

هو

ملاحظات نوین اخلاق پزشکی
در سپهر عمومی

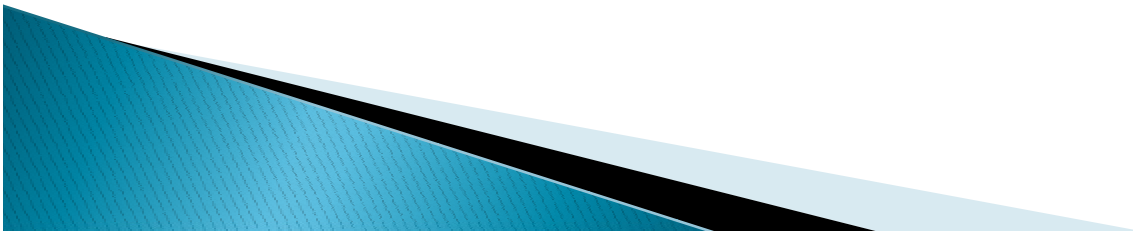
دکتر حمیدرضا نمازی
عضو هیئت علمی دانشکده پزشکی تهران
MD.MS.PhD

سه روی آورد اخلاقی

Additive }

Compliances }

Integrative }

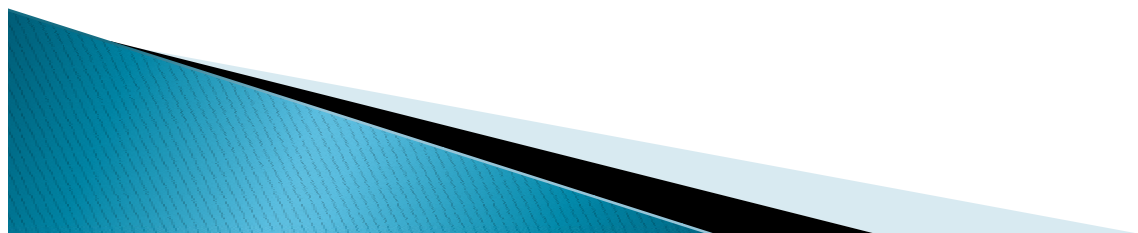


فضای مجازی

} تامل زبان شناختی و معناشناختی

Technophobia }

} اقسام
رسانه ای
غیررسانه ای

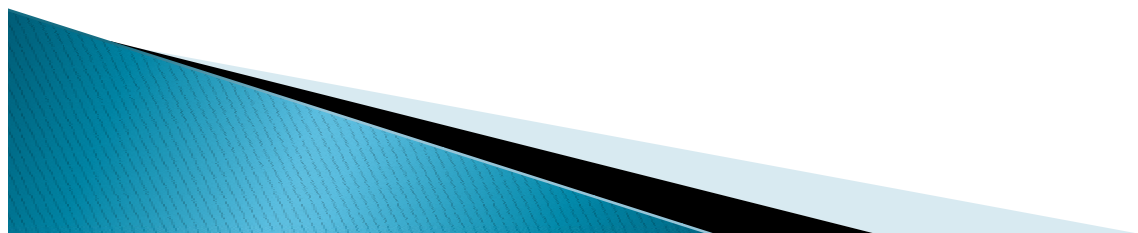


