



# Правительство Нижегородской области

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

15 января 2019 г.

№ 7

### Об утверждении государственной программы "Информационная среда Нижегородской области"

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

1. Утвердить прилагаемую государственную программу "Информационная среда Нижегородской области" (далее - Программа).
2. Министерству финансов Нижегородской области осуществлять финансирование Программы в пределах средств, предусмотренных в областном бюджете на соответствующий финансовый год и на плановый период.
3. Настоящее постановление вступает в силу со дня его подписания, распространяется на правоотношения, возникшие с 1 января 2019 года, и подлежит официальному опубликованию.

И.о.Губернатора



Д.Г.Краснов

УТВЕРЖДЕНА

постановлением Правительства  
Нижегородской области  
от 15 января 2019 г. № 7

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА  
"ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ"**

(далее - Программа)

**1. Паспорт Программы**

|  |   |
|--|---|
| Государственный заказчик - координатор Программы   | Управление информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области   |
| Соисполнители Программы  | Нет   |
| Подпрограммы Программы   | Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций";<br>подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы"  |
| Цель Программы   | Повышение качества жизни населения Нижегородской области за счет обеспечения конституционного права граждан на получение информации.  |
| Задачи Программы   | Создание и сохранение информационного пространства, соответствующего интересам и потребностям населения области;<br>содействие в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Нижегородской области   |
| Этапы и сроки реализации Программы   | 2019 - 2021 годы.<br>Программа реализуется в один этап.<br>Реализация мероприятий Подпрограмм осуществляется в соответствии со сроками и этапами Подпрограмм  |
| Объемы бюджетных ассигнований Программы за счет средств областного бюджета (в разбивке по Подпрограммам) | всего по Программе на 2019 - 2021 годы –1125452,8 тыс. рублей, в том числе по годам:<br>2019 – 374093,6 тыс. рублей;<br>2020 – 375593,6 тыс. рублей;<br>2021 - 375765,6 тыс. рублей.<br>По Подпрограммам:<br>Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций":<br>всего по Подпрограмме 1 на 2019 - 2021 годы – 1070551,0 тыс. рублей, в том числе по годам:<br>2019 – 355793,0 тыс. рублей;<br>2020 – 357293,0 тыс. рублей;<br>2021 – 357465,0 тыс. рублей;<br>Подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы":<br>всего по Подпрограмме 2 на 2019 - 2021 годы – 54 901,8 тыс. рублей, в |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>том числе по годам:<br/> 2019 – 18300,6 тыс. рублей;<br/> 2020 – 18300,6 тыс. рублей;<br/> 2021 – 18300,6 тыс. рублей</p>  |
| <p>Индикаторы достижения цели и показатели непосредственных результатов</p> | <p>По окончании реализации мероприятий Программы будут достигнуты следующие значения индикаторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доля государственных учреждений, выполнивших государственное задание за отчетный год, от общего количества подведомственных управлению информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области государственных учреждений - 100%;</li> <li>- доля государственных учреждений, предоставивших энергетическую декларацию за отчетный год, от общего количества подведомственных управлению информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области государственных учреждений - 100%;</li> </ul> <p>По окончании реализации мероприятий Подпрограммы 1 будут достигнуты следующие значения индикаторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уровень обеспеченности местными печатными средствами массовой информации (далее - СМИ) жителей муниципальных образований Нижегородской области к 2021 году составит 100 экз. на тыс. человек;</li> <li>- доля населения Нижегородской области, имеющего возможность принимать трансляцию телеканала на территории Нижегородской области, - 95%.</li> </ul> <p>Показатели непосредственных результатов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количество книг (наименований), издание которых поддержано за счет средств областного бюджета за 2019 - 2021 годы составит 27 экз.;</li> <li>- количество работников редакций средств массовой информации Нижегородской области, повысивших квалификацию за 2019 - 2021 годы, составит 1005 чел.;</li> <li>- количество профессиональных творческих конкурсов для журналистов печатных и электронных средств массовой информации Нижегородской области за 2019 - 2021 годы составит 9;</li> <li>- производство и выпуск в эфир (кабельное и эфирное) телепередач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 1 000 000 минут в год;</li> <li>- изготовление и распространение не менее 406 выпусков (номеров) региональных периодических печатных изданий в год;</li> <li>- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области;</li> <li>- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего проблемы и потребности инвалидов, семей, имеющих детей инвалидов, многодетных семей, а также пенсионеров, ветеранов труда, ветеранов ВОВ, участников локальных конфликтов;</li> <li>- изготовление и распространение в эфире муниципальными радиоканалами передач, новостных сюжетов и иных форм радиопроизведения не менее 65520 минут в год;</li> <li>- изготовление и распространение в эфире муниципальными телеканалами передач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 230880 минут;</li> </ul> |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>- размещение информации в сетевом издании не менее 12 000 мегабайт в год.</p> <p>По окончании реализации Подпрограммы 2 в 2021 году индикатор достигнет следующего значения:</p> <p>- укомплектование должностей государственной гражданской службы в управлении информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области- 100%</p> |
|--|--|

## 2. Текст Программы

### 2.1. Характеристика текущего состояния сферы реализации Программы

Государственная информационная политика Нижегородской области является составной частью стратегии социально-экономического развития региона, в основании которой лежит ориентация на улучшение качества жизни населения.

Долгосрочной стратегической целью информационной политики является построение социально ориентированного информационного общества, органичное вхождение области на новом, более высоком уровне в российское и мировое информационное пространство, а также медиаобразование населения.

Необходимым условием для этого является создание и развитие единого информационного пространства области. Информационное пространство, в котором протекают процессы информационных взаимодействий и коммуникаций во всех сферах жизнедеятельности общества и публичной власти, представляет собой одну из несущих, опорных конструкций современного государства и характеризуется средствами массовых коммуникаций (СМК), включающих средства массовой информации (СМИ), книгоиздание, кинематограф, мультимедийные средства связи, информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет" (далее - Интернет).

Единство информационно-коммуникационного пространства определяющим образом влияет на территориальную целостность государства, государственность как таковую. Одной из важнейших задач, решение которой на организационно-технологическом уровне должна обеспечивать инфокоммуникационная инфраструктура, является задача массового информирования. Поэтому традиционные печатные и электронные средства массовой информации являются неотъем-

лемой составляющей этой инфраструктуры.

Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (далее - ВЦИОМ) по состоянию на 28 октября 2016 г. СМИ входят в тройку наиболее влиятельных общественных институтов страны. 60,5% опрошенных положительно оценивают работу российских СМИ.

По сравнению с 2006 годом позитивная оценка роли СМИ только растет (тогда ее положительно оценивали 56% опрошенных), что уже само по себе говорит о важности данного направления.

Сегодня на территории Нижегородской области зарегистрированы в установленном порядке и работают 377 средств массовой информации: 254 печатных издания (203 газеты, 44 журнала, 2 альманаха, 5 сборников), 113 электронных СМИ (39 телеканалов; 53 радиоканала, 11 телепрограмм, 10 радиопрограмм), 10 информационных агентств. В Нижнем Новгороде имеют свои представительства более 10 федеральных СМИ.

Определенное представление о нынешнем месте, роли и значении региональной прессы в информационном пространстве российских регионов дают рейтинги цитируемости СМИ, регулярно публикуемые в последнее время компанией "Медialogия" (информационно-аналитическая система мониторинга и эффективного анализа российских СМИ).

#### Нижегородская область: рейтинг СМИ за 2017 год

##### ТОП-20 самых цитируемых СМИ Нижегородской области

| № | СМИ                 | Категория       | ИЦ     |
|---|---------------------|-----------------|--------|
| 1 | NewsNN              | Информагентство | 264,04 |
| 2 | НИА Нижний Новгород | Информагентство | 195,60 |
| 3 | Nn.ru               | Интернет        | 111,85 |
| 4 | РИА Время Н         | Информагентство | 94,57  |
| 5 | НТА Приволжье       | Информагентство | 73,88  |
| 6 | Волга ТВ            | ТВ              | 51,37  |
| 7 | Koza.press          | Интернет        | 46,18  |
| 8 | Newsroom24          | Информагентство | 33,58  |

|    |  |                 |       |
|----|--|-----------------|-------|
| 9  | ИА В городе N                          | Информагентство | 31,34 |
| 10 | Ореннов.ru                             | Интернет        | 27,70 |
| 11 | Innov.ru                               | Интернет        | 23,40 |
| 12 | Progorodnn.ru                          | Интернет        | 23,16 |
| 13 | ГТРК Нижний Новгород                   | ТВ              | 22,52 |
| 14 | Нижегородский рабочий                  | Газета          | 20,62 |
| 15 | ННТВ Нижний Новгород                   | ТВ              | 18,85 |
| 16 | Выкса.РФ                               | Интернет        | 15,88 |
| 17 | Pravdapfo.ru                           | Интернет        | 14,47 |
| 18 | Коммерсантъ – Нижний Новгород          | Газета          | 13,06 |
| 19 | Комсомольская правда – Нижний Новгород | Газета          | 11,42 |
| 20 | Нижегородская правда                   | Газета          | 6,60  |

#### Методика

В медиарейтинг вошли СМИ Нижегородской области, специализированные СМИ при подсчете не учитывались.

