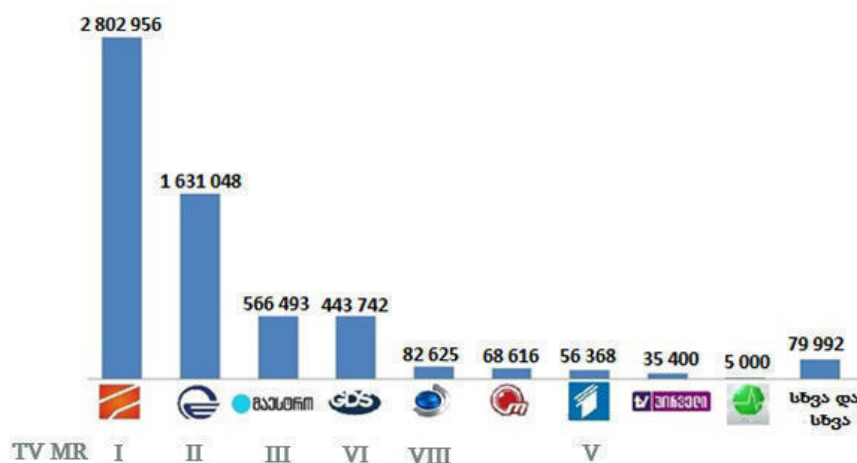


**შემაჯამებელი პარაგრაფი:** ნაციონალურ ტელევიზიებში რეკლამის განთავსება მეტწილად სატელევიზიო აუდიტორიის კვლევის შედეგების შესაბამისად ხდება. ზოგიერთი კონტრაქტი როგორც ნაციონალურ, ასევე რეგიონულ ტელევიზიებთან ითვალისწინებს კანონმდებლობით აკრძალული სერვისის გაწევას: ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დასპონსორებული გადაცემებისა და დაფინანსებული გადაცემების თუ სიუჟეტების მომზადებას, რაც სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს. 4 რეგიონული მაუწყებლის შემოსავლები სრულად ან 70%-ით საბიუჯეტო შემოსავლებზეა დამოკიდებული, რაც ერთგვარი სუბსიდირების ხასიათს ატარებს.

### 3.1. ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიები

სატელევიზიო რეკლამის ყველაზე დიდი წილი - 2 802 956 ლარი - რუსთავი 2-ზე მოდის, რომელიც TVMR საქართველოს სარეიტინგო მონაცემებით<sup>39</sup> 2015 წელს პირველ ადგილს იკავებდა; მას მოსდევს იმედი - 1 631 048 ლარი (TVMR: მე-2 ადგილი); მაესტრო - 566 493 (TVMR: მე-3 ადგილი); GDS - 443 742 (TVMR: მე-6 ადგილი); კავკასია - 82 625 (TVMR: მე-8 ადგილი); ობიექტივი (გადაცემა ეტალონი) - 68 616 (TVMR: მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის); საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველი არხი (გადაცემა ეტალონი) - 56 368 (TVMR: მე-5 ადგილი); ტელეკომპანია პირველი - 35 400, ტელეკომპანია პულსი - 5 000 ლარი. აღსანიშნავია, რომ გარკვეული საბიუჯეტო კონტრაქტები არ იძლეოდა იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, თუ რომელ მედია საშუალებაში რა თანხა გადანაწილდა.<sup>40</sup>

დიაგრამა 3.1. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება ნაციონალური და შერეული დაფარვის ტელევიზიებში, 2015 წ.



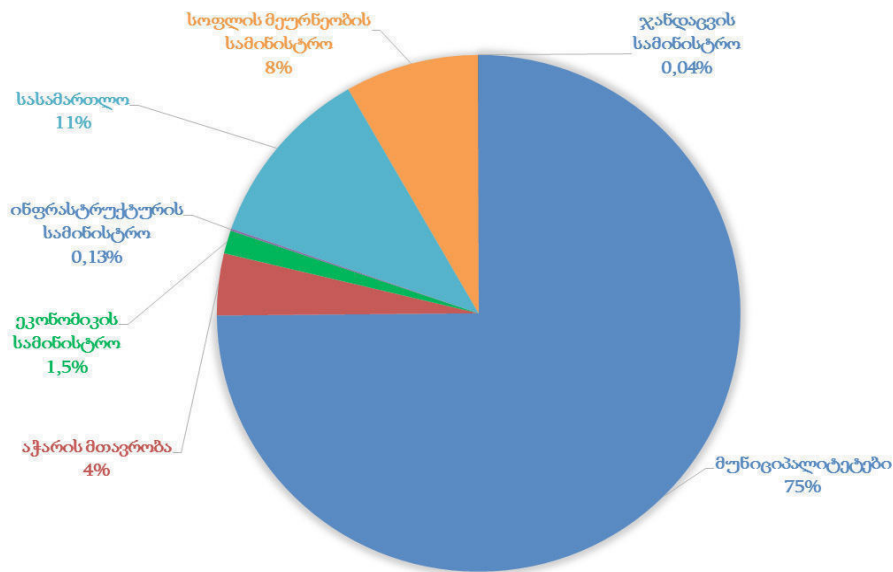
<sup>39</sup> <http://www.tvmr.ge/ka#!ka/news/44/წლის>

