



№ 206003-2021-5596  
от 20.07.21

## ПРАВИТЕЛЬСТВО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 20 июля 2021 года № 465

**О внесении изменений в постановление Правительства  
Ленинградской области от 29 июля 2019 года № 353  
"Об утверждении Порядка предоставления грантов в форме  
субсидий из областного бюджета Ленинградской области  
юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям  
(за исключением государственных (муниципальных)  
учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках  
государственной программы Ленинградской области  
"Устойчивое общественное развитие  
в Ленинградской области"**

В соответствии со статьей 78 Бюджетного кодекса Российской Федерации, в целях реализации государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденной постановлением Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года № 399, и приведения нормативных правовых актов Ленинградской области в соответствие с действующим законодательством Правительство Ленинградской области **п о с т а н о в л я е т :**

1. Внести в постановление Правительства Ленинградской области от 29 июля 2019 года № 353 "Об утверждении Порядка предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области" изменения согласно приложению к настоящему постановлению.

2. Настоящее постановление вступает в силу с даты подписания и распространяет свое действие на правоотношения, возникшие с 1 июня 2021 года.

Губернатор  
Ленинградской области



А.Дрозденко

Приложение  
к постановлению Правительства  
Ленинградской области  
от 20 июля 2021 года № 465

ИЗМЕНЕНИЯ,

которые вносятся в постановление Правительства Ленинградской области от 29 июля 2019 года № 353 "Об утверждении Порядка предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области"

1. Преамбулу изложить в следующей редакции:

"В соответствии со статьей 78 Бюджетного кодекса Российской Федерации и постановлением Правительства Российской Федерации от 18 сентября 2020 года № 1492 "Об общих требованиях к нормативным правовым актам, муниципальным правовым актам, регулирующим предоставление субсидий, в том числе грантов в форме субсидий, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг, и о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации и отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации", в целях реализации государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденной постановлением Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года № 399, Правительство Ленинградской области постановляет:".

2. В приложении (Порядок предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области"):

1) в разделе 1:

наименование изложить в следующей редакции:

"1. Общие положения о предоставлении грантов";

пункт 1.2 изложить в следующей редакции:

"1.2. Гранты предоставляются юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) в целях содействия развитию гражданского

общества в Ленинградской области на финансовое обеспечение затрат на реализацию медиапроектов по социально значимым темам в рамках реализации основного мероприятия "Поддержка средств массовой информации и предприятий полиграфии" подпрограммы "Общество и власть" государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденной постановлением Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года № 399.";

абзац четвертый пункта 1.4 изложить в следующей редакции:

"конкурсная комиссия – комиссия, формируемая Комитетом для рассмотрения и оценки заявок на участие в конкурсном отборе соискателей из числа специалистов в сфере средств массовой информации, представителей органов государственной власти Ленинградской области, членов общественных советов при исполнительных органах государственной власти Ленинградской области; положение о конкурсной комиссии и состав конкурсной комиссии утверждаются правовым актом Комитета;"

дополнить пунктами 1.5 – 1.10 следующего содержания:

"1.5. Критериями отбора соискателей для предоставления гранта являются:

1.5.1) соискатель осуществляет деятельность в сфере средств массовой информации, медиапроизводства по следующим направлениям:

1) производство и распространение продукции средств массовой информации;

2) производство и распространение аудиовизуальной продукции;

3) организация и реализация проектов в сфере средств массовой информации, в том числе проектов для инвалидов и иных лиц с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров, детей, в том числе детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, многодетных семей, ветеранов войны и труда;

1.5.2) реализуемый медиапроект соответствует требованиям, утвержденным правовым актом Комитета;

1.5.3) задействованные в реализации медиапроекта СМИ соответствуют следующим требованиям:

1) наличие у СМИ, задействованных в реализации медиапроекта, свидетельства о регистрации СМИ или выписки из реестра зарегистрированных СМИ, выданной не менее чем за шесть месяцев до дня подачи соискателем заявки на участие в конкурсном отборе (далее – заявка);

2) соответствие периодического печатного издания, задействованного в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) производство периодического печатного издания осуществляется на предприятиях полиграфии, зарегистрированных и осуществляющих деятельность на территории Российской Федерации;

б) тираж периодического печатного издания составляет не менее двух тысяч экземпляров, периодичность выхода – не реже четырех раз в год;

в) периодическое печатное издание имеет электронную версию (веб-страница, сайт) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – сеть "Интернет") с постоянным адресом и открытым для просмотра счетчиком посещений и (или) страницу в социальной сети;

г) среднее количество размещенных информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, на сайте периодического печатного издания составляет не менее 21 в неделю;

3) соответствие сетевого издания, задействованного в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) среднее количество размещенных на сайте сетевого издания информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, составляет не менее семи в день;

б) наличие открытого для просмотра счетчика посещений;

в) фиксирование новостными агрегаторами "Яндекс.Новости" и "Google.Новости" обновлений сайта сетевого издания;

4) соответствие радиоканала (радиопрограммы) или телерадиоканала (телерадиопрограммы), задействованного (задействованной) в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) наличие действующей лицензии на осуществление радио- и (или) телевидения на территории Ленинградской области либо договора с организацией, осуществляющей радио- и (или) телевидение на территории Ленинградской области, на размещение произведенной соискателями в рамках медиапроектов продукции в радио- и (или) телевизионном эфире;

б) объем программ собственного производства составляет не менее пяти часов в неделю (для телеканала, для радиоканала);

в) наличие у телеканала (телепрограммы) или радиоканала (радиопрограммы), телерадиокомпания электронной версии (веб-страница, сайт) в сети "Интернет" с постоянным адресом и открытым для просмотра счетчиком посещений и (или) страницы в социальной сети;

г) среднее количество информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, размещенных на сайте телеканала (телепрограммы) или радиоканала (радиопрограммы) либо телерадиокомпания (при наличии), составляет не менее 21 в неделю;

5) общий объем сообщений и материалов рекламного характера соответствует порядку, установленному законодательством Российской Федерации о рекламе.

1.6. Сведения о предоставлении грантов подлежат размещению на едином портале бюджетной системы Российской Федерации

в сети "Интернет" (далее – единый портал) (в разделе единого портала) при формировании проекта областного закона об областном бюджете (проекта областного закона о внесении изменений в областной закон об областном бюджете).

