

ПРОТОКОЛ
от 30 января 2025 года № 4

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 2025 году (далее – Комиссия)

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

30 января 2025 года
10.30

В заседании Комиссии участвовали 9 членов Комиссии:

Председатель конкурсной комиссии:

Визирякин
Константин Николаевич - председатель Комитета по печати Ленинградской области

Заместитель председателя конкурсной комиссии:

Зеленин
Александр Анатольевич - начальник отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Комитета по печати Ленинградской области

Члены конкурсной комиссии:

Васильева
Юлия Васильевна - заместитель председателя Комитета по печати Ленинградской области – начальник отдела медиапроектов и книгоиздания

Еремеев
Станислав Германович - председатель постоянной комиссии по государственному устройству, международным, межпарламентским и общественным связям Законодательного собрания Ленинградской области (по согласованию)

Журавлев
Владимир Павлович - заместитель председателя Общественной палаты Ленинградской области, проректор по воспитательной работе, молодежной политике и связям с общественностью ЛГУ им. А.С.Пушкина (по согласованию)

- Миколасюк Игорь Степанович - заместитель директора - начальник правового департамента Государственного казенного учреждения Ленинградской области «Государственный экспертный институт регионального законодательства» (по согласованию)
- Науменко Дарья Юрьевна - начальник отдела информационной политики и взаимодействия со СМИ аппарата Законодательного собрания Ленинградской области (по согласованию)
- Петров Александр Евгеньевич - председатель постоянной комиссии по здравоохранению Законодательного собрания Ленинградской области (по согласованию)
- Потехин Александр Владиславович - генеральный директор Санкт-Петербургского регионального Центра ИТАР-ТАСС (по согласованию)

Секретарь конкурсной комиссии:

- Никифорова Дина Фаритовна - главный специалист сектора медиапланирования отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Комитета по печати Ленинградской области

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 конкурсного отбора, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области (далее

– заявка участника). Комиссии был предоставлен на обозрение журнал регистрации заявок участников конкурсного отбора (приложение № 1 к протоколу Комиссии).

Председателем конкурсной комиссии Константином Николаевичем Визирякиным 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 конкурсного отбора категориям и критериям, установленным пунктом 1.5 Порядка;
- соответствия участников конкурсного отбора требованиям, установленным пунктами 2.3 и 2.4 Порядка.

Участник отбора УМП «Издательский Дом «Ладога» не соответствует требованию подпункта б) пункта 2.4 Порядка, а именно:

участник отбора, являющийся юридическим лицом, находится в процессе реорганизации.

Участник отбора УМП «Издательский Дом «Ладога» не проходит на второй этап конкурсного отбора.

Вопрос на голосование:

О несоответствии участника отбора УМП «Издательский Дом «Ладога» пункту 2.4 требований конкурсного отбора.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

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 Председатель конкурсной комиссии Константин Николаевич Визирякин предложил членам Комиссии проголосовать о прохождении 22 участников первого этапа конкурсного отбора в соответствии с критериями и требованиями Порядка и о допуске 22 участников конкурсного отбора во второй этап конкурсного отбора.

Вопрос на голосование:

О прохождении 22 участников конкурсного отбора первого этапа конкурсного отбора в соответствии с критериями и требованиями Порядка и о допуске 22 участников во второй этап конкурсного отбора.

Результаты голосования:

«За» - 9
«Против» - 0
«Воздержался» - 0
Решение принято единогласно.

Решили:

Допустить 22 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.

По третьему вопросу Председатель 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 конкурсного 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» - 28 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9
«Против» - 0
«Воздержался» - 0
Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Балтийский луч» - 28 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 9
«Против» - 0
«Воздержался» - 0
Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Волховские огни» - 30 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Восточный берег» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Выборг» - 52 балла.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Выборг» - 52 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Гатчина-ИНФО» - 48 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Гатчина-ИНФО» - 48 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Гатчинская правда» - 46 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Дивья» - 26 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Дивья» - 26 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Красная звезда» - 46 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Лужская правда» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Новый путь» - 28 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

- Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Новый путь» - 28 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Про Отрадное» - 46 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Про Отрадное» - 46 баллов (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» - 9

«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» - 9

«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» - 9

«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» - 9

«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» - 9

«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» - 9

«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» - 9

«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).

