

جزوه جامع اصول و فنون خبرنگاری در حوزه سلامت

پیشگفتار

حوزه سلامت، یکی از حساسترین و تأثیرگذارترین عرصه‌های خبری است. خبری که درباره یک داروی جدید، شیوع یک بیماری یا سیاست بیمه‌ای منتشر می‌شود، می‌تواند زندگی میلیون‌ها نفر را دگرگون کند. خبرنگار سلامت، برخلاف بسیاری از همکاران خود در سایر حوزه‌ها، با «جان» مردم سروکار دارد. یک اشتباه در نقل یک آمار، یک تفسیر نادرست از یافته علمی، یا یک بزرگمایی غیرمسئولانه، می‌تواند عواقبی جبران‌ناپذیر به بار آورد.

بخش اول: مبانی و شناخت خبر سلامت

فصل اول: تعریف و ویژگی‌های خبر سلامت

۱-۱. تعریف خبر سلامت

خبر سلامت را می‌توان اینگونه تعریف کرد:

«خبر سلامت، گزارش مستند، دقیق و به‌موقع از رویدادها، یافته‌ها، سیاست‌ها، تهدیدها، فرصت‌ها و دستاوردهای مرتبط با سلامت جسمی، روانی، اجتماعی و زیست‌محیطی جامعه است که با رعایت اصول اخلاقی و علمی، به زبانی ساده و قابل‌فهم برای عموم مردم ارائه می‌شود.»

این تعریف، بر چند عنصر کلیدی تأکید دارد: مستند بودن، دقت علمی، به‌موقع بودن، جامعیت نگاه به سلامت (فراتر از بیماری)، رعایت اخلاق، ساده‌سازی زبان و در نهایت مخاطب‌مداری.

۲-۱. تفاوت خبر سلامت با سایر حوزه‌های خبری

برای درک بهتر ماهیت خبر سلامت، لازم است تفاوت‌های آن با سایر حوزه‌های خبری را بشناسیم:

حوزه خبری	ویژگی اصلی	پیامد اشتباه	مخاطب
سیاسی	تحلیل موضع‌گیری‌ها	کاهش اعتماد به نظام	شهروندان
اقتصادی	گزارش بازار و تصمیمات مالی	ضرر مالی	سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان
ورزشی	نتایج مسابقات و عملکرد ورزشکاران	ناامیدی یا شادی زودگذر	هواداران
فرهنگی	رویدادهای هنری و اجتماعی	کمرنگ شدن یک جریان فرهنگی	جامعه هنری و مخاطبان
سلامت	جان و سلامتی مردم	بیماری، معلولیت، مرگ	همه افراد جامعه

۳-۱. ویژگی‌های منحصربه‌فرد خبر سلامت

خبر سلامت، بر اساس ماهیت موضوع خود، دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از سایر حوزه‌های خبری متمایز می‌کند:

الف) تأثیر مستقیم بر زندگی و سلامت مخاطب

هر خبر سلامت، به نحوی با جسم و روان مخاطب در ارتباط است. خبر از افزایش قیمت گوشت ممکن است مخاطب را ناراحت کند، اما خبر از شیوع یک بیماری واگیر، می‌تواند باعث تغییر رفتار روزمره او شود.

مثال:

«سازمان غذا و دارو اعلام کرد: میزان سرب در برخی برندهای پاستیل وارداتی، بالاتر از حد مجاز است.» این خبر، ممکن است والدین را به تغییر عادات خرید و تغذیه فرزندانشان وادار کند.

ب) حساسیت اخلاقی و انسانی

خبر سلامت با درد، رنج، مرگ، امید و زندگی مردم گره خورده است. بنابراین، انتشار اخبار نادرست، بزرگنمایی یا کوچک‌نمایی، می‌تواند عواقب روانی و اجتماعی جدی داشته باشد.

مثال: در بحران کرونا، برخی رسانه‌ها با بزرگ‌نمایی آمار مرگ‌ومیر، باعث افزایش اضطراب و افسردگی در جامعه شدند. در مقابل، برخی دیگر با کوچک‌نمایی، موجب کاهش رعایت پروتکل‌های بهداشتی و افزایش مبتلایان گردیدند.

ج) پیچیدگی مفاهیم علمی

بسیاری از موضوعات سلامت، دارای مفاهیم پیچیده پزشکی، دارویی، اپیدمیولوژیک و آماری هستند که نیاز به ترجمه و ساده‌سازی دارند. خبرنگار سلامت باید بتواند این مفاهیم را به زبانی ساده، روان و غیرتخصصی، اما بدون تحریف، به مخاطب منتقل کند.

مثال: عبارت تخصصی «کمبود آنزیم گلوکز-۶-فسفات دهیدروژناز» در خبر سلامت باید به «بیماری فاویسم یا حساسیت به باقلا» تبدیل شود و توضیح داده شود که این کمبود آنزیمی، باعث تخریب گلبول‌های قرمز در اثر مصرف باقلا یا برخی داروها می‌شود.

د) تغییر پذیری سریع دانش پزشکی

دانش پزشکی به سرعت در حال تحول است. یافته‌ای که امروز علمی و قطعی به نظر می‌رسد، ممکن است فردا با تحقیقات جدید اصلاح یا نقض شود. خبرنگار سلامت باید همواره خود را به‌روز نگه دارد و از انتشار نتایج تحقیقات اولیه با قطعیت بیش از حد بپرهیزد.

مثال: در ابتدای همه‌گیری کرونا، مصرف هیدروکسی کلروکین به عنوان یک درمان مؤثر معرفی شد، اما تحقیقات بعدی نشان داد که این دارو نه تنها مؤثر نیست، بلکه عوارض جدی نیز دارد. خبرنگاری که در ابتدا با قطعیت این دارو را تبلیغ کرده بود، اعتماد مخاطب را از دست داد.

ه) تأثیر بر سیاست‌گذاری عمومی

اخبار سلامت می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های کلان نظام سلامت، بودجه‌ریزی و حتی قوانین کشور تأثیر بگذارند. یک خبر از کمبود دارو، می‌تواند منجر به تغییر در سیاست واردات و تولید داخلی شود.

۱-۴. ابعاد مختلف سلامت در خبرنگاری

سلامت تنها به معنای «نبود بیماری» نیست. سازمان جهانی بهداشت، سلامت را اینگونه تعریف می‌کند: «**حالت رفاه کامل جسمی، روانی و اجتماعی، و نه صرفاً نبود بیماری یا ناتوانی.**» بر این اساس، خبر سلامت باید به تمام ابعاد زیر بپردازد:

۱. **سلامت جسمی:** بیماری‌ها، درمان‌ها، داروها، تغذیه، ورزش، سبک زندگی، اقدامات پیشگیرانه.
۲. **سلامت روان:** افسردگی، اضطراب، استرس، بیماری‌های روان‌پزشکی، مشاوره، روان‌درمانی، سلامت روان در محیط کار.
۳. **سلامت اجتماعی:** عدالت در سلامت، دسترسی به خدمات درمانی، بیمه سلامت، آسیب‌های اجتماعی، حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر.
۴. **سلامت زیست‌محیطی:** آلودگی هوا و آب، تغییرات اقلیمی و تأثیر آن بر سلامت، مدیریت پسماندهای پزشکی.
۵. **سلامت معنوی:** طب سنتی، معنویت و سلامت، نقش باورهای دینی در بهبودی و پیشگیری.
۶. **نظام سلامت:** سیاست‌های وزارت بهداشت، آموزش پزشکی، تأمین نیروی انسانی، بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی، تحقیقات پزشکی.

فصل دوم: سوژه‌یابی در حوزه سلامت

۱-۲. منابع سوژه‌های خبری سلامت

پیدا کردن سوژه‌های خوب و تأثیرگذار، یکی از مهم‌ترین مهارت‌های یک خبرنگار سلامت است. در ادامه، مهم‌ترین منابع سوژه‌یابی معرفی می‌شوند:

الف) منابع رسمی و نهادی

۱. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی: بزرگترین مرجع تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در حوزه سلامت. اخبار مربوط به بودجه، تعرفه‌ها، برنامه‌های ملی، پاسخ به بحران‌ها و تغییرات ساختاری از این وزارتخانه قابل استخراج است.

۲. سازمان غذا و دارو: مسئول تأمین، نظارت و تأیید کیفیت داروها، تجهیزات پزشکی، آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی. اخبار مربوط به مجوز داروها، هشدارهای ایمنی و فراخوان‌های محصولات از این سازمان قابل پیگیری است.

۳. سازمان بیمه سلامت: مسئول پوشش هزینه‌های درمانی اقشار مختلف جامعه. اخبار مربوط به پوشش بیمه‌ای جدید، تغییرات تعرفه‌ها و حمایت از بیماران خاص.

۴. سازمان نظام پزشکی: نهاد صنفی پزشکان و مدافع حقوق آنان. اخبار مربوط به اعتراضات پزشکی، مشکلات حرفه‌ای و استانداردهای درمانی از این منبع قابل دریافت است.

۵. دانشگاه‌های علوم پزشکی: مراکز علمی و پژوهشی که نتایج تحقیقات، افتتاح مراکز جدید و دستاوردهای علمی از آنها منتشر می‌شود.

ب) منابع علمی و پژوهشی

۱. مجلات علمی معتبر پزشکی: مانند 'The Lancet'، 'New England Journal of Medicine'، 'Nature Medicine'، 'BMJ' و مجلات داخلی مانند مجله دانشکده پزشکی دانشگاه تهران.

۲. پایگاه‌های داده علمی: PubMed ، Cochrane Library ، Scopus ، Google Scholar.

۳. کنگره‌ها و همایش‌های علمی: ارائه‌دهنده جدیدترین یافته‌های تحقیقاتی قبل از انتشار در مجلات.

۴. سازمان جهانی بهداشت: (WHO) کی از مهم‌ترین منابع بین‌المللی خبر در حوزه سلامت جهانی.

ج) منابع میدانی و انسانی

۱. پزشکان و پرستاران: مهم‌ترین منابع برای دریافت اخبار از خط مقدم درمان.

۲. بیماران و خانواده‌های آنان: ارزشمندترین منابع برای روایت‌های انسانی و بررسی مشکلات واقعی نظام سلامت.

۳. داروخانه‌ها و مراکز درمانی: منابع خوب برای شناسایی کمبودهای دارویی و مشکلات تجهیزاتی.

۴. سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها): فعالان حوزه سلامت که اغلب به مشکلات پنهان نظام سلامت دسترسی دارند.

د) منابع آماری و داده‌ای

۱. مرکز آمار ایران: داده‌های جمعیتی و شاخص‌های سلامت.

۲. گزارش‌های وزارت بهداشت: آمار بیماری‌ها، مرگ‌ومیر، پوشش واکسیناسیون.

۳. شاخص‌های بین‌المللی: گزارش توسعه انسانی، شاخص فقر سلامت، هزینه‌های سلامت در کشورهای مختلف.

۲-۲. الگوهای سوژه‌یابی در سلامت

چهار الگوی اصلی برای یافتن سوژه‌های سلامت وجود دارد:

الگوی اول: سوژه‌های اعلامی (منبع‌محور)

خبر از طریق اطلاعیه، نشست خبری یا گزارش رسمی به خبرنگار می‌رسد. این سوژه‌ها آسان‌ترین نوع هستند، اما اغلب یک‌سویه و از دیدگاه نهادها ارائه می‌شوند.

الگوی دوم: سوژه‌های کشفی (مسئله‌محور)

خبرنگار خود به کشف یک مشکل، کمبود یا پدیده جدید در حوزه سلامت می‌رسد. این سوژه‌ها معمولاً عمیق‌تر و تأثیرگذارتر هستند و نیاز به تحقیق و پیگیری دارند.