1.7. За счет средств гранта осуществляется финансовое обеспечение следующих затрат, непосредственно относящихся к реализации медиапроекта и составляющих его стоимость:

1) расходы на оплату труда штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта (за исключением выплат по временной нетрудоспособности, в связи с предоставлением отпуска, в связи с увольнением), расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта по трудовым и гражданско-правовым договорам, предметом которых является выполнение работ, оказание услуг, а также авторским договорам;

2) расходы на служебные командировки штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта;

3) расходы на оплату аренды нежилых помещений (с целью размещения штатных и внештатных сотрудников, студий), используемых в производственном процессе при реализации медиапроекта;

4) расходы на оплату услуг связи, в том числе сети "Интернет";

5) расходы на оплату арендной платы за оборудование, приборы, устройства, организационную технику, инвентарь производственного назначения (в том числе фото-, видеокамеры, репортажный комплекс для журналиста, съемочная, осветительная и звукозаписывающая техника, необходимая для осуществления субсидируемой деятельности, включая распространение и доведение соответствующей информации и продукции до целевой аудитории) и материалы;

6) расходы на приобретение прав на использование информации, печатных, архивных аудио-, видео-, фотоматериалов, произведений, иных объектов авторского права и смежных прав;

7) расходы на оплату видео-, фотоуслуг и печатно-множительных работ;

8) расходы на оплату типографских работ, полиграфических услуг;

9) расходы на компьютерную и иную обработку исходных материалов, изготовление специальных эффектов, анимацию, изготовление компьютерной графики, организацию и обеспечение комбинированных съемок, создание титров, субтитрирование, обеспечение по звуко-, фонозаписи и исполнению музыки, речевому и иному озвучиванию, перезаписи;

10) расходы на декорационно-техническое оформление, изготовление (прокат) реквизита, его монтаж, демонтаж и хранение;

11) расходы на приобретение (прокат) костюмов;

12) расходы на доведение произведенной в рамках медиапроекта продукции до целевой аудитории, ее распространение, тиражирование

(экспедирование; услуги по распространению в радио- и телеэфире, в сети "Интернет");

13) расходы на оплату трафика, необходимого для работы портала (сайта) в сети "Интернет";

14) расходы на оплату услуг по созданию, технической поддержке, наполнению, развитию и продвижению сайта СМИ и мобильных ресурсов (услуги хостинга, расходы на регистрацию доменных имен в сети "Интернет" и продление регистрации, расходы на поисковую оптимизацию, услуги/работы по модернизации и (или) редизайну сайта);

15) расходы на приобретение программного обеспечения и неисключительных прав на программное обеспечение (расходы, связанные с получением прав по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы по сопровождению программного обеспечения).

1.8. Грант не предоставляется на производство и распространение СМИ, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного и эротического характера.

1.9. Гранты не могут быть направлены на приобретение иностранной валюты, за исключением операций, осуществляемых в соответствии с валютным законодательством Российской Федерации при закупке (поставке) высокотехнологичного импортного оборудования, сырья, комплектующих изделий.

1.10. Затраты, связанные с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг в рамках осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, финансируемых из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а также иные затраты, полностью возмещенные (планируемые к возмещению) из других источников финансирования, включая бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, не подлежат обеспечению за счет средства гранта.";

2) разделы 2 – 5 изложить в следующей редакции:

## "2. Порядок проведения отбора получателей грантов для предоставления гранта

2.1. Для определения получателей грантов Комитет проводит конкурсный отбор исходя из наилучших условий достижения результатов, в целях достижения которых предоставляется грант.

2.2. Комитет размещает объявление о проведении конкурсного отбора (далее – объявление) на едином портале и на официальном сайте Комитета в сети "Интернет" не позднее чем за пять рабочих дней до начала приема заявок с указанием:

сроков проведения конкурсного отбора (даты и времени начала (окончания) подачи (приема) заявок), которые не могут быть меньше 30 календарных дней, следующих за днем размещения объявления, а также

информации о проведении нескольких этапов конкурсного отбора с указанием сроков (порядка) их проведения;

наименования, места нахождения, почтового адреса, адреса электронной почты Комитета;

результатов предоставления гранта в соответствии с пунктом 3.7 настоящего Порядка;

доменного имени, и (или) сетевого адреса, и (или) указателей страниц сайта в сети "Интернет", на котором обеспечивается проведение конкурсного отбора;

критериев конкурсного отбора, установленных пунктом 1.5 настоящего Порядка, требований к соискателям, установленных пунктом 2.3 настоящего Порядка, и перечня документов, представляемых соискателями для подтверждения их соответствия указанным критериям и требованиям;

порядка подачи заявок соискателями и требований, предъявляемых к форме и содержанию заявок, подаваемых соискателями, в соответствии с пунктами 2.5 – 2.8 настоящего Порядка;

требований к медиапроекту;

регламента защиты медиапроекта;

минимального значения итоговой оценки медиапроекта;

порядка отзыва заявок соискателями, порядка возврата заявок соискателям, определяющего в том числе основания для возврата заявок, порядка внесения изменений в заявки соискателей в соответствии с пунктом 2.12 настоящего Порядка;

правил рассмотрения и оценки заявок соискателей в соответствии с пунктами 2.13 – 2.28 настоящего Порядка;

порядка предоставления соискателям разъяснений положений объявления, даты начала и окончания срока такого предоставления;

срока, в течение которого победитель конкурсного отбора должен подписать договор о предоставлении субсидии (далее – договор);

условий признания победителя конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора;

даты размещения результатов конкурсного отбора на едином портале, а также при необходимости на официальном сайте Комитета в сети "Интернет". Дата размещения результатов не может быть позднее 14-го календарного дня, следующего за днем определения победителей конкурсного отбора.

Соискатель вправе направить запрос о разъяснении положений объявления на почтовый адрес или на адрес электронной почты Комитета в письменной форме или в форме электронного письма с вложением отсканированного запроса не позднее чем за пять рабочих дней до дня окончания срока приема заявок.

Разъяснение положений объявления соискателю осуществляется Комитетом в течение трех рабочих дней со дня получения запроса о разъяснении положений объявления. Запросы о разъяснении положений

объявления, поступившие позднее чем за пять рабочих дней до дня окончания срока приема заявок, не рассматриваются.

2.3. Соискатель должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям:

соискатель состоит на налоговом учете в качестве налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области или имеет обособленное структурное подразделение (филиал), которое зарегистрировано в качестве налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области;

соискатель не имеет просроченной задолженности по возврату в областной бюджет субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом;

соискатель – юридическое лицо не находится в процессе ликвидации, реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся участником конкурсного отбора, другого юридического лица), в отношении него не введена процедура банкротства, его деятельность не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатель – индивидуальный предприниматель не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

соискатель не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утвержденный Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны), в совокупности превышает 50 процентов;

сведения о соискателе отсутствуют в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";

соискатель не получает средства из областного бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и виды затрат, указанные в пунктах 1.2 и 1.7 настоящего Порядка;

соискатель не является юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

соискатель не имеет задолженности по выплате заработной платы работникам;



размер заработной платы работников соискателя не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки;

у соискателя отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;

соискатель в случае принятия решения о предоставлении гранта дает согласие на осуществление Комитетом или органом государственного финансового контроля Ленинградской области (далее – орган финансового контроля) в отношении него проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов;

отсутствуют факты, свидетельствующие о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета;

отсутствует факт возврата соискателем средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих дате подачи заявки, в размере более 20 процентов от суммы, указанной в договоре о предоставлении субсидии или гранта в форме субсидии;

у соискателя имеются в наличии документы, подтверждающие партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте (договор, соглашение, письмо о намерениях), в случае если в медиапроекте задействовано несколько СМИ.

2.4. Заседания конкурсной комиссии проводятся не позднее 20 рабочих дней с даты окончания приема заявок.

Конкурсная комиссия рассматривает заявки в два этапа.

Даты проведения заседаний конкурсной комиссии устанавливаются правовым актом Комитета в соответствии с пунктами 2.14 и 2.20 настоящего Порядка.

