

别用“医患关系”为暴力行为开脱

社会热点

□ 陈方

9月3日上午,深圳一名区姓男子携4把刀具在深圳鹏程医院耳鼻喉科砍伤4名医护人员及保安,其中伤势较重的2名医护人员已分别在深圳市人民医院和深圳市第二人民医院进行了手术治疗,目前均无生命危险。

又见暴力。今年3月份,“哈尔滨医科大学附属第一医院医生被杀”事件发生后,卫生部曾发出通知,要求

各级各类医疗机构和卫生行政部门履行好内部治安保卫职责,确保医务人员人身安全得到保护。卫生部的表态在当时曾引起舆论喧嚣,喧嚣过后,事实是,医院里的摄像头、监控器、配备安保人员,依旧没能完全保护“白大褂”的安全。深圳的这起发生在医院里的暴力事件再次让人震惊。

经常看到的情况是,每每发生这样的悲剧后,“医患纠纷”、“医患矛盾”就像是一块桌布一样被铺在了桌面上,反思“残害医护人员”的根源,几乎都是在这块桌布的背景下进行的。凡事考虑它发生的社会背景不能说完全有错,但如果动辄就把社会背景放在第一位,顺序颠倒并不有利于事件反思。

暴力就是暴力,无需过多地牵扯

“医患关系”,更没必要拿“医患关系”为暴力事件开脱责任。“哈尔滨医科大学附属第一医院医生被杀”事件中,被害实习医生王浩其实跟病人的诊治过程没有关系,“医患纠纷”又从何谈起?

很多时候,谈及“残害医护人员”的暴行时,牵扯出“医患关系”或“医患矛盾”的大背景,无非是想说,“残害医生”也是被逼的,如果没有那么多矛盾,如果“医患关系”能够和谐,哪里还有暴行发生?如果是抱着这样的逻辑来认识“残害医生”的事件,那么不妨反问一下自己,社会背景固然是复杂的,可是如果连简单的暴力行为的性质都无法认清楚,又如何去认识复杂的社会背景呢?

不只是在反思“残害医生暴行”

中,太多时候,我们已经习惯了去反思行凶者行凶行为发生的社会背景,而没有意识到动辄反思社会背景,许多时候其实是文不对题。杨佳案如此,内蒙古越狱犯如此,即便是在周克华一案中也有类似情况发生。反思社会背景,还原行凶者的立体化人生,这算是一种进步,但是必须警惕,当对社会背景的反思超越了对暴力本身的反思时,暴力就有可能被美化,甚至有可能被找到“合理化”的出口。

为何会出现这样的局面,说白了,还是因为很多人心中都有意无意地抱着“体制原罪论”的心态,把什么都归咎于体制,归咎于环境,唯独少了具体的批判和个案的关怀。即便是抱着“体制原罪论”或者“环境归咎论”的心态,可曾想过,这些悲剧个案中

受害者的家人难道不是普通人吗?既然都是普通人,他们凭什么又要为体制原罪或者环境埋单?

许多时候,对普通人暴力行为的“再认识”中,条件反射式的“体制原罪论”、“环境归咎论”,只是迎合了一些社会情绪罢了。冷静下来的时候会发现,它们显得是那么不合时宜,甚至比“忽略社会背景”的认识还要冷血,因为社会情绪永远都不是化解社会矛盾的利器。

再往远了说,承认社会矛盾所在,但凡事当前,“先问真假,再说是非,后论利害”的顺序不能颠倒。如果我们一再强调“体制原罪论”或者“环境归咎论”,有意无意为普通人的暴力开脱,那么所有的社会矛盾可能都将成为一笔“糊涂账”。

画中有话

□ 文/赵岳 图/赵乃育

近日,有人发帖称,去年,合肥市儿童福利院花费社会捐款购买了一辆奔驰车,入户上牌近一年,始终闲置在车库中。合肥市儿童福利院院长尹学萍介绍,是上级财政拨款39万多元购买了这辆商务车,该车主要用于外国家人来合肥市儿童福利院认养儿童时使用,平时很少使用。