الگوی سوم: سوژه‌های رویدادمحور

بر اساس یک رویداد خاص سلامت (همایش، بحران، افتتاحیه، کشف علمی) شکل می‌گیرند.

الگوی چهارم: سوژه‌های ترکیبی (روایت‌محور)

تلفیقی از یک مشکل سیستمیک با روایت انسانی از زندگی یک بیمار یا یک پزشک؛ این سوژه‌ها بیشترین تأثیر را بر مخاطب دارند.

بخش دوم: ارزش‌های خبری در سلامت

فصل سوم: ارزش‌های خبری و مصادیق آن در سلامت

ارزش‌های خبری، معیارهایی هستند که به خبرنگار کمک می‌کنند تا از میان انبوه رویدادها، آنهایی را که شایستگی انتشار دارند، انتخاب کند. در حوزه سلامت، این ارزش‌ها با مصادیق ویژه و حساس‌تری مواجه‌اند.

۳-۱. دربرگیری

تعریف: میزان تأثیر یک رویداد بر تعداد زیادی از افراد جامعه.

سنجه‌های دربرگیری در سلامت:

- **شمار افراد درگیر:** شیوع یک بیماری در یک استان، نسبت به یک بیماری نادر در یک روستا، اهمیت بیشتری دارد.
- **شدت و وخامت عواقب:** اخبار مربوط به بیماری‌های کشنده یا ناتوان‌کننده، از بیماری‌های خفیف مهم‌ترند.
- **دامنه تأثیر:** سیاست‌های بیمه‌ای که همه مردم را دربرمی‌گیرد، از یک اقدام محلی مهم‌تر است.
- **جمعیت‌های آسیب‌پذیر:** اخبار مربوط به کودکان، سالمندان یا بیماران خاص، حساسیت بیشتری دارند.

مثال:

افزایش ۳۵ درصدی تعرفه خدمات پزشکی در بیمارستان‌های دولتی از ابتدای سال آینده

وزیر بهداشت در نشست خبری امروز اعلام کرد: بر اساس مصوبه هیأت دولت و با هدف جبران هزینه‌های تورمی، تعرفه خدمات درمانی در بیمارستان‌های دولتی و دانشگاهی، به طور متوسط ۳۵ درصد افزایش خواهد یافت. این افزایش که از اول فروردین سال آینده اعمال می‌شود، بر بیش از ۸۵ درصد جمعیت کشور که تحت پوشش بیمه‌های پایه هستند، تأثیر مستقیم خواهد داشت و هزینه‌های درمانی خانوارها را افزایش خواهد داد.

مثال دیگر (دربرگیری منفی در آینده):

پیش‌بینی افزایش ۲۰۰ درصدی بیماری‌های قلبی در ایران تا ۲۰ سال آینده

دبیر علمی کنگره بین‌المللی قلب و عروق تهران، با اشاره به روند رو به رشد چاقی، کم‌تحرکی و مصرف دخانیات در ایران، هشدار داد: اگر اقدامات پیشگیرانه مؤثر انجام نشود، تا دو دهه آینده، شمار مبتلایان به بیماری‌های قلبی و عروقی در کشور ۲۰۰ درصد افزایش خواهد یافت و فشار بی‌سابقه‌ای بر نظام درمانی کشور وارد خواهد آمد.

۲-۳. شهرت

تعریف: میزان شناخته‌شدگی افراد، نهادها یا سازمان‌های درگیر در رویداد.

انواع شهرت در حوزه سلامت:

شهرت حقیقی: نام افراد شناخته شده در حوزه سلامت (وزیر بهداشت، روسای دانشگاه‌ها، پزشکان مشهور، بیماران معروف، هنرمندان و ورزشکاران مبتلا به بیماری‌های خاص).

شهرت حقوقی: نهادها و سازمان‌های معتبر سلامت (سازمان جهانی بهداشت، وزارت بهداشت، سازمان غذا و دارو، دانشگاه علوم پزشکی تهران، انجمن قلب ایران، شرکت‌های بزرگ دارویی بین‌المللی).

مثال شهرت حقیقی:

بستری شدن پروفسور سمیعی، پدر جراحی مغز و اعصاب ایران، در بخش آی‌سی‌یو

پروفسور مجید سمیعی، جراح برجسته مغز و اعصاب و از مفاخر علمی کشور، ساعاتی پیش بر اثر عارضه قلبی در بیمارستان پارس تهران بستری شد. به گفته پزشکان معالج، وضعیت عمومی این استاد ۸۵ ساله پایدار است و تحت مراقبت‌های ویژه قرار دارد. این خبر با واکنش گسترده جامعه پزشکی و مسئولان کشور مواجه شد و پیام‌های تسلیت و آرزوی بهبودی از سراسر جهان برای این جراح نامدار ارسال شد.

مثال شهرت حقوقی:

سازمان جهانی بهداشت: ایران در کنترل بیماری‌های غیرواگیر، الگوی منطقه است

دفتر منطقه‌ای سازمان جهانی بهداشت در گزارشی که امروز در ژنو منتشر شد، از ایران به عنوان یکی از موفق‌ترین کشورهای منطقه در کنترل بیماری‌های غیرواگیر مانند دیابت، فشار خون و سرطان یاد کرد. در این گزارش با اشاره به اجرای موفق طرح‌های غربالگری و آموزش همگانی در ایران، آمده است که ایران می‌تواند الگوی مناسبی برای سایر کشورهای منطقه در حوزه پیشگیری از بیماری‌های غیرواگیر باشد.

۳-۳. مجاورت

تعریف: نزدیکی جغرافیایی یا معنوی رویداد به مخاطب.

الف) مجاورت جغرافیایی در سلامت

هر چه فاصله محل وقوع رویداد سلامت به محل زندگی مخاطب کمتر باشد، اهمیت خبر بیشتر می‌شود. این اصل در اخبار سلامت کاربرد زیادی دارد:

مثال:

شیوع آنفلوآنزای فوق‌حاد در مرغداری‌های اطراف تهران؛ ۱۰۰ هزار قطعه مرغ معدوم شد

مدیرکل دامپزشکی استان تهران از شناسایی کانون جدید آنفلوآنزای فوق‌حاد پرندگان در یکی از مرغداری‌های شهرستان رباط‌کریم خبر داد و گفت: ۱۰۰ هزار قطعه مرغ برای جلوگیری از گسترش بیماری، معدوم‌سازی شد. وی از شهروندان خواست ضمن خودداری از خرید و مصرف مرغ و تخم‌مرغ‌های غیرمجاز، در صورت مشاهده هرگونه تلفات غیرعادی در طیور، مراتب را سریعاً به ادارات دامپزشکی اطلاع دهند.

مقایسه: همین خبر اگر در فیلیپین رخ می‌داد، در صفحات داخلی روزنامه‌های ایران درج می‌شد، اما وقوع آن در حومه تهران، آن را به تیتر اول تبدیل کرده است.

ب) مجاورت معنوی در سلامت

رویدادهایی که با اعتقادات، باورها، فرهنگ، زبان، تاریخ مشترک یا منافع ملی مخاطبان هماهنگی دارند، دارای ارزش خبری مجاورت معنوی هستند.

مثال:

عربستان سعودی: حجاج امسال باید واکسن مننژیت و آنفلوآنزا تزریق کنند

وزارت بهداشت عربستان سعودی اعلام کرد که همه زائران حج تمتع سال جاری، علاوه بر واکسن مننژیت، باید واکسن آنفلوآنزا نیز تزریق کنند. این تصمیم به دلیل شیوع آنفلوآنزا در برخی کشورها و برای حفظ سلامت حجاج اتخاذ شده است. زائران ایرانی نیز موظف هستند قبل از اعزام، گواهی واکسیناسیون را به کاروان‌های حج ارائه دهند.

توضیح: این خبر به دلیل ارتباط با حج (یک فریضه مذهبی مهم) و زائران ایرانی، دارای مجاورت معنوی قوی است.

مثال دیگر (تلفیق دو نوع مجاورت):

تشخیص سرطان سینه در ۵ هزار زن ایرانی طی یک سال؛ ضرورت غربالگری گسترده

رئیس مرکز تحقیقات سرطان دانشگاه علوم پزشکی تهران، در آستانه راهپیمایی روز جهانی مبارزه با سرطان سینه، با اشاره به آمار ۵ هزار مبتلای جدید در کشور طی سال گذشته، بر ضرورت افزایش پوشش غربالگری و آموزش همگانی تأکید کرد و گفت: اگر زنان ایرانی از سن ۴۰ سالگی به بالا، سالانه ماموگرافی انجام دهند، مرگومیر ناشی از این بیماری تا ۳۰ درصد کاهش می‌یابد.

توضیح: خبر هم مجاورت جغرافیایی (در ایران) و هم مجاورت معنوی (ارتباط با زنان ایرانی و روز جهانی مرتبط) دارد.

۴-۳. بزرگی

تعریف: میزان و حجم رویداد از نظر عددی، مقداری و آماری.

کاربرد در اخبار سلامت:

- تعداد مبتلایان یا قربانیان یک بیماری
- میزان هزینه‌ها، اعتبارات و بودجه‌های سلامت
- ظرفیت مراکز درمانی (تعداد تخت، تجهیزات، پرسنل)
- درصد‌های مرتبط با شیوع، اثربخشی، پوشش و...

مثال:

۱۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات به بیمارستان‌های خصوصی پرداخت شد

معاون توسعه مدیریت و منابع وزارت بهداشت اعلام کرد: در ۶ ماه اول سال جاری، بالغ بر ۱۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات با کارمزد ۴ درصد به بیمارستان‌های خصوصی و خیریه‌های کشور پرداخت شده است. وی افزود: این

تسهیلات صرفاً برای خرید تجهیزات پزشکی و بازسازی بخش‌های درمانی اختصاص یافته و تا پایان سال، مبلغ مشابهی نیز به بیمارستان‌های دولتی و دانشگاهی پرداخت خواهد شد.

نکته مهم: در خبرنویسی سلامت، باید توجه داشت که اهمیت ارقام نسبی است. مثلاً ۱۰۰۰ بیمار مبتلا به سرطان سینه در ایران، با ۱۰۰۰ بیمار در یک کشور کوچک، اهمیت یکسانی ندارند. همچنین ۱۰۰۰ مورد در یک بیماری شایع با ۱۰۰۰ مورد در یک بیماری نادر متفاوت است.

۳-۵. عجیب و استثنایی

تعریف: رویدادهایی که نادر، غیرعادی، بی‌سابقه یا برخلاف انتظار هستند.

مصادق در اخبار سلامت:

- نخستین عمل جراحی موفق از نوع خود در جهان یا کشور
- کشف یک داروی جدید برای بیماری صعب‌العلاج
- تولد یک نوزاد با شرایط نادر پزشکی
- بهبودی غیرمنتظره یک بیمار با بیماری پیشرفته
- تشخیص یک بیماری فوق‌نادر در یک منطقه خاص

مثال:

نخستین عمل پیوند کبد از اهداکننده مرگ‌مغزی با روش کم‌تهاجمی در ایران

فوق تخصص جراحی کبد و دستگاه گوارش بیمارستان امام خمینی تهران، برای نخستین بار در کشور، عمل پیوند کبد از اهداکننده مرگ‌مغزی را با روش لاپاراسکوپی (کم‌تهاجمی) با موفقیت انجام دادند. در این روش که تاکنون تنها در چند کشور پیشرفته جهان انجام شده است، بیمار ۴۲ ساله که از نارسایی حاد کبدی رنج می‌برد، بدون نیاز به شکاف بزرگ در ناحیه شکم، تحت عمل پیوند قرار گرفت و اکنون وضعیت عمومی او مطلوب گزارش شده

است. این موفقیت بزرگ، راه را برای کاهش عوارض جراحی و کوتاه‌تر شدن دوران بستری بیماران پیوندی هموار می‌کند.

