

Қазақстан Республикасының Мәдениет және  
ақпарат министрлігіПриказ и.о. Министра культуры и  
информации Республики  
Казахстан от 6 ноября 2024 года №  
526-НК. Зарегистрирован в  
Министерстве юстиции  
Республики Казахстан 8 ноября  
2024 года № 35349Министерство культуры и информации  
Республики Казахстан

## Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне

В соответствии с пунктом 2 статьи 31 Закона Республики Казахстан «О  
масс-медиа», **ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне согласно приложению 1 к настоящему приказу.
2. Признать утратившими силу некоторые приказы согласно приложению 2 к настоящему приказу.
3. Комитету информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан в установленном законодательством Республики Казахстан порядке обеспечить:
  - 1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;
  - 2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства культуры и информации Республики Казахстан после его официального опубликования;
  - 3) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан представление в Юридический департамент Министерства культуры и



QR-код содержит данные ЭЦП должностного лица РГП на ПХВ «ИЗПИ»



QR-код содержит ссылку на  
данный документ в ЭКБ НПА РК

---

информации Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1) и 2) настоящего пункта.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра культуры и информации Республики Казахстан.

5. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

**исполняющий обязанности министра культуры и информации  
Республики Казахстан**

**К.  
Искаков**

«СОГЛАСОВАНО»

Министерство финансов  
Республики Казахстан

**Приложение 1 к приказу  
исполняющий обязанности министра  
культуры и информации  
Республики Казахстан  
от 6 ноября 2024 года  
№ 526-НК**

**Правила размещения государственного заказа по проведению  
государственной информационной политики на региональном уровне**

**Глава 1. Общие положения**

1. Настоящие Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне (далее – Правила) разработаны в соответствии с пунктом 2 статьи 31 Закона Республики Казахстан «О масс-медиа» (далее – Закон) и определяют порядок размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне.

2. В настоящих Правилах используются следующие понятия:

1) уполномоченный орган в области масс-медиа (далее – уполномоченный орган) – центральный исполнительный орган, осуществляющий государственное регулирование в области масс-медиа;

2) государственный заказ по проведению государственной информационной политики на региональном уровне (далее – региональный заказ) – заказ на оказание услуг за счет бюджетных средств по проведению государственной информационной политики на региональном уровне;

3) синопсис – изложение содержания проекта (в пределах одной страницы), отражающее его оригинальный замысел и идейность, а также соответствие тематическому направлению (идеологической задаче) и аудиторным показателям претендента;

4) претендент – физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность или юридическое лицо, подавшее заявку на выполнение государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне.

## **Глава 2. Порядок размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне**

3. Региональный заказ предоставляется следующим видам субъектов:

- 1) периодическим печатным изданиям;
- 2) теле-, радиоканалам;
- 3) интернет-изданиям.

4. Организатором размещения регионального заказа, является местный исполнительный орган области, города республиканского значения и столицы (далее – организатор).

5. Организатор размещает единый региональный заказ по области для местных исполнительных органов района (города областного значения), города районного значения.

6. Организатором создается Региональная комиссия по вопросам государственной информационной политики (далее – Региональная комиссия), деятельность которой осуществляется согласно типовому положению, утверждаемому уполномоченным органом в соответствии с подпунктом 12) пункта 15 Положения о Министерстве культуры и информации Республики Казахстан, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 4 октября 2023 года № 866.

7. Организатор формирует на основании предложений заинтересованных государственных органов и организаций единый перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год, и ежегодно не позднее 20 ноября направляет их на рассмотрение Региональной комиссии.

Местные исполнительные органы района (города областного значения), города районного значения направляют организатору предложения ежегодно до 10 октября.

8. Региональная комиссия на основании предложений организатора, ежегодно до 20 декабря направляет перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год для рассмотрения Республиканской комиссии по вопросам государственной информационной политики (далее – Республиканская комиссия).

9. Республиканская комиссия ежегодно, до 25 декабря рассматривает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год и вырабатывает предложения по актуализации перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне приоритетными направлениями государственной информационной политики и его соответствия перечню тематических направлений государственной информационной политики на республиканском уровне.

10. Региональная комиссия при получении предложений по перечню тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне вносит в него изменения и ежегодно, до 10 января утверждает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на предстоящий календарный год, и направляет в уполномоченный орган копию утвержденного перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне.

11. Региональная комиссия в течение календарного года с учетом приоритетных направлений государственной информационной политики Республики Казахстан вносит предложения по внесению изменений в перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на рассмотрение Республиканской комиссии.

12. Республиканская комиссия со дня получения предложений в течение десяти рабочих дней рассматривает перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне и вырабатывает предложения.

13. Региональная комиссия при получении предложений по перечню тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне в течение пяти рабочих дней со дня получения вносит изменения в перечень тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне, и направляет в уполномоченный орган копию утвержденного перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне.

14. Организатор размещает на своем интернет-ресурсе информационное сообщение о проведении размещения регионального заказа по форме, согласно приложению 1 к настоящим Правилам, с приложением тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне за одиннадцать рабочих дней до дня его проведения.

15. Для участия в региональном заказе претендент в течение десяти рабочих дней со следующего дня размещения информационного сообщения до 17:00 часов представляет заявку на участие в региональном заказе, согласно приложению 2 к настоящим Правилам, а также перечень документов для участия в региональном заказе, согласно приложению 3 к настоящим Правилам.

