



TUMS' Talk

سام دارالفضون



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت در سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و
تاریخ پزشکی

SDH HERC Talk

اصول اخلاقی



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت و سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و تاریخ پزشکی



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران

رسانه و سلامت

دکتر محمد کیاسالار



مرکز تحقیقات عدالت و سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و تالیف پزشکی

مدیا کراسی: رسانه سالاری

مدیا (مدیوم) + کراسی
(کراتوس)

تسلط رسانه‌ها بر
جوامع به واسطه نفوذ
فراگیر (آکسفورد)

<https://en.oxforddictionaries.com › definition › mediocracy>



مدیا کراسی

نامگذاری قرن ۲۱ به عصر
مدیا کراسی، ناظر بر نقش
فزاینده رسانه‌ها در
جنبه‌های مختلف زندگی
انسان معاصر است.

شکرخواه، یونس؛ بروجردی، مهدخت. سبک‌های خبرنویسی.
نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، چاپ اول، ۱۳۸۵، صفحه ۷



از مدياليتي تا اينفودمي



مدياهایپ (کمبریج): غوغای رسانه‌ای

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hype>

Meaning :

An excessive amount of information about a problem that is typically unreliable, spreads rapidly, and makes a solution more difficult to achieve.

Origen:

Early 21st century blend of information and epidemic.

اینفودمی، اینفودایت و...
(آکسفورد)

Sharing knowledge for a healthier world

collaboration



WIKIMEDIA
FOUNDATION

&



World Health
Organization

لغت سال آکسفورد

Word of The Year (WOTY)

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Gif	Selfie	Vape	Emoji	Post-truth & Fake News	Youthquake	Toxic	Climate Change	Covid	Vax

ویکی مدیا و سازمان بهداشت جهانی علیه فیک نیوز و اینفودمی



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات عدالت سلامت
و تابایی پزشکی

اخبار جعلی

■ ام‌آی‌تی و توئیتر:

■ ۲۰۱۷

■ سرعت فیک‌نیوز

■ ریتوئیت فیک‌نیوز

■ فیک‌نیوز و سلامت:

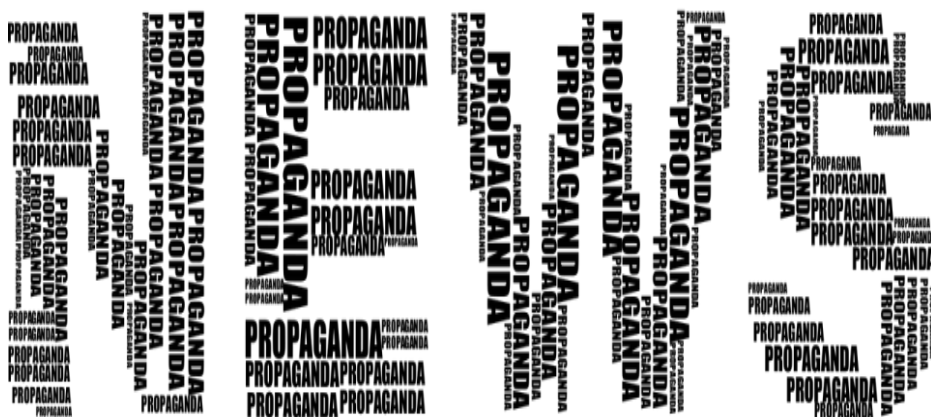
■ سشوآر در بینی!

■ الکل و کرونا

■ عوارض واکسن

■ مسواک

■ لردگان و...



رسانه‌ها و نظریه‌ها



▪ رویارویی با رسانه‌ها در دوران مدیاکراسی اجتناب‌ناپذیر است

شکرخواه، یونس؛ بروجردی، مهدخت. سبک‌های خبرنویسی. نشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، چاپ اول، ۱۳۸۵، صفحه ۷

▪ Mandelson, Framing Theory, 1964:

چارچوب‌دهی رسانه به شبانه‌روز

مک‌کوایل، دنیس. مخاطب‌شناسی. منتظر قائم، مهدی. نشر دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ چهارم، ۱۳۸۷، ص ۱۴۸

▪ Focal Things and Focal Practices, Borgmann

<https://chicago.universitypressscholarship.com/view/10.7208/chicago/9780226333885.001.0001/upso-9780226333861-chapter-4>