Основой для построения рейтинга стал индекс цитируемости (ИЦ) "Медиа-логии".

Рейтинг построен на основе базы СМИ системы "Медиалогия", включающей порядка 43 500 наиболее влиятельных источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-СМИ. При подсчете рейтингов не учитывались новостные агрегаторы.

При расчете рейтингов не учитывается взаимная перекрестная цитируемость, если она масштабна и носит регулярный характер. Специалистами "Медиалогии" разработан математический алгоритм, который выявляет устойчивые пары СМИ, а также автоматически определяет допустимый порог аномальности на основании анализа взаимного цитирования у других СМИ. Цитаты между СМИ, уровень взаимного цитирования у которых превысил порог аномальности, исключаются из общего результата данных СМИ.

Период исследования: 1 января – 31 декабря 2017 г.

Поскольку данный рейтинг составляется по показателю цитирования, где в

оперативности прессе трудно угнаться за информационными агентствами, интернетом, телевидением и радио, то итоговый результат, на наш взгляд, выглядит вполне удовлетворительным. Таким образом, печатную прессу цифровые СМИ в настоящее время заменить не могут, да и в будущем, наверное, тоже.

Здесь также важно отметить, что, за исключением газет "Комсомольская правда", реке "АиФ" и "Коммерсантъ", в таблицах ИАС "Медиалогия" по субъектам Российской Федерации лишь изредка представлены региональные выпуски других центральных изданий, что тоже говорит о высокой информационной значимости местной прессы. Не действует применительно к ней и общая для рынка тенденция падения тиражей и объемов продаж печатной периодики.

Общая ситуация позволяет сделать вывод, что именно региональные, муниципальные и сетевые издания являются основным печатным информационным ресурсом за пределами столиц. Остальная печатная пресса в российских регионах по большей части представляет собой развлекательные, прикладные либо информационно-рекламные издания, а собственно московских выпусков ежедневных газет в субъектах Российской Федерации, исключая крупные города, реализуются единицы.

Для обеспечения эффективной реализации настоящей Программы вводится Подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы".

Государственная программа "Информационная среда Нижегородской области" является продолжением подпрограммы 2 "Информационная среда Нижегородской области" государственной программы "Информационное общество", утвержденной постановлением Правительства Нижегородской области от 30 апреля 2014 г. № 300.

## 2.2. Цели и задачи Программы

Цель Программы – повышение качества жизни населения Нижегородской области за счет обеспечения конституционного права граждан на получение информации.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

1. Создание информационного пространства, соответствующего интересам

и потребностям населения области.

2. Содействие в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Нижегородской области.

Исходя из необходимости решения поставленных задач, сформированы соответствующие Подпрограммы:

подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций";

подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы".

В рамках каждой подпрограммы сформирована система основных мероприятий, направленных на решение соответствующих задач.

### 2.3. Сроки и этапы реализации Программы

Программа рассчитана на 3 года: 2019 - 2021 годы. Реализация Программы осуществляется в один этап.

### 2.4. Перечень основных мероприятий Программы

Мероприятия Программы выполняются в рамках одной Подпрограммы и обеспечивают решение задач Программы.

Мероприятия Подпрограммы 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций" обеспечивают решение задачи создания и развития в Нижегородской области системы единого информационного пространства, соответствующего интересам и потребностям населения области, а также содействия в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Нижегородской области.

Информация об основных мероприятиях Программы отражена в таблице 1.



## Перечень основных мероприятий Программы

| № п/п   | Наименование мероприятия | Категория расходов (капвложения, НИОКР и прочие расходы) | Сроки выполнения (год) | Исполнители мероприятий   | Объем финансирования (по годам) за счет средств областного бюджета |          |          |           |
|---|--------------------------|--|------------------------|---|--|----------|----------|-----------|
|   |                          |  |                        |   | 2019 год   | 2020 год | 2021 год | Всего     |
| 1   | 2                        | 3  | 4                      | 5   | 6  | 7        | 8        | 9         |
| <p>Цель: повышение качества жизни населения Нижегородской области за счет обеспечения конституционного права граждан на получение информации за счет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- создания и сохранения информационного пространства, соответствующего интересам и потребностям населения области;</li> <li>- содействия в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Нижегородской области</li> </ul> |                          |  |                        |   |  |          |          |           |
| Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций"  |                          |  |                        |   | 355793,0   | 357293,0 | 357465,0 | 1070551,0 |
| Основное мероприятие 1.1.<br>Организация информирования населения Нижегородской области о деятельности органов государственной власти, а также по вопросам, имеющим большую социальную значимость   |                          | прочие расходы   | 2019 - 2021            | Управление информационной политики; ГКУ НО "Пресс-служба Правительства Нижегородской области" (по согласованию) | 18382,6  | 18382,6  | 18382,6  | 55147,8   |
| Основное мероприятие 1.2.<br>Предоставление бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации   |                          | прочие расходы   | 2019 - 2021            | Управление информационной политики  | 101129,3   | 101129,3 | 101129,3 | 303387,9  |
| Основное мероприятие 1.3.<br>Предоставление государственным учреждениям Нижегородской области субсидий на выполнение  |                          | прочие расходы   | 2019 - 2021            | Управление информационной политики  | 201513,6   | 201513,6 | 201513,6 | 604540,8  |

|  |                |             |  |         |         |         |         |
|--|----------------|-------------|--|---------|---------|---------|---------|
| государственного задания на осуществление издательской деятельности, производство и выпуск сетевого издания, производство и распространение телепрограмм, а также субсидий на иные цели  |                |             |  |         |         |         |         |
| Основное мероприятие 1.4.<br>Предоставление субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области  | прочие расходы | 2019 - 2021 | Управление информационной политики   | 1426,1  | 1426,1  | 1426,1  | 4278,3  |
| Основное мероприятие 1.5.<br>Предоставление субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием литературных произведений  | прочие расходы | 2019 - 2021 | Управление информационной политики   | 2873,9  | 2873,9  | 2873,9  | 8621,7  |
| Основное мероприятие 1.6.<br>Проведение методических и обучающих семинаров для работников средств массовой информации Нижегородской области; организация и/или участие в профессиональных медийных и книжных выставках, фестивалях, презентациях и иных мероприятиях; проведение творческих журналистских конкурсов для представителей областных и районных средств массовой информации; поощрение редакций подведомственных средств массовой информации в связи с юбилейными и знаменательными датами | прочие расходы | 2019 - 2021 | Управление информационной политики;<br>ГКУ НО "Пресс-служба Правительства Нижегородской области" (по согласованию) | 1943,8  | 3443,8  | 3615,8  | 9003,4  |
| Основное мероприятие 1.7.<br>Информационное обеспечение деятельности Правительства Нижегородской области   | прочие расходы | 2019 - 2021 | Управление информационной политики;<br>ГКУ НО "Пресс-служба Правительства Нижегородской области" (по согласованию) | 28523,7 | 28523,7 | 28523,7 | 85571,1 |
| Подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы"  |                |             |  | 18300,6 | 18300,6 | 18300,6 | 54901,8 |

## 2.5. Индикаторы достижения цели и непосредственные результаты реализации Программы

Информация о составе и значениях индикаторов и непосредственных результатов приведена в таблице 2.