Претендентом обеспечивается подлинность и достоверность приложенных документов.

16. Конверт с заявкой на участие в региональном заказе, представленный после истечения установленного срока, не вскрывается. При указании на конверте с заявкой на участие в региональном заказе информации о подавшем ее лице, а также почтовый адрес, данная заявка на участие в региональном заказе возвращается организатором претенденту.

Конверт с заявкой на участие в региональном заказе, представленный без указания полного наименования и почтового адреса претендента не вскрывается.

17. Организатор:

1) принимает конверты с заявками на участие в региональном заказе;

2) обеспечивает возврат заявки на участие в региональном заказе, при ее отзыве до истечения окончательного срока представления заявок на участие в региональном заказе.

18. До истечения срока приема заявок на участие в региональном заказе, принятые заявки на участие в региональном заказе отзываются в письменном виде. Уведомление об отзыве заявки на участие в региональном заказе оформляется в виде произвольного заявления на имя организатора на региональном уровне, подписанного претендентом и скрепленного печатью (при ее наличии).

19. Отзыв заявки на участие в региональном заказе после истечения срока их представления не допускается.

20. При получении конвертов с заявками на участие в региональном заказе в срок и месте, указанном в информационном сообщении о проведении размещения регионального заказа, Региональная комиссия с использованием аудио и/или видео фиксации вскрывает конверты с заявками на участие в региональном заказе и оформляет протокол вскрытия.

21. Протокол вскрытия конвертов с заявками на участие подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

Протокол вскрытия конвертов с заявками содержит следующие сведения:

- 1) дату, время и место проведения заседания Региональной комиссии;
- 2) количественный состав Региональной комиссии, наличие кворума;
- 3) полное наименование, адреса претендентов, предоставивших заявки в установленные сроки.

22. В течение трех рабочих дней со дня подписания протокола вскрытия, заявка на участие в региональном заказе и перечень документов для участия в региональном заказе проверяются на соответствие приложениям 2 и 3 к настоящим Правилам.

Протокол предварительного допуска к участию в региональном заказе подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

23. При несоответствии заявки на участие в региональном заказе и перечня документов для участия в региональном заказе приложениям 2 и 3 к настоящим Правилам, организатор направляет в течение двух рабочих дней со дня подписания протокола предварительного допуска уведомление с приложением выписки из протокола предварительного допуска на электронный адрес претендента, указанный в заявке.

Претендент предоставляет доработанную заявку и перечень документов согласно уведомлению в течение трех рабочих дней со дня его получения.

24. Изменения и (или) дополнения к представленной ранее заявке и перечню документов для участия в региональном заказе, не указанных в уведомлении, не вносятся.

25. Организатор принимает в течение двух рабочих дней со дня получения уведомления доработанную претендентом заявку на участие и перечень документов, а также предоставляет на рассмотрение Региональной комиссии.

При недоработке заявки и перечня документов по уведомлению, заявка и перечень документов возвращаются претенденту.

26. При соответствии заявок на участие в региональном заказе и перечня документов для участия в региональном заказе приложениям 2 и 3 к настоящим Правилам, протокол предварительного допуска на участие в региональном заказе не оформляется.

27. При получении доработанной претендентом заявки на участие в региональном заказе и перечня документов для участия в региональном заказе Региональная комиссия формирует не позднее двух рабочих дней протокол допуска к участию в региональном заказе, в котором определяет претендентов, допущенных на участие в региональном заказе, предоставивших заявку на участие в региональном заказе и перечень документов для участия в региональном заказе, установленных в приложении 2 и 3 к настоящим Правилам, и не допущенных по основанию, указанному в части второй пункта 25 настоящих Правил.

28. Протокол допуска к участию в региональном заказе подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.



29. Региональная комиссия не позднее десяти рабочих дней со дня оформления протокола допуска к участию в региональном заказе на заседании оценивает претендентов регионального заказа по балльной оценке для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-изданий на выполнение регионального заказа:

- 1) для областей согласно приложению 4 к настоящим Правилам;
- 2) для городов республиканского значения, столицы согласно приложению 5 к настоящим Правилам.

30. Решающим критерием для определения победителя является творческое предложение претендентов регионального заказа в соответствии с балльной оценкой для определения телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, интернет-изданий на выполнение регионального заказа:

- 1) для областей согласно приложению 4 к настоящим Правилам;
- 2) для городов республиканского значения, столицы согласно приложению 5 к настоящим Правилам.

Несоответствие творческого предложения заявленным тематическим направлениям являются основанием для отказа в получении регионального заказа.

31. По результатам балльной оценки Региональной комиссией объемы регионального заказа по одному тематическому направлению распределяются одному и/или одновременно нескольким претендентам.

Региональный заказ среди периодических печатных изданий и интернет-изданий распределяется между победителями одного тематического направления согласно балльной оценке в процентном соотношении от набранных баллов каждого победителя.

32. По результатам рассмотрения заявок на участие в региональном заказе в срок не позднее десяти рабочих дней со дня оформления протокола допуска оформляется предварительный протокол итогов и подписывается на заседании председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

Организатор направляет претендентам, не получившим региональный заказ, уведомление на электронный адрес претендента, указанный в заявке на участие в

региональном заказе, с указанием причин отказа в предоставлении регионального заказа с приложением выписки из предварительного протокола итогов не позднее чем за три рабочих дня до формирования протокола итогов.

33. Претенденты в срок не позднее двух рабочих дней со дня получения уведомления представляют возражения к предварительному протоколу итогов на электронный адрес, с которого ранее было направлено уведомление.