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت و سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و تبارخ پزشکی



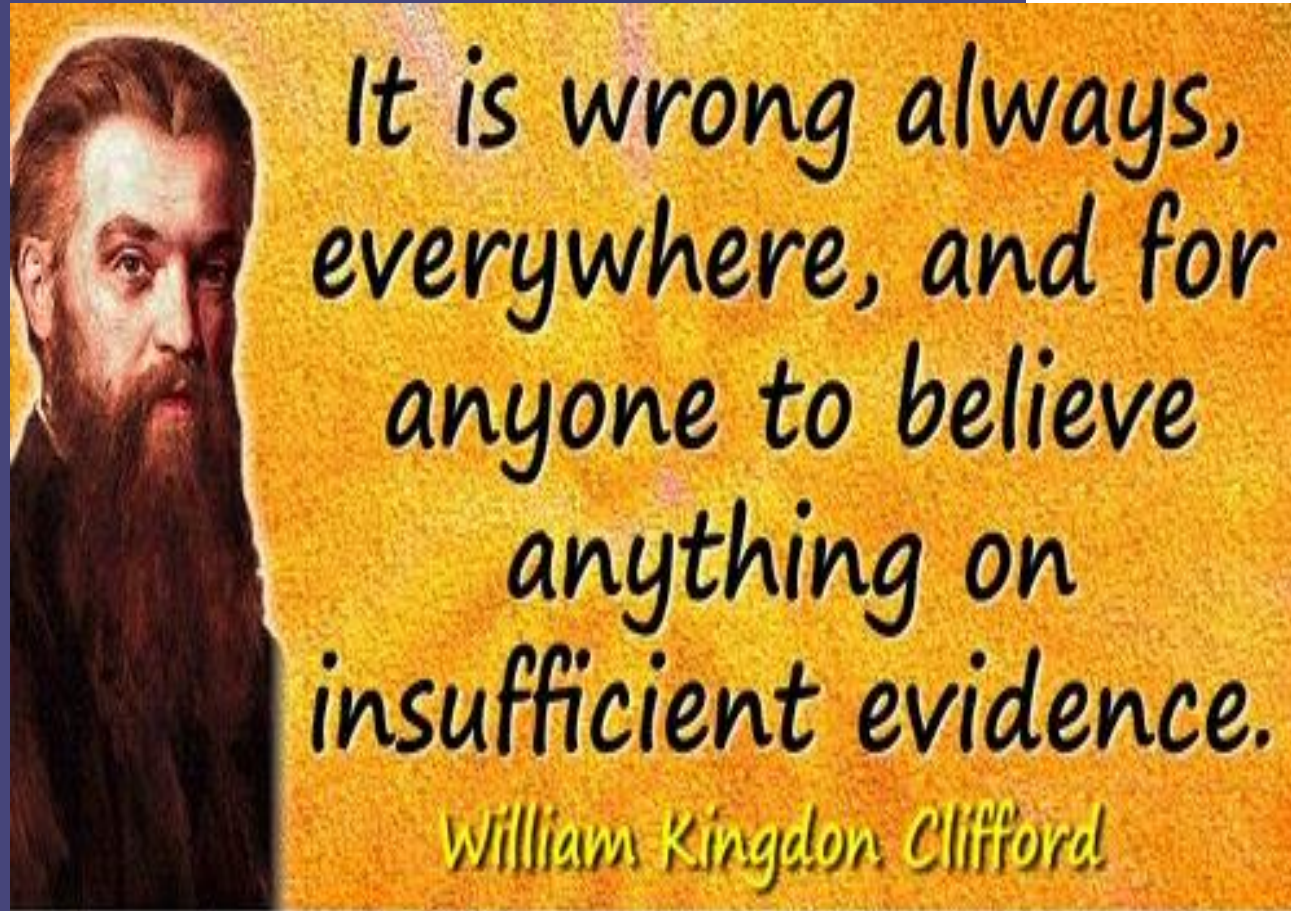
دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت در سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و تاریخ پزشکی



It is wrong always,
everywhere, and for
anyone to believe
anything on
insufficient evidence.