<sup>40</sup> სსიპი საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე

### 3.2. რეგიონული ტელევიზიები

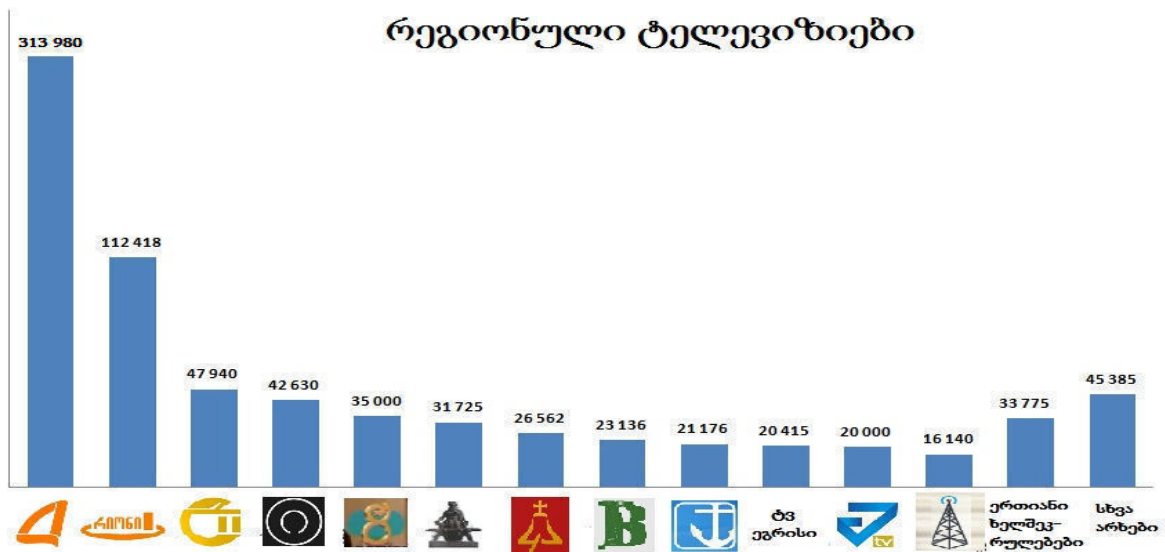
რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული ხელშეკრულებების მიხედვით, 75% ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებზე მოდის, 4% აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ხელისუფლებაზე, დარჩენილი 21% კი - საქართველოს ეკონომიკის სამინისტროს, რეგიონული განვითარების და ინფრასტრუქტურის, სოფლის მეურნეობის სამინისტროების დაქვემდებარებულ უწყებებსა და სასამართლოზე.

დიაგრამა 3.2. საბიუჯეტო რეკლამების წილი რეგიონული ტელევიზიებში



საბიუჯეტო ორგანიზაციები ჯამში 24 რეგიონულ ტელევიზიასთან თანაშრომლობენ. რეგიონულ მაუწყებლებს შორის ყველაზე დიდი თანხა - 313 980 ლარი - ქვემო ქართლის ტელევიზიას აქვს მიღებული, რომელსაც სხვა ტელეკომპანიები შემდეგი თანმიმდევრობით მოსდევენ: “რიონი” - 112 418, “გურჯაანი” - 47 940, “იმერვიზია” - 42 630, “ფარვანა” - 35 000, “მარნეული ტვ” - 31 725, “ზარი” - 26 562, “ბოლნელი” - 23 136, “არგო” - 21 176, “ეგრისი” - 20 415, “მეგა ტვ” - 20 000, “ჯიხა” - 16 140, “თრიალეთი” - 9 240, “ოდიში” - 8 180, “კოლხეთი” 89 - 6 140, “მეცხრე ტალღა” - 5 140, ATV 12 - 4 350, ტელეარხი 25 - 3 048, დია - 2 370, მეცხრე არხი (ახალციხე) - 1 830, თანამგზავრი - 1 776, ერა - 1 260, ბორჯომი - 220. აღსანიშნავია, რომ გარკვეული საბიუჯეტო კონტრაქტები არ იძლეოდა იმის იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, თუ რომელ მედია საშუალებაზე (17 რეგიონული ტელევიზია) რა თანხა გადანაწილდა. ხელშეკრულების ჯამური ღირებულება 33 775 ლარს შეადგენს.