Таблица 2

### Сведения об индикаторах и непосредственных результатах

| 1  | Наименование индикатора/непосредственного результата   | Ед. измерения          | Значение индикатора/непосредственного результата |          |          |
|--|--|------------------------|--|----------|----------|
|  |  |                        | 2019 год   | 2020 год | 2021 год |
| 1  | 2  | 3                      | 5  | 6        | 7        |
| Государственная программа "Информационная среда Нижегородской области" |  |                        |  |          |          |
| 1  | Индикатор 1. Доля государственных учреждений, выполнивших государственное задание за отчетный год, от общего количества подведомственных управлению информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области государственных учреждений      | %                      | 100  | 100      | 100      |
| 2  | Индикатор 2. Доля государственных учреждений, предоставивших энергетическую декларацию за отчетный год, от общего количества подведомственных управлению информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области государственных учреждений | %                      | 100  | 100      | 100      |
| Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций"   |  |                        |  |          |          |
| 1  | Индикатор 1.1. Уровень обеспеченности местными печатными СМИ жителей муниципальных образований Нижегородской области   | экз./тыс. чел.         | 100  | 100      | 100      |
| 2  | Индикатор 1.2. Доля населения Нижегородской области, имеющего возможность принимать трансляцию телеканала на территории Нижегородской области  | % от населения области | 95   | 95       | 95       |
| 3  | Непосредственный результат 1.1. Количество книг (наименований), издание которых поддержано за счет средств областного бюджета  | ед.                    | 9  | 9        | 9        |

|   |  |          |           |           |           |
|---|--|----------|-----------|-----------|-----------|
| 4   | Непосредственный результат 1.2. Количество работников редакций средств массовой информации Нижегородской области, повысивших квалификацию  | чел.     | 335       | 335       | 335       |
| 5   | Непосредственный результат 1.3. Количество профессиональных творческих конкурсов для журналистов печатных и электронных средств массовой информации Нижегородской области  | ед.      | 3         | 3         | 3         |
| 6   | Непосредственный результат 1.4. Производство и выпуск в эфир (аналоговое и кабельное вещание) телепередач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции   | мин.     | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |
| 7   | Непосредственный результат 1.5. Изготовление и распространение выпусков (номеров) региональных периодических печатных изданий  | экз.     | 406       | 406       | 406       |
| 8   | Непосредственный результат 1.6. Изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области   | шт.      | 1         | 1         | 1         |
| 9   | Непосредственный результат 1.7. Изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего проблемы и потребности инвалидов, семей, имеющих детей инвалидов, многодетных семей, а также пенсионеров, ветеранов труда, ветеранов ВОВ, участников локальных конфликтов | шт.      | 1         | 1         | 1         |
| 10  | Непосредственный результат 1.8. Изготовление и распространение в эфире муниципальных радиоканалами передач, новостных сюжетов и иных форм радиопродукции   | мин.     | 65 520    | 65 520    | 65 520    |
| 11  | Непосредственный результат 1.9. Изготовление и распространение в эфире муниципальными телеканалами передач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции  | мин.     | 230 880   | 230 880   | 230 880   |
| 12  | Непосредственный результат 1.10. Размещение информации в сетевом издании не менее мегабайт в год.  | Мегабайт | 12 000    | 12 000    | 12 000    |
| Подпрограмма 2 "Обеспечение реализации Программы" |  |          |           |           |           |
| 1   | Индикатор 2.1. Укомплектование должностей государственной гражданской службы в управлении информационной политики и взаимодействия   | %        | 100       | 100       | 100       |

## 2.6. Меры правового регулирования

В рамках Программы предусматривается принятие нормативных правовых актов Нижегородской области, обеспечивающих предоставление субсидий редакциям средств массовой информации и издателям.

Сведения об основных мерах правового регулирования приведены в таблице 3.

Таблица 3

## Сведения об основных мерах правового регулирования

| № п/п   | Вид правового акта   | Основные положения правового акта (суть)  | Ответственный исполнитель и соисполнители | Ожидаемые сроки принятия |
|---|--|---|---|--------------------------|
| 1   | 2  | 3   | 4   | 5                        |
| Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций"  |  |   |   |                          |
| <p>Основное мероприятие 1.2.<br/>Выделение субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации.</p> <p>Основное мероприятие 1.4.<br/>Предоставление субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области</p> <p>Основное мероприятие 1.5<br/>Предоставление субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием литературных произведений</p> |  |   |   |                          |
| 1.  | Распоряжение Правительства Нижегородской области   | Ежегодно утверждается областной реестр средств массовой информации, получающих государственную поддержку за счет средств областного бюджета в будущем году  | Управление информационной политики        | Ежегодно<br>3 квартал    |
| 2   | Постановление Правительства Нижегородской области от 11 января 2018 г. № 9 "О порядке предоставления, распределения и расходования за счет средств областного бюджета субсидий бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации" | Настоящим постановлением утверждено Положение о порядке распределения и предоставления за счет средств областного бюджета субсидий бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации (далее - субсидия), которое определяет цели и условия предоставления и расходования субсидий, критерии отбора муниципальных районов и городских округов Нижегородской области (далее - муниципальные образования) для предоставления субсидий | Управление информационной политики        | Действующее              |

|    |  |   |                                    |             |
|----|--|---|------------------------------------|-------------|
|    | формации"  |   |                                    |             |
| 3  | Постановление Правительства Нижегородской области от 13 ноября 2017 г. № 801 "Об утверждении Порядка предоставления субсидии на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области автономной некоммерческой организации "Газета "Здравствуйте, люди!"                        | Настоящим постановлением утвержден Порядок предоставления субсидии на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области автономной некоммерческой организации "Газета "Здравствуйте, люди!", разработанный в соответствии со статьей 78.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации, определяющий цели, условия и порядок предоставления из средств областного бюджета субсидии на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области автономной некоммерческой организации "Газета "Здравствуйте, люди!"  | Управление информационной политики | Действующее |
| 4. | Постановление Правительства Нижегородской области от 5 марта 2009 г. № 98 "О порядке предоставления из средств областного бюджета субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации, освещающих деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области" | Настоящим постановлением утверждено Положение о порядке предоставления из средств областного бюджета субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации, освещающих деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области, разработанное в соответствии со статьями 78, 78.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации и определяющее цели, условия и порядок предоставления из средств областного бюджета субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации, освещающих деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области | Управление информационной политики | Действующее |
| 5. | Постановление Правительства Нижегородской области от 14 ноября 2006 г. № 379 "О финансовой поддержке книгоиздания в Нижегородской области"   | Настоящее постановление определяет цели, условия и порядок предоставления из средств областного бюджета субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием литературных произведений   | Управление информационной политики | Действующее |

2.7. Предоставление субсидий из областного бюджета  
бюджетам муниципальных районов и городских округов  
Нижегородской области

Предоставление субсидий из областного бюджета бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области предусмотрено в рамках Подпрограммы 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций".

Предоставление субсидий из областного бюджета бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на реализацию муниципальных программ в целях реализации настоящей Программы не предусмотрено.

Характеристика основных мероприятий, реализуемых муниципальными образованиями Нижегородской области, и порядок предоставления на них субсидий из областного бюджета указаны в Подпрограмме.

#### 2.8. Участие в реализации Программы государственных унитарных предприятий, акционерных обществ с участием Нижегородской области, общественных, научных и иных организаций, внебюджетных фондов

Участие в реализации Программы государственных унитарных предприятий, акционерных обществ с участием Нижегородской области, общественных, научных и иных организаций, внебюджетных фондов не предусмотрено.

#### 2.9. Обоснование объема финансовых ресурсов

Общий объем финансирования программы составляет 1201649,2 тыс. рублей, в том числе за счет средств областного бюджета 1125452,8 тыс. рублей.

Средства на реализацию Программы предусматриваются законом Нижегородской области об областном бюджете на очередной финансовый год и на плановый период. По результатам ежегодной оценки эффективности и результативности реализации Программы возможно перераспределение объемов средств по направлениям, отдельным мероприятиям и годам.

Информация по ресурсному обеспечению Программы за счет средств областного бюджета отражена в таблице 4.

Прогнозная оценка расходов на реализацию Программы за счет всех источников отражена в таблице 5.

Ресурсное обеспечение реализации государственной программы  
за счет средств областного бюджета

| Статус   | Подпрограмма государственной программы                | Государственный заказчик-координатор, соисполнители | Расходы (тыс. руб.), годы |          |          |
|--|---|---|---------------------------|----------|----------|
|  |   |   | 2019 год                  | 2020 год | 2021 год |
| 1  | 2   | 3   | 4                         | 5        | 6        |
| Государственная программа "Информационная среда Нижегородской области" |   | Всего:  | 374093,6                  | 375593,6 | 375765,6 |
|  |   | Управление информационной политики                  | 374093,6                  | 375593,6 | 375765,6 |
| Подпрограмма 1   | "Развитие региональных средств массовых коммуникаций" | Всего:  | 355793,0                  | 357293,0 | 357465,0 |
|  |   | Управление информационной политики                  | 355793,0                  | 357293,0 | 357465,0 |
| Подпрограмма 2   | "Обеспечение реализации Программы"                    | Всего:  | 18300,6                   | 18300,6  | 18300,6  |
|  |   | Управление информационной политики                  | 18300,6                   | 18300,6  | 18300,6  |

