

Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije, gp.mk@gov.si
Državni zbor Republike Slovenije, gp@dz-rs.si, kabinet@dz-rs.si, soj@dz-rs.si
Tržni inšpektorat Republike Slovenije, gp.tirs@gov.si
Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije, info.box@akos-rs.si
mediji



Slovenska oglaševalska zbornica – SOZ

Letališka cesta 35
1000 Ljubljana
info@soz.si

Ljubljana, 21. 9. 2026

Zadeva: POZIV K UREDITVI PODROČJA POLITIČNEGA OGLAŠEVANJA

Spoštovani,

Slovenska oglaševalska zbornica ocenjuje, da smo v slovenskem javnem prostoru priča vse agresivnejšim praksam političnega oglaševanja, pri katerih se briše meja med legitimno politično komunikacijo ter zavajajočimi in manipulativnimi praksami.

Pojavljajo se zavajajoče ali neresnične navedbe, izjave, pripisane posameznikom brez njihove vednosti ali soglasja, žaljiva komunikacija ter sporočila, ki lahko spodbujajo družbeno nestrpnost. Politično oglaševanje tako vse bolj postaja prostor brez jasno določenih pravil, standardov in odgovornosti.

Takšne prakse pomembno vplivajo na raven javnega diskurza, zaupanje javnosti in integriteto demokratičnega procesa.

Posebej zaskrbljujoče je, da na področju političnega oglaševanja danes ni jasno vzpostavljenega učinkovitega sistema presoje spornih praks. Politično oglaševanje sicer deloma urejajo **Zakon o volilni in referendumski kampanji**, **Zakon o medijih** ter evropska **Uredba (EU) 2024/900**, vendar obstoječa ureditev v praksi ne določa jasnih vsebinskih standardov niti organa, ki bi bil pristojen za njihovo dosledno presojo in ukrepanje.

Oglaševalsko razsodišče pri Slovenski oglaševalski zbornici po veljavnem Slovenskem oglaševalskem kodeksu ni pristojno za presojo političnega oglaševanja.

Posledično nastaja regulatorna praznina, v kateri ni jasno:

- kdo lahko ukrepa,
- po kakšnih kriterijih,

- in kje so meje dopustnega ravnanja.

Političnega oglaševanja ni mogoče v celoti enačiti s komercialnim oglaševanjem. Neposredno je povezano predvsem z volitvami in referendummi, ki predstavljajo temeljna instituta demokratičnega odločanja in najpomembnejši obliki neposrednega sodelovanja državljanov pri upravljanju države. Prav zato mora temeljne standarde političnega oglaševanja določiti država ter hkrati zagotoviti učinkovit nadzor in ustrezne mehanizme sankcioniranja njihovih kršitev. Samoregulacija oglaševalske stroke je na tem področju lahko pomembna dopolnitev, ne more pa nadomestiti jasnega in učinkovitega regulatornega okvira države.

Ne gre za vprašanje posamezne politične opcije ali aktualne kampanje. Gre za vprašanje standardov javne komunikacije in zaščite demokratičnega prostora.

Politični govor nedvomno uživa visoko stopnjo ustavnega varstva in mora ostati široko zaščiten. Demokratična družba temelji na svobodni politični razpravi, tudi kadar je ta ostra, kritična ali neprijetna. Vendar pa svoboda izražanja ne more pomeniti odsotnosti vsakršnih standardov odgovornosti.

Kadar politično oglaševanje temelji na zavestnem zavajanju, manipulaciji ali širjenju neresničnih informacij, se odpira vprašanje zaščite javnega interesa in integritete javnega prostora.

Vsako oglaševanje — tudi politično — bi moralo spoštovati vsaj minimalna načela zakonitosti, resničnosti, transparentnosti in dostojnosti.

Zato pozivamo pristojne institucije:

- **da preučijo obstoječo ureditev področja političnega oglaševanja,**
- **jasno opredelijo odgovornosti posameznih organov,**
- **odpravijo regulatorne vrzeli,**
- **ter pristopijo k pripravi ustrežnejših zakonodajnih in regulatornih rešitev.**

Vprašanje namreč ni več samo, kaj si kdo politično misli, temveč tudi, kakšne standarde javne komunikacije smo kot družba še pripravljeni sprejeti.

V zvezi s predstavljeno temo bi se želeli z vami sestati, da bi se dogovorili o nadaljnjih korakih.

Hvala lepa.

S spoštovanjem.

Valerija Prevolšek
Predsednica upravnega odbora SOZ

Blaž Tomažin Bolcar
Predsednik Oglaševalskega razsodišča pri SOZ

Mojca Brišček

Izvršna direktorica SOZ