

整形医院直播女子隆胸

画面尺度过大引发争议

本报综合消息 广西南宁一家整形医院 3 月 18 日下午在网络上大胆地“全球直播”一女子的隆胸全过程,尽管视频已在女子胸部敏感部位打上些许马赛克,但仍引起众多争议。

院方:科普知识的推广

记者发现,当天手术直播前,该医院的视频网页已引来不少网友的围观。院方将这名自愿公开隆胸过程的女子身份以及术前准备和感想,都一一展示,并召集专家讲解。而手术中,直播画面的赤裸程度,超出了不少网友的预期。

该手术不到一小时便结束,院方表示手术比较成功。该整形医院一唐姓负责人告诉记者,此次医院

的视频直播,是一个科普知识的推广,为的是让外界对整形有一个比较理性的看法,以起到一个行业引导的作用。

声音:需取精华去糟粕

对于这次隆胸直播,一些围观网友则有不同声音。网友萧宇认为,中国有很多隐者,比如老师、医生,他们总是在默默地付出,受人尊敬。但是在此次视频里,看到的却是医生在炒作在炫耀,在商业运作,我想这是娱乐圈该有的。医院本来是神圣的场所,不需要明星,人们需要的是为人民服务的真正的医者。从另外一方面来说,个人无权评论一个女孩的爱美做法,美与不美的本质在于心灵,如此刻意

地去挑战传统美的观念,不得不佩服手术女子的勇气。但是感叹之余也不得不说,不是所有的暴露都可以用美来衡量,她不过是赤裸裸地做了一回商业的试验品。

而学者表示,对于手术直播的新式做法,需要取其精华去其糟粕。3 月 19 日,广西民族大学法学院副院长、法学博士后李立景告诉记者,从手术直播的角度来说,相对于传统的手术空间的局限性是一个进步。它可以满足医疗当事人的知情权,对于医疗服务质量的监督、对于改善医患之间紧张的关系,有相当积极意义。

“有一个值得思考的问题是,医疗手术直播,应该局限在什么样的案例中。这种隆胸手术应不应该

直播,值得考虑,”李立景强调,“需要注意的是,身体部位不仅仅是生理组织,它还承载文化和社会功能,以及象征性的意义。比如隐私部位,人类的性器官,女性的性器官,它还承载着人类的贞操观、耻辱观。把自己的隐私部位隆胸手术向社会公众直播,把自己的隐私部位进行公共化,而这种隐私的意义在于维系社会规范的作用,如果一个社会没有隐私、没有耻辱之心,就意味着社会成员内部行为控制机制发生了崩溃,那么我们社会的文化、价值观念和秩序就要发生混乱。因此,从伦理的角度来说,对身体的暴露是应该有限制的。”

(中新)

中国国际救援队返回北京



3 月 21 日,在北京首都国际机场,中国国际救援队队员陈庆开(前右)的妻子张虹霞(前左)前来接机。当日零时许,中国国际救援队在圆满完成日本地震海啸灾区救援任务后顺利返回,抵达北京首都国际机场。 新华社发

小学生重庆闹市叫卖空气

玻璃瓶表面分别印有“南山空气”、“歌乐山空气”等,收益捐赠环保事业

本报综合消息 “空气也能拿出来卖?我还是头一回听说。”3 月 19 日上午,重庆沙坪坝区三峡广场,一块巨大的最美空气专卖会宣传招牌,吸引了众多市民的目光。

展台前,上百个精致的透明玻璃瓶一字排开,开口用软木塞密封。凑近一看,里面空空如也,什么都没有。20 多个小学生身着统一服装,面带可爱笑容对着每位逛街的市民卖力吆喝:“叔叔阿姨,买瓶空气嘛,只要两块钱,支持环保。”

仔细观察,玻璃瓶表面分别印有“南山空气”、“歌乐山空气”、“铁山坪空气”、“缙云山空气”、“廊桥水乡空气”等字样。出于好奇,一名年轻女士掏出两元钱买了一瓶,打开木塞凑近瓶口使劲闻了闻说:“嗯,好像真的有点香。”听说买空气的钱都捐给环保事业,不少市民争相拥护,纷纷慷慨解囊,不一会就卖出了上百瓶。

“希望主城的天更蓝,水更清。”得知是环保公益行动,重庆市城市职业学院环境艺术设计专业大一学生宋琛琛买下一瓶“南山空气”,并称这样的活动很有创意。

重庆青年环境交流中心总干事郑建证实,此次售卖空气活动的 6000 元公益金,主办方将全部捐赠给该中心用于环保事业,其中包括城市绿化、搭建青少年环境交流平台、培训支持大学生环保组织等。

(杨馨)

自动售菜机现身西安



本报综合消息 选择编号、投入钱币、确认购买、提取蔬菜……近日,3 台自动售菜机分别入驻西安市北郊的 3 个社区,机内摆放着用塑封盒保存的 15 种蔬菜,市民只要轻按几个按钮,就能随时买到新鲜的蔬菜。