Таблица 5

Прогнозная оценка расходов на реализацию  
государственной программы за счет всех источников

| Статус   | Подпрограмма государственной программы | Источники финансирования | Оценка расходов (тыс. руб.), годы |          |          |           |
|--|--|--------------------------|-----------------------------------|----------|----------|-----------|
|  |  |                          | 2019 год                          | 2020 год | 2021 год | Всего     |
| 1  | 2                                      | 3                        | 4                                 | 5        | 6        | 7         |
| Государственная программа "Информационная среда Нижегородской области" |  | Всего                    | 399492,4                          | 400992,4 | 401164,4 | 1201649,2 |
|  |  | Областной бюджет         | 374093,6                          | 375593,6 | 375765,6 | 1125452,8 |
|  |  | Местный бюджет           | 25398,8                           | 25398,8  | 25398,8  | 76196,4   |



|  |  |                    |          |          |          |           |
|--|--|--------------------|----------|----------|----------|-----------|
|  |  | Федеральный бюджет |          |          |          |           |
|  |  | Прочие источники   |          |          |          |           |
| Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций" |  | Всего, в т.ч.      | 381191,8 | 382691,8 | 382863,8 | 1146747,4 |
|  |  | Областной бюджет   | 355793,0 | 357293,0 | 357465,0 | 1070551,0 |
|  |  | Местный бюджет     | 25398,8  | 25398,8  | 25398,8  | 76196,4   |
|  |  | Федеральный бюджет |          |          |          |           |
|  |  | Прочие источники   |          |          |          |           |
| Основное мероприятие 1.1.  | Организация информирования населения Нижегородской области о деятельности органов государственной власти, а также по вопросам, имеющим большую социальную значимость   | Всего, в т.ч.      | 18382,6  | 18382,6  | 18382,6  | 55147,8   |
|  |  | Областной бюджет   | 18382,6  | 18382,6  | 18382,6  | 55147,8   |
|  |  | Местный бюджет     | 0        | 0        | 0        | 0         |
|  |  | Федеральный бюджет | 0        | 0        | 0        | 0         |
|  |  | Прочие источники   | 0        | 0        | 0        | 0         |
| Основное мероприятие 1.2.  | Предоставление бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации   | Всего, в т.ч.      | 126528,1 | 126528,1 | 126528,1 | 379584,3  |
|  |  | Областной бюджет   | 101129,3 | 101129,3 | 101129,3 | 303387,9  |
|  |  | Местный бюджет     | 25398,8  | 25398,8  | 25398,8  | 76196,4   |
|  |  | Федеральный бюджет | 0        | 0        | 0        | 0         |
|  |  | Прочие источники   | 0        | 0        | 0        | 0         |
| Основное мероприятие 1.3.  | Предоставление государственным учреждениям Нижегородской области субсидий на выполнение государственного задания на осуществление издательской деятельности, производство и выпуск сетевого издания, производство и распространение телепро- | Всего, в т.ч.      | 201513,6 | 201513,6 | 201513,6 | 604540,8  |
|  |  | Областной бюджет   | 201513,6 | 201513,6 | 201513,6 | 604540,8  |
|  |  | Местный бюджет     | 0        | 0        | 0        | 0         |

|                           |   |                    |         |         |         |         |
|---------------------------|---|--------------------|---------|---------|---------|---------|
|                           | грамм, а также субсидий на иные цели  | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Основное мероприятие 1.4  | Предоставление субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области  | Всего, в т.ч.      | 1426,1  | 1426,1  | 1426,1  | 4278,3  |
|                           |   | Областной бюджет   | 1426,1  | 1426,1  | 1426,1  | 4278,3  |
|                           |   | Местный бюджет     | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Основное мероприятие 1.5. | Предоставление субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием литературных произведений  | Всего, в т.ч.      | 2873,9  | 2873,9  | 2873,9  | 8621,7  |
|                           |   | Областной бюджет   | 2873,9  | 2873,9  | 2873,9  | 8621,7  |
|                           |   | Местный бюджет     | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Основное мероприятие 1.6. | Проведение методических и обучающих семинаров для работников средств массовой информации Нижегородской области; организация и/или участие в профессиональных медийных и книжных выставках, фестивалях, презентациях и иных мероприятиях; проведение творческих журналистских конкурсов для представителей областных и районных средств массовой информации; поощрение редакций подведомственных средств массовой информации в связи с юбилейными и знаменательными датами | Всего, в т.ч.      | 1943,8  | 3443,8  | 3615,8  | 9003,4  |
|                           |   | Областной бюджет   | 1943,8  | 3443,8  | 3615,8  | 9003,4  |
|                           |   | Местный бюджет     | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|                           |   | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Основное мероприятие 1.7. | Информационное обеспечение деятельности Губернатора и Правительства Нижегородской области   | Всего, в т.ч.      | 28523,7 | 28523,7 | 28523,7 | 85571,1 |
|                           |   | Областной бюджет   | 28523,7 | 28523,7 | 28523,7 | 85571,1 |
|                           |   | Местный бюджет     | 0       | 0       | 0       | 0       |

|   |  |                    |         |         |         |         |
|---|--|--------------------|---------|---------|---------|---------|
|   |  | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|   |  | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |
| Подпрограмма 2 "Обеспечение реализации государственной программы" |  | Всего, в т.ч.      | 18300,6 | 18300,6 | 18300,6 | 54901,8 |
|   |  | Областной бюджет   | 18300,6 | 18300,6 | 18300,6 | 54901,8 |
|   |  | Местный бюджет     | 0       | 0       | 0       | 0       |
|   |  | Федеральный бюджет | 0       | 0       | 0       | 0       |
|   |  | Прочие источники   | 0       | 0       | 0       | 0       |

### 2.10. Анализ рисков реализации Программы

К возможным внешним факторам, негативно влияющим на реализацию Программы, относятся:

- отсутствие финансирования (неполное финансирование) из источников, предусмотренных Программой;
- изменение федерального законодательства.

Отсутствие или неполное финансирование мероприятий Программы компенсируется через проведение мероприятий по корректировке сроков исполнения и сумм финансирования на последующие периоды реализации Программы.

Использование программно-целевого метода и принятие Программы позволит значительно минимизировать возможные риски, связанные с ее реализацией, за счет создания адекватных механизмов управления выполнением мероприятий.

## 3. Подпрограммы

### 3.1. Подпрограмма 1 "Развитие региональных средств массовых коммуникаций" (далее - Подпрограмма 1)

## 3.1.1. Паспорт Подпрограммы 1

|   |  |
|---|--|
| Государственный заказчик - координатор Подпрограммы                           | управление информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области  |
| Соисполнители Подпрограммы  | нет  |
| Цель Подпрограммы   | создание и развитие в Нижегородской области системы единого информационного пространства, соответствующего интересам и потребностям населения области, а также содействие в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целенаправленной информационной политики Правительства Нижегородской области   |
| Задачи Подпрограммы   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- всестороннее информационное освещение социально-экономического и общественно-политического развития Нижегородской области. Обеспечение жителей Нижегородской области достоверной социально значимой информацией;</li> <li>- создание благоприятных условий для функционирования государственного информационного ресурса средств массовой информации в Нижегородской области. Оказание поддержки по обеспечению бесперебойного выхода средств массовой информации;</li> <li>- создание благоприятных условий для развития книгоиздания в Нижегородской области;</li> <li>- распространение и пропаганда журналистского опыта, поддержка творчества молодых журналистов, повышение уровня квалификации журналистских кадров Нижегородской области</li> </ul>   |
| Этапы и сроки реализации Подпрограммы 1                                       | 2019 - 2021 годы без разделения на этапы   |
| Объемы бюджетных ассигнований Подпрограммы за счет средств областного бюджета | <p>всего по Подпрограмме на 2019 - 2021 годы – 1070551,0 тыс. рублей, в том числе по годам:</p> <p>2019 – 355793,0 тыс. рублей;</p> <p>2020 – 357293,0 тыс. рублей;</p> <p>2021 – 357465,0 тыс. рублей</p>   |
| Индикаторы достижения цели и показатели непосредственных результатов          | <p>По окончании реализации мероприятий Подпрограммы 1 будут достигнуты следующие значения индикаторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уровень обеспеченности местными печатными средствами массовой информации (далее - СМИ) жителей муниципальных образований Нижегородской области к 2021 году составит 100 экз. на тыс. человек;</li> <li>- доля населения Нижегородской области, имеющего возможность принимать трансляцию телеканала на территории Нижегородской области, - 95%.</li> </ul> <p>Показатели непосредственных результатов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количество книг (наименований), издание которых поддержано за счет средств областного бюджета за 2019 - 2021 годы составит 27 экз.;</li> <li>- количество работников редакций средств массовой информации Нижегородской области, повысивших квалификацию за 2018 - 2020 годы составит 1005 чел.;</li> <li>- количество профессиональных творческих конкурсов для журнали-</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>стов печатных и электронных средств массовой информации Нижегородской области за 2018 - 2020 годы составит 9;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производство и выпуск в эфир (аналоговое и кабельное вещание) телепередач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 1 000 000 минут в год;</li> <li>- изготовление и распространение не менее 406 выпусков (номеров) региональных периодических печатных изданий в год;</li> <li>- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего деятельность профессиональных союзов, действующих на территории Нижегородской области;</li> <li>- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего проблемы и потребности инвалидов, семей, имеющих детей инвалидов, многодетных семей, а также пенсионеров, ветеранов труда, ветеранов ВОВ, участников локальных конфликтов;</li> <li>- изготовление и распространение в эфире муниципальными радиоканалами передач, новостных сюжетов и иных форм радиопродукции не менее 65520 минут в год;</li> <li>- изготовление и распространение в эфире муниципальными телеканалами передач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 230880 минут;</li> <li>- размещение информации в сетевом издании не менее 12 000 мегабайт в год</li> </ul> |
|--|---|

### 3.1.2. Текст Подпрограммы 1

#### 3.1.2.1. Характеристика текущего состояния Подпрограммы 1

Государственная информационная политика Нижегородской области является составной частью стратегии социально-экономического развития региона, в основании которой лежит ориентация на улучшение качества жизни населения.