سپهر عمومی

} فضای مجازی

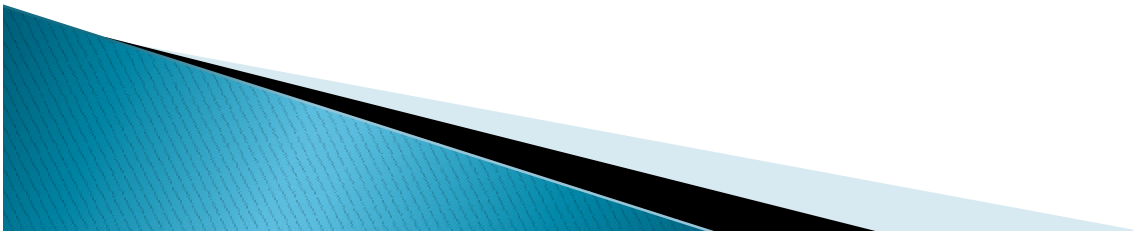
} رسانه

} تبلیغات



فضای مجازی غیر رسانه ای

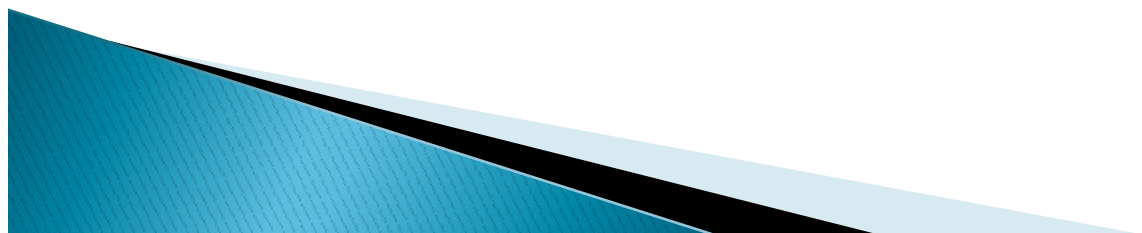
- } تشدید نظارت
- } تسهیل و تصحیح فرایند



نظارت

Panopticon }

افشا، مچ گیری }

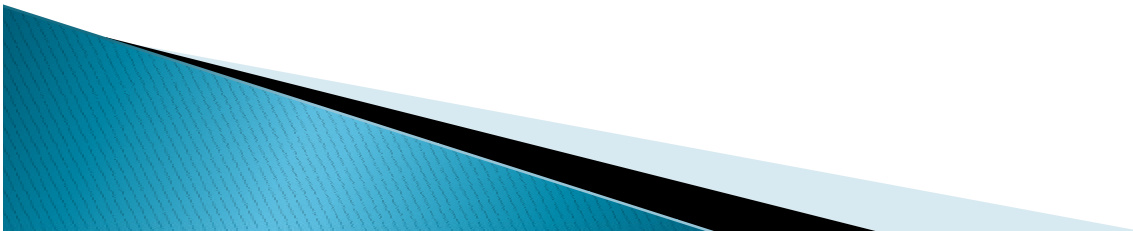


فرایند

} اسنپ (تحلیل مروری)

Bureaucratization }

} فرایند معکوس (حقیقی بدل مجازی)

