

# پزشکان بلاگر نما!

بررسی پدیده سلبریتی زده کردن حرفه پزشکی با نگاهی به فعالیت های تبلیغی بعضی پزشکان که سلفی های شان با فلان خواننده، ورزشکار یا هنرپیشه را به اشتراک می گذارند

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

دوشنبه ۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۱

۷ شوال ۱۴۴۳ هـ • ۹ می ۲۰۲۲

شماره ۲۰۹۳۱

۲۱۵۱



## هرتبلیغ

از ۲ تا ۱۵ میلیون

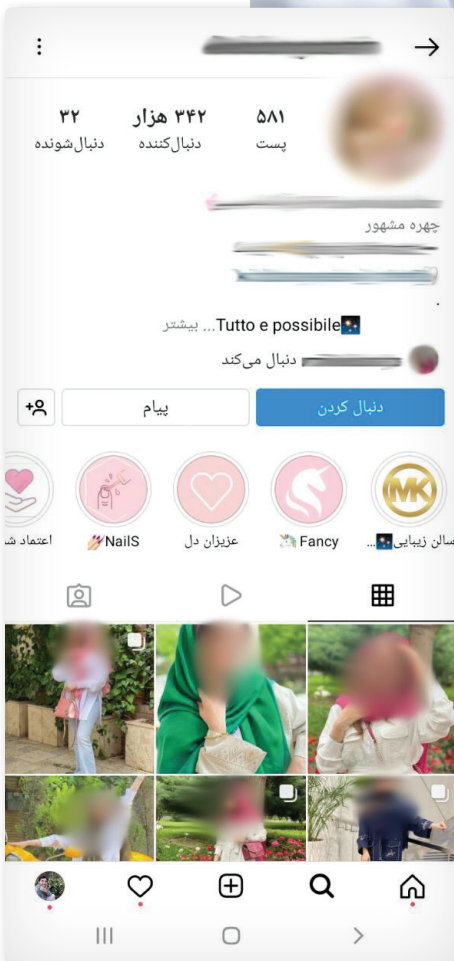
تومان

به صاحب چند پیج دایرکت زدیم تا

هزینه تبلیغ در این مدل صفحات را در

بیاوریم

بعد از صحبت با دو نفر از این نوع پزشکان مخصوصا خانم دندان پزشک بسیار کنجکاو می شوم که هزینه تبلیغ در این مدل پیج ها چقدر است؟ مگر بلاگری چقدر درآمد دارد که خانم دندان پزشک، درآمد بیشتری از این طریق به دست می آورد؟ باید بگویم طبق جست و جوی من در فضای مجازی، هزینه تبلیغ با توجه به تعداد دنبال کنندگان کاملا متفاوت است. هزینه یک استوری در صفحه یک میلیون فالوئر حداقل ۲ میلیون تومان و هزینه پست بالای ۵ میلیون تومان خواهد بود. این قیمت ها در پیج هایی با بازدید های بالاتر تا ۱۵ میلیون تومان متفاوت است. در بین این نوع صفحات، دانشجویان پزشکی زیادی را دیدم که در فضای مجازی شبیه بلاگر ها عمل می کنند. انگار برایشان استایلیست بودن، جذاب تر از پزشکی به نظر می رسد. در این نوع صفحات که تعدادشان در فضای مجازی کم هم نیست، پزشک - بلاگر هایی را می بینید که به جای به اشتراک گذاشتن مطالب مرتبط با رشته خودشان در حال تبلیغ برای لباس، لوازم آرایش و نشان دادن راه هایی برای زیباتر شدن هستند. شاید به نظر شان پزشکی دیگر ارزش نیست و برای دیده شدن باید حتما زیبا بود! هزینه تبلیغ در این نوع صفحات از یک میلیون تومان به بالا متغیر است.



بجگی علاقه داشتم مدل یا بازیگر بشوم و همه من را بشناسند اما پدر و مادر م به شدت با این علاقه ام مخالف بودند و اصرار داشتند که دندان پزشک شوم. برای همین بود که حتی وقتی دندان پزشکی هم قبول نشدم، کم نیاوردند و من را راهی هند کردند تا دندان پزشکی بخوانم. در دوران دانشجویی و با وجود زندگی در یک کشور دیگر، این میل به دیده شدن من را رها نکرد و علاوه بر خواندن دندان پزشکی، به دنبال بلاگری هم رفتم. راستش را بخواهید این طوری هم پدر و مادر م راضی هستند و هم من به آن چه می خواهم رسیدم». از او در این باره می پرسیم که آیا این همه زمانی که در شبکه های مجازی می گذارد، با حرفه اش در تضاد نیست و باعث نمی شود از کارش عقب بیفتد؟ ادامه می دهد: «راستش انگار بلاگری به شغلم گره خورده و الان بلاگر بودن شغل اول م محسوب می شود تا دندان پزشکی. البته که مریض هم دارم اما کسب درآمد از طریق بلاگری بیشتر از دندان پزشکی است و بیشتر زمان م را هم برای آن می گذارم».