2.5. Для участия в конкурсном отборе соискатель представляет в конкурсную комиссию заявку, в состав которой входят следующие документы и материалы:

1) заявление о предоставлении гранта по форме согласно приложению 1 к настоящему Порядку, включающее:

согласие на публикацию (размещение) в сети "Интернет" информации о соискателе, о подаваемой соискателем заявке, иной информации о соискателе, связанной с конкурсным отбором;

согласие на обработку персональных данных (для физического лица);

согласие на осуществление Комитетом или органом финансового контроля проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов в случае принятия решения о предоставлении гранта;

2) сведения о медиапроекте, на реализацию которого запрашивается грант, по форме, утверждаемой нормативным правовым актом Комитета;

- 3) смета расходов на реализацию медиапроекта по форме, утверждаемой нормативным правовым актом Комитета;
- 4) презентация медиапроекта в электронном виде;
- 5) копии учредительных документов юридического лица, заверенные подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 6) копия документа, подтверждающего полномочия руководителя соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 7) копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная соискателем;
- 8) справка об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате на дату подачи заявки, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 9) справка о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников соискателя, занятых полный рабочий день, в течение трех месяцев, предшествующих дате представления заявки, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 10) в случае если в реализации медиапроекта задействована организация, осуществляющая телевизионное вещание и (или) радиовещание и не обладающая лицензией, – копия договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и (или) радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 11) в случае если в медиапроекте задействованы несколько СМИ – документ (договор, соглашение, письмо о намерениях), подтверждающий партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте.

2.6. Соискатель в рамках конкурсного отбора вправе подать по каждой социально значимой теме не более одной заявки.

2.7. Заявка представляется в Комитет в письменной форме в одном экземпляре и в электронном виде на электронном носителе, при этом материалы, указанные в подпункте 4 пункта 2.5 настоящего Порядка, представляются только в электронном виде на электронном носителе.

Все листы поданной в письменной форме заявки должны быть прошиты и пронумерованы. Заявка должна содержать скрепленную печатью (при наличии) соискателя (для юридического лица) опись входящих в ее состав документов и должна быть подписана соискателем или лицом, уполномоченным соискателем.

Ответственность за подлинность и достоверность представленной информации и документов несет соискатель.

2.8. В случае решения соискателя выбрать несколько социально значимых тем для реализации медиапроектов и подачи нескольких заявок документы и материалы, прилагаемые к заявке, представляются соискателем по каждому тематическому направлению отдельно в виде нескольких томов. При этом документы, предусмотренные

подпунктами 5 – 9 пункта 2.5 настоящего Порядка, должны быть приложены соискателем к первому тому.

2.9. В рамках информационного взаимодействия Комитет самостоятельно запрашивает в течение пяти рабочих дней со дня окончания приема заявок следующие документы по соискателям:

1) выписку из Единого государственного реестра юридических лиц (для соискателей из числа юридических лиц);

2) выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (для соискателей из числа индивидуальных предпринимателей);

3) сведения о наличии (отсутствии) задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов.

2.10. Комитет осуществляет проверку сведений, представленных соискателем, на соответствие требованиям абзацев второго и тринадцатого подпункта 1.5.3 пункта 1.5 настоящего Порядка, на официальном сайте Роскомнадзора ([rkn.gov.ru](http://rkn.gov.ru)).

2.11. Соискатель вправе представить документы, указанные в пункте 2.9 настоящего Порядка, по собственной инициативе.

Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей) должна быть выдана не ранее, чем за один месяц до даты подачи заявки.

Справка об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, представляется в виде письма Федеральной налоговой службы или по форме, установленной Федеральной налоговой службой на соответствующий финансовый год, по состоянию на календарный день месяца, предшествующий дате подачи заявки.

2.12. Соискатель имеет право отозвать заявку путем письменного уведомления конкурсной комиссии не позднее чем за один рабочий день до даты проведения конкурсного отбора. Заявка возвращается соискателю в течение трех рабочих дней после поступления письменного уведомления об отзыве заявки.

Заявка может быть отозвана соискателем до даты окончания приема заявок.

Внесение изменений в заявку осуществляется путем отзыва и подачи новой заявки в установленный для проведения конкурсного отбора срок.

2.13. Комитет принимает и регистрирует заявки соискателей в журнале регистрации заявок в день подачи заявки.

Принятые заявки представляются на рассмотрение конкурсной комиссии.

2.14. Первый этап конкурсного отбора проводится не позднее 10 рабочих дней с даты окончания приема заявок.

В ходе первого этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия проводит анализ заявок на предмет:

- а) соответствия требованиям, установленным пунктами 2.5 – 2.8 настоящего Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;
- б) соответствия соискателей критериям отбора, установленным пунктом 1.5 настоящего Порядка;
- в) соответствия соискателей на день подачи заявки требованиям, установленным пунктом 2.3 настоящего Порядка;
- г) соответствия медиапроекта и задействованных в реализации медиапроекта СМИ условиям, установленным подпунктами 1.5.2 и 1.5.3 пункта 1.5 настоящего Порядка.

2.15. Основания для отклонения заявки:

- 1) несоответствие соискателя, медиапроекта и СМИ, задействованного в реализации медиапроекта, критериям и требованиям, установленным пунктами 1.5 и 2.3 настоящего Порядка;
- 2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктами 2.5 – 2.8 настоящего Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;
- 3) недостоверность представленной соискателем информации, в том числе информации о месте нахождения и адресе юридического лица;
- 4) наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных Комитетом средств областного бюджета;
- 5) подача соискателем заявки после даты и (или) времени, определенных для подачи заявок;
- 6) наличие факта возврата соискателем средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих дате подачи заявки, в размере более 20 процентов от суммы, указанной в договоре о предоставлении субсидии или гранта в форме субсидии.

2.16. Результаты рассмотрения конкурсной комиссией заявок на первом этапе конкурсного отбора оформляются протоколом.

2.17. Комитет на основании протокола, указанного в пункте 2.16 настоящего Порядка, принимает решение о допуске соискателя к участию во втором этапе конкурсного отбора или об отклонении заявки.

2.18. По результатам первого этапа конкурсного отбора соискателю на основании решения Комитета, указанного в пункте 2.17 настоящего Порядка, по электронной почте, указанной в заявке, направляется уведомление об отклонении заявки с указанием причин отклонения или о допуске соискателя к участию во втором этапе конкурсного отбора. Уведомление направляется соискателю не позднее пяти рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

2.19. Соискатели, заявки которых признаны соответствующими утвержденным требованиям, приглашаются на открытое заседание конкурсной комиссии для участия во втором этапе конкурсного отбора.

2.20. Второй этап конкурсного отбора проводится не позднее 10 рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

Второй этап конкурсного отбора включает:

защиту соискателями медиапроектов на заседании конкурсной комиссии;

оценку представленных медиапроектов членами конкурсной комиссии по критериям оценки медиапроектов в соответствии с приложением 2 к настоящему Порядку;

определение размеров предоставляемых грантов в соответствии с пунктами 3.3 и 3.4 настоящего Порядка.