34. Организатор направляет на рассмотрение Республиканской комиссии заявки на участие в региональном заказе с приложением творческого предложения претендентов и выписку из предварительного протокола итогов не позднее чем за три рабочих дня до формирования протокола итогов.

35. Республиканская комиссия рассматривает представленные документы и не позднее двух рабочих дней со дня получения их документов направляет соответствующие рекомендации по заявкам на участие в региональном заказе и творческим предложениям в соответствии с подпунктом 2) пункта 3 статьи 32 Закона.

36. При наличии возражений к предварительному протоколу итогов, в срок не позднее одного рабочего дня Региональной комиссией принимается одно из следующих решений:

1) вносятся изменения и (или) дополнения в протокол итогов, при поступлении от претендентов обоснованных возражений к предварительному протоколу итогов;

2) отклоняются возражения к предварительному протоколу итогов с указанием обоснований и причин их отклонения.

37. В срок не позднее одного рабочего дня со дня принятия решения оформляется окончательный протокол итогов.

При наличии рекомендаций Республиканской комиссии к предварительному протоколу итогов в срок не позднее пяти рабочих дней Региональной комиссией учитываются указанные рекомендации в окончательном протоколе итогов.

38. Протокол итогов подписывается на заседании Региональной комиссии председателем и присутствующими членами Региональной комиссии.

39. По итогам решения Региональной комиссии с победителями регионального заказа местными исполнительными органами области, городов республиканского значения, столицы, района (города областного значения), города районного значения заключаются договора на проведение регионального заказа в течение десяти рабочих дней со дня подписания протокола итогов.

При не заключении договора на проведение регионального заказа до 1 января следующего года действие договора продлевается на срок не более двух месяцев в объеме, не превышающем одной четвертой от годовой выделенной суммы на размещение регионального заказа на текущий финансовый год.

40. Региональный заказ признается неразмещенным по одному из следующих оснований:

- 1) отсутствие представленных заявок на участие в региональном заказе;
- 2) если к участию в региональном заказе не допущен ни один претендент.

41. При признании регионального заказа неразмещенным, организатор осуществляет повторное размещение регионального заказа согласно пункту 14 настоящих Правил.

**Приложение 1**  
**к Правилам размещения**  
**государственного заказа по**  
**проведению государственной**  
**информационной политики**  
**на региональном уровне**

**Форма**

**Информационное сообщение о проведении размещения регионального заказа**

(полное наименование организатора)

объявляет о проведении размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне среди \_\_\_\_\_ (наименование субъекта).

Конверты с заявками на участие в региональном заказе направляются по адресу \_\_\_\_\_

(указать полный адрес организатора), канцелярия \_\_\_\_\_ принимает до \_\_\_\_\_ часов \_\_\_\_\_ года.

Конверты с заявками на участие в региональном заказе вскрываются в \_\_\_\_\_ (указать время и дату) по следующему адресу: \_\_\_\_\_ (указать полный адрес).

Претендент представляет заявку на участие в региональном заказе с перечнем документов организатору в прошитом виде с пронумерованными страницами, и последняя страница заверяется его подписью и печатью (при ее наличии) в запечатанном конверте, скрепленном печатью (при ее наличии), не позволяющем просматривать содержание заявки на участие в региональном заказе до вскрытия, на лицевой стороне которого должны быть указаны полное наименование и почтовый адрес претендента, полное наименование и почтовый адрес организатора, наименование заказа, а также текст следующего содержания: «НА ЗАКАЗ (указать наименование заказа) СРЕДИ (указать наименование субъекта)» и «НЕ ВСКРЫВАТЬ ДО: (указать дату и время вскрытия заявок на участие в региональном заказе)».

---

Заявки на участие в региональном заказе, направленные после истечения срока приема, указанного в информационном сообщении, не принимаются на рассмотрение комиссии.

В соответствии с пунктом 15 Правил для участия необходимо подать заявку в соответствии с приложением 2 к Правилам размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне. К заявке на участие в региональном заказе прилагается перечень документов согласно приложению 3 к Правилам размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне.

**Приложение 2**  
**к Правилам размещения**  
**государственного заказа по**  
**проведению государственной**  
**информационной политики**  
**на региональном уровне**

**Форма**

**Заявка на участие в региональном заказе \_\_\_\_\_**

1. Полное наименование (для юридических лиц) \фамилия, имя, отчество  
(при его  
наличии) (для физических лиц):

\_\_\_\_\_;

2. Место нахождения:

\_\_\_\_\_;

3. Номер телефона (факса):

\_\_\_\_\_;

4. Наименование средства массовой информации (периодическое печатное  
издание,

теле-, радиоканал, интернет-издание):

\_\_\_\_\_.

5. Копия свидетельства о постановке на учет или переучет средства  
массовой информации:

(для периодических печатных изданий, теле-, радиоканалов, интернет-  
издание):

\_\_\_\_\_

6. Копия свидетельства о постановке на регистрационный учет по налогу  
на добавленную стоимость (если претендент является плательщиком налога  
на добавленную стоимость).