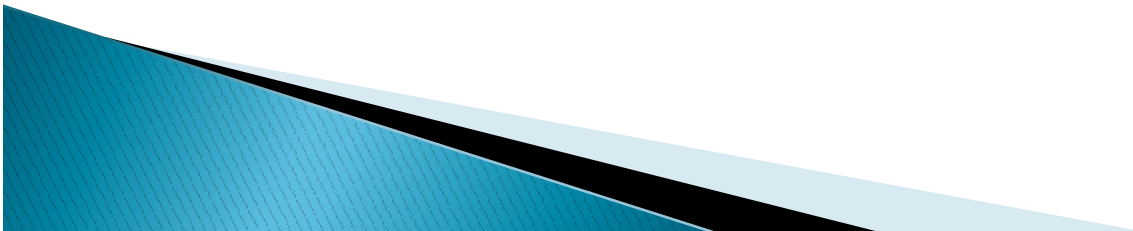


نظریه برگمان

Device paradigm }

Focal things }

Focal practice }



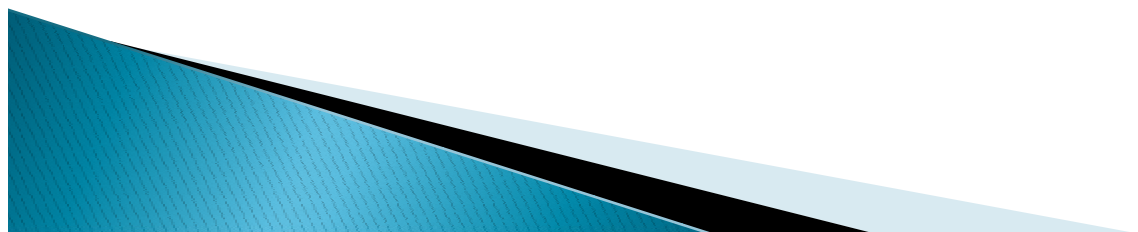
فضای مجازی رسانه ای

} مصداق رسانه

} مردم شناسی و جامعه شناسی

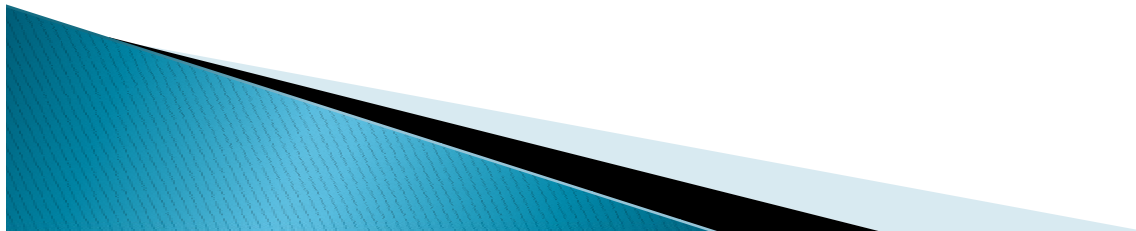
} مکانیک و ارگانیک

} تفاوت



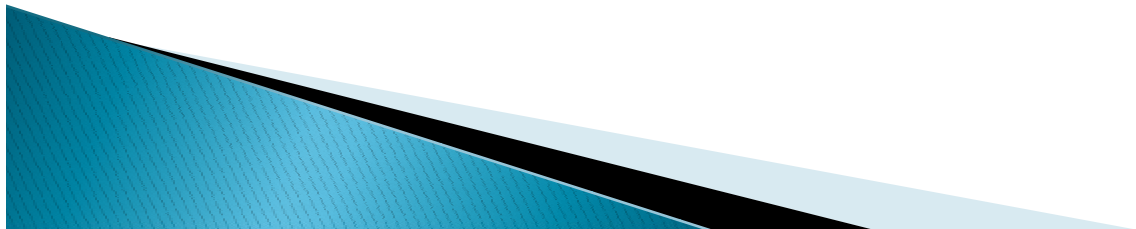
کارکرد رسانه

- چسب اجتماعی (سازواری تفاوت ها) / پویایی فرهنگ }
- ذره بین (کوچک نمایی و بزرگ نمایی) }
- تشدیدکننده (Mediahype) }
- Mediacracy }
- Fake News }
- Post truth }
- تله های رسانه }



فضای مجازی و رسانه

- } هر دو تشدیدکننده / تضعیف کننده
- } تضعیف (حریم، آبرو، حافظه پارادوکسیکال)
- } ارزش و ضرورت تفاوت
- } موزائیکی شدن علم، حرفه، سیاست
- (پیش رفتن فضای مجازی از دانش و... رسمی)
- هتروتوپیا