Долгосрочной стратегической целью информационной политики является построение социально ориентированного информационного общества, органичное вхождение области на новом, более высоком уровне в российское и мировое информационное пространство, а также медиаобразование населения. Необходимым условием для этого является создание и развитие единого информационного пространства области. Информационное пространство, в котором протекают процессы информационных взаимодействий и коммуникаций во всех сферах жизнедеятельности общества и публичной власти, представляет собой одну из несущих, опорных конструкций современного государства, и характеризуется средствами массовых коммуникаций (СМК), включающих средства массовой информации (СМИ), книгоиздательство, кинематограф, мультимедийные средства связи, Ин-

тернет.

Единство информационно-коммуникационного пространства определяющим образом влияет на территориальную целостность государства, государственность как таковую. Одной из важнейших задач, решение которой на организационно-технологическом уровне должна обеспечивать инфокоммуникационная инфраструктура, является задача массового информирования. Поэтому традиционные печатные и электронные средства массовой информации являются неотъемлемой составляющей этой инфраструктуры.

Согласно данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (далее - ВЦИОМ) по состоянию на 28 октября 2016 г. СМИ входят в тройку наиболее влиятельных общественных институтов страны. 60,5% опрошенных положительно оценивают работу российских СМИ.

По сравнению с 2006 годом позитивная оценка роли СМИ только растет (тогда ее положительно оценивали 56% опрошенных), что уже само по себе говорит о важности данного направления.

Сегодня на территории Нижегородской области зарегистрированы в установленном порядке и работают свыше 400 областных и районных, печатных и электронных средств массовой информации: 308 печатных (из них газет - 239, журналов - 59, сборников - 6, альманахов - 3, справочников - 1) и 136 электронных (из них 40 телеканалов и 17 телепрограмм, 55 радиоканалов и 10 радиопрограмм, 14 информационных агентств). Кроме того, на территории Нижегородской области работают 16 представительств и корпунктов ведущих федеральных СМИ.

Количество СМИ, учредителем/соучредителем которых выступает Правительство Нижегородской области – 82, из них: 60 газет, в том числе – 51 районных печатных СМИ, 13 телеканалов и телепрограмм, 7 радиоканалов и радиопрограмм, 1 информационное агентство и 1 сетевое издание, в том числе:

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| Областная телерадиокомпания "ННТВ" | Диапазон вещания: Нижний Новгород и Нижегородская область. Зрительская аудитория: 3,5 миллиона человек. Вещание происходит 7 дней в 48 часов в неделю. |
| РИА "Время Н"                      | Средняя посещаемость в будние дни составляет порядка 13,5 тысяч человек. Кроме этого осуществляет выпуск интернет-телевидения "Время Н".               |

|   |  |
|---|--|
| "Земля Нижегородская"                                 | Выходит по пятницам, 20 полос А3, тираж – 13000 экз. (83% тиража реализуется по подписке).   |
| "Нижегородская правда" с рубрикой "Официальный отдел" | Выходит по понедельникам, 8 полос А2, тираж – 1000 экз. (45% тиража реализуется по подписке).  |
| "Голос ветерана"                                      | Выходит по средам в виде вкладки в газету "Нижегородская правда", 24 полосы А3, тираж – 10500 экз. (63% тиража реализуется по подписке). |
| "Нижегородский спорт"                                 | Выходит по средам, 8 полос А3, тираж – 3100 экз. (15% тиража реализуется по подписке).   |
| "Нижегородские новости" ("толстушка")                 | Выходит по средам, 24 полосы А3, тираж – 13000 экз. (26% тиража реализуется по подписке).  |
| "Нижегородские новости" ("официальный отдел")         | Выходит по пятницам, 8 полос А2, тираж – 1000 экз. (48% тиража реализуется по подписке).   |
| "Новое дело. Областной выпуск"                        | Выходит по вторникам, 24 полосы А3, тираж - 19 000 экз. (13% тиража реализуется по подписке).  |
| "Туган Як (Родной край)" газета на татарском языке    | Выходит по пятницам, 12 полос А3, тираж - 3000 экз. (99% тиража реализуется по подписке).  |

Таким образом, информационное пространство области наполнено многочисленными разноплановыми средствами массовой информации, выражающими самые различные точки зрения на те или иные события и явления, которые происходят в мире, России и области.

Специалисты по стратегическому развитию утверждают, что без региональной и муниципальной прессы на этом уровне уже невозможно создание приемлемой для населения стратегии. Именно газета является той площадкой, где местное сообщество может коллективно выработать модель будущего и определить критерии эффективности политики муниципальных органов власти.

Новые условия требуют от издателей печатных СМИ принятия мер по реформированию своих изданий и развитию обратной связи с аудиторией. Но сделать это непросто ввиду отсутствия общего подхода и единства путей решения поставленных задач.

Частичному решению данной задачи было посвящено исследование на тему: "Типология муниципальных информационных пространств в цифровую эпоху и роль местной прессы, как канала обратной связи органов муниципальной власти с населением", которое по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в 2012 году выполнил Фонд развития информационной политики (ФРИП). Исследователи систематизировали медийное пространство восьми муниципальных образований, в том числе и Нижегородской области, репрезента-

тивных с точки зрения поставленных задач (территории определялись по критериям численности и плотности населения, а также с учетом социально-экономических особенностей развития). При этом оказалось, что, в отличие от печатных и традиционных электронных СМИ (ТВ, радио), интернет-ресурсы в абсолютном большинстве муниципальных образований официально СМИ не являются, поскольку не зарегистрированы как таковые, хотя они регулярно размещают новости и другую муниципальную информацию.

Анализ каждого сегмента в отдельности показал, что муниципальные информационные пространства даже в рамках одного региона существенно различаются как по количеству СМИ, так и по объему местной информации, особенностям функционирования и степени влияния на население. Специфику муниципальных медийных пространств в основном определяют особенности территорий, и это четко прослеживается во всех муниципальных образованиях.

Другими словами, насыщенность СМИ и особенности работы местных медиа прямо зависят от статуса муниципального образования (город или сельский район) и, следовательно, от разных информационных запросов сельской или городской аудитории. Причем характерная сегодня конкуренция общественно-политическим печатным СМИ со стороны рекламных изданий, каналов теле-, радиовещания и интернета "перекраивает" муниципальные медийные пространства не всегда.

В сельских районах (городской округ Сокольский Нижегородской области) численностью до 20 тысяч человек при отсутствии рекламных бюджетов речи о "перекройке" медийного пространства нет в принципе. Такие муниципальные образования остаются традиционным полем районных газет и гораздо реже - муниципальных радио- и телестудий. При сохранении тиража (а именно на малых территориях охват местной прессой наиболее высок), выработке собственной стратегии доставки, умелом взаимодействии с аудиторией газета остается лидером общественного мнения и главным источником информации.

Информационные рынки более развитых и населенных территорий (Лысковский район Нижегородской области) с населением до 60 тысяч человек дифференцированы больше. Районная газета и здесь может работать без прямых кон-



курентов, хотя потенциальный приход новых СМИ в таких территориях более вероятен.

В сфере телевизионной, например, чаще появляется альтернатива или дополнение к эфирному вещанию - городские кабельные сети. На территориях с проблемным приемом телесигнала они решают вопрос доступа к региональной, федеральной и местной информации. Правда, не для всех: кабельное ТВ, как правило, смотрят лишь районный центр и его ближайшие окрестности. Эта ситуация характерна не только для телевидения, но и для интернета, и даже прессы, что фактически делит муниципальные информационные пространства на две разные части - районный центр и остальные поселения. Основной территорией распространения и рекламных денег для муниципальных СМИ становится районный центр, где обычно сосредоточено до половины населения муниципального образования, основные производственные и торговые ресурсы.