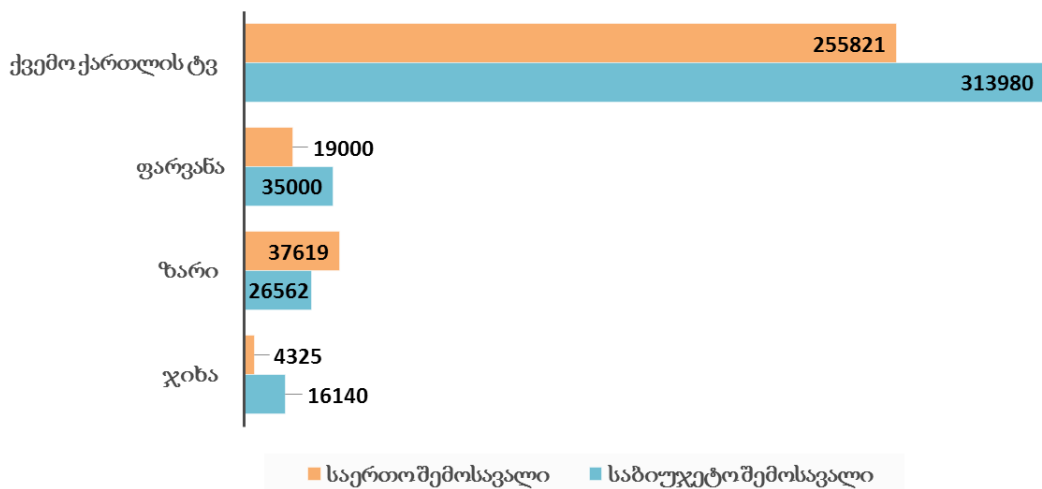
დიაგრამა 3.3. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რეგიონულ ტელევიზიებში, 2015 წ.



ცალკე გამოვყავით ის ტელევიზიები, რომელთა მიერ კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიაში დეკლარირებულ<sup>41</sup> მთლიან შემოსავალში საბიუჯეტო რეკლამის წილი 60%-ს აღემატება, რაც შესაძლოა, გარკვეული ინდიკატორი იყოს იმის საილუსტრაციოდ, თუ რამდენად არის ფინანსურად დამოკიდებული კონკრეტული მედია საშუალება საბიუჯეტო შემოსავლებზე. როგორც შედარებამ აჩვენა (იხ. დიაგრამა 3-4), 4 რეგიონული ტელეკომპანია ფინანსურად სრულად ან დიდწილად საბიუჯეტო შემოსავლებზეა დამოკიდებული. ასევე გამოიკვეთა შემთხვევები, როდესაც:

მაუწყებლების მიერ საბიუჯეტო ორგანიზაციებისთვის გაწეული მომსახურების საფასური კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიაში წარდგენილი ფინანსურ მონაცემებს აღემატება (ქვემო ქართლის ტვ 273%-ით, ფარვანა - 84%-ით, ჯიხა - 23%-ით) ან მაუწყებლების შემოსავლის დიდი წილი საბიუჯეტო თანხებზე მოდის (ზარი - 71%).

დიაგრამა 3.4. რეგიონული ტელევიზიების საერთო და საბიუჯეტო შემოსავლები 2015 წელს



<sup>41</sup> „მაუწყებლობის შესახებ“ 70-ე მუხლის, მე-4 პუნქტის თანახმად, მაუწყებლები ვალდებული არიან ყოველი კვარტლის მომდევნო თვის 15 რიცხვამდე კომისიას ანგარიშგების ფორმები წარუდგინონ.