او در باره این که چقدر در روز برای این کار وقت می گذارد، ادامه می دهد: «پیج اینستاگرام م همین داره و برای انتشار و ادیت عکس ها وقتی نمی گذارم اما هر روز قبل از آمدن به مطب آرایشگاه می روم و موهای م را درست می کنم. انتخاب لباس هم وقتی از من نمی گیرد زیرا معمولا همه لباس های مارک هستند و آن ها را به صورت ست از ترکیه یا دبی می گیرم».

او در باره این که چقدر در روز برای این کار وقت می گذارد، ادامه می دهد: «پیج اینستاگرام م همین داره و برای انتشار و ادیت عکس ها وقتی نمی گذارم اما هر روز قبل از آمدن به مطب آرایشگاه می روم و موهای م را درست می کنم. انتخاب لباس هم وقتی از من نمی گیرد زیرا معمولا همه لباس های مارک هستند و آن ها را به صورت ست از ترکیه یا دبی می گیرم».

دندان پزشکی  
نفر دومی که با او صحبت می کنم، یک دندان پزشک خانم است و ۲۸ سال دارد. اگر صفحه اینستاگرام او را کمی بالا و پایین کنید حسایی تعجب خواهید کرد زیرا این صفحه شباهت زیادی به صفحه یک دندان پزشک ندارد و بیشتر شبیه صفحات بلاگر ها و مدل های اینستاگرامی است. البته عکس های این خانم دکترا با ژست های خاص در کنار پوینت دندان پزشکی اش هم خواهید دید. از نگار در باره علاقه اش به این سبک دیده شدن در اینستاگرام و عکاسی و شغل اش که دندان پزشکی است، می پرسیم. او می گوید: «از



نفر اول یک دندان پزشک ۳۰ ساله و مرد است. به گفته خودش تمام خانواده اش پزشک هستند و معتقد است پزشکی در خون آن ها است. از او در باره علاقه اش به این سبک لباس پوشیدن و عکس گذاشتن در اینستاگرام می پرسیم و این که چطور فرصت می کند این همه برای ظاهرش وقت بگذارد؟ او می گوید: «به نظرم یک دکتر باید همیشه آراسته باشد. این طوری برای مریض ها موثرتر هستی. نمی دانم چرا همه مردم فکر می کنند که دکتر ها نباید به خودشان برسند و ظاهر م برای شان عجیب است. از خیلی مریض ها شنیده ام که شبیه مدل ها هستند. بخشی از این مدل لباس پوشیدن و انتشار عکس ها در اینستاگرام هم به جذب مشتری بر می گردد. در دوره هایی که در باره تجارت پزشکی شرکت کرده ام، به ما آموزش داده اند ظاهر شیک و مطابق مد روزی داشته باشیم و عکس های مان را در فضای مجازی منتشر کنیم. در واقع این نوع انتشار عکس ها بخشی از کار م است و من در حال تبلیغ کار م هستم. این روز ها عاقل خیلی از افراد بیش از گذشته به چشم شان است».

## تبلیغ باید با هدف آگاهی رسانی باشد نه فریبکاری

یک متخصص اخلاق پزشکی در باره ابعاد اخلاقی سلبریتی زده کردن حرفه پزشکی می گوید

اللهه توانا | روزنامه نگار

دکتر «سید علی انجو»، پزشک، دانش آموخته دکترا تخصصی اخلاق پزشکی و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، تبدیل شدن پزشکان به سلبریتی را از دیدگاه اخلاق پزشکی بررسی می کند. برای آن که موضوع بحث مان مشخص باشد، توافق می کنیم که در این مورد مشخص، سلبریتی را معادل کسی بدانیم که تعداد زیادی فالوئر در فضای مجازی دارد.

