**Опись документов**

в составе заявки на участие в конкурсном отборе среди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районной теле(радио)компанией Ленинградской области «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Настоящим\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (наименование организации соискателя)

подтверждает, что для участия в конкурсном отборесреди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районной теле(радио)компанией Ленинградской области, проводимом Комитетом по печати Ленинградской области, направляются нижеперечисленные документы и материалы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Наименование документа, материала | Кол-во  страниц | Номера страниц |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| … |  |  |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) (фамилия, инициалы)

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

м.п.

Форма

**ЗАЯВКА**

**соискателя на участие в конкурсном отборе на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2021 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районной телерадиокомпанией Ленинградской области**

от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя,

ФИО физического лица – соискателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы распространения (телеканал/ радиоканал/ телепрограмма/ радиопрограмма) |  |
|  | Наименование организации телерадиовещания |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический/ юридический |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый  e-mail редакции |  |
|  | Директор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Главный редактор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Ведущие авторы и выпускающие редактора |  |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 30 лет (с указанием должности) |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Периодичность обновления содержания официального сайта в сети Интернет |  |
|  | Территория распространения в соответствии с лицензией на телевизионное вещание или радиовещание |  |
|  | Сетевой партнер телевизионного вещания или радиовещания с указанием срока действия договора |  |
|  | Периодичность выхода телерадиопрограмм |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса (да/нет) |  |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествую-щих дате конкурсного отбора |  |
|  | Наличие архива выпусков телерадиопрограмм на официальных страницах издания или официальных сайтах администраций МО (с указанием года начала ведения архива, а также частота обновления архива) |  |
|  | Ссылки на официальные группы в социальных сетях - количество подписчиков/участников в группах и на страницах ваших представительств в социальных сетях |  |
|  | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) количество подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" |  |
|  | Средний охват просмотров сообщений в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора. Подтверждается скриншотами Интернет-страницы с сданными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя. |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как:  - для эфирного вещания отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляю-щей радиовещание и (или) телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципального образования (муниципальных образований), на территории которого (которых) осуществляется вещание  - для кабельного вещания –отношение количества абонентов сети кабельного телерадиовещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии. Под абонентом понимается домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека. Число абонентов не может превышать численность населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии |  |
|  | Охват аудитории СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ |  |
|  | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ |  |
|  | Объем вещания в неделю в соответствии с лицензией на теле-/радиовещание либо договором с организацией, осуществляющей радио-вещание, в том числе на территории Ленинградской области, в случае если организация, осуществляющая производство и выпуск телеканала (телепрограммы) радиоканала (радио-программы), не обладает лицензией на радиовещание |  |
|  | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю (Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания). |  |
|  | Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и (или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм) (Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания) для телеканалов (телепрограмм) |  |
|  | Осуществление вещания в формате прямого эфира (для радиоканалов (радиопрограмм) |  |
|  | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и (или) разговорных аналитических программ (не менее 10 выпусков в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор) |  |
|  | Способ распространения продукции СМИ: для телеканалов (телепрограмм) – «кабельное и эфирное вещание»/ «кабельное»/ «эфирное»;  для радиовещания – «проводное, эфирное и (или) онлайн»/ «Эфирное»/ «Проводное/онлайн» |  |
|  | Количество абонентов в 2020 году (для кабельного ТВ прилагается договор)/численность населения, охваченного вещанием в соответствии с лицензией на вещание (для эфирного вещания) |  |
|  | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области |  |

Руководитель организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

"\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

К заявке прилагаются:

- заявление (по форме) о предоставлении субсидии;

- пояснительная записка (в произвольной форме) с обоснованием необходимости получения запрашиваемой субсидии с указанием размера субсидии, видов субсидируемых расходов и сумм по каждому направлению субсидируемых расходов, подписанная уполномоченным лицом соискателя и главным бухгалтером;

- смета (по форме) прогнозируемых расходов, которые подлежат субсидированию в 2021 году;

- копии учредительных документов юридического лица, заверенные подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия руководителя соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная соискателем;

