

**Количественные и качественные значения
результата предоставления субсидии и порядок их расчета
при заключении договора с получателем субсидии,
требования к графику выхода продукции, содержащей информационные
материалы на 2025 год**

1. Количественные и качественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода продукции, содержащей информационные материалы в 2025 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.15 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25.02.2019 г. № 73, перерасчет значений результата предоставления субсидии и показателей осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения результата предоставления субсидии – не позднее 31 декабря 2025 года.

4. Общие требования к качеству информационных материалов:

- публикуемая информация должна быть актуальной и достоверной, не должна содержать признаков рекламы, предвыборной агитации, а также наносить ущерб репутации Администрации Ленинградской области;
- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории. Текст материалов, публикуемых в печатных СМИ, не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок;
- содержание и оформление материалов должны соответствовать законодательству, регулирующему отношения в сфере массовой информации

и рекламы (Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

- материалы, подготовленные на основе материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области (рерайт), не могут превышать 35% от общего количества материалов;
- приветствуется наличие комментариев экспертов по теме, видео с подходов по итогам мероприятий;
- информационные материалы, подготовленные в том числе на основе материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области, должны быть сопровождены актуальным и(или) соответствующим теме видеорядом/фотоматериалами;
- информация о деятельности ведомств (пресс-релизы, сводки или предоставленная ведомствами информация) может использоваться при подготовке материалов по темам;
- допускается использование материалов, изготовленных по заказу Комитета, или материалов, предоставленных органами власти Российской Федерации.

5. Требования к формату материалов.

Материалы районных периодических печатных изданий Ленинградской области выпускаются в формате:

- рубрик и (или) отдельных статей, цикла статей в средстве массовой информации;
- в виде новостей в составе информационной ленты и (или) статей (заметок, обзоров), интервью в действующих постоянных рубриках сайта средства массовой информации и (или) иных публикациях в действующих рубриках сайта средства массовой информации;
- материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях/мессенджерах;

6. Требования к объему материалов

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

- объем материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях - не менее 200 знаков с пробелами;
- объем информационных материалов, публикуемых в газете, должен составлять не менее $\frac{1}{4}$ полосы формата А3/ $\frac{1}{8}$ полосы формата А2. Материалы, подготовленные в рамках договора, должны обозначаться графическим символом 47 вместо точки в конце последнего абзаца текста материала.

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

- информационные материалы (новость/пост), размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/аккаунтов СМИ в социальных сетях/мессенджерах, должны состоять из текстового, иллюстративного блоков и блока интерактивных опций;
- текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и источниковой гиперссылке на уникальный материал, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт – официальный портал Администрации Ленинградской области www.lenobl.ru, где пользователь может прочесть новость целиком);
- иллюстративный блок является обязательным, представлен изображением, сопровождающим текстовый блок (фото-, видеоконтентом, рисунком, анимацией, коллажем);
- блок интерактивных опций может быть представлен следующими опциями: «Комментировать» – функция, позволяющая добавить читательскую рефлексия, «Поделиться» – возможность сделать репост, чтобы новость появилась во френдленте у друзей и подписчиков читателя публика СМИ. «Мне нравится» – «лайк».

Таблица

Размер субсидии (руб.)	Значение результата предоставления субсидии (ед.)	Требование к графику выхода материалов
Менее 3 000 000	не менее 400	1) не менее 30 материалов в квартал. В год не менее 120 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 35 материалов в квартал. Не менее 140 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 35 в квартал. Не менее 140 публикаций в год.
От 3 000 001 до 3 500 000	не менее 460	1) не менее 35 материалов в квартал. В год не менее 140 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 40 материалов в квартал. Не менее 160 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 40 в квартал. Не менее 160 публикаций в год.
От 3 500 001 до 4 000 000	не менее 520	1) не менее 40 материалов в квартал. В год не менее 160 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 45 материалов в квартал. Не менее 180 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 45 в квартал. Не менее 180 публикаций в год.
От 4 000 001 до 4 500 000	не менее 580	1) не менее 45 материалов в квартал. В год не менее 180 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 50 материалов в квартал. Не менее 200 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 50 в квартал. Не менее 200 публикаций в год.
От 4 500 001 до 5 000 000	не менее 640	1) не менее 50 материалов в квартал. В год не менее 200 материалов.

		2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 55 материалов в квартал. Не менее 220 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 55 в квартал. Не менее 220 публикаций в год.
От 5 000 001 до 5 500 000	не менее 700	1) не менее 55 материалов в квартал. В год не менее 220 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 60 материалов в квартал. Не менее 240 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 60 в квартал. Не менее 240 публикаций в год.
От 5 500 001 до 6 000 000	не менее 760	1) не менее 60 материалов в квартал. В год не менее 240 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 65 материалов в квартал. Не менее 260 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 65 в квартал. Не менее 260 публикаций в год.
6 000 001 и более	не менее 820	1) не менее 65 материалов в квартал. В год не менее 260 материалов. 2) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 70 материалов в квартал. Не менее 280 материалов в год. 3) размещение материалов в группе в социальной сети, не менее 70 в квартал. Не менее 280 публикаций в год.