

ПРОТОКОЛ
от 29 января 2026 года № 4

заседания конкурсной комиссии по конкурсному отбору получателей субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области в 2026 году (далее – Комиссия)

191124, Санкт-Петербург
пл. Растрелли, д.2, стр.1, каб. 428

29 января 2026 года
10.00

В заседании Комиссии участвовали 10 из 12 членов Комиссии:

**Председатель конкурсной
комиссии:**

Зайнуллин Тимур Тагирович - председатель Комитета по печати Ленинградской области

**Заместитель председателя
конкурсной комиссии:**

Визирякин Константин
Николаевич - заместитель председателя Комитета по печати
Ленинградской области

**Члены конкурсной
комиссии:**

Васильева Юлия
Васильевна - начальник Управления по взаимодействию со
средствами массовой информации и развитию
медиапроектов Комитета по печати Ленинградской
области

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

печати Ленинградской области

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)

Золотова Наталья
Александровна

- начальник отдела правового, финансового обеспечения и государственного заказа Комитета по печати Ленинградской области

Трофимова Мария
Олеговна

- начальник сектора правового обеспечения и государственного заказа отдела правового, финансового обеспечения и государственного заказа Комитета по печати Ленинградской области

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)

**Секретарь конкурсной
комиссии:**

Тишина Екатерина
Ивановна

- главный специалист отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Комитета по печати Ленинградской области

Члены комиссии: Потехин Александр Владиславович, Петров Александр Евгеньевич отсутствовали по уважительным причинам.

Кворум имеется.

Повестка заседания

1. О проведении первого этапа конкурсного отбора на предмет:
 - соответствия заявок требованиям, установленных пунктом 2.5 Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;
 - соответствия участников конкурсного отбора категории и критериям, установленным пунктом 1.5 Порядка;
 - соответствия участников конкурсного отбора требованиям, установленным пунктами 2.3 и 2.4 Порядка.
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 отбора победителями конкурсного отбора.

По первому вопросу выступила секретарь Комиссии – Тишина Екатерина Ивановна, 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). Предельное обеспечение затрат на которые может претендовать получатель субсидии определяется исходя из значения итоговой оценки СМИ на производство которого запрашивается субсидия в соответствии пунктом 3.8 Порядка. Комиссии был предоставлен на обозрение журнал регистрации заявок участников конкурсного отбора (приложение № 1 к протоколу Комиссии).

Председателем конкурсной комиссии Зайнуллиным Тимуром Тагировичем 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 участник отбора ООО «Издательский дом «ЛАДОГА» не соответствует требованию подпункта н) пункта 2.4 Порядка, а именно:

на дату подачи заявки посредством ГИС ЛО «Прием конкурсных заявок от субъектов малого и среднего предпринимательства на предоставление субсидий» на едином налоговом счете имеется задолженность по уплате налогов, сборов и страховых взносов в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, сведения о которой получены на основании подпункта 2) пункта 2.7 Порядка в рамках информационного взаимодействия, о чем участник отбора уведомлен согласно пункту 2.7 Порядка. На основании пункта 2.7 участник отбора ООО «Издательский дом «ЛАДОГА» представил в Комитет до проведения заседания комиссии дополнительно к документам, указанным в пункте 2.5 Порядка, копии документов об отсутствии задолженности, которые не соответствуют требованиям, установленных пунктом 2.5 Порядка: установить достоверность представленных документов и содержащейся в них информации не предоставляется возможным.

На основании вышеизложенного участник отбора ООО «Издательский дом «ЛАДОГА» не проходит во второй этап конкурсного отбора.

Вопрос на голосование:

О несоответствии участника отбора ООО «Издательский дом «ЛАДОГА» пункту 2.4 требований конкурсного отбора.