აღნიშნული ფაქტი შეიძლება აიხსნას ორი მიზეზით: 1) ტელევიზიებსა და საბიუჯეტო ორგანიზაციებს შორის არსებული შუამავალი კომპანიების ხარჯების გაუმჭვირვალობით ან 2) ტელევიზიების ნაწილი კომისიას არ წარუდგენს მიღებული შემოსავლების შესახებ სრულყოფილ ინფორმაციას.

რაც შეეხება შეუსაბამობას კომუნიკაციების მარეგულირებელ კომისიაში დეკლარირებულ საერთო შემოსავლებსა და საბიუჯეტო კონტრაქტებში მითითებულ თანხებს შორის, ქვემო ქართლის ტელე-რადიო კომპანიის დირექტორის გიორგი მგალობლიშვილის ინფორმაციით, კომპანიამ საკუთარი შემოსავლების შესახებ ინფორმაცია კომუნიკაციების კომისიას დღგ-ს (დამატებითი ღირებულების გადასახადის) გარეშე (255 821 ლარი) წარუდგინა, ხოლო გარკვეულ შემთხვევებში ხელშეკრულებები კონტრაქტორი კომპანიის მოგების თანხას ითვალისწინებდა. რაც შეეხება “ფარვანას” და “ჯიხას”, მათ ინფორმაცია ამ შეუსაბამობასთან დაკავშირებით, არ მოუწოდებიათ.

### 3.3. რადიოები

რადიო საშუალებებზე კი სარეკლამო თანხები შემდეგნაირად გადანაწილდა:

რადიო ჰოლდინგი ფორტუნა (ფორტუნა, ფორტუნა +, არ დაიდარდო, ავტო რადიო) – 58 196 ლარი, შემდეგ ადგილზეა რეგიონული რადიო “ძველი ქალაქი” – 19 350, საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის რადიო 17 100, რადიო იმედი – 13 408, რადიო კომერსანტი<sup>42</sup> – 9 145, რადიოები მაესტრო და ვინილი – 6 150, აფხაზეთის ხმა – 3 367, რადიო უცნობი – 3 075, პირველი რადიო – 1 596, რადიო პალიტრა – 952, STAR FM – 734 და რადიო ათინათი – 210.

დიაგრამა 3.5. საბიუჯეტო რეკლამის გადანაწილება რადიოებში, 2015 წ.



<sup>42</sup> რადიო “კომერსანტთან” ხელშეკრულება მედია საშუალების ვებ-გვერდზე ინფორმაციის განთავსებასაც ითვალისწინებდა.

### 3.4. ნაციონალური და შერეული დაფრავის მასშტაბებთან გაფორმებული ხელშეკრულების პირობები

2015 წელს საბიუჯეტო ორგანიზაციების მიერ როგორც ნაციონალურ, ასევე რეგიონულ მაუწყებლებთან გაფორმებული ზოგიერთი ხელშეკრულება წარმოადგენს მაუწყებლობის კანონის დარღვევას, რომელიც კრძალავს ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ გადაცემების დასპონსორებას. კერძოდ, კანონის 67-ემუხლის (სპონსორობის დაუშვებლობა) პირველი პუნქტის თანახმად:

“ადმინისტრაციული ორგანო, კოლეგიური ადმინისტრაციული ორგანოს წევრი ან საჯარო მოსამსახურე, პოლიტიკური პარტია, პოლიტიკური პარტიის ლიდერი ან თანამდებობის პირი, პოლიტიკურ პარტიათა კოალიცია ან ბლოკი და სხვა საარჩევნო სუბიექტი არ შეიძლება იყვნენ პროგრამის სპონსორები”.

ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ასახულია ის შემთხვევები, როდესაც ხელშეკრულებები გადაცემების სპონსორობას ითვალისწინებდა.

ცხრილი 3.1. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დასპონსორებული გადაცემები

| დაწესებულება                                                                                                                                           | ტელეკომპანია                            | გადაცემა |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------|
| შსს აკადემია                                                                                                                                           | საზოგადოებრივი მაუწყებელი/ეტალონი მედია | ეტალონი  |
| შსს დაცვის პოლიციის დეპარტამენტი                                                                                                                       | საზოგადოებრივი მაუწყებელი/ეტალონი მედია | ეტალონი  |
| თავდაცვის აკადემია                                                                                                                                     | საზოგადოებრივი მაუწყებელი/ეტალონი მედია | ეტალონი  |
| შსს-ს სსიპი<br>შსს-ს აკადემია                                                                                                                          | ობიექტივი/ეტალონი მედია                 | ეტალონი  |
| ადიგენის, დუშეთის, ყაზბეგის, მარტვილის, ონის, ხულოს, კასპის, ახმეტის, ზესტაფონის, ნინოწმინდის, შუახევის, სენაკის, ამბროლაურის, აბაშის მუნიციპალიტეტები | ობიექტივი/ეტალონი მედია                 | ეტალონი  |