据了解,自动售菜机是西安一家果蔬公司的“创意”,目的在于解决一些社区买菜不便等应急问题。据介绍,他们每天将新鲜蔬菜清洗包装,并于 8 时、18 时对售菜机上的菜品进行填充和更换,其中 18 时的时间段必须将前一天的所有蔬菜下架,更换新鲜蔬菜。

据介绍,由于该自动售菜机主要以本地蔬菜为主,而之前省去了运输等环节,菜价相对便宜。

(华商)

盈江震区中小学全面复课

3 月 21 日,盈江县民族中学的学生在校园里举行震后第一次升旗仪式。当日,盈江全县 161 所小学和 20 所中学、职业学校全面复课,约 4.5 万名灾区学生返回学校上课。

新华社发



人还在抢救 殡仪公司就来“抢生意”

死亡信息成商品遭高价倒卖

据新华社电 病人还在抢救室抢救,数家殡仪服务公司的业务员已接到“通知”守候在抢救室门外;而打电话通知殡仪服务公司的“线人”每次会获得一笔信息费。记者近日在合肥一些医院调查发现,由于殡葬管理体制机制尚不完善等原因,殡葬服务行业的竞争“战场”已经前移到医院,不仅给病人及其家属带来困扰,还严重影响医院的正常秩序。

死亡信息成商品

老朱是安徽省一家三甲医院的保洁员,他每天的工作除了在科室打扫卫生、帮医生护士跑腿之外,还会在病人病危死亡之后,给殡仪公司的业务员打电话。如果他叫来的殡仪公司能够成功获得这笔业务,老朱会得到几百元的信息费。记者调查发现,通过发展医院保洁、护工等“线人”,及时获取病人死亡信息并快速“上门”服务,已经成为合肥殡葬服务行业普遍采取的一种竞争手段。

老朱告诉记者,2008 年之后,一些殡仪服务公司的人就开始到

医院里主动向他们“发名片”。“他们看到穿着保洁员服装的人就发名片,说要是有人死了就给他们打电话。”

正在这家医院呼吸内科当护工的老魏也表示,殡仪服务公司的人一个月会来几趟,丢下名片,只要病人死了打电话报信就有“信息费”。“根据情况不同,‘信息费’不一样。现在很多公司互相竞争,价格也涨了。如果拉到了生意,‘信息费’一般都是 1000 元以上,一个科室的护工一起分。”

据承包这家医院的物业公司负责人介绍,在医院里,殡仪服务公司给保洁员、护工“信息费”,让他们在病人死后打电话报信的现象非常普遍。“因为殡仪行业不成文的规定,第一时间到达现场的公司承接这个业务,这也导致有时病人还在抢救,就有人通知殡仪公司,然后好几家公司的人都在抢救室外等着。”

而为了争抢,鼓励“线人”,很多殡仪服务公司除了竞相抬高“信息费”价格之外,还会采取请吃饭、送礼等方式笼络“信息员”。老朱就

在去年跟五六个保洁员一起参加了一家殡仪服务公司的宴请。

殡仪服务无序竞争

“殡仪公司为了争业务还在医院里公开吵吵闹闹,这不仅让病人家属生气,我们这些还在住院的病人们心里也非常不舒服。”长期在安徽一家三甲医院住院的戴先生跟记者反映。

安徽一家三甲医院分管医疗的副院长也表示,殡仪服务公司到医院“拉客”,不仅对病人和家属造成困扰,也扰乱了医院的正常医疗秩序,加剧各种纠纷。“比如病人还在抢救,就有殡仪公司的人在外面等着,或者殡仪公司对去世病人家属乱收费、乱报价,病人家属不乐意,最后可能会怪到医院头上,加剧医患矛盾。”

而在合肥市民政局社会事务处处长高光平看来,要禁止殡仪服务公司的这种医院“拉客”行为,仅靠民政部门一家难以实现。高光平说,一方面,殡仪服务公司到医院“拉客”,发展“线人”虽然是违反职业道德、侵犯病人隐私的行为,从

人性化角度和医院管理来说“不合适”,但是民政部门并没有执法权限到医院对这种行为进行查处;另一方面,除了遗体接运、冷藏、火化等基本殡葬服务必须由政府殡仪馆来承担之外,其他的个性化、选择性的丧葬服务社会单位都可以参与,而这些社会公司很多只在工商、税务等部门进行了注册登记,未在民政部门备案,民政部门对很多殡葬服务公司的信息无法掌握,也无法进行行业监管。

乱象治理亟待各方重视

如何杜绝医院“等死”的恶性竞争再出现,引导殡葬行业走向良性循环,已成为眼下不能回避的话题。

高光平介绍,合肥市正酝酿出台殡葬行业管理办法,“通过对单位硬件条件、服务资质以及员工个人资质等条件的设置,提高行业准入门槛,以此提升行业的服务水平和服务能力。同时,将在合肥市政府的牵头协调下,联合工商、物价、税务、城管、民政等部门对殡仪服务公司开展日常经营监管,加大打击力度,杜绝违法违规。”