

ПРОТОКОЛ
от 31 января 2024 года № 2

заседания конкурсной комиссии по отбору участников на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области в 2024 году (далее – Комиссия)

191124, Санкт-Петербург
пл. Растрелли, д.2, стр.1, каб. 515

31 января 2024 года
11-00; 11-30

В заседании Комиссии участвовали 8 из 11 членов Комиссии:

В связи с отсутствием председателя Комиссии Визирякина Константина Николаевича обязанности председателя Комиссии выполняет **заместитель председателя Комиссии: Зеленин Александр Анатольевич**

члены Комиссии: Васильева Юлия Васильевна, Еремеев Станислав Германович, Золотова Наталья Александровна, Миколасюк Игорь Степанович, Науменко Дарья Юрьевна, Петров Александр Евгеньевич, Потехин Александр Владиславович.

Члены комиссии Журавлев Владимир Павлович и Кузнецова Мария Олеговна, отсутствуют по уважительной причине.

секретарь Комиссии: Никифорова Дина Фаритовна

Кворум имеется.

Повестка заседания

1. О проведении первого этапа конкурсного отбора на предмет соответствия заявок:

- категории и критериям, установленным пунктом 1.5 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области (далее – Порядок).

- требованиям, установленными пунктами 2.3, 2.4 и 2.5 Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности.

2. Принятие решения о признании участников конкурсного отбора соответствующим или несоответствующим требованиям Порядка по итогам первого этапа конкурсного отбора.

3. О проведении второго этапа конкурсного отбора на предмет оценки количественных и качественных характеристик СМИ.

4. Принятие решения о признании или не признании участников победителями конкурсного отбора.

По первому вопросу выступила секретарь Комиссии – Никифорова Дина Фаритовна, которая сообщила, что на конкурсный отбор поданы заявки от 23 участников отбора, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области (далее – заявка участника). Комиссии был предоставлен на обозрение журнал регистрации заявок участников отбора (приложение № 1 к протоколу Комиссии).

Заместителем председателя Комиссии Александром Анатольевичем Зелениным был задан вопрос членам Комиссии о наличии обстоятельств, способных повлиять на участие членов конкурсной комиссии в работе Комиссии, личной заинтересованности в рассмотрении заявок и принятии решения о победителях конкурсного отбора.

От членов Комиссии заявлений не поступало.

Секретарь Комиссии сообщила о том, что конкурсные отборы будут проводиться в два этапа.

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

- соответствия требованиям, установленным пунктом 2.5 Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;
- соответствия участников отбора категории и критериям, установленным пунктом 1.5 Порядка;
- соответствия участников отбора требованиям, установленным пунктами 2.3 и 2.4 Порядка.

Секретарь Комиссии предоставила для ознакомления членам Комиссии сведения об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов по участникам отбора, претендующим на получение субсидии.

По второму вопросу заместитель председателя Комиссии Александр Анатольевич Зеленин предложил членам Комиссии проголосовать о прохождении 23 участников первого этапа конкурсного отбора в соответствии с критериями и требованиями Порядка и о допуске 23 участников во второй этап конкурсного отбора.

Вопрос на голосование:

О прохождении 23 участников первого этапа конкурсного отбора в соответствии с критериями и требованиями Порядка и о допуске 23 участников во второй этап конкурсного отбора.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

Допустить 23 участника конкурсного отбора во второй этап конкурсного отбора.

Секретарь комиссии проинформировала членов Комиссии о начале работы второго этапа конкурсного отбора. Заседание второго этапа конкурсного отбора открыто в 11-30.

По третьему вопросу Заместитель председателя Комиссии озвучил членам Комиссии повестку заседания Комиссии «О проведении второго этапа конкурсного отбора на предмет оценки количественных и качественных характеристик СМИ».

В соответствии с пунктом 2.16 Порядка, Комиссия на втором этапе конкурсного отбора оценивает заявки участников отбора в соответствии с количественными и качественными характеристиками средств массовой информации. Оценка осуществляется на основании информации, представленной участником отбора в заявке, а также на основании данных мониторинга сети «Интернет».

Значение итоговой оценки заявки определяется путем суммирования значения оценок по каждому критерию оценки.

Оценка по каждому критерию заносится в таблицу оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации, на производство которого запрашивается субсидия.

