**Приложение № 1 к объявлению**

**Результатами предоставления субсидии являются:**

1. обеспечение еженедельного вещания районной телерадиокомпании;
2. обеспечение производства и распространение, в том числе в сети "Интернет", телерадиопродукции, информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных социально значимым темам;
3. обеспечение круглосуточной бесперебойной работы сайта телерадиоканала в сети "Интернет" (при наличии);
4. обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ и числа участников сообществ СМИ в социальных сетях.

**Показателями, необходимыми для достижения результата предоставления субсидии, являются:**

1. общее количество часов вещания;
2. количество информационных материалов по социально значимым темам, материалов социальной рекламы, размещенных в теле-/радиоэфире;
3. количество социально значимых информационных сообщений, материалов социальной рекламы, опубликованных на сайте СМИ (при наличии), странице СМИ в социальной сети;
4. количество информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, материалов социальной рекламы, размещенных в теле-/радиоэфире;
5. количество информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ (при наличии), странице СМИ в социальной сети;
6. рост среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ к числу уникальных посетителей сайта СМИ по состоянию на месяц, предшествующий конкурсному отбору (в процентах) (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, по данным статистических счетчиков (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтернет, Рамблер/Топ100, Рейтинг.Мэйл.Ру или аналог);
7. рост числа участников сообщества СМИ в социальной сети по отношению к числу участников сообщества СМИ по состоянию на месяц, предшествующий конкурсному отбору (в процентах).

Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов, материалов социальной рекламы на соответствующий год утверждаются правовым актом Комитета не позднее чем за пять дней до даты размещения объявления о проведении конкурсного отбора.

Значение показателей, необходимых для достижения результата предоставления субсидии, устанавливаются в договоре.

**Приложение № 2 к объявлению**

Критерии отбора соискателей для предоставления субсидий:

1) соискатель должен быть зарегистрирован в установленном законодательством Российской Федерации порядке на территории Ленинградской области;

2) наличие у соискателя действующего свидетельства о регистрации СМИ или выписки из реестра зарегистрированных СМИ, выданной не менее чем за год до дня подачи заявки на участие в конкурсном отборе (далее - заявка);

3) соответствие радиоканала (радиопрограммы), телеканала (телепрограммы) следующим требованиям:

а) наличие действующей лицензии на осуществление радиовещания и(или) телевещания на территории Ленинградской области или договора с организацией, осуществляющей радиовещание и(или) телевещание на территории Ленинградской области, на размещение произведенных соискателем материалов и программ в радиоэфире и(или) телевизионном эфире;

б) объем программ собственного производства не менее четырех часов в неделю - для телеканала (не менее двух часов в неделю - для телепрограммы), не менее четырех часов в неделю - для радиоканала (не менее двух часов в неделю - для радиопрограммы);

в) наличие у телеканала (телепрограммы) или радиоканала (радиопрограммы) сайта в сети "Интернет" и(или) страницы не менее чем в одной российской социальной сети;

г) наличие открытого для просмотра статистического счетчика посещений: Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтернет, Рамблер/Топ100, Рейтинг.Mail.ru или других (далее - статистический счетчик);

д) размещение на сайте СМИ и(или) на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, в объеме не менее 21 единицы в неделю;

е) соответствие общего объема сообщений и материалов рекламного характера положениям статей 14 и 15 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе".

В случае если редакция СМИ является частью конвергентной редакции, условие наличия отдельной электронной версии в сети "Интернет" (веб-страница, сайт) с постоянным адресом и отдельной страницы в социальной сети не является обязательным.

