



№ 205203-2023-10402
от 11.12.2023

ПРАВИТЕЛЬСТВО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 11 декабря 2023 года № 892

О внесении изменений в постановление Правительства Ленинградской области от 27 февраля 2019 года № 78 "Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области"

Правительство Ленинградской области п о с т а н о в л я е т :

1. Внести в Порядок предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденный постановлением Правительства Ленинградской области от 27 февраля 2019 года № 78, изменения согласно приложению к настоящему постановлению.

2. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на вице-губернатора Ленинградской области по внутренней политике.

3. Настоящее постановление вступает в силу с даты официального опубликования.

Исполняющий обязанности

Губернатора Ленинградской области

Первый вице-губернатор Ленинградской области –
руководитель Администрации Губернатора
и Правительства Ленинградской области



И.Петров

Приложение
к постановлению Правительства
Ленинградской области
от 11 декабря 2023 года № 892

ИЗМЕНЕНИЯ,
которые вносятся в Порядок предоставления субсидий
из областного бюджета Ленинградской области в целях
финансового обеспечения затрат в связи с производством
региональных периодических печатных изданий в рамках
государственной программы Ленинградской области
"Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области",
утвержденный постановлением Правительства
Ленинградской области от 27 февраля 2019 года № 78

1. В пункте 1.9:

подпункт "б" изложить в следующей редакции:

"б) тираж и периодичность выпуска периодического печатного издания:

не реже одного раза в неделю суммарным тиражом 10000 экземпляров.

При платном распространении периодического печатного издания процент тиража, издаваемого с использованием бюджетных субсидий и распространяемого на бесплатной основе, не должен превышать 25 процентов от общего тиража;"

в подпункте "е" цифры "50" заменить цифрами "30".

2. В пункте 3.3:

в подпункте 10 слова "или значение, вычисленное делением общего тиража на число номеров в неделю" исключить;

в подпункте 13 слова "Проверка объема собственной информации осуществляется Комитетом путем произвольного выбора номера печатного издания, вышедшего в свет в квартал, предшествующий дате размещения объявления" исключить.

3. Подпункт 3 пункта 3.21.1 изложить в следующей редакции:

"3) средний тираж периодического печатного издания в неделю;"

4. Абзац первый пункта 4.1 изложить в следующей редакции:

"4.1. Субсидия предоставляется на обеспечение не более 95 процентов затрат, указанных в пункте 1.5 настоящего Порядка, за исключением затрат на оплату труда и страховых взносов. В случае если средний тираж периодического печатного издания в неделю составляет менее 10000 экземпляров, предельный процент обеспечения не может превышать 50 процентов."

5. Приложение 1 к Порядку (Критерии оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство продукции которого запрашивается субсидия) изложить в следующей редакции:

"Приложение 1
к Порядку...

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ
количественных и качественных характеристик средства массовой
информации (СМИ), на производство продукции которого
запрашивается субсидия

№ п/п	Наименование критерия	Единица измерения	Показатель	Коли- чество баллов
1	2	3	4	5
1	Еженедельный тираж СМИ, указанный в заявке	Экземп- ляров	Более 20 000	7
			От 15001 до 20000	5
			От 10001 до 15000	3
			10000 и менее	1
2	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц (формат А2)	Полос	Более 16	4
			От 12 до 16	3
			10 и менее	2
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	5
			Свыше 50 до 70	4
			Свыше 40 до 50	3
			От 31 до 40	2
			Менее 31	0

1	2	3	4	5
4	Среднее количество редакционных материалов в каждом номере	Единиц	Более 16	8
			От 11 до 16	6
			От 7 до 10	4
			6 и менее	0
5	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора	Человек	Более 10000	3
			От 7001 до 10000	2
			От 5001 до 7000	1
			5000 и менее	0
6	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднего тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два	Процентов	Более 9	5
			Свыше 7 до 9	4
			Свыше 5 до 7	3
			От 2 до 5	2
			Менее 2	1
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ	Процентов	Более 9	5
			Свыше 7 до 9	4
			Свыше 3 до 7	3
			От 1 до 3	2
			Менее 1	0
8	Охват аудитории СМИ	Процентов	Более 15	5

1	2	3	4	5
	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*		Свыше 8 до 15	4
			Свыше 4 до 8	3
			От 2 до 4	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	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из регионального и (или) федерального бюджета на реализацию	Да/Нет	Да	2
			Нет	0

1	2	3	4	5
	социально значимых проектов, 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;
последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты размещения объявления.

В случае если при оценке СМИ по критерию оценки 7 показатель соответствует 5 баллам, а по критерию оценки 8 – 0, оценка по критерию 7 равна 0."

6. Приложение 2 к Порядку (Таблица оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство продукции которого запрашивается субсидия) изложить в следующей редакции:

"Приложение 2
к Порядку...

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия

(наименование СМИ)

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	2	3
1	Еженедельный тираж СМИ, указанный в заявке	
2	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц	
3	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов	

1	2	3
	власти, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	
4	Среднее количество редакционных материалов в каждом номере	
5	Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора	
6	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднего тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два	
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ	
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	
9	Вид распространения	
10	Получение соискателем субсидий и (или) грантов в форме субсидий из регионального и (или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году	
Итого		"