Результаты голосования:

«За» - 10

«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 Тимур Тагирович Зайнуллин 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» - 10

«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» - 32 балла.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Волховские огни» - 28 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Восточный берег» - 40 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Восточный берег» - 40 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«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» - 10

«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» - 40 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«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» - 32 балла.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Лодейное Поле» - 36 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Провинция Северо-Запад» - 38 баллов.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

Об утверждении количества набранных баллов районным периодическим печатным изданием «газета «Свирские огни» - 48 балла.

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

1. Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Свирские огни» - 48 балла (приложение № 2 к Протоколу).

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

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

Вопрос на голосование:

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

Результаты голосования:

«За» - 10

«Против» - 0

«Воздержался» - 0

Решение принято единогласно.

Решили:

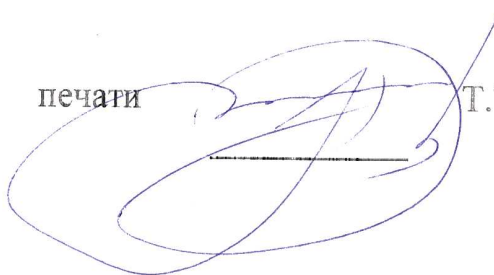
Утвердить итоговую оценку районного периодического печатного издания «Газета «Приозерские ведомости» - 38 баллов (приложение № 2 к Протоколу).

Председатель Комиссии Тимур Тагирович Зайнуллин 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:

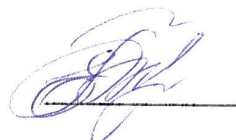
Председатель Комитета по печати
Ленинградской области



Т.Т. Зайнуллин

Секретарь Комиссии:

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



Е.И. Тишина

**Журнал регистрации заявок на участие в конкурсном отборе
на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области
в 2026 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с
производством районных периодических печатных изданий
Ленинградской области**

№ п/п	Наименование организации	Наименование СМИ	Дата и время поступления заявки
1	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ЗНАМЯ ТРУДА"	газета «Знамя труда»	29.12.25 13:45
2	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ "ЛАДОГА"	Газета «Ладога», еженедельно	29.12.25 13:56
3	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ГАЗЕТА "ВЫБОРГ"- РЕДАКЦИЯ"	Газета «Выборг»	30.12.25 10:26
4	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ВРЕМЯ"	«Время», газета (еженедельно)	11.01.26 13:46
5	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ГРУППА "ДИВЬЯ"	Газета "Дивья"	13.01.26 09:06
6	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "РЕДАКТОР-ПЛЮС"	газета "Восточный берег"	13.01.26 23:58
7	"АВТОНОМНАЯ	"Лужская правда"	15.01.26 15:29

	НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ЛУЖСКАЯ ПРАВДА"	районное периодическое печатное издание	
8	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "СЕЛЬСКАЯ НОВЬ"	Газета "Сельская новь"	16.01.26 13:50
9	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР "КИРИШИ"	Газета «Киришский факел»	16.01.26 17:18
10	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "НОВЫЙ ПУТЬ"	Еженедельная районная газета «Новый путь»	17.01.26 11:03
11	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ГАТЧИНСКАЯ ПРАВДА"	Газета «Гатчинская правда», периодическое печатное издание	19.01.26 16:38
12	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ЛОДЕЙНОЕ ПОЛЕ"	газета "Лодейное Поле	19.01.26 17:33
13	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "КРАСНАЯ ЗВЕЗДА"	газета «Красная звезда»	19.01.26 19:07
14	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО "ОРЕОЛ-ИНФО"	газета "Гатчина- ИНФО"	19.01.26 21:23
15	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ СОСНОВОБОРСКАЯ ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ "ТЕРА - СТУДИЯ"	Газета «ТЕРА- пресс»	20.01.26 12:46
16	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ	Газета «Волховские огни»	20.01.26 13:55

