

荒诞手术后，追责与补偿都不能缺位



内蒙古包头的王先生在家摔倒送医后，CT清晰显示右脑出血需手术，医生却误开左脑，缝合左脑后才再行右脑手术。据报道，遭遇如此离谱医疗事故的王先生，如今已卧床近三年，生活不能自理。而医院此前每月支付1.8万元至1.86万元的护工费，今年1月起也突然停发。家属表示，2025年11月医院曾主动协商处理，提出300万元赔偿诉求，却遭医院拒绝。对此，当地卫健委已介入调查。

手术做错了左右，责任应分清黑白

整个手术的过程听着就揪心，难以想象患者受了多大冤枉罪。主刀医生做这样重要部位的手术，居然能犯下左右不分的低级错误，让人无语。

手术不是开盲盒，按照相关标准，手术部位应该做出明显标识，医师应该仔细核对，可为什么不仅医生下错了刀，那么长的过程中，整个团队也无一察觉？而且开颅后，医生也应该不难发现，所做部位的出血量和其他病情与术前指征有明显不同，为什么没有引起重视和核查，而是照本宣科式地，把不用做手术的部位照做一遍？医生的责任心和医术水平，都相当值得质疑。

包头市卫健委工作人员回应说，手术出错情况属实，他们已对涉事医院进行了处罚，双方之间的纠纷，建议通过司法途径解决。事发快3年了，患者王先生本是跑货运的司机，是家里的顶梁柱，现在却只能在医院做康复治疗，而且整个治疗前前后后，已经产生了160多万元的费用，

后，已经产生了160多万元的费用，暂由医院垫付。家属提出伤残赔偿金、护理费、误工费共计300万元的索赔。这个钱，医院让家属去打官司，家属打不起官司，医院却打得起。根据相关报道，医院把家属起诉了，要求支付那160多万元的医药费。

这种所谓“照章办事”的逻辑，流露出一种制度化的冷漠和无情。医院虽然垫付了费用，但160万元的天价医药费，有没有一部分是手术差错而导致的？医院明明是过错方，却可以通过法务优势，通过程序技巧，自己先定价，先追讨，而把可能需要负责的成本，稀释给漫长的诉讼，这样一来，患者和家属可能索赔还没结果，就先被压垮了，这根本谈不上公平。

医疗差错，伤的是患者的健康，医疗纠纷，伤的是患者对医疗机构的信任。医院乃至相关部门，应该更有诚意，更有担当，把责任厘清，把义务尽好。

医院隐瞒推诿比技术事故更可怕

开颅是高难度、高风险手术，且每一次操作都关乎患者的生命健康与未来生活质量。术前需有全面细致的检查与评估，并制定严谨的手术方案，容不得半点马虎。涉事医生却犯了如此重大且低级的错误，着实让人难以接受。然而，更让人难以接受的是，当家属发现手术异常，心生疑虑时，医生却试图掩盖错误。这导致家属不得不四处奔波，才找到搞错左右脑这个真相。医生这种隐瞒行为，不仅让家属承受了更大的精神压力和经济负担，更严重破坏了医患信任。而今，医院临时给付的护工费也突然停发，似有撒手不管之意。这种态度让患者家属感到心寒，也进一步加剧了医患矛盾。

医疗事故或难避免，但面对事故，院方诚恳的处事态度十分重要。涉事医院不能仅仅将护工费作为解决问题的手段，而应全面考虑患者因医疗事故所遭受的身体痛苦、精神创伤以及经济损失，给予合理、充分的赔偿。

现实里，对医疗事故隐瞒推诿的情况却不少见。要督促医院诚恳面对

事故，积极履行补救和赔偿责任，不能让患者在遭受身体伤害后，还要为维护自身权益而四处奔走、苦苦诉求。

当然，一些医疗事故的补救与赔偿金额较大，医院长期承受压力。这提醒医疗机构和个人，都应积极购买医疗责任险等险种，以减轻重大医疗事故赔偿压力，也避免隐瞒推诿。

职能部门的医疗纠纷调处，也应有简易途径。既要追究医疗机构的责任，更要责任到人，避免机构大包大揽，降低个人的责任心。

说到底，右脑出血开左脑，既是医生失误，也说明相关管理存在漏洞，但医院隐瞒推诿的处事态度，比事故和管理漏洞更可怕。这不仅会让患者对医生、医院失去信任，也会让整个社会对医疗行业产生质疑。

这场荒诞手术背后，追责与补偿都不能缺位。希望职能部门介入调查后，能给出明确的责任认定，也给受害患者一个公正、长期的解决办法。

综合自经视直播、新京报等

(姦言 整理)

春节用工，既要“用薪”也要“用心”

