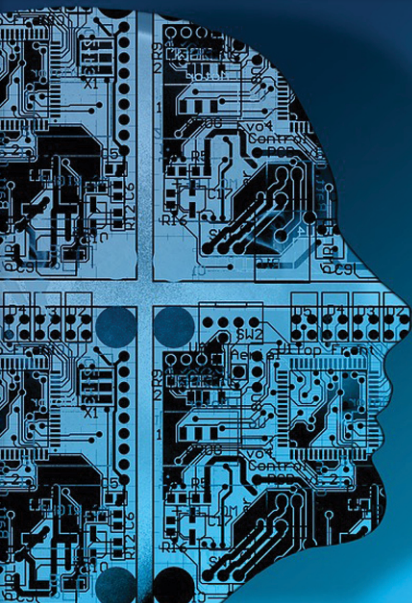


ДІЄВІСТЬ ЗАКОНУ ПРО ПРОЗОРІСТЬ МЕДІАВЛАСНОСТІ

ГО «Телекритика» ■ Київ ■ 2015 ■

СПЕЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ





Дієвість закону про прозорість медіавласності.

Спеціальний звіт. – К., ГО «Телекритика», 2016. – 48 ст.

А В Т О Р И

Мар'яна Закусило
Галина Петренко
Роман Головенко
Роман Кабачій
Ірина Чулівська

Загальна редакція:
Наталія Лигачова
Діана Дуцик

Дизайн:
Яна Добрянська

Верстка:
Микола Шиманський

Спеціальний звіт підготовлений громадською організацією «Телекритика» за підтримки Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні. Повну відповідальність за зміст несе ГО «Телекритика»; висновки й погляди, що були висловлені в звіті, не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США.

ГО «Телекритика» провела низку експертних дискусій на тему прозорості медіавласності, а також проаналізувала закон щодо прозорості медіавласності на всіх етапах його проходження. На основі цих матеріалів складено «дорожню карту», яка окреслює основні проблеми й причини непрозорості власності ЗМІ, проаналізовано, в чому діючий закон ефективний, а в чому – ні. А також вироблені рекомендації різним учасникам медіасфери щодо більш ефективних механізмів забезпечення прозорості медіавласності та аргументовано, як і задля чого вона потрібна суспільству.

**1 розділ****Дорожня карта****2 розділ****Аналіз проблеми**

Українці не знають, хто володіє українськими телеканалами. Соцопитування

Галина Петренко

Закон про прозорість медіавласності: чи дізнаємося ми правду про власників усіх ЗМІ?

Роман Головенко, ІМІ

Як прозорість медіавласності допоможе захиститися від медіаманіпуляцій

Роман Кабачій, Ірина Чулівська, ІМІ

Імплементация прозорості медіавласності – реальна перспектива?

3 розділ**Експертне обговорення**

Роман Головенко

Уляна Фещук

Ігор Розкладай

Олександр Опанасенко

Ігор Коваль

Григорій Шверк

Ольга Большакова

4 розділ**Додатки**

Порядок подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги інформації про структуру власності. Проект

Додатки до Порядку (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7)



«ДОРОЖНЯ КАРТА»

1 жовтня 2015 року в Україні набув чинності закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення», ухвалений Верховною Радою 3 вересня 2015 року. Закон зобов'язує мовників і провайдерів розміщувати на своїх офіційних веб-сайтах інформацію про структуру власності, а до 1 квітня 2016 року подати відповідну інформацію Національній раді з питань телебачення і радіомовлення за затвердженими нею формами. За порушення вимог закону для мовників і провайдерів передбачено штраф у розмірі 5% ліцензійного збору.



Однак станом на кінець 2015 року лише один із великих мовників – телеканал «24» – оприлюднив на своєму сайті інформацію про кінцевих власників: Кіт-Садова Катерина Орестівна – 76,7838 %, Андрейко Роман Богданович – 13,1065 %, Андрейко Оксана Юріївна – 10,1096 %. Решта мовників і провайдерів готуються до виконання (хочеться сподіватися, що не до ухилення) закону. У свою чергу Національна рада з питань телебачення і радіомовлення теж не затвердила у відведений їй строк (протягом двох місяців) Порядок подання телерадіоорганізаціями та провайдерами інформації про структуру власності, а встигла лише винести його на громадське обговорення.

З моменту ухвалення закону очевидно є проблема його імплементації, а також недостатність чинного законодавства для забезпечення реальної прозорості медіавласності.

ГО «Телекритика» взяла участь у кількох фахових дискусіях, провела низку експертних обговорень, а також проаналізувала закон щодо прозорості медіавласності на всіх етапах його проходження. На основі цих матеріалів складено «дорожню карту», яка окреслює основні проблеми й причини непрозорості власності ЗМІ, проаналізовано, в чому діючий закон ефективний, а в чому – ні. А також вироблені рекомендації різним учасникам медіасфери щодо більш ефективних механізмів забезпечення прозорості медіавласності та аргументовано, як і задля чого вона потрібна суспільству.



Зріз проблем у сфері прозорості медіавласності, які потребують вирішення:

- **НИЗЬКИЙ РІВЕНЬ ОБІЗНАНОСТІ ГРОМАДЯН** про те, кому належать українські медіа;
- **ФАКТИЧНА КОНЦЕНТРАЦІЯ ТА МОНОПОЛІЗАЦІЯ МЕДІА-РИНКУ**;
- **ВТРУЧАННЯ ВЛАСНИКІВ ТА/АБО ІНВЕСТИТОРІВ МЕДІА** в редакційну політику;
- **СКЛАДНА І ЗАПЛУТАНА СХЕМА ВЛАСНОСТІ** українських медіа;
- **ПРАКТИКА НОМІНАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ**, коли де-юре власниками є одні особи, а справжніми власниками або інвесторами – інші;
- **НЕВІДОМІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ** та можливі сумнівні схеми фінансування медіа;
- **РИЗИК НЕОБҐРУНТОВАНОГО ВИБІРКОВОГО ПІДХОДУ** Національної ради з питань телебачення і радіомовлення до аналізу та перевірок структури власності телерадіоорганізацій і провайдерів.

Причини, які заважають впровадженню прозорості медіавласності:

- небажання власників та/або інвесторів розкривати свою причетність до медіа;
- небажання медіа розкривати свою структуру власності і називати кінцевого власника та/або інвестора;
- незацікавленість громадян в інформації, кому належать українські медіа, незрозуміння, чому це важливо знати;
- вибірковість у забезпеченні прозорості медіавласності – дія ухваленого закону поширюється лише на телерадіоорганізації та провайдерів програмної послуги й не поширюється на інші види медіа;
- недостатня зацікавленість деяких членів Національної ради з питань телебачення і радіомовлення в контролі за виконанням мовниками і провайдерами норм законодавства щодо прозорості власності;
- відсутність ресурсів (людських і матеріальних) у Національній раді з питань телебачення і радіомовлення для перевірки поданих до неї телерадіоорганізаціями та провайдерами документів про їхню структуру власності.



Усім учасникам процесу

(медіавласникам/топ-менеджменту, журналістам, відповідним органам влади, відповідальним за реалізацію інформаційної політики, медійним громадським організаціям):

- розпочати діалог з метою вироблення принципів саморегуляції в питаннях прозорості медіавласності.

Рекомендації

Верховній Раді:

- ухвалити зміни до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» для вдосконалення окремих положень щодо прозорості власності, усунення неузгодженостей, уточнення термінології;
- розглянути можливість заборони володіння ліцензіями на мовлення тим компаніям, які не можуть показати кінцевого бенефіціара, встановивши конкретну дату, після якої такі ліцензії будуть анульовуватися або відкликатися;
- встановити відповідальність не лише для самих медіа та їхніх керівників, а й для кінцевих власників за ненадання або надання недостовірної інформації про структуру власності медіа;
- розглянути можливість заборони органам влади та місцевого самоврядування та їхнім посадовим особам засновувати та володіти медіа на всіх рівнях власності;
- розробити й ухвалити закон щодо фінансової прозорості медіа, який зобов'яже медіа розкривати свої джерела фінансування, а кінцевого власника – розкривати свій фінансовий стан;
- запровадити механізми обмеження концентрації (монополізації) на медіаринку й дати антимонопольним органам чіткі критерії оцінки розміру медіаринку та його часток;
- поширити дію вимог щодо прозорості власності на друковані ЗМІ та інформаційні агентства;
- вивчити доцільність зміни принципів фінансування Національної ради з питань телебачення і радіомовлення – щоб регуляторний орган фінансувався не лише з державного бюджету, а й, наприклад, за рахунок внесків суб'єктів ринку регулювання, як це є у Грузії.



Кабінету Міністрів України, центральним органам виконавчої влади:

- внести Кіпр до переліку офшорних зон;
- сприяти Національній раді з питань телебачення і радіомовлення в контролі й нагляді за дотриманням телерадіоорганізаціями та провайдерами вимог щодо розкриття інформації про власників і бенефіціарів.





Національній раді з питань телебачення і радіомовлення:



- затвердити Порядок подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги інформації про структуру власності;
- контролювати виконання телерадіоорганізаціями і провайдерів чинних норм законодавства у сфері прозорості власності, у тому числі норм закону «Про телебачення і радіомовлення»;
- визначити пріоритетні напрями аналізу та перевірок, насамперед звернути увагу на провайдера цифрового ефірного телебачення «Зеонбуд» і тих ліцензіатів, що займають домінуюче становище в певній місцевості;
- застосовувати передбачені законом «Про телебачення і радіомовлення» санкції не лише за неподання або несвоєчасне подання інформації про структуру власності, а й за неоприлюднення інформації про структуру власності на офіційних сайтах телерадіоорганізацій і провайдерів;
- змінити структуру і штатний розпис Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, збільшивши кількість працівників, відповідальних за контроль за виконанням законодавства у сфері прозорості власності, та їхні зарплати;
- підвищувати кваліфікацію фахівців Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, переймати досвід розкриття власності з банківської сфери;
- залучати для оцінки поданої телерадіоорганізаціями та провайдерами інформації про структуру власності сторонніх міжнародних експертів і представників неурядових організацій, підписуючи з ними угоди про нерозголошення конфіденційної інформації;
- здійснювати нагляд і контроль за контентом стосовно невтручання власників у редакційну політику, протидії прихованій рекламі та незбалансованій інформації.

ЗМІ та медіахолдингам:



- виконувати чинні норми законодавства у сфері прозорості власності, у тому числі норми закону «Про телебачення і радіомовлення»;
- добровільно оприлюднювати на своїх офіційних сайтах актуальну інформацію про свою структуру власності, імена кінцевих власників та/або інвесторів;
- прописати дієві редакційні статuti і створити дієві редакційні ради, які стануть ефективним інструментом протидії втручанням власників у редакційну політику, нав'язуванню прихованої реклами та незбалансованої інформації;



Журналістам:



- проводити журналістські розслідування з теми медіавласності, з'ясовувати, хто є справжніми власниками та інвесторами українських медіа;
- добиватися розкриття власників медіа, в яких вони працюють та афільованих з ними осіб, які прямо або опосередковано впливають/можуть впливати чи й контролювати редакційну політику їхніх ЗМІ;
- викривати спроби приховування справжніх кінцевих власників та/або інвесторів медіа;
- розвивати медіаграмотність громадян: пояснювати, чому важливо знати, хто володіє медіа та/або контролює їхню редакційну політику, доносити до широкої громадськості інформацію про власників медіа та тих, хто впливає на їхній зміст;
- добиватися підписання з власниками угод про невторчання їх або ж інших афільованих з ними осіб (структур) у редакційну політику.

Медійним громадським організаціям:



- створити коаліцію громадських організацій та громадських активістів для моніторингу інформації про структуру власності телерадіоорганізацій та провайдерів програмної послуги за допомогою використання даних, оприлюднених на їхніх веб-сайтах, поданих ними до Національної ради з питань телебачення і радіомовлення та з'ясованих/перевіраних самими громадськими моніторами з відкритих та інших джерел з подальшим донесенням результатів моніторингу до широких верств громадськості;
- здійснювати аналіз медійного контенту для визначення того, хто впливає на редакційну політику медіа та чи збігаються ці особи із заявленими власниками медіа;
- допомагати Національній раді з питань телебачення і радіомовлення в оцінці поданої телерадіоорганізаціями та провайдерами інформації про структуру власності;
- розвивати медіаграмотність громадян: пояснювати, чому важливо знати, хто володіє медіа, контролює або впливає на їхню редакційну політику, доносити до широкої громадськості інформацію про власників медіа та осіб, що мають вплив на їхній контент;
- закликати журналістів і допомагати журналістам добиватися розкриття власників медіа, в яких вони працюють, та тих, хто впливає на їхню редакційну політику;
- викривати спроби приховування справжніх кінцевих власників та/або інвесторів медіа.



