

理清 症结 让患者免受过度医疗侵害

□ 罗志华

在3·15国际消费者权益日来临之际,丁香医生微博视频号以如何破解宫颈糜烂骗局为焦点,探讨过度医疗话题,引发大量网友跟贴热议。有网友留言称,宫颈糜烂是病,不及时治疗会发展为宫颈癌。这一说法,是多年来困扰女性的魔咒。也有网友列出其他容易出现过度医疗的疾病和检查项目,对过度医疗催生的问题感到担心。

医疗的合适程度,可分为过度、适中、不足三种。目前大城市中医疗不足比较少见,过度医疗则普遍存在,成为看病难和看病贵的重要原因。因此只

要治理好了过度医疗,医疗行为就会变得适中,这是一种理想状态。但导致过度医疗的原因很多,假如不进行分类施策,就可能因药不对症而影响效果。

最常见的原因,是借过度医疗逐利。把宫颈糜烂这种正常的生理现象,用耸人听闻的口气描绘成难治的、可癌变的疾病,这是利用患者的知识盲点和恐癌心理牟利。术中加项加价,则是乘人之危,赚取黑心钱。将适用于癌症确诊患者明确是否存在转移病灶的PET-CT检查,当作查癌神器纳入正常人体检项目,则是企图通过技术滥用获利。开大处方、做大检查、超量使用昂贵耗材等,均属利益驱使之下的过度医疗。

有些过度诊疗,则是医生经验不足和缺乏担当所致。比如漏诊误治容易导致医疗纠纷,一旦如此,患方提出当初为何不做某项检查,这种治疗为何没有进行等质疑,或将置医生于有口难辩的境地。有些医生出于自保,或因没有太大把握实施精准医疗,就会使用拉网式检查规避风险,在选择治疗方案时也会贪大求全,宁可过度,也不愿遗漏。

管理手段欠妥,也可导致过度医疗。比如药占比高了,既可通过减少用药来降低,又能通过多做检查来平衡。检查阳性率低是过度检查的体现,却可通过多做事先明知阳性的检查,使指标变得好看,防范过度检查的手段,又导致了过度

检查。医保基金实行年度限额一定程度上是为了减少浪费,但通过做自费检查、开自费药品来应对患者个人负担反而加重。

治理过度医疗,需要分类施策。加大打击力度、疏通患者投诉渠道等,是治理逐利型过度诊疗的有效手段。但对因缺乏担当导致的推责型过度诊疗,反而会让医生更加不敢作为。对于推责型过度诊疗,可通过明确诊疗路径、推动医患共同决策、推出更多医疗责任险等措施应对。

治理过度医疗,还要有超前意识。使用标准术语和统一名称,是病历共享与结果互认得以顺利实施的前提,术语和名称统一,则可将宫颈糜烂等非规范用语排除在外,让借用这类骇人用语诓骗患者

的做法难以为继。以按病种为主的医保多种付费模式,是治理过度医疗的好手段,这项改革也应加速推进。医保基金智能监管技术进一步成熟之后,不仅可发现明显骗保行为,还可对诊疗思路实施智能审核,识别不合逻辑或超出常规的诊疗,让隐性过度医疗也浮出水面。

推进医改、完善管理、优化技术等不同举措,虽然具有不同目的,但往往有一个共同点,即让医疗变得更适中。由此看来,治理过度医疗并非单纯为了扭转一种乱象,而是促进医疗事业发展的一系列综合举措,并且也可不断向患者释放治理红利,让费用负担持续减轻、医疗越来越贴近病情所需。

电商售后维权 找到能负责的人有多难

□ 南木

随着年轻人的消费活动以线上为主,消费维权也主要通过电商平台进行。但是,与便捷的消费过程不同,网络维权仍存在响应慢、沟通不顺畅和推诿责任的问题。在某种程度上,深度嵌入平台的人工智能,反而阻碍了维权。

