



Mestna občina  
Ljubljana

Mestna uprava

Oddelek za  
urejanje prostora

Pojanska cesta 28  
1000 Ljubljana  
telefon: 01 306 15 52  
faks: 01 306 15 57  
glavna.pisarna@ljubljana.  
www.ljubljana.si

Številka: 90000-18/2019-38  
Datum: 24. 10. 2019

## MESTNA OBČINA LJUBLJANA

Mestni svet,  
Mestni trg 1,  
1000 Ljubljana

8. seja Mestnega sveta MOL  
2. točka

**ZADEVA: Odgovor na svetniško vprašanje mestnega svetnika Janeza Starihe – Odstranitev objektov za oglaševanje iz zgodovinskega mestnega jedra**

Zveza: /

V skladu z 97. členom Poslovnika MS MOL je samostojni mestni svetnik LKP, Janez Stariha, v zvezi z navedbami arhitekta Ire Zorka o agresivnosti oglaševanja v odprtem prostoru, podal naslednjo zahtevo:

**Zahtevamo, da se vsi objekti za oglaševanje iz zgodovinskega mestnega jedra nemudoma odstranijo, v Odlok o oglaševanju pa se doda dikcija " Objektov za oglaševanje ni dovoljeno postavljati v zgodovinsko mestno jedro".**

Arhitekt Ira Zorko je o oglasnem onesnaževanju zapisal naslednje:

"Prostor je poleg časa osnovna življenjska danost in ima po svojem bistvu ontološko dimenzijo. Ker je prostor nezamenljiv in nenadomestljiv element življenja, element iz katerega ni mogoče izstopiti, gre pri komercializaciji prostora za element prisile. Reklame v časopisu ali reviji lahko prezremo, propagandni blok na televiziji lahko preskočimo, lahko zamenjamo kanal, lahko se odpovemo gledanju ali odpovemo naročnino medijem, ki nas na ta način posiljujejo. V vseh teh primerih ima človek možnost svobodne presoje in odločanja. Reklamam v prostoru, v javni, splošni, odprti krajini, vzdolž osnovne in vsakodnevne javne infrastrukture, pa se zaradi narave prostora in življenja človek na noben način ne more izogniti. Zato je možno na ta pojav gledati kot na element kršenja človekove svobode. Gre namreč za neprostovoljno udeležbo, kar je drugo ime za posilstvo. Neprostovoljna udeležba ima v tem primeru tudi finančne posledice in tisti, ki ljudi v to udeležbo skozi vsakodnevno gledanje prisiljujejo imajo od tega neposredne koristi. Brez teh posrednih in neposrednih koristi teh pojavov v prostoru ne bi bilo. Ker se človek pogledu na reklamo, ki je postavljena v njegov življenjski prostor in agresivno nastavljena njegovemu pogledu ne more izogniti, se njegov pričakovani pogled, pogled, v katerega je prisiljen, vsakodnevno in brez njegove vednosti menja za denar. Verjetno lahko zaradi tega v primeru oglaševanja v odprtem prostoru govorimo tudi kot o posebni obliki prisilnega dela, o kraji pozornosti, kraji časa, prostora in pogleda oziroma kot o izkoriščanju."

V nadaljevanju podajamo odgovor z našega delavnega področja.

Pogoji za oglaševanje na območju MOL so določeni z Odlokom o občinskem prostorskem načrtu Mestne občine Ljubljana – izvedbeni del (Ur. l. RS, št. 78/10, 10/11 - DPN, 22/11 - popr., 43/11 – ZKZ-C, 53/12 - obv. razl., 9/13, 23/13 - popr., 72/13 - DPN, 71/14 - popr., 92/14 - DPN, 17/15 - DPN, 50/15

- DPN, 88/15 – DPN, 95/15, 38/16 - avtentična razlaga 63/16, 12/17 in 42/18– v nadaljevanju OPN MOL - ID) in Odlokom o oglaševanju (Uradni list RS, št. 10/11, 38/13).

OPN MOL - ID za postavitev objektov za oglaševanje določa, da je male samostoječe ali stenske svetlobne vitrine, male samostoječe ali stenske table, okrogle in tristrane plakatne stebre in prenosne ulične panoje tipa A dopustno postaviti na javnih površinah in na zunanjih površinah objektov v javni rabi v EUP z namensko rabo A, O, E, ZDd, SSce, SScv, SSse, SSsv, SB, SK, POd, POg, ZS, CDi, CDo, CDz, CDk, CDj, CDd, CU, CDc, BT, BD, IG, IP, BC, PC ali PŽ ter na parkirnih površinah v EUP z namensko rabo SScv, SSsv, BT, BC, O ali E.

V območju historičnega mestnega središča so objekti za oglaševanje postavljeni na eni od omenjenih namenskih rab.

V zameno za širitve postajališč v sklopu sistema Bicikelj so bile na območju mestnega središča v letu 2017 postavljene male svetlobne vitrine. Njihova postavitev je skladna z določili OPN MOL - ID.

Za vse navedene oblike oglaševanja v historičnem območju mestnega središča ter na zemljiščih in objektih, varovanih s predpisi s področja varstva kulturne dediščine je treba za postavitev objektov za oglaševanje pridobiti soglasje organa, pristojnega zavoda za varstvo kulturne dediščine.

Lep pozdrav,

Pripravila:

Veronika Reven, *univ. dipl. geog.*

Višja svetovalka I

Irena Ostojic, *univ. dipl. inž. arh.*

Vodja odseka za PIA in prenovo



Mag. Miran Gajšek, *univ. dipl. inž. arh.*  
Vodja oddelka

V vednost: MOL OUP: IO, KP, VER