مثال دیگر:

تولد یک نوزاد ۷۲۰ گرمی با ۳۰ هفته بارداری در اصفهان؛ بهبودی معجزه‌وار

پزشکان بیمارستان الزهراء اصفهان موفق شدند یک نوزاد نارس با وزن ۷۲۰ گرم (کمتر از یک کیلوگرم) و ۳۰ هفته سن بارداری را پس از ۴ ماه بستری در بخش مراقبت‌های ویژه نوزادان، با حال عمومی مساعد ترخیص کنند. این نوزاد که با وزن بسیار کم متولد شده بود، در معرض خطر مرگ و عوارض متعدد قرار داشت، اما با تلاش شبانه‌روزی تیم پزشکی، از این بحران عبور کرد. پزشکان این مورد را یکی از موفق‌آمیزترین موارد نجات نوزادان نارس در استان اصفهان توصیف کرده‌اند.

۳-۶. برخورد

تعریف: اختلاف نظر، درگیری یا تقابل میان افراد، گروه‌ها، نهادها یا با طبیعت.

انواع برخورد در حوزه سلامت:

برخورد علمی: اختلاف نظر بین پزشکان درباره یک روش درمانی، یا بین دو مدرسه پزشکی درباره یک رویکرد آموزشی.

برخورد سیاسی-اقتصادی: کشمکش بین وزارت بهداشت و سازمان برنامه و بودجه بر سر تخصیص اعتبارات، یا بین نظام پزشکی و مجلس بر سر تعرفه‌های درمانی.

برخورد صنفی: اعتراض پرستاران، پزشکان یا کادر درمان به شرایط کاری، حقوق و مزایا.

برخورد اجتماعی: درگیری بین طرفداران طب نوین و طب سنتی، یا میان فعالان محیط‌زیست و صنایع آلاینده.

برخورد با طبیعت: مبارزه با شیوع بیماری‌ها، بحران‌های زیست‌محیطی یا بلایای طبیعی.

مثال:

هشدار انجمن پزشکان عمومی به وزارت بهداشت: طرح «پزشک خانواده» را متوقف کنید

رئیس انجمن پزشکان عمومی ایران، با ارسال نامه‌ای به وزیر بهداشت، خواستار توقف فوری طرح «پزشک خانواده» در شهرهای بزرگ شد و اعلام کرد: «اجرای این طرح بدون تأمین زیرساخت‌های لازم، به ویژه کمبود نیروی انسانی، نه تنها به افزایش کیفیت خدمات نمی‌انجامد، بلکه باعث خستگی و فرسودگی پزشکان عمومی و کاهش کیفیت خدمات در مناطق محروم خواهد شد.» وی افزود: «در صورت اصرار وزارت بهداشت بر اجرای طرح، پزشکان عمومی دست به تجمع و اعتصاب خواهند زد.» این در حالی است که وزیر بهداشت، سه روز پیش در یک برنامه تلویزیونی، از اجرای کامل طرح پزشک خانواده تا پایان سال خبر داده بود.

۳-۷. تازگی

تعریف: نزدیکی زمانی رویداد به لحظه انتشار خبر.

اهمیت تازگی در اخبار سلامت:

- **هشدارهای فوری:** هرگونه هشدار درباره یک بیماری واگیر، آلودگی مواد غذایی یا فراخوان یک دارو، باید در سریع‌ترین زمان ممکن به مخاطب برسد.
- **یافته‌های جدید علمی:** نتایج تحقیقات پزشکی باید به محض انتشار در مجلات معتبر، به اطلاع عمومی برسد.
- **سیاست‌های جدید:** هرگونه تغییر در قوانین بیمه، تعرفه‌ها و پروتکل‌های درمانی باید فوری اطلاع‌رسانی شود.

مثال:

لحظاتی پیش: سازمان غذا و دارو، دو برند شیر خشک وارداتی را غیرمجاز اعلام کرد

سخنگوی سازمان غذا و دارو، دقایقی پیش در یک نشست خبری فوری، از غیرمجاز اعلام شدن دو برند شیرخشک وارداتی از کشورهای ترکیه و آلمان خبر داد و گفت: «این شیرخشک‌ها دارای ناخالصی و ترکیبات شیمیایی غیرمجاز هستند که می‌تواند باعث مسمومیت و اختلال در رشد نوزادان شود.»

وی از تمام خانواده‌ها خواست در صورت استفاده از این برندها، مصرف را سریعاً قطع کرده و محصول را به مراکز بهداشتی تحویل دهند. اسامی برندها و شماره‌های سری تولیدی متعاقباً در سایت سازمان و رسانه‌ها منتشر خواهد شد.

فصل چهارم: ارزش‌های خبری ویژه در حوزه سلامت

علاوه بر هفت ارزش خبری عمومی، در حوزه سلامت، ارزش‌های اختصاصی دیگری نیز وجود دارد که بر اهمیت یک خبر می‌افزایند:

۴-۱. ارزش‌های «پیشگیری» و «آموزشی»

اخباری که به مردم کمک می‌کنند از بیماری‌ها پیشگیری کنند یا رفتارهای سالم‌تری داشته باشند، دارای ارزش ذاتی هستند، حتی اگر از نظر سایر ارزش‌های خبری (شهرت، مجاورت، بزرگی) در سطح پایین‌تری قرار داشته باشند.

مثال:

۷ توصیه طلایی برای پیشگیری از پوکی استخوان در سالمندان

فوق تخصص روماتولوژی دانشگاه علوم پزشکی تهران، به مناسبت روز جهانی استئوپروز (پوکی استخوان)، با اشاره به شیوع بالای این بیماری در سالمندان، ۷ توصیه کلیدی برای پیشگیری ارائه کرد: ۱. مصرف روزانه لبنیات کم‌چرب، ۲. پیاده‌روی روزانه حداقل ۳۰ دقیقه، ۳. دریافت کافی ویتامین D (از طریق نور آفتاب و مکمل)، ۴. پرهیز از مصرف سیگار و الکل، ۵. مصرف میوه‌ها و سبزیجات تازه، ۶. بررسی سالانه تراکم استخوان در زنان بالای ۵۰ سال و مردان بالای ۶۵ سال، ۷. انجام تمرینات تعادلی برای جلوگیری از سقوط.

۴-۲. ارزش «امید» و «الهام بخشی»

اخبار مربوط به درمان‌های جدید، بهبودی بیماران صعب‌العلاج، ایثار کادر درمان و پیشرفت‌های علمی، علاوه بر جنبه خبری، دارای ارزش روحیه‌بخشی و امیدآفرینی هستند که به ویژه در جوامع درگیر بحران‌های سلامت، اهمیت دوچندانی دارد.

مثال:

روایت یک نجات: پرستار کرونایی که پس از ۳۰ روز کما، به زندگی بازگشت

سه ماه پیش، مرضیه ۳۲ ساله، پرستار بخش آی‌سی‌یو بیمارستان مسیح دانشوری، به کرونای شدید مبتلا شد و با وجود وخامت شدید وضعیت تنفسی، به مدت ۳۰ روز در کما فرو رفت. همکارانش، شبانه‌روز از او مراقبت کردند و سرانجام، پس از ۳۰ روز، او به هوش آمد و امروز، پس از دو ماه فیزیوتراپی و بهبودی کامل، با بدرقه همکاران و اقوام، از بیمارستان مرخص شد. مرضیه با چشمانی اشک‌بار گفت: «من زنده‌ام تا دوباره به بیماران خدمت کنم. این را مدیون همکاران فداکارم هستم.»

۴-۳. ارزش «علمی-تحلیلی»

اخباری که به تحلیل و تفسیر داده‌های سلامت، بررسی روندها، مقایسه وضعیت ایران با سایر کشورها، و ریشه‌یابی علل مشکلات می‌پردازند، دارای ارزش تحلیلی بالا هستند و به ویژه برای مخاطبان خبره و سیاست‌گذاران اهمیت دارند.

مثال:

چرا سرطان سینه در ایران از آمار جهانی بالاتر است؟ / گزارش تحلیلی از ۴ عامل اصلی

گزارش جدید مرکز تحقیقات سرطان وزارت بهداشت نشان می‌دهد که میزان بروز سرطان سینه در ایران، با ۴۱ مورد در هر ۱۰۰ هزار نفر، از میانگین جهانی (۳۸ مورد) بالاتر است. تحلیل ۴ عامل اصلی این افزایش عبارتند از: ۱. افزایش سن باروری و کاهش تعداد زایمان‌ها، ۲. افزایش چاقی و کم‌تحرکی در زنان شهری، ۳. ازدواج دیر هنگام

و کاهش شیردهی، ۴. عدم دسترسی کافی به غربالگری در مناطق محروم. در این گزارش تأکید شده است که پوشش ۵۰ درصدی ماموگرافی در زنان بالای ۴۰ سال، می‌تواند تا ۳۰ درصد مرگ‌ومیر را کاهش دهد.

بخش سوم: عناصر خبر در سلامت

فصل پنجم: عناصر شش‌گانه در حوزه سلامت

عناصر شش‌گانه خبر (که، کجا، کی، چه، چرا، چگونه) در حوزه سلامت با دقت و ظرافت بیشتری باید بررسی شوند. در ادامه، هر یک با توضیحات و مثال‌های کاربردی سلامت توضیح داده می‌شود.

۵-۱. عنصر خبری «که» (Who) در سلامت

در اخبار سلامت، عنصر «که» باید با دقت و جزئیات بیشتری ذکر شود، زیرا هویت و تخصص افراد، تأثیر مستقیم بر اعتبار و درستی خبر دارد.

اطلاعات لازم برای عنصر «که» در حوزه سلامت:

الف) برای بیماران:

- سن و جنسیت (با حفظ حریم خصوصی)
- وضعیت بیماری (تشخیص اولیه، مراحل درمان، پیش‌آگهی)
- در صورت تمایل بیمار، نام و نام خانوادگی (با رضایت کامل)

ب) برای پزشکان و کادر درمان:

- نام کامل، تخصص و فوق‌تخصص
- سمت (عضو هیأت علمی، رئیس بخش، رئیس بیمارستان و...)
- وابستگی سازمانی (دانشگاه علوم پزشکی، بیمارستان، سازمان)

ج) برای مقامات و مسئولان:

- نام و نام خانوادگی، سمت رسمی
- تاریخ و محل اظهارات (در صورت نقل قول)

د) برای نهادها و سازمان‌ها:

- نام رسمی و کامل سازمان
- مخفف معتبر (در صورت وجود، مانند WHO)

نکته اخلاقی: در خبرهای سلامت، انتشار نام، تصویر و مشخصات بیماران بدون رضایت آگاهانه آنها ممنوع است. در صورت ضرورت، باید با محو چهره، استفاده از نام مستعار یا حروف اختصاری از شناسایی آنان جلوگیری کرد.

مثال:

دکتر سعید نادری، فوق تخصص جراحی مغز و اعصاب و رئیس بخش جراحی بیمارستان امام خمینی تهران، صبح امروز در یک نشست علمی با اشاره به بستری شدن سه بیمار مبتلا به تومور مغزی در هفته گذشته، از افزایش موارد تشخیص این بیماری در میان جوانان ابراز نگرانی کرد و گفت: «تومور مغزی دیگر بیماری خاص سالمندان نیست و در میان افراد ۲۰ تا ۴۰ ساله نیز مشاهده می‌شود.»

۵-۲. عنصر خبری «کجا» (Where) در سلامت

مکان وقوع رویداد سلامت، می‌تواند جغرافیایی یا نهادی باشد. دقت در ذکر مکان، به ویژه در اخبار مربوط به شیوع بیماری‌ها، منابع آلودگی و دسترسی به خدمات سلامت، ضروری است.

مثال:

در بیمارستان فوق تخصصی قلب تهران واقع در خیابان شهید بهشتی، عمل پیوند قلب با موفقیت بر روی یک بیمار ۴۰ ساله انجام شد.

نکته: اگر خبر در یک نشریه محلی یا بخش خبری محلی پخش می‌شود، ذکر مکان ضرورت کمتری دارد، اما در صورت ابهام، باید ذکر شود.

مثال دیگر:

در روستای تیلکوه استان مازندران، ۲۵ نفر از اهالی با علائم مسمومیت غذایی در بیمارستان شهرستان بستری شدند. رئیس شبکه بهداشت استان با اشاره به اینکه منبع مسمومیت، آب یک چشمه محلی بوده، از اهالی خواست از آب آشامیدنی بسته‌بندی استفاده کنند.

۵-۳. عنصر خبری «کی» (When) در سلامت

زمان‌بندی در اخبار سلامت از دو جهت حائز اهمیت است:

۱. **تازگی و فوریت:** هرچه فاصله زمانی بین وقوع و انتشار کمتر باشد، ارزش خبری بیشتر است. این موضوع به ویژه در هشدارهای بهداشتی، شیوع بیماری‌ها، و فراخوان‌های دارویی حیاتی است.

۲. **زمان‌بندی دقیق:** بسیاری از رویدادهای سلامت وابسته به زمان‌بندی هستند (مثل زمان مصرف دارو، تاریخ انقضای واکسن، زمان مراجعه برای غربالگری).

مثال (خبر فوری):

دقایقی پیش از بیمارستان مسیح دانشوری تهران خبر رسید که وضعیت ۳ مصدوم حادثه انفجار در پالایشگاه نفت تهران پس از ۲۴ ساعت، پایدار اعلام شده است. بر اساس آخرین اطلاعیه وزارت بهداشت، ۱۲ نفر دیگر همچنان در بخش مراقبت‌های ویژه بستری هستند و ۵ نفر از آنها در شرایط بحرانی قرار دارند.

مثال دیگر (زمان‌بندی برای اقدام):

از اول دی ماه سال جاری، زمان انجام ماموگرافی رایگان برای زنان بالای ۵۰ سال در تمام مراکز درمانی تحت پوشش وزارت بهداشت، از ۸ صبح تا ۴ عصر خواهد بود. بانوان محترم می‌توانند با همراه داشتن کارت ملی و دفترچه بیمه، برای نوبت‌گیری به نزدیک‌ترین مرکز جامع سلامت مراجعه کنند.

۴-۵. عنصر خبری «چه» (What) در سلامت

عنصر «چه» به ماهیت رویداد سلامت اشاره دارد و ممکن است شامل موارد زیر باشد:

- شیوع یک بیماری واگیر
- کشف یک داروی جدید یا روش درمانی
- تغییر یک سیاست سلامت (بیمه، تعرفه، پروتکل)
- وقوع یک بحران یا حادثه سلامت
- موفقیت یک عمل جراحی یا درمان
- اعلام آمار و شاخص‌های سلامت
- هشدار درباره یک خطر بهداشتی

مثال:

سازمان غذا و دارو، مجوز مصرف اضطراری واکسن جدید «کوو-ایران» را برای گروه‌های سنی بالای ۱۸ سال صادر کرد. بر اساس گزارش فاز سوم مطالعات بالینی که در مجله معتبر «لنست» منتشر شده، اثربخشی این واکسن در برابر سویه‌های جدید کرونا، بیش از ۹۰ درصد بوده و عوارض جانبی آن در حد واکسن‌های مشابه گزارش شده است. تولید انبوه این واکسن از هفته آینده در ۳ کارخانه داخلی آغاز خواهد شد و به تدریج جایگزین واکسن‌های وارداتی خواهد گردید.

۵-۵. عنصر خبری «چرا» (Why) در سلامت

بیان علت وقوع یک رویداد سلامت، برای درک کامل خبر توسط مخاطب ضروری است. «چرا» ممکن است به عوامل مختلفی اشاره داشته باشد:

- علت علمی بیماری (ویروس، باکتری، ژنتیک، سبک زندگی)
- علت اجتماعی (فقر، آلودگی، عدم دسترسی)
- علت مدیریتی (کمبود بودجه، ضعف نظارت، اشتباه انسانی)

- علت اقتصادی (تحریم‌ها، کمبود ارز، گرانی تجهیزات)

مثال:

شیوع بیماری وبا در ۵ روستای استان سیستان و بلوچستان به دلیل استفاده از آب‌های آلوده سطحی و عدم کلرزنی مناسب مخازن آب شرب گزارش شده است. بر اساس بررسی‌های اولیه تیم‌های بهداشتی اعزامی به منطقه، خشکسالی‌های اخیر و کاهش سطح آب زیرزمینی، موجب شده است که روستاییان از چاه‌های غیراستاندارد با آلودگی میکروبی استفاده کنند. وزارت بهداشت، کمبود اعتبار برای آبرسانی سیار را نیز یکی از عوامل مؤثر در بروز این بحران اعلام کرده است.

نکته: در بسیاری از موارد، علت دقیق بروز یک حادثه یا شیوع بیماری در ابتدا مشخص نیست و خبرنگار باید با پیگیری از مراجع رسمی، اطلاعات را تکمیل کند و از انتشار علت‌های غیرمستند خودداری نماید.

۵-۶. عنصر خبری «چگونه» (How) در سلامت

بیان چگونگی وقوع یک رویداد یا انجام یک عمل درمانی، به مخاطب کمک می‌کند تا تصویر روشن‌تری از موضوع داشته باشد. این عنصر در حوزه سلامت، غالباً با توضیحات علمی و فنی همراه است که باید با زبانی ساده و قابل فهم ارائه شوند.

مثال:

عمل پیوند کلیه با روش کم‌تهاجمی و با استفاده از دستگاه لاپاراسکوپ انجام شد. در این روش، جراح از طریق برش‌های بسیار کوچک (کمتر از ۱ سانتی‌متر) در ناحیه شکم، کلیه اهداکننده را خارج و پس از آماده‌سازی، از طریق همان برش‌های کوچک، کلیه جدید را به جای کلیه بیمار پیوند می‌زند. این روش زمان بستری بیمار را از ۱۰ روز به ۴ روز کاهش داده، خون‌ریزی و عوارض جراحی را به حداقل می‌رساند و دوره نقاهت را به شدت کوتاه‌تر می‌کند.

فصل ششم: جمع‌بندی عناصر خبر در سلامت

سه نکته کلیدی در مورد عناصر خبری در حوزه سلامت:

نکته اول: هر یک از عناصر شش‌گانه با ارزش‌های خبری خاصی مرتبط هستند:

- «که» ← شهرت (شخصیت‌های شناخته‌شده سلامت)
- «کجا» ← مجاورت جغرافیایی (نزدیکی به مخاطب)
- «کی» ← تازگی (زمان وقوع و انتشار)
- «چه» ← دربرگیری، برخورد، بزرگی، عجایب (ماهیت رویداد)
- «چرا» ← تفسیر علمی و اجتماعی
- «چگونه» ← توصیف فرآیند و روش

نکته دوم: در اخبار سلامت، ممکن است پاسخ برخی عناصر در ابتدا در دسترس نباشد (مثل علت دقیق یک بیماری). در این صورت خبر باید در چند مرحله منتشر شود و انتشار خبر به کامل شدن همه عناصر مشروط نشود.

نکته سوم: حتی اگر از اطلاعات مربوط به همه عناصر در خبر نهایی استفاده نشود، یافتن پاسخ آنها به خبرنگار قدرت مانور بیشتری در تنظیم و نگارش خبر می‌دهد و احتمال بروز خطا را کاهش می‌دهد.

بخش چهارم: سبک‌های نگارش در خبر سلامت

فصل هفتم: سبک‌های اصلی و کاربرد آنها در سلامت

انتخاب سبک مناسب نگارش، نقش مهمی در تأثیرگذاری خبر سلامت بر مخاطب دارد. در ادامه، شش سبک اصلی با تأکید بر کاربردهای آنها در حوزه سلامت بررسی می‌شوند.

۱-۷. سبک هرم وارونه

تعریف: در این سبک، مهم‌ترین و تأثیرگذارترین اطلاعات در ابتدای خبر (لید) می‌آیند و به تدریج از اهمیت مطالب کاسته می‌شود.

کاربرد در اخبار سلامت: این سبک برای اخبار فوری، هشدارهای بهداشتی، اعلام نتایج تحقیقات و هر خبری که مخاطب باید سریعاً مهم‌ترین نکته را دریافت کند، بسیار مناسب است.

مثال:

وزارت بهداشت: مصرف دخانیات عامل اصلی ۶۰ درصد مرگ‌های زودرس در ایران است

معاون بهداشت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، صبح امروز در نشست خبری به مناسبت روز جهانی مبارزه با دخانیات، با اشاره به آمارهای جدید، اعلام کرد: «مصرف دخانیات، سالانه عامل مرگ بیش از ۵۵ هزار نفر در ایران است که حدود ۶۰ درصد از کل مرگ‌های زودرس در کشور را تشکیل می‌دهد.»

وی با بیان اینکه مصرف قلیان در میان زنان طی ۵ سال اخیر ۲۵ درصد افزایش داشته است، از تدوین طرح جامع کنترل دخانیات در کشور خبر داد و گفت: «بر اساس این طرح، فروش و مصرف هرگونه دخانیات در اماکن عمومی، رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها از ابتدای سال آینده ممنوع خواهد شد و متخلفان علاوه بر جریمه نقدی، تا ۳ ماه پلمب خواهند شد.»

بر اساس این گزارش، ایران از نظر مصرف سرانه دخانیات، در رده بیست‌وپنجم جهان قرار دارد و سالانه بیش از ۸ هزار میلیارد تومان هزینه درمان بیماری‌های ناشی از مصرف دخانیات صرف می‌شود.

دکتر رئیسی در پایان از سازمان‌های مردمی، رسانه‌ها و دستگاه‌های اجرایی خواست با همکاری وزارت بهداشت، فرهنگ‌سازی برای ترک دخانیات را در دستور کار قرار دهند.

۲-۷. سبک تاریخی

تعریف: گزارش رویداد به ترتیب زمان وقوع، از آغاز تا پایان.

کاربرد در اخبار سلامت: برای گزارش فرآیندهای درمانی طولانی، تحقیقات چندساله، سیر پیشرفت یک بیماری، یا تاریخچه یک بحران سلامت.

مثال:

۵ سال تلاش برای درمان ام‌اس به ثمر نشست؛ اولین داروی ایرانی مهارکننده ام‌اس رونمایی شد

پژوهشگران مرکز تحقیقات ایمونولوژی دانشگاه علوم پزشکی تهران، از سال ۱۳۹۸ مطالعات خود را بر روی یک مولکول جدید برای مهار التهاب در بیماران مبتلا به ام‌اس آغاز کردند. این مطالعات در فاز اول (سال ۱۳۹۹) بر روی ۲۰ بیمار داوطلب با موفقیت انجام شد و هیچ عارضه جانبی قابل توجهی گزارش نشد. در سال ۱۴۰۰، فاز دوم (بررسی دوز و اثربخشی) بر روی ۱۰۰ بیمار در ۳ مرکز درمانی کشور آغاز شد و نتایج آن در سال ۱۴۰۱ نشان داد که این دارو، پیشرفت بیماری را در ۷۵ درصد بیماران متوقف می‌کند. سال گذشته (۱۴۰۲)، فاز سوم (مقایسه با داروهای موجود) با مشارکت ۵۰۰ بیمار در ۱۰ شهرستان انجام شد و نتایج آن نشان داد که داروی ایرانی، اثربخشی مشابه داروهای خارجی با قیمت یک‌پنجم را دارد. امروز و پس از ۵ سال تحقیق و بررسی، سازمان غذا و دارو، مجوز تولید و مصرف این دارو را صادر کرد و به این ترتیب، ایران به جمع کشورهای تولیدکننده داروی اختصاصی ام‌اس پیوست.

۳-۷. سبک تاریخی همراه با لید

تعریف: ترکیبی از سبک هرم وارونه و تاریخی. ابتدا مهم‌ترین نکته (لید) و سپس جزئیات به ترتیب زمان.

کاربرد در اخبار سلامت: برای گزارش‌های جامع، تحقیقات مهم و رویدادهای طولانی که هم نیاز به انتقال فوری و هم به جزئیات کامل دارند. این سبک برای گزارش‌های ویژه و تحقیقی سلامت بسیار مناسب است.

مثال:

لید: پس از ۷ سال تحقیق و ۴ فاز آزمایش بالینی، دانشمندان ایرانی موفق به تولید نخستین داروی ژن درمانی برای درمان یک بیماری نادر کودکان (اسامای) شدند و این دارو از هفته آینده در اختیار بیماران قرار می گیرد.

این پروژه تحقیقاتی از سال ۱۳۹۷ با همکاری پژوهشگاه رویان، دانشگاه علوم پزشکی تهران و یک شرکت دانش بنیان داخلی آغاز شد. در سال ۱۳۹۸، تیم تحقیقاتی موفق به شناسایی و سنتز ناقل ویروسی مناسب برای انتقال ژن سالم به سلول های بیمار شد. در سال ۱۳۹۹، فاز اول آزمایش بالینی بر روی ۵ کودک مبتلا به اسامای نوع یک با موفقیت انجام شد و هیچ مرگومیری گزارش نشد. در سال های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱، فازهای دوم و سوم با افزایش تعداد بیماران به ۵۰ نفر، اثربخشی ۸۰ درصدی دارو را نشان داد. در سال ۱۴۰۲، فاز چهارم (مقیاس بزرگ تر) با ۲۰۰ بیمار و مقایسه با داروهای مشابه خارجی انجام شد. امروز، سازمان غذا و دارو، مجوز نهایی را صادر کرده است و قرار است از هفته آینده، دارو با قیمتی یک دهم نمونه خارجی، در مراکز درمانی منتخب برای بیماران تجویز شود. به گزارش خبرنگار ما، بیش از ۵۰۰ کودک مبتلا به اسامای در ایران، منتظر این دارو هستند.

۷-۴. سبک بازگشت به عقب

تعریف: شروع خبر از آخرین تحول (اوج ماجرا) و سپس بازگشت به گذشته و بیان سابقه و پیشینه.

کاربرد در اخبار سلامت: در خبرهای کوتاه، رویدادهای شگفت انگیز و مواردی که ماجرا از یک نقطه عطف شروع می شود.

مثال:

****دکتر محسن پورمحمدی، پزشک ۵۰ ساله و فوق تخصص قلب، صبح امروز پس از ۵۰ سال خدمت در بیمارستان قلب تهران، بازنشست شد. او که در سال ۱۳۵۲، فعالیت خود را به عنوان یک پزشک عمومی در یک روستای محروم آغاز کرده بود، در طول این ۵۰ سال، بیش از ۱۰۰۰۰ بیمار قلبی را جراحی کرد و ۷۰ مقاله علمی و ۵ کتاب تخصصی منتشر نمود. او در گفت و گو با خبرنگار ما گفت: «شیرین ترین لحظه زندگی ام، لحظه ای بود که توانستم با یک عمل جراحی ۸ ساعته، یک نوزاد ۲ روزه را که با نقص مادرزادی قلب متولد شده بود، نجات دهم.»** جامعه پزشکی کشور، فردا با برگزاری مراسمی از این پزشک پیشکسوت تجلیل خواهد کرد.

۷-۵. سبک تشریحی

تعریف: روایت داستان گونه خبر با جزئیات توصیفی، احساسی و انسانی، همراه با ذکر سابقه، دیدگاه‌ها و حواشی.

کاربرد در اخبار سلامت: برای گزارش‌های ویژه، پرونده‌های تحقیقی، روایت داستان زندگی بیماران، و موضوعات بحث‌برانگیز که نیاز به تحلیل و تفسیر دارند. این سبک در مطبوعات و مجلات سلامت کاربرد زیادی دارد.

مثال:

دردی که به گوش نمی‌رسد؛ روایت بیماران «پیدا نشده» در نظام سلامت ایران

مریم ۲۸ ساله، ۵ سال است که با بیماری «اس‌ام‌ای» (آتروفی عضلانی نخاعی) دست و پنجه نرم می‌کند؛ بیماری‌ای که به تدریج عضلات بدن را ضعیف و تحلیل می‌برد. او روزگاری دانشجوی ممتاز دانشگاه تهران بود، اما امروز به کمک ویلچر حرکت می‌کند و برای هر حرکت ساده، به یاری دیگران نیاز دارد. «هر روز برای من مثل یک جنگ است؛ نه با یک دشمن بیرونی، بلکه با جسم خودم»، این را مریم با چشمانی اشک‌بار می‌گوید.

حدود ۵۰۰ بیمار مبتلا به اس‌ام‌ای در ایران زندگی می‌کنند که هزینه سالانه درمان هر کدام با داروی خارجی بیش از یک میلیارد تومان است. این در حالی است که داروی ایرانی این بیماری، با قیمت یک‌دهم داروی خارجی، تولید شده اما همچنان در صف تأیید سازمان غذا و دارو مانده است. «ما بیماران، ماه‌هاست که منتظر این دارو هستیم؛ دارویی که می‌تواند زندگی ما را نجات دهد، اما تأیید آن به کندی پیش می‌رود.»

در سوی دیگر این ماجرا، سازمان غذا و دارو می‌گوید: «ما نمی‌توانیم ایمنی و اثربخشی هر دارویی را بدون بررسی کامل تأیید کنیم. اولویت ما سلامت بیماران است و هرگونه عجله در این کار، خطرناک است.»

این فقط یک روایت از هزاران روایت مشابه در نظام سلامت ایران است. بیماران که میان امید و انتظار، و میان داروی گران و داروی تأیید نشده، سرگردان‌اند. حالا این سؤال مطرح می‌شود: چه کسی پاسخگوی این سرگردانی است؟

۶-۷. سبک پایان شگفت‌انگیز

تعریف: خبر با یک چرخش غافلگیرکننده، یک موفقیت غیرمنتظره، یک راز‌گشایی یا یک نتیجه غیرقابل‌پیش‌بینی پایان می‌یابد.

کاربرد در اخبار سلامت: برای خبرهای علمی، دستاوردهای پزشکی، و موفقیت‌های درمانی که پایان شگفت‌انگیزی دارند. این سبک در خبرهای رادیو و تلویزیونی و گزارش‌های ویژه مطبوعاتی کاربرد دارد.

مثال:

پزشکان، بیمار ۷۰ ساله مبتلا به سرطان پیشرفته ریه را با روش «ایمن‌درمانی» نجات دادند؛ کابوس سرطان به پایان رسید؟

تیم پزشکی بیمارستان مسیح دانشوری، با استفاده از روش نوین «ایمن‌درمانی» (تحریک سیستم ایمنی بدن برای مبارزه با سلول‌های سرطانی)، موفق به نجات یک بیمار ۷۰ ساله مبتلا به سرطان پیشرفته ریه شدند که پیش‌بینی پزشکان، کمتر از ۳ ماه عمر برای او باقی مانده بود. این بیمار که شیمی‌درمانی و رادیوتراپی در او مؤثر واقع نشده بود، با ۶ دوره درمان ایمونوتراپی، تومورهای خود را به طور کامل از دست داد و اکنون پس از ۲ سال، هیچ اثری از سرطان در بدن او مشاهده نمی‌شود. پزشکان این نتیجه را «شگفت‌انگیز» و «کم‌نظیر» توصیف کرده‌اند. اما نکته شگفت‌انگیزتر اینجاست که این درمان، نه با یک داروی جدید و گران‌قیمت، بلکه با یک مولکول تولید داخل که ۸۰ درصد ارزان‌تر از نمونه خارجی است، انجام شده است. آیا این، پایان کابوس سرطان در ایران خواهد بود؟

بخش پنجم: لید و تیتراژ در خبر سلامت

فصل هشتم: اصول لیدنویسی در حوزه سلامت

۸-۱. تعریف و اهمیت لید در خبر سلامت

لید، مهم‌ترین و تأثیرگذارترین جمله‌ای است که خبر با آن شروع می‌شود. در حوزه سلامت، لید باید هم‌زمان دقیق، جذاب، علمی و قابل‌فهم باشد و مهم‌ترین پیام خبر را در کوتاه‌ترین قالب به مخاطب منتقل کند.

۸-۲. ویژگی‌های لید خوب در خبر سلامت

۱. جامع و دقیق: لید باید تمام اطلاعات ضروری را بدون حذف یا تحریف شامل شود.
۲. مبتنی بر شواهد: هر ادعایی در لید باید مستند به یک منبع معتبر علمی باشد.
۳. زبان ساده: از واژه‌های تخصصی غیرضروری پرهیز شود. در صورت نیاز به واژه تخصصی، باید توضیح داده شود.
۴. پرهیز از بزرگنمایی: از کلماتی مانند «معجزه‌آمیز»، «شگفت‌انگیز»، «قطعی» و «بی‌نظیر» باید با احتیاط استفاده کرد، مگر اینکه خود منبع علمی چنین تعبیری داشته باشد.
۵. خبر از یک سوژه معتبر: لید باید به یک فرد یا سازمان معتبر استناد کند تا از اعتبار علمی و قانونی برخوردار باشد.
۶. جذاب و خواندنی: لید باید حس کنجکاوی مخاطب را برانگیزد و او را به خواندن ادامه خبر ترغیب کند.

نمونه لید مناسب سلامت:

سازمان غذا و دارو، مجوز مصرف اضطراری واکسن جدید کرونای ساخت یک شرکت دانش‌بنیان ایرانی را با اثربخشی بیش از ۹۰ درصد صادر کرد و توزیع آن از هفته آینده در سراسر کشور آغاز می‌شود.

نمونه لید نامناسب (بزرگنمایی):

واکسن معجزه‌گر ایرانی که همه کرونا را نابود می‌کند، به زودی در دسترس مردم قرار می‌گیرد. (این لید غیرعلمی، غیراخلاقی و خطرناک است.)

۸-۳. انواع لید در حوزه سلامت

۱. لید مستقیم

ساده‌ترین و رایج‌ترین نوع لید که مهم‌ترین نکته خبر را مستقیم بیان می‌کند.

مثال:

وزیر بهداشت، با اشاره به افزایش ۲۰ درصدی تعرفه خدمات درمانی در سال آینده، از تصویب بودجه ۱۵۰ هزار میلیارد تومانی وزارت بهداشت در مجلس خبر داد.

۲. لید عمقی

برای مسائل پیچیده‌تر که نیاز به چند جمله برای بیان کامل دارند. معمولاً شامل یک جمله اصلی و یک جمله توضیحی است.

مثال:

نتایج یک تحقیق ۷ ساله در پژوهشگاه علوم غدد و متابولیسم دانشگاه علوم پزشکی تهران نشان می‌دهد که مصرف روزانه یک واحد لبنیات کم‌چرب، خطر ابتلا به پوکی استخوان را در زنان یائسه تا ۴۰ درصد کاهش می‌دهد. این تحقیق که بر روی ۵۰۰۰ زن در ۵ استان کشور انجام شده، همچنین بر نقش حیاتی ویتامین D در جذب کلسیم و پیشگیری از شکستگی‌های ناشی از پوکی تأکید کرده است.

۳. لید تشریحی

با استفاده از صفات و کلمات توصیفی، حس و حال رویداد را به مخاطب منتقل می‌کند. در خبرهای سلامت که بار عاطفی دارند، مفید است، اما نباید به اغراق کشیده شود.