УКРАЇНЦІ НЕ ЗНАЮТЬ, ХТО ВОЛОДІЄ УКРАЇНСЬКИМИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ. СОЦОПИТУВАННЯ



Більшість українців нічого не знає про те, хто володіє українськими телеканалами. Більше того, рівень інтересу до цього питання також не надто високий – тільки третині опитаних важливо мати доступ до цієї інформації. Результати соціологічного опитування, проведеного КМІС на замовлення ГО «Телекритика».

Київський міжнародний інститут соціології на замовлення ГО «Телекритика» провів соціологічне опитування «Ставлення населення до ЗМІ, пропаганди та медіареформ в період конфлікту». Опитування проводилося з 20 травня по 2 червня. Вибірка дослідження – повнолітнє неінституційне населення України, за винятком окупованого Криму. Території «ДНР» та «ЛНР» також охоплені опитуванням, проте через об'єктивну неможливість забезпечити випадковий відбір населених пунктів у межах цих районів інтерв'юери працювали у декількох доступних та порівняно безпечних містах. Таким чином дані з «ДНР/ЛНР» не є строго репрезентативними. Усього протягом польового етапу було опитано 2022 респонденти методом особистого інтерв'ю, без непідконтрольних територій обсяг вибірки складає 1894 респонденти. Максимальна похибка вибірки 3.45%.

Однією з важливих складових реформи медіа в Україні є забезпечення прозорості власності на засоби масової інформації. На даний момент визначити усіх справжніх власників ЗМІ буває складно навіть експертам. Але оскільки власники мають вплив на редакційну політику своїх медіа, для адекватного сприйняття їх змісту, розрізнення якісної та неякісної інформації важливо розуміти, чиї інтереси представляє той чи інший телеканал, радіо чи друковане видання.



Дослідження допомагає зрозуміти, наскільки українці є обізнаними щодо власності на ЗМІ та наскільки ця інформація взагалі для

них важлива. Оскільки телебачення є найпопулярнішим видом ЗМІ – переважна більшість населення дивиться телевизор – досліджувати ці питання було вирішено на прикладі кількох основних українських телеканалів.

На думку опитаних, редакційну політику українських ЗМІ визначають передусім їх власники. 45% вважають, що найбільшою мірою на ЗМІ впливає власник, 21% – що це держава, 11% – що журналісти та редактори роблять це самі. Лише 4% сказали, що редакційну політику визначає передусім суспільство. 18% не мають певної думки з цього приводу.

ПРОЗОРИСТЬ ВЛАСНОСТІ НА ОСНОВНІ УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ



Хто найбільшою мірою визначає редакційну політику українських засобів масової інформації?



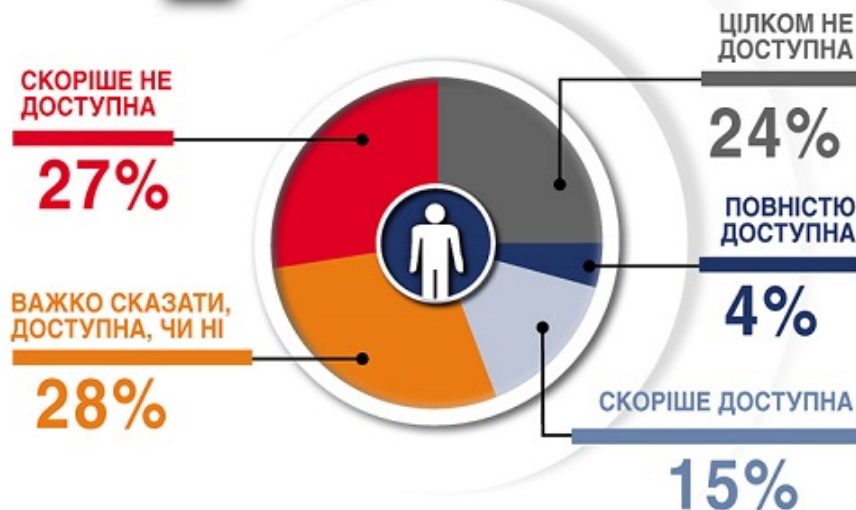
N - 2022 (всі респонденти)



ПРОЗОРИСТЬ ВЛАСНОСТІ НА ОСНОВНІ УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ



Наскільки, на Вашу думку, доступна інформація про те, хто є реальним власником каналу?



Наскільки важливо для Вас знати, хто є реальними власниками телеканалів, які Ви дивитесь?



N - 2022 (всі респонденти)



Київський міжнародний інститут соціології

Лише 19% опитаних вважають, що інформація про те, хто є реальним власником телеканалу, є повністю або скоріше доступна. 51% респондентів відповіли, що ці дані є скоріше або цілком недоступні, 28% не знають, доступні вони чи ні.

Проте не для всіх важкодоступність інформації про реального власника телеканалу є проблемою. У суспільстві не склалось чіткого переконання про те, що потрібно знати, кому належить

канал. 34% опитаних відповіли, що їм дуже або скоріше важливо знати реального власника телеканалів, які вони дивляться. Натомість для 40% це питання скоріше або зовсім не важливе. 25% не мають чіткої позиції з цього питання.

Серед тих, кому важливо знати, хто є реальними власниками телеканалів, які вони дивляться, 64% вважають, що ця інформація

є скоріше або цілком недоступною. Таким чином, приблизно дві третини зацікавлених у прозорості власності телеглядачів відчувають нестачу інформації з цього приводу.

Щоб зрозуміти, наскільки українці орієнтуються в тому, в чий власності знаходяться телеканали, респондентів просили відповісти, кому належить кожен канал з короткого переліку (якщо респондент дивиться його хоча б раз на тиждень). Тих з опитаних, котрі давали відповідь «приватний власник», просили уточнити його прізвище (без підказки).

Для телеканалів «1+1», «Інтеру», «Україна»,

«5 каналу» та ICTV від 62% до 74% респондентів (серед тих, що відповідали на запитання) правильно визначили, що ці канали знаходяться в приватних руках. Найкраще глядачі знають про те, що у приватній власності знаходиться «5 канал». Від 23% до 34% не змогли відповісти.

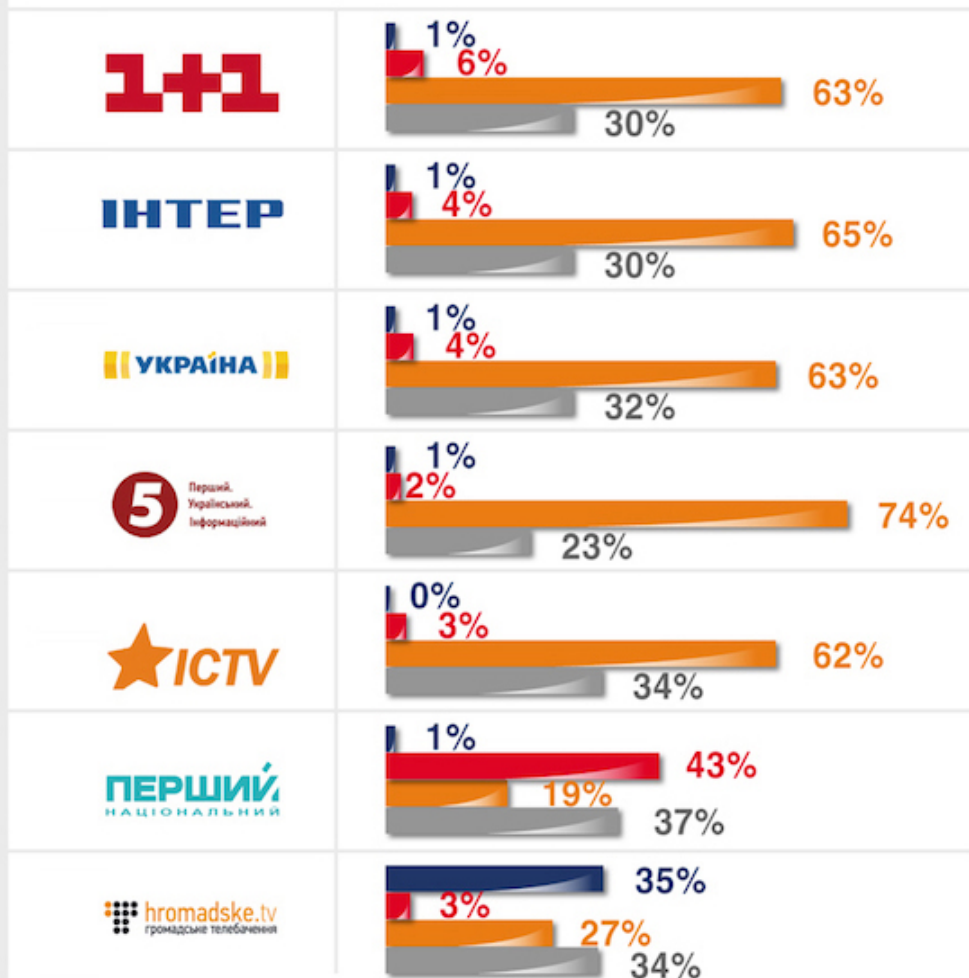
Думки глядачів Першого національного телеканалу розійшлися: 43% вважають, що він державний, 19% – що має приватного власника, 37% не знають відповіді. Ще більш незначеним для українців є приналежність «Громадського ТБ»: 35% думають, що він належить громаді, 27% – приватному власнику, а 34% не можуть відповісти.

В ЧИЙ ВЛАСНОСТІ ЗНАХОДЯТЬСЯ УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ

Скажіть, будь ласка, кому належать ці канали?



- громадськість
- держава
- приватний власник
- ВАЖКО СКАЗАТИ



N = для кожного каналу - ті респонденти, які дивляться його принаймні два рази на тиждень



Найбільший відсоток тих, хто зміг назвати приватного власника – серед глядачів «5 каналу». 76% тих, хто дивиться «5 канал» хоча б раз на тиждень і знають, що він належить приватному власнику, спонтанно вказують на Петра Порошенка. На другому місці – телеканал «Україна». 42% назвали власником Ріната Ахметова. Слідом йде канал «1+1» з 34% згадувань Ігоря Коломойського та «Інтер» з 30% тих, хто назвав Дмитра Фірташа. Всього 16% знають, що ICTV належить Віктору Пінчуку. Майже ніхто з тих, хто вважає Перший національний та «Громадське ТБ» приватними телеканалами, не має уявлення, кому вони належать.

Ті глядачі, які вважають, що інформація про власника телеканалу є доступною, а також ті, для кого ця інформація є важливою, значно частіше ідентифікують власників телеканалів, які вони дивляться.

У цілому, знання про конкретних власників, котрі можуть чинити вплив на телевізійний контент своїх каналів, не дуже розповсюджене серед українців. Рівень інтересу до цього також не надто високий – тільки третині опитаних важливо мати доступ до цієї інформації.

КОМУ НАЛЕЖАТЬ УКРАЇНСЬКІ ТЕЛЕКАНАЛИ





ЗАКОН ПРО ПРОЗОРІСТЬ МЕДІАВЛАСНОСТІ: ЧИ ДІЗНАЄМОСЯ МИ ПРАВДУ ПРО ВЛАСНИКІВ УСІХ ЗМІ?

3 вересня 2015 року Верховна Рада прийняла закон № 674-VIII «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення». Але питання, яке регулює закон, є складним, а сам документ – неідеальним.

■ Галина Петренко



Галина Петренко,
медіаексперт ГО
«Телекритика»

У червні 2015 року Комітет із питань свободи слова та інформаційної політики за підтримки Ради Європи і Представництва Європейського Союзу в Україні проводили конференцію, під час якої обговорювали цей закон, який тоді ще перебував на розгляді в парламенті, та досвід розкриття кінцевих власників в Австрії та Грузії, де таке законодавство діє з 2011 року. Зустріч показала, що ніхто не має заперечень: українські ЗМІ потрібно перетворювати з інструмента політичного впливу на бізнес, і допомогти в цьому, зокрема, може оприлюднення кінцевих бенефіціарних власників медіакомпаній. Проте стосовно ефективності запропонованого в законі № 674-VIII механізму існують сумніви.

«Я приїхав в Україну у вересні 2012 року. У той час відбувалася велика покупка на телеринку, – пригадав посол ЄС та голова делегації ЄС в Україні Ян Томбінський часи купівлі Дмитром Фірташем Inter Media Group. – Я здивувався, чому хтось заплатив більше \$2 млрд за телегрупу, якщо весь рекламний ринок на той момент складав \$ 460 млн. Позицію інвестора було складно зрозуміти.



Коли я запитав про це інсайдерів ринку, вони відповіли: «Ви наївний. Мова не про інвестицію, мова про можливість політичного впливу. Справа не в тому, що хтось має медіагрупу, а в тому, що ще він має на додачу до неї і які інтереси зможе захищати з її допомогою»».