“福利院豪车”,再一次引爆舆论。合肥儿童福利院豪车是否合乎要求?所购豪车财务明细是否透明?都成为公众心头的一串串问号,亟待解答。

合肥儿童福利院作为政府部门,院方回应称是上级财政拨款,尽管只是一面之词,但也并无不可。只是,国务院机关事务管理局等相关部门制定的《党政机关公务用车选用车型目录管理细则》

有明确规定,一般公务用车和执法执勤用车价格不超过18万元。由此看来,39万元的奔驰是严重超标了。

此外,该车主要用于外国客人来合肥市儿童福利院认养儿童时使用,也让公众心存疑窦,如此奢华的车,如此用途一年能用上几次?既然只是有限地使用,这是否有必要?更何况,福利院作为公益机构,本身接受社会捐赠,有那么多的钱用来改善儿童们的生活质量不是更有价值吗?

无论豪车奔驰是否为公款所购买,对于儿童福利院而言,都是一件非常奢华的事情。更何况,人们很容易联想到,这辆豪车有可能是利用公共的捐款所购买,倘若这样,公众的慈善热情必然会被受到打击,对政府的信任度也会进一步降低。

因此,合肥儿童福利院的资金运作以及接受社会捐赠的使用情况,都应该有明确的说法,有完备的财务制度和财务标准,有第



三方审计部门的审计报告,能让公众通过公开的财务信息明确购买豪车的费用究竟来自何处,只有这些信息保证充分的透明,才能够避免过多的猜测。

如果购买豪车的费用确系公款支出,相关部门也应对合肥儿童福利院的“超标”行为进行问责,并追究相关审批等程序人员的责任。

言者有意

重现长安盛景 好事也急不得

□ 谭敏

去年去了趟西北重镇嘉峪关市,当地朋友带我去看他们的新城,嘉峪关市是1958年伴随着酒泉钢铁公司的建设和发展起来的一座工业城市,被称为戈壁钢城。这次却让我大吃一惊。新城里绿树林立,空气清新,一个巨大的人工湖两侧分别是环境优美的市民广场和绕湖的步行道。朋友颇为自豪地说:“有了人工湖,气候和环境好多了,晚饭后也有了绕湖散步的习惯。”

因为有此经历,所以一看到古都西安欲借引水、修河、造湖来重现汉唐盛世“八水绕长安”的景象的新闻时,打心眼里觉得这对老百姓来讲是件好事。西部干旱缺水,湖对于当地居民来说,更显珍贵。政府如果能够集中财力、物力、人力,修河造湖,改善生态环境,提升老百姓的居住品质,又有何不可呢?

截至今年8月,西安已建、在建、规划建设的人工湖已达28个,湖泊面积超过了5个西湖,造价总计达百亿元。

事实上,这样的规划之所以一出来就遭到“造湖大跃进”的质疑,无非因为多个问题都没有明确答案。比如,地方财力能否承受?是否有过科学论证?能否解决水源和治污的问题?造湖的目的是不是为了开发房地产?

其实,造湖的目的大可不必讨论,只要便民利民,顺带着开发房地产,扩大城市规模,政府能通过经营城市赚到钱,完全是双赢之举。更何况,西安造湖并非无端妄想,自汉代起,西安就有“八水绕长安”的美景。在汉唐盛世期间,西安水草丰美,不缺水,也不缺人工湖。

不过,要再现昔日辉煌,当地政府不仅要有“敢叫日月换新天”的勇气和豪气,还要有解决缺水、治污等问题的智慧。只有经过科学规划,反复求证,谨慎实施,让造湖计划经得起推敲,能回应各种质疑的声音,才能得民心顺民意,真正为民造福。