7. Наименование тематического направления, на которое подана заявка на  
участие в региональном заказе

---

## 8. Электронный адрес

---

---

фамилия, имя, отчество (при его наличии) подпись

место для печати (при ее наличии)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение 3**  
**к Правилам размещения**  
**государственного заказа по**  
**проведению государственной**  
**информационной политики**  
**на региональном уровне**

**Перечень документов для участия в региональном заказе**

1. Для телеканалов к заявке на участие в региональном заказе прилагаются:
  - 1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания телеканала на территории областей, городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного и/или цифрового эфирного телерадиовещания и/или операторов телерадиовещания;
  - 2) портфолио по произведенной аудиовизуальной продукции в виде презентации на бумажном носителе;
  - 3) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);
  - 4) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и перечнем собственной продукции) об еженедельном объеме вещания контента собственного производства (за последние два квартала), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);
  - 5) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-издания, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);



б) справка о наличии не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и перечнем продукции) об ежедневном объеме регионального контента (за последний месяц), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии), региональным контентом является освещение деятельности административно-территориальной единицы, где была подана заявка;

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

Творческое предложение по новостным сюжетам включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

2. Для радиоканалов к заявке на участие в региональном заказе прилагаются:

1) подтверждающее письмо национального оператора Республики Казахстан в области телерадиовещания об организации вещания радиоканала на территории областей, городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного телерадиовещания;

2) при отсутствии договора с национальным оператором Республики Казахстан в области телерадиовещания подтверждающий документ от претендента об использовании присвоенных частот, которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-издания, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) портфолио по произведенной аудио продукции в виде презентации на бумажном носителе;

6) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям и краткую информацию о проекте и синопсис. Краткая информация о проекте – информация, включающая в себя тему, посыл, жанр, хронометраж, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

Творческое предложение по новостным сюжетам включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, язык производства, аудиторию потребления, а также наличие опыта производства подобного проекта и описание масштаба его будущего продвижения, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

3. Для периодических печатных изданий к заявке на участие в региональном заказе прилагаются:

1) для газет справка с типографии о количестве выпущенного тиража за последний месяц с указанием тиража каждого номера, для журналов справка с типографии о количестве выпущенного тиража за последний квартал с указанием тиража каждого номера;

2) справка о периодичности выпуска периодического печатного издания за последний месяц, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) справка о наличии у газеты не менее одного аккаунта в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие интернет-издания периодического печатного издания, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) справка о наличии либо отсутствии журналом аккаунтов в социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

6) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

7) подтверждающее письмо (с процентным соотношением и экземплярами каждого выпуска номеров газет) об объеме регионального контента в выпускаемой продукции газет (за последний месяц), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии), региональным контентом является освещение деятельности административно-территориальной единицы, где была подана заявка;

8) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

4. Для интернет-изданий к заявке на участие в региональном заказе прилагаются:

1) подтверждающий документ о количестве уникальных пользователей за последний месяц со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

2) документ, подтверждающий наличие либо отсутствие мобильного приложения интернет-издания со специального веб-ресурса, который удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

3) штатное расписание сотрудников с указанием должностей с выделением количественного состава сотрудников технического, творческого и/или журналистского блоков (в совокупности), которое удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

4) справка о наличии либо отсутствии произведенной видеопродукции за последний год с указанием ссылки о ее размещении на собственном интернет-издании, с приложением произведенной видеопродукции на сменном носителе (флеш-карты, CD, DVD и HDD диски), которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

5) справка о наличии не менее двух аккаунтов в разных социальных сетях с указанием подписчиков и приложением скриншотов социальных сетей, которая удостоверяется подписью первого руководителя претендента или лицом, его замещающим и печатью (при ее наличии);

б) творческие предложения по тематическим направлениям, включают в себя проект исполнения услуг согласно тематическим направлениям, описывающий способы публикаций, разножанровость, в том числе актуальные формы и способы подачи информации, оформление и содержание творческого предложения определяется претендентом самостоятельно.

**Приложение 4**  
**к Правилам размещения**  
**государственного заказа по**  
**проведению государственной**  
**информационной политики**  
**на региональном уровне**

**Балльная оценка для определения телеканалов на оказание**  
**государственного заказа по проведению государственной информационной**  
**политики для областей**

Таблица 1

| №   | Критерий   | Оценка                     |                                    |
|---|--|----------------------------|------------------------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |  |                            |                                    |
| 1   | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 10-ти человек - 1  |                                    |
|   |  | от 11 до 20-ти человек - 2 |                                    |
|   |  | от 21 до 30-ти человек - 3 |                                    |
|   |  | от 31 до 40 человек - 4    |                                    |
|   |  | от 41 человек и выше - 5   |                                    |
| 2   | Еженедельный объем вещания контента собственного производства  | от 1% до 20% - 1           |                                    |
|   |  | от 21% до 30% - 2          |                                    |
|   |  | от 31% до 40% - 3          |                                    |
|   |  | от 41% до 50% - 4          |                                    |
|   |  | от 51% и выше - 5          |                                    |
| 3   | Произведенная аудиовизуальная продукция  | Телесериалы                | от 1 до 3 – 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Документальные фильмы      | от 1 до 3 - 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Программы                  | от 1 до 3 – 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Видеоролики                | от 1 до 10 – 1<br>от 11 и выше - 2 |
| 4   | Интернет-издание телеканала  | нет - 0                    |                                    |
|   |  | есть - 1                   |                                    |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 5 | Количество подписчиков аккаунта социальной сети                                     | от 1 до 10 000 подписчиков - 1  |
|   |   | от 10 001 до 20 000 подписчиков - 2   |
|   |   | от 20 001 до 30 000 подписчиков - 3   |
|   |   | от 30 001 до 40 000 подписчиков - 4   |
|   |   | от 40 001 до 50 000 подписчиков - 5   |
|   |   | от 50 001 до 60 000 подписчиков - 6   |
|   |   | от 60 001 до 70 000 подписчиков - 7   |
|   |   | от 70 001 до 80 000 подписчиков - 8   |
|   |   | от 80 001 до 90 000 подписчиков - 9   |
|   |   | от 90 001 подписчиков и выше - 10   |
| 6 | Ежедневный объем регионального контента   | от 1% до 20% - 1  |
|   |   | от 21% до 30% - 2   |
|   |   | от 31% до 40% - 3   |
|   |   | от 41% до 50% - 4   |
|   |   | от 51% и выше - 5   |
| 7 | Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудиовизуальной продукции? | плохо - 0<br>не удовлетворительно - 1<br>удовлетворительно - 2<br>хорошо - 3<br>отлично - 4 |