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Приозерские ведомости» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 9

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Приозерские ведомости» - 36 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» - 9

«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 22 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:

Председатель Комиссии:

Председатель Комитета по печати
Ленинградской области



К.Н.Визирякин

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 2024 году

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

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | 2 |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |

| | | | | |
|---|---|--------------|---------------------|---|
| | <p>мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек;</p> <p>-соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек;</p> <p>-соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек</p> | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |
| 5 | <p>Охват аудитории СМИ, определяемый как:</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек;</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек;</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек</p> | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | 2 |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользователи | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | Осуществление деятельности | Да/Нет | Да | |

| | | | | |
|----|--|--------|---------------|---|
| | (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 | | Нет | 0 |
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 28 баллов

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

газета Волховские огни

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | 2 |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 0 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | |
| | | | нет | 0 |

Итого: 30 баллов

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

газета Восточный берег

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | 0 |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 36 баллов

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

газета Время

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | 0 |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| | Ленинградской области | | | |
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 0 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 30 баллов

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

газета Выборг

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | 8 |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | 6 |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | 8 |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 52 балла

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

газета Гатчинская правда

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | 6 |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | 6 |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | 0 |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 46 баллов

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

газета Дивья

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | 0 |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | 2 |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | 0 |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 26 баллов

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

газета Киришский факел

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | 8 |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 От 8,1 до 11 От 5,1 до 8 От 3 до 5 Менее 3 | 4 |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 От 12 001 до 17 000 От 7 001 до 12 000 От 2 000 до 7 000 Менее 2 000 | 2 |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да Нет | 0 |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 38 баллов

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

газета Знамя труда

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | 0 |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 38 баллов

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

газета Красная звезда

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | 0 |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | 6 |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|----------|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 46 баллов

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

газета Лодейное поле

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | 2 |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | 6 |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | 2 |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | |
| | | | нет | 0 |

Итого: 34 балла

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

газета Лужская правда

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | 6 |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | 2 |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | |
| | | | нет | 0 |

Итого: 36 баллов

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

газета Новый путь

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | 2 |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | 0 |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | 0 |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 28 баллов

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

газета Гатчина Инфо

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | 8 |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | 8 |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 48 баллов

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

газета ПРО Отрадное

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | 8 |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 От 8,1 до 11 От 5,1 до 8 От 3 до 5 Менее 3 | 6 |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 От 12 001 до 17 000 От 7 001 до 12 000 От 2 000 до 7 000 Менее 2 000 | 4 |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да Нет | 0 |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| | Ленинградской области | | | |
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 46 баллов

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

газета Провинция Северо-Запад

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 36 баллов

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

газета Свирские огни

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | 4 |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| | Ленинградской области | | | |
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | |
| | | | нет | 0 |

Итого: 36 баллов

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

газета Сельская новь

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | 2 |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | 0 |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 26 баллов

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

газета Тера-Пресс

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | 8 |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | 0 |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | 0 |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | 4 |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | 4 |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | |
| | | | Нет | 0 |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 34 балла

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

газета Тосненский вестник

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | 8 |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | 0 |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | |
| | | | Менее 3 | 0 |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | 6 |
| | | | От 7 001 до 12 000 | |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 36 баллов

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

газета Трудовая слава

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | 6 |
| | | | От 65 до 75 включительно | |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | 4 |
| | | | нет | |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | |
| | | | нет | 0 |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | 2 |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|--|------------------|---------------------|---|
| | сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | | | |
| 5 | Охват аудитории СМИ, определяемый как: - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек; - соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек | процентов | Свыше 11 | |
| | | | От 8,1 до 11 | |
| | | | От 5,1 до 8 | |
| | | | От 3 до 5 | 2 |
| | | | Менее 3 | |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | Свыше 17 000 | |
| | | | От 12 001 до 17 000 | |
| | | | От 7 001 до 12 000 | 4 |
| | | | От 2 000 до 7 000 | |
| | | | Менее 2 000 | |
| 7 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 28 баллов