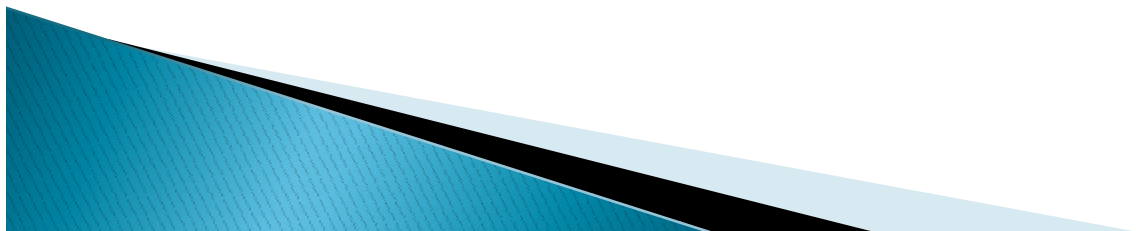


مورد: دانشگاه

University }

Diversity }

Netwersity }



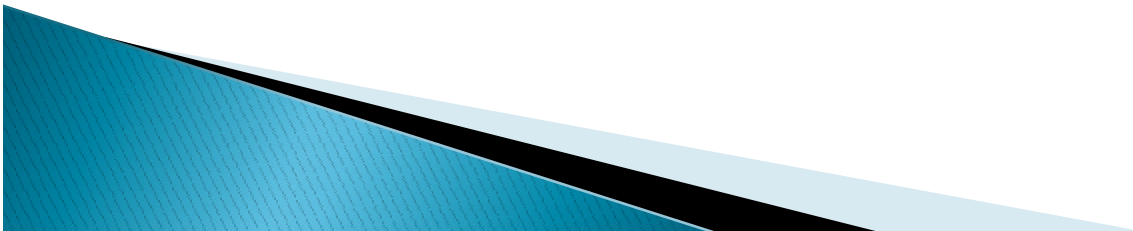
فرونسیس و فضای مجازی

} حکمت / تدبیر

Ignoble }

} نی نی سایت (تحلیل موردی)

} خرده معلومات



اصل گرایی در اخلاق

صدقت }

آسیب نرساندن }

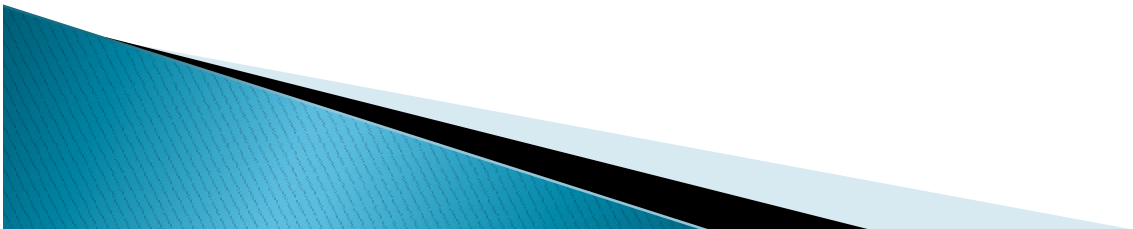
سود رساندن }

جبران }

سپاس }

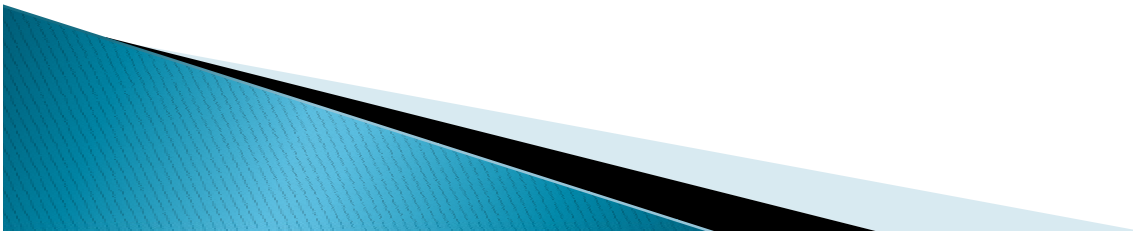
عدالت }

بهبود نفس }



اصول اخلاقی فضای مجازی

- } حقیقت یابی
- } آسیب نرساندن
- } مسئولیت و پاسخگویی
- } شفافیت

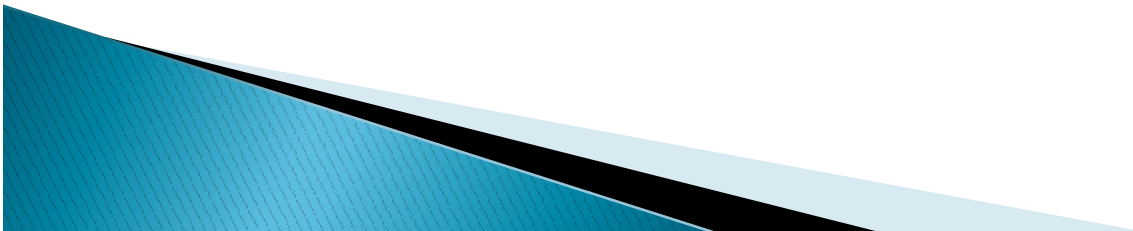


سواد رسانه

} وثاقت منبع خبر

} شهوت خبر

} تكثر منبع خبر (اسكيزوفرنى خبرى؟)