Комиссия произвела оценки районных периодических печатных изданий Ленинградской области. Секретарь огласила количество набранных баллов (приложение № 2 к протоколу Комиссии).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Балтийский луч» - 35 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Балтийский луч» - 35 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Время» - 37 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Время» - 37 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Волховские огни» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Волховские огни» - 36 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Восточный берег» - 34 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Восточный берег» - 34 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Выборг» - 44 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Выборг» - 44 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Гатчина-ИНФО» - 46 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Гатчина-ИНФО» - 46 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Гатчинская правда» - 45 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Гатчинская правда» - 45 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Дивья» - 38 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Дивья» - 38 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Знамя труда» - 40 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Знамя труда» - 40 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Киришский факел» - 44 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Киришский факел» - 44 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Красная звезда» - 41 балл.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Красная звезда» - 41 балл (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Ладога» - 22 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Ладога» - 22 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Лужская правда» - 32 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Лужская правда» - 32 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Людейное Поле» - 30 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Людейное Поле» - 30 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Новый путь» - 34 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Новый путь» - 34 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Про Отрадное» - 42 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Про Отрадное» - 42 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Провинция Северо-Запад» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Провинция Северо-Запад» - 36 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Реквизит Выборг» - 38 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Реквизит Выборг» - 38 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Свирские огни» - 44 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Свирские огни» - 44 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Сельская новь» - 25 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Сельская новь» - 25 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Тера-Пресс» - 38 балла.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Тера-Пресс» - 38 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Тосненский вестник» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Тосненский вестник» - 36 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Трудовая слава» - 38 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Трудовая слава» - 38 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

По четвертому вопросу о принятии решения о признании участников конкурсного отбора победителями конкурсного отбора выступила секретарь Комиссии.

В соответствии с пунктом 2.14 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области» победителем конкурсного отбора является один участник отбора, СМИ которого присвоено наибольшее значение итоговой оценки СМИ (для муниципального района (городского округа) с населением менее 70000 жителей).

В Тихвинском районе Ленинградской области осуществляют свою деятельность два участника конкурсного отбора: ООО «Дивья» и АНО «Радио «Тихвин» - издатель газеты «Трудовая Слава». Оба участника набрали одинаковое количество баллов – 38 баллов.

Предложено обсудить сложившуюся ситуацию и выбрать одного или двух победителей.

Миколасюк Игорь Степанович выступил с предложением признать обоих участников конкурсного отбора победителями в связи с тем, что механизм определения победителей, набравших одинаковое количество баллов, не предусмотрен Порядком предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области, а также предложил внести соответствующие изменения в нормативный правовой акт.

Вопрос на голосование

О признании участников конкурсного отбора ООО «Дивья» и АНО «Радио «Тихвин» победителями конкурсного отбора.

Результаты голосования:

«За» - 8

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно

Решили:

Признать обоих участников конкурсного отбора победителями конкурсного отбора.

Заместитель председателя Комиссии Александр Анатольевич Зеленин предложил членам Комиссии проголосовать о признании 23 участников конкурсного отбора победителями конкурсного отбора на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области исходя из предельного процента обеспечения затрат, на который могут претендовать получатели субсидий (приложение № 3 к протоколу Комиссии).

Подписи:

**Заместитель председателя
Комиссии:**

Начальник отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Комитета по печати Ленинградской области



А.А. Зеленин

Секретарь Комиссии:

Главный специалист сектора медиапланирования отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Комитета по печати Ленинградской области



Д.Ф. Никифорова

Журнал заявок соискателей на участие в конкурсном отборе на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий в 2023 году

№ п/п	Наименование юридического лица	Наименование средства массовой информации	Дата приема заявки соискателя
1	АНО «Газета «Балтийский луч»	«Балтийский луч»	15.01.2024 г.
2	ООО «Редакция газеты «Время»	«Время»	09.01.2024 г.
3	ООО «Газета «Выборг» - редакция»	«Выборг»	11.01.2024 г.
4	ООО «Инфоком»	«Провинция Северо-Запад»	28.12.2023 г.
5	АНО «Газета «Гатчинская правда»	«Гатчинская правда»	11.01.2024 г.
6	ООО «Дивья»	«Дивья»	26.01.2023 г.
7	ООО «Редакция газеты «Знамя труда»	«Знамя труда»	10.01.2024 г.
8	ООО «Редакция газеты «Красная звезда»	«Красная звезда»	26.12.2023 г.
9	МП «Информационный центр «Кириши»	«Киришский факел»	11.01.2024 г.
10	УМП ИД «Ладога»	«Ладога»	09.01.2024 г.
11	АНО «Редакция газеты «Лужская правда»	«Лужская правда»	27.01.2023 г.
12	АНО «Редакция газеты «Лодейное Поле»	«Лодейное Поле»	11.01.2024 г.
13	ООО «Мактон»	«Реквизит Выборг»	27.12.2023 г.
14	АНО «Редакция газеты «Новый путь»	«Новый путь»	28.12.2023 г.
15	ООО «Невская волна»	«PRO-Отрадное»	28.12.2023 г.
16	ООО «РА «ОРЕОЛ-ИНФО»	«Гатчина-ИНФО»	10.01.2024 г.
17	ООО «Редактор-плюс»	«Восточный берег»	09.01.2024 г.
18	ООО «Райинформпресс»	«Волховские огни»	26.01.2024 г.
19	ООО «Сельская новь»	«Сельская новь»	10.01.2024 г.