مثال:

در حالی که اتاق‌های عمل بیمارستان فوق تخصصی کودکان تهران، مملو از نوزادان مبتلا به یرقان شدید بود و کادر درمانی با کمبود شدید تجهیزات نوردرمانی مواجه بودند، یک تیم ۱۵ نفره از فوق تخصصان نوزادان و پرستاران بخش آی‌سی‌یو، شبانه‌روز برای نجات جان نوزادان تلاش کردند و با وجود تمام محدودیت‌ها، امروز پس از ۷۲ ساعت، وضعیت ۸۵ درصد نوزادان پایدار اعلام شده است.

۴. لید سؤالی

برای تحریک کنجکاوی مخاطب. در اخبار سلامت، باید با دقت استفاده شود تا باعث نگرانی غیرضروری نشود.

مثال:

آیا مصرف مکمل‌های ویتامین D واقعاً از ابتلا به کرونا پیشگیری می‌کند؟ تازه‌ترین تحقیق دانشگاه هاروارد که امروز در مجله «BMJ» منتشر شده، پاسخ روشنی به این پرسش داده است: مصرف مکمل‌های ویتامین D، به ویژه در افراد با کمبود این ویتامین، می‌تواند خطر ابتلا به عفونت‌های تنفسی را تا ۳۰ درصد کاهش دهد، اما تأثیر آن بر کرونا به تنهایی قابل تأیید نیست.

۵. لید نقلی

شروع خبر با نقل قول عینی از یک منبع معتبر.

مثال:

«ما برای نخستین بار در ایران موفق به کشف یک نشانگر زیستی جدید برای تشخیص زودهنگام آلزایمر شده‌ایم که می‌تواند ۱۵ سال قبل از ظهور علائم، بیماری را شناسایی کند.» این را دکتر محمدرضا زرین‌دست، رئیس پژوهشکده علوم اعصاب دانشگاه علوم پزشکی تهران، صبح امروز در نشست خبری خود اعلام کرد.

۶. لید تمثیلی و ادبی

استفاده از ضرب‌المثل، تشبیه یا جمله ادبی مرتبط با موضوع سلامت.

مثال:

«پیشگیری بهتر از درمان است»؛ این ضرب‌المثل قدیمی، این بار در حوزه سلامت روان به اثبات علمی رسیده است. یک تحقیق جدید در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نشان داده است که ۱۵ دقیقه پیاده‌روی روزانه، خطر ابتلا به افسردگی را تا ۳۰ درصد کاهش می‌دهد و این یافته، می‌تواند ساده‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راهکار برای ارتقای سلامت روان جامعه باشد.

۷. لید مقایسه‌ای

برای مقایسه دو رویداد یا دو وضعیت در حوزه سلامت.

مثال:

در حالی که صدها بیمار مبتلا به سرطان در تهران برای دریافت داروهای شیمی‌درمانی با کمبود شدید مواجه هستند، گزارش سازمان غذا و دارو نشان می‌دهد که بیش از ۵۰ تن داروی تاریخ گذشته در انبارهای این سازمان در حال امحا است. این تناقض آشکار، واکنش شدید انجمن حمایت از بیماران سرطانی را به دنبال داشته است.

فصل نهم: تیترونیسی در حوزه سلامت

۹-۱. اهمیت تیترونیسی در اخبار سلامت

تیترونیسی، اولین و آخرین چیزی است که مخاطب از یک خبر به یاد می‌آورد. یک تیترونیسی خوب در حوزه سلامت، باید هم‌زمان:

- دقیق و علمی باشد (نه اغراق‌آمیز)
- جذاب و خواندنی باشد (برای جلب توجه)
- مهم و تأثیرگذار باشد (نشان دهد چرا مخاطب باید این خبر را بخواند)
- ایمن و مسئولانه باشد (نه باعث ترس یا امید کاذب)

۹-۲. اصول تیترونیسی در اخبار سلامت

۱. دقت علمی در اولویت است: یک تیترونیسی غیرعلمی، نه تنها اعتبار رسانه را از بین می‌برد، بلکه می‌تواند به سلامت مردم آسیب بزند.

۲. از تعمیم‌های بی‌اساس پرهیزید: مثلاً «همه افراد» یا «همه بیماران» را در تیترونیسی به کار نبرید، مگر اینکه مطالعه علمی چنین تعمیمی را تأیید کرده باشد.

۳. از کلمات ترس‌آور و هیجان‌انگیز با احتیاط استفاده کنید: کلماتی مانند «مرگ‌بار»، «کشنده»، «وحشت‌ناک» و «معجزه‌آمیز» را فقط در صورت تأیید منبع معتبر به کار ببرید.

۴. اعداد و ارقام کلیدی را در تیترونیسی بیاورید: مثلاً «۵۰ درصد کاهش خطر»، «۲۰۰۰ تخت جدید»، «۱۰۰ هزار نفر مبتلا».

۵. از فعل مناسب استفاده کنید: برای رویدادهای گذشته از فعل ماضی، برای رویدادهای آینده از مضارع اخباری، و برای هشدارها از فعل امری (با احتیاط) استفاده کنید.

۶. تیترا را مختصر و مفید بنویسید: هر چه تیترا کوتاه‌تر باشد، ماندگاری بیشتری دارد. اما کوتاهی نباید به قیمت کاهش دقت و وضوح تمام شود.

۹-۳. نمونه‌های تیترا خوب و بد در سلامت

تیترا خوب (دقیق، علمی، جذاب):

کشف یک نشانگر زیستی جدید برای تشخیص زودهنگام آلزایمر در ایران

تیترا بد (اغراق‌آمیز، غیرعلمی):

معجزه‌ای که آلزایمر را برای همیشه نابود می‌کند!

تیترا خوب (مستند و محتاطانه):

سازمان بهداشت جهانی: مصرف غذاهای فرآوریشده، خطر مرگ زودرس را افزایش می‌دهد

تیترا بد (تعمیم بی‌اساس):

همه غذاهای بسته‌بندی شما را می‌کشند!

تیترا خوب (تأکید بر پیشگیری و راهکار):

۱۵ دقیقه پیاده‌روی روزانه، خطر افسردگی را ۳۰ درصد کاهش می‌دهد

تیترا بد (ترس افکن):

افسردگی در کمین شماست!

۹-۴. اجزای تیتراژ در اخبار سلامت

روتیتراژ (کیکر): در بالای تیتراژ اصلی و برای اشاره به منبع، مکان، زمان یا مقدمه.

مثال:

بر اساس گزارش سازمان جهانی بهداشت:

ایران در کنترل بیماری‌های غیرواگیر، موفق‌ترین کشور منطقه است

زیرتیتراژ (دک): در پایین تیتراژ اصلی، برای بیان یک بعد دیگر یا نتیجه کلیدی خبر.

مثال:

تأکید وزیر بهداشت بر سیاست‌های پیشگیرانه در مجمع جهانی بهداشت:

ایران با اجرای طرح تحول سلامت، دسترسی مردم به خدمات درمانی را ۵۰ درصد افزایش داد

زیرتیتراژ: هم‌زمان با این اعلام، نمایندگان ۳۰ کشور برای بازدید از مراکز درمانی ایران اعلام آمادگی

کردند

سوتیتراژ (خلاصه تیتراژ): برای بیان ابعاد متعدد خبر در خبرهای بلند.

مثال:

رئیس سازمان غذا و دارو:

کیفیت داروهای داخلی از برخی نمونه‌های خارجی بالاتر است

(سوتیتر ۱): ۹۵ درصد داروهای مصرفی کشور، تولید داخل است

(سوتیتر ۲): صادرات دارو به ۵۰ کشور جهان در سال جاری ۲۰ درصد رشد داشته است

(سوتیتر ۳): برنامه تولید واکسن‌های جدید برای بیماری‌های واگیر در دستور کار است

بخش ششم: منبع‌یابی و اعتبارسنجی در خبر سلامت

فصل دهم: اهمیت منبع در اخبار سلامت

۱۰-۱. چرا منبع در خبر سلامت حیاتی است؟

در حوزه سلامت، منبع خبر نه تنها یک الزام حرفه‌ای، بلکه یک ضرورت اخلاقی و ایمنی است. اخبار سلامت می‌توانند بر رفتارها، تصمیمات درمانی و حتی جان مردم تأثیر بگذارند. یک خبر بدون منبع معتبر، می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری داشته باشد.

دلایل اهمیت منبع در خبر سلامت:

۱. **مستندسازی:** مخاطب باید بداند خبر از کجا و از چه کسی نشأت گرفته است تا بتواند به آن اعتماد کند.
۲. **اعتباردهی:** ذکر نام یک منبع معتبر (سازمان بهداشت جهانی، وزارت بهداشت، مجله علمی معتبر) به خبر اعتبار می‌بخشد.
۳. **سلب مسئولیت:** در صورت تردید در صحت خبر، ذکر منبع (به ویژه منابع خارجی یا غیرقطعی) مسئولیت را از رسانه سلب می‌کند.
۴. **قابلیت پیگیری:** مخاطبان و به‌ویژه متخصصان، با دانستن منبع، می‌توانند خبر را بررسی و پیگیری کنند.

۵. پشتیبانی علمی: اخبار سلامت باید با استناد به منابع علمی معتبر (مقالات، گزارش‌های تحقیقی، داده‌های آماری) پشتیبانی شوند.

۱۰-۲. سلسله‌مراتب منابع معتبر در حوزه سلامت

سطح اول: منابع بین‌المللی معتبر

- سازمان جهانی بهداشت (WHO)
- مراکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌ها (CDC)
- مجلات علمی برتر (Lancet, NEJM, Nature Medicine, BMJ)
- سازمان غذا و داروی آمریکا (FDA) و سازمان‌های مشابه در سایر کشورها

سطح دوم: منابع ملی معتبر

- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
- سازمان غذا و داروی ایران
- سازمان بیمه سلامت
- سازمان نظام پزشکی
- دانشگاه‌های علوم پزشکی (به ویژه دانشگاه تهران، شهید بهشتی، ایران و...)

سطح سوم: منابع صنفی و تخصصی

- انجمن‌های علمی پزشکی (انجمن قلب، انجمن سرطان، انجمن روانپزشکی و...)
- مراکز تحقیقاتی معتبر (پژوهشگاه رویان، انستیتو پاستور، مرکز تحقیقات سرطان و...)
- بیمارستان‌های مرجع و فوق تخصصی

سطح چهارم: منابع میدانی و مردمی

- پزشکان و پرستاران با تجربه و معتبر
- بیماران و خانواده‌های آنان (با رعایت حریم خصوصی)

- سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌های سلامت)
- گزارش‌های محلی از مراکز بهداشتی و درمانی

۱۰-۳. نحوه ذکر منبع در خبر سلامت

الف) در مطبوعات:

مکان وقوع رویداد و منبع خبر، در ابتدای خبر، قبل از لید یا مقدمه نوشته می‌شود.

مثال:

تهران - خبرنگار سلامت جام جم: رئیس سازمان غذا و دارو، با اشاره به تولید ۲۰۰۰ قلم داروی جدید در کشور، از برنامه‌های این سازمان برای خودکفایی کامل دارویی در افق ۱۴۰۴ خبر داد.

ب) در رادیو و تلویزیون:

منبع خبر در ابتدا یا متن خبر، با ذکر نام و سمت، آورده می‌شود.

مثال:

به گزارش خبرنگار شبکه خبر از بیمارستان مسیح دانشوری، وزیر بهداشت، دقایقی پیش در جمع خبرنگاران، از بستری شدن ۲۰۰ بیمار جدید کرونایی در تهران خبر داد و گفت: «وضعیت قرمز در پایتخت اعلام می‌شود.»

ج) در خبرگزاری‌ها و تلکس:

علاوه بر نام مکان و منبع، تاریخ و ساعت ارسال خبر نیز ذکر می‌شود.