**Приложение № 3 к объявлению**

Соискатель должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям:

а) у соискателя должна отсутствовать просроченная задолженность по возврату в областной бюджет субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иная просроченная задолженность перед областным бюджетом;

б) соискатели - юридические лица не должны находиться в процессе реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся соискателем, другого юридического лица), ликвидации, в отношении них не введена процедура банкротства, деятельность получателя субсидии не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатели - индивидуальные предприниматели не должны прекратить деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

в) соискатели не должны являться иностранными юридическими лицами, а также российскими юридическими лицами, в уставном (складочном) капитале которых доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утвержденный 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 совокупности превышает 50 процентов;

г) сведения о соискателе должны отсутствовать в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 года N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";

д) сведения о дисквалифицированных руководителе, членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа, или главном бухгалтере соискателя, являющегося юридическим лицом, об индивидуальном предпринимателе и о физическом лице - производителе товаров, работ, услуг, являющихся соискателями, должны отсутствовать в реестре дисквалифицированных лиц;

е) соискатель не должен получать средства из областного бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в пунктах 1.4 и 1.5 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районными телерадиокомпаниями Ленинградской области;

ж) соискатель не должен являться юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

з) у соискателя должна отсутствовать задолженность по выплате заработной платы работникам;

и) размер заработной платы работников соискателя должен быть не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки;

к) у соискателя должна отсутствовать неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

**Приложение № 4 к объявлению**

Для участия в конкурсном отборе соискатель представляет в конкурсную комиссию заявку по форме согласно [приложению № 6](#Заявка) к объявлению, в состав которой входят следующие документы:

1) заявление о предоставлении субсидии по форме согласно приложению 5 к настоящему объявлению;

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

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

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

5) копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

6) справка о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников, занятых полный рабочий день, в течение квартала, предшествующего кварталу, в котором подается заявка, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

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

8) справка об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

9) справка с расчетом объема информационных программ и(или) информационных материалов собственного производства (периодичность, хронометраж, тематика (сетка вещания) от общего объема вещания в неделю, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

10) в случае если в реализации медиапроекта задействована организация, осуществляющая телевизионное вещание и(или) радиовещание и не обладающая лицензией, - копия договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и(или) радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

11) справка с данными статистики о среднемесячной посещаемости сайта СМИ (при наличии) за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, отражающая число уникальных посетителей в месяц, по данным статистических счетчиков (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтернет, Рамблер/Топ100, Рейтинг.Мэйл.Ру или аналог), с приложением скриншота интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

12) справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ 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;

13) справка 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;

14) справка 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;

15) согласие на публикацию (размещение) в сети "Интернет" информации о соискателе, о подаваемой соискателем заявке, иной информации о соискателе, связанной с соответствующим конкурсным отбором;

16) согласие на обработку персональных данных (для физического лица).

Указанные документы должны быть прошиты, пронумерованы и скреплены подписью и печатью соискателя (при наличии).

Одновременно с пакетом документов на бумажном носителе соискателем представляется полный пакет документов в электронном виде на электронном носителе.

Ответственность за подлинность и достоверность представленной информации и документов несет соискатель.

Соискатель вправе по собственной инициативе представить следующие документы:

1) выписку из Единого государственного реестра юридических лиц - для соискателей из числа юридических лиц *(не ранее чем за один месяц до дня подачи заявки)*;

2) выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей – для соискателей из числа индивидуальных предпринимателей *(не ранее чем за один месяц до дня подачи заявки)*;

3) справка об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов (*в виде письма Федеральной налоговой службы или по форме, установленной Федеральной налоговой службой на соответствующий финансовый год, по состоянию на календарный день месяца, предшествующий дате подачи заявки*).

Заявка должна содержать опись входящих в ее состав документов, подписана соискателем или лицом, уполномоченным соискателем, и заверена печатью (при наличии) соискателя. Соискатель несет ответственность за подлинность и достоверность представленных документов.

**Приложение № 5 к объявлению**

(Форма)

ЗАЯВЛЕНИЕ

о предоставлении субсидии

 Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районными телерадиокомпаниями Ленинградской области \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

 (наименование СМИ)

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

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

 (наименование организации)

 отсутствует просроченная задолженность по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том

числе в соответствии с иными правовыми актами, и иная просроченная задолженность перед областным бюджетом Ленинградской области;

 не находится в процессе реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся соискателем, другого юридического лица), ликвидации, в отношении него 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 от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";

 отсутствуют сведения о дисквалифицированных руководителе, членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа/или главном бухгалтере соискателя, являющегося юридическим лицом/об индивидуальном предпринимателе и о физическом лице - производителе товаров, работ, услуг, являющихся соискателями в реестре дисквалифицированных лиц;

 не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в пунктах 1.4 и 1.5 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районными телерадиокомпаниями Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25 февраля 2019 года
№ 74;

 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.

 Настоящим соискатель дает согласие:

 на публикацию (размещение) в сети "Интернет" информации о соискателе, о подаваемой соискателем заявке, иной информации о соискателе, связанной с соответствующим конкурсным отбором;

 на обработку персональных данных (для физического лица);

 на осуществление Комитетом или органом государственного финансового контроля Ленинградской области в отношении него проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления субсидий.

 С условиями конкурсного отбора и предоставления субсидий ознакомлен и

согласен.

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Подпись главного бухгалтера

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

"\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 6 к объявлению**

(Форма)

**ЗАЯВКА**

**на участие в конкурсном отборе Соискателя на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2022 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 данными 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 2021 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 |  |

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 7 к объявлению**

(Форма)

**Смета прогнозируемых расходов на 2022 год**

**для районной телерадиокомпании**

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

(название СМИ)

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

(наименование юридического лица)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма( руб.) |
| 1 | - оплата труда штатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных сотрудников, задействованных 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 | - расходы на приобретение телепродукции и радиопродукции, посвященных событиям и темам регионального и федерального значения, оплата услуг по ее производству |  |
| 10 | - оплата услуг по компьютерной графике, анимации, цветокоррекции изображения, обработке звука |  |
| 11 | - оплата лицензионных сборов по телерадиовещанию |  |
| 12 | - 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 |  |
| 13 | - ремонт и обслуживание технических средств (оборудование, приборы, устройства) |  |
| 14 | - 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* |  |
| 15 | - приобретение оргтехники |  |
|  | Всего прогнозируемых расходов: |  |

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Подпись главного бухгалтера

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 8 к объявлению**

(Форма 1 к заявке)

Справка об объеме программ и(или) материалов собственного производства (их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания))
за период с «\_\_\_» (неделя) по «\_\_\_\_»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Структура эфира | Объем в сетке вещания (час, мин.) |
| 1. | Общее собственное 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 |  |

Должность руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

(Форма 2 к заявке)

Справка

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

с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| … |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

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

Должность руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

(Форма 3 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 |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| … |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

\* 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

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 9 к объявлению**

Правила рассмотрения и оценки заявки соискателя

Первый этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты окончания приема заявок.

В ходе первого этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия проводит анализ заявок на предмет:

1) соответствия соискателей критериям конкурсного отбора (см. [приложение № 2](#Критерии) к объявлению);

2) соответствия соискателей на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

3) соответствия требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению), в том числе в части комплектности и достоверности.

Основаниями для отклонения заявки являются:

1) несоответствие соискателя критериям отбора (см. [приложение № 2](#Критерии) к объявлению);

 2) несоответствие соискателя на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

3) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению) или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

4) недостоверность представленной соискателем информации, в том числе информации о месте нахождения и адресе юридического лица;

5) наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании ранее предоставленных Комитетом средств областного бюджета;

6) подача соискателем заявки после даты и(или) времени, определенных для подачи заявок.

Второй этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

В ходе второго этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия оценивает заявки соискателей, прошедших первый этап конкурсного отбора, на предмет оценки СМИ, указанных в заявках, на производство которых запрашиваются субсидии.

Оценка СМИ осуществляется в соответствии с критериями оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия (см. [приложение № 10](#Оценки) к объявлению).

Оценка осуществляется на основании информации, представленной соискателем в заявке, а также на основании данных мониторинга сети «Интернет».

Значение итоговой оценки СМИ определяется путем суммирования значений оценок по каждому критерию оценки СМИ.

Оценки заносятся в таблицу оценки количественных и качественных характеристик СМИ, на производство которого запрашивается субсидия (см. [приложение № 11](#Таблица) к объявлению).

Результаты заседания конкурсной комиссии оформляются протоколом не позднее трех рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии, который подписывают члены конкурсной комиссии.

Основаниями для отказа в предоставлении субсидии являются:

1) несоответствие соискателя на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению) или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

3) значение итоговой оценки СМИ по результатам проведения конкурсного отбора не превышает минимального значения.

4) установление факта недостоверности представленной соискателем информации.

В случае отклонения заявки или отказа в предоставлении субсидии Комитет в срок не позднее пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии направляет соискателю соответствующее письменное уведомление с указанием причин отклонения заявки или отказа в предоставлении субсидии способом, обеспечивающим подтверждение получения уведомления.

Решение о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых победителям конкурсного отбора субсидий принимается Комитетом на основании протокола заседания конкурсной комиссии и оформляется правовым актом Комитета в течение пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии.

**Приложение № 10 к объявлению**

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

количественных и качественных характеристик средства массовой информации, на производство которого запрашивается субсидия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Объем вещания в неделю в соответствии с лицензией на теле- и(или) радиовещание либо договором с организацией, осуществляющей радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, в случае если организация, осуществляющая производство и выпуск телеканала (телепрограммы)/радиоканала (радиопрограммы), не обладает лицензией на радиовещание |  | Собственное круглосуточное вещание | 6 |
| Врезки местных выпусков в городах вещания телеканала/радиостанции | 2 |
| 2 | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю <1> | Часов | Более 9 | 7 |
| От 6 и 9 | 5 |
| От 3 до 5 | 3 |
| Менее 3 | 0 |
| 3 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора | Человек | Более 50000 | 6 |
| От 30001 до 50000 | 5 |
| От 10001 до 30000 | 4 |
| От 5000 до 10000 | 3 |
| Менее 5000 | 0 |
| 4 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: для эфирного вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или договором с организацией, осуществляющей радиовещание и(или) телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципального образования (муниципальных образований), на территории которого (которых) осуществляется вещание | Процентов | От 81 до 100 | 7 |
| От 50 до 80 | 5 |
| 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 | Менее 50 | 3 |
| 5 | Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной 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 | Процентов | Более 15 | 5 |
| От 13 до 15 | 4 |
| От 10 до 12 | 3 |
| От 5 до 9 | 2 |
| Менее 5 | 1 |
| 6 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <2> | Процентов | Более 25 | 5 |
| От 16 до 25 | 4 |
| От 11 до 15 | 3 |
| От 5 до 10 | 1 |
| Менее 5 | 0 |
| 7 | Способ распространения продукции СМИ (для телеканалов (телепрограмм) |  | Кабельное и эфирное вещание | 5 |
| Кабельное вещание | 4 |
| Эфирное вещание | 3 |
| Способ распространения продукции СМИ (для радиоканалов (радиопрограмм) |  | Проводное, эфирное и(или) онлайн-вещание | 5 |
| Эфирное вещание | 4 |
| Проводное и(или) онлайн-вещание | 3 |
| 8 | Осуществление освещения мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм) | Да/Нет | Да | 4 |
| Нет | 0 |
| 9 | Осуществление вещания в формате прямого эфира (для радиоканалов (радиопрограмм) | Да/Нет | Да | 4 |
| Нет | 0 |
| 10 | 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) | Да/Нет | Да | 4 |
| Нет | 0 |
| 11 | 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 <3> | Да/Нет | Да | 4 |
| Нет | 0 |
| Нет | 0 |
| 12 | Позиция в рейтинге телерадиоканалов в районе (по данным социологического исследования, проведенного в предшествующем конкурсному отбору году) |  | 1 | 6 |
| 2 | 3 |
| 3 | 1 |
| Ниже 3 | 0 |
| 13 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и регионального бюджетов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |

--------------------------------

<\*> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты размещения объявления.

В случае если при оценке СМИ по критерию оценки 7 показатель соответствует 5 баллам, а по критерию оценки 8-0, оценка по критерию 7 равна 0.

**Приложение № 11 к объявлению**

|  |
| --- |
| ТАБЛИЦА ОЦЕНКИколичественных и качественных характеристик средства массовойинформации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(наименование СМИ) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | Объем (хронометраж) вещания в неделю |  |
| 2 | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю |  |
| 3 | Среднее количество уникальных посетителей сайта средства массовой информации за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
| 4 | Охват аудитории средства массовой информации |  |
| 5 | Охват аудитории средства массовой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |
| 6 | Охват аудитории средства массовой информации в социальных сетях |  |
| 7 | Способ распространения продукции средства массовой информации |  |
| 8 | Осуществление освещения областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм) |  |
| 9 | Осуществление вещания в формате прямого эфира (для радиоканалов (радиопрограмм) |  |
| 10 | Производство и размещение в эфире средства массовой информации авторских и(или) разговорных аналитических программ |  |
| 11 | 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 |  |
| 12 | Позиция в рейтинге телерадиоканала в районе |  |
| 13 | Получение субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и регионального бюджетов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
| Итого: |  |

**Приложение № 12 к объявлению**

**Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на 2022 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».
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.
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 в МФЦ 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. Год #Команды47.
28. Формирование культуры обращения с бытовыми отходами.
29. Безопасное поведение детей (в повседневной жизни; в информационной среде и кибербезопасность).

30.Развитие добровольческого (волонтерского) движения Ленинградской области. Продвижение ценности добровольческой деятельности в обществе.

31. 350-летие Петра I (об исторических местах, расположенных на территории региона, связанных с личностью Петра I).

**Приложение № 13 к объявлению**

**Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов предоставления субсидии, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода телерадиопродукции, информационных материалов, материалов социальной рекламы на 2022 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2022 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 3.7. 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», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25.02.2019 г. № 74, перерасчет показателей результатов предоставления субсидии 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 2022года.

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 РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федеральный 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 официальный 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».

Допускается использование материалов социальной рекламы, изготовленной по заказу Комитета или предоставленной органами власти Российской Федерации
и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

Таблица

|  |
| --- |
| **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 | 244  | не менее 61 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 в социальной сети хронометражем не менее 15 секунд каждыйВ квартал:- не менее 1 информационного сообщения, посвященного СОНКО |
|  | От 1 000 001 до 1 500 000 | 332 | 83 | 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 в социальной сети хронометражем не менее 15 секунд каждый В квартал:- не менее 2 информационных сообщений, посвященных СОНКО |
|  | От 1 500 001 до 2 000 000 | 420 | 105 | - 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 в социальной сети хронометражем не менее 15 секунд каждыйВ квартал:- не менее 3 информационных сообщений, посвященных СОНКО |
|  | От 2 000 001 до 2 500 000 | 492 | 123 | - 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 в социальной сети хронометражем не менее 15 секунд каждыйВ квартал:- не менее 3 информационных сообщений, посвященных СОНКО |
|  | От 2 500 001 и более | 592 | 148 | - 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 в социальной сети хронометражем не менее 15 секунд каждыйВ квартал:- не менее 4 информационных сообщений, посвященных СОНКО |

Кроме того, показателем результатов предоставления субсидии является обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях и среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ. Электронным СМИ, размер субсидии которых составляет до 1 500 000 рублей, необходимо обеспечить рост числа участников сообществ СМИ в социальных сетях на 5%, рост среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ – на 2% . СМИ, размер субсидии которых составляет 1 500 000 рублей и выше – необходимо обеспечить рост на 3% и 1,5% соответственно.