**Примечание:**

В пункте 2 при наличии различного еженедельного объема вещания контента собственного производства в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последние два квартала.

В пункте 3 произведенная аудиовизуальная продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии опыта произведенной аудиовизуальной продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 3 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 5 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 6 при наличии различного ежедневного объема регионального контента в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последний месяц.

### Балльная оценка для определения радиоканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей

Таблица 2

| №   | Критерий  | Оценка                            |               |
|---|---|-----------------------------------|---------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |   |                                   |               |
| 1   | Охват вещания радиоканала на территории областей посредством аналогового эфирного вещания | от 1% до 10 % - 1                 |               |
|   |   | от 11% до 15 % - 2                |               |
|   |   | от 16% до 30% - 3                 |               |
|   |   | от 31% до 40% - 4                 |               |
|   |   | от 41% и выше - 5                 |               |
| 2   | Интернет-издание радиоканала  | нет - 0                           |               |
|   |   | есть - 1                          |               |
| 3   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети   | от 1 до 500 подписчиков - 1       |               |
|   |   | от 501 до 1 000 подписчиков - 2   |               |
|   |   | от 1 001 до 1 500 подписчиков - 3 |               |
|   |   | от 1 501 до 2 000 подписчиков - 4 |               |
|   |   | от 2 001 до 2 500 подписчиков - 5 |               |
|   |   | от 2 501 до 3 000 подписчиков - 6 |               |
|   |   | от 3 001 до 3 500 подписчиков - 7 |               |
|   |   | от 3 501 до 4 000 подписчиков - 8 |               |
|   |   | от 4 001 до 4 500 подписчиков - 9 |               |
|   |   | от 4 501 подписчиков и выше - 10  |               |
| 4   | Произведенная аудио продукция   | Радиопрограммы                    | от 1 до 3 - 1 |
|   |   |                                   | от 4 до 6 - 2 |
|   |   |                                   | от 7 до 9 - 3 |

|   |  |               |   |
|---|--|---------------|---|
|   |  |               | от 10 и выше - 4  |
|   |  | Аудиод-жинглы | от 1 до 3 – 1<br>от 4 до 6 – 2<br>от 7 до 9 – 3<br>от 10 и выше - 4   |
| 5 | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) |               | от 1 до 10 человек - 1<br>от 11 до 15 человек – 2<br>от 16 до 20 человек – 3<br>от 21 до 30 человек – 4<br>от 31 человек и выше – 5 |
| 6 | Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудио продукции?                            |               | плохо - 0<br>не удовлетворительно - 1<br>удовлетворительно – 2<br>хорошо - 3<br>отлично - 4   |

**Примечание:**

В пункте 3 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 4 произведенная аудио продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудио продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

**Балльная оценка для определения периодических печатных изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей**

Таблица 3

| №   | Критерий                          | Оценка   |
|---|-----------------------------------|--|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |                                   |  |
| 1   | Совокупный недельный тираж газеты | от 100 до 1000 экземпляров - 1<br>от 1 001 до 2 000 экземпляров - 2<br>от 2 001 до 3 000 экземпляров - 3 |



|   |  |                                     |
|---|--|-------------------------------------|
|   |  | от 3 001 до 4 000 экземпляров - 4   |
|   |  | от 4 001 до 5 000 экземпляров - 5   |
|   |  | от 5 001 до 6 000 экземпляров - 6   |
|   |  | от 6 001 до 7 000 экземпляров - 7   |
|   |  | от 7 001 до 8 000 экземпляров - 8   |
|   |  | от 8 001 до 9 000 экземпляров - 9   |
|   |  | от 9 001 и выше экземпляров - 10    |
| 2 | Количество подписчиков аккаунта социальной сети газеты | от 1 до 1 000 подписчиков - 1       |
|   |  | от 1 001 до 5 000 подписчиков - 2   |
|   |  | от 5 001 до 10 000 подписчиков - 3  |
|   |  | от 10 001 до 20 000 подписчиков - 4 |
|   |  | от 20 001 до 25 000 подписчиков - 5 |
|   |  | от 25 001 до 30 000 подписчиков - 6 |
|   |  | от 30 001 до 40 000 подписчиков - 7 |
|   |  | от 40 001 до 50 000 подписчиков - 8 |
|   |  | от 50 001 до 60 000 подписчиков - 9 |
|   |  | от 60 001 подписчиков и выше - 10   |
| 3 | Периодичность выпуска газеты                           | 2 раза в месяц - 1                  |
|   |  | 1 раз в неделю - 2                  |
|   |  | 2 раза в неделю - 3                 |
|   |  | 3 раза в неделю - 4                 |
|   |  | 4 и более раз в неделю - 5          |
| 4 | Совокупный недельный тираж журнала                     | от 100 до 500 экземпляров - 1       |
|   |  | от 501 до 1 000 экземпляров - 2     |
|   |  | от 1 001 до 5 000 экземпляров - 3   |
|   |  | от 5 001 до 10 000 экземпляров - 4  |
|   |  |                                     |