生态改善的好处是人人皆知的,但城市建设远非近几年几十年之功,生态环境的改变也不是几年的任期内能够实现的。曾为十四朝古都的西安,已历经千年沧桑,欲旧貌换新颜,不急一时。只是,不要城不急,人急。

幼儿园收费“治超”何以成难题

□ 刘国强

新学期开学了,幼儿园收费高又成了热点问题,一些地方幼儿园今年收费涨幅超过50%。虽然国家发展改革委、教育部、财政部在年初联合印发了《幼儿园收费管理暂行办法》,各地也陆续出台了一系列针对“入园贵”问题的措施,但治理效果并不理想。据《中国青年报》的调查,84.3%的受访者对治理效果给予负面评价。

仅从市场经济的角度看,价格偏离往往反映供不应求的市场关系。与

幼儿园收费高相关的一个难题正是“入园难”。由于幼儿教育未纳入义务教育,财政投入少,公办幼儿园数量有限,且往往对属地和单位等入园条件有明确的限制。这些公办幼儿园,有的是事业机关所办,条件优越,有的是企业厂矿学校所办,办学条件不一,虽然收费不高,但一些幼儿园办学条件一般,甚至呈不断削减的趋势。这样,总体上看公办幼儿园远远不能满足需求。有报道称,在一些城市,幼儿教育的优质学位紧缺,入园之争就成了一场“拼爹”游戏。这在一

定程度上体现了幼教这一被家长们视为“起跑线上的竞争”不公平的一面。

民办幼儿园虽然被定位为公立学前教育“必要的补充”,但事实上在很多地方它们已经成为幼儿入托的主要选择。这些幼儿园以市场为导向,办学条件和办学水平参差不齐,要么以高收费来提供比公办幼儿园更好的幼教服务,要么以牺牲办学质量来换取低成本低收费。这往往体现在城乡的两极分化上。在大中城市,家长对幼儿教育极为重视,往往对其

办学条件有很高的要求,甚至存在“以价论质”的观念,这在一定程度上刺激了幼儿园的攀比之风,相应地,提高收费标准也就在所难免了。

在这样的供需关系下,如果再对幼儿园收费缺乏必要的约束和规范,收费偏高的问题必然会出现。可以说,幼儿园的收费难题反映了与社会教育观念、教育管理体制等相关的结构性矛盾。

要切实解决这一问题并不容易。首先要理清学前教育的发展思路,明确是走政府监管下的市场化办学道路,还是走政府完全支持的公益性办学?其次,需要加大对学前教育的财政扶持力度。从调查情况看,多数民众希望大量增加公办幼儿园的数量,但与此同时也需要加大对民办幼儿园的资助,这样才能使民办幼儿园价格趋于合理,并提高民办幼儿园的质量和水平。第三,需要加强对幼儿园建设的标准化管理,强化价格监督管理力度。最后,还需要民众和幼教机构转化幼儿教育观念,不盲目攀比,不额外增加孩子负担。只有在政府、社会、民众的共同努力下,幼儿园收费高的难题才能得到解决。

中国人寿连续九入选“中国500最具价值品牌”

2012年6月28日,世界品牌实验室在北京发布了2012年(第九届)“中国500最具价值品牌”排行榜。中国人寿品牌继续位列该排行榜第5位,品牌价值达人民币1261.55亿元,比去年上升了226.04亿元。在所有入选的7家保险公司中,中国人寿排名第一。

据了解,这是中国人寿品牌连续第九入选“中国500最具价值品牌”排行榜前十名,品牌价值较初次入选时上升了833.88亿元,品牌影响

力持续扩大。此外,在世界品牌实验室编制的另一份重量级榜单——“世界品牌500强”排行榜中,中国人寿截至2011年已连续5年入选,排名逐年上升,2011年位列第264位。在2011年下半年公布的福布斯(interbrand)“中国品牌价值排行榜”上,中国人寿则以1040.31亿元的品牌价值位列第二。

“中国500最具价值品牌”排行榜由诺贝尔经济学奖得主、“欧元之

(周国强)