

“医患群”让医患的沟通多了种选择

公民论坛

戴先任

通过建立“医患微信群”，医生可以主动与患者进行良性互动，既有利于患者的治疗，又有利于缓和医患关系。

8月19日是第一个“中国医师节”，媒体记者发现，近年来，医生们工作中也有不少新变化。随着微信等即时通信工具在生活中的普及，越来越多的医患交流不局限于医院内，微信、QQ等社交软件里的医患沟通正在成为常态。医生、患者互加微信、QQ，群聊的情况增多，有的医生甚至存了近两千名患者的微信。

即时通信工具方便大家交流，在各行各业已得到普遍应用，如学校的家长群等。医生通过即时通信工具建立“医患群”，许多好处显而易见。

首先，医生与患者利用即时通信工具加强交流，这比在医院一对一地交流，效率要高得多。其次，相同病症

的患者在一个群，他们之间也可以多加交流，相互分享经验，相互加油鼓劲。最后，医生也可以同时对患者进行相关医学知识的宣传。现在网络上的健康谣言太多，多一些“医患群”，医生便可以在群里发布及分享科普文章，很多健康谣言将不攻自破。

不过，在采访中，记者发现并不是所有的医生都对使用即时通信工具进行医患沟通持欢迎态度。有人认为微信等即时通信方式是私人空间，而医患之间则是工作关系，如果在休息时间还要处理工作事宜，这会影响到他们的私人生活，也不利于保护个人隐私。另外，在通信工具上的病情交流，也不像医生与患者面对面的治疗，

难以作为治疗依据，风险较高。

对于即时通信工具对于医患沟通的作用，不能抬高，但也不能打压。要明确的是，医患网络社交不可能取代医院的治疗。医患网络社交主要目的就不是为了在线问诊，而是为了医患之间更好交流，开辟医患之间沟通的新渠道。

近年来，医患纠纷上升，造成医患关系紧张的原因，除了一些医疗体制痼疾之外，也与医患之间缺乏更多沟通渠道有关。医患之间通过微信群及时沟通，医生不再是不少病人眼中冷冰冰的形象，不再是需要排了半天长队才能被问诊几分钟的权威，而也能亲近患者。而医生主动与患者进行良性互动，

这更符合医生“悬壶济世”的身份，也有利于提升医疗服务水平，让医疗资源得到更好利用。

所以，医生们不应过于排斥这一新事物，而应善加利用，这样既有利于患者的治疗，能够及时为患者答疑解惑，又有利于缓和医患关系。

不过，对于“医患群”，也要明晰工作与私人生活的界线，避免变成医生收受红包或推销自己收受回扣的场所。这些需要建“医患群”的医生多一些自律，也需要患者多一些维权意识，更需要相关部门加强监管。既要鼓励“医患群”的建立，促进“医患群”发挥出最大正向作用，又要避免“医患群”变形走样，变得乌烟瘴气。

媒体视点

遏制租房机构哄抬租金

据报道，一线城市最近一年平均租金涨幅高达20%，远超往年水平，人们开始担忧，房子会不会从“买不起”转变为“租不起”？

由于过去户籍制度带来的“租售不同权”的政策，我国的房屋市场租售比在世界上处于极低的水平，房屋租金的价格虽然会受市场供需关系波动而上下浮动，但不会出现这么剧烈的变化。而随着“租售同权”改革，租房也从过渡性暂时性的选择，变成更为普遍的住房观念。此外，新毕业生踏入社会、通货膨胀、CPI波动等多种因素叠加，形成了租房价格上涨的宏观背景。

随着租房市场被看好，一批新的玩家出现在了租房市场，与“散户市场”形成了新的博弈态势。他们大量从私人空余房屋业主手里拿房，签订长期租赁合同，谁手里的房源多，谁就更有市场优势。于是，当几家同时看中一个房源的时候，免不了就出现哄抬价格的现象。

如果任由价格上涨，任由资本毫无节制扩张其欲望，将会破坏城市生活的基本生态，严重影响到有租房需求的城市人群对美好生活的追求。中低收入人群、外来人员、刚刚参加工作的年轻人都将受到严重影响，没有了他们，城市将毫无活力。

租户是城市生态的一部分，要多从供给侧一方来解决市场问题，要扩大供给，满足市场所需。北京全市房屋存量约750万套，共计约1600万间，对应接近2200万的常住人口，供给不足，只有扩大供给才能缓解租金上涨压力。

另一方面，则应当形成多层次多元化的供给。满足基本市场需求的散户市场，以及作为消费升级的长租公寓平台，在遵守游戏规则的前提下可以并行不悖，价格上形成落差，满足多层次租房需求，严格市场管理规范，杜绝垄断市场行为的发生，保持健康的竞争态势。

如果只看重眼前的利益，就难以形成健康的市场，不会有人真正获益。

(摘自《钱江晚报》，作者 李晓鹏)

死亡赔偿应真正实现“同命同价”

大家谈

吴元中

上海急诊泰斗、瑞金医院与华山医院急诊科创始人之一李谋秋，在2018年2月24日被一饿了么送餐员撞倒在地，抢救了1个月于3月26日不幸去世，享年75岁。该案于近日开庭审理，庭上对家属的赔偿要求，对方律师用“同命同价”来回应。医学泰斗被撞身亡，应否与普通同命同价，引起网友热议。