|     |  |  |
|-----|--|--|
|     |  | от 10 001 экземпляров и выше - 5   |
| 5*  | Интернет-издание периодического печатного издания  | нет - 0<br>есть - 1  |
| 6   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети журнала  | нет социальных сетей - 0<br>от 1 до 300 подписчиков - 1<br>от 301 до 500 подписчиков - 2<br>от 501 до 1 000 подписчиков - 3<br>от 1 001 подписчиков и выше - 4 |
| 7   | Периодичность выпуска журнала  | 1 раз в квартал - 1<br>1 раз в 2 месяца - 2<br>1 раз в месяц - 3<br>2 раза в месяц - 4<br>3 раза в месяц - 5   |
| 8*  | Срок постановки на учет или переучет периодического печатного издания                                | от 1 до 3 лет - 1<br>от 4 до 6 лет - 2<br>от 7 до 9 лет - 3<br>от 10 до 12 - 4<br>от 13 лет и выше - 5   |
| 9*  | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 3 человек - 1<br>от 4 до 6 человек - 2<br>от 7 до 9 человек - 3<br>от 10 до 12 человек - 4<br>от 13 человек и выше - 5                                 |
| 10  | Объем регионального контента в выпускаемой продукции газет   | от 1% до 20% - 1<br>от 21% до 30% - 2<br>от 31% до 40% - 3<br>от 41% до 50% - 4<br>от 51% и выше - 5   |
| 11* | Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?                      | плохо - 0<br>не удовлетворительно - 1<br>удовлетворительно - 2<br>хорошо - 3<br>отлично - 4  |

Примечание:

\* применимо для газет и журналов;

В пункте 1 и 4 при наличии различного количества совокупного недельного тиража периодического печатного издания в течение одного месяца, квартала в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 2 и 6 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 8 при переучете периодического печатного издания в расчет учитывается дата первоначальной постановки на учет.

В пункте 10 при наличии различного объема регионального контента в выпускаемой продукции газет в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последний месяц.

### **Балльная оценка для определения интернет-изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для областей**

Таблица 4

| №   | Критерий   | Оценка                              |
|---|--|-------------------------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |  |                                     |
| 1   | Количество посетителей (уникальных пользователей)  | от 1 до 80 000 в месяц - 1          |
|   |  | от 80 001 до 160 000 в месяц - 2    |
|   |  | от 160 001 до 240 000 в месяц - 3   |
|   |  | от 240 001 до 320 000 в месяц - 4   |
|   |  | от 320 001 и выше - 5               |
| 2   | Наличие либо отсутствие мобильного приложения  | нет - 0                             |
|   |  | есть - 1                            |
| 3   | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 3 человек - 1               |
|   |  | от 4 до 6 человек - 2               |
|   |  | от 7 до 9 человек - 3               |
|   |  | от 10 до 12 человек - 4             |
|   |  | от 13 человек и выше - 5            |
| 4   | Техническая возможность производства видеопроизведения   | нет - 0                             |
|   |  | есть - 1                            |
| 5   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети  | от 1 до 30 000 подписчиков - 1      |
|   |  | от 30 001 до 60 000 подписчиков - 2 |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   |   | от 60 001 до 90 000 подписчиков – 3   |
|   |   | от 90 001 до 120 000 подписчиков – 4  |
|   |   | от 120 001 подписчиков и выше – 5   |
| 6 | Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений? | плохо - 0<br>не удовлетворительно - 1<br>удовлетворительно – 2<br>хорошо - 3<br>отлично - 4 |

**Примечание:**

В пункте 5 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

**Приложение 5**  
**к Правилам размещения**  
**государственного заказа по**  
**проведению государственной**  
**информационной политики**  
**на региональном уровне**

**Балльная оценка для определения телеканалов на оказание**  
**государственного заказа по проведению государственной информационной**  
**политики для городов республиканского значения, столицы**

Таблица 1

| №   | Критерий   | Оценка                     |                                    |
|---|--|----------------------------|------------------------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |  |                            |                                    |
| 1   | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 10-ти человек - 1  |                                    |
|   |  | от 11 до 20-ти человек - 2 |                                    |
|   |  | от 21 до 30-ти человек - 3 |                                    |
|   |  | от 31 до 40 человек - 4    |                                    |
|   |  | от 41 человек и выше - 5   |                                    |
| 2   | Еженедельный объем вещания контента собственного производства  | от 1% до 20% - 1           |                                    |
|   |  | от 21% до 30% - 2          |                                    |
|   |  | от 31% до 40% - 3          |                                    |
|   |  | от 41% до 50% - 4          |                                    |
|   |  | от 51% и выше - 5          |                                    |
| 3   | Произведенная аудиовизуальная продукция  | Телесериалы                | от 1 до 3 – 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Документальные фильмы      | от 1 до 3 - 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Программы                  | от 1 до 3 – 1<br>от 4 и выше - 2   |
|   |  | Видеоролики                | от 1 до 10 – 1<br>от 11 и выше - 2 |
| 4   | Интернет-издание телеканала  | нет - 0                    |                                    |
|   |  | есть - 1                   |                                    |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 5 | Количество подписчиков аккаунта социальной сети                                     | от 1 до 100 000 подписчиков - 1   |
|   |   | от 100 001 до 300 000 подписчиков - 2   |
|   |   | от 300 001 до 800 000 подписчиков - 3   |
|   |   | от 800 001 до 1 000 000 подписчиков - 4   |
|   |   | от 1 000 001 подписчиков и выше - 5   |
| 6 | Ежедневный объем регионального контента   | от 1% до 20% - 1  |
|   |   | от 21% до 30% - 2   |
|   |   | от 31% до 40% - 3   |
|   |   | от 41% до 50% - 4   |
|   |   | от 51% и выше - 5   |
| 7 | Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудиовизуальной продукции? | плохо - 0<br>не удовлетворительно - 1<br>удовлетворительно - 2<br>хорошо - 3<br>отлично - 4 |