- справка (в произвольной форме) о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников, занятых полный рабочий день, в течение квартала, предшествующего кварталу подачи заявки, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия штатного расписания соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия лицензии на осуществление телевизионного вещания и (или) радиовещания или копия договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и(или) радиовещание на территории Ленинградской области, на размещение произведенных соискателем материалов и программ в радиоэфире и (или) телевизионном эфире;

- справка (по форме) с расчетом объема информационных программ и(или) информационных материалов собственного производства (их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания)) от общего объема вещания в неделю, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) со статистическими данными о среднемесячной посещаемости сайта СМИ (при наличии) за три месяца, предшествующих конкурсному отбору отражающую число уникальных посетителей в месяц по данным статистических счетчиков (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтеренет, Рамблерс Топ 100, Рейтинг Мэйл.Ру. или аналог) с приложением скриншота Интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) о наличии у телерадиокомпании сайта в сети «Интернет»;

- справка (в произвольной форме) со статистическими данными о среднем охвате просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора с приложением скриншота Интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (по форме) о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ (при наличии) в неделю, с приложением скриншотов интернет страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора;

- справка (по форме) о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков с приложением скриншотов интернет страницы с данными статистики сообщества СМИ, отражающими количество материалов (записей), размещенных за три недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора.

Форма

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу предоставить субсидию для финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районной телерадиокомпанией Ленинградской области \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование СМИ)

Сообщаю, что по состоянию на \_\_.\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации)

- не имеет просроченной задолженности по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных, в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом Ленинградской области;

- не находится в процессе реорганизации, ликвидации, в отношении их не введена процедура банкротства, деятельность получателя субсидии не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации /не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

- не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и(или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны) в отношении таких юридических лиц, в совокупности превышает 50 процентов;

- отсутствует в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=3EEE1695E73B7DA6DD5C4567EBE6C2B379A6B459445889DB0F6E609889uFG1K%20) от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

- не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели создания условий для эффективного взаимодействия органов государственной власти с обществом, а также в связи с производством районного периодического печатного издания Ленинградской области в соответствии со сметой расходов;

- не является юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

- отсутствует задолженность по выплате заработной платы работникам;

- размер заработной платы работников составляет не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе;

- отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

м.п.

Выражаю согласие на обработку Комитетом по печати Ленинградской области моих персональных данных и подтверждаю, что давая такое согласие, я действую свободно, своей волей и в своем интересе. Я выражаю свое согласие на осуществление со всеми указанными персональными данными следующих действий: сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение персональных данных, а также осуществление любых иных действий с персональными данными в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Обработка данных может осуществляться как с использованием средств автоматизации, так и без их использования (при неавтоматической обработке). Настоящее заявление действует на период до истечения сроков хранения соответствующей информации или документов, содержащих указанную информацию, определяемых в соответствии с законодательством Российской Федерации. Отзыв заявления осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

