

扫码订阅《讽刺与幽默》报
可以破月订哦!



□人民日报社主管 环球时报社主办 □第1346期 □2020年9月18日 □邮发代号:1-70 □国内统一连续出版物号:CN11-0067 □订报电话:11185-2-2 □零售价1.5元

“防刺、防割、减少刀具伤害，关键时刻能救命。”这是某网购平台一家店铺的宣传语。单看宣传语，顾客一定以为所卖之物不是防弹衣，就是头盔铠甲，其实人家卖的是专为医护人员量身定做的“防刺白大褂”。

白大褂多了防刺功能，是不是噱头？有媒体联系了生产厂家，一探究竟。厂家技术负责人表示“防刺白大褂”是由专门的研发团队研发的，还申请了发明专利。然而，申请了专利的“防刺白大褂”真就刀枪不入吗？产品介绍里说得明白，“防刺白大褂”只能保护肩颈、胸腹等要害部位，防护程度也视伤害者的力度大小而有所不同。说白了，真要碰到残忍的凶手，“防刺白大褂”并不能救命。

在屡屡曝出医生被伤害的案件背景下，厂家设计“防刺白大褂”的初衷并不坏，只不过保护医生仅靠“防刺白大褂”显然不现实，还需要破解医患矛盾的诸多难题。首先，需要打破医疗资源分布不均的现状，让人人都能看得起病；其次，完善相关法律，对干扰医疗秩序、侵害医务人员人身安全的行为严惩不贷；第三，医护人员要自律自重，努力提高自己的医疗技术水平和医德水平，增强对患者的责任心、爱心；第四，患者及其家属在遇到医疗纠纷的时候，需要更理智一些，走法律程序而非武力解决。

互联网有言：“立地为人，有‘三不黑’，育人之师，救人之医，护国之军。”教师、医生、军人担负着育人、救人、救国的光荣使命，全社会都要维护并尊重他们。巧合的是，第三十六个教师节刚刚过去；全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上，几位授勋英雄的身影还闪现在眼前；纪念“九·一八”的警报也在我们耳边想起了。

只有尊医重卫，构建起和谐的医患关系，“防刺白大褂”这样的奇葩物件，才永远没有用武之地。人们从事着各行各业的工作，难免不发生纠纷，难道还要所有的从业者都弄一件防刺褂子穿吗？

用

“防刺白大褂” 关爱医生？荒唐！



文/迁夫子

图/臧强



扫描 关注我们

讽刺与幽默报强国号
(下载学习强国APP,点击“我的订阅”,添加讽刺与幽默报强国号。)

“网红”玩具别“玩火”

文/米一心

小小玩具也伤人，甚至伤你没商量！

据报道，暑假期间，广东、湖北等地多名儿童因误吞“巴克球”玩具而导致肠胃受伤，其中一家医院一个多月收治了7例患儿。

所谓“巴克球”，是一种磁性珠子玩具，这些珠子可以借助磁力随意组合成各种造型，被商家宣传为“益智玩具”，被网络社交平台带火，进而成了“网红”。然而，正是这种不起眼的小磁珠，一旦误吞入腹中，竟有“穿肠破肚”的杀伤力，可谓“益智”不足，“伤心”有余。

其实，市场上与“巴克球”类似的新奇“网红”玩具还有很多，伤人的也不少。比如，打着解压旗号的史莱姆泥，看似任人拿捏、很好欺负的样子，实则“暗藏杀机”，其中往往含有对人体有害的硼砂。又如，“网红气球”波波球，虽然会发光，但也可能会爆炸；荧光闪烁激光笔，虽然光线照得远，但也可能照瞎眼……

据国家市场监管总局质量发展局介绍，2008年以来，我国实施儿童用品召回1189次，占消费品召回次数的49.6%。

可见，包括玩具在内的儿童用品质量问题已经不是“小儿科”问题了。治本之策，关键是对玩具生产环节加强监管，从源头上确保原材料安全可靠、玩具设计科学合理，避免三无产品流入市场。同时，要明确销售平台特别是网络销售平台的销售资格和权限，做到可溯源、可追责。

红孩儿会“三昧真火”，哪吒脚踩“风火轮”，虽然这两个小神仙是“火系网红”，但玩具生产商切不可因为神仙妖怪能“玩火”，就生产一些“玩火”的玩具迎合市场、误人子弟。试问，如果玩具“出大事了”，那么，商家离引火烧身、玩火自焚还远吗？