

电话:96706
邮箱:qlwbjzx@163.com
QQ群:107866225



【杠子头】

“杠子头”是剪子巷开设的评谈说理栏目,互动方式有三种:注册微博齐鲁(http://tr.qlwb.com.cn)“杠子头”织围脖;话题投稿:qlwbjzx@163.com;QQ群:107866225。

精论

救助需要制度托底

④吴明:大病重病寻求社会帮助的事情已常态化,几乎每天都有此类消息,众多的求助者要想实现目的,还真是不容易。从最近几起社会救助事件可以看到,社会救助策划与否决定着病人的命运,而更多的没有被媒体报道,不懂策划是为何物的病人是否就应该被人们遗忘?每一个生命都是平等的,社会救助策划能量不能覆盖所有需要救助的人。要想让每一位身患重病大病的人,都能得到良好医疗救治,只靠个人求助他人策划是难以实现的。只有社会完善医疗保障体系,对大病重病给予兜底治疗,这才是对每个生命体的平等的关爱呵护,体现出社会主义制度的优越性。

策划背后是救助缺失

④崔屹:几个“策划式”求助取得了预期效果,似乎是对策划重要性和必要性的见证。目前策划救助之所以成功,在于策划先例少,还比较新鲜,如果今后一系列策划铺天盖地而来,人们自然变得逐渐麻木,效果也就大打折扣。不难想象,没有策划,这几起当事人肯定和其他需要救助的普通对象一样,得不到如此广泛关注,即便去申请国家救助,不光是手续繁琐、程度复杂,时间耗不起,即便最终批复了,救助资金也如杯水车薪,解决不了实际问题。所以策划式救助的背后是当事人的辛酸和无奈,更是国家救助体系的脆弱。如果国家救助切实起到了兜底作用,策划也就不存在了。

策划源于信息不对称

④王婷:很多亟待帮助的困难家庭,因为得不到救助,只能另辟蹊径去策划一些新闻事件,以此来博取同情和救助,这实际暴露了当前社会救助体系的漏洞。一方面,每年社会上收集到的用于公益、慈善等的募捐数额巨大;另一方面,很多需要帮助的困难家庭,却得不到及时救助。这说明很多时候,存在信息不对称,救助对象情况不明晰等现象,只有让大众普遍能知晓政策,把调查工作做细致,把保障工作做在前,才能尽量避免策划救助的事件发生。

最近一段时间,几起爱心救助事件引起市民关注。枣庄女孩王艳红,济南街头卖烤地瓜为哥哥筹钱治病,网上热炒,被网友誉为“最美地瓜妹”,引来社会各界纷纷解囊相助。无独有偶,白血病患者李霄的爷爷李佃富日前寒风中摆摊筹钱救孙子的新闻再度引起不少人关注。社会求助,该不该策划?

开杠



为救患白血病哥哥,“最美地瓜妹”济南街头卖烤地瓜。(资料片)

爱心求助该不该包装策划

正方

策划是爱心的催化剂

一辩@刘博皓:对于亟需救助的人而言,汇聚他人的力量,可以帮助自己渡过难关。目前而言,如果亟需救助之人的情况不能被他人了解,就不能引起关注,无法达到筹集善款、凝聚爱心力量的目的。通过策划,媒体的关注,舆论的热议,可以让被救助之人引发社会关注,爱心人士在知道情况后,就可以伸出援助之手。策划是爱心奉献的催化剂,可以消除救助之人与爱心人士之间的信息隔阂,从而真正温暖最需要的人。

二辩@付志刚:社会救助的策划是可以的,一份有深度的策划可以把需要救助的对象情况完美地展现给每一位乐善好施的人面前,同时也让社会机构多了一个了解社会需求的渠道。但策划必须秉承讲事实、诉困难、不浮夸、谋关爱的角度,多讲病情危急程度和需要的救助情况,少采取抓人眼球只为曝光的低俗炒作。

三辩@彭磊:在社会救助和保障还没有条件成为公共物品的环境下,我们很容易对别人的不幸视若无睹,只要不是出于道德绑架的自救行为,哪怕有幕后推手的策划,也应该被允许。策划社会救助的反面,是社会救助渠道的不畅通,是社会保障体系的不完善,如果社会救济策划能吸引更多的关注,引起对此类问题层出不穷的冷静反思,也是功德一件。

四辩@王平昌:社会救助应该策划。面对大病患者和高昂的医疗费,家属也很纠结,最终只能借助媒体、微博、QQ等信息平台,以期唤起社会的关注,筹集爱心善款,来挽救患者的生命或救治患者的重症。这种真诚的策划本身没有错,因为社会从来不缺关爱,只是缺少传递这种信息的渠道,面对救助,我们应及时奉献爱心。