გადაცემა ეტალონის ეთერში განსათავსებლად გაფორმებული კონტრაქტები ითვალისწინებს მომსახურებას, რომელიც არსით სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს და ეწინააღმდეგება კანონმდებლობით და ქცევის კოდექსით დადგენილ ნორმებს. კერძოდ: “დამკვეთის მონაწილეობით გადაცემისთვის კითხვების მომზადება, გადაცემის ჩაწერა, მისი მონტაჟი და ეთერში განთავსებასა და დამკვეთის მიერ შერჩეული მოსწავლეების წარმოჩენას გადაცემის ფორმატის შესაბამისად“. ეს მომსახურება მაუწყებლობის კანონის 66<sup>1</sup> მუხლით აკრძალულ ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ „მაუწყებლის პროგრამების მომზადების ან/და ეთერში გადაცემის პირდაპირ ან ირიბ დაფინანსებას ან თანადაფინანსებას“ წარმოადგენს. ხელშეკრულება შეიცავს ადმინისტრაციული ორგანოს მიერ სარედაქციო საქმიანობასა და შემოქმედებით პროცესში ჩარევის დებულებებს, რაც მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის 29.2 მუხლის (მაუწყებლის სარედაქციო დამოუკიდებლობისადმი წაყენებული მოთხოვნები) დარღვევაა.

საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნულმა კომისიამ 2015 წლის 26 მარტს საზოგადოებრივ მაუწყებელს ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა დააკისრა და წერილობითი გაფრთხილება მისცა, რისი საფუძველიც პირველი არხის ეთერში ადმინისტრაციული ორგანოების – საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს დაცვის პოლიციის დეპარტამენტისა და სსიპ შსს-ს აკადემიის მიერ გადაცემა “ეტალონის” სპონსორობა გახდა<sup>44</sup>. მარეგულირებლის გადაწყვეტილებას წინ უსწრებდა საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ საზოგადოებრივი მაუწყებლის მონიტორინგის ანგარიში, სადაც „ეტალონის“ მიერ კანონმდებლობის დარღვევის პრობლემა იდენტიფიცირებული<sup>45</sup>. თუმცა, მედიის განვითარების ფონდის მიმართვის საფუძველზე, ობიექტივის შემთხვევაში მარეგულირებელ კომისიას იდენტური ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა არ გამოუყენებია, რაც იმით ახსნა, რომ გადაცემა ეთერში აღარ გადიოდა, რაც კომისიის შერჩევით მიდგომას ცხადყოფს.

**დაფინანსებული გადაცემები/სიუჟეტები მაუწყებლებზეში.** კვლევისას გამოვლინდა იმ ტიპის ხელშეკრულებები, რომლებიც პირდაპირ არ ითვალისწინებს სპონსორობას, თუმცა ირიბად წარმოადგენს გადაცემებისა თუ სიუჟეტების დაფინანსების საშუალებას, რაც ასევე წარმოადგენს მაუწყებლობის კანონის დარღვევას.

<sup>43</sup> შპს „თბილისის სატრანსპორტო კომპანიასთან“ გაფორმებული ხელშეკრულება გადაცემის საზოგადოებრივ მაუწყებლის ეთერში გაშვებას ითვალისწინებდა და ეს ვალდებულება შემდგომში „ობიექტივის“ ეთერში განხორციელდა.

<sup>44</sup> საქართველოს კომუნიკაციების მარეგულირებელი კომისიის გადაწყვეტილება სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლისათვის“ ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის დაკისრების თაობაზე #162/18, 26 მარტი, 2015 <http://gncc.ge/ge/legal-acts/commission/solutions/2015-162-181.page>

<sup>45</sup> <http://qartia.org.ge/wp-content/uploads/2015/02/GPB-GEO.pdf> (გვ.31)



“მაუწყებლობის შესახებ” კანონის მუხლი 66<sup>1</sup> (მაუწყებლობის დაფინანსების დაუშვებლობა):

1. “აკრძალულია ადმინისტრაციული ორგანოს, პოლიტიკური პარტიის, თანამდებობის პირისა და საჯარო მოსამსახურის მიერ მაუწყებლობის დაფინანსება, აგრეთვე მისი მომსახურების შესყიდვა და მაუწყებლობის პროგრამების მომზადებისა/და ეთერში გადაცემის პირდაპირი ან ირიბი დაფინანსება ან თანადაფინანსება, გარდა ამ მუხლის მე-2 და მე-3 პუნქტებით გათვალისწინებული შემთხვევებისა.”

