

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СМИ

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов	Весовое значение, %
1	2	3	4	5	6
1	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих дате объявления конкурсного отбора	Единиц	Более 60000	10	16
			От 40001 до 60000 включительно	8	
			От 20001 до 40000 включительно	6	
			От 10001 до 20000 включительно	4	
			От 5000 до 10000 включительно	2	
			Менее 5000	0	
2	Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Человек	Более 25000	10	16
			От 20001 до 25000 включительно	8	
			От 15001 до 20000 включительно	6	
			От 10001 до 15000 включительно	4	
			От 5000 до 10000 включительно	2	
3	Охват аудитории сайта, определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта за 12 месяцев, предшествующих дате	Процентов	Более 15	6	10
			От 10 до 15 включительно	4	
			От 4 до 10	2	

	объявления конкурсного отбора, к численности населения муниципального образования (района, округа), в котором осуществляет свою деятельность редакция СМИ		включительно		
			Менее 4	0	
4	Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения муниципального образования (района, округа), в котором осуществляет свою деятельность редакция СМИ <*>	Процентов	Более 25	8	13
			От 20 до 25 включительно	6	
			От 15 до 20 включительно	4	
			От 10 до 15 включительно	2	
			Менее 10	0	
5	Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети, с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора	Просмотров	Более 5000	10	16
			От 3001 до 5000 включительно	8	
			От 1501 до 3000 включительно	6	
			От 1001 до 1500 включительно	4	
			От 500 до 1000 включительно	2	
			Менее 500	0	
6	Среднее количество материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в неделю	Единиц	Более 95	8	13
			От 81 до 95 включительно	6	
			От 66 до 80 включительно	4	
			От 50 до 65 включительно	2	
			Менее 50	0	
7	Среднее количество собственных	Единиц	Более 25	4	6

	материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных в социальной сети, в неделю		От 15 до 25 включительно	2	
			14 и менее	0	
8	Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет	Да/нет	Да	2	3
			Нет	0	
9	Получение участником отбора 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	Да/нет	Да	2	3
			Нет	0	
10	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)	Да/нет	Да	4	6
			Нет	0	
11	Возврат в областной бюджет более 10% от объема субсидии, предоставленной в году, предшествующем году на который запрашивается субсидия	Да/нет	Да	-5	0
			Нет	0	

<*> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000 человек;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за два дня до даты размещения объявления о проведении конкурсного отбора.