2.21. Среднее арифметическое число оценок всех членов конкурсной комиссии по каждому критерию образует итоговую оценку по соответствующему критерию в отношении каждой заявки. Сумма итоговых оценок по всем критериям образует итоговую оценку медиапроекта.

В случае выявления факта возврата средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих конкурсному отбору, применяется понижающий коэффициент:

а) на 5 баллов – если процент неосвоения составил более двух процентов;

б) на 15 баллов – если процент неосвоения составил более пяти процентов;

в) на 30 баллов – если процент неосвоения составил более 10 процентов;

г) на 40 баллов – если процент неосвоения составил более 15 процентов.

Итоговая оценка медиапроекта соотносится с минимальным значением итоговой оценки.

2.22. Конкурсная комиссия определяет победителя конкурсного отбора по балльной системе.

Получателями грантов признаются соискатели, значение итоговой оценки медиапроекта которых превышает минимальное значение итоговой оценки.

2.23. Результаты рассмотрения конкурсной комиссией медиапроектов оформляются протоколом, в котором указываются значения оценок медиапроекта по критериям оценки медиапроектов и размеры грантов, планируемых к предоставлению Комитетом.

2.24. Основаниями для отказа в предоставлении гранта являются:

1) несоответствие соискателя, медиапроекта и СМИ, задействованного в реализации медиапроекта, критериям и требованиям, установленным пунктами 1.5 и 2.3 настоящего Порядка;

2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктами 2.5 – 2.8 настоящего Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

3) значение итоговой оценки медиапроекта равно или ниже минимального значения итоговой оценки;

4) установление факта недостоверности представленной соискателем информации.

2.25. В случае отклонения заявки или отказа в предоставлении гранта Комитет в срок не позднее пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии направляет соискателю письменное уведомление с указанием причин отклонения заявки или отказа в предоставлении гранта способом, обеспечивающим подтверждение получения уведомления.

2.26. Решение о признании соискателей получателями грантов и размерах предоставляемых им грантов принимается Комитетом на основании протокола заседания конкурсной комиссии, указанного в пункте 2.23 настоящего Порядка, и оформляется правовым актом Комитета в течение пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии.

2.27. В течение 20 рабочих дней с даты издания правового акта Комитета, указанного в пункте 2.26 настоящего Порядка, Комитет заключает с получателями грантов договоры по типовой форме, утвержденной нормативным правовым актом Комитета финансов Ленинградской области, предусматривающие в том числе:

а) согласие получателя гранта на осуществление Комитетом и органом финансового контроля обязательных проверок соблюдения получателями грантов условий, целей и порядка предоставления грантов;

б) цели и условия предоставления грантов в соответствии с пунктами 1.2 и 1.5 настоящего Порядка;

в) размер гранта в соответствии с правовым актом Комитета;

г) показатели, необходимые для достижения результатов предоставления гранта;

д) смету расходов;

е) порядок и сроки перечисления Комитетом гранта получателю гранта;

ж) перечень подтверждающих затраты документов, порядок, сроки, и формы представления получателем гранта отчетов об использовании гранта в соответствии со сметой расходов;

з) порядок возврата получателем гранта средств гранта в областной бюджет в случае выявления по итогам проверок, проведенных Комитетом и (или) органом финансового контроля, нарушения условий, целей и порядка использования грантов, а также в случае неустранения нарушений в установленные сроки;

и) порядок возврата получателем гранта в областной бюджет остатка гранта, не использованного в срок, установленный договором;

к) положение о возможности осуществления расходов, источником финансового обеспечения которых являются не использованные в отчетном финансовом году остатки грантов, и включения такого положения в договор при принятии Комитетом по согласованию с Комитетом финансов Ленинградской области решения о наличии потребности в указанных средствах;

л) согласие получателя гранта, а также лиц, получающих средства на основании договоров, заключенных с получателями грантов (за исключением государственных (муниципальных) унитарных предприятий, хозяйственных товариществ и обществ с участием публично-правовых образований в их уставных (складочных) капиталах, а также коммерческих организаций с участием таких товариществ и обществ в их уставных (складочных) капиталах), на осуществление в отношении них проверок Комитетом и органом финансового контроля соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов;

м) положение о включении в договоры в случае уменьшения Комитету ранее доведенных лимитов бюджетных обязательств, указанных в пункте 1.3 настоящего Порядка, приводящего к невозможности предоставления гранта в размере, определенном в договоре, условия о согласовании новых условий договора или о расторжении договора при недостижении согласия по новым условиям.

2.28. Комитет не позднее 14 календарных дней со дня принятия решения о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых грантов размещает на едином портале и на официальном сайте Комитета в сети "Интернет" информацию о результатах конкурсного отбора, включающую следующие сведения:

- 1) дата, время и место проведения рассмотрения заявок;
- 2) дата, время и место оценки заявок соискателей;
- 3) информация о соискателях, заявки которых были рассмотрены;
- 4) информация о соискателях, заявки которых были отклонены, с указанием причин отклонения, в том числе положений объявления, которым не соответствуют такие заявки;
- 5) последовательность оценки заявок соискателей, присвоенные заявкам соискателей значения по каждому из предусмотренных критериев оценки заявок соискателей;
- 6) наименование получателя (получателей) гранта, с которым заключается договор, и размер предоставляемого ему (им) гранта.

### 3. Условия и порядок предоставления гранта

3.1. Грант предоставляется при условии соответствия получателя гранта критериям и требованиям, установленным пунктами 1.5 и 2.3 настоящего Порядка, и заключения договора.

3.2. Комитет не позднее 10 рабочих дней со дня принятия решения о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах

предоставляемых грантов направляет победителям проект договора по электронной почте, указанной в заявке.

Победители конкурсного отбора в течение пяти рабочих дней со дня получения проекта договора представляют в Комитет подписанный договор или мотивированный отказ от заключения договора.

В случае если победитель конкурсного отбора получил составленный проект договора в порядке, установленном настоящим пунктом, но в установленный срок не представил в Комитет подписанный договор и не направил мотивированный отказ от заключения договора, победитель конкурсного отбора признается уклонившимся от заключения договора. Решение о признании победителя конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора оформляется правовым актом Комитета.

Комитет направляет уведомление о признании победителя конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора победителям конкурсного отбора, признанным уклонившимися от заключения договора, не позднее третьего рабочего дня со дня принятия решения о признании победителя конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора.

Размер предоставляемого гранта определяется конкурсной комиссией с учетом объема бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на соответствующий финансовый год на предоставление грантов, сметы расходов на реализацию медиапроекта и рейтинга соискателей.

3.3. В случае если сумма запрашиваемых грантов по всем заявкам получателей грантов превышает объем предусмотренных бюджетных ассигнований по соответствующей целевой статье, размер гранта определяется по следующей формуле:

$$v = a \times k,$$

где:

$v$  – размер гранта;

$a$  – плановые затраты по направлениям расходов, указанным в пункте 1.7 настоящего Порядка;

$k$  – понижающий коэффициент, определяемый по формуле:

$$k = z / \sum v,$$

где:

$z$  – предусмотренные в областном законе об областном бюджете на текущий год бюджетные ассигнования на предоставление грантов;

$\sum v$  – суммарный размер грантов получателям, определяемый по формуле:

$$\sum v = (v_1 + v_2 + v_3 \dots v_i),$$

где  $v_1, v_2, v_3 \dots v_i$  – размер гранта получателю.

