



**SLOVENSKO DRUŠTVO
ZA ODNOSE Z JAVNOSTMI**
Tivolska cesta 50
1000 Ljubljana
prss@piar.si
www.piar.si

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 obveščeniosti. Društvo sprejema listino v prepričanju, da je prikríto 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.