20	МУП ПМР «ИПК «Свирские огни»	«Свирские огни»	15.01.2024 г.
21	ООО «СТРК «ТЕРА-пресс»	«ТЕРА-пресс»	27.12.2023 г.
22	АНО «Редакция газеты «Госненский вестник»	«Госненский вестник»	29.12.2023 г.
23	АНО «Радио «Тихвин»	«Трудовая слава»	15.01.2024 г.

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия
газета Балтийский луч

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	2
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового	

	тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		35

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Волховские огни

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	0
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	2
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		36

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Восточный берег

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	2
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	2
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		34

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Время

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	4
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового	-

	тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	0
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		37

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Выборг

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		44

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Гатчинская правда

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	4
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового	-

	тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
	Итого	45

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Дивья

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	4
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового	3

	тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	-
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	-
	Итого	38

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Киришский факел

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		44

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Знамя труда

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		40

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Красная звезда

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	0
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		41

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Ладога

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	2
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	4
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	0
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	0
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		22

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Лодейное поле

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	2
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	4
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового	5

	тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
	Итого	30

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Лужская правда

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	2
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	0
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	2
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		32

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Новый путь

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	0
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		34

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Ореол Инфо

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		46

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета ПРО Отрадное

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	4
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	0
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	7
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		42

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Провинция Северо-Запад

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		36

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Реквизит Выборг

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	4
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	5
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	-
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	-
Итого		38

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Свирские огни

N п/п	Наименование критерия	Количество о баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		44

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Сельская новь

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	0
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	0
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	0
Итого		25

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Тера-Пресс

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	5
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	4
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	0
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	0
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	2
Итого		38

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Тосненский вестник

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	0
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	2
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	3

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	-
11	Вид распространения	8
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	0
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		38

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

газета Трудовая слава

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика)	6
3	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	2
4	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
6	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	0
8	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 (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	4
9	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек)	-

10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек)	3
11	Вид распространения	6
12	Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области	2
13	Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере	3
14	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году	2
15	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)	4
Итого		38

Таблица значений итоговых оценок средств массовой информации и предельный процент обеспечения затрат, на который может претендовать получатель субсидии

№ п/п	Наименование юридического лица	Значение итоговой оценки СМИ (баллы)	Предельный процент обеспечения (%)
1.	АНО «Газета «Балтийский луч» Газета «Балтийский луч»	35	90
2.	ООО «Редакция газеты «Время» Газета «Время»	37	90
3.	ООО «Газета «Выборг» - редакция» Газета «Выборг»	44	90
4.	ООО «Волховская городская телерадиокомпания» Газета «Провинция Северо- Запад»	36	90
5.	АНО «Газета «Гатчинская правда» Газета «Гатчинская правда»	45	90
6.	ООО «Дивья» Газета «Дивья»	38	90
7.	ООО «Редакция газеты «Знамя труда» Газета «Знамя труда»	40	90
8.	ООО «Редакция газеты «Красная звезда» Газета «Красная звезда»	41	90
9.	МП «Информационный центр «Кириши» Газета «Киришский факел»	44	90
10.	УМП ИД «Ладога» Газета «Ладога»	22	90
11.	АНО «Редакция газеты «Лужская правда» Газета «Лужская правда»	32	90
12.	АНО «Редакция газеты «Лодейное Поле» Газета «Лодейное Поле»	30	90

13.	ООО «Мактон» Газета «Реквизит Выборг»	38	90
14.	ООО «Невская волна» Газета «Pro- Отрадное»	42	90
15.	ООО «РА «ОРЕОЛ-ИНФО» Газета «Гатчина-ИНФО»	46	90
16.	ООО «Редактор-плюс» Газета «Восточный берег»	36	90
18.	ООО «Райинформпресс» Газета «Волховские огни»	36	90
19.	ООО «Сельская новь» Газета «Сельская новь»	25	90
20.	МУП ПМР «ИПК «Свирские огни» Газета «Свирские огни»	44	90
21.	ООО «СТРК «ТЕРА-пресс» Газета «ТЕРА-пресс»	38	90
22.	АНО «Редакция газеты «Тосненский вестник» Газета «Тосненский вестник»	36	90
23.	АНО «Радио «Тихвин» Газета «Трудовая слава»	38	90