Принципиально иной выглядит картина медиарынков в городских муниципальных образованиях с населением от 60 тысяч человек и более (города Арзамас, Дзержинск и др.).

Здесь промышленное производство, трудовые ресурсы и торговля уже создают предпосылки для сравнительно активного развития рекламного рынка, появления частных СМИ, особенно рекламно-информационных газет.

Тем самым для местных печатных СМИ (в первую очередь общественно-политических) в таких условиях обостряется проблема сохранения аудитории, активно "перетягиваемой" рекламными изданиями и новыми медиа. Решить ее невозможно без налаженного взаимодействия с аудиторией и поиска новых читателей, в том числе через присутствие издания в интернете.

В целом как традиционные, так и новые виды местных СМИ еще недостаточно активно используют современные виды коммуникаций, предпочитая узкий набор инструментов. При этом интернет не может полноценно заменить ни региональные телекомпании, ни радиостанции, ни тем более печать, которая взаимодействует с населением в офлайне наиболее плодотворно. Вот почему искусственное выталкивание традиционных СМИ из информационного пространства не приносит усиления обратной связи новым медиапроектам, а, наоборот, услож-

няет коммуникацию между органами власти и населением. Тогда как осознанное и целенаправленное использование традиционной прессой возможностей интернета и мобильной связи на постоянной основе представляет реальный путь к увеличению аудитории и вовлечению граждан в обсуждение местной повестки дня.

Уровень проникновения интернета в России разные источники оценивают по-разному – официальные выше, а неофициальные – ниже. По данным Фонда общественного мнения (ФОМ) интернетом в нашей стране по разным причинам ныне не пользуется половина населения. Среди них есть и те, кто не имеет технической или экономической возможности подключиться к сети, и те, кто просто не интересуется новыми технологиями. По экономическим причинам интернет недоступен 67% семей, имеющим доход 12 тыс. руб. в месяц и ниже. Но и среди семей с доходом 45 тыс. руб. и более в месяц интернетом не пользуется 21% (данные из отраслевого доклада "Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2016 год").

Если тиражи большинства региональных общественно-политических газет (изданий общего спроса) за годы российских реформ сократились порой на порядки, то, согласно данным ФРИП, тиражи районных/городских газет в целом остаются стабильными, а количественно муниципальная печать продолжает превалировать в сегменте качественной периодики России.

Согласно "Атласу региональной и муниципальной прессы Российской Федерации" доля таких изданий в структуре общественно-политической прессы регионов по наименованиям составляет 77%, а по тиражу - более 50%. Преобладание муниципальных СМИ характерно как на уровне отдельных территорий, так и всех без исключения федеральных округов. В 53 субъектах России тиражи муниципальных газет составляют от 40% до 88% тиражей всей местной общественно-политической прессы.

Согласно анализу, проведенному управлением информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области, общий разовый тираж муниципальных газет в 2017 году составил более 170 000 экземпляров. В среднем на 1000 человек приходится 131 экземпляр газеты.

Общая ситуация позволяет сделать вывод, что именно региональные, муни-

ципальные и сетевые издания являются основным печатным информационным ресурсом за пределами столиц. Остальная печатная пресса в российских регионах по большей части представляет собой развлекательные, прикладные либо информационно-рекламные издания, а непосредственно федеральных выпусков ежедневных газет в субъектах Российской Федерации, исключая крупные города, реализуются единицы.

Вместе с тем редакции районных СМИ испытывают ряд трудностей в своей деятельности. По-прежнему важным для местных СМИ является вопрос технического и ресурсного обеспечения. Финансовые возможности изданий не позволяют им самостоятельно своевременно обновлять устаревшее и морально изношенное оборудование. Правительство Нижегородской области в рамках своих полномочий оказывает поддержку СМИ в данном вопросе путем закупки и передачи редакциям в связи с юбилейными и иными знаменательными датами современной компьютерной и оргтехники. За последние три года частично обновлена материально-техническая база 56 печатных и электронных СМИ из 82, подведомственных Правительству Нижегородской области.

Еще одним немаловажным вопросом является привлечение в редакционные коллективы молодых и профессиональных кадров. Данная проблема, прежде всего, связана с низким уровнем обеспеченности профессиональными кадрами в сельской местности.

Правительство Нижегородской области проводит ряд мероприятий по повышению квалификации существующих журналистских кадров, среди них: обучающие семинары, тренинги, конференции, мастер-классы с привлечением ведущих региональных и федеральных экспертов.

Безусловно, специфика муниципального образования и качественный состав населения накладывают отпечаток на формат районного СМИ. Но за последний год факт развития и продвижения в 89% изданий муниципальных образований очевиден. Так, в результате проведения обучающих мероприятий во многих печатных изданиях пересмотрена графическая модель, повысилось качество контента за счет жанрового разнообразия, увеличилось число изданий публикуемых в цвете (с 52% в 2012 году до 90% в 2017).

Количество сайтов печатных СМИ увеличивается с каждым годом (по результатам анализа сайтов печатных СМИ муниципальных образований в 2017 году интернет ресурсы имеют более 80% редакций муниципальных газет), но говорить о сайтах как о заметном источнике доходов редакций по-прежнему не приходится. Все затраты на ведение веб-сайта по-прежнему ложатся на доходы от выпуска печатных изданий. В настоящее время Правительство Нижегородской области уделяет особое внимание развитию данного направления и регулярно проводит обучающие мероприятия по данной тематике.

Важнейшей проблемой для государственных СМИ является проблема обеспечения их адекватного экономического положения. По мнению авторов отраслевого доклада "Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2016 год" без бюджетной поддержки очень многие муниципальные и региональные газеты и журналы попросту не смогут выжить, от чего пострадает и информированность граждан, и целостность единого информационного пространства страны. А субъекты Российской Федерации имеют право на собственную информационную политику, и сложившаяся в России система государственной и муниципальной поддержки печатных СМИ соответствует федеральному законодательству.

По мнению агентства "NavasMediaRussia" – медийного подразделения французской рекламно-информационной сети "NavasMediaGroup" в России, развитие отечественного рынка прессы в настоящее время определяют шесть основных тенденций:

1. Оптимизация структуры издательских домов, инфляция и сокращение количества выпускаемых изданий как ответ на кризис. Тенденция выражается в сокращении числа сотрудников редакций и количества выпускаемых изданий, отмене выпуска журналов-двухтомников и специальных (13-х) номеров, переводе части печатных версий изданий в онлайн, расширении практики применения аутсорсинга и т.д.

2. Адаптация издательских домов к требованиям нового законодательства о СМИ. Тенденция вызвана ограничением с 2016 года доли иностранного участия в бизнесе российских СМИ 20% в (требование Федерального закона от 14 октября

2014 г. № 305-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации").

3. Движение издательских домов к прозрачности бизнеса. Данная тенденция заключается в том, что всё большее количество изданий начинают на регулярной основе сертифицировать свои тиражи, хотя общее количество сертифицированных изданий в масштабах страны невелико. По данным российского Бюро тиражного аудита (АВС) в середине марта 2016 г. их насчитывалось всего 731, в том числе 60 федеральных изданий. Между тем, добровольная независимая сертификация тиражей является важным дополнительным инструментом продвижения рекламных возможностей печатных СМИ, так как позволяет обосновывать надежность рекламных инвестиций в прессу, особенно при планировании нестандартных проектов.

4. Развитие контента – ключевая задача современного рынка прессы. Поскольку печатные версии изданий являются лишь одной из форм продвижения контента, то издательские дома в настоящее время активно развивают другие платформы, позволяющие целевым образом доносить информацию до самых разных аудиторий потребителей. С учётом минимального пересечения таких аудиторий, особое значение приобретает кросс-медийное планирование, способное обеспечить существенный прирост качественной аудитории и консолидированный подход издательских холдингов к продаже рекламы.

5. Позитивную динамику потребления прессы в настоящее время показывают только наиболее активные и обеспеченные социально-демографические группы читателей. Данные компании "TNS Gallup Media" свидетельствуют, что пресса как медиа-носитель продолжает оставаться важнейшим каналом коммуникации с активной (25 - 44 лет) и обеспеченной аудиторией. Рост читательской активности показывают такие социальные группы, как менеджеры/владельцы бизнеса и специалисты.

6. Рынок развивается неравномерно, но сегмент качественной и дорогой прессы остаётся стабильным, поэтому рекламодатели предпочитают ключевые издания. Падение спроса на них значительно меньше, чем в целом по рынку, так аудитория этого сегмента считает прессу ключевым медиа. При общем сокраще-

нии рекламных бюджетов рекламодатели предпочитают ключевые издания, так как в условиях кризиса только они могут гарантировать качество контента, надежную систему распространения и своевременность выхода в свет очередных номеров.