З часу тієї великої покупки на українському медіаринку сталося багато подій – як хороших, так і поганих, – проте вони не наближували ринок до прозорості власності на засоби масової інформації. Стосовно деяких великих активів як були питання, так і залишилися, не кажучи вже про дрібні медіа, які напередодні місцевих виборів почали засновувати анонімні «групи патріотичних бізнесменів». І хоча закон № 674-VIII вже вступив у дію, поки що помітних зрушень у питанні прозорості власності на ЗМІ не спостерігається.

Тим часом країна задекларувала курс на прозорість усієї власності: прийняті в 2015 році закони вимагають, щоб усі без винятку юридичні особи повідомляли під час реєстрації про кінцевих бенефіціарних власників (контролерів), та забезпечують відкритий доступ до цієї інформації в Єдиному державному реєстрі юросіб та ФОП. На жаль, історія цієї реформи почалася з хвилі роздратувань і обурення через величезні черги до реєстраторів.

«Потрібно розуміти, що Україна стала першою країною в Європі, яка ввела таку систему. Лише нещодавно Європейський парламент затвердив директиву, в якій зобов'язав країни ЄС упродовж двох років запровадити відкриті реєстри компаній з інформацією про кінцевих бенефіціарних власників. Водночас слід зауважити, що в чинному українському законодавстві є відповідальність за неподання інформації, але відсутня відповідальність за недостовірність даних. В Україні сотні тисяч юридичних осіб, і державні реєстратори не мають можливості перевірити всю інформацію, тому зараз у реєстрі діє декларативний принцип: інформація фіксується і відображається без перевірки, вона є публічною, і вже інші суб'єкти можуть перевіряти, чи справді вона відповідає дійсності», – пояснив юрист та експерт Ради Європи Дмитро Котляр.

Ураховуючи соціальну важливість медійної сфери, її вирішили додатково виокремити спеціальним законом № 674-VIII, прописавши в ньому відповідальність телерадіоорганізацій та провайдерів програмної послуги за неподання або недостовірність інформації та повноваження регулятора – Нацради – накладати штрафи, а також відмовляти у видачі або продовженні ліцензії.

Чи є цей закон жорстким? Зважаючи з чим порівнювати. Наприклад, в Австрії Закон про засоби масової інформації висуває однакові вимоги до розкриття інформації та накладає однакові санкції не лише на телерадіокомпанії, але й на друковані видання, інтернет-ЗМІ, кабельні мережі, а також містить суттєві обмеження щодо володіння однією особою різними видами медіа. А в Грузії держава вимагає від медіакомпаній ще й фінансової прозорості: скільки ці медіа заробили, скільки дотував власник і чи має він задекларовані кошти, щоби стільки дотувати. І вся ця інформація є відкритою для громадськості.

Будьмо чесними: без запровадження справжньої фінансової прозорості ЗМІ український медіаринок ніколи не зможе повністю уникнути існування номінальних власників. А отже, проблеми непрозорості медіавласності нинішній закон до кінця не вирішить. У відповідь на цю критику народні депутати – члени Комітету свободи слова, які опікувалися документом, запевнили, що забезпечення фінансової прозорості буде наступним кроком. Але коли саме прийде час цього питання (і чи насправді прийде) – невідомо.

Закордонні експерти Ради Європи, оцінюючи закон, були дипломатично стриманими. «Відкритість дуже змінює ситуацію. Зрозуміло, що на вас чекає дуже складний перехідний період. Окремі медіа будуть знаходити варіанти, як обходити вимоги закону. Але в основному ви отримаєте фундамент, який дасть змогу побудувати зовсім інше медіасередовище», – запевнив експерт із Грузії Лаша Тугуші.

Спробуймо спрогнозувати, які саме «варіанти» знаходитимуть ті медіакомпанії, що побажають продовжити приховувати своїх справжніх власників.

1

Оскарження рішень Нацради на підставі того, що менеджмент мовника не має змоги отримати інформацію про свого кінцевого бенефіціара.

«Якщо телекомпанія надасть Нацраді усі докази того, що вона зверталася до компанії, схованої в офшорі на п'ятому рівні, і їй не надали такої інформації, то яким чином Нацрада доведитиме, що має місце злий умисел? Ще одна проблема: законопроект покладає на Нацраду обов'язок перевіряти достовірність інформації про кінцевих бенефіціарів. Якщо ми хочемо, щоби вона це справді перевіряла, ми повинні розуміти, що ліцензійні справи розглядатимуться приблизно шість—вісім місяців», – застерегла виконавчий директор Незалежної асоціації теле-



2

Нескінченні суди.

Сумнозвісний «Зеонбуд» – це яскравий приклад того, як компанія з невідомими власниками може не просто існувати роками, а ще й займати монопольне становище, факт якого складно довести. Антимонопольний комітет ще наприкінці 2014 року визнав компанію монополістом. Провайдер оскаржив це рішення у суді. І хоча зрештою Київський апеляційний адміністративний суд підтвердив розпорядження Антимонопольного комітету про визнання монопольного становища «Зеонбуду», враження лишилися: погана судова система може звести нанівець будь-які закони.

До того ж, логіка, якою керується АМКУ при виявленні ознак концентрації медіаактивів, також дає підстави для песимізму відносно дієвості, в тому числі й законодавства про розкриття кінцевих бенефіціарів ЗМІ. «Ключові злиття в медіасфері відбувалися у 2007–2008 роках. Після того ані скарг, ані заяв щодо правомірності концентрації на медіаринку до нас не надходило, — пояснила пасивність комітету заступник начальника П'ятого управління досліджень і розслідувань АМКУ Наталія Помазуєва, відповідаючи на пряме запитання про те, чи не вважає вона концентрацією медіавласності ситуацію, коли одна особа володіє, наприклад, вісьмома каналами. – Аналіз медіаринку є завданням не з легких. Це відбувається тому, що споживчий попит іде шляхом взаємозаміщення. Преса, телебачення, інтернет все більше перетворюються на єдину систему, що обмежує можливості розділити медійну сферу на окремі товарні ринки».

3

Реєстрація на Кіпрі.

Закон забороняє засновувати та брати участь у телерадіоорганізаціях особам, зареєстрованим в офшорних зонах, перелік яких затверджений Кабінетом Міністрів України. Наразі Кабмін не визнає офшором Кіпр.

4

Реєстрація ліцензії на неприбуткову організацію.

У законі нічого не сказано про неприбуткові організації, проте цікавий досвід із цього приводу є в Грузії, й він вартий уваги, так би мовити, на майбутнє. Один грузинський телеканал працює за ліцензією, видану неприбутковій організації, і розкриває її фінансові дані. Але де-факто цим каналом керує інша фірма, яка частково належить офшорній компанії – і вся ця конструкція цілком легально обходить жорсткі вимоги грузинського законодавства: і заборону отримувати ліцензію офшорній юридичній особі, й необхідність вести прозору фінансову діяльність.

Я перелічила лише деякі шпарини в новому законі. Не здивуюся, якщо юристи великих медіакомпаній уже знайшли й інші: врешті-решт, це їхня робота. Важливо ось що: нещодавно мені трапилися результати дослідження, згідно з яким менше 15 % глядачів великих українських телеканалів знають, хто саме є їхнім власником. І від того, що інформація про це просто з'явиться на сайтах мовників та в реєстрі Нацради, обізнаність українців помітно не зросте, а медіаграмотність та спроможність критично сприймати інформацію у ЗМІ не покращаться. А отже, закон законом, проте він є лише маленькою цеглиною у великій будівлі цивілізованого медіаринку, фундамент якого ми лише починаємо споруджувати. ●



ЯК ПРОЗОРІСТЬ МЕДІАВЛАСНОСТІ ДОПОМОЖЕ ЗАХИСТИТИСЯ ВІД МЕДІАМАНІПУЛЯЦІЙ

1 жовтня 2015 року в Україні набув чинності закон щодо прозорості медіавласності, ухвалений Верховною Радою 3 вересня 2015 року. І зараз найбільшим ризиком щодо його ефективного запровадження є питання спроможності Нацради його втілювати в життя. Регулятор має проявити політичну волю.

■ Роман Головенко



Роман Головенко,
ІМІ

Переважна більшість громадян України дізнаються новини через телебачення, що робить даний вид ЗМІ надзвичайно впливовим. Точніше, робить впливовими не самі ЗМІ, а тих, хто контролює телеканали. І якщо хоча б в експертних колах власники загальнонаціональних телеканалів відомі (кілька впливових олігархів), то на місцевому й регіональному рівні навіть такої обізнаності може бракувати.

Усі, хто розбирається в сучасній політичній ситуації, легко могли звернути увагу на медійні війни за участю провідних каналів («Інтер», «1+1» та ін.) або на прихильність каналів до певних політичних сил, близьких тому чи іншому олігарху. Очевидно, що останні впливають на редакційну політику каналів, спонукаючи до спотворення медійної картини, але далеко не завжди про це здогадується їхня аудиторія. Що ж може допомогти для досягнення нею такого розуміння? Відповідь: обізнаність аудиторії про тих, хто впливає на теле(радіо)канал. Якщо така особа відома і в новинах каналу висвітлюється або якщо її підприємства хвалять чи навпаки – лають її опонентів, то рівень критичного сприйняття таких інформаційних матеріалів буде явно вищим. Обізнаний – означає озброєний і тебе явно важче обманути.

Питання, як досягти прозорості корпоративної власності на ЗМІ, не є простим, але ЗМІ мають бути соціально відповідальним бізнесом, оскільки потужно впливають на громадську думку й не повинні зловживати цим впливом в інтересах олігархів. Прозорість корпоративної власності почала запроваджуватися навіть на Заході не так давно, а в Україні в медійній



сфері ми вже мали дві не дуже вдалі спроби запровадити цю прозорість.

Першою спробою був закон від 4 липня 2013 р. «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості відносин власності стосовно засобів масової інформації», який стосувався внесення змін, у тому числі, в закон «Про телебачення і радіомовлення». Зокрема, ним було заборонено створення та діяльність ТРО, засновником (власником) яких є нерезидент України, зареєстрований в одній з офшорних зон. Але перелік офшорних зон визначається Кабінетом Міністрів і, наприклад, Кіпр до нього не потрапив. Треба зазначити, що офшорні зони фігурують в даному законі не в контексті уникнення від оподаткування, а в силу того факту, що почасти вони не розкривають, хто (яка фізособа) насправді володіє юридичною особою, тому про якусь прозорість у таких випадках говорити було б складно.

Недоліком даного закону було те, що він не містив санкцій (а на той момент Нацрада з питань телебачення і радіомовлення ще не мала права накладати штрафи) і зобов'язував розкривати інформацію про засновника ТРО та пов'язаних з ним осіб, тобто фактично тих осіб, які формально володіють прямо або опосередковано більшістю статутного капіталу засновника телерадіоорганізації. Тобто якщо ця частка статутного капіталу поділена між кількома близькими особами або оперативний контроль над підприємством утримується міноритарним акціонером, то відповідну інформацію розкривати не було потрібно.

Друга спроба не стосувалася виключно медіа: Закон від 14 жовтня 2014 р. «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо визначення кінцевих вигодоодержувачів юридичних осіб та публічних діячів» передбачає декларування кінцевих вигодоодержувачів (бенефіціарів) щодо всіх юридичних осіб – пряме чи опосередковане володіння не менше як 25% статутного капіталу або голосів у вищому органі підприємства. Багато хто пам'ятає ажіотаж юристів та бухгалтерів юросіб, пов'язаний з тим, що про обов'язок такого декларування більшість із них дізналися надто пізно й намагалися встигнути його подати буквально перед спливом дедлайну, який Верховній Раді таки довелося продовжувати. Недоліком даного закону є те, що задекларовану інформацію на практиці нікому перевіряти. Адже Реєстраційна служба не має відповідних ресурсів та й достатніх повноважень. На практиці дані про конкретне підприємство подаються держреєстратору, який завантажений прийомом інформації та видачею витягів з держреєстру і перевірити достовірність даних про бенефіціарів не просто не може, але зазвичай і не має достатнього рівня кваліфікації (якщо йдеться про бенефіціарів ТРО з-за кордону).

Остання спроба запровадження прозорості корпоративної власності на ЗМІ є найбільш комплексною і сфокусована суто на телебаченні та радіомовленні – закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики

у сфері телебачення і радіомовлення» від 3 вересня ц.р., який набув чинності 1 жовтня. Цей закон зокрема передбачає:

- поглиблене розкриття інформації про бенефіціарів ТРО (від 10% у статутному капіталі прямо чи опосередковано);
- контроль за достовірністю наданої інформації з боку профільного регулятора – Національної ради;
- застосування штрафів за порушення закону, розмір яких прописаний безпосередньо в ньому (5% ліцензійного збору за всіма ліцензіями, якими володіє порушник);
- оприлюднення відомостей про бенефіціарів на веб-сайті телерадіоорганізації для загального ознайомлення;
- обов'язок Національної ради юридично та фактологічно обґрунтовувати свої рішення.