一次维修电脑显示器的经历,让我深刻体会网络消费维权的艰难。这台显示器购买不到一年就出现一道明显的黑线,按照三包规定,正处于免费保修期。因为这台带鱼屏显示器售价数千元,尽管尚未影响使用,但出于对其性能的担忧,我还是决定尽快维修。

当时,我有两个选择,一个是直接寻求厂商处理,但前提是自己将故障机器送到维修点;另一个则是申请平台售后,平台会安排快递员上门取货,修好后原路免费送回。显然,对于普通消费者来说,通过平台维修是更省事的方法。

第一次申请看似顺利,提交维修申请不久,平台客服致电了解情况。当时,客服先是劝导我送到厂商维修,我稍犹豫后拒绝了。客服并未坚持,随后安排快递员上门取货。没想到,这番犹豫,正是维权坎坷路的开始。

显示器送回平台以后,客服表示需要送厂商维修。这个结果并不让人意外。又过了一个星期,平台表示维修完成并安排快递员送回。但是,当我满怀期待地打开包装并测试时,却发现显示器非但没有修好,黑线更是变成了大块黑屏。这台显示器已完全无法正常使用。

我随即再次提交售后申请。这次来电的客服好像并未了解实际问题,而是重新开设了一个售后订单。我明白过来,在平台眼里,当显示器送回我手中,就意味着上一次售后的结束。此时,我面对的是不同客服,也是第二次售后。

这一次,平台售后表示显示器存在外观损坏,言下之意是责任归属存特色。

实行封闭管理之后,学生的心理问题必须予以高度关注,特殊时期更要重点关注。

平时专注于传道授业的高校教师,俯下身来给学生送饭送菜,这样反差更给师生提供了苦中作乐的机会。这既有助于解决疫情防控的实际困难,也拉近了师生距离,还有效释放了学生的不良情绪,可谓一举多得。

师风就是学风。有什么样的老师,就会教出什么样的学生。窥一斑而知全豹,某种意义上讲,教师主动担当志愿者给学生提供关怀和服务,也是扎实学风的体现。教师也有自己的家庭和生活,疫情也会给他们带来诸多困难和不便。他们在关键时刻挺身而出背后的责任心和奉献精神,令人肃然起敬。无怪乎被老师送饭所感动的大学生纷纷发出“想让更多人看看我们的老师有多么好”之类的呼喊。真挚的话语,让人感受到上下一心、团结一致的巨大力量。

所在的街道和社区也应积极利用有关资源,在景观设计、公共文化服务中体现遗产特色。

校园文化遗产的传承教育还应当与高校的教学、育人工作进一步结合。高校的历史和文物研究成果,可以进入校园文化遗产课程,或将相关内容融入高校思政理论课与地方历史课程中,发挥文化遗产可见、可触、可感的特质,增强政治和历史教育的亲和力、感染力;校园文物的参观和研习,也可作为新生入学教育和实践教育的特色环节,增进学生对高校历史和精神文化的深入了解;在校园各项活动和竞赛中,可鼓励师生利用校园文物建筑、标志景观资源进行创意设计,开发特色文创产品,并将校园文化遗产形象融入纪念性和仪式性活动中,塑造爱校爱国的集体记忆。

高校校园文化遗产的丰富价值应当得到社会各界的进一步重视,以进行更好的保护和有效利用,在学校育人的各个环节中实现永续传承。

□ 白毅鹏

近日,某职场社区App推出一项新功能——公司点评。员工可以在该平台发表对公司的评价、回答求职者的提问,甚至给公司打分,俨然一个职场版大众点评。尽管有用户表示其存在社区谣言和水军刷屏等问题,认为该功能的客观性存疑,但这种臧否企业或雇主的做法,在年轻人中并不鲜见。

反背调的说法,是相对背景调查而言的。背景调查,有利于公司在招聘时控制用人风险,将职业操守上有瑕疵、能力上有短板之人排除在外,可以帮助企业为应聘者画像,反背调则指年轻人在找工作前,反向背调雇主,通过多重渠道,了解企业的薪酬福利、试用期制度、企业文化等信息,为自己的求职择业提供参考。更细致的人还会通过实习、报班等途径,充分检验收集来的外围信息,绘制出详尽的职场避坑指南。