66<sup>1</sup>-ე მუხლის მე-3 პუნქტი გამონაკლისს საარჩევნო ადმინისტრაციისთვის აწესებს, მე-2 პუნქტი კი შემდეგ შემთხვევებზე ვრცელდება:

**“ადმინისტრაციული ორგანო უფლებამოსილია შეისყიდოს მაუწყებლობის მომსახურება მხოლოდ სოციალური რეკლამის განთავსებისა და საზოგადოებისათვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელების მიზნით და მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ეს გათვალისწინებულია მისი ბიუჯეტის ცალკე მუხლით”.**

გამონაკლისის შესახებ ჩანაწერი კანონში 2013 წელს შევიდა და ის გარკვეულ წინააღმდეგობრიობას შეიცავს დასპონსორებული გადაცემებისა და დაფინანსებული სიუჟეტების დაუშვებლობასთან მიმართებით. ჩანაწერი, რომ გამონაკლისი შესაძლოა იყოს “საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გავრცელება” შესაძლოა, დაფინანსებული სიუჟეტების გამართლებად ინტერპრეტირდეს და ადმინისტრაციული ორგანოებმა ამ მიზნით გაწეული ხარჯები თავიანთი საჯარო უფლებამოსილების განხორციელების მიზნებით ახსნან. ასეთ ლეგიტიმურ მიზნად შესაძლოა, ჩაითვალოს რეგიონულ მედიასთან გაფორმებული ისეთი კონტრაქტები, რომლებიც ადგილობრივი თვითმმართველობის სხდომების ტრანსლაციის განხორციელებას და გამჭვირვალობას უზრუნველყოფს და არა სიუჟეტების მომზადება ან გადაცემაში სტუმრის მოწვევის დაფინანსება, როგორც ქვემოთ მოყვანილ მაგალითებშია მითითებული.

საჯარო დაწესებულებებსა და ტელევიზიებს შორის გაფორმებულ ხელშეკრულებებში ხშირად ვხვდებით ისეთ პირობებს, რომლებიც თავისი შინაარსით სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას წარმოადგენს. ეს შეიძლება იყოს დამკვეთის სიუჟეტის მომზადება, შერჩეულ თემაზე გადაცემის მომზადება, დამკვეთის მიერ შერჩეული სტუმრის მიწვევა.

### ცხრილი 3.2. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული გადაცემები და სიუჟეტები ნაციონალურ არხებზე

| დაწესებულება                                     | მაუწყებლები | მომსახურება                                               |
|--------------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------|
| გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი | რუსთავი 2   | 6 სატელევიზიო 45-50 წუთიანი გადაცემის მომზადებას/გაშვებას |
| დაავადებათა კონტროლის ეროვნული ცენტრი            | რუსთავი 2   | გადაცემაში „ექიმებში“ სხვადასხვა თემების გაშუქება         |

|                                                                |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| დაავადებათა კონტროლის<br>ეროვნულ ცენტრი                        | პულსი                                | გადაცემა „პულსში“ სიუჟეტი 2<br>თემატურ გადაცემაში, მათ შორის<br>სტუდიაში სტუმრის მიწვევა                                                                                                                                                                                                       |
| სახელმწიფო სერვისების<br>განვითარების სააგენტო                 | ტელეიმედი                            | „იმედის დილის“ ფარგლებში,<br>სსიპ სახელმწიფო სერვისების<br>განვითარების სააგენტოს<br>თავმჯდომარის სტუმრობა,<br>თემაზე: „საზოგადოებრივი<br>ცენტრების“ კონცეფციის,<br>სახელმწიფო და კერძო<br>სექტორის 200 მეტი სერვისის<br>შესახებ, ცენტრების<br>რაოდენობისა და დაგეგმილი<br>სიახლეების თაობაზე. |
| საქართველოს სპორტისა<br>და ახალგაზრდობის საქმეთა<br>სამინისტრო | რუსთავი 2,<br>არდაიდარდო,<br>ფორტუნა | ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის<br>გადაცემაში „სხვა შუადღე“<br>სტუმრის მიწვევა; ორ წამყვან<br>რადიოში „ფორტუნა“ და „არ<br>დაიდარდო“ შემსყიდველის<br>სტუმრად მიწვევა                                                                                                                                |
| აჭარის ტურიზმისა და<br>კურორტების დეპარტამენტი                 | მაესტრო<br>რუსთავი 2                 | სიუჟეტის მომზადება                                                                                                                                                                                                                                                                             |