Наразі це найбільш досконала схема запровадження прозорості корпоративної власності, яка коли-небудь запроваджувалася в Україні, за винятком, хіба, банківського сектору. Але, як завжди в нас буває, суворість закону компенсується необов'язковістю його застосування. І зараз найбільшим ризиком щодо ефективного запровадження цього закону є питання спроможності регулятора – Нацради – його втілювати в життя.

Неспроможність Нацради реагувати на масове розповсюдження прихованої реклами (зокрема і в новинах), неофіційні заяви її членів про те, що «контент Нацрада не контролює» та доволі критична позиція юриста Нацради щодо законопроекту (коли цей закон ще не був остаточно прийнятий ВР) дає багато підстав побоюватися, що вимоги закону можуть залишитися лише красивим текстом на папері. Регулятор має проявити політичну волю при впровадженні цього закону, тільки тоді він буде виправдовувати перед суспільством своє існування й доведе, що є реально незалежним від олігархічних груп, які контролюють медійний ринок України.

Зрозуміло, що при реалізації закону від його опонентів буде багато галасу про «утиски», які почали лунати ще до його прийняття. Але треба відрізняти олігархів і журналістів та не плутати свободу перших і других: додаткові обов'язки фактично запроваджуються для бенефіціарів-олігархів, які наразі диктують залежним від себе журналістам, який контент необхідно продукувати. Телеканалам із прозорою структурою власності нічого боятися, українська влада не зможе поставити їх у залежність від себе, оскільки санкції можуть бути застосовані лише до ТРО з непрозорою структурою корпоративної власності й кожне рішення про їх накладення має бути детально мотивованим, чого не було раніше.

І взагалі, доволі смішно від багатьох «захисників свободи» (в даному разі олігархічної) звучать аргументи про можливий тиск на ЗМІ через даний закон. Адже вони забувають, що легітимні санкції за цим законом можливі лише щодо непрозорих ЗМІ, тобто тих, фактичних власників яких ми не знаємо, а досить імовірно велика їх частина сидить за північно-східним кордоном. ●



ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ПРОЗОРСТІ МЕДІАВЛАСНОСТІ – РЕАЛЬНА ПЕРСПЕКТИВА?

Прийнятий парламентом і підписаний президентом закон, який вимагає показати кінцевого бенефіціарного власника українських телерадіоорганізацій і провайдерів програмних послуг, викликав схвалення в Раді Європи і осудження представниками телеканалів. Як досягти справжньої прозорості так, щоб це було вигідно і суспільству, і самим власникам?

■ Роман Кабачій, Ірина Чулівська



Роман Кабачій,
ІМІ



Ірина Чулівська,
ІМІ

Закон вступив у дію з 1 жовтня 2015 року, і вже з цього часу телерадіоорганізації (ТРО) і провайдери цих послуг мали публікувати на своїх сайтах інформацію про кінцевих бенефіціарів (тобто власників).

Інститут масової інформації через місяць після початку дії закону промоніторив сайти всеукраїнських телеканалів та ТРО 13 регіонів України, і станом на 1 листопада жодна організація таких даних на сайті не вказала.

Трохи згодом інформація про власників таки з'явилася на сайті одного телеканалу – «24», власники якого й так особливо не ховалися за офшорами чи підставними особами. Це дружина львівського міського голови Катерина Кіт-Садова (76,7838%), генеральний директор телеканалу, экс-депутат Київської міської ради від «Самопоміч» Роман Андрейко (13,1065%) та його дружина Оксана Андрейко (10,1096%).

Варто зазначити, що інтернет-видання Zaxid.net, яке входить до медіахолдингу Катерини Кіт-Садової, з власної ініціативи опублікувало дослідження ІМІ про медіавласників Львова.

В законі чітко написано, що обов'язок публікувати дані про кінцевих бенефіціарів покладається з моменту набранням ним чинності, тобто з 1 жовтня 2015 р. А от до Нацради всю інфор-



мацію (її буде значно більше, ніж для публікації на сайті) треба подати до 31 березня 2016 року, тобто є достатньо часу для підготовки всіх документів або щоб знайти шляхи обійти закон і повписувати підставних осіб (жартуємо, хоча в кожному жарті є частка правди).

«Не треба чекати, поки Сюмар прийде з дубинкою, а Артеменко із паяльником. Треба пишатися своїм власником, тим паче якщо він є публічною людиною і хоче зробити кращим медіасередовище в Україні», – сказав голова Нацради Юрій Артеменко.

Нацрада з допомогою медіаюристів працювала над розробкою порядків і форм, як саме ТРО і провайдером потрібно буде подавати дані про своїх власників. 27 листопада ці документи нарешті оприлюднили для громадського обговорення (хоча по закону дедлайн у Нацради сплив 3 листопада).

Найбільше побоювань у громадськості викликає те, що Нацрада може виявитись нездатною перевіряти всі подані до неї документи. Адже в Україні тільки ТРО зареєстровано 1662. А в Нацраді працюють двоє юристів... Тому багато роботи тут буде в громадських організацій та журналістів-розслідувачів.

Ще один недолік закону – недостатньо великі штрафи. Їх розмір – 5% загальної суми ліцензійного збору за всіма ліцензіями, власниками яких є порушник (хоча спершу пропонувалося зроби 15%).

Як підрахував експерт Ради Європи Леонід Антоненко, штраф, скажімо, каналу «112 Україна», одному з найбільш непрозорих, раз на рік можуть скласти з усіма судовими витратами 28 тис. грн, що може не покрити навіть адміністративних затрат, покладених на покарання непрозорого в сенсі власності каналу.

Для порівняння: 1 секунда реклами на каналі «Україна» в передвиборний період у 2014 році коштувала, в залежності від часу, від 490 до 1704 грн. Тобто суму в 28 тис. грн можна відбити за 16,5 секунд у прайм-тайм.

То яким же чином можна заохотити медіавласників відкриватися? Адже, як розповіла представниця Незалежної асоціації телерадіомовників Ольга Большакова, з введенням в дію закону деякі власники регіональних невеликих телеканалів з мовленням обсягом кілька годин на добу вже роздумують над закриттям цих медіа, оскільки їм наразі не вигідно перед державою розкривати такі дані. Наприклад, до Нацради треба подати інформацію про членів сім'ї (чоловік, дружина, діти та батьки, мачуха та вітчим, рідні брати, сестри та їхні діти, чоловіки і дружини) – ПІБ, дата народження, громадянство, адреса. Або ж, як мінімум, вони вже переводять власність на підставних осіб.

Із думок, які пролунали на Другій міжнародній конференції «Впровадження ефективного механізму для прозорості медіавласності в Україні», можна зрозуміти, що існує два шляхи: повноцінне виконання існуючого закону з окремими змінами (їх, до речі, бажають як у Нацраді, так і в середовищі медіаюристів), та революційний: перевести відносини держава – медіавласники в автоматичний режим (шляхом внесення відповідних змін до законодавства): є декларація – є ліцензія, нема декларації чи вона неправдива – ліцензії нема.

Останній прецедент існує в Грузії, про особливості його функціонування розповів керівник юридичного департаменту Грузинської національної комісії з питань зв'язку Кахі Курашвілі.

Якщо дивитись на український приклад відкриття власників у банківській сфері, то реформу можна привести в дію, збіль-



шивши штат і зарплати тих, хто має займатися верифікацією даних по власниках. За даними Леоніда Антоненка, керівник відділу, який займався фінансовою прозорістю банків, отримував 30 тис. грн.

І, звісно, це має бути не лише автоматичне підняття планки, а ґрунтовне вишколення спеціалістів, у тому числі із залученням того ж таки грузинського досвіду. Олена Литвиненко з офісу Ради Європи розповіла, що першу навчальну поїздку до Грузії для українців уже було профінансовано.

Наразі ж, за словами заступниці голови Нацради Уляни Фе-щук, юристи Нацради мали досвід роботи хіба що зі статутами телеканалів. До роботи треба залучати високоспеціалізованих розслідувачів, котрі зможуть виводити на яву остаточного бенефіціара (у Грузії це звучить як «фізична особа, котра не має прав на передачу доходу третім особам»), як це роблять на сьогодні, наприклад, журналісти.

Про приблизний масштаб роботи розповів Леонід Антоненко: коли відділ з прозорості власності банків починав роботу, у Нацбанку знали лише про трьох власників одеського «Фінбанку», у результаті проробленої роботи з'явилася схема із викритими 97 акціонерами (дроблення використовується для заплутування виявлення остаточного власника).

Але банків на той час було 130, натомість у Нацради буде завдання перевірити 1662 суб'єкти медіаринку.

Закон потребує доопрацювань, уточнень деяких термінів, а також необхідно продумати, як забезпечити Нацраду від скасування її рішень судами. Адже ймовірність підкупу суддівського корпусу глобальними медіавласниками велика.

У Грузії Нацкомісія з питань зв'язку має повноваження анулювати ліцензії, якщо виявлено, що здобувач ліцензії подав неповну або неправдиву інформацію про своїх бенефіціарів. А рішення регулятора можуть оскаржуватися в суді. В Україні ж анулювання ліцензії в більшості випадків можливе тільки рішенням суду.

За словами Кахі Курашвілі, законодавство у його країні максимально просто прописане, більшість же деталей роз'яснюється в підзаконних актах, аби парламент постійно не був змушений повертатися і змінювати й уточнювати окремі норми законів.

Вочевидь, українському сегменту законодавства у цій сфері бракує грузинського підходу, за яким, окрім прозорості власності самого медіа, вимагається також фінансова прозорість (в тому числі майнова) та джерела доходу такого власника. Крім того, особа має право володіти не більш ніж одним ефірним телеканалом і не більш ніж одним радіоканалом у кожній зоні обслуговування.

Зараз медіаюристи спільно з депутатами також працюють над законом про прозорість друкованої преси. Тут механізм продумати складніше, адже немає єдиного регулятора.

Телебачення досі має дуже сильний вплив на українців, зокрема перед виборами. Тому суспільний інтерес щодо відомостей про те, хто стоїть за тією чи іншою редакційною політикою, в цьому випадку однозначно переважає право на приватність медіавласників.

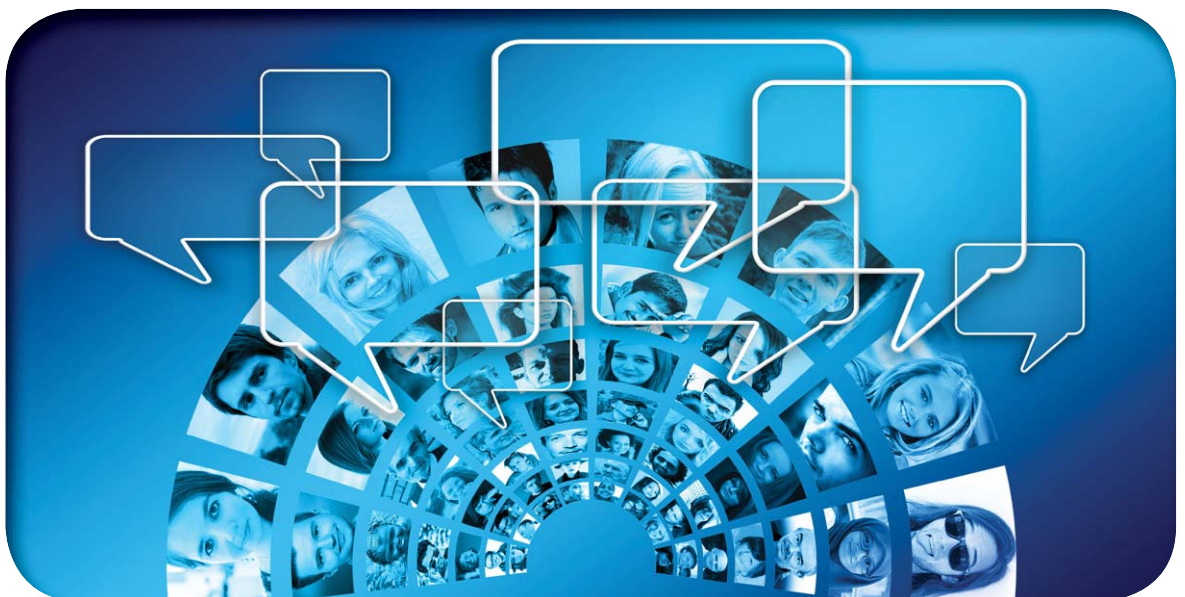
Прозорість медіавласності дорівнює свободі слова. І маніпулятивно видавати безкарність олігархів у їх медіадіяльності за свободу слова не варто. ●



27 листопада 2015 року громадська організація «Телекритика» за підтримки Фонду розвитку ЗМІ Посольства США в Україні провела експертне обговорення виконання мовниками й Нацрадою закону щодо прозорості медіавласності та зібрала пропозиції з його імплементації й подальшого вдосконалення законодавства у сфері прозорості медіавласності.