**Примечание:**

В пункте 2 при наличии различного еженедельного объема вещания контента собственного производства в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последние два квартала.

В пункте 3 произведенная аудиовизуальная продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии опыта произведенной аудиовизуальной продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 3 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

В пункте 5 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 6 при наличии различного ежедневного объема регионального контента в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последний месяц.

**Балльная оценка для определения радиоканалов на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы**

Таблица 2

| №   | Критерий  | Оценка                             |                  |
|---|---|------------------------------------|------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |   |                                    |                  |
| 1   | Охват вещания радиоканала на территории городов республиканского значения, столицы посредством аналогового эфирного вещания | от 1% до 10% - 1                   |                  |
|   |   | от 11% до 15% - 2                  |                  |
|   |   | от 16% до 30% - 3                  |                  |
|   |   | от 31% до 40% - 4                  |                  |
|   |   | от 41% и выше - 5                  |                  |
| 2   | Интернет-издание радиоканала  | нет - 0                            |                  |
|   |   | есть - 1                           |                  |
| 3   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети   | от 1 до 1 000 подписчиков - 1      |                  |
|   |   | от 1 001 до 3 000 подписчиков - 2  |                  |
|   |   | от 3 001 до 8 000 подписчиков - 3  |                  |
|   |   | от 8 001 до 10 000 подписчиков - 4 |                  |
|   |   | от 10 001 подписчиков и выше - 5   |                  |
| 4   | Произведенная аудио продукция   | Радиопрограммы                     | от 1 до 3 - 1    |
|   |   |                                    | от 4 до 6 - 2    |
|   |   |                                    | от 7 до 9 - 3    |
|   |   |                                    | от 10 и выше - 4 |
|   |   | Аудиоджинглы                       | от 1 до 3 - 1    |
|   |   |                                    | от 4 до 6 - 2    |
|   |   |                                    | от 7 до 9 - 3    |
|   |   |                                    | от 10 и выше - 4 |
| 5   | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности)                        | от 1 до 10 человек - 1             |                  |
|   |   | от 11 до 15 человек - 2            |                  |
|   |   | от 16 до 20 человек - 3            |                  |
|   |   | от 21 до 30 человек - 4            |                  |
|   |   | от 31 человек и выше - 5           |                  |
| 6   | Как вы оцениваете творческие предложения по производству аудио продукции?   | плохо - 0                          |                  |
|   |   | не удовлетворительно - 1           |                  |
|   |   | удовлетворительно - 2              |                  |

|  |             |
|--|-------------|
|  | хорошо - 3  |
|  | отлично - 4 |

**Примечание:**

В пункте 3 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 4 произведенная аудио продукция по каждому критерию оценки присваивается самостоятельный балл, при отсутствии произведенной аудио продукции по какому-либо одному критерию присваивается ноль. Общая оценка по пункту 4 суммируется с учетом присвоенных внутри баллов.

**Балльная оценка для определения периодических печатных изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы**

Таблица 3

| №   | Критерий   | Оценка                              |
|---|--|-------------------------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |  |                                     |
| 1   | Совокупный недельный тираж газеты                      | от 1 000 до 3 000 экземпляров - 1   |
|   |  | от 3 001 до 10 000 экземпляров - 2  |
|   |  | от 10 001 до 20 000 экземпляров - 3 |
|   |  | от 20 001 до 30 000 экземпляров - 4 |
|   |  | от 30 001 и выше экземпляров - 5    |
| 2   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети газеты | от 1 до 5 000 подписчиков - 1       |
|   |  | от 5 001 до 10 000 подписчиков - 2  |
|   |  | от 10 001 до 15 000 подписчиков - 3 |
|   |  | от 15 001 до 20 000 подписчиков - 4 |
|   |  | от 20 001 подписчиков и выше - 5    |
| 3   | Периодичность выпуска газеты                           | 1 раз в неделю - 1                  |
|   |  | 2 раза в неделю - 2                 |
|   |  | 3 раза в неделю - 3                 |