从基础款操作到进阶版流程,职场避坑指南既反映出年轻人对雇主的挑剔,也展示了他们心中理想的职场环境。有加班文化的公司坚决不去,单休或大小周,还不给加班费或调休的公司要避开,显示有多起法律诉讼指向的公司不考虑,这些考量因素所向的,其实是当下职场中的一些不良风气。年轻人反感陪酒、加班、吹



深藏不露

生产日期和保质期是消费者选购商品时最关注的信息,与食品安全息息相关。但是,有的商品生产日期虽有固定区域但很难辨别,有一些商品的生产日期标注位置宽泛,需要翻来覆去仔细寻找,字体方向也是歪歪扭扭的,给消费者增加了不少难度。(《北京青年报》3月15日) 漫画:徐简

校长教授为学生送饭 疫情期间的暖心互动

□ 胡欣红

各位同学,这几天吃饭的时间可能不保证准点,今天早饭是学校所有老师开车往宿舍楼下送,优先学生,我们才刚拿到,29个老师只有20个包子。学校也在动员一切力量想办法,请大家理解克服。

据国家卫健委介绍,3月以来,27个省份本土感染者超万例。在这一波令人猝不及防的疫情倒春寒之中,校园疫情牵动人心。微博上一则“华政校长为学生打包午饭”的消息,令人倍感温暖。

疫情就是命令,高校进行闭环管理之后,动辄几万的学生数量,后勤保障工作压力山大。华东政法大学出于安全考虑,停用学生志愿者,从校领导到教师,亲力亲为服务学生,令学生们深受感动。上海交通大学上千名教师当“外卖小哥”,用私家车

为全校几万学生送餐,有的老师每天送几百份,自己出不去学校只能打地铺休息。老师们还用专业特长优化送餐路线,让每个孩子都能吃到热乎饭。

很多时候饭送晚了,也体谅一下。毕竟他们都是第一次尝试配餐员的工作,他们是全国学历最高的配餐员,因为他们可能是院士、教授、副教授、工程师、研究员,杰青、长江视频中的这段话,更是令人瞬间破防。

桃李不言,下自成蹊。用高尚的情操感染学生,让学生心中沐浴阳光,是教育的最高境界。非常时期,老师们任劳任怨,积极为学生做实事,践行了一切为了学生的理念,彰显了良好的师德师风,战疫的同时,也对学生开展了不言之教。

人是群居性的动物,有强烈的社交需求。尤其是朝气蓬勃活力四射的大学生,隔离在寝室的方寸之地,极易引发情绪波动。学校

保护高校校园文化遗产 价值不容小觑

□ 范星盛

在刚刚闭幕的全国两会上,关于加强文化遗产保护的议题受到多方关注。较之以往,文物保护、利用、传承的相关讨论,致广大而尽精微,既有宏观层面上的长远谋划,又更加聚焦人们身边的历史遗存。高校校园文化遗产的话题,也进一步走入大众视野。

校园遗产保存了珍贵的历史记忆。比如,民国时期的燕京大学、清华大学、协和医学院等形成了传统复兴式建筑风格,在中国古典建筑的外观下建设校园功能建筑,琉璃山的历史建筑、未名湖的湖光塔影、八大院楼的巍峨主楼,是青年学子学

□ 陈之琪

习、科研的基地和生活情感的寄托,既是挥洒汗水的奋斗之所,也是人生记忆中最柔软、最温情度的地方。在这个意义上,校园文化遗产是一部生动鲜活的历史教材,应当对其加强保护,并发挥其教育与文化传承价值。

校园遗产的保护是合理利用的前提。多数近现代校园遗址和历史建筑在当下仍有使用功能,除去已被列入各级别重点文物保护单位之名打擦边球,将产品与健康概念相挂钩,仿佛购买产品就能收获健康。如今的年轻队伍里,更不乏许多90后、00后的年轻身影,在他们之中更流行着“排宿便”“酵素减肥”等新兴科学流言,本质上和碱性水神话类似。