Форма

к заявке

**Смета прогнозируемых расходов на 2021 год**

**для районной телерадиокомпании**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(название СМИ)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование юридического лица)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма  ( руб.) |
|  | **Прогнозируемые расходы** - всего, в том числе: |  |
| 1 | - оплата труда одного штатного сотрудника, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатного сотрудника, задействованного для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии с раздельным учетом затрат |  |
| 2 | - оплата услуг связи, в том числе оплата доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |  |
| 3 | - оплата аренды помещений в целях размещения сотрудников и(или) размещения передающих технических средств |  |
| 4 | - оплата аренды студий, съемочных площадок для организации и проведения съемок, звукозаписи |  |
| 5 | - оплата коммунальных услуг (вывоз мусора, водоснабжение и водоотведение, подача электрической энергии, газа, тепловой энергии) |  |
| 6 | - оплата работ по обслуживанию передающих технических средств |  |
| 7 | - приобретение лицензионного программного обеспечения (расходы, связанные с получением прав по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы по сопровождению программного обеспечения) |  |
| 8 | - расходы, связанные с распространением сигнала |  |
| 9 | - приобретение телепродукции и радиопродукции, посвященных событиям и темам регионального и федерального значения, оплата услуг по ее производству |  |
|  | - оплата услуг по компьютерной графике, анимации, цветокоррекции изображения, обработке звука |  |
| 10 | - оплата лицензионных сборов по телерадиовещанию |  |
| 11 | - приобретение и аренда технических средств (оборудование, приборы, устройства), в том числе: съемочного оборудования, студийного и монтажного оборудования, систем нелинейного монтажа, светового оборудования, репортажного комплекса для тележурналиста, звукового, осветительного и коммутационно-распределительного оборудования, а также носителей информации |  |
| 12 | - ремонт и обслуживание технических средств (оборудование, приборы, устройства) |  |
| 13 | - оплата услуг по технической поддержке, наполнению, развитию и продвижению сайта СМИ в сети «Интернет» (услуги хостинга, аренда сервера для размещения сайта, расходы на регистрацию доменных имен, на поисковую оптимизацию, услуги (работы) по модернизации и(или) редизайну сайта) за исключением случаев, когда сайт СМИ (веб-страница) с постоянным адресом в сети Интернет зарегистрирован в качестве сетевого средства массовой информации |  |
| 14 | - приобретение оргтехники |  |

**Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Главный бухгалтер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**м.п.**

Форма

к заявке

Справка об объеме информационных программ и(или) информационных материалов собственного производства (их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания))

за период с\_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Структура эфира | Объем (в часах) в сетке вещания |
| 1. | Общее вещание в неделю |  |
| 2. | Жанровая структура |  |
| 2.1. | Информационные программы собственного производства |  |
| 2.2. | Социально-политические программы |  |
| 2.3. | Познавательно-развлекательные программы |  |
| 2.4. | Развлекательные программы |  |
| 2.5. | Просветительские программы |  |
| 2.6. | Художественные фильмы/телесериалы |  |
| 2.7. | Документальные фильмы |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ \*

с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

\*скриншоты интернет страницы панели администратора сайта, отражающего данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков

с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

**Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на 2021 год**

1. Освещение реализации демографической политики в Ленинградской области, информирование о мерах социальной поддержки семьи, материнства и детства в Ленинградской области.
2. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни.
   1. Повышение мотивации женщин к ведению здорового образа жизни, вовлечение в занятие физической культурой и спортом.
3. Популяризация в Ленинградской области физической культуры и спорта.
4. Популяризация культурного потенциала Ленинградской области.
5. Освещение деятельности и мер поддержки малого и среднего предпринимательства.
   1. Истории успеха и популяризация женского предпринимательства, информирование о мерах поддержки, возможностях для развития и создания своего дела.
6. Популяризация в Ленинградской области рабочих профессий, продвижение образа рабочего человека как успешного и уважаемого члена общества.
7. Популяризация внутреннего туризма в Ленинградской области, пропаганда историко-культурного наследия области.
8. Популяризация в Ленинградской области института семьи и традиционных семейных ценностей, а также пропаганда многодетности, опекунства, попечительства, усыновления детей-сирот. Укрепление семейных ценностей и привлечение общественного внимания к решению проблем детского неблагополучия.
9. Освещение развития молодежной политики в Ленинградской области.
10. Популяризация в Ленинградской области возможностей социальной интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья, в том числе успешных примеров преодоления инвалидами социальных, экономических барьеров, ограничений среды проживания.
11. Популяризация в Ленинградской области возможностей для старшего поколения.
12. Информирование в сфере труда и занятости населения.
13. Информирование в сфере жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства, Программа «Формирование комфортной городской среды (ФКГС) в Ленинградской области», «Год чистой воды».
14. Повышение культуры вождения и обеспечение безопасности на дорогах, снижение смертности в ДТП.
15. Пропаганда ценностей правомерного поведения и формирование правовой культуры, формирование финансово грамотного поведения населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан.
16. Противодействие коррупции, формирование в обществе нетерпимого отношения к ее проявлениям, профилактика коррупционных нарушений.
17. Разъяснение необходимости усилий граждан в деятельности по обеспечению общественного порядка в Ленинградской области (ДНД и ОПН (общественных организаций правоохранительной направленности), популяризация деятельности действующих ДНД и ОПН.
18. Пропаганда в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности, в том числе разумного поведения в лесу в пожароопасный период, и обеспечения безопасности людей на водных объектах.
19. Противодействие идеологии терроризма и экстремизма.
20. Пропаганда бережного отношения к природе и среде проживания как важной составляющей качества жизни, формирование культуры обращения с бытовыми отходами.
21. Позитивный опыт деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Ленинградской области, работающих на основе бюджетного финансирования.
22. Популяризация получения госуслуг через Интернет посредством портала государственных и муниципальных услуг (функций) Ленинградской области.
23. Популяризация использования услуг МФЦ в Ленинградской области.
24. Социально-экономическое развитие Ленинградской области.
25. Информирование в сфере здравоохранения (популяризация использования личного кабинета «Мое здоровье» на Едином портале государственных услуг,  профессии медицинского работника,  развития детского здравоохранения, системы оказания первичной медико-санитарной помощи,  позитивного опыта борьбы с онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями и пр.).
26. Развитие институтов гражданского общества,  укрепление в обществе духовно-нравственных, гуманистических ценностей и идеалов; возрождение и укрепление патриотических традиций, пропаганда гражданской ответственности.
27. Перепись населения.