反方

包装不利于提升信任度

一辩@刘建国:通过策划来吸引关注,犹如“会哭的孩子有奶吃”,能够产生更好的救助效果。某些困境中的家庭,不知道策划,或者不想通过策划来倾吐苦衷,意味着爱心资源可能与他们擦肩而过。其实,背后的策划,是对爱心资源的掠夺,是通过非正常手段来吸引更多的帮助。这种方式的采用,让爱心资源不平衡,戕害了社会的公平,也是对爱心慈善理念的一种伤害。

二辩@朱传云:如果被救助人的生活情况被策划,弄一些噱头置于其中,进而被媒体或者舆论无限放大,就给人一种被欺骗的感觉。困难就是困难,即便不被策划,实际情况就摆在面前,爱心人士自然不会袖手旁观。而策划之后,就给人一种作秀的感觉,令他人感到不自在。

三辩@宿长学:社会各界向需要救助的人伸出援手,这种发自内心的仁爱之心,不应当成为策划者争取的对象,也不应当成为求助者积极寻求策划、寻求深挖的资源。当爱心成为一种资源被利用、被开发时,“策划”就会成为向社会盘剥“爱心”的工具。到头来会伤害援助者的积极性和爱心之举。

四辩@庄秋燕:社会求助本来就是以充满血泪的悲情赢得世人的怜悯,从而达到被人救助的目的,唯有原汁原味的本色生活现状才能真正打动人心。任何掺假的感情成分都会因其不真实,让人油然而生被骗的感觉。社会求助搞策划,无异于粉饰,粉饰现实就意味着表演和作秀,这就掩盖甚至失去了求助者真实的初心,无形中让人产生质疑,反而不利于提升信任度。

建议

策划更多的是无奈

④孙金英:如果当前的医保体系能够更加完善,让百姓能治得起病,如果目前的社会救助体系能够更加人性化,惠及到更多的普通群体,人们何必苦苦策划一些新闻点来博人眼球。像白血病等重大疾病,一旦得了,一个家庭就毁了,即使家庭条件一般,因病致贫,让一家人背上一身债的事也屡见不鲜。在这种情况下,当前出现的形形色色的被策划的救助,实属无奈。如果没有亲身经历,很多人会站在道义立场上,指责被策划的救助欺骗了感情,只有这些不幸的家庭,最能体会是怎样的绝望,怎样的走投无路。寒冷的冬天里,谁不愿意坐在温暖的屋子里享受生活,可是,当自己的亲人深陷重病又无力救治时,哪怕有一丝渺渺的希望,家人又怎肯轻易放弃?期盼有一天,我们的社会救助体系能更加完善,期待医保体系能够更加合理,为普通家庭带去更多保障。

策划不是洪水猛兽

④冯勇:凡是向社会发出救助信息的人,一般都是亟需救助的弱势群体。特别是大型重度疾病,求助者的病情急剧恶化,如果不能及时获得大家的救助,或许一条鲜活的生命就此消失。但我们不得不承认的一个事实是,一些不善于表达的求助者,虽经媒体报道,依然无法达到救助效果,不能在短时间内筹集齐备“救命钱”。而求助者经过一番精心的求助“策划”,或许就会使结果向着良好的目标前进。不容置疑,“策划”必定会带来社会更多的关注,激发公众更多的发自内心的同情。只要本着善良的心愿,求助“策划”并非人们想象中的洪水猛兽。对于社会求助“策划”现象,公众应该给予更多的宽容、谅解与支持。

打油诗

策划包装莫炒作

④马洪利

如果救助靠策划,
爱心成分怕掺假,
只要奉献讲真诚,
行善不分你我他。

策划虽然有文化,
厚此薄彼不像话,
策划包装莫炒作,
互帮互助令人夸。

本期杠子头

【彭磊】

通过对来稿质量、数量统计,彭磊获得了本期“杠子头”称号,获得杠子头津贴100元。

烹蒸煮炖炒

您用的什么水?

百脉泉 专业的厨房健康水

药补不如食补,食补不如水补,水,乃百药之王,水是生命之源:
百脉泉厨房健康水,水源地远离城市,500亩含氧林地养护水源;
玄武岩石深层采出的天然矿泉水,含有大量有益身体的矿物质和微量元素;
好水滋润好生活。

>>山东百脉泉矿泉水有限公司 >>订水热线:0531-87175518 85196288 >>服务热线:0531-85196599

齐鲁晚报 倾力打造 品质保证