Учасники круглого столу дійшли згоди, що необхідно виконувати чинний закон, незважаючи на те, що він недосконалий. Паралельно емпіричним шляхом слід дослідити, які неточності та помилки потребують виправлення, та внести необхідні зміни до закону. Також експерти зійшлися на думці, що в першу чергу необхідно розкрити кінцевих власників провайдера цифрового ефірного телебачення «Зеонбуд», найбільших мовників, а також телерадіокомпаній із найбільш запутаною структурою власності.

В учасників круглого столу різні погляди на питання фінансової прозорості ЗМІ. Представники державних органів, народні депутати й представники громадських організацій виступають за впровадження механізмів фінансової прозорості медіа, тоді як представники індустріальних об'єднань вважають, що досягти її буде неможливо, як і розкриття справжніх кінцевих власників ЗМІ. Разом із тим усі експерти виступили за підвищення медіаграмотності українців, щоби навчити їх із контенту розуміти, хто володіє кожним конкретним медіа та здійснює вплив на редакційну політику.





Роман ГОЛОВЕНКО

керівник правових проектів
ГО «Інститут масової інформації»:

З одного боку, в мовників є обов'язок оприлюднювати інформацію про структуру власності, який набув чинності разом із законом 1 жовтня. З іншого боку, ще немає затверджених Нацрадою форм подання такої інформації. Тобто мовники чекають цих форм, щоб за ними подати інформацію регулятору та оприлюднити на своєму сайті.

Оскільки Нацрада не дуже активно застосовує санкції, ліцензіати розуміють, що відсутність затверджених форм звільняє їх від відповідальності. Але норми щодо прозорості власності вмонтовані в Закон про телебачення і радіомовлення, і Нацрада може за неопублікування на веб-сайті інформації застосувати ті ж санкції, що й за невиконання Закону про телебачення і радіомовлення.

Текст закону потребує доопрацювання: потрібно звіряти його з правками, що вносилися поспіхом, і виправляти помилки. Є проблеми з термінологією – наприклад, у визначенні власника телерадіоорганізації загубилася ціла фраза. Або визначення бенефіціара в цьому законі й у загальному законі не збігаються. Є не до кінця зрозуміле формулювання «особи, які діяли за відповідними дорученнями». Втім, ми надто заціклені на тексті закону, а не на його суті. Нам потрібно акцентуватися на тому, як виконати закон і досягти мети, поставленої законодавцем.

Власники великих каналів зараз відомі в експертному середовищі. Так, вони не одразу стануть відомими широкому загалу, але є «сарафанне радіо». І, звісно, потрібно розвивати медіаграмотність. А от власники менших каналів, упливових регіональних каналів не такі відомі. І цей закон нам допоможе їх виявити.

Контент-аналіз – це інший шлях знайти того, хто впливає на канал. Але не відмовляймося ні від одного, ні від другого. Крім контент-аналізу необхідно, щоб Нацрада, як усі європейські регулятори, здійснювала нагляд і контроль за контентом стосовно збалансованості інформації, прихованої реклами. Не варто розраховувати на одну медіаграмотність. Певні репресивні інструменти в розумних межах потрібні.

Що стосується прозорості преси – ми пропонуємо відкривати у вихідних даних власників найбільш впливових газет (із найбільшим тиражем). Якщо це безкоштовні газети, то поріг великого тиражу має понижуватися. Але ми розуміємо, що регулятора для преси, як Нацрада, немає. Тобто потрібно підключати громадські організації. Я пропонував дати інструменти доступу до інформації – щоб інформацію про корпоративну структуру видань можна було витребувати.

Водночас у преси структура може бути заплутаною. Тому що є засновник, який може не збігатися з юридичною особою, яка виконує функції редакції, і з видавцем. Тобто можуть бути одразу три різні суб'єкти.

Питання прозорості інтернету видається не дуже реалістичним. Яке видання є українським, а яке ні? До чого прив'язуватися – до домену, аудиторії, хостингу, місця знаходження менеджменту? І важко визначити, що таке інтернет-видання, де починається, а де закінчується журналістська робота. ●



Уляна ФЕЩУК

заступниця голови Національної ради
з питань телебачення і радіомовлення:



26 листопада 2015 року ми прийняли рішення винести на громадське обговорення проект Порядку подання телерадіоорганізаціями та провайдером інформації про структуру власності.

Наразі ми вимагаємо від мовників і провайдерів, які звертаються по продовження ліцензії, надавати інформацію про бенефіціарів. Вони її подають одним рядком, хто як хоче, і ми поки що не можемо вимагати чогось більшого. Ніхто не поспішає виконувати норму закону – всі чекають, зачалися. Знаю, що дехто почав змінювати структуру власності, щоб виконати закон.

Санкції щодо прозорості медіавласності Нацрада може застосувати тільки у випадку неподання або несвоечасного подання інформації про структуру власності. Тобто цю норму закону прописано неефективно.

У проекті Порядку ми спробували врахувати всі не врегульовані законом моменти, деякі суперечності. Наприклад, у законі не розкрито поняття «ключовий учасник», і ми розкрили його за аналогією з іншими законами. У проекті передбачено сім форм, які мають заповнювати наші ліцензіати. Їх справді багато, але це дасть змогу якісно проаналізувати отримувану інформацію.

Загалом у нас є 1641 ліцензіат, структуру власності яких потрібно відкрити. Ми готові виконувати закон, але є кадрова й ресурсна проблема. Якісно аналізувати отримувану інформацію можуть лише двоє співробітників Нацради, тоді як у Національному банку цим займаються 14 співробітників, причому в них регулюється лише 130 банків. Тому нам необхідно визначити: кого ми хочемо розкрити в першу чергу?

Під час розгляду законопроекту обговорювалася пропозиція залучати СБУ до перевірки інформації про структуру власності. Я не впевнена, що в СБУ є фахівці з корпоративного права. Ми докладатимемо зусиль, щоби підвищувати кваліфікацію наших фахівців, і будемо залучати для оцінки поданої інформації сторонніх експертів Ради Європи та неурядових організацій, підписуючи з ними угоди про нерозголошення конфіденційної інформації. Але доки ми не приймемо нової системи фінансування регулятора, як це відбувається в більшості європейських країн, доки нас не годуватиме ринок, регулятору буде дуже складно виконувати свої повноваження та функції.

Закон залишає дуже багато механізмів приховати справжнього кінцевого власника. І юридичних механізмів довести, що не ця особа, а інша є власником, насправді немає. Є слово проти слова. Потрібно взагалі помінати в законі поняття кінцевого бенефіціарного власника! Ключова проблема не в офшорах, а в тому, хто отримує вигоду від діяльності (фінансову чи іншу).

Також нещодавно ми стикнулися із ситуацією, яка повністю нівелює весь закон. Ми продовжували ліцензію одному з мовників (телеканалу Tonis. – Ред.), і його директор назвав кінцевим бенефіціарним власником каналу громадянина Чехії, хоча ми розуміємо, що це не зовсім так. Тому потрібні механізми, які б дозволяли розкривати джерела фінансування. Це ключове, а не те, хто є кінцевим бенефіціарним власником!

Крім того, на мою думку, дуже важливою є прозорість власності друкованих видань. Ми нація читачів, і преса має великий вплив на громадську думку. ●



Ігор РОЗКЛАДАЙ

юрист Інституту медіа права:

Перехідні положення закону дають Нацраді два місяці на затвердження Порядку, а телерадіоорганізації мають протягом півроку подати свої схеми власності. Тобто поки що зарано говорити про санкції. Ми рухаємося, як на мене, в нормальному режимі, до квітня час є.

Абсолютно слušним є зауваження, що в Нацраді немає персоналу. Тут можуть бути два варіанти: або ми піднімаємо публічну кампанію з вимогою збільшити фінансування та функціональність Нацради, або використовуємо модель роботи, яку опрацьовуємо з омбудсменом, – на умовах нерозголошення конфіденційної інформації залучаються зовнішні експерти, які оплачуються із зовнішніх фондів.

Принцип такого законодавства не означає, що Нацрада має бігати за кожним мовником. Є презумпція довіри, як у Європі. А якщо є обґрунтовані підозри в недостовірності наданої інформації, тоді має проводитися розслідування. Якщо в Нацраді є підозри, що відображена в документах особа не є справжнім власником, на допомогу прийде журналістське розслідування. І коли ми покараємо хоч одного великого мовника за порушення – інші замисляться.

Абсолютно підтримую ідею фінансової прозорості. До речі, я подивився схему власності Нового каналу. В нього три рівні власності, на третьому є Віктор та Олена Пінчуки, але в них частка – по 23 гривні, тоді як 341 млн гривень зафіксовано на «Небестан Лімітед», Нікосія. Чи можемо ми говорити, що Віктор та Олена Пінчуки є власниками Нового каналу, якщо велика частка захована в офшорі (так, Кіпр не входить до переліку офшорних зон, але це зона з низьким оподаткуванням)? Ми так само добре знали про публічних власників «112» і «Вести», але все виявилося не так, як ми знали.

Я не погоджуюся з тезою про бідних олігархів, які змушені ховатися в офшорах. Система офшорної власності існує вже десятиліттями. Якби олігархи були зацікавлені, вони би знайшли юристів і депутатів і зробили би зручну систему оподаткування в Україні.

Кого ми маємо розкривати в першу чергу? Потрібно визначити найбільші загальнонаціональні телерадіокомпанії, найбільші регіональні та найвпливовіші місцеві. Тобто критеріями можуть стати поширення та розмір глядацької аудиторії.

Що стосується прозорості преси, то ми пробували написати правки до закону про пресу – і зрозуміли, що потрібно переписувати весь закон. Нам слід спростити реєстрацію преси, і тоді на неї будуть поширюватися норми законодавства, які вимагають розкриття кінцевих власників усіх юридичних осіб.

Чи потрібна прозорість інтернет-ЗМІ? Прозорість інтернету обмежує закон про захист персональних даних. Крім того, в нас немає такого поняття, як інтернет-ЗМІ. Ми категорично виступали проти спроб держави влізти в цю сферу. Ми можемо говорити про саморегуляцію, самоідентифікацію в цій сфері. Або можемо створити конвергентного регулятора для всіх сфер. ●



Олександр ОПАНАСЕНКО

народний депутат, член Комітету
з питань свободи слова
та інформаційної політики:

Мій досвід роботи 15 років фінансовим директором показує, що в людини, яка взаємодіє з власниками, вся інформація про них є. Потрібно просто виконувати норми закону, а не шукати причини не надавати інформацію.

На мою думку, потрібні не поправки до закону, а окремий законопроект, який розкриє повністю всі канали фінансування. Я над ним зараз працюю. У моєму баченні, якщо ранжувати всі наші медіаресурси за рівнем, то загальнонаціональні канали ма-

ють проходити аудит (звісно, коштом мовників), аудитором має підтверджуватися звітність, у тому числі фінансова, розкриття всієї деталізації по фінансових складових.

Тільки після цього ми зможемо побачити не кінцевого бенефіціара, а того, хто витрачає кошти на підтримку існування телеканалу. І якщо ми побачимо, що в каналу в глибоких збитках є спонсор – це важливіше для розуміння того, який він чинить вплив на редакційну політику.

І наступним етапом має стати обмеження концентрації медіавласності. Наш медіаринок має бути деолігархізований. ●

Великі телегрупи вже багато років ходять до Антимонопольного комітету і розкривають свою структуру власності там. Але визнати цей факт означало би, що законопроект про прозорість не потрібен, тому що система вже є. Щодо маленьких гравців ситуація, безумовно, інша.

Для частини гравців причиною приховати своїх справжніх кінцевих бенефіціарів буде не бажання сховатися, а складність виконання закону. Для когось буде легшим спростити структуру власності до мінімуму, ніж бігати по всіх рівнях власності та збирати папери.

Як на мене, офшори – це перебільшена страшилка. Тому що не всі офшори приховують інформацію про кінцевих бенефіціарів і водночас не всі не-офшори дозволяють дізнатися інформацію про юридичних осіб. Офшори – це оптимізація оподаткування і спосіб убезпечитися від рейдерських захоплень. Проблема не в тому, що хтось приховує доходи і намагається уникнути сплати розумних

Ігор КОВАЛЬ

директор Індустріального
телевізійного комітету:



податкових зобов'язань. У нас неможливо вести бізнес так, як це робить увесь цивілізований світ. Наприклад, в один прекрасний момент влада вирішила, що не дозволить телеканалам при ввезенні носіїв аудіовізуальних творів користуватися режимом тимчасового ввезення з умовним повним звільненням від оподаткування. Внаслідок цього в телеканалах на три місяці припинилася процедура закупівлі контенту, доки не почали постачати весь контент через інтернет.

