

Oglaševanje v zobozdravstvu

SPREJELA Generalna skupščina FDI avgusta 2017 v Madridu v Španiji

Kontekst

Politike in predpisi v zvezi z oglaševanjem v zobozdravstvu se med državami močno razlikujejo. V nekaterih državah je oglaševanje zobozdravstvenih storitev prepovedano, v drugih pa so predpisi zelo različni, od strogih do zelo milih. Ker ni doslednih predpisov o oglaševanju zobozdravstvenih storitev, je mogoče javnost zavajati z lažnimi in neprimernimi oglaševalskimi trditvami. Danes je to še posebej skrb vzbujajoče, saj so lahko oglaševalska sporočila prosto dostopna javnosti na spletnih strani, pri množičnem pošiljanju elektronskih sporočil in v različnih oblikah družbenih medijev.

Oglaševanje zobozdravstvenih storitev lahko vpliva na to, kako zobozdravstvo kot poklic dojemajo tako zobozdravniki kot tudi pacienti. Zobozdravstveni poklic v družbi uživa posebno zaupanje in spoštovanje. V zameno se stroka zavezuje, da bo spoštovala visoke etične standarde. Etično oglaševanje zobozdravstvenih storitev tako pomeni zagotavljanje natančnih informacij pacientu, postavljanje pacientovih interesov na prvo mesto in spodbujanje vzajemnega spoštovanja med člani zobozdravstvene stroke.

Opredelitve

Oglaševanje zobozdravstvenih storitev

To so vse informacije in/ali gradivo, ki se nanaša/-jo na promocijo zobozdravstvenih storitev zobozdravstvene ordinacije ali posameznika, ki sodeluje pri oskrbi. Oglaševanje zobozdravstvenih storitev vključuje: letake, spletne strani, objave na družbenih omrežjih, bloge, reklame, glasila, vizitke, pisarniški material, logotipe, označbe, obvestila ali druge informacije, povezane z zobozdravstveno prakso, ne glede na obliko distribucije.

Načela

Osnovna načela predpisov o oglaševanju zobozdravstvenih storitev morajo:

- zaščititi zdravje in dobro počutje javnosti;
- zagotoviti, da so vse zahtevane trditve podprte z znanstveno dokazanimi dejstvi; pacienti so upravičeni do zaščite pred zavajajočim oglaševanjem;
- uveljaviti dostojanstvo in integriteto poklica;
- biti v celoti skladni s poklicnim kodeksom etike;
- upoštevati ustrezne zakone in predpise.

Politika

Oglaševanje zobozdravstvenih storitev mora:

- a. biti natančno;
- b. biti dokazano, to pomeni biti podprto z dejstvi in ne z osebnimi občutki, prepričanji, mnenji ali interpretacijami;

- c. prikazati poklicno podobo zobozdravnika in zobozdravstvenega poklica;
- d. biti uravnoteženo z vidika prednosti in slabosti predlaganega zdravljenja.

Oglaševanje zobozdravstvenih storitev ne sme:

- a. biti lažno, nejasno, pretirano, zavajajoče, goljufivo;
- b. primerjati ali očrniti drugih zobozdravnikov;
- c. zahtevati ali razpravljati v imenu pacientov;
- d. poskušati prepričevati ali olepševati;
- e. uporabljati presežkov ali primerjalnih izrazov za dokazovanje višje kakovosti v zvezi s storitvami, opremo, uporabljeno tehnologijo, izdelki ali osebami, ki opravljajo storitve;
- f. vzbuditi nepotrebne zaskrbljenosti ali stiske;
- g. ustvarjati nerealnih pričakovanj.

Nacionalna zobozdravstvena združenja FDI spodbujajo k določitvi svojih pravil in predpisov o oglaševanju.

Ključne besede

oglaševanje zobozdravstvenih storitev, zobozdravstvo, javni interes

Odpoved odgovornosti

Informacije v tej izjavi o politiki temeljijo na najboljših znanstvenih dokazih, ki so bili v danem trenutku na voljo. Lahko jih razlagamo tako, da odražajo prevladujoče kulturne občutljivosti in socialno-ekonomske omejitve.

Nadaljnje branje

- *Principles of Ethics & Code of Professional Conduct*. Ameriško zobozdravstveno združenje. November 2016 (http://www.ada.org/~media/ADA/Member%20Center/Files/2016_ADA_Code_Of_Et..., dostopano ___ 2017).
- *Guidance on the Use of Social Media*. Royal College of Dental Surgeons of Ontario. Practice Advisory. November 2015 (<http://www.rcdso.org/save.aspx?id=4ea7eacd-abfe-4fcb-be3d-abf45b3484fe>, dostopano ___ 2017).
- *Professional Advertising. Practice Advisory*. Royal College of Dental Surgeons of Ontario. November 2012 (http://www.rcdso.org/Assets/DOCUMENTS/Professional_Practice/Practice_Adv..., dostopano ___ 2017).
- *World of advertising changes with new technology yet provincial advertising regulations still applicable today*. Royal College of Dental Surgeons of Ontario. 2013. (<http://www.rcdso.org/KnowledgeCentre/DispatchMagazine/OnlineDispatchArch...>, dostopano ___ 2017).

- Roucka TM, Donate-Bartfield E, Zarkowski P. In social media age, watch what you say. *Gen Dent.* 2014; 62 (1): 19–21.