□ 郭元鹏

春节脚步临近，越来越多在外打拼的人开始踏上回乡的路。不少大城市，尤其是外卖、餐饮、家政、养老这些服务行业，又迎来了一年一度的“用工紧张期”。

春节用工，不能只看薪酬，还得付出真心；既要“用薪”，也要“用心”，真正实现“薪心相印”。

过年期间选择留下来工作，意味着无法和家人团聚，这份付出当然应该得到相应的回报。提高工资、发放加班补贴、给予节日红包，这些物质激励是最直接、也最实在的认可。

对企业来说，主动提高待遇能缓解人手紧缺；对劳动者而言，多赚一点钱也是坚持在岗的重要动力。

政府搭建对接平台、组织专项招聘，同样是为了让供求双方更顺畅地匹配，让留下的人劳有所得。

但如果只靠“钱”来解决，往往效果有限。很多人出门打工，不只是为了赚一份工资，也希望能被尊重、有关怀、有保障。这时候，“用心”就显得格外重要。

节日期间，思乡情绪最浓。一份来自雇主或城市的真心关怀，常常比多发的奖金更让人暖心。

比如，有的饭店为留守员工准备一顿像样的年夜饭，发个暖心的新年红

包；有的公司合理安排轮休、错峰放假，甚至组织年后补休探亲，解决大家“想回家”的后顾之忧；还有的企业主动了解员工的困难，帮忙协调住宿、子女看护等实际问题……

这些做法未必会花费很多，却能让在异乡过年的人感受到一份尊重和归属。

比如北京这次把“人员关爱”列为专项活动的重要一环，正是看到了情感维系在稳定用工中的作用。

人都是讲感情的，用心的举措，才能留住人心。

春节用工难，表面看是短期的人手短缺，实际上也反映出一些行业长期存在的短板：重使用、轻关怀，重短期招人、轻长期留人。

劳动者和企业、城市之间，不只是薪酬关系。如果员工能在这里获得合理的报酬、完善的保障、真诚的尊重，甚至成长的空间，他们自然更愿意在关键时刻留下来，甚至长期扎根。

春节是团圆的节日，是检验一座城市、一家企业温度和担当的时候。真正破解“用工难”，需要既给足待遇，又给够关怀。让“用薪”保障生活，让“用心”温暖人心。

应对春节用工荒，不能只靠“以薪换辛”，这远远不够！

电梯广告“辣眼”，监管部门不能“闭眼”

□ 郭宝哲

在北京某小区电梯内，孩子指着循环播放的成人用品广告向家长提问，家长只能含糊搪塞。

这尴尬一幕并非个例，如今不少小区电梯里，不分时段、无差别播放的“辣眼睛”广告，让家长忧心未成年人接触不适宜内容，也让公共空间的舒适度大打折扣。

面对这样的问题，把责任全推给家长，让他们时时给孩子“捂眼睛”，显然不是长久之计。

有人认为孩子提问时家长引导即可。可这种观点忽略了电梯空间的特殊性，它是居民高频使用的公共区域，且身处其中时，人们无法自主选择“跳过”广告，只能被动接受。尤其是孩子，他们对世界的认知还在建立中，“辣眼睛”广告里低俗的内容、简单粗暴的台词、夸张的视觉效果，很容易在他们心里留下不良印象，甚至影响价值观形成。

其实，解决电梯广告“辣眼睛”的问题，关键在于明确责任、守住底线。

从物业角度来说，电梯属于业主共有，投放广告不能只盯着收益，却忽视业主的知情权和选择权。

有些物业称广告由传媒公司负责，自己只提供位置、简单审核，可这并非推卸责任的理由。

物业作为小区公共事务的管理者，理应主动征求业主意见，根据小区年龄构成、居民接受度来决定广告内容和播放时段。

如果业主普遍反对成人用品广告，或希望避开未成年人出行高峰播放，物业就应主动配合。

从监管层面来看，现有法律法规虽对广告内容有原则性要求，但针对电梯这类特殊公共空间的广告，还需更清晰的规则。比如明确哪些内容属于“辣眼睛”的禁止范畴，规定广告播放的时段和频次，划分物业、广告主、传媒公司的责任边界。

同时，也该建立更高效的投诉处理机制，让居民遇到问题能及时反馈，监管部门能快速介入整治。

电梯广告本是商业与公共空间结合的产物，合理投放能丰富信息、创造收益，但前提是不能突破公序良俗的底线，不能损害居民尤其是未成年人的权益。

靠家长“捂眼睛”躲广告，既不治标又不治本，只有物业守好责任、监管把好关口、各方形成合力，才能让电梯这个小小的公共空间，真正回归舒适、健康的属性，不再让居民陷入尴尬与困扰中。说到底，电梯广告“辣眼睛”，监管部门不能“闭眼睛”。