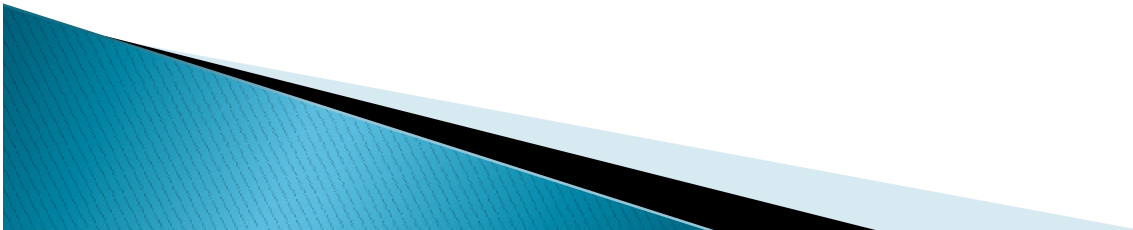


اخلاق باور

- کلیفورد (در مذمت فریب خوردن)
- ذهن دیگری را زباله دان باورهای ناموجه فرض نکردن
- خطاهای شناختی و تحریف های شناختی
- تعمیم بیش از حد (**over generalization**) / برچسب گذاری روی خود و دیگران (**labeling**) / حذف رویدادها و اطلاعات مثبت (**disqualifying**)
- positive jumping to conclusion** / پریدن به نتیجه بدون طی مسیر (**positive jumping to conclusion**) / شخصی کردن و به خود گرفتن (**personalization**) / ذهن خوانی (**mind reading**)
- تمرکز بر آخرین اطلاعات (**Recency Bias**) / اعتماد به نفس بیش از حد (**Overconfidence Bias**) / خطای تمرکز بر اطلاعات در دسترس (**Availability Bias**) / خستگی شفقت (**decision fatigue**)

اخلاق باور

- طبی سازی }
- اضطراب سلامت }
- خرده معلومات }
- اخلاق رسانه و اخلاق پزشکی }
- پزشکی تدافعی }



S+ پنجره جو-هری S-

O +	آشکار	کور
O -	پنهان	ناشناخته

Johari Window

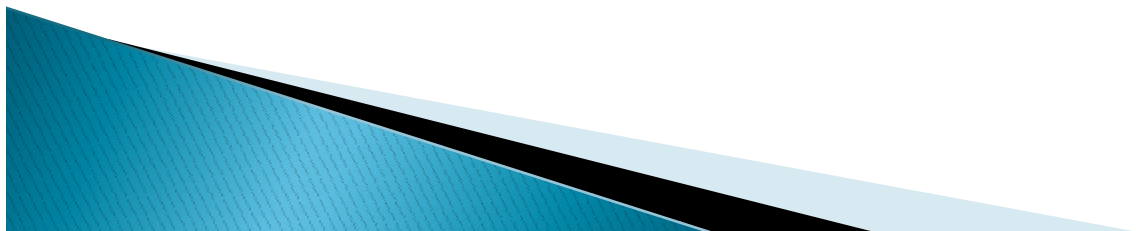
	Known to self	Not known to self
Known to others	Arena	Blind Spot
Not Known to Others	Façade	Unknown

راهکار اخلاقی کردن رسانه

} کدهای اخلاقی (codification)

} اقتصادی کردن فضای مجازی / آموزش (تمایز اقتصادی شدن با تجاری شدن)

} اجتماعی شدن فضای مجازی



تبلیغات

- } پزشکی حرفه مقدس ؟ پارسونز
- } پزشکی و کسب و کار: سیر تاریخی
- } حرفه در میانه ی بوروکراسی و بازار (اصل توازن) : فریدسون
- } پزشک سازمانی و پزشک خصوصی
- } اخلاق بازاریابی
- } نمونه تبلیغات اخلاقی: مشاوره مطب