مثال تلکس:

شماره ۲۴ / تهران / خبرگزاری جمهوری اسلامی / ۱۴۰۳/۰۷/۱۵ / ساعت ۱۴:۳۰

وزیر بهداشت: ۵۰ هزار میلیارد تومان برای تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام بیمارستانی در بودجه ۱۴۰۴ پیش‌بینی شده است.

فصل یازدهم: اعتبارسنجی اطلاعات سلامت

۱-۱۱. چرا اعتبارسنجی در سلامت ضروری است؟

بسیاری از اطلاعات پزشکی که در فضای مجازی و حتی در برخی رسانه‌ها منتشر می‌شوند، نادرست، تحریف‌شده یا فاقد شواهد علمی هستند. این اطلاعات می‌توانند باعث:

- خوددرمانی و درمان‌های خطرناک
- قطع درمان مؤثر و پیشرفت بیماری
- ایجاد اضطراب و ترس بی‌دلیل
- اتلاف هزینه‌های درمانی
- کاهش اعتماد به نظام سلامت

۱۱-۲. معیارهای اعتبارسنجی اخبار سلامت

۱. منبع خبر: آیا منبع معتبر، علمی و رسمی است؟

۲. تاریخ انتشار: آیا خبر به‌روز است؟ تحقیقات قدیمی ممکن است منسوخ شده باشند.

۳. حجم نمونه: در تحقیقات علمی، آیا حجم نمونه کافی بوده است؟ تحقیقات با حجم نمونه کوچک، قابل‌تعمیم نیستند.

۴. روش تحقیق: آیا روش تحقیق علمی و قابل‌تکرار بوده است؟

۵. وجود تعارض منافع: آیا منبع خبر (مثلاً یک شرکت دارویی) دارای منافع مالی در موضوع است؟

۶. تکرارپذیری: آیا سایر محققان نیز به نتایج مشابه دست یافته‌اند؟

۷. سادگی بیش از حد: آیا خبر بیش از حد ساده و جذاب به نظر می‌رسد؟ معمولاً یافته‌های علمی پیچیده هستند و ساده‌سازی بیش از حد می‌تواند تحریف‌آمیز باشد.

۱۱-۳. نشانه‌های خبر سلامت جعلی یا غیرمعتبر

هشدارهای قرمز در اخبار سلامت:

- استفاده از کلمات «معجزه‌آمیز»، «قطعی»، «۱۰۰ درصد»، «بی‌نظیر»
- عدم ذکر نام یا سمت منبع
- تبلیغ یک محصول یا درمان خاص بدون ذکر عوارض
- تاریخ انتشار نامشخص یا قدیمی
- عدم اشاره به حجم نمونه و روش تحقیق
- وعده درمان قطعی برای بیماری‌های صعب‌العلاج (مثل سرطان)
- استفاده از تصاویر غیرواقعی یا فتوشاپ‌شده
- عدم وجود لینک به مقاله علمی اصلی

مثال خبر جعلی:

درمان قطعی سرطان با یک گیاه معجزه‌گر! (بدون ذکر منبع علمی)

خبر صحیح و معتبر:

مطالعه اولیه بر روی ۵۰ بیمار نشان می‌دهد که عصاره یک گیاه دارویی، می‌تواند رشد سلول‌های سرطانی را در محیط آزمایشگاهی مهار کند؛ اما هنوز فاصله زیادی تا کاربرد بالینی وجود دارد. (با ذکر نام مجله و تاریخ انتشار)

بخش هفتم: اخلاق در خبرنگاری سلامت

فصل دوازدهم: اصول اخلاقی ویژه خبر سلامت

خبرنگار سلامت، با حساس‌ترین و شخصی‌ترین موضوعات انسانی سر و کار دارد: درد، رنج، مرگ، امید و زندگی. رعایت اصول اخلاقی در این حوزه، نه تنها یک وظیفه حرفه‌ای، بلکه یک مسئولیت انسانی است.

۱۲-۱. احترام به حریم خصوصی بیماران

اصل: نام، تصویر، بیماری و جزئیات مربوط به زندگی شخصی بیماران، بدون رضایت آگاهانه آنها قابل انتشار نیست.

راهکارها:

- برای انتشار تصویر یا نام بیمار، رضایت کتبی دریافت کنید.
- در صورت ضرورت انتشار (مثلاً روایت یک بیماری نادر)، از نام مستعار یا حروف اختصاری استفاده کنید.
- چهره بیمار را در تصاویر محو کنید یا از زوایایی عکس بگیرید که قابل شناسایی نباشد.
- از ذکر جزئیات غیرضروری (شغل دقیق، آدرس، نام خانواده) خودداری کنید.

مثال درست:

«م.الف» یک مرد ۵۰ ساله اهل تهران، پس از ۳ سال مبارزه با سرطان ریه، امروز با موفقیت تحت عمل جراحی قرار گرفت. او با حفظ حریم خصوصی خود، از پزشکان معالج خود قدردانی کرد.

مثال نادرست:

«محمد احمدی، کارمند بانک ملی و ساکن خیابان ولیعصر تهران، که به سرطان ریه مبتلاست، امروز عمل شد.»
(ذکر نام کامل، شغل و آدرس، نقض حریم خصوصی)

۱۲-۲. پرهیز از بزرگنمایی و ایجاد امید یا هراس کاذب

اصل: هیچ درمانی «قطعی» یا «معجزه‌آمیز» نیست. خبرنگار باید واقعیت‌های علمی را با دقت و بدون اغراق منعکس کند.

راهکارها:

- از کلماتی مانند «قطعی»، «معجزه‌آسا»، «کامل»، «۱۰۰ درصد»، «بی‌نظیر» با احتیاط شدید استفاده کنید.
- به عوارض جانبی و محدودیت‌های درمان‌ها نیز اشاره کنید.
- در مورد تحقیقات اولیه، قید کنید که «هنوز در مراحل اولیه» یا «نیاز به تحقیقات بیشتر» است.
- از ایجاد ترس غیرضروری (مثلاً «همه در معرض خطر مرگ هستند») خودداری کنید.

مثال درست:

«محققان ایرانی در فاز اول آزمایش بالینی یک داروی جدید برای درمان سرطان پستان، موفقیت ۷۰ درصدی را گزارش کرده‌اند. با این حال، این دارو هنوز نیاز به فازهای تکمیلی و تأیید نهایی دارد و تا عرضه عمومی، حداقل دو سال فاصله است.»

مثال نادرست:

«درمان قطعی و معجزه‌آسای سرطان پستان در ایران کشف شد!» (این خبر هم غیرعلمی است و هم امید کاذب ایجاد می‌کند)

۱۲-۳. توجه به پیامدهای اجتماعی خبر

اصل: خبرنگار باید پیامدهای احتمالی خبر خود را بر جامعه، بیماران، خانواده‌ها و نظام سلامت پیش‌بینی کند.

مثال: خبر از کمبود یک داروی حیاتی، ممکن است باعث هجوم بیماران به داروخانه‌ها و ایجاد بحران جدید شود. خبر از شیوع یک بیماری واگیر، ممکن است باعث افزایش اضطراب و انگ‌زنی شود.

راهکارها:

- هم‌زمان با خبر از مشکل، راه‌حل‌ها و توصیه‌های عملی را نیز ارائه دهید.
- از برچسب‌زنی به بیماران (مثلاً «ناقل بیماری») خودداری کنید.
- اخبار بحران‌ها را با آرامش و دور از هیجان منتشر کنید.

۱۲-۴. شفافیت در مورد تعارض منافع

اصل: اگر خبر، به یک محصول دارویی، شرکت درمانی یا سازمان خاصی اشاره دارد که دارای منافع مالی یا سیاسی است، باید این تعارض منافع به مخاطب اطلاع داده شود.

مثال:

«شرکت داروسازی البرز، که تولیدکننده اصلی واکسن جدید کرونا در ایران است، اعلام کرد که واکسن‌های خود را با تخفیف ۲۰ درصدی در اختیار وزارت بهداشت قرار می‌دهد. (لازم به ذکر است که خبرنگار این خبر، هیچ گونه ارتباط مالی با این شرکت ندارد.)»

۱۲-۵. عدم انتشار اطلاعات تأیید نشده

اصل: در بحران‌های سلامت (همه‌گیری، حوادث شیمیایی، بلایای طبیعی)، انتشار اطلاعات نادرست و تأیید نشده می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری داشته باشد.

راهکارها:

- هر خبر را حداقل با دو منبع مستقل تأیید کنید.

- در صورت عدم تأیید، از قیدهایی مانند «هنوز قطعی نیست»، «در حال بررسی» یا «به نقل از یک منبع آگاه» استفاده کنید.
- منتظر اطلاعیه رسمی از مراجع ذیصلاح (وزارت بهداشت، ستاد بحران) باشید.
- از بازنشر شایعات در فضای مجازی خودداری کنید.

۱۲-۶. رعایت کرامت و عزت نفس بیماران

اصل: بیماران، به ویژه مبتلایان به بیماری‌های صعب‌العلاج یا روانی، شایسته احترام و همدلی هستند. خبر نباید آنها را تحقیر کند یا باعث انگ اجتماعی شود.

مثال درست:

«محمد ۳۵ ساله که ۱۰ سال با بیماری افسردگی مبارزه کرده، امروز با حمایت خانواده و روانپزشک خود، به زندگی عادی بازگشته است.»

مثال نادرست:

«یک دیوانه ۳۵ ساله که ۱۰ سال در بیمارستان روانی بستری بود، امروز آزاد شد.» (کلمات «دیوانه» و «بیمارستان روانی» تحقیرآمیز و غیرحرفه‌ای هستند.)

بخش هشتم: پوشش بحران‌های سلامت

فصل سیزدهم: اصول پوشش بحران‌های سلامت

بحران‌های سلامت (همه‌گیری‌ها، بلایای طبیعی با تلفات انبوه، حوادث شیمیایی و هسته‌ای، کمبودهای دارویی و...) از حساسترین و پرمسئولیت‌ترین موضوعاتی هستند که خبرنگار سلامت با آنها مواجه می‌شود.

۱۳-۱. مراحل پوشش بحران سلامت

مرحله اول: واکنش فوری (ساعات اولیه)

- مهم‌ترین اولویت: انتقال سریع و دقیق هشدارها و توصیه‌های مقامات رسمی
- ذکر واضح منبع خبر (وزارت بهداشت، ستاد بحران، سازمان جهانی بهداشت)
- قید «خبر در حال تکمیل است» یا «جزئیات بیشتر متعاقباً اعلام می‌شود»
- پرهیز از حدس و گمان، شایعه و اطلاعات تأیید نشده

مرحله دوم: اطلاع‌رسانی مستمر (ساعات و روزهای بعد)

- انتشار به‌روزرسانی‌های منظم (آمار مبتلایان، فوتی‌ها، اقدامات انجام‌شده)
- پاسخ به سؤالات رایج مخاطبان (علت، نحوه پیشگیری، اقدامات درمانی، منابع کمک)
- گفت‌وگو با کارشناسان و مسئولان برای تحلیل و تفسیر
- پوشش ابعاد انسانی و روایت‌های تأثیرگذار (با رعایت اخلاق)

مرحله سوم: بازتوانی و آینده‌نگری (پس از فروکش بحران)

- تحلیل درس‌های آموخته شده از بحران
- ارزیابی عملکرد نهادهای مسئول
- پیگیری وعده‌ها و تعهدات داده‌شده
- ارائه راهکارهای پیشگیرانه برای آینده

۱۳-۲. اصول طلایی پوشش بحران سلامت

۱. سرعت با دقت: در بحران، زمان طلایی است، اما سرعت نباید به قیمت دقت و صحت تمام شود. هر خبری که منتشر می‌کنید، باید با منبع معتبر تأیید شده باشد.
۲. آرامش و دوری از هیجان: در بحران، رسانه‌ها نقش آرام‌بخش یا هیجان‌آفرین دارند. با لحن، کلمات و تصاویر خود، به کاهش اضطراب جامعه کمک کنید.