Щодо фінансової прозорості. Будь-яка фінансова прозорість має слугувати своїй меті. Вона не може існувати просто заради прозорості.

Наприклад, у Грузії мовники надають свою фінансову звітність Нацраді, тому що виходячи з цих даних вони платять свої внески на фінансування регулятора. Практика фінансової прозорості існує щодо публічних компаній, які торгуються на біржі та потребують максимальної прозорості в усіх аспектах.

Я не бачу сенсу зобов'язувати телекомпанії розкривати фінансові деталі діяльності. Ми не побачимо реального фінансування, адже рекламна модель побудована таким чином, що телеканали отримують кошти не напряму від рекламодавців, а через сейлз-хауси. ●



Григорій ШВЕРК

народний депутат, колишній заступник голови
Національної ради з питань телебачення і радіомовлення:

Значна кількість власників наших ліцензіатів відома – вони присутні в документах, і їх ніхто ніколи не приховував. Телеканали, які є частиною великих холдингів, що входять до фінансово-промислових груп, власників теж не приховують. Але в них достатньо складна структура власності. Заплутані схеми власності, як правило, заведені для оптимізації оподаткування. Втім, для великих ФПГ важливо підтвердити свою капіталізацію, а отже розкрити й свого кінцевого власника. Тому я дуже сподіваюся, що ми побачимо реальних кінцевих власників великих телегруп.

Якщо 1600 наших ліцензіатів добровільно захочуть відповісти на запитання – вони витратять час і дадуть відповіді. А якщо хтось захоче сховатися, виконавши всі норми закону, – він сховається. З'явиться якась особа з умовним прізвищем Карапатіс, яка буде власником усіх активів. І в Нацради немає компетенції знайти реального кінцевого власника.

Тому крім прізвищ бенефіціарів, яким можна вірити чи не вірити, потрібно дослідити фінансування. Ринок дотується на суму 300 мільйонів доларів на рік. І доки ми не знайдемо способів простежити ці потоки дотацій, реальних власників ми не відкриємо, якщо вони самі цього не захочуть. З іншого боку, будь-яку дотацію дуже просто завести у вигляді реклами якогось банку чи страхової компанії.

Також потрібно внести поправки до закону щодо публічних компаній. Бо що робити з тією частиною акцій, які розміщені на біржі? Там є фонди, там є приватні особи, які не обов'язково відкриті.

Також я би пропонував із дискрецією ставитися до покарань. Якщо ми бачимо злісний підхід – тоді Нацрада має задіяти всі важелі. А якщо мовник намагається, але не може надати інформацію, йому її не надають власники, – на це слід зважати.

Висловлюються сумніви в тому, що Дмитро Фірташ є власником «Інтера». Але якщо в корпоративних документах «Інтера» написано, що ця людина власник, – то він власник. Якщо хтось із цим не згоден, він має через суд це спростовувати й доводити своє право власності. Це точно не завдання держави, суспільства – це питання корпоративного спору.

Щодо суспільного запиту на інформацію про медіавласників. На жаль, як свідчать результати соціологічного дослідження ГО «Телекритика», в суспільства не такий високий запит на інформацію про власників медіа. І це наша робота – спонукати суспільство до цього запиту й розуміння, навіщо така інформація йому потрібна. ●



Ольга БОЛЬШАКОВА

керівниця Центру адвокації та лобіювання
Незалежної асоціації телерадіомовників:



На сьогодні ще жоден мовник не розкрив власності так, як вимагає Нацрада. Члени Незалежної асоціації телерадіомовників готуються до виконання закону. Є три варіанти: 1) змінити форму власності (якщо вона не дозволяє розкрити прозорість); 2) розкрити те, що є; 3) закрити компанію. Нині є питання по кількох маленьких компаніях, де великі власники не настільки зацікавлені в мовленні, щоб розкривати свою власність за новим законом. Там ведуться переговори – можливо, колектив зможе викупити компанію. По інших компаніях відбувається переведення власності з офшорів на фізичних осіб. І я сумніваюся, що фізичні особи в більшості випадків будуть реальними власниками.

Чому так? Тому що в нашій державі володіння великою власністю не стільки предмет гордості, скільки проблема. І тому що за законодавством офшорів є певні податкові пільги, які компанії хотіли би зберегти.

Простіше за все буде розкривати власність регіональних і місцевих каналів – у них не така розгалужена й заплутана система власності, як у великих мовників. Єдина проблема, яку я бачу для них, – це розкриття пов'язаних осіб, особливо стосовно фізичних осіб. За цим законом фізичні особи мають підняти всі свої родинні зв'язки і відновити, вказати їх точно, інакше це буде розглядатися як недостовірна інформація. І хоча зараз Нацрада не

може застосовувати санкції за подання недостовірної інформації, це може стати в подальшому підставою для того, щоб компанію не допустили до участі в конкурсі. Думаю, що в разі оскарження суди ставитимуть на сторону мовників (якщо вони не знали й не могли надати інформацію про всю структуру своєї власності).

Крім того, закон вимагає протягом десяти днів після змін у структурі власності подавати інформацію до Нацради. Це фізично неможливо. Давайте розрізняти: 1) власників, інформація про зміну яких надходить у телекомпанію одразу, і вона може подати її миттєво; 2) кінцевого бенефіціара, інформація про якого сама по собі не доходить – її треба щоразу запитувати; 3) пов'язаних осіб, інформацію про яких не завжди можливо відновити і надати. Потрібно внести правки щодо цих десяти днів.

У законі є виняток для публічних компаній, акції яких продаються на біржі і в яких немає кінцевих власників. Але з голосу була внесена поправка, що компанії, в яких немає кінцевих власників (публічні компанії), щороку подають до Нацради інформацію про всіх осіб, які протягом року володіли або володіють прямо чи опосередковано компанією. Ми сподіваємося, що публічні компанії все-таки будуть звільнені від необхідності подавати раз на рік інформацію про своїх власників, які того ж дня вже можуть продати свої акції.

Щодо фінансової прозорості. Ми маємо визначити, яка її мета. Наприклад, ми хочемо перевірити фінансовий стан власника і переконатися, що він придбав актив за законно отримані кошти. Чи можемо ми це зробити? Я сумніваюся.

Або ми хочемо побачити, хто з інвесторів не отримує ніякого доходу і робить інвестиції, щоби вплинути на програмну політику. Тоді потрібно вичленити ті фінансові інвестиції, які були чи стали безповоротними. Хоча це теж складно довести, тому що бувають випадки, коли інвестор планував повернути собі кошти з прибутком, а компанія не змогла цього зробити. Очевидно, нам потрібно побачити повторювані схеми безповоротних інвестицій. Але для цього потрібні розслідування по конкретних компаніях із перевіркою іноземних контрагентів. А тим часом є багато способів непрямой фінансування телекомпаній – як зарплата в конвертах і проведення коштів через приватних підприємців.

Щоби зрозуміти, хто впливає на медіа, не потрібно проводити аудиторську перевірку – потрібно просто подивитися новини каналу. І ми повертаємося до старого питання про медіаграмотність. Слід вести роз'яснювальну роботу із суспільством, а в особливо грубих випадках порушення редакційних стандартів рішенням органу співрегулювання застосовувати санкції (зараз розробляється відповідний законопроект). ●



Проект

Порядок подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги інформації про структуру власності

I. Загальні положення

1. Цей Порядок визначає процедуру подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги (далі – суб'єкти інформаційної діяльності) Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада) інформації про структуру власності та здійснення Національною радою контролю за дотриманням суб'єктами інформаційної діяльності вимог щодо розкриття інформації про структуру власності, відповідно до Закону України «Про телебачення і радіомовлення».

Вимоги, установлені цим Порядком, також застосовуються при поданні до Національної ради заяви про видачу (продовження), переоформлення ліцензії на мовлення, отримання ліцензії провайдера програмної послуги.

2. У цьому Порядку терміни вживаються у значенні, наведеному у Законі України «Про телебачення і радіомовлення».

3. Для цілей розкриття інформації про структуру власності під ключовим учасником юридичної особи розуміється будь-яка фізична особа, яка володіє корпоративними правами такої юридичної особи, юридична особа, яка володіє п'ятьма і більше відсотками корпоративних прав такої юридичної особи, і при цьому:

- якщо юридична особа має більше ніж 20 учасників – фізичних осіб, ключовими учасниками вважаються 20 учасників – фізичних осіб, частки яких є найбільшими;
- якщо однакові за розміром пакети корпоративних прав юридичної особи належать більше ніж 20 учасникам – фізичним особам, ключовими учасниками вважаються всі фізичні особи, які володіють п'ятьма і більше відсотками корпоративних прав такої юридичної особи;
- вважається, що публічна компанія не має ключових учасників.



II. Порядок щорічного подання суб'єктами інформаційної діяльності інформації про структуру власності

4. Структура власності суб'єкта інформаційної діяльності є прозорою, якщо інформація про структуру власності, оприлюднена на його офіційному веб-сайті та надана Національній раді, дає змогу визначити всіх осіб, які мають пряму та/або опосередковану істотну участь у юридичній особі чи можливість значного або вирішального впливу на управління та/або діяльність юридичної особи, у тому числі відносини контролю між усіма особами в ланцюгу володіння корпоративними правами щодо цієї юридичної особи, а також визначити кінцевого бенефіціарного власника.

5. Структура власності суб'єкта інформаційної діяльності, заявника на отримання ліцензії на мовлення або ліцензії провайдера програмної послуги є непрозорою (такою, що не відповідає вимогам щодо її прозорості), якщо:

- суб'єкт інформаційної діяльності не розкрив інформацію про свою структуру власності в порядку та обсязі, визначеному в Законі України «Про телебачення і радіомовлення» та цьому Порядку;
- з інформації про структуру власності, поданої суб'єктом інформаційної діяльності, неможливо встановити всіх осіб, визначених у пункті 4 цього Порядку, а також характер відносин між ними (зокрема, наявність або відсутність між ними відносин контролю);
- якщо (різні регулятори).

6. Розмір сукупної участі особи в суб'єкті інформаційної діяльності розраховується шляхом додавання прямої та опосередкованої участі особи в суб'єкті інформаційної діяльності за всіма ланцюгами володіння корпоративними правами в суб'єкті інформаційної діяльності.

7. Якщо особа прямо або через інших осіб здійснює контроль акціонера (учасника) суб'єкта інформаційної діяльності, то розмір опосередкованої участі такої особи в суб'єкті інформаційної діяльності дорівнює розміру прямої участі в суб'єкті інформаційної діяльності акціонера (учасника) суб'єкта інформаційної діяльності, якого вона контролює.

8. Розмір опосередкованої участі в суб'єкті інформаційної діяльності особи, яка має істотну участь за довіреністю акціонерів (учасників) суб'єкта інформаційної діяльності, розраховується шляхом додавання часток участі в статутному капіталі суб'єкта інформаційної діяльності акціонерів (учасників) суб'єкта інформаційної діяльності, які видали такі довіреності.

9. Телерадіоорганізація щороку до 31 березня подає до Національної ради звіт за попередній (звітний) рік діяльності про свою структуру власності у складі таких документів:

- повідомлення про подання інформації про структуру власності, складене за формою, наведеною у додатку 1 до цього Порядку;
- схематичне зображення структури власності станом на 31 грудня звітного року, складене відповідно до вимог пункту 11 цього Порядку;
- відомості про власників істотної участі станом на 31 грудня звітного року, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 2 до цього Порядку;
- відомості про пов'язаних осіб станом на 31 грудня звітного року, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 3 до цього Порядку;
- відомості про зміни у структурі власності, які відбувались упродовж звітного року, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 4 до цього Порядку.

10. Провайдер програмної послуги щороку до 31 березня подає до Національної ради звіт за попередній (звітний) рік діяльності про свою структуру власності у складі таких документів:



- повідомлення про подання інформації про структуру власності, складене за формою, наведеною у додатку 1 до цього Порядку;
- схематичне зображення структури власності станом на 31 грудня звітного року, складене відповідно до вимог пункту 11 цього Порядку;
- відомості про кінцевих бенефіціарних власників, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 5 до цього Порядку;
- відомості про пов'язаних осіб станом на 31 грудня звітного року, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 3 до цього Порядку;
- відомості про зміни у структурі власності, які відбувались упродовж звітного року, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 4 до цього Порядку;
- відомості про осіб, які впродовж звітного року надавали провайдеру програмної послуги фінансування (кредити, позики, фінансову допомогу тощо), якщо загальна сума такого фінансування від однієї особи впродовж звітного року становила 125 і більше мінімальних заробітних плат), складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 6 до цього Порядку.

