

Daugiau apie LR
Reklamos įstatymo
15 straipsnį

SVEIKATOS PRIEŽIŪROS PASLAUGŲ IR MEDICINOS PRIEMONIŲ REKLAMA

naujienų portaluose, leidiniuose ir socialinėje erdvėje



Reklaminė informacija portaluose ir leidiniuose privalo būti aiškiai atskleista vartotojams bei tinkamai pažymėta.

Reklama

– bet kokia forma ir priemonėmis skleidžiama informacija, **susijusi su asmens ūkine komercine**, finansine ar profesine veikla, **skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis**, įskaitant nekilnojamojo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Sveikatos priežiūros paslaugų ir
medicinos priemonių (prietaisų)
reklamoje **DRAUDŽIAMA** naudoti:

✗ paciento
vardą, pavardę,

✗ įvaizdį,

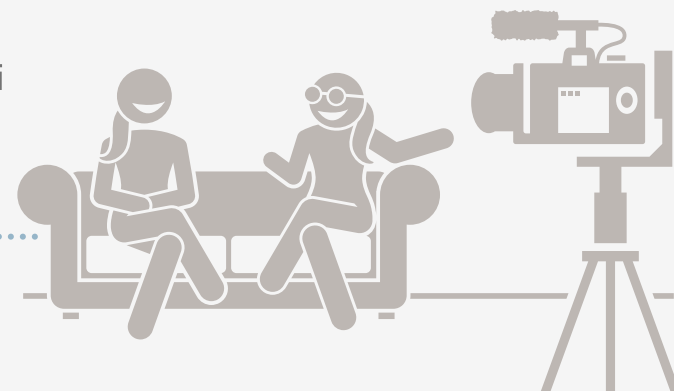
✗ remtis sveikatos priežiūros įstaigų,
sveikatos priežiūros specialistų ar jų
profesinių organizacijų rekomendacijomis
(Reklamos įstatymo 15 str.).

SVARBU ŽINOTI BENDRADARBIUJANT SU NUOMONĖS FORMUOTOJAI

~~SPECIALISTAS
REKOMENDUOJA~~

Paciento sutikimas viešai naudoti jo atvaizdą, viešai skelbti vardą, pavardę neatleidžia nuo pareigos laikytis LR reklamos įst. nustatytų draudimų, kai skleidžiama informacija yra reklama, o sveikatos priežiūros paslaugų ir medicinos priemonių reklama, kurioje parodomas paciento atvaizdas, iš kurio galima identifikuoti konkretų asmenį, t. y. reklamos gavėjui sudaromos sąlygos nustatyti paciento tapatybę, neatitinka LR reklamos įst. 15 str. reikalavimo elementų: nenaudoti paciento vardo, pavardės ir paciento įvaizdžio (sąvoka „paciento įvaizdis“ vertintina kaip apimanti ir paciento fizinius duomenis (išvaizdą ar užfiksuotą atvaizdą), elgseną ir veiklą).*

* Kai portaluose, leidiniuose ar socialiniuose tinkluose apie sveikatos priežiūros paslaugas ir/ar medicinos priemones (prietaisus) yra skleidžiama informacija, atitinkanti reklamos sąvoką, ji privalo atitikti aukščiau minėtą reikalavimą.



ATSAKOMYBĖ

Atsakomybė už teisės aktų neatitinkančios reklamos skleidimą gali kilti ne tik reklamos davėjui (asmeniui, kurio iniciatyva ir interesais naudojama reklama), bet ir reklamos paslaugų teikėjui (asmeniui, teikiančiam reklamos gamintojo, skleidėjo ar tarpininko paslaugas), jeigu jis žinojo arba turėjo žinoti, kad reklama neatitinka Reklamos įstatyme nustatytų reikalavimų.

Žurnalistų ir leidėjų etikos kodekso 24 str. ir Visuomenės informavimo etikos kodekso 22 str. numato, jog žurnalistai turi atsisakyti viešosios informacijos rengėjo ar jo vadovo užduoties, jeigu ji prieštarauja šalies įstatymams, žurnalistų etikai ir jo įsitikinimams.