В 2017 году Правительством Нижегородской области была проведена оптимизация деятельности СМИ, учредителем которых оно является. Создано государственное автономное учреждение "Нижегородский областной информационный центр" (далее – Учреждение). В него вошли "редакциями-отделами" все печатные СМИ, учредителем которых является Правительство Нижегородской области (за исключением газеты "Туган Як" - по причине удаленности ее размещения и уникальности). Преимуществом такой структуры является возможность экономии средств путем организации единой службы бухгалтерии, кадров, распространения печатных периодических изданий и централизованного снабжения всех редакций оперативной актуальной информацией и рекламой. Кроме того, сами редакции свободно обмениваются информацией и рекламными объявлениями, получают возможность подготовки совместных тематических и целевых выпусков. Но главное, – единое Учреждение позволяет проводить эффективную финансовую, регулируя денежные потоки, используя прибыль, заработанную одной редакцией, для восполнения убытков другой и добиваясь общего положительного эффекта. Учреждение размещено в одном здании, что также привело к экономии денежных трат на аренду помещения. Перед Учреждением поставлена задача по повышению качества, издаваемых СМИ, пересмотру тиражной политики в сторону увеличения, повышения финансовой дисциплины и самостоятельности.

Функции по выпуску средства массовой информации информационного агентства "Время Н" переданы государственному бюджетному учреждению Нижегородской области "НГОТРК "ННТВ" (ГБУ НО "НГОТРК "ННТВ).

Нельзя не коснуться темы поддержки государством книгоиздания, особенно в части некоммерческих и социально значимых проектов. Одной из наших общих задач является сохранение и поддержка самобытного регионального книгоиздания как основы отечественного книгоиздания и культуры в целом. Сохранение при всех обстоятельствах, но тем более в нынешних сложных условиях.

Поддержка книгоиздания в Нижегородской области осуществляется в соответствии с постановлением Правительства Нижегородской области от 14 ноября 2006 г. № 379 "О финансовой поддержке книгоиздания в Нижегородской области".

За последние три года при содействии Правительства Нижегородской области было издано 35 книг социально значимой направленности общим тиражом более 20 тысяч экземпляров. Подавляющая часть тиража данных книг безвозмездно передана в библиотеки города и области, часть направлена в архивы, общественные организации, презентационные фонды.

С учетом вышеизложенного решить задачи развития информационного пространства региона возможно только в рамках программно-целевого подхода. Принятие решения по их реализации позволит улучшить ситуацию в отраслях СМИ и книгоиздания, перераспределить бюджетные средства, снизить издержки, а в перспективе повысить эффективность работы СМИ, до сих пор с трудом адаптирующихся к рыночным условиям.

#### 3.1.2.2. Цели и задачи Подпрограммы 1

Приоритетами государственной политики в сфере реализации Подпрограммы 1 являются формирование информационных направлений и трендов, обеспечивающих широкое и объективное освещение в СМИ деятельности органов исполнительной власти Нижегородской области, социально-экономических преобразований и общественных процессов, происходящих в Нижегородской области, укрепление положительного имиджа Нижегородской области в российском и мировом информационном пространстве, защиту национальных интересов государства, а также создание условий для дальнейшего эффективного функционирования государственных СМИ, составляющих основу регионального медийного поля.

Целью Подпрограммы 1 является создание и развитие в Нижегородской области системы единого информационного пространства, соответствующего интересам и потребностям населения области, а также содействие в формировании благоприятного имиджа Нижегородской области посредством проведения целе-

направленной информационной политики Правительства Нижегородской области.

Для достижения указанной цели решаются следующие задачи:

- всестороннее информационное освещение социально-экономического и общественно-политического развития Нижегородской области. Обеспечение жителей Нижегородской области достоверной социально значимой информацией;
- создание благоприятных условий для функционирования государственного информационного ресурса средств массовой информации в Нижегородской области. Оказание поддержки по обеспечению бесперебойного выхода средств массовой информации;
- создание благоприятных условий для развития книгоиздания в Нижегородской области;
- распространение и пропаганда журналистского опыта, поддержка творчества молодых журналистов, повышение уровня квалификации журналистских кадров Нижегородской области.

### 3.1.2.3. Сроки и этапы реализации Подпрограммы 1

Подпрограмма 1 реализуется в 2019 - 2021 годах в один этап.

### 3.1.2.4. Перечень основных мероприятий Подпрограммы 1

В рамках Подпрограммы 1 реализуются следующие основные мероприятия.

Основное мероприятие 1.1: Организация информирования населения Нижегородской области о деятельности органов государственной власти, а также по вопросам, имеющим большую социальную значимость.

Ожидаемым результатом реализации данного мероприятия является доведение до населения через СМИ социально значимой информации. Укрепление положительного имиджа Нижегородской области в информационном пространстве России и за рубежом.

Основное мероприятие 1.2: Предоставление бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой инфор-



мации.

Основное мероприятие 1.3: Предоставление государственным учреждениям Нижегородской области субсидий на выполнение государственного задания на осуществление издательской деятельности, производство и выпуск сетевого издания, производство и распространение телепрограмм, а также субсидий на иные цели.

Основное мероприятие 1.4: Предоставление субсидий на оказание государственной финансовой поддержки средствам массовой информации Нижегородской области.

Ожидаемым результатом реализации данных мероприятий (1.2, 1.3, 1.4) является: доведение до населения через СМИ социально значимой информации; сохранение и развитие государственного информационного ресурса Нижегородской области, укрепление конкурентоспособности государственных СМИ; обеспечение права жителей Нижегородской области на получение информации через государственные средства массовой информации.

Основное мероприятие 1.5: Предоставление субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием литературных произведений.

Ожидаемым результатом реализации данного мероприятия является издание в Нижегородской области социально значимой литературы для дальнейшего распространения основной части тиража на безвозмездной основе среди библиотечных, школьных, архивных, общественных организаций и в презентационные фонды.

Основное мероприятие 1.6: Проведение методических и обучающих семинаров для работников средств массовой информации Нижегородской области; организация и/или участие в профессиональных медийных и книжных выставках, фестивалях, презентациях и иных мероприятиях; проведение творческих журналистских конкурсов для представителей областных и районных средств массовой информации; поощрение редакций подведомственных средств массовой информации в связи с юбилейными и знаменательными датами.

Ожидаемым результатом реализации данного мероприятия является повышение профессионального уровня журналистов; стимулирование региональных

СМИ к объективному освещению социально-экономических преобразований и общественных процессов в Нижегородской области.

Основное мероприятие 1.7: Информационное обеспечение деятельности Губернатора и Правительства Нижегородской области.

Сведения об основных мероприятиях Подпрограммы отражены в таблице 1.

### 3.1.2.5. Индикаторы достижения цели и непосредственные результаты реализации Подпрограммы 1

По окончании реализации мероприятий Подпрограммы 1 будут достигнуты следующие значения индикаторов:

- уровень обеспеченности местными печатными средствами массовой информации (далее - СМИ) жителей муниципальных образований Нижегородской области к 2021 году составит 100 экз. на тыс. человек;

- доля населения Нижегородской области, имеющего возможность принимать трансляцию телеканала на территории Нижегородской области, - 95%.

Показатели непосредственных результатов:

- количество книг (наименований), издание которых поддержано за счет средств областного бюджета за 2019 - 2021 годы составит 27 изданий;

- количество работников редакций средств массовой информации Нижегородской области, повысивших квалификацию за 2019 - 2021 годы составит 1005 чел.;

- количество профессиональных творческих конкурсов для журналистов печатных и электронных средств массовой информации Нижегородской области за 2019 - 2021 годы составит 9;

- производство и выпуск в эфир (аналоговое и кабельное вещание) телепередач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 1 000 000 минут в год;

- изготовление и распространение не менее 406 выпусков (номеров) региональных периодических печатных изданий в год;

- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего деятельность профессиональных союзов, действующих

на территории Нижегородской области;

- изготовление и распространение не менее одного средства массовой информации, освещающего проблемы и потребности инвалидов, семей, имеющих детей инвалидов, многодетных семей, а также пенсионеров, ветеранов труда, ветеранов ВОВ, участников локальных конфликтов;

- изготовление и распространение в эфире муниципальными радиоканалами передач, новостных сюжетов и иных форм радиопродукции не менее 65520 минут в год;

- изготовление и распространение в эфире муниципальными телеканалами передач, новостных сюжетов и иных форм телевизионной продукции не менее 230880 минут;

- размещение информации в сетевом издании не менее 12000 мегабайт в год.