3.4. Заявки, поданные соискателями, исходя из запрашиваемого объема средств распределяются на три категории:



1) "большой грант" – грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории 17 муниципальных районов и городского округа Ленинградской области. Размер "большого гранта" не может превышать 10 млн рублей;

2) "средний грант" – грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории не менее пяти муниципальных районов и (или) городского округа Ленинградской области. Размер "среднего гранта" не может превышать 4 млн рублей.

Объем финансового обеспечения реализации медиапроектов в СМИ на территории не менее пяти муниципальных районов и (или) городского округа Ленинградской области не должен превышать 30 процентов от бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на предоставление грантов на соответствующий финансовый год;

3) "малый грант" – грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории не более четырех муниципальных районов и (или) городского округа Ленинградской области. Размер "малого гранта" не может превышать 2 млн рублей.

Объем финансового обеспечения реализации медиапроектов в СМИ на территории одного или нескольких (не более четырех) муниципальных районов и (или) городского округа Ленинградской области не должен превышать 30 процентов от бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на предоставление грантов на соответствующий финансовый год.

3.5. В случае наличия нераспределенных денежных средств по результатам проведенного конкурсного отбора или образования остатков неиспользованных сумм грантов, которые были возвращены в областной бюджет, а также в случае увеличения бюджетных ассигнований Комитет имеет право принять решение о проведении дополнительного конкурсного отбора в соответствии с настоящим Порядком.

3.6. Перечисление грантов осуществляется Комитетом финансов Ленинградской области на основании распорядительных заявок на расход, сформированных Комитетом, на расчетные или корреспондентские счета, открытые получателям грантов в учреждениях Центрального банка Российской Федерации или кредитных организациях, в течение трех рабочих дней с даты получения заявки на расход.

Заявка на расход направляется Комитетом в Комитет финансов Ленинградской области не позднее 20 рабочих дней со дня заключения договора.

3.7. Результатом предоставления гранта является реализация на территории одного и более муниципальных районов и (или) городского округа Ленинградской области медиапроекта по социально значимой теме.

Показателями, необходимыми для достижения результата предоставления гранта, являются значения объема сообщений и материалов медиапроекта, мероприятий:

количество полос в периодических печатных изданиях;  
хронометраж теле- или радиоэфира (оригинальные материалы и повторы);

количество сообщений и материалов, производимого аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в сети "Интернет";

количество мероприятий.

3.8. Значения показателей, необходимых для достижения результата предоставления гранта, устанавливаются в договоре.

#### 4. Требования к отчетности

4.1. Получатели гранта представляют отчет о достижении результата предоставления гранта и показателей, необходимых для его достижения, по форме, определенной в договоре, не позднее 10-го рабочего дня месяца, следующего за отчетным кварталом, за четвертый квартал – не позднее пятого рабочего дня, следующего за отчетным кварталом.

К отчету в обязательном порядке прилагаются документы, подтверждающие произведенные затраты (договоры, акты, платежные и (или) иные документы).

Сроки и порядок представления дополнительной отчетности устанавливаются в договоре.

4.2. В случае нарушения сроков представления отчетных документов за отчетный период, установленных настоящим Порядком и договором, а также сроков возврата гранта в областной бюджет получатель гранта уплачивает пени.

Пени начисляются за каждый день просрочки представления отчетных документов за отчетный период, начиная со дня, следующего после дня истечения предусмотренного договором срока представления отчетных документов за отчетный период, и устанавливаются в размере одной трехсотой действующей на дату уплаты пени ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации от размера предоставленного гранта.

#### 5. Требования об осуществлении контроля за соблюдением условий, целей и порядка предоставления грантов, ответственность за их нарушение

5.1. Комитетом и органом финансового контроля осуществляется обязательная проверка соблюдения получателями гранта условий, целей и порядка предоставления грантов, установленных настоящим Порядком

и договорами, путем проведения плановых и (или) внеплановых проверок, в том числе выездных, в установленном порядке.

5.2. В случае установления по итогам проверок, проведенных Комитетом и (или) органом финансового контроля, фактов нарушения получателем гранта условий предоставления грантов, в том числе недостижения результата предоставления гранта и показателей, необходимых для достижения результата предоставления гранта, соответствующие средства подлежат возврату в доход областного бюджета:

на основании письменного требования Комитета – не позднее 30 календарных дней с даты получения получателем гранта указанного требования;

в сроки, установленные в представлении и (или) предписании органа финансового контроля.

5.3. Если по истечении срока, указанного в пункте 5.2 настоящего Порядка, получатель гранта отказывается возвращать средства гранта, взыскание денежных средств осуществляется в соответствии с действующим законодательством.

5.4. За нарушение срока добровольного возврата суммы гранта получатель гранта уплачивает штраф в размере 10 процентов от суммы гранта, подлежащей возврату, а также неустойку за каждый день просрочки исполнения указанного обязательства.

Размер неустойки устанавливается в размере одной трехсотой ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации, действующей на день уплаты неустойки, от суммы гранта, подлежащей возврату.

5.5. В случае отказа вернуть в добровольном порядке сумму гранта, подлежащую возврату (с учетом штрафа и неустойки), неперечисления полученных средств в областной бюджет в течение срока, установленного в письменном требовании Комитета или органа финансового контроля, взыскание денежных средств осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5.6. Остаток гранта, не использованный в текущем финансовом году, подлежит возврату получателем гранта в областной бюджет до 1 февраля года, следующего за отчетным.";

3) раздел 6 признать утратившим силу;

4) приложения 1 и 2 к Порядку изложить в следующей редакции:

"Приложение 1  
к Порядку...

Заявление  
о предоставлении гранта в форме субсидии на реализацию медиапроекта  
от \_\_\_\_\_

(наименование соискателя – юридического лица/фамилия, имя, отчество соискателя –  
физического лица)

Сведения о соискателе

1	Организационно-правовая форма	
2	Наименование должности руководителя	
3	Фамилия, имя, отчество руководителя	
4	Адрес (место нахождения) постоянно действующего органа организации	
5	Почтовый адрес	
6	Телефон/факс организации	
7	Адрес электронной почты	
8	Основной государственный регистрационный номер (ОГРН)	
9	Код по Общероссийскому классификатору продукции (ОКПО)	
10	Индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН)	
11	Код причины постановки на учет (КПП)	
12	Номер расчетного счета	
13	Наименование банка	
14	Банковский идентификационный код (БИК)	
15	Корреспондентский счет	
16	Фамилия, имя, отчество бухгалтера, ответственного за подготовку отчетности, контактный телефон, факс, адрес электронной почты	

Настоящей заявкой подтверждаем, что \_\_\_\_\_  
(наименование соискателя – юридического

лица/фамилия, имя, отчество соискателя – физического лица)

\_\_\_\_\_ (наименование участника закупок)

соответствует следующим требованиям:

соискатель состоит на налоговом учете в качестве налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области или имеет обособленное структурное подразделение (филиал), которое зарегистрировано в качестве

налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области;

соискатель не имеет просроченной задолженности по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом Ленинградской области;

соискатель – юридическое лицо не находится в процессе ликвидации, реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся участником конкурсного отбора, другого юридического лица), в отношении него не введена процедура банкротства, его деятельность не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатель – индивидуальный предприниматель не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

соискатель не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утвержденный Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны), в совокупности превышает 50 процентов;

сведения о соискателе отсутствуют в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных муниципальных нужд";

соискатель не является юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

соискатель не имеет задолженности по выплате заработной платы работникам;

размер заработной платы работников соискателя не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области;

у соискателя отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;

соискатель не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и виды затрат, указанные в пунктах 1.2 и 1.7 Порядка предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета

Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 29 июля 2019 года № 353;

отсутствуют факты, свидетельствующие о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета Ленинградской области;

отсутствует факт возврата соискателем средств областного бюджета Ленинградской области, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих дате подачи заявки, в размере более 20 процентов от суммы, указанной в договоре о предоставлении субсидии или гранта в форме субсидии.

Настоящим соискатель дает согласие:

на публикацию (размещение) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" информации о соискателе, о подаваемой соискателем заявке, иной информации о соискателе, связанной с конкурсным отбором;

на обработку персональных данных (для физического лица);

на осуществление Комитетом по печати Ленинградской области или органом государственного финансового контроля Ленинградской области проведения в отношении соискателя проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов в случае принятия решения о предоставлении гранта.

С условиями конкурсного отбора и предоставления грантов ознакомлен и согласен.

Руководитель соискателя \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, имя, отчество)

Главный бухгалтер соискателя \_\_\_\_\_  
(подпись) (фамилия, имя, отчество)

Место печати  
(при наличии)

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года

Приложение 2  
к Порядку...

Таблица 1

КРИТЕРИИ  
оценки медиапроектов, на реализацию которых  
запрашиваются гранты в форме субсидий

Категория критерия	Критерий	Единица измерения	Показатель	Количество баллов	Примечание
1	2	3	4	5	6
Содержание медиапроекта	Актуальность и социальная значимость темы медиапроекта	Уровень	Очень высокий уровень	10	Оценивается своевременность постановки проблем, аргументированность наиболее важных идей, обоснованность социальной значимости
			Высокий уровень	7	
			Достаточный уровень	5	
			Недостаточный уровень	2	
	Творческие характеристики медиапроекта	Уровень	Очень высокий уровень	10	Оцениваются художественная выразительность, авторская индивидуальность; оригинальность (интересный подход к решению проблемы и использование новых технических и содержательных методов реализации медиапроекта); креативность и привлекательность идеи медиапроекта, рассчитанной на привлечение внимания целевой аудитории
			Высокий уровень	7	
			Достаточный уровень	5	
			Недостаточный уровень	2	
	Точность определения целевой аудитории	Уровень	Высокий уровень	10	Оценивается соответствие предполагаемого уровня востребованности
			Средний уровень	6	
			Низкий уровень	2	

1	2	3	4	5	6
					и значимости медиапроекта для выбранной целевой аудитории, соответствие мероприятий медиапроекта целевой аудитории
	Качество составления медиапроекта	Уровень	Очень высокий уровень	10	Оценивается соответствие количественных параметров и технических характеристик медиапроекта поставленным целям и задачам; четкость и детальность плана производства материалов/ программ в рамках реализации медиапроекта; целостность медиапроекта (все мероприятия и этапы медиапроекта согласованы и направлены на реализацию поставленной цели)
		Высокий уровень	7		
		Достаточный уровень	5		
		Недостаточный уровень	2		
	Оценка СМИ, в котором планируется реализация медиапроекта				Оценка осуществляется на основании информации, представленной соискателем в заявке, а также на основании данных мониторинга информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" в соответствии



1	2	3	4	5	6
					<p>с критериями оценки СМИ и таблицами 2 – 6 настоящего приложения. Значение итоговой оценки СМИ определяется путем суммирования значений оценок по каждому критерию оценки СМИ.</p> <p>В случае если в реализации медиапроекта, представленного в заявке, задействованы несколько СМИ, за оценку принимается среднее значение баллов по всем СМИ.</p> <p>Оценка по критерию заносится в таблицу оценки медиапроектов секретарем конкурсной комиссии</p>
Бюджет медиапроекта	Экономическая обоснованность запрашиваемых финансовых средств	Уровень	<p>Очень высокий уровень</p> <p>Высокий уровень</p> <p>Достаточный уровень</p> <p>Недостаточный уровень</p>	<p>10</p> <p>7</p> <p>5</p> <p>2</p>	<p>Оценивается соответствие статей бюджета заявленным целям, задачам, мероприятиям медиапроекта; соответствие уровня зарплат, стоимости услуг и материальных ресурсов, других расходов рыночному уровню; адекватность статей бюджета,</p>

1	2	3	4	5	6
					стоимости и технических характеристик заявленного оборудования, кадровое обеспечение и уровень оплаты труда параметрам медиапроекта
	Доля финансирования за счет собственных (привлеченных) средств соискателя от общей суммы затрат на финансирование медиапроекта	Процент	Более 15	10	
			От 13 до 15 включительно	8	
			От 9 до 12 включительно	6	
			От 5 до 8 включительно	4	
			Менее 5	2	
Планируемые результаты реализации медиапроекта	Потенциальный социальный эффект медиапроекта, его мероприятий, в том числе адресность, полнота донесения до запланированной целевой аудитории	Уровень	Очень высокий уровень	10	
			Высокий уровень	7	
			Достаточный уровень	5	
			Недостаточный уровень	2	
	Устойчивость медиапроекта	Уровень	Высокий уровень	10	Оценивается возможность продолжения медиапроекта после завершения финансирования
			Средний уровень	6	
			Низкий уровень	2	
Опыт соискателя	Наличие у соискателя успешного опыта реализации медиапроектов	Единиц	Более 6 медиапроектов	10	Оценивается количество медиапроектов, реализованных по итогам федеральных и региональных конкурсов
			От 4 до 6 медиапроектов включительно	6	
			От 1 до 3 медиапроектов включительно	3	
	Понижающий коэффициент: наличие факта	Процент неосвоения	2 <	-5	Оценка по критерию заносится
		5 <	-15		
		10 <	-30		

1	2	3	4	5	6
	неосвоения соискателем средств областного бюджета Ленинградской области, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих проведению конкурсного отбора		15 <	-40	в таблицу оценки медиапроектов секретарем конкурсной комиссии

Таблица 2

## КРИТЕРИИ

оценки количественных и качественных характеристик районных периодических печатных изданий Ленинградской области (СМИ), задействованных в реализации медиапроекта

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов
1	2	3	4	5
1	Еженедельный тираж СМИ	Экземпляров	Более 8000	7
			От 3000 до 8000 включительно	5
			Менее 3000	2
2	Количество полос издания в неделю	Единиц	От 32 и более	7
			От 24 до 30 включительно	5
			От 14 до 22 включительно	3
			12 и менее	1
3	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного	Процентов	Более 70	6
			От 51 до 70 включительно	4
			От 40 до 50 включительно	2