**Количественные и качественные характеристики показателей результатов предоставления субсидий и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода телерадиопродукции, информационных материалов, материалов социальной рекламы на 2021 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2021 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.20 Постановления Правительства Ленинградской области от 25.02.2019 г. № 74 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством и распространением продукции районными телерадиокомпаниями Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», перерасчет показателей результативности осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения показателей результатов предоставления субсидии - не позднее 31 декабря 2021 года.

4. Общие требования к качеству информационных материалов:

- публикуемая информация должна быть актуальной и достоверной, не должна содержать признаков рекламы, предвыборной агитации, а также наносить ущерб репутации Администрации Ленинградской области.

- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории.

- содержание и оформление материалов должны соответствовать законодательству, регулирующему отношения в сфере массовой информации и рекламы (Закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

- материалы, подготовленные на основе (рерайт) материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области, не могут превышать 35% от общего количества материалов.

- приветствуется наличие комментариев экспертов по теме, видео с подходов по итогам мероприятий.

- материалы социальной рекламы должны соответствовать действующему законодательству РФ (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»), определению социальной рекламы.

- содержание рекламного материала должно соответствовать общепринятым морально-этическим нормам;

- тематика рекламного материала должна быть актуальной и иметь социальную значимость;

- материал социальной рекламы должен соответствовать заявленной тематике, социальной проблеме и основной идее сюжета, а также целевой аудитории, к которой он адресован;

- материал социальной рекламы должен побуждать к совершению позитивных социально-значимых действий или наоборот, вызвать отрицательные эмоции или содержит негативные образы.

- допускается использование материалов социальной рекламы, изготовленной по заказу Комитета и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

- информационные материалы, подготовленные, в том числе на основе материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области, должны быть сопровождены актуальным и(или) соответствующим теме видеорядом/фотоматериалами.

- информация о деятельности ведомств (пресс-релизы, сводки или предоставленная ведомствами информация) может использоваться при подготовке материалов по темам.

5. Требования к формату и объемам материалов

Материалы районных радиоканалов (радиопрограмм) Ленинградской области выпускаются в формате:

- оригинальные материалы выпускаются в составе существующих рубрик и (или) цикла материалов в новостных выпусках средства массовой информации;

- материалы, размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях;

- материалов социальной рекламы в составе ленты в действующей публичной (официальной) странице/ аккаунта СМИ в социальных сетях.

Материалы районных телеканалов (телепрограмм) Ленинградской области выпускаются в формате:

- информационных материалов, сюжетов в новостных выпусках средства массовой информации и (или) в выпускаемых тематических программах;

- материалы, размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях;

- материалов социальной рекламы в составе ленты в действующей публичной (официальной) странице/ аккаунта СМИ в социальных сетях.