### سلبریتی شدن پزشکان چه پیامدهایی دارد؟

مشهور بودن پزشک، به خودی خود موضوعی منفی نیست. فضای مجازی می تواند به ارتقای آموزش همگانی که بر عهده نظام سلامت است، کمک کند. پس از این منظر، فالوئر زیاد داشتن پزشکی که دغدغه آموزش و آگاهی رسانی دارد از جج است به فرد کم دانشی که صرفا شهرت دارد. اما اگر فعالیت این پزشک در فضای مجازی نامرتب با تخصص اش باشد، چطور؟ یعنی مثل دیگر سلبریتی های فضای مجازی، از سواری بر موج ها سود برد و با جریاناتی همراه شود که کار شان دفاع یا تخریب فرد و گروهی است، از لحاظ اخلاقی مورد تأیید نیست. ملاحظه دوم در باره سلبریتی شدن پزشکان این است که گاهی فضای مجازی به فضایی برای فریب دادن تبدیل می شود؛ از بیمار، کرامت زدایی و به او به چشم مشتری نگاه می شود. گرچه پزشکی یک صنف است ولی پزشکان باید بدانند که کار شان - با احترام فراوان به کاسبان - با کاسبی متفاوت است. آن ها وظیفه سلامت را بر عهده دارند و کرامت انسانی بیمار اقتضا می کند که او را به چشم مشتری نبینیم. با این توضیح، اگر کار پزشکان سلبریتی به سمت تبلیغات گمراه کننده، اغراق آمیز و با هدف جلب مشتری برود، قطعاً غیر اخلاقی است.

### جامعه پزشکی و تصور عمومی از این حرفه چطور تحت تأثیر سلبریتی زدگی قرار می گیرد؟

یکی از مهم ترین مولفه های ارتباط بین پزشک و بیمار، اعتماد است. چنان چه در مردم این احساس ایجاد شود که پزشکان بی توجه به کرامت انسانی صرفا به دنبال کسب منافع مادی هستند، به این اعتماد خدشه وارد می شود. ما اگر امروز می دانیم یکی از راه های انتقال آچاوی و رابطه

می پذیریم ولی شرط شفاف سازی باید رعایت شود. یعنی فرد مشهور تصریح کند که فلانی پزشک خوبی است، اگر واقعا به او مراجعه کرده و چنین نظری دارد ولی بگوید بابت تبلیغ کردنش برای او پول دریافت کرده است. پزشک هم اعلام کند که بابت حضور فلان فرد مشهور در مطب اش، فلان قدر پرداخته است.

پزشکی که ظاهری شبیه به مدل ها دارد و مثل اینفلوئنسر ها داریم در حال تولید محتوای مجازی است، چقدر می تواند پزشک خوبی باشد؟ سوال خوبی است؛ کسی که فرصت می کند یک ساعت زیر دست آرایشگر بنشیند و موهایش را فلان یا خطر ریشش را بپیمان کند، کی کتاب خوانده و کی مریض دیده است؟ آدم های باسواد دانشکده پزشکی را اگر ببینید، ظاهر چندان ویژه ای ندارند چرا که عمده وقت شان صرف درس خواندن و انجام کار های درمانی می شود. این موضوع می تواند یک شاخص باشد؛ باید شک کرد به توان علمی کسی که خیلی سرو صدا و اعداد دارد و نمایش دانایی و مهارت می دهد.

ببینید مثلا کووید در ابتدا یک بیماری ناشناخته بود اما در همان زمان کسانی بودند که هر روز در فضای مجازی درباره کووید پست می گذاشتند و مردم هم حرف های شان را می پذیرفتند. من فکر می کنم در بحث پزشکان سلبریتی باید برای جامعه مخاطب هم سهمی قائل باشیم؛ این جامعه نیاز به آموختن تفکر نقاد دارد. اگر کسی ادعای پزشکی دارد، مردم به راحتی می توانند صحت و سقم ادعایش را بررسی کنند؛ اسم فرد را در سایت نظام پزشکی به آدرس membersarch.ir.mc جست و جو کنند. اگر این نشانی در خاطر شان نمی ماند، به فارسی «سازمان نظام پزشکی» را در گوگل وارد کنند. با وارد کردن اسم فرد در این سایت، می توانند بفهمند شماره نظام پزشکی و پروانه مطب دارد یا خیر. اگر فرد ادعا می کند استاد فلان دانشگاه است، با جست و جو کردن اسمش در سایت دانشگاه می توانند درستی ادعایش را متوجه شوند. اصولا اخلاق پزشکی در کشور ما عمر زیادی ندارد؛ به عنوان یک رشته دکترا از سال ۱۳۸۷ تأسیس شده و در این ۱۳ سال به نظر من اتفاقات مهمی رخ داده است. اگر مدیران ارشد سازمان سلامت اخلاق را جدی بگیرند، ما در موارد بسیاری از جمله زیرمیزی، نوع رفتار و تبلیغات می توانیم تغییراتی ایجاد کنیم.