William Kingdon Clifford

More science quotes at Today in Science History todayinsci.com

اخلاق باور

- ویلیام کلیفورد: ۱۸۷۷
- زودباوری به مثابه رذیلت اخلاقی

زودباوری در فضای مجازی

- اخبار و اطلاعات جعلی در شبکه‌های اجتماعی فراوان است.

- یک تحقیق در ایام کرونا نشان داد بیش از یک‌چهارم اخباری که در توئیتر درباره کرونا دست‌به‌دست می‌شود، نادرست است.

- Neely S, Eldredge C, Sanders R. Health Information Seeking Behaviors on Social Media During the COVID-19 Pandemic Among American Social Networking Site Users: Survey Study. J Med Internet Res. 2021 Jun 11;23(6):e29802. doi: 10.2196/29802. PMID: 34043526; PMCID: PMC8202660.

- تحقیق مشهور ام‌آی‌تی

- زودباوری در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند غیراخلاقی باشد.

رژیم خبری

- یکی از مؤلفه‌های سواد رسانه، ایجاد تعادل بین مصرف رسانه‌ای و سایر فعالیت‌های روزمره است: رژیم خبری.
- سازمان بهداشت جهانی، پیروی از رژیم خبری را به‌ویژه در بحرانی مانند پاندمی به همگان توصیه می‌کند:
 - تعداد منابع خبری‌تان در شبکه‌های اجتماعی را به حداقل ممکن کاهش دهید
 - در میان این حداقل‌ها حتماً و اقلای یکی از منابع معتبر سلامت را بگنجانید.

مواجهه نقادانه با اخبار و منابع

- مواجهه نقادانه با اخبار و اطلاعات مجازی، شرط اول برای در امان ماندن از فریب‌خوردگی است.
- بسیاری از خبرهای ساختگی یا تبلیغاتی، ادعاهای خود را بدون ذکر هرگونه منبعی مطرح می‌کنند و گاهی به منابعی دروغین با (یا بدون) آدرس اینترنتی ساختگی ارجاع می‌دهند.
- معتبر بودن منبع خبر، لازم است ولی کافی نیست. تخصصی بودن منبع خبر نیز اهمیت دارد. به عنوان مثال، در بحران کرونا که یک موضوع سلامت‌محور است؛ رسانه‌های سیاسی و افراد و کاربرانی که جهت‌گیری سیاسی آشکار دارند، نمی‌توانند منبع مناسبی برای کسب اخبار و اطلاعات درست و دقیق محسوب شوند. بنابراین در کسب خبر درباره واکسیناسیون قاعدتا منابع وزارت بهداشت اعتبار بیشتری از نمایندگان مجلس یا وزارتخانه‌های غیرمرتبط دارند؛ با اینکه آنها نیز از وجاهت و جایگاه رسمی برخوردارند.

ارزیابی رسانه و خبرنگار

- اعتبار رسانه‌ای که خبر را منتشر کرده، می‌تواند معیاری برای سنجش درستی یا نادرستی خبر باشد. تمایز پایگاه خبری از وبلاگ شخصی اهمیت دارد. خود خبرگزاری‌ها هم اعتبار یکسانی ندارند. برخی خبرگزاری‌ها به گرایش‌های جناحی مشهورند. یکی از راهکارهایی که برای سنجش اعتبار منابع خبری ناآشنا وجود دارد، این است که بخش «درباره ما» را در پایگاه خبری مربوطه، مطالعه کرده و یا سایر اخباری را که توسط آن منبع منتشر شده، ارزیابی کنید.
- آیا نام خبرنگار واقعی است یا مستعار؟ استفاده از نام مستعار می‌تواند شک برانگیز باشد. سوابق نویسنده یا خبرنگار را می‌توانید در بسترهایی مانند گوگل یا لینکدین جستجو کنید و با مطالعه مطالب قبلی او تا حدودی به میزان اعتبار کارش پی ببرید. اگر در شبکه‌های اجتماعی حساب کاربری دارید، می‌توانید فرد مورد نظر را در این شبکه‌ها نیز پیدا کنید و با اطلاع از سوابقش بهتر قضاوت کنید.