11. На схематичному зображенні структури власності зазначаються:

- всі особи, які володіють прямою та/або опосередкованою істотною участю у суб'єкті інформаційної діяльності;
- всі ключові учасники суб'єкта інформаційної діяльності та кожної юридичної особи у кожному ланцюгу володіння корпоративними правами суб'єкта інформаційної діяльності;
- розмір участі (відсоток корпоративних прав), який належить кожній фізичній або юридичній особі в іншій юридичній особі.

На схематичному зображенні структури власності щодо кожної фізичної особи вказується її повне ім'я та громадянство, щодо кожної юридичної особи – повне найменування юридичної особи та країна її державної реєстрації.

Зразок складання схематичного зображення структури власності наведений у додатку 7 цього Порядку.

12. Документи, передбачені пунктами 9 та 10 цього Порядку, подаються до Національної ради в паперовому вигляді та в електронній формі.

Документи у паперовому вигляді та в електронній формі повинні бути ідентичними з урахуванням положень абзацу третього пункту 14 цього Порядку.

13. Кожен документ у паперовому вигляді прошивається окремо та підписується керівником суб'єкта інформаційної діяльності. На кожному документі проставляється печатка (за її наявності).

Документи можуть підписуватись іншою уповноваженою особою (крім керівника), яка має право підпису від імені суб'єкта інформаційної діяльності. У такому разі до Національної ради додатково подається оригінал або нотаріально посвідчена копія документа, який підтверджує повноваження підписанта.

14. Документи в електронній формі можуть подаватися на флеш-накопичувачі (USB), CD-диску або надсилатися електронною поштою, адреса якої розміщується на офіційному веб-сайті Національної ради.

Кожен документ в електронному вигляді подається у форматах PDF та EXCEL з можливістю копіювання.

У документах в форматі PDF у колонці «Адреса»:



III. Порядок подання інформації про структуру власності заявниками (продовження), переоформлення ліцензії

- не зазначаються такі персональні дані фізичної особи: ідентифікаційний номер, серія та номер паспорта, адреса постійного місця проживання (зазначається лише країна і населений пункт);
- зазначається країна, податковим резидентом якої є особа, при цьому якщо особа є громадянином декількох країн, зазначається про приналежність до громадянства тієї країни, з якою особа має більш тісний економічний зв'язок.

15. У разі подання до Національної ради відповідно до вимог визначених Законом України «Про телебачення і радіомовлення» та цього Порядку документів, що підтверджують належність особі корпоративних прав юридичної особи, перехід прав на корпоративні права, інших документів, на підставі яких особа набула істотну участь у суб'єкті інформаційної діяльності, документів, які дають змогу зробити висновок про майновий (фінансовий) стан особи тощо, такі документи мають подаватись у вигляді оригіналів або нотаріально посвідчених копій.

Документи щодо іноземних юридичних осіб та фізичних осіб – іноземців, документи, видані органами іноземної держави, документи, складені іноземною мовою, мають подаватися до Національної ради з перекладом на українську мову, засвідченим нотаріально.

Документи, видані органом іноземної держави, мають бути засвідчені нотаріально за місцем видачі та легалізовані в установленому порядку, якщо інше не передбачено міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

16. У разі виявлення технічної помилки в інформації про структуру власності, поданій Національній раді, суб'єкт інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення повинен упродовж двох тижнів її виправити.

Технічною помилкою в розумінні цього Порядку є описка, друкарська, граматична, арифметична чи інша помилка, яка не впливає на загальний зміст поданої суб'єктом інформаційної діяльності інформації.

17. Заявник до заяви про видачу (продовження), переоформлення ліцензії на мовлення подає до Національної ради:

- схематичне зображення структури власності, складене відповідно до вимог пункту 11 цього Порядку станом на останнє число місяця, який передує даті звернення із заявою;
- відомості про власників істотної участі станом на останнє число місяця, який передує даті звернення із заявою, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 2 до цього Порядку;
- відомості про кінцевих бенефіціарних власників станом на останнє число місяця, який передує даті звернення із заявою, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 5 до цього Порядку;
- відомості про пов'язаних осіб станом на 31 грудня року, який передує даті звернення із заявою, складені за формою та згідно з описом параметрів заповнення, наведеними у додатку 3 до цього Порядку;
- відомості про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру кінцевого бенефіціарного власника за рік, який передує даті звернення із заявою, за формою, затвердженою Національним агентством з питань запобігання корупції для декларації особи, уповноваженої на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, а також копії документів, які підтверджують достовірність інформації, включеної до декларації.



IV. Порядок здійснення Національною радою контролю за дотриманням суб'єктами інформаційної діяльності вимог щодо розкриття інформації про структуру власності

18. У разі виявлення недоліків у поданих документах про структуру власності Національна рада має право надати суб'єкту інформаційної діяльності строк для усунення виявлених недоліків, але не більше ніж один місяць.

19. Суб'єкт інформаційної діяльності несе відповідальність за неподання або несвоєчасне подання інформації про структуру власності або подання недостовірної інформації про структуру власності в обсязі та порядку, визначеному в Законі України «Про телебачення і радіомовлення».

20. Національна рада на підставі інформації про структуру власності, поданої суб'єктом інформаційної діяльності, може визнати структуру власності непрозорою за наявності підстав, визначених Законом України «Про телебачення і радіомовлення» та цим Порядком.

У випадку визнання структури власності суб'єкта інформаційної діяльності непрозорою, Національна рада повідомляє про це суб'єкта інформаційної діяльності листом із зазначенням підстав визнання структури власності непрозорою.

Одночасно Національна рада пропонує суб'єкту інформаційної діяльності, його учасникам (акціонерам) вжити заходів, протягом встановленого Національною радою строку, для приведення структури власності суб'єкта інформаційної діяльності у відповідність до вимог щодо її прозорості.

Національна рада має право розмістити інформацію про статус опрацювання структур власності суб'єктів інформаційної діяльності, а також про визнання структури власності суб'єкта інформаційної діяльності непрозорою на офіційному веб-сайті Національної ради.

21. Для забезпечення дотримання визначених законодавством антимонопольних обмежень та обмежень стосовно частки іноземних власників у статутному капіталі телерадіоорганізації Національна рада під час розгляду заяви про видачу (продовження, переоформлення) ліцензії на мовлення має право додатково запитати і отримати від телерадіоорганізації:

- інформацію щодо розподілу часток статутних капіталів юридичних осіб, які є її засновниками або власниками, зокрема акціонерами, а також юридичних осіб, що входять до структури власності заявника, у тому числі копії правочинів та інших документів, на підставі яких будь-який із власників заявника набув прямої або опосередкованої істотної участі у юридичній особі, яка подала відповідну заяву про видачу (продовження, переоформлення) ліцензії;
- за наявності обґрунтованих сумнівів у достовірності наданої заявником інформації, на підставі мотивованого запиту Національної ради – інформацію і документи, що дають змогу зробити висновок про майновий стан будь-якого із власників заявника:
- декларації про майновий стан і доходи (про сплату податку на доходи фізичних осіб та про відсутність податкових зобов'язань з такого податку) (у разі подання такої декларації) за рік, що передує року, в якому направлено відповідний запит, за встановленою формою (у разі наявності доходів, отриманих в Україні);
- довідки уповноваженого органу держави проживання іноземця про його доходи та про стан виконання ним зобов'язань як платника податків.



V. Опублікування інформації про структуру власності суб'єктів інформаційної діяльності

22. Суб'єкт інформаційної діяльності зобов'язаний розмішувати на своєму офіційному веб-сайті інформацію про свою структуру власності у складі документів, передбачених пунктом 9 (для телерадіоорганізацій) або пунктом 10 (для провайдерів програмної послуги) цього Порядку з урахуванням особливостей, установлених цим розділом.

Інформація розміщується у файлі формату PDF, в якому персональні дані фізичних осіб розкриті в обсязі, передбаченому пунктом 14 цього Порядку.

23. Інформація про структуру власності на офіційному веб-сайті суб'єкта інформаційної діяльності розміщується станом на останню звітну дату, а також за всі попередні звітні періоди, за які суб'єкт інформаційної діяльності подавав інформацію про свою структуру власності до Національної ради.

24. Інформація про структуру власності суб'єкта інформаційної діяльності повинна бути доступна всім зацікавленим особам на безоплатній основі.

Інформація про структуру власності або пряме гіперпосилання на інформацію про структуру власності повинно бути розміщене на початковій (стартовій) сторінці офіційного веб-сайту суб'єкта інформаційної діяльності.

25. Перелік гіперпосилань на веб-сторінки, на яких суб'єкти інформаційної діяльності розміщують інформацію про свою структуру власності, публікується на офіційному веб-сайті Національної ради.

Начальник
юридичного управління

/підпис/

Г. Чумаченко

Додаток 1
до Порядку подання телерадіоорганізаціями
та провайдерами програмної послуги
інформації про структуру власності

ПОВІДОМЛЕННЯ
про подання інформації про структуру власності

На виконання вимог Закону України «Про телебачення і радіомовлення» та Порядку подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги інформації про структуру власності, затвердженого рішенням Національної ради з питань телебачення і радіомовлення від __.12.2015 № __ (далі – Порядок).

(зазначається повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

цим подає до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення звіт за ____ звітний рік діяльності про свою структуру власності у складі таких документів:

1. (...)
2. (...)
3. (...)

(...)

(зазначається перелік документів, що подаються).

Документи подаються:

у паперовому вигляді на (вказується загальна кількість) аркушах; та
в електронній формі: (вказується спосіб подання документів в електронній формі: на CD-диску, флеш-накопичувачі USB, електронною поштою на адресу Національної ради) у кількості (...) файлів.

Інформація про структуру власності суб'єкта інформаційної діяльності розміщена у мережі Інтернет відповідно до пунктів 22, 23 Порядку за посиланням: (посилання на веб-сайт).

Цим заявляємо, що у документах, що подаються, вся інформація є повною і достовірною, та ґрунтується на добросовісній обробці та узагальненні всіх наявних у нас вихідних даних.

Суб'єкт інформаційної діяльності несе відповідальність за повноту і достовірність відомостей про структуру своєї власності.

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

Додаток 2
до Порядку подання телерадіоорганізаціями та
провайдерами програмної послуги інформації про
структуру власності

Відомості про власників істотної участі станом на 31 грудня 20__ року

(повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

№	Власник істотної участі	Країна	Ідентифікаційні дані	Адреса	Розмір участі особи у суб'єкті інформаційної діяльності, %			Опис взаємозв'язку
					Пряма	Опосер.	Сукупна	
1	2	3	4	5	6	7	8	9

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

(посада, прізвище та ініціали виконавця)

(телефон виконавця)

Опис параметрів заповнення відомостей про власників істотної участі

1. Власники істотної участі у таблиці розміщуються за спаданням розміру їх сукупної участі у суб'єкті інформаційної діяльності, вказаної у колонці 8 таблиці.
2. У колонці 2 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – прізвище, ім'я та по батькові особи згідно з паспортом;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – повне ім'я англійською мовою та його транслітерація українською мовою;
 - 3) щодо юридичних осіб України – повне найменування відповідно до установчих документів;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – повне найменування англійською мовою та його транслітерація українською мовою.
3. У колонці 3 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – країна громадянства, а у разі, якщо особа є громадянином декількох країн – всі країни її громадянства. Якщо особа у звітному році була податковим резидентом країни, відмінної від країни свого громадянства, або якщо особа є громадянином декількох країн, додатково вказується країна, податковим резидентом якої була особа у звітному році;
 - 2) щодо юридичних осіб – країна, в якій зареєстрована юридична особа.
4. У колонці 4 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – серія та номер паспорта громадянина України та реєстраційний номер облікової картки платника податків;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – номер документа, що посвідчує особу із вказанням типу документа (посвідчення особи, водійське посвідчення, закордонний паспорт тощо);
 - 3) щодо юридичних осіб України – ідентифікаційний номер у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – реєстраційний (ідентифікаційний) номер у комерційному, торговому, судовому або іншому реєстрі юридичних осіб країни реєстрації юридичної особи.
5. У колонці 5 вказується повна адреса (поштовий індекс, країна, область (регіон), район, населений пункт, вулиця, номер будинку, номер квартири) постійного місця проживання фізичної особи або місцезнаходження юридичної особи. Щодо фізичних осіб – іноземців, осіб без громадянства (крім тих, які постійно проживають на території України), іноземних юридичних осіб адреса вказується додатково англійською мовою.
6. У колонці 7 розмір опосередкованої участі вказується згідно з правилами розрахунку, наведеними у цьому Порядку.
7. Значення колонки 8 становить суму значень колонок 6 та 7.
8. Якщо особа здійснює значний або вирішальний вплив на управління або діяльність суб'єкта інформаційної діяльності, і при цьому не має формальної істотної участі у ньому, у колонках 6-8 ставиться прочерк.