گروهی از پزشکان سلبریتی از شهرت چهره ها استفاده می کنند و با سپردن تبلیغات شان به آن ها اسم خودشان را سر زبان ها می اندازند. این رفتار از نظر اخلاق پزشکی چطور ارزیابی می شود؟

در ارتباط دوسویه افراد مشهور - پزشکان هر دو طرف مسئولیت دارند. همان طور که اخلاق پزشکی برای مان مهم است، به اخلاق رسانه هم باید اهمیت بدهیم. نقل است که مرحوم تختی، زمانی در فقر شدید به سر می برد که در نتیجه آن دچار مشکلات خانوادگی شده بود. به ایشان پیشنهاد دادند برای یک برند عمل که کیفیت خوبی هم داشت، تبلیغ کند. مبلغی که در ازای این کار در نظر گرفته شده بود، می توانست همه مشکلاتش را برطرف کند اما نپذیرفت. جوابش این بود که بچه های پایین شهر فکر می کنند تختی با خوردن عمل، تختی شده است. در این جمله نکته اخلاقی مهمی نهفته است. تبلیغ، فعلی غیر اخلاقی نیست تا وقتی که در آن فریبکاری راه نیابد و هدفش، رساندن اطلاعات و آگاهی باشد. اگر امروز از من درباره مورد آقا تختی سوال کنید، می گویم ایشان می توانست پیشنهاد تبلیغ عمل را بپذیرد و بگوید این برند عمل خوب است ولی من با غسل خوردن قهرمان نشده ام. در اخلاق پزشکی از مفهومی به نام «conflict of interest» صحبت می کنیم که به فارسی «تعارض منافع» ترجمه می شود البته از نظر من معادل دقیقی نیست.

افراد باید از تعارض منافع اجتناب کنند ولی اگر ناگزیر بودند، موظف به شفاف سازی هستند. مرحوم تختی از تبلیغ غسل اجتناب کرد چون استعداد سوءبرداشت و سوءداشت و ممکن بود به فریبکاری منجر شود با این که چنین نیتی در کار نبود. خب اگر اجتناب ممکن نباشد، چه باید کرد؟ برای مثال خیلی از پزشکان می گویند جو فر هنگی جامعه اقتضا می کند که به سمت سلبریتی شدن بروند، بسیار خوب! این استدلال را



جنسی محافظت نشده است، به این دلیل است که بیمار آن در سراسر دنیا به پزشکان اعتماد کرده اند و خصوصی ترین مسائل شان را با آن ها در میان گذاشته اند. بنابراین از دست رفتن اعتماد، نه تنها به رابطه در مانی بلکه به علم پزشکی هم صدمه می زند. امروزیکی از عواملی که اعتماد بین پزشک و بیمار را تهدید می کند، رفتار بعضی از پزشکان در اینستاگرام است که عکس قبل و بعد از عمل بیمار انشان را منتشر می کنند. برخی چشم های بیمار را

می پوشانند تا به زعم خودشان هویت او را پنهان نگه دارند اما تأثیری ندارد. در اخلاق پزشکی، ضایع آگاهانه، کرامت انسانی و راز پوشی اهمیت زیادی دارد. آیا انتشار عکس و فیلم از قسمت هایی از بدن بیمار که به طور عرفی در همه جای دنیا پوشیده نگه داشته می شود، با رضایت او انجام شده است؟ آیا با این کار، راز بیمار فاش نشده است؟ اصلا آیا اگر بیمار رضایت داشته باشد، انتشار عکس و فیلم او اخلاقی

است؟ می دانیم که در بعضی از انواع اختلالات شخصیتی، افراد از رد کردن خط قرمزها و قانون شکنی لذت می برند. این گروه شاید حتی به این که عکس بدن شان پخش شود، افتخار کنند اما آیا این رفتار، نرمال است؟ ما داریم با این کار، نرم و ذائقه جامعه را تغییر می دهیم و از جنبه فرهنگی هم آسیب هایی وارد می کنیم. این روز ها دست هر بچه ای یک گوشی تلفن همراه است و این عکس و فیلم هایی که بدون رده بندی سنی به راحتی در فضای مجازی منتشر می شود، در اختیار آن ها قرار می گیرد.

