>
<i>Общается через электронную почту и видеонет со всем миром</i>		<i>Читает одну газету в месяц</i>
<i>Владеет несколькими языками</i>		<i>Говорит лишь на языке своей национальной группы</i>
<i>Катается на горных лыжах</i>		<i>Продает собственную хибару, чтобы зарезать поминального коня и отправиться жить на свалку</i>
<i>Инвестирует свои сбережения в корпоративные акции и облигации.</i>		<i>Меряет достаток головами скота и сотками земли</i>
<i>Место учебы детей выбирают между лондонским колледжем и американским университетом</i>		<i>Достаточным кажется научиться читать и выполнять лишь простые арифметические действия (обратите внимание, на базарах юные торговцы не знают таблицу умножения)</i>

- Экономическая журналистика – удел незаурядных журналистов. Она требует таланта и работоспособности в самой большой мере. Работа с экономическими темами требует от журналиста трех обязательных вещей:
- **знаний** некоторых теоретических основ экономики и понимания прикладных зависимостей;
- **желания постоянно учиться**, способности и навыка чтения большого объема информации; умения признавать истину «я знаю, что я ничего не знаю»;
- **терпения** – мгновенной журналистской славы на экономике не заработаешь.



Описание и цели проекта

Подготовлено Надеждой Добрецовой, апрель 2009 г.

NND





Зачем этот проект СМИ и обществу?

- Прозрачность, ответственность, подотчетность и доступ к информации являются важными ценностями в корпоративном управлении. Они также являются основными принципами демократии. Пока эти фундаментальные принципы не будут институализированы в Кыргызстане, бизнес- сообщество и правящая элита не будут способны гарантировать эффективное управление экономикой.
- В Кыргызстане СМИ сегодня страдают от отсутствия критического мышления и аналитических навыков в освещении ключевых корпоративных вопросов. Эта слабость подрывает поддержку населения основных рыночно- ориентированных реформ, которое приводит к недостатку необходимого понимания центральных демократических ценностей.
- Существующий уровень подготовки журналистов не позволяет дать рассчитывать на последовательное и связное понимание того, как присутствие сильных корпоративных стандартов в управлении обеспечивает доступ к капиталу и, как следствие, к экономическому развитию. Хорошее корпоративное управление привлекает инвесторов, доказывая им, что деловая среда справедлива и прозрачна, что компании ответственны за свои действия или бездействие, а инвестиции и контракты будут выполнены.



Цель проекта

- Пресс- клуб ЗАО «Кыргызская Фондовая Биржа» при финансовой поддержке CIPE («Центр по поддержке частного предпринимательства», США) начал реализацию проекта «Усиление корпоративного управления через образование и диалог» с ноября 2008 года. Цели:
- Усиление потенциала СМИ в информировании общественности по вопросам, которые влияют на экономическое развитие в Кыргызстане
- Более образованные журналисты с помощью терминологии, международных практик и развития навыков критического мышления помогут поднять вопрос о критической необходимости внедрить в бизнес и экономику такие демократические стандарты как прозрачность, отчетность, доступ к информации и верховенство закона.



Длительность и этапы проекта

- Проект начался в ноябре 2008 года, закончится в конце 2009-начале 2010 года
- Этапы проекта:
- Семинары для журналистов
- Создание сайта ПК КФБ и работа на сайте обученных журналистов
- Издание пособия для журналистов по темам каждой сессии. Пособие будет выпущено на русском и кыргызском языке. Пресс- клуб распространит 500 копий среди журналистов СМИ, независимых журналистов и библиотек, а также поместит книгу на вебсайте КФБ. Лучшие статьи, написанные по результатам проекта, войдут в пособие
- В финальной фазе проекта, пресс- клуб организует «круглый стол» для того, чтобы суммировать результаты проекта и определить направления развития пресс-клуба в дальнейшем. В число участников будут включены лекторы и журналисты, что принимали участие в проекте, также как и редакторы СМИ и представители ключевых государственных агентств.