要抵御商家层出不穷的科学流言,公众不仅要识别营销套路的共性,更要认识到,提高科学素养依然是辨别套路的有效手段。对于商家随处捏造或是移花接木

规程中体现遗产保护的内容。校园文化遗产的价值体现在诸多层面。相关高校和地市级首先应集聚文献档案、考古文博、建筑设计、教育宣传等多领域力量,增强校园遗产的综合研究,系统调研高校文物,定期向师生和社会大众发布研究成果,还可利用校庆、毕业季等特殊时间节点,向校友征集具有特色的校史旧物和当代特色教育物件,充实校园博物馆和校史馆的文物藏品,全面展示校园遗产文化。

虽然疫情让一些校园文物的社会化开放受到了更多限制,但有条件的遗产管理和使用单位可利用数字化技术,对高校文物进行三维扫描和线上展示,或在官微和视频平台等进行导览直播,利用互联网实现校园文物和景观的展示、宣传。高校遗产

而来的各种“伪科普”信息,消费者若能多基于科学逻辑和生活常识作出理性判断,而不是偏听偏信一家之言,就不难识别“伪健康”营销陷阱。随着“科学流言”话术不断升级,科普工作仍须久久为功,让广大消费者面对“伪科学”营销时更有定力、能明辨。

科学流言一旦扩散,即使之后被证伪,也会在网络留下传播痕迹,深入大众印象。针对“真相”追逐流言的现象,权威机构不妨尝试以“科学流言榜”为基础,搭建完善“科学流言搜索平台”。一方面能帮助机构“酵素减肥”等新兴科学流言,另一方面,当人们面对亦真亦假的“健康科普”时,也能当即在平台搜索权威解答,不仅能让科学真相走在流言的“深入”人心之前,还能让广大求知者通过这个渠道提升科学素养。

目前,针对“伪科学”营销仍存在监管空白和“法律盲区”。我国广告法明确规定,保健食品广告中不得含有表示功效、安全性的断言或者保证,涉及疾病预防、治疗功能等内容。但“碱性水”并非药品或保健食品,反倒可以披上“科学外衣”、堂而皇之地宣扬各种功效。要想严格约束商家这类营销宣传,有关部门还需对“伪科学”营销给予特别关注,积极出台更有针对性的整治措施。当下,科学流言和“伪科学”营销往往相伴相生、迅速扩散、难以抹平。从个人角度来说,误入“养生骗局”的消费者轻则伤财,重则还可能伤身,从社会层面上讲,无论是拆穿骗局、治理流言,还是各方后续监管企业营销行为、谨防科学流言“改头换面”,都会带来一系列高昂的社会成本。只有积极提升公众科学素养、令法律政策有的放矢,才能更好地推动网络时代去伪存真,从源头处避免“养生骗局”的滋生和蔓延。

喝碱性水能治病?酸性体质才是百病之源,碱性水可以调节人体酸碱性,早年流行过这些“科学流言”,已先后被权威机构揭穿是刻意营造的“养生骗局”。据专家介绍,碱性水概念本身只是商家宣传的噱头,即便产品真的是高碱水,其对人体帮助可能还不如白开水。

碱性水神话,虽然在前些年被证伪,近年来却又在某些营销宣传中有了“复苏”势头。据相关媒体报道,现在仍有许多中老年人相信长期喝碱性水有利于健康,不少企业也借碱性水概念推销产品。据澎湃新闻报道,云南某水企的销售平台、广告语、产品包装、热线客服等有意无意地引导消费者,暗示碱性水对肿瘤、痛风、骨质疏松等各类疾病均有治疗作用。

报道发布以后,昆明市市场监督管理局相关负责人表示,该局已安排食品生产、反不正当竞争等多个部门联合到涉事水企开展调查。有业内人士分析称,如果水