Информация о составе и значениях индикаторов и непосредственных результатов приведена в таблице 2.

#### 3.1.2.6. Меры правового регулирования Подпрограммы 1

Сведения об основных мерах правового регулирования приведены в таблице 3 Программы.

#### 3.1.2.7. Предоставление субсидий из областного бюджета бюджетам муниципальных районов и городских округов области

Предоставление субсидий из областного бюджета бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на реализацию муниципальных программ в целях реализации настоящей подпрограммы не предусмотрено.

Сотрудничество с бюджетами муниципальных районов и городских округов области осуществляется в рамках реализации основного мероприятия 1.2 "Выделение субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации".

Выделение субсидий на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации осуществляется на основании постановления Правительства Нижегородской области от 11 января 2018 г. № 9 "О порядке предоставления, распределения и расходования за счет средств областного бюджета субсидий бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации". Положение о порядке предоставления, распределения и расходования за счет средств областного бюджета субсидий бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации (далее – Положение), утвержденное данным постановлением, устанавливает порядок распределения и предоставления за счет средств областного бюджета субсидий бюджетам муниципальных районов и городских округов Нижегородской области на оказание частичной финансовой поддержки районных (городских) средств массовой информации (далее - субсидия), а также определяет цели и условия предоставления и расходования субсидий, критерии отбора муниципальных районов и городских округов Нижегородской области (далее - муниципальные образования) для предоставления указанных субсидий. Субсидии рассчитываются в соответствии с методикой, установленной Положением.

Субсидии предоставляются бюджетам муниципальных образований в пределах средств, предусмотренных на указанные цели законом об областном бюджете на очередной финансовый год и на плановый период в соответствии со сводной бюджетной росписью областного бюджета в пределах бюджетных ассигнований и лимитов бюджетных обязательств. Предоставление субсидий осуществляется на основании соглашения, заключенного между управлением информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области и администрацией муниципального образования (далее - Соглашение о предоставлении субсидии) после подтверждения органами местного самоуправления муниципального образования соответствующего объема софинансирования расходов на финансовую поддержку средств массовой информа-

ции из местных бюджетов.

Доля областного бюджета в общем объеме средств на обеспечение бесперебойного выхода средств массовой информации устанавливается исходя из возможностей доходной части областного бюджета.

Общий объем финансовых средств из областного бюджета на реализацию данного мероприятия Подпрограммы 1 за весь период реализации составит 303 387,9 тыс. рублей.

Общий объем финансовых средств из муниципальных бюджетов за весь период реализации составит 76 196,4 тыс. рублей.

#### 3.1.2.8. Обоснование объема финансовых ресурсов, необходимых для реализации Подпрограммы 1

Расходы на реализацию Подпрограммы 1 в целом осуществляются в пределах доведенных лимитов бюджетных обязательств в соответствии с законом Нижегородской области об областном бюджете на соответствующий финансовый год и на плановый период.

Объем финансового обеспечения реализации Подпрограммы 1 за счет средств областного бюджета за весь период ее реализации составляет 1070551,0 тыс. рублей.

Общий объем финансовых средств из муниципальных бюджетов за весь период реализации составит 76196,4 тыс. рублей.

Ресурсное обеспечение реализации Подпрограммы 1 и прогнозная оценка расходов на реализацию Программы за счет всех источников представлены в таблицах 4, 5.

#### 3.1.2.9. Анализ рисков реализации Подпрограммы 1

Основными внешними факторами, негативно влияющими на реализацию Подпрограммы 1, могут явиться:

- отсутствие финансирования (неполное финансирование) Подпрограммы 1 из областного и местных бюджетов;
- изменение федерального законодательства.

В качестве механизмов минимизации негативного влияния внешних факторов предполагается:

- подготовка предложений, направленных на финансирование мероприятий Программы в полном объеме, и оперативная разработка и принятие соответствующих нормативных правовых актов Нижегородской области;
- оперативное реагирование на изменение федерального законодательства.

3.2. Подпрограмма 2  
"Обеспечение реализации государственной программы"  
(далее - Подпрограмма 2)

Паспорт Подпрограммы 2

|   |  |
|---|--|
| Государственный заказчик - координатор Подпрограммы                           | Управление информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области  |
| Соисполнители Подпрограммы  | нет  |
| Цель Подпрограммы   | создание управленческой структуры, обеспечивающей эффективную реализацию Программы   |
| Задачи Подпрограммы   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- создание благоприятных условий развития средств массовой информации, массовых коммуникаций, полиграфии, книгоиздания, услуг связи на территории Нижегородской области;</li> <li>- координация и контроль в случаях, предусмотренных законодательством Нижегородской области, деятельности органов исполнительной власти, органов местного самоуправления Нижегородской области в сферах, подведомственных управлению;</li> <li>- организация освещения хода и результатов реализации государственных программ;</li> <li>- формирование и продвижение положительного имиджа Нижегородской области в Российской Федерации и за рубежом посредством региональных, федеральных и зарубежных средств массовой информации;</li> <li>- организация единого информационного пространства</li> </ul> |
| Этапы и сроки реализации Подпрограммы   | 2019 - 2021 годы без разделения на этапы   |
| Объемы бюджетных ассигнований Подпрограммы за счет средств областного бюджета | <p>всего по Подпрограмме на 2019 - 2021 годы – 54901,8 тыс. рублей, в том числе по годам:</p> <p>2019 – 18300,6 тыс. рублей;</p> <p>2020 – 18300,6 тыс. рублей;</p> <p>2021 – 18300,6 тыс. рублей.</p>   |
| Индикаторы достижения цели и показатели непосредственных результатов          | - уровень укомплектованности управления информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области штатными единицами - 100%   |

Аналитическое распределение средств областного бюджета  
Подпрограммы 2 "Обеспечение реализации государственной  
программы" по подпрограммам (тыс. руб.)

| Статус                         | Наименование государственной программы, подпрограммы государственной программы | Код бюджетной классификации |        |            |     | Расходы (тыс. руб.), годы |         |         |
|--------------------------------|--|-----------------------------|--------|------------|-----|---------------------------|---------|---------|
|                                |  | ГРБС                        | РзПр   | ЦСР        | ВР  | 2019                      | 2020    | 2021    |
| 1                              | 2  | 3                           | 4      | 5          | 6   | 7                         | 8       | 9       |
| Подпро-<br>про-<br>грамма<br>2 | "Обеспечение реализации государственной программы"                             | 262                         | Всего: |            |     | 18300,6                   | 18300,6 | 18300,6 |
|                                |  | 262                         | 1204   | 3320100190 | 100 | 17675,0                   | 17675,0 | 17675,0 |
|                                |  | 262                         | 1204   |            | 200 | 620,6                     | 620,6   | 620,6   |
|                                |  | 262                         | 1204   |            | 800 | 5,0                       | 5,0     | 5,0     |

#### 4. Оценка планируемой эффективности государственной программы

Оценка эффективности реализации Программы осуществляется управлением информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области по итогам реализации Программы и оценки результативности Программы на основании данных, представленных исполнителями мероприятий Подпрограмм.

Организация информирования населения Нижегородской области о деятельности органов государственной власти, а также по вопросам, имеющим большую социальную значимость позволит регулярно доводить до населения через СМИ социально значимой информации, укреплять положительный имидж Нижегородской области в информационном пространстве России и за рубежом.

Финансовая поддержка региональных и муниципальных средств массовой информации позволит сохранять и развивать государственный информационный ресурс Нижегородской области, обеспечить права жителей Нижегородской области на получение информации через государственные средства массовой информации.

Обеспечение средств массовой информации Нижегородской области подго-

товленными и профессиональными сотрудниками приведет к повышению качества информации, предоставляемой населению региона.

Предоставление субсидий на финансирование расходов, связанных с изданием социально значимых книг, позволит заинтересовать нижегородские издательства в увеличении выпуска историко-краеведческой, военно-патриотической и образовательно-просветительской литературы, которая не вышла бы в свет по причине низкой рентабельности, а также будет способствовать формированию имиджа Нижегородской области как региона высокой книжной культуры.

Уровень укомплектованности управления информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области профессиональными, обученными и опытными сотрудниками обеспечит качественную и бесперебойную работу по реализации Программы. Постоянное, плановое повышение квалификации, должностной рост государственных гражданских служащих, увеличение заработной платы существенно повысят привлекательность государственной службы.

#### Список используемых сокращений:

ГКУ НО "Пресс-служба Правительства Нижегородской области" - государственное казенное учреждение Нижегородской области "Пресс-служба Правительства Нижегородской области";

Управление информационной политики - управление информационной политики и взаимодействия со средствами массовой информации Нижегородской области.

---