۳. اطلاعات عملی و کاربردی: در کنار اخبار، به مردم بگویید «چه کاری باید انجام دهند». (مثلاً کجا بروند، با چه کسی تماس بگیرند، چگونه از خود محافظت کنند).

۴. هماهنگی با مراجع رسمی: در بحران‌های سلامت، مراجع رسمی (وزارت بهداشت، ستاد مدیریت بحران) معمولاً سخنگوی واحد و مسئول اطلاع‌رسانی دارند. با آنها هماهنگ باشید.

۵. پرهیز از انگ‌زنی: در بحران‌های بیماری‌های واگیر، بیماران را «قربانی» یا «مبتلا» خطاب کنید، نه «ناقل» یا «منبع آلودگی». از برچسب‌های جغرافیایی (مثلاً «ویروس فلان شهر») خودداری کنید.

۶. پوشش گروه‌های آسیب‌پذیر: کودکان، سالمندان، بیماران مزمن، زنان باردار و افراد دارای معلولیت، آسیب‌پذیرترین گروه‌ها در بحران‌های سلامت هستند. به نیازهای خاص آنها بپردازید.

۱۳-۳. نمونه پوشش بحران سلامت

خبر اول: اعلام بحران

سخنگوی وزارت بهداشت، دقایقی پیش در یک نشست خبری فوری:

شمار مبتلایان به وبا در کشور به ۷۰۰ نفر رسید / ۱۵ نفر جان باختند

دکتر رضا صابری، سخنگوی وزارت بهداشت، با اشاره به شناسایی ۷۰۰ مورد جدید ابتلا به وبا در ۱۲ استان کشور، گفت: «متأسفانه تاکنون ۱۵ نفر از مبتلایان جان خود را از دست داده‌اند و ۸۰ نفر دیگر در بخش مراقبت‌های ویژه بستری هستند.»

وی افزود: «منشأ اصلی شیوع، مصرف آب‌های آلوده در مناطق روستایی و حاشیه شهرها است. از مردم درخواست می‌شود حتماً آب آشامیدنی را بجوشانند یا از آب تصفیه‌شده و بسته‌بندی استفاده کنند و از مصرف سبزیجات و میوه‌های شسته‌نشده خودداری نمایند.»

وزیر بهداشت نیز در نشست خبری که ساعاتی پیش برگزار شد، از توزیع رایگان ۵۰۰ هزار بسته آب آشامیدنی سالم و قرص‌های کلر در مناطق درگیر خبر داد و گفت: «همه بیمارستان‌های دولتی در حالت آماده‌باش کامل قرار دارند.»

توصیه به مردم: در صورت مشاهده علائم اسهال شدید، استفراغ و تب، سریعاً به نزدیک‌ترین مرکز بهداشتی مراجعه کنید و از خوددرمانی جداً خودداری نمایید.

خبر دوم: به‌روزرسانی

وزارت بهداشت: شیوع وبا در ۵ استان کنترل شد / ۲۰۰۰ نفر تحت درمان قرار گرفتند

معاون بهداشت وزارت بهداشت، صبح امروز در گفت‌وگو با خبرگزاری جمهوری اسلامی، از کنترل شیوع وبا در ۵ استان کشور خبر داد و گفت: «با اقدامات سریع تیم‌های بهداشتی، از ابتلا بیش از ۲۰۰۰ نفر جلوگیری شده و هم‌اکنون ۲۰۰ نفر در بیمارستان‌ها تحت درمان هستند.»

وی افزود: «تیم‌های واکنش سریع در ۳۰ منطقه حاشیه‌نشین مستقر شده‌اند و کلرزنی مخازن آب در این مناطق با قدرت بیشتر ادامه دارد.»

رئیس سازمان غذا و دارو نیز از تأمین کامل سرم، آنتی‌بیوتیک‌ها و مایعات مورد نیاز بیمارستان‌ها خبر داد و گفت: «هیچ کمبودی در داروهای مرتبط با وبا نداریم.»

با این حال، نمایندگان مجلس از وزیر بهداشت خواستند تا گزارشی کامل از علت تأخیر در شناسایی کانون اولیه بیماری ارائه دهد. جلسه غیرعلنی مجلس برای بررسی این موضوع، فردا برگزار می‌شود.

بخش نهم: گزارش‌های تحقیقی سلامت

فصل چهاردهم: ویژگی‌ها و مراحل گزارش‌نویسی تحقیقی سلامت

گزارش‌های تحقیقی در حوزه سلامت، به بررسی عمیق یک مسئله، فساد، کمبود، بحران یا پدیده پنهان در نظام سلامت می‌پردازند. این گزارش‌ها معمولاً نیاز به زمان، منابع، دسترسی به اسناد و مصاحبه با منابع متعدد دارند.

۱-۱۴. ویژگی‌های یک گزارش تحقیقی سلامت خوب

۱. **مسئله‌محور:** به یک مشکل واقعی، پنهان و تأثیرگذار در نظام سلامت می‌پردازد.
۲. **مبتنی بر شواهد:** بر اساس اسناد، مدارک، داده‌ها و مصاحبه‌های مستند است.
۳. **چندوجهی:** ابعاد مختلف مسئله (علمی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، اخلاقی) را پوشش می‌دهد.
۴. **تحلیلی:** نه تنها مشکل را گزارش می‌کند، بلکه علل، پیامدها و راه‌کارها را تحلیل می‌نماید.
۵. **انسان‌محور:** با روایت‌های انسانی (از زبان بیماران، پزشکان، خانواده‌ها) همراه است.
۶. **تأثیرگذار:** باعث تغییر، اصلاح یا جلب توجه مسئولان و افکار عمومی می‌شود.

۲-۱۴. مراحل تهیه گزارش تحقیقی سلامت

مرحله ۱: انتخاب موضوع و مسئله

- شناسایی یک شکاف، بحران، فساد یا پدیده پنهان در حوزه سلامت
- اطمینان از تأثیرگذاری موضوع بر تعداد قابل‌توجهی از مردم
- بررسی امکان‌پذیری تحقیق (دسترسی به منابع، اسناد، مصاحبه‌شوندگان)

مرحله ۲: گردآوری اطلاعات و مستندات

- مطالعه اسناد و مدارک (گزارش‌های رسمی، آمار، تحقیقات پیشین)
- مصاحبه با منابع متعدد (مسئولان، کارشناسان، پزشکان، بیماران، خانواده‌ها)
- استفاده از قانون دسترسی به اطلاعات (در صورت وجود)
- گردآوری داده‌های میدانی (مشاهده، بازدید از مراکز درمانی، تهیه عکس و فیلم)

مرحله ۳: تحلیل و تدوین

- دسته‌بندی و تحلیل اطلاعات
- شناسایی الگوها، علل و ارتباطات
- تدوین ساختار گزارش (مقدمه، بدنه، نتیجه‌گیری، راهکارها)

مرحله ۴: نگارش و ویرایش

- رعایت ساختار داستانی و روایی
- استفاده از زبان ساده، روان و قابل فهم
- ذکر دقیق منابع و اسناد
- ویرایش نهایی برای دقت، انسجام و جذابیت

مرحله ۵: انتشار و پیگیری

- انتخاب رسانه مناسب برای انتشار
- ارائه به مسئولان و نهادهای ذیصلاح (در صورت لزوم)
- پیگیری واکنش‌ها و تأثیرات
- انتشار به روزرسانی‌ها و پاسخ‌های نهادهای مسئول

بخش دهم: چالش‌های خبرنگاری سلامت در ایران

فصل پانزدهم: مسائل و راهکارهای پیش روی خبرنگار سلامت

خبرنگاری سلامت در ایران، با چالش‌های متعددی مواجه است که شناخت آنها برای موفقیت در این عرصه ضروری است.

۱-۱۵. چالش‌های اصلی

۱. **کمبود منابع معتبر و شفاف:** بسیاری از داده‌های سلامت در ایران، شفاف نیستند یا دسترسی به آنها دشوار است. آمار بیماری‌ها، هزینه‌ها و عملکرد مراکز درمانی اغلب در سایه ابهام باقی می‌ماند.

راهکار: ایجاد ارتباط نزدیک و مستمر با روابط عمومی وزارت بهداشت، دانشگاه‌های علوم پزشکی و مراکز تحقیقاتی.

۲. **فشارهای سیاسی و اداری:** برخی از مسئولان، انتشار اخبار منفی یا انتقادی در حوزه سلامت را برنمی‌تابند و ممکن است خبرنگار را تحت فشار قرار دهند.

راهکار: مستندسازی کامل اخبار، استفاده از منابع متعدد، حفظ استقلال حرفه‌ای و در صورت لزوم، ارجاع به قوانین مطبوعاتی.

۳. **کمبود تخصص علمی در میان خبرنگاران:** بسیاری از خبرنگاران، دانش علمی کافی در حوزه پزشکی و سلامت ندارند و این امر به انتشار اخبار نادرست یا تحریف‌شده می‌انجامد.

راهکار: مطالعه مستمر، شرکت در دوره‌های آموزشی، مشاوره با پزشکان و متخصصان، و همکاری با خبرنگاران با تجربه حوزه سلامت.

۴. **محدودیت‌های مالی و بودجه‌ای:** خبرنگاری تحقیقی سلامت، هزینه‌بر است (سفر به مناطق مختلف، دسترسی به اسناد، مصاحبه با منابع متعدد) و بسیاری از رسانه‌ها بودجه کافی برای آن ندارند.

راهکار: اولویت‌بندی سوژه‌ها، استفاده از کمک‌های سازمان‌های مردمی، همکاری با خبرنگاران داوطلب و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای انتشار.

۵. خطرات جانی و امنیتی: برخی گزارش‌ها در مورد فساد در سیستم دارویی، آلودگی‌های محیطی یا کمبود تجهیزات پزشکی، ممکن است خبرنگار را در معرض تهدید و خطر قرار دهد.

راهکار: رعایت اصول ایمنی، محرمانه نگه داشتن منابع، انتشار تدریجی اطلاعات و در صورت لزوم، همکاری با نهادهای نظارتی.

۶. عدم وجود بانک اطلاعاتی جامع سلامت: در ایران، یک بانک اطلاعاتی جامع و قابل‌دسترس در حوزه سلامت وجود ندارد و خبرنگاران مجبورند اطلاعات را از منابع پراکنده گردآوری کنند.

راهکار: ایجاد بانک اطلاعاتی شخصی، استفاده از پایگاه‌های داده بین‌المللی، و همکاری با مراکز پژوهشی.

۱۵-۲. آینده خبرنگاری سلامت در ایران

با گسترش فضای مجازی، افزایش آگاهی عمومی، رشد فناوری‌های پزشکی و بهبود قوانین دسترسی به اطلاعات، آینده خبرنگاری سلامت در ایران روشن است. خبرنگارانی که خود را به‌روز نگه دارند، دانش علمی خود را افزایش دهند، به اخلاق حرفه‌ای پایبند باشند و از فناوری‌های نوین ارتباطی استفاده کنند، می‌توانند نقش مهمی در ارتقای سلامت جامعه و پاسخگویی نظام سلامت ایفا کنند.

سخن پایانی

خبرنگاری سلامت، یک رسالت است، نه فقط یک شغل. این رسالت، شما را به خط مقدم نبرد با بیماری‌ها، نابرابری‌ها و جهل می‌برد. شما پل ارتباطی میان علم و جامعه، میان بیمار و درمان‌گر، میان سیاست و زندگی مردم هستید.

با هر خبری که می‌نویسید، ممکن است یک زندگی را نجات دهید، یک بیماری را پیشگیری کنید، یک امید را زنده نگه دارید، یا یک فساد را افشا کنید. این قدرت و مسئولیت، با شماست.

