

**Требования
к социально значимой инициативе
в сфере массмедиа или в медиасреде (далее – медиапроект), на
реализацию которой запрашивается грант в форме субсидий из
областного бюджета Ленинградской области**

Цель	<p>Обеспечение доведения до широкой аудитории жителей Ленинградской области достоверной информации по социально значимым темам. Содействие развитию гражданского общества. Создание условий для эффективного взаимодействия органов государственной власти и общества путем представления социально значимой информации, развития медиасреды региона и социально значимых проектов.</p> <p>Целевая аудитория проекта должна соответствовать аудитории задействованных в реализации медиапроекта каналах распространения.</p>
Качественные технические характеристики	<p>Медиапроект:</p> <ul style="list-style-type: none">- производство продукции печатных и/или электронных средств массовой информации,- производство аудиовизуальной продукции,- комплексное производство продукции печатных и электронных средств массовой информации, созданной в едином концептуальном подходе. <p>Материалы медиапроекта должны быть размещены в СМИ получателя гранта и(или) в СМИ партнеров (при наличии) и, если предусмотрено договором, продублированы на их ресурсах в сети Интернет.</p> <p>В целях привлечения внимания к медиапроекту целевой аудитории его реализацию рекомендуется проанонсировать.</p> <p>Материалы медиапроекта должны выходить под общим названием самого медиапроекта (желательно с логотипом) и с пометкой: «Реализуется при поддержке Комитета по печати Ленинградской области».</p> <p>Изготавляемая продукция должна отражать следующую информацию по выбранной теме:</p> <ul style="list-style-type: none">- состояние и перспективы, динамика изменений в выбранной сфере,- реализуемые социально значимые мероприятия, возможности участия в них,- меры по совершенствованию деятельности в выбранной сфере, в том числе реализация государственных программ,- мнение аудитории,- опыт участников. <p>Содержание материалов медиапроекта должно быть разнообразным: с использованием архивных данных, статистики, исторических фактов, эмоциональных</p>

посылов, образовательных элементов.

При реализации медиапроекта приветствуется использование следующих форматов: аналитический материал (на основе исследования информационного поля, мнений экспертов, анализа мнений целевых групп по тематике медиапроекта), материал-обзор, материал-консультация, материал – экспертиза, практические советы, производство аудиовизуальной продукции с мероприятий в режиме онлайн/видеотрансляции, обеспечение возможности обмена мнениями и(или) обратной связи с аудиторией медиапроекта.

В целях повышения информативности, удобства представления и наглядности рекомендуется включать в проект создание инфографических материалов, мультимедийного контента с сопровождением базовыми информационными материалами в текстовом формате, раскрывающими суть мультимедийных материалов, в том числе фото с наложением графики, плакаты с подписями, цитаты на фоне фото, анимированные баннеры.

В случае если в рамках медиапроекта освещается деятельность по реализации региональных проектов Ленинградской области, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федеральных проектов, входящих в состав национальных проектов, утвержденным распоряжением Губернатора Ленинградской области от 17.01.2019 № 11-рг (копия предоставляется Комитетом по запросу), продукция должна иметь соответствующее указание.

Реализация медиапроекта должна осуществляться в соответствии с нормами:

- Закона Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
- Федерального закона от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»;
- Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федерального закона от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»;
- Федерального закона от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму»;
- Гражданского кодекса Российской Федерации и законодательства в области защиты и охраны авторского права и смежных с ним прав.

По окончании реализации медиапроекта необходимо подготовить краткую справку – анализ о ходе реализации медиапроекта, его итогах, достижениях и т.п.