6. Требования к объему материалов

- объем материалов, размещаемых на сайте СМИ не менее 700 знаков с пробелами;

- объем материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях не менее 200 знаков с пробелами;

- объем (хронометраж) материала социальной рекламы, размещаемого в ленте в действующей публичной (официальной) странице/ аккаунта СМИ в социальных сетях должен составлять не менее 15 секунд каждый;

- хронометраж информационных сообщений для районных телерадиоканалов должен составлять не менее 15 секунд каждый, количество трансляций – 3; информационных видео-\аудиосюжетов - не менее 2-х,\1-й минут каждый, количество трансляций – 3.

7. Требования к информационным материалам, размещаемым в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях:

- информационные материалы (новость/пост), размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях должны состоять из текстового, иллюстративного блоков и блока интерактивных опций;

- текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и источниковой гиперссылке на уникальный материал, размещенный на официальном сайте СМИ(сайт СМИ-получателя субсидии, сайт официальны й портал администраци Ленинградской области [www.lenobl.ru](http://www.lenobl.ru)), где пользователь может прочесть новость целиком);

- иллюстративный блок является обязательным, представлен изображением, сопровождающим текстовый блок (фото-, видеоконтентом, рисунком, анимацией, коллажем);

- блок интерактивных опций может быть представлен следующими опциями: «Комментировать» – функция, позволяющая добавить читательскую рефлексию, «Поделиться» – возможность сделать репост, чтобы новость появилась во френдленте у друзей и подписчиков читателя паблика СМИ. «Мне нравится» – «лайк».

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Для районных телеканалов (телепрограмм) /радиоканалов (радиопрограмм)** | | | | |
| № п/п | Размер субсидии (руб.) | Значение результатов предоставления субсидии (ед.) | Требование к графику выхода материалов  (график выпуска материалов должен составляться равномерно при распределении материалов по отчетному периоду) | |
|  | 1 000 000 и менее | 240 | не менее 60 в квартал | В месяц:  - не менее 12 информационных сообщений хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 3  - не менее 6 информационных видео-\аудиосюжетов хронометражем не менее 2\1 минут каждый, количество трансляции – 3  - не менее 1 материала социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 10  - не менее 1 материала социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, при этом общее количество трансляций в социальной сети – 8 |
|  | От 1 000 001 до 1 500 000 | 324 | 81 | В месяц:  - не менее 15 информационных сообщений хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 3  - не менее 9 информационных видео-\аудиосюжетов хронометражем не менее 2\1 минут каждый, количество трансляции – 3  - не менее 1 материала социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 10  - не менее 2 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, при этом общее количество трансляций в социальной сети – 8 |
|  | От 1 500 001 до 2 000 000 | 408 | 102 | - не менее 18 информационных сообщений хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 3  - не менее 12 информационных видео-\аудиосюжетов хронометражем не менее 2\1 минут каждый, количество трансляции – 3  - не менее 2 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 10  - не менее 2 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, при этом общее количество трансляций в социальной сети – 8 |
|  | От 2 000 001 до 2 500 000 | 480 | 120 | - не менее 21 информационных сообщений хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 3  - не менее 15 информационных видео-\аудиосюжетов хронометражем не менее 2\1 минут каждый, количество трансляции – 3  - не менее 2 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 10  - не менее 2 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, при этом общее количество трансляций в социальной сети – 8 |
|  | От 2 500 001 и более | 576 | 144 | - не менее 24 информационных сообщений хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 3  - не менее 18 информационных видео-\аудиосюжетов хронометражем не менее 2\1 минут каждый, количество трансляции – 3  - не менее 3 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, количество трансляции – 10  - не менее 3 материалов социальной рекламы хронометражем не менее 15 секунд каждый, при этом общее количество трансляций в социальной сети – 8 |

Кроме того, показателем результатов предоставления субсидии является обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ и числа участников сообществ СМИ в социальных сетях. Электронным СМИ, размер субсидии которых составляет до 1 500 000 рублей, необходимо обеспечить рост на 5%. СМИ, размер субсидии которых составляет 1 500 000 рублей и выше – необходимо обеспечить рост на 3%.