9. У колонці 9 зазначається короткий опис взаємозв'язку особи – власника істотної участі із суб'єктом інформаційної діяльності. Наприклад, якщо особа є прямим учасником суб'єкта інформаційної діяльності вказується «Учасник (акціонер), якому належить частка 12% статутного капіталу» або «Є контролером «Юридичної особи 1», якій належить 75% акцій суб'єкта інформаційної діяльності».

Якщо особа здійснює незалежно від формального володіння значний або вирішальний вплив на управління або діяльність суб'єкта інформаційної діяльності, у колонці 9 зазначаються обставини здійснення такого впливу. Наприклад, «Здійснює вирішальний вплив як директор «Юридичної особи 2», якій належить 100% акцій суб'єкта інформаційної діяльності».

Якщо особа володіє опосередкованою істотною участю у суб'єкті інформаційної діяльності на підставі доручення, зазначається документ, на підставі якого особа має доручення (довіреність тощо), дата документа та строк повноважень повіреної особи. Наприклад, «Довіреність від 01.01.2015; чинна до 01.01.2017».

Якщо власник істотної участі є кінцевим бенефіціарним власником суб'єкта інформаційної діяльності, про це додатково зазначається у колонці 9.

Додаток 3
до Порядку подання телерадіоорганізаціями та
провайдерами програмної послуги інформації про
структуру власності

Відомості про пов'язаних осіб станом на 31 грудня 20__ року

(повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

№	Пов'язана особа	Країна	Ідентифікаційні дані	Адреса	Тип пов'язаної особи	Опис взаємозв'язку особи з суб'єктом інформаційної діяльності
1	2	3	4	5	6	7

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

(посада, прізвище та ініціали виконавця)

(телефон виконавця)

Опис параметрів заповнення відомостей про пов'язаних осіб

1. У колонці 2 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – прізвище, ім'я та по батькові особи згідно з паспортом;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – повне ім'я англійською мовою та його транслітерація українською мовою;
 - 3) щодо юридичних осіб України – повне найменування відповідно до установчих документів;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – повне найменування англійською мовою та його транслітерація українською мовою.
2. У колонці 3 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – країна громадянства, а у разі, якщо особа є громадянином декількох країн – всі країни її громадянства. Якщо особа у звітному році була податковим резидентом країни, відмінної від країни свого громадянства, або якщо особа є громадянином декількох країн, додатково вказується країна, податковим резидентом якої була особа у звітному році;
 - 2) щодо юридичних осіб – країна, в якій зареєстрована юридична особа.
3. У колонці 4 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – серія та номер паспорта громадянина України та реєстраційний номер облікової картки платника податків;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – номер документа, що посвідчує особу із вказанням типу документа (посвідчення особи, водійське посвідчення, закордонний паспорт тощо);
 - 3) щодо юридичних осіб України – ідентифікаційний номер у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – реєстраційний (ідентифікаційний) номер у комерційному, торговому, судовому або іншому реєстрі юридичних осіб країни реєстрації юридичної особи.
4. У колонці 5 вказується повна адреса (поштовий індекс, країна, область (регіон), район, населений пункт, вулиця, номер будинку, номер квартири) постійного місця проживання фізичної особи або місцезнаходження юридичної особи. Щодо фізичних осіб – іноземців, осіб без громадянства (крім тих, що постійно проживають на території України), іноземних юридичних осіб адреса вказується додатково англійською мовою.
5. У колонці 6 вказується номер типу пов'язаної особи:
 - «1» – особи, які мають істотну участь у суб'єкті інформаційної діяльності (афілійовані особи);
 - «2» – керівники суб'єкта інформаційної діяльності;
 - «3» – особи, які мають істотну участь в афілійованих особах суб'єкта інформаційної діяльності;
 - «4» – члени сім'ї (чоловік, дружина, діти та батьки, мачуха та вітчим, рідні брати, сестри та їхні діти, чоловіки і дружини) власників суб'єкта інформаційної діяльності;
 - «5» – юридичні особи, в яких фізичні особи, зазначені вище, є керівниками або власниками істотної участі;
 - «6» – студія-виробник, з якою суб'єктом інформаційної діяльності протягом календарного року здійснено господарських операцій на загальну суму, що перевищує 50 мільйонів гривень (без урахування податку на додану вартість).
6. У колонці 7 наводиться короткий опис обставин, у зв'язку з якими особа вважається пов'язаною з суб'єктом інформаційної діяльності. Наприклад, «Особа 1 є дружиною власника істотної участі «Особа 2» або «Особа 3 є директором суб'єкта інформаційної діяльності».

Додаток 4
до Порядку подання телерадіоорганізаціями та
провайдерами програмної послуги інформації про
структуру власності

Відомості про зміни у структурі власності у 20__ звітному році

(повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

№	Особа, щодо якої відбулась зміна	Дата зміни	Опис зміни	Тип правочину та документ, на підставі якого відбулась зміна
1	2	3	4	5

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

(посада, прізвище та ініціали виконавця)

(телефон виконавця)

Опис параметрів заповнення відомостей про зміни у структурі власності

1. У відомостях про зміни у структурі власності вказуються зміни, які відбулись у складі кінцевих бенефіціарних власників та власників істотної участі суб'єкта інформаційної діяльності протягом звітного року, а також зміни у розмірі істотної участі вказаних осіб у суб'єкті інформаційної діяльності, якщо розмір сукупної участі особи змінився на п'ять і більше відсотків.
2. У колонці 2 зазначається повне найменування (прізвище, ім'я та по батькові) кінцевого бенефіціарного власника та/або власника істотної участі у суб'єкті інформаційної діяльності.
3. У колонці 3 вказується дата настання змін у форматі ДД.ММ.РРРР. Наприклад, 01.01.2016.
4. У колонці 5 вказується короткий опис зміни, яка відбулась. Наприклад, «Особа набула пряму істотну участь у суб'єкті інформаційної діяльності шляхом придбання 32% акцій СІД у «Особи 2», або «Розмір участі особи у суб'єкті інформаційної діяльності зменшився з 47% до 21% внаслідок продажу корпоративних прав «Юридичної особи 1», яка є акціонером СІД», або «Особа перестала бути власником істотної участі у суб'єкті інформаційної діяльності внаслідок смерті».
5. У колонці 6 вказується правочин, на підставі якого відбулась зміна, та реквізити документа, яким підтверджується зміна. Наприклад, «Купівля акцій; Договір купівлі-продажу акцій від 01.01.2016 №00-БВ» або «Спадкування; Заповіт від 01.01.2000».

Додаток 5
до Порядку подання телерадіоорганізаціями та
провайдерами програмної послуги інформації про
структуру власності

Відомості про кінцевих бенефіціарних власників станом на 31 грудня 20__ року

(повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

№	Кінцевий бенефіціарний власник	Країна	Ідентифікаційні дані	Адреса	Опис взаємозв'язку
1	2	3	4	5	6

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

(посада, прізвище та ініціали виконавця)

(телефон виконавця)

Опис параметрів заповнення відомостей про кінцевих бенефіціарних власників

1. У колонці 2 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – прізвище, ім'я та по батькові особи згідно з паспортом;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – повне ім'я англійською мовою та його транслітерація українською мовою;
 - 3) щодо юридичних осіб України – повне найменування відповідно до установчих документів;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – повне найменування англійською мовою та його транслітерація українською мовою.
2. У колонці 3 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – країна громадянства, а у разі, якщо особа є громадянином декількох країн – всі країни її громадянства. Якщо особа у звітному році була податковим резидентом країни, відмінної від країни свого громадянства, або якщо особа є громадянином декількох країн, додатково вказується країна, податковим резидентом якої була особа у звітному році;
 - 2) щодо юридичних осіб – країна, в якій зареєстрована юридична особа.
3. У колонці 4 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – серія та номер паспорта громадянина України та реєстраційний номер облікової картки платника податків;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – номер документа, що посвідчує особу із вказанням типу документа (посвідчення особи, водійське посвідчення, закордонний паспорт тощо);
 - 3) щодо юридичних осіб України – ідентифікаційний номер у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – реєстраційний (ідентифікаційний) номер у комерційному, торговому, судовому або іншому реєстрі юридичних осіб країни реєстрації юридичної особи.
4. У колонці 5 вказується повна адреса (поштовий індекс, країна, область (регіон), район, населений пункт, вулиця, номер будинку, номер квартири) постійного місця проживання фізичної особи або місцезнаходження юридичної особи. Щодо фізичних осіб – іноземців, осіб без громадянства (крім тих, що постійно проживають на території України), іноземних юридичних осіб адреса вказується додатково англійською мовою.
5. У колонці 6 зазначається короткий опис взаємозв'язку особи – кінцевого бенефіціарного власника із суб'єктом інформаційної діяльності. Наприклад, якщо особа є прямим учасником суб'єкта інформаційної діяльності вказується «Учасник (акціонер), якому належить частка 75% статутного капіталу суб'єкта інформаційної діяльності» або «Є контролером «Юридичної особи 1», якій належить 100% акцій суб'єкта інформаційної діяльності».

Якщо особа здійснює незалежно від формального володіння значний або вирішальний вплив на управління або діяльність суб'єкта інформаційної діяльності, у колонці 9 зазначаються обставини здійснення такого впливу. Наприклад, «Здійснює вирішальний вплив як директор «Юридичної особи 2», якій належить 100% акцій суб'єкта інформаційної діяльності».

Додаток 6
до Порядку подання телерадіоорганізаціями та
провайдерами програмної послуги інформації про
структуру власності

**Відомості про осіб, які впродовж 20__ звітного року надавали провайдеру програмної
послуги фінансування (кредити, позики, фінансову допомогу тощо)**

(повне найменування суб'єкта інформаційної діяльності)

№	Особа	Країна	Ідентифікаційні дані	Адреса	Інформація про послугу фінансування
1	2	3	4	5	6

(посада уповноваженої особи)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(дата)

(посада, прізвище та ініціали виконавця)

(телефон виконавця)

**Опис параметрів заповнення відомостей про осіб,
які впродовж звітнього року надавали провайдеру програмної послуги фінансування
(кредити, позики, фінансову допомогу тощо)**

1. Цей додаток заповнюється і подається провайдером програмної послуги, якщо загальна сума фінансування провайдера програмної послуги, отриманого від однієї особи впродовж звітнього року, становила 125 і більше мінімальних заробітних плат.
2. У колонці 2 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – прізвище, ім'я та по батькові особи згідно з паспортом;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – повне ім'я англійською мовою та його транслітерація українською мовою;
 - 3) щодо юридичних осіб України – повне найменування відповідно до установчих документів;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – повне найменування англійською мовою та його транслітерація українською мовою.
3. У колонці 3 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – країна громадянства, а у разі, якщо особа є громадянином декількох країн – всі країни її громадянства. Якщо особа у звітному році була податковим резидентом країни, відмінної від країни свого громадянства, або якщо особа є громадянином декількох країн, додатково вказується країна, податковим резидентом якої була особа у звітному році;
 - 2) щодо юридичних осіб – країна, в якій зареєстрована юридична особа.
4. У колонці 4 вказується:
 - 1) щодо фізичних осіб – громадян України – серія та номер паспорта громадянина України та реєстраційний номер облікової картки платника податків;
 - 2) щодо фізичних осіб – іноземців та осіб без громадянства – номер документа, що посвідчує особу із вказанням типу документа (посвідчення особи, водійське посвідчення, закордонний паспорт тощо);
 - 3) щодо юридичних осіб України – ідентифікаційний номер у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;
 - 4) щодо іноземних юридичних осіб – реєстраційний (ідентифікаційний) номер у комерційному, торговому, судовому або іншому реєстрі юридичних осіб країни реєстрації юридичної особи.
5. У колонці 5 вказується повна адреса (поштовий індекс, країна, область (регіон), район, населений пункт, вулиця, номер будинку, номер квартири) постійного місця проживання фізичної особи або місцезнаходження юридичної особи. Щодо фізичних осіб – іноземців, осіб без громадянства (крім тих, що постійно проживають на території України), іноземних юридичних осіб адреса вказується додатково англійською мовою.
6. У колонці 6 зазначається інформація про послугу фінансування: правочин, реквізити договору, сума договору, строк погашення (крім безповоротної допомоги), відсоток за користування фінансування (крім договорів безоплатного фінансування). Наприклад «Позика; договір від 01.01.2016; 30 млнгрн; 01.01.2017; 20% річних».

Додаток 7

до Порядку подання телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги інформації про структуру власності

Приклад складання схематичного зображення структури власності суб'єкта інформаційної діяльності