Главное – услышать тему

- Образовательная функция – это задача образовывать население в вопросах устройства и функционирования рыночной экономики
- Какой редактор поставит в номер нравоучительную статью об экономической теории? И какой читатель купит газету, где половина номера «забита» ликбезовскими экономическими обзорами?
- Мастерство экономического журналиста должно заключаться в умении найти или «услышать» своим внутренним слухом тему, которая интересна и важна конкретному сообществу в конкретный момент времени. Или разглядеть за повседневными буднями бизнеса проблему, которая станет мешать ему жить и развиваться завтра



Лекторы и модераторы

- Кто лекторы? Это состоявшиеся профессионалы в экономике, способные дать знания, рассказать о проблемах и тенденциях, подсказать темы и источники информации
- Кто модераторы? Это профессиональные журналисты, имеющие значительный опыт работы в СМИ, специализирующиеся на экономических темах. Миссия модератора в проекте – обеспечить качество материалов участников с профессиональной точки зрения.
- Оценка. В конце каждого семинара мы будем просить вас заполнить оценочный лист по каждому лектору и каждой теме



Темы семинаров

1. Знакомство. Цели и задачи проекта.
2. Корпоративное управление как школа демократии
3. Развитие корпоративного управления как способа ведения цивилизованного бизнеса и повышения возможностей компаний в привлечении инвестиций
4. Проблемы корпоративного управления в КР: слабые советы директоров, бесправные мелкие акционеры, нерегулярное и неполное раскрытие информации, недостаточная капитализация и ликвидность рынка. Какой должна стать кыргызская модель корпоративного управления в компаниях?
5. Роль фондового рынка в развитии корпоративного управления. Влияние портфельных и институциональных инвесторов на публичную и прозрачную деятельность корпораций.



Темы семинаров

6. Что должен знать инвестор о деятельности компаний, чтобы доверять рынку? Как правильно читать финансовую отчетность компаний и распознавать индикаторы фондового рынка?
7. Является ли корпоративное управление залогом стабильности банковской системы? В чем его особенности?
8. Нарушения прав акционеров и как с ними бороться?
9. Преступления на финансовом рынке и как с ними бороться?
10. Рейдерские захваты как средство передела собственности. Как противостоять их распространению?
11. Природа и развитие экономического кризиса. Перестройка корпоративного управления в условиях кризиса.
12. Совершенствование законодательства и практики корпоративного управления



График семинаров

Тема	25.04	01.05	02.05	08.05	09.05	15.05	16.05	22.05	23.05	29.05
1 группа	1,2	ДЗ				3,4	ДЗ	5,6	ДЗ	7,8
2 группа	1,2					ДЗ	3,4	ДЗ	5,6	ДЗ

Тема	30.05	05.06	06.06	12.06	13.06	19.06	20.06	26.06	27.06
1 группа	ДЗ			9,10	ДЗ		11,12		
2 группа	7,8	ДЗ			9,10	ДЗ		11,12	



Формат семинаров

- **Продолжительность каждого семинара** составляет 3 астрономических часа и включает: 2,5 часа работы тренера, 10 минут на оценку тренинга, 20 минут перерыв.
- **Формат семинара: время семинара** распределено следующим образом:
 - Лекционная часть – 40 %
 - Вопросы и ответы – 20%
 - Практическая часть, включая выполнение упражнения – 40 %



Работа между семинарами

- В конце каждого семинара участники вместе с лектором и модератором сформулируют темы для материалов и вопросы к ним. Это и будет «домашним заданием»
- После каждого семинара у участников будет 1-2 недели для написания материалов





Работа между семинарами

- Через три дня после семинара модератор связывается с участниками и интересуется, какую тему они выбрали для работы и обсуждает с ними план работы над материалом: источники информации, вопросы.
- После выполнения участником подготовительной работы, модератор обсуждает с участником структуру материала.
- После того, как первый вариант публикации готов, участник направляет его одновременно лектору и модератору.
- Лектор комментирует материал с точки зрения предмета рассмотрения (по сути).
- Модератор комментирует материал с точки зрения формы и методологии, с точки зрения журналистского качества материала.



Результат

- **Результатом совместной работы связки «участник – лектор – модератор» являются готовые к публикации материалы.**
- **Все материалы, прошедшие через такое обсуждение, будут опубликованы как минимум на сайте Кыргызской фондовой биржи.**
- **Также пресс-клуб КФБ будет оказывать содействие участникам в публикации данных материалов в СМИ, давая рекомендации.**
- **В финальной фазе проекта лучшие материалы будут опубликованы в сборнике, который будет распространен в Кыргызстане, России и Казахстане.**