	"РАЙИНФОРМПРЕСС"		
17	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "БАЛТИЙСКИЙ ЛУЧ"	Еженедельная газета «Балтийский луч»	20.01.26 14:12
18	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "НЕВСКАЯ ВОЛНА"	Невская волна	20.01.26 18:15
19	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ГАЗЕТЫ "ТОСНЕНСКИЙ ВЕСТНИК"	Газета "Тосненский вестник"	21.01.26 10:06
20	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ИНФОКОМ"	Газета «Провинция. Северо-Запад»	22.01.26 12:48
21	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ПРИОЗЕРСКИЕ ВЕДОМОСТИ"	Газета «Приозерские ведомости»	22.01.26 23:36
22	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РАДИО "ТИХВИН"	Газета «Трудовая слава»	23.01.26 13:14
23	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "ИНФОРМАЦИОННО- ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС "СВИРСКИЕ ОГНИ"	газета "Свирские огни"	23.01.26 18:47

Приложение № 2
к протоколу Комиссии

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

газета Гатчина ИНФО

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	4
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8

5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
	Итого:	44

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

газета Гатчинская правда

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	6
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения	4

	территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
	Итого:	46

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

газета Выборг

44 балла

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3

1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	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 Ленинградской области	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	

ТАБЛИЦА

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

газета Киришский факел

44 балла

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8

3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2

9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

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

газета Свирские огни

48 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
4	Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения	8

	территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	6
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

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

газета **Невская волна**

52 балла

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения	6

	территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

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

газета Красная звезда

46 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3

1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	6
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8

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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Знамя труда

40 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию	8

	объявления о проведении конкурсного отбора)	
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году,	2

	предшествующем году, на который запрашивается субсидия	
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Тера

30 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0
4	Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый	6

	как: соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии,	

	предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	
--	--	--

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

газета Дивья

26 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	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 100000 человек; 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 100000 человек; соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на	6

	3, если численность населения свыше 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	

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

газета Трудовая слава

34 балла

N	Наименование критерия	Количество
---	-----------------------	------------

п/п		баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	2
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2

6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	6
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

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

газета Время

44 балла

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь	8

	с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	6
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
8	Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме	0

	субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Тосненский вестник

32 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	8
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении	0

	конкурсного отбора)	
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	4
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает	2

	35 лет	
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета **Волховские огни**

28 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 человек;	2

	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 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Провинция северо-запад

38 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	4
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	4
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения	4

	территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Балтийский луч

32 балла

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании,	8

	освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	2
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	6
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	0

	муниципальных районов 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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	

ТАБЛИЦА

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

газета **Новый путь**

30 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	0
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 материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети	6

	"Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	2
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех	0

	лет)	
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Восточный берег

40 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	4
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; соотношение количества участников сообществ СМИ в	4

	социальных сетях и мессенджерах к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 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 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

оценки количественных и качественных характеристик печатного средства массовой

информации, на производство которого запрашивается субсидия

газета Лужская правда

32 балла

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	8
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	4
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек;	6

	соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Лодейное поле

36 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность)	2

	в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	4
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	8
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	6
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8

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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	0
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета **Сельская новь**

26 баллов

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	4
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	0

3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	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 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	6
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	4
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	0
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

ТАБЛИЦА

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

газета Приозерские ведомости

38 баллов

N п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	6
2	Наличие материалов в периодическом печатном издании, освещающих взаимодействие СМИ - Общество - Власть (освещение местных проблем (пути их решения), обратная связь с читателями), а также анонсирование материалов/ создание опросов в социальной сети (подтверждается PDF-страницами, скринами постов за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	4
3	Использование в каждом выпуске газеты (в случае выхода более одного раза в неделю - в одном из номеров в неделю) QR-кодов, ведущих на развернутый текст/фото/видео, опубликованных на ресурсе СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (подтверждается PDF-страницами, за месяц, предшествующий опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора)	6
4	Охват СМИ в социальных сетях и мессенджерах, определяемый как: соотношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах к численности населения	4

	территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; 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 100000 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 200000 человек	
5	Охват аудитории СМИ, определяемый как: соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, если численность населения менее 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 2, если численность населения свыше 100000 человек; соотношение еженедельного тиража к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на 3, если численность населения свыше 200000 человек	2
6	Среднесуточный охват ресурсов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца до даты подачи заявки	8
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	2
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, в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	2
9	Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в профессиональном конкурсе не ниже окружного уровня и(или) конкурсе, одним из организаторов которого является Комитет по печати Ленинградской области (в течение последних трех лет)	2
10	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	2
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году, на который запрашивается субсидия	0

Приложение № 3
к протоколу Комиссии

Таблица значений итоговых оценок средств массовой информации и
предельный процент обеспечения затрат на оплату труда и страховых взносов,
оплаты работ (услуг) по печати (полиграфические услуги), на которые может
претендовать получатель субсидии

№ п/п	Наименование юридического лица	Значение итоговой оценки СМИ (баллы)	Предельное обеспечение затрат, на которые может претендовать получатель субсидии
1.	АНО «Газета «Балтийский луч» Газета «Балтийский луч»	32	85 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 3000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 6000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
2.	ООО «Редакция газеты «Время» Газета «Время»	44	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
3.	ООО «Газета «Выборг» - редакция» Газета «Выборг»	44	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
4.	ООО «Волховская городская телерадиокомпания» Газета «Провинция Северо-Запад»	38	90 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 4000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 7000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
5.	АНО «Газета «Гатчинская правда» Газета «Гатчинская правда»	46	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
6.	ООО «Дивья» Газета «Дивья»	26	80 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 2000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 4000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов -

			в размере 2200000 руб.
7.	ООО «Редакция газеты «Знамя труда» Газета «Знамя труда»	40	90 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 4000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 7000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
8.	ООО «Редакция газеты «Красная звезда» Газета «Красная звезда»	46	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
9.	ООО «Информационный центр «Кириши» Газета «Киришский факел»	44	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
10.	АНО «Редакция газеты «Лужская правда» Газета «Лужская правда»	32	85 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 3000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 6000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
11.	АНО «Редакция газеты «Лодейное Поле» Газета «Лодейное Поле»	36	85 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 3000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 6000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
12.	ООО «Невская волна» Газета «Невская волна»	52	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
13.	ООО «РА «ОРЕОЛ- ИНФО» Газета «Гатчина- ИНФО»	44	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
14.	ООО «Редактор-плюс» Газета «Восточный берег»	40	90 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 4000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 7000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
15.	ООО «Райинформпресс»	28	80 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 2000 экз. (при выходе газеты 2 раза в

	Газета «Волховские огни»		неделю: общим тиражом не более 4000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
16.	ООО «Сельская новь» Газета «Сельская новь»	26	80 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 2000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 4000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
17.	АНО «ИПК «Свирские огни» Газета «Свирские огни»	48	95 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 5000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 8000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
18.	ООО «СТРК «ТЕРА- пресс» Газета «ТЕРА-пресс»	30	80 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 2000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 4000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
19.	АНО «Редакция газеты «Тосненский вестник» Газета «Тосненский вестник»	32	85 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 3000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 6000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
20.	АНО «Радио «Тихвин» Газета «Трудовая слава»	34	85 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 3000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 6000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
21.	ООО «Приозерские ведомости» Газета «Приозерские ведомости»	38	90 проц. Затрат на печать газеты тиражом не более 4000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 7000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб.
22.	АНО «Редакция газеты «Новый путь» Газета «Новый путь»	30	80 проц. затрат на печать газеты тиражом не более 2000 экз. (при выходе газеты 2 раза в неделю: общим тиражом не более 4000 экз.), цветность 4+1; затраты на оплату труда и страховых взносов - в размере 2200000 руб

По направлениям расходов, указанным в пункте 1.6 Порядка, за исключением затрат на оплату труда и страховых взносов и оплаты работ (услуг) по печати (полиграфические услуги) субсидия предоставляется на обеспечение 90 процентов затрат в лимитах бюджетных ассигнований, доведенных Комитету.