|     |  |                                   |
|-----|--|-----------------------------------|
|     |  | 4 раза в неделю - 4               |
|     |  | 5 и более раз в неделю - 5        |
| 4   | Совокупный недельный тираж журнала   | от 100 до 2 000 экземпляров - 1   |
|     |  | от 2 001 до 3 000 экземпляров - 2 |
|     |  | от 3 001 до 4 000 экземпляров - 3 |
|     |  | от 4 001 до 5 000 экземпляров - 4 |
|     |  | от 5 001 экземпляров и выше - 5   |
| 5*  | Интернет-издание периодического печатного издания  | нет - 0                           |
|     |  | есть - 1                          |
| 6   | Количество подписчиков аккаунта социальной сети журнала  | нет социальных сетей - 0          |
|     |  | от 1 до 300 подписчиков - 1       |
|     |  | от 301 до 500 подписчиков - 2     |
|     |  | от 501 до 1 000 подписчиков - 3   |
|     |  | от 1 001 подписчиков и выше - 4   |
| 7   | Периодичность выпуска журнала  | 1 раз в квартал - 1               |
|     |  | 1 раз в 2 месяца - 2              |
|     |  | 1 раз в месяц - 3                 |
|     |  | 2 раза в месяц - 4                |
|     |  | 3 раза в месяц - 5                |
| 8*  | Срок постановки на учет или переучет периодического печатного издания                                | от 1 до 3 лет - 1                 |
|     |  | от 4 до 6 лет - 2                 |
|     |  | от 7 до 9 лет - 3                 |
|     |  | от 10 до 12 - 4                   |
|     |  | от 13 лет и выше - 5              |
| 9*  | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 3 человек - 1             |
|     |  | от 4 до 6 человек - 2             |
|     |  | от 7 до 9 человек - 3             |
|     |  | от 10 до 12 человек - 4           |
|     |  | от 13 человек и выше - 5          |
| 10  | Объем регионального контента в выпускаемой продукции газет   | от 1% до 20% - 1                  |
|     |  | от 21% до 30% - 2                 |
|     |  | от 31% до 40% - 3                 |
|     |  | от 41% до 50% - 4                 |
|     |  | от 51% и выше - 5                 |
| 11* | Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений?                      | плохо - 0                         |
|     |  | не удовлетворительно - 1          |
|     |  | удовлетворительно - 2             |

|  |             |
|--|-------------|
|  | хорошо – 3  |
|  | отлично - 4 |

Примечание:

\* применимо для газет и журналов;

В пункте 1 и 4 при наличии различного количества совокупного недельного тиража периодического печатного издания в течение одного месяца, квартала в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 2 и 6 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

В пункте 8 при переучете периодического печатного издания в расчет учитывается дата первоначальной постановки на учет.

В пункте 10 при наличии различного объема регионального контента в выпускаемой продукции газет в расчет учитывается среднее арифметическое значение за последний месяц.

**Балльная оценка для определения интернет-изданий на оказание государственного заказа по проведению государственной информационной политики для городов республиканского значения, столицы**

Таблица 4

| №   | Критерий   | Оценка                                |
|---|--|---------------------------------------|
| 1. Аспекты, характеризующие производственную компанию |  |                                       |
| 1   | Количество посетителей (уникальных пользователей)  | от 1 до 500 000 в месяц - 1           |
|   |  | от 500 001 до 1 000 000 в месяц - 2   |
|   |  | от 1 000 001 до 2 000 000 в месяц - 3 |
|   |  | от 2 000 001 до 5 000 000 в месяц - 4 |
|   |  | от 5 000 001 и выше - 5               |
| 2   | Наличие либо отсутствие мобильного приложения  | нет - 0                               |
|   |  | есть - 1                              |
| 3   | Количественный состав сотрудников технического, творческого и журналистского блоков (в совокупности) | от 1 до 3 человек - 1                 |
|   |  | от 4 до 6 человек - 2                 |
|   |  | от 7 до 9 человек - 3                 |
|   |  | от 10 до 12 человек - 4               |
|   |  | от 13 человек и выше - 5              |
| 4   | Техническая возможность производства видеопродукции  | нет - 0                               |

|   |   |                                       |
|---|---|---------------------------------------|
|   |   | есть - 1                              |
| 5 | Количество подписчиков аккаунта социальной сети                                 | от 1 до 50 000 подписчиков – 1        |
|   |   | от 50 001 до 100 000 подписчиков – 2  |
|   |   | от 100 001 до 200 000 подписчиков – 3 |
|   |   | от 200 001 до 500 000 подписчиков – 4 |
|   |   | от 500 001 подписчиков и выше – 5     |
| 6 | Как вы оцениваете творческие предложения по освещению тематических направлений? | плохо - 0                             |
|   |   | не удовлетворительно - 1              |
|   |   | удовлетворительно – 2                 |
|   |   | хорошо - 3                            |
|   |   | отлично - 4                           |

**Примечание:**

В пункте 5 при наличии различного количества подписчиков в аккаунтах разных социальных сетей в расчет учитывается наибольший из них.

**Приложение 2 к приказу  
исполняющий обязанности министра  
культуры и информации  
Республики Казахстан  
от 6 ноября 2024 года  
№ 526-НК**

**Перечень некоторых приказов утративших силу**

1. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне» (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 14886).

2. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2018 года № 56 «О внесении изменений и дополнений в приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне» (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 16623).

3. Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 19 июня 2021 года № 222 «О внесении изменений в приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне» (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 23128).

4. Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 21 декабря 2021 года № 415 «О внесении изменения в приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по

---

проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях» (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов № 25890).

5. Пункт 1 перечня некоторых приказов, в которые вносятся изменения и дополнение, утвержденный приказом Министра культуры и информации Республики Казахстан от 30 ноября 2023 года № 479-НК «О внесении изменений и дополнения в некоторые приказы» (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов под № 33724).