李谋秋作为上海急诊泰斗，其意外被撞身亡也确实令人痛惜，但客观地说，对方律师“同命同价”的回应并没有什么不妥。根据最高人民法院《关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第

二十九条明确规定，“死亡赔偿金按照受诉法院所在地上一年度城镇居民人均可支配收入或者农村居民人均纯收入标准”。按照法律的规定，只要都属同一个城市的市民，无论他的身份如何，在死亡赔偿标准上都是一样的。

在现代社会，人们的职业、收入以及一切都是变动的，并非一成不变。以某一时刻的收入来决定某个人的“价值”，是缺乏正当性的行为。虽然说，在公共安全事故等领域有按生前挣钱能力进行赔偿计算的霍夫曼制度，但更通行的做法是，鉴于死亡赔偿的精神抚慰性质，把大家都看作有一样尊严的人，并且给亲属造成的精神痛苦是一样的，按统一标准进行统一赔偿。在讲求人格与权利平等的现代社会，大

家也应当树立平等意识，摒弃各种各样的优越感和特权、高人一等意识。

当然，这并不是说生命在死亡面前就真的实现平等了，而是当前与生命平等要求尚有相当差距。众所周知，我国自建立户籍制度后一直实行城乡分治政策，《解释》第二十九条也是沿袭城乡二分思维把人们分成城镇居民与农村居民两类人，并分别计算收入与赔偿标准。这种做法不但是身份制与等级制的变种，与现代社会格格不入，也显然比按挣钱能力计算赔偿的霍夫曼制度更不合理。因为，一些有本事的农村人年入百万元甚至更多并不是稀罕事，大家也同时知道一些城市居民缺乏挣钱与谋生本领，甚至靠吃低保度日。对明明是高收入的农村居民

按低标准进行赔偿，对低收入的城市居民却按高标准进行赔偿，显然不合情理。

近年来，尽管最高法通过相关解释，把一些长年生活在城市的农村人赔偿标准按照城市居民计算，很大程度上扩大了“高标准”受益人群，但城乡二分的基本做法并没有变。尤其是，国务院宣布取消城乡两种户籍、实行统一户籍制度后，《解释》不能与时俱进，仍然固守城乡二分的僵化思维，更显得背离时代潮流，成为社会进步的绊脚石。

通过这起“同命同价”争议，应该引起对“同命同价”的反思和重视，推动由两种公民的“内部同价”发展成所有公民全都“同价”，实现真正的“同命同价”。

(作者为法律工作者)

视频网站推送“VIP专属广告”涉嫌欺诈

一家之言

史洪举

近来，不少网友反映，在一些视频网站上，即使充值购买了VIP会员，还得看15秒左右的广告，只是名称显示为“专属推荐”。据了解，视频网站在相关协议中用小字描述“对VIP会员仍可能提供不同的广告服务”，称其为“专属推荐”。用户可选择主动关闭，但不能一劳永逸，每次出现都需要“动一下手”。不少受访者表示，本来100多秒的片前广告就难以忍受，现在还要看VIP专属广告，视频网站实在是“吃相难看”。

喜欢通过视频网站或APP观看影视节目的用户都知道，虽然免费的视频内容

不在少数，但用户往往需要忍受长时间的广告时间。而且免费内容的欣赏价值较低，一些最新上映的影视剧并不在免费范畴之中。很多视频网站向用户推荐会员服务时往往打着无广告、追新剧、看独播的旗号，以此吸引人们购买VIP会员服务。而消费者之所以花高价购买会员服务，自然是希望以支付对价的方式获取更加优质的服务和观看体验。

从这点来说，“VIP会员免广告”应该是视频网站对消费者的服务承诺，而变着花样向VIP用户推送“专属推荐”广告，无疑是对消费者权益的漠视和侵害。根据《消费者权益保护法》，商家提供商品或服务有欺诈行为的，将承担退一赔三的赔偿责任，并承担行政处罚责任。

一些视频网站并不是不知道这条法律，为了规避法律责任，他们在相关协议中用小字描述“对VIP会员服务”。为表示对用户“尊重”，还特意留置了手动关闭键。但细究起来，这一规避法律责任的措施并非无懈可击。要知道，未明确告知消费者且用于减轻自身责任的格式条款往往属于无效。且在任何具有正常逻辑思维和理解能力的人看来，无广告与可手动关闭广告有着不同的内涵，对消费者的影响自然不同。

可以说，很多网民之所以愿意花钱购买VIP会员，无非是想获得更优质的服务。如今，购买了VIP会员后，却依然不能完全屏蔽广告，显然有掉入圈套、被愚弄的感觉。固然，一些视频

网站向VIP会员推送广告是基于盈利压力，但这并非视频网站漠视消费者权益的合理理由。市场经济和法治社会最讲究规则和诚信。如果商家在利益面前丢掉了基本的规则和诚信意识，以专属推荐之名变着花样从消费者那里榨取价值，一旦被识破，必然会遭遇信任危机，失去客户和市场份额。

视频网站如果想要对购买会员的消费者推送广告，也该尽到明确告知义务，并可适当降低VIP会员收费标准。这样方能让用户感受到尊重，而非总有一种被宰割、愚弄的感觉。进而降低商家的法律风险和市场风险，不至于因小失大。

■本版投稿邮箱：
qilupingjun@sina.com