تله لحن و لقب و عنوان

- بعضی تلاش می کنند با لحن و لغاتی که در متن خبر به کار می گیرند، احساسات مخاطبان خود را برانگیزند. اگر با خواندن خبری بسیار تحت تاثیر قرار گرفتید یا حیرت کردید، بهتر است قبل از بازنشر، نفس عمیقی بکشید و آن را در چند رسانه معتبر جستجو کنید.
- یکی از تکنیک‌هایی که گهگاه برای مشروعیت بخشی به اخبار جعلی مورد استفاده قرار می گیرد، القاب و عناوین و مدارک تحصیلی مجعول ولی پرطمطراق است. وقتی در یک خبر با اطلاعاتی از این قبیل مواجه می شوید که مثلا پروفیسور فلانی داروی کرونا را کشف کرده یا توانسته تعداد زیادی از بیماران مبتلا به یک بیماری صعب‌العلاج را درمان کند، ابتدا واریسی کنید که اصلا فرد مورد نظر واقعا وجود دارد یا نه؟ مدرک تحصیلی و دانشگاه ادعایی چطور؟ ...

تله تیترو لینک

- بعضی از اخبار ساختگی در شبکه‌های اجتماعی صرفاً با یک تیترو گیرا و یک لینک جعلی دست‌به‌دست می‌شوند. بنابراین به خواندن تیترو بسنده نکنید و نشانه‌های ساختگی بودن یا نبودن را در خبر جستجو کنید.
- در صورتی که متن خبر موجود نبود و صرفاً با یک لینک روبه‌رو بودید، حتماً روی لینک کلیک کنید تا از میزان اعتبار منبع خبر مطمئن شوید.
- گاهی بعضی تیتروها سعی می‌کنند با استفاده از ظرافت‌های طنزآمیز و بازیگوشانه، دوپهلوه حرف بزنند و شما را درباره یک موضوع دچار تردید و سوءتعبیر کنند. در این موارد نیز بهتر است متن خبر را بخوانید تا در دام تیترو-خبر فریبنده نیفتید.
- به‌طور کلی، استفاده از تیتروها و کلیدواژه‌های فریبنده و اغواکننده از تکنیک‌های مرسوم بازاریابی محتوا در فضای مجازی است و در مواجهه با آنها و ارزیابی محتوای دربرگیرنده‌شان بهتر است دقت و حساسیت بیشتری به خرج دهید.

تک‌منبعی یا چندمنبعی؟

- اگر محتوای یک خبر برایتان مشکوک است؛ به یک یا چند منبع خبری دیگر که اعتبار بیشتری دارند، مراجعه و محتوای خبر را در آنجا نیز جستجو کنید تا اطمینان بیشتری نسبت به واقعی بودن آن خبر پیدا کنید و احیانا محتوای خبر مزبور را از منظرهای دیگر (در منابع خبری دیگر) نیز بخوانید.
- برای راستی‌آزمایی اخبار مشکوک می‌توانید به منابع Fact-Checker مراجعه کنید و یا از حرفه‌مندان مطلع و قابل‌اعتماد سلامت سؤال کنید. در بسیاری از موارد، حتی اگر آنها قادر به پاسخگویی به پرسش شما نباشند؛ دست‌کم می‌توانند منابع موثق‌تر و معتبرتری برای رد یا تأیید خبر به شما معرفی کنند.

نشس سؤال قبل از بازنشر

• قبل از اینکه پیامی را در شبکه‌های اجتماعی بازنشر بدهید، بهتر است این شش سؤال را به‌ویژه در بحران‌های سلامت (مانند اپیدمی) از خودتان بپرسید و به پاسخ آنها فکر کنید:

- تولیدکننده پیام کیست؟
- دلایل و مستنداتش برای درستی پیام چیست؟
- منابع دیگر در این باره چه می‌گویند؟
- چه کسانی از نشر این پیام سود می‌برند؟
- چه کسانی از نشر این پیام آسیب می‌بینند؟
- آیا آسیب زدن به آنها کار درستی است؟

Contact

Name:

دکتر محمد کیاسالار

Email:

<mailto:mkiasalar@nasrme.ac.ir>

<mailto:mkiasalar@gmail.com>

Phone:

09121870107

Website/social media:

@mkiasalar



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران



مرکز تحقیقات عدالت در سلامت
Health Equity Research Center



مرکز تحقیقات اخلاق و تاریخ پزشکی



دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران

