**Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов (информационных сообщений, фотоизображений, видеосюжетов, материалов социальной рекламы) на 2024 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2024 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии – перерасчет показателей результатов предоставления субсидии осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения результатов предоставления субсидии и показателей - не позднее 31 декабря 2024 года.

4. Качественные характеристики результатов предоставления субсидии
и показателей:

- 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. Текст материалов, публикуемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок;

- 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»);

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

- допускается использование материалов, изготовленных по заказу Комитета, или предоставленной органами власти Российской Федерации.

5. Требования к материалам социальной рекламы:

- материалы социальной рекламы должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации (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, вызывать отрицательные эмоции или содержать негативные образы.

Допускается использование материалов социальной рекламы, изготовленной по заказу Комитета или предоставленной органами власти Российской Федерации.

6. 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 гиперссылке на источник, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт - официальный портал администрации 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».

Таблица

**Количественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2024 году**

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет 1 000 000 рублей и менее,****устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** |  | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **192** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **204** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее |  1 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 2 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 000 001 рублей до 1 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **212** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях\*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **224** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет  |  |  |  | Не менее | 2 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 500 001 рублей до 2  000 000 рублей,** **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее**  | **Количество**  | **Единица измерения** | **Не менее**  | **Количество** | **Единица измерения**  | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |   |   |   |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя**  |  |  |  |  | **312** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений  | Не менее  | 700 | знаков  | Не менее  | 25 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях**  | **Не менее**  |  |  | **Не менее**  | **336** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений  | Не менее  | 200 | знаков | Не менее  | 25 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |   |   |   | Не менее  | 2 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей  | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 000 001 рублей до 2 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **372** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **396** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 2 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 500 001 рублей до 3 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **432** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 35 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **468** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 35 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 2 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |