



 **PORTOROŠKA  
LISTINA o etični  
nedopustnosti  
prikritega oglaševanja**

# **Portoroška listina o etični nedopustnosti prikritega oglaševanja**

## **Preambula**

Upoštevajoč javni interes po poštenem, objektivnem in transparentnem obveščanju javnosti sprejemamo listino o priporočenih praksah v odnosih z javnostmi. Pomemben del odnosov z javnostmi so odnosi z mediji. S to listino urejamo priporočene prakse izvajanja odnosov z mediji in etično nedopustnost prikritega oglaševanja.

Listina temelji na izhodišču, da mediji objavljajo dva tipa vsebin: oglase, kot naročene in plačane vsebine, ter novinarske prispevke, ki jih mediji objavljajo na podlagi proste presoje in svobodne volje uredništev.

## **Veljavnost portoroške listine**

Listina zavezuje vse člane Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

Vsi člani društva si bodo prizadevali, da bodo načela te listine spoštovali tudi njihovi naročniki, če in ko ti samostojno izvajajo odnose z mediji.

Listina nalaga upravi društva, da svoje delovanje usmeri v odpravljanje nedopustnih etičnih praks prikritega oglaševanja v Sloveniji. Zato naj uprava društva s to listino seznaní Društvo novinarjev Slovenije, Slovensko oglaševalsko združenje, Zvezo potrošnikov Slovenije, pristojne državne organe in druge vpletene strani.

## **Vsebina portoroške listine**

Odnosi z mediji, kot področje izvajanja odnosov z javnostmi, temeljijo na pravici organizacij do javnega nastopanja in svobodnega obveščanja javnosti, na pravici uredništev, da samostojno odločajo o tem, kaj, kdaj in kako bodo objavila ter na pravici javnosti do obveščenosti. Društvo sprejema listino v prepričanju, da je prikrito oglaševanje v nasprotju z zakonodajo. Listina v ničemer ne posega v ustavno določene pravice in dolžnosti udeležencev v procesu javnega sporazumevanja.

Odnosi z mediji ne smejo biti izvajani na način, ki bi lahko pri povprečnem bralcu, poslušalcu ali gledalcu vzbujali vtis, da gre za novinarski prispevek, če gre v resnici za plačano objavo.

Vsaka plačana objava v medijih je oglas. Oglasi se objavljajo na način, ki je povprečnemu bralcu, gledalcu ali poslušalcu prepoznaven kot oglas. Ni dopustno plačevati za objave, ki bi z dejanjem plačila dejansko bili oglasi, pri povprečnem bralcu, poslušalcu ali gledalcu pa bi vzbujali vtis, da gre za uredniške objave.