### 3.5. რეგიონული მაუწყებლების ხელშეკრულების პირობები

ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ რეგიონულ ტელევიზიებთან გაფორმებული კონტრაქტები ითვალისწინებდა, როგორც დაკვეთილ სიუჟეტებისა და გადაცემების მომზადებას, სტუმრის მიწვევის დაფინანსებას, რაც სარედაქციო დამოუკიდებლობაში ჩარევას, ასევე საკრებულოს სხდომების პირდაპირ ეთერში ტრანსლაციას, რაც ინფორმაციის ნეიტრალური გამტარის ფუნქციას გულისხმობს. მაგალითად, ჭიათურის მუნიციპალიტეტსა და ტელეკომპანია იმერვიზიას შორის დადებული ხელშეკრულების საგანია საკრებულოს სხდომების პირდაპირ ეთერში გადაცემა, გამგეობის საჯაროობის უზრუნველყოფა. ხელშეკრულების სხვა ფორმები კი რეალურად წარმოადგენს როგორც კანონმდებლობის, ასევე მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის დარღვევას.



**ცხრილი 3.3. ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ დაფინანსებული გადაცემები  
და სიუჟეტები რეგიონულ მაუწყებლებზე**

| დაწესებულება                         | მაუწყებელი                                                 | მომსახურება                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ქუთაისის მერია                       | ტელერადიო კომპანია „რიონი“                                 | ცნობილი ქართველი პოეტების, წარმატებული სპორტსმენების და სხვათა შესახებ გადაცემების მომზადება; აღმასრულებელი და არჩევითი ორგანოს წარმომადგენლებისთვის თვეში 4-ჯერ 90 წუთის დათმობა, თოქ-შოუს მომზადება.                                     |
| ქუთაისის მერია                       | რადიო „ძველი ქალაქი“                                       | რადიო გადაცემის „გახსოვდეს შენი ისტორია“ ორგანიზება; ქალაქ ქუთაისის ადგილობრივი თვითმმართველობის მიერ გაწეული სამუშაოებისა და განხორციელებული პროექტების ამსახველი რადიო-სიუჟეტებისა და საინფორმაციო ხასიათის რადიო-გადაცემების მომზადება. |
| საერთო სასამართლოების დეპარტამენტი   | ქვემოქართლის ტელევიზია                                     | გადაცემის მომზადება; სტუმრების მოწვევა                                                                                                                                                                                                     |
| საერთო სასამართლოების დეპარტამენტი   | სსიპ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის აჭარის ტელევიზია და რადიო“ | გადაცემის მომზადება; სტუმრების მოწვევა                                                                                                                                                                                                     |
| ახალქალაქის მუნიციპალიტეტის გამგეობა | ტელეკომპანია ატვ12                                         | გადაცემების მომზადება; საქმიანობის გაშუქება                                                                                                                                                                                                |
| წალენჯიხის მუნიციპალიტეტი            | ჯიხა                                                       | საკრებულოს და გამგეობის მუშაობის ამსახველი საინფორმაციო სიუჟეტების, სხვადასხვა ღონისძიებების, განცხადებების გადაღება, მონტაჟი და ეთერში განთავსება                                                                                         |

|                              |            |                                                                                                        |
|------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ჩხოროწყუს<br>მუნიციპალიტეტი  | კოლხეთი მ9 | მშენებლობის პროექტების,<br>სამშენებლო და სხვა სახის<br>სამუშაოების შესრულების<br>მდგომარეობის გაშუქება |
| სენაკის<br>მუნიციპალიტეტი    | ევრისი     | ღონისძიებების გადაღება და<br>გაშუქება, სიუჟეტის მომზადებასა<br>და დამონტაჟება.                         |
| ზესტაფონის<br>მუნიციპალიტეტი | არგო       | მასალის მონტაჟი; ინფორმაციის<br>განთავსება                                                             |