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

газета Приозерские ведомости

| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | |
| | | | От 75 до 85 включительно | |
| | | | От 65 до 75 включительно | 4 |
| | | | От 55 до 65 включительно | |
| | | | Менее 55 | |
| 2 | Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ-Общество-Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование их/создание опросов в социальной сети (подтверждается pdf страницами, скринами постов) | Единиц | Более 1 раза в месяц | |
| | | | 1 раз в месяц | |
| | | | нет | 0 |
| 3 | Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю – в одном из номеров в неделю) инфографики и/ или QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованный на ресурсе СМИ в сети Интернет | Да/нет | да | 6 |
| | | | нет | |
| 4 | Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: - соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек; -соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и | процентов | Более 40 | |
| | | | От 30 до 39 | 6 |
| | | | От 20 до 29 | |
| | | | От 10 до 19 | |
| | | | Менее 10 | |

| | | | | |
|---|---|------------------|--|----------|
| | <p>мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек;</p> <p>-соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек</p> | | | |
| 5 | <p>Охват аудитории СМИ, определяемый как:</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100 000 человек;</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100 000 человек;</p> <p>- соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200 000 человек</p> | процентов | <p>Свыше 11</p> <p>От 8,1 до 11</p> <p>От 5,1 до 8</p> <p>От 3 до 5</p> <p>Менее 3</p> | <p>4</p> |
| 6 | Среднесуточный охват ресурсов СМИ в сети интернет | пользовател и | <p>Свыше 17 000</p> <p>От 12 001 до 17 000</p> <p>От 7 001 до 12 000</p> <p>От 2 000 до 7 000</p> <p>Менее 2 000</p> | <p>6</p> |
| 7 | <p>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</p> | Да/Нет | <p>Да</p> <p>Нет</p> | <p>2</p> |

| | | | | |
|----|---|--------|---------------|---|
| 8 | 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| | | | Нет | |
| 9 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе не ниже регионального уровня и/или конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних трёх лет) | Да/Нет | Да | 4 |
| | | | Нет, номинант | |
| | | | Нет | |
| 10 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет | | да | 2 |
| | | | нет | |

Итого: 36 баллов

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» | 28 | 95 |
| 2. | ООО «Редакция газеты «Время» Газета «Время» | 30 | 95 |
| 3. | ООО «Газета «Выборг» - редакция» Газета «Выборг» | 52 | 95 |
| 4. | ООО «Волховская городская телерадиокомпания» Газета «Провинция Северо-Запад» | 36 | 95 |
| 5. | АНО «Газета «Гатчинская правда» Газета «Гатчинская правда» | 46 | 95 |
| 6. | ООО «Дивья» Газета «Дивья» | 26 | 95 |
| 7. | ООО «Редакция газеты «Знамя труда» Газета «Знамя труда» | 38 | 95 |
| 8. | ООО «Редакция газеты «Красная звезда» Газета «Красная звезда» | 46 | 95 |
| 9. | ООО «Информационный центр «Кириши» Газета «Киришский факел» | 38 | 95 |
| 11. | АНО «Редакция газеты «Лужская правда» Газета «Лужская правда» | 36 | 95 |
| 12. | АНО «Редакция газеты «Лодейное Поле» Газета «Лодейное Поле» | 34 | 95 |
| 14. | ООО «Невская волна» Газета «Pro- Отрадное» | 46 | 95 |
| 15. | ООО «РА «ОРЕОЛ-ИНФО» Газета «Гатчина-ИНФО» | 48 | 95 |
| 16. | ООО «Редактор-плюс» Газета «Восточный берег» | 36 | 95 |
| 18. | ООО «Райинформпресс» Газета «Волховские огни» | 30 | 95 |
| 19. | ООО «Сельская новь» Газета «Сельская новь» | 26 | 95 |
| 20. | АНО «ИПК «Свирские огни» Газета «Свирские огни» | 36 | 95 |
| 21. | ООО «СТРК «ТЕРА-пресс» Газета «ТЕРА-пресс» | 34 | 95 |

| | | | |
|-----|--|----|----|
| 22. | АНО «Редакция газеты «Тосненский вестник» Газета «Тосненский вестник» | 36 | 95 |
| | АНО «Радио «Тихвин» Газета «Трудовая слава» | 28 | 95 |
| | ООО «Приозерские ведомости» Газета «Приозерские ведомости» | 36 | 95 |