1	2	3	4	5
	самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания		Менее 40	0
4	Среднее количество редакционных материалов в неделю	Единиц	Более 9	6
От 6 до 9 включительно			4	
Менее 6			0	
5	Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов	Единиц	Менее 3 полос для периодических печатных изданий объемом до 16 полос	0
			Более 3 полос для периодических печатных изданий объемом до 16 полос	-5
			Менее 4 полос для периодических печатных изданий объемом более 16 полос	0
			Более 4 полос для периодических печатных изданий объемом более 16 полос	-5
6	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек)	Человек	Более 50000	7
			От 30001 до 50000 включительно	5
			От 10000 до 30000 включительно	3
			Менее 10000	0
7	Количество участников сообществ СМИ в социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением менее 100 тыс. человек)	Человек	Более 15000	4
			От 10001 до 15000 включительно	3
			От 7001 до 10000 включительно	2
			От 5000 до 7000 включительно	1
			Менее 5000	0
8	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети	Процентов	Более 15	5

1	2	3	4	5
	"Интернет", определяемый как отношение среднемесячного количества уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 100 тыс. человек)		От 11 до 15 включительно	4
			От 4 до 10 включительно	3
			Менее 4	0
9	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 территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 100 тыс. человек)*	Процентов	Более 15	5
			От 11 до 15 включительно	4
			От 5 до 10 включительно	3
			Менее 5	0
10	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек)	Процентов	15 и более	7
			От 8 до 14 включительно	5
			От 2 до 7 включительно	3
			Менее 2	0
11	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 100 тыс. человек)	Процентов	Более 20	7
			От 13 до 20 включительно	5
			От 5 до 12 включительно	3
			Менее 5	0
12	Вид распространения		Подписка более 1 тыс. экз.,	8

1	2	3	4	5
			розничная продажа, бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан	
			Подписка менее 1 тыс. экз., розничная продажа, бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан	6
			Подписка, розничная продажа, бесплатное распространение более 15 процентов тиража	4
			Бесплатное распространение	2
13	Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области**	Да/нет	Да	2
			Нет	0
14	Позиция в рейтинге изданий в районе (по данным социологического исследования, проведенного		1	5
			2	3
			3	1
			Ниже 3	0

1	2	3	4	5
	в предшествующем конкурсному отбору году)			
15	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из регионального и (или) федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году	Да/нет	Да	2
			Нет	0
16	Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по сравнению с тиражами за два года, предшествующих конкурсному отбору	Процентов	Более 30	-6
			От 10 до 30 включительно	-4
			Менее 10	-2
			Без изменений	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 три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

\*\* Депрессивные муниципальные образования – городские и (или) сельские поселения Ленинградской области, отнесенные к категории депрессивных муниципальных образований Ленинградской области в текущем году в соответствии с Порядком отнесения городских и сельских поселений Ленинградской области к категории депрессивных муниципальных образований Ленинградской области в целях реализации подпрограммы "Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области" в рамках государственной программы Ленинградской области "Стимулирование экономической активности Ленинградской области", утвержденным постановлением Правительства Ленинградской области от 4 марта 2014 года № 46.

Таблица 3

### КРИТЕРИИ

оценки количественных и качественных характеристик региональных периодических печатных изданий (СМИ), задействованных в реализации медиапроекта

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов
1	2	3	4	5
1	Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке.	Экземпляров	Более 50000	4
			От 35001 до 50000	3

1	2	3	4	5
	В случае если СМИ выходит более одного раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный выход СМИ, содержащий программу телепередач либо имеющий наибольший тираж		включительно	
			От 20000 до 35000 включительно	2
			Менее 20000	1
2	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц	Полос	Более 16	3
			От 12 до 16 включительно	2
			Менее 12	1
3	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов власти, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	Процентов	Более 70	4
			От 51 до 70 включительно	3
			От 41 до 50 включительно	2
			От 30 до 40 включительно	1
			Менее 30	0
4	Среднее количество редакционных материалов в каждом номере	Единиц	Более 16	5
			От 11 до 16 включительно	4
			От 7 до 10 включительно	3
			Менее 7	0
5	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора	Человек	Более 10000	3
			От 7001 до 10000 включительно	2
			От 5000 до 7000 включительно	1
			Менее 5000	0
6	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два	Процентов	Более 9	5
			От 8 до 9 включительно	4
			От 5 до 7 включительно	3
			От 2 до 4 включительно	2
			Менее 2	1
7	Охват аудитории электронной версии СМИ	Процентов	10 и более	5
			От 8 до 9	4



1	2	3	4	5
	в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного количества уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ		включительно	
			От 4 до 7 включительно	3
			От 1 до 3 включительно	2
			Менее 1	0
8	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 территории, на которой распространяется СМИ*	Процентов	Более 15	5
			От 9 до 15 включительно	4
			От 5 до 8 включительно	3
			От 2 до 4 включительно	1
			Менее 2	0
9	Вид распространения		Подписка и розничная продажа/подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан	5
			Розничная продажа	4
			Подписка и бесплатное распространение	3
			Бесплатное распространение	2
10	Позиция в рейтинге изданий в районе (по данным социологического исследования,		1	6
			2	3
			3	1
			Ниже 3	0

1	2	3	4	5
	проведенного в предшествующем конкурсному отбору году)			
11	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году	Да/нет	Да	2
			Нет	0
12	Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по сравнению с тиражами за два года, предшествующих конкурсному отбору	Процентов	Более 30	-6
			От 10 до 30 включительно	-4
			Менее 10	-2
			Без изменений	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 три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

В случае если при оценке СМИ по критерию оценки 7 показатель соответствует пяти баллам, а по критерию оценки 8 – нулю баллов, то оценка по критерию 7 равна нулю баллов.

Таблица 4

### КРИТЕРИИ

оценки количественных и качественных характеристик районных телерадиокомпаний Ленинградской области (СМИ), задействованных в реализации медиапроекта

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов
1	2	3	4	5
1	Объем вещания в неделю в соответствии с лицензией на теле- и (или) радиовещание либо договором с организацией, осуществляющей радиовещание, в том числе на территории Ленинградской		Собственное круглосуточное вещание	6
			Врезки местных выпусков в городах вещания телеканала/ радиостанции	2

1	2	3	4	5
	области, в случае если организация, осуществляющая производство и выпуск телеканала (телепрограммы)/ радиоканала (радиопрограммы), не обладает лицензией на радиовещание			
2	Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю*	Часов	Более 9	7
			От 6 до 9 включительно	5
			От 3 до 5 включительно	3
			Менее 3	0
3	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора	Человек	Более 50000	6
			От 30001 до 50000 включительно	5
			От 10001 до 30000 включительно	4
			От 5000 до 10000 включительно	3
			Менее 5000	0
4	Охват аудитории СМИ, определяемый как: для эфирного вещания – отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или договором с организацией, осуществляющей радиовещание и (или) телевидение на территории Ленинградской области), к численности населения муниципального образования (муниципальных образований), на территории которого (которых) осуществляется вещание для кабельного вещания – отношение количества абонентов сети кабельного телерадиовещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии. Под абонентом понимается	Процентов	От 81 до 100 включительно	7
			От 50 до 80 включительно	5
			Менее 50	3