Количественные характеристики проекта	<p>Минимальный объем производимой продукции (в случае если проектом предусмотрено производство продукции данной категории)*:</p> <p>а) для «большого гранта»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общее количество оригинальных полос в периодических печатных изданиях - не менее 25 ед.; - количество материалов различных форматов, размещенных в периодических печатных изданиях (инфографика, комиксы, фотоколлажи, кроме текстовых публикаций) – не менее 10 ед.; - общий хронометраж (без повторов) и количество аудиовизуальной продукции:
	<ul style="list-style-type: none"> - распространяемой в телевидении: в случае создания 1 фильма – не менее 20 минут; при создании телесюжетов – не менее 80 минут (не менее 10 ед.), при производстве материалов социальной рекламы хронометраж устанавливается в договоре. - распространяемой в радиоэфире – не менее 120 минут (не менее 15 ед.), при производстве материалов социальной рекламы количество единиц и хронометраж устанавливается в договоре. - количество материалов различных форматов, размещенных в сети "Интернет" не менее 50 ед., объемом не менее 1 500 знаков с пробелами.
	<p>б) для «среднего гранта»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общее количество оригинальных полос в периодических печатных изданиях - не менее 15 ед.; - количество материалов различных форматов, размещенных в периодических печатных изданиях (инфографика, комиксы, фотоколлажи, кроме текстовых публикаций) – не менее 5 ед.; - общий хронометраж (без повторов) и количество аудиовизуальной продукции:
	<ul style="list-style-type: none"> - распространяемой в телевидении: в случае создания 1 фильма – не менее 15 минут; при создании телесюжетов - не менее 40 минут(не менее 5 ед.), при производстве материалов социальной рекламы хронометраж устанавливается в договоре. - распространяемой в радиоэфире - не менее 60 минут (не менее 15 ед.), при производстве материалов социальной рекламы количество единиц и хронометраж устанавливается в договоре. - количество материалов различных форматов, размещенных в сети "Интернет" не менее 30 ед., объемом не менее 1 500 знаков с пробелами.
	<p>в) для «малого гранта»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общее количество оригинальных полос в периодических печатных изданиях - не менее 10 ед.; - количество материалов различных форматов, размещенных в периодических печатных изданиях (инфографика, комиксы, фотоколлажи, кроме текстовых

	<p>публикаций) – не менее 2 ед</p> <p>- общий хронометраж (без повторов) и количество аудиовизуальной продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распространяемой в телеэфире: в случае создания 1 фильма – не менее 10 минут; при создании телесюжетов – не менее 30 минут (не менее 3 ед.), при производстве материалов социальной рекламы хронометраж устанавливается в договоре. - распространяемой в радиоэфире - не менее 30 минут (не менее 10 ед.), при производстве материалов социальной рекламы количество единиц и хронометраж устанавливается в договоре. - количество материалов различных форматов, размещенных в сети "Интернет" не менее 20 ед., объемом не менее 1 500 <p><i>*Объективность стоимости единицы и количества произведенной продукции рассматривает комиссия, которая может принять или не принять, уменьшить или увеличить стоимость таковой.</i></p>
Требования к СМИ, задействованным в реализации медиапроекта	<p>Характеристики СМИ, задействованных в реализации:</p> <p>«большого гранта»</p> <p>газета: форматы А3/А2, общий тираж не менее 50 000 экз.</p> <p>телеканал(телепрограмма), радиоканал (радиопрограмма): –численность населения на территории вещания не менее 150 000 человек (согласно лицензиям твк и твк партнеров (при наличии)).</p> <p>сетевое СМИ: среднесуточная посещаемость не менее 1 000 посетителей, количество участников группы СМИ в социальной сети ВКонтакте – не менее 30 000.</p> <p>«среднего гранта»</p> <p>Газета: Форматы А3/А2, общий тираж не менее 15 000 экз.</p> <p>телеканал(телепрограмма), радиоканал (радиопрограмма): численность населения на территории вещания не менее 60 000 человек (согласно лицензиям твк и твк партнеров (при наличии)).</p> <p>сетевое СМИ – среднесуточная посещаемость не менее 500 посетителей, количество участников группы СМИ в</p>

	<p>социальной сети ВКонтакте – не менее 15 000. «малого гранта» газета: форматы А3/А2, тираж не менее 2 000 экз. телеканал(телепрограмма), радиоканал (радиопрограмма): численность населения на территории вещания не менее 20 000 человек (согласно лицензиям твк и твк партнеров (при наличии)). сетевое СМИ – среднесуточная посещаемость не менее 300 посетителей, количество участников группы СМИ в социальной сети ВКонтакте– не менее 5 000.</p>
Срок реализации	<p>Медиапроект должен быть реализован в период с 01.01.2026-15.11.2026 Минимальный срок реализации медиапроекта не может составлять менее двух месяцев.</p>
Доля собственных и (или) привлеченных средств участника конкурсного отбора от общей суммы затрат на реализацию медиапроекта	Доля собственных и (или) привлеченных средств участника конкурсного отбора от общей суммы затрат на реализацию медиапроекта составляет не менее двух процентов