



15.2.2022
סימוכין 184399522

פרסומת ברפואת שיניים - נייר עמדה 15 פברואר 2022

1. פרסומת ברפואת שיניים – רקע ומצב חוקי

מקצועות הרפואה, ומקצוע רפואת השיניים בפרט, נהנים ממעמד מיוחד של אמון הציבור וכבוד בחברה. בהתאם, מחויבים מקצועות אלה לעמוד בסטנדרטים אתיים גבוהים בכל ההיבטים וביניהם בהיבט הפרסום. פרסום שירותי רפואת שיניים הוא בעל פוטנציאל השפעה על היבטים שונים של מתן שירותים דנטליים לאוכלוסייה, לרבות תפיסת המטופלים את המקצוע. פרסומת אתית ברפואת שיניים היא כזו שנותנת מידע מדויק למטופל, שמה את האינטרסים של המטופל בראש סדר העדיפויות ומקדמת כבוד הדדי בקרב אנשי המקצוע. תקנות רופאי השיניים (פרסומת אסורה), התשס"ט-2009 מגדירות סוגים של פרסומת אסורה, כאשר הגדרת פרסומת היא כלהלן:

"פרסומת" - לרבות מודעת תדמית, לעיסוקו ברפואת שיניים של מורשה לריפוי שיניים בישראל או לעיסוק ברפואת שיניים בישראל, המיועדת, לפי צורתה, תוכנה או דרך פרסומה, לקהל בישראל, ונצפית על ידו, אף אם היא מופצת, משודרת או מודפסת מחוץ לישראל; ... כתבה, מאמר או ידיעה עיתונאית מכל סוג שהוא לא ייחשבו פרסומת;

"מודעת תדמית" - מודעת פרסומת העלולה להביא אדם סביר להניח כי אינה פרסומת.

נייר העמדה של ארגון FDI העולמי מספק הגדרה כוללת של פרסומת כ"כל מידע ו/או חומר הקשור לקידום שירותי רפואת שיניים על ידי רופא שיניים או אדם המעורב במתן טיפול. פרסום ברפואת שיניים כולל: עלונים, אתרי אינטרנט, פרסומים ברשתות חברתיות, בלוגים, פרסומות, ניוזלטרים, כרטיסי ביקור, ניירת, לוגו, שילוט, הודעות או מידע אחר הקשור לרופא השיניים/מרפאת השיניים, ללא קשר לצורת ההפצה". בנייר העמדה מפורטים העקרונות הבסיסיים בתחום הפרסום עליהם מחויבים רופאי שיניים לשמור:

- הגנה על בריאותו ורווחתו של הציבור.
- הימנעות מפרסום מטעה והצגת טענות מבוססות מדעית בלבד.
- שמירה על כבוד, אמינות ויושרת המקצוע.
- הלימה מלאה לקוד האתי המקצועי.
- ציות מלא לדרישות החוק.



חטיבת הרפואה
האגף לבריאות השן
Division of Dental Health

משרד
הבריאות
לחיים בריאים יותר

2. כללי "עשה ו"ואל תעשה" שגובשו על ידי המקצוע בהקשר לפרסומת

א. פרסומת בתחום רפואת השיניים צריכה להיות :

- מדויקת ונתמכת עובדות, ולא רגשות אישיים, אמונות, דעות או פרשנויות ;
- כזו שמציגה תדמית רצינית ומקצועית של רופא השיניים ושל מקצוע רפואת השיניים ;
- כזו שמציגה את היתרונות והחסרונות של הטיפול המוצע באופן מאוזן.

ב. אסור שפרסומת ברפואת שיניים תהיה :

- שקרית, מעורפלת, מוגזמת, מטעה, מהווה הונאה ;
- השוואתית או מזלזלת ביחס לרופאי שיניים אחרים ;
- כוללת מסרים לשידול מטופלים לטיפול ו/או מייפה את המציאות ;
- כזו שמשתמשת במונחים סופרלטיבים או השוואתיים בהקשר לאיכות השירותים, הצידוד, הטכנולוגיה בשימוש, המוצרים או אנשי המקצוע המספקים את השירותים ;
- כזו שמעוררת פחד, דאגה או מצוקה מיותרת בקרב הציבור/המטופלים ;
- כזו שיוצרת ציפיות לא מציאותיות בהקשר לטיפול;

בכבוד רב,

האגף לבריאות השן

מקורות:

1. [תקנות רופאי שיניים \(פרסומת אסורה\), התשס"ט 2009](#)
2. <https://www.fdiworlddental.org/advertising-dentistry>
3. [Principles of Ethics & Code of Professional Conduct. American Dental Association.](#) Nov 2020
4. [Guidance on the Use of Social Media. Royal College of Dental Surgeons of Ontario. Practice Advisory](#) March 2018.
5. [Professional Advertising. Practice Advisory. Royal College of Dental Surgeons of Ontario.](#) 2012 Nov.
6. Roucka TM, Donate-Bartfield E, Zarkowski P. In social media age, watch what you say. Gen Dent. 2014;62(1):19–21.