1	2	3	4	5
	домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека. Число абонентов не может превышать численность населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии			
5	Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного количества уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ	Процентов	Более 15	5
От 13 до 15 включительно			4	
От 10 до 12 включительно			3	
От 5 до 9 включительно			2	
Менее 5			1	
6	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 территории, на которой распространяется СМИ**	Процентов	Более 25	5
От 16 до 25 включительно			4	
От 11 до 15 включительно			3	
От 5 до 10 включительно			1	
Менее 5			0	
7	Способ распространения продукции СМИ (для телеканалов (телепрограмм))		Кабельное и эфирное вещание	5
			Кабельное вещание	4
			Эфирное вещание	3
	Способ распространения продукции СМИ (для радиоканалов (радиопрограмм))		Проводное, эфирное и (или) онлайн-вещание	5
			Эфирное вещание	4
			Проводное и (или) онлайн-вещание	3
8	Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и (или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм))	Да/нет	Да	4
			Нет	0

1	2	3	4	5
9	Осуществление вещания в формате прямого эфира (для радиоканалов (радиопрограмм))	Да/нет	Да	4
			Нет	0
10	Производство и размещение в эфире СМИ авторских и (или) разговорных аналитических программ (не менее 10 выпусков в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор)	Да/нет	Да	4
			Нет	0
11	Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области <sup>***</sup>	Да/нет	Да	4
			Нет	0
12	Позиция в рейтинге телерадиоканалов в районе (по данным социологического исследования, проведенного в предшествующем конкурсному отбору году)		1	6
			2	3
			3	1
			Ниже 3	0
13	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году	Да/нет	Да	2
			Нет	0

\* Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности, хронометраже, тематике (сетка вещания).

\*\* 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 три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

\*\*\* Депрессивные муниципальные образования – городские и (или) сельские поселения, отнесенные к категории депрессивных муниципальных образований

Ленинградской области в текущем году в соответствии с Порядком отнесения городских и сельских поселений Ленинградской области к категории депрессивных муниципальных образований Ленинградской области в целях реализации подпрограммы "Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области" в рамках государственной программы Ленинградской области "Стимулирование экономической активности Ленинградской области", утвержденным постановлением Правительства Ленинградской области от 4 марта 2014 года № 46.

Таблица 5

## КРИТЕРИИ

оценки количественных и качественных характеристик сетевых средств массовой информации (СМИ), задействованных в реализации медиапроекта

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов
1	2	3	4	5
1	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих конкурсному отбору	Единиц	Более 60000	10
			От 40001 до 60000 включительно	8
			От 20001 до 40000 включительно	6
			От 10001 до 20000 включительно	4
			От 5000 до 10000 включительно	3
			Менее 5000	2
2	Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"*	Человек	Более 16000	5
			От 13001 до 16000 включительно	4
			От 10001 до 13000 включительно	3
			От 5000 до 10000 включительно	2
3	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	Просмотров	Более 5000	5
			От 3001 до 5000 включительно	4
			От 1501 до 3000 включительно	3
			От 1001 до 1500 включительно	2
			От 500 до 1000 включительно	1
			Менее 500	0

1	2	3	4	5
	отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя)*			
4	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	<p>Более 95</p> <p>От 81 до 95 включительно</p> <p>От 66 до 80 включительно</p> <p>От 50 до 65 включительно</p> <p>Менее 50</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>0</p>
5	Среднее количество собственных 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 течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора	Единиц	<p>Более 30</p> <p>От 20 до 30 включительно</p> <p>Менее 20</p>	<p>2</p> <p>1</p> <p>0</p>
6	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из регионального и (или) федерального бюджета,	Да/нет	<p>Да</p> <p>Нет</p>	<p>2</p> <p>0</p>

1	2	3	4	5
	в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году			

\* 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 подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

Таблица 6

**КРИТЕРИИ**  
оценки количественных и качественных характеристик  
региональных телеканалов (СМИ), задействованных в реализации  
медиапроекта

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Количество баллов
1	2	3	4	5
1	Объем программ и (или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю *	Процентов	Более 20	5
			От 16 до 20 включительно	4
			От 9 до 15 включительно	3
			Менее 9	0
2	Охват аудитории регионального телеканала (СМИ): для эфирного/цифрового вещания – отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляющей телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципальных образований, на территории которых осуществляется вещание;	Процентов	Более 90	7
			От 81 до 90 включительно	6
			От 71 до 80 включительно	5
			От 60 до 70 включительно	3
			Менее 60	0



1	2	3	4	5
	<p>для кабельного/спутникового вещания – отношение количества абонентов услуг сети кабельного телевидения, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания, в рамках территории, указанной в лицензии (абонент – домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека). Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии</p>			
3	<p>Количество социальных сетей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в которых созданы сообщества СМИ</p>	Единиц	<p>Более 1 1</p>	<p>2 1</p>
4	<p>Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору</p>	Человек	<p>Более 200000 От 150001 до 200000 включительно От 100000 до 150000 включительно Менее 100000</p>	<p>3 2 1 0</p>
5	<p>Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"***</p>	Человек	<p>Более 70000 От 50001 до 70000 включительно От 30001 до 50000 включительно От 20001 до 30000 включительно От 15000 до 20000 включительно</p>	<p>7 6 5 4 3</p>
6	<p>Охват аудитории в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (определяется как отношение среднемесячного</p>	Процентов	<p>Более 20 От 16 до 20 включительно От 10 до 15 включительно Менее 10</p>	<p>6 5 3 1</p>

1	2	3	4	5
	количества уникальных посетителей сайта за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ)			
6.1	Охват аудитории СМИ в социальных сетях (определяется как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ)**	Процентов	<p>Более 15</p> <p>От 11 до 15 включительно</p> <p>От 8 до 10 включительно</p> <p>От 5 до 7 включительно</p> <p>Менее 5</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>0</p>
7	Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя)**	Просмотров	<p>Более 5000</p> <p>От 3501 до 5000 включительно</p> <p>От 2201 до 3500 включительно</p> <p>От 1501 до 2200</p> <p>От 800 до 1500 включительно</p> <p>Менее 800</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>0</p>
8	Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области (в соответствии с решением Федеральной	Да/нет	<p>Да</p> <p>Нет</p>	<p>10</p> <p>0</p>

1	2	3	4	5
	конкурсной комиссии по телерадиовещанию)			
9	Тип вещания		Цифровое, спутниковое, кабельное вещание, онлайн-вещание	10
			Кабельное, спутниковое вещание, онлайн-вещание	8
			Кабельное и спутниковое вещание	7
			Цифровое вещание (вставка в эфире обязательного общедоступного телеканала)	6
			Спутниковое вещание	5
			Кабельное вещание	4
			Эфирное вещание	3
10	Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и (или) трансляции в записи	Да/нет	Да	5
			Нет	0
11	Производство и размещение в эфире СМИ авторских и (или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в году, предшествующем году конкурсного отбора)	Да/нет	Да	5
			Нет	0

\* Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания).

\*\* При определении балла по критерию к рассмотрению не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в случае, если последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе."