

用改革培育“制度型福利”

十年前,农村新型合作医疗制度开始在全国试点。十年后,我国已构建起世界最大的社会保障网。十八届三中全会《决定》指出,要“紧紧围绕更好保障和改善民生、促进社会公平正义深化社会体制改革”,这也为社会保障“全覆盖”之后,下一步改革重点指明了方向,即转向更加公平、正义。那么又该如何概括这种民生模式呢?下一步民生建设的目标是什么?

从社会发展的一般趋势和发达国家的普遍经验看,“福利社会”这一概念是比较恰当的。当然,“福利社会”并没有统一的模式。对于“福利”过于直观的认识恰恰让人容易产生错觉,比如简单地认为“福利社会”理所当然就应该是最多的享乐;比如担心形成“福利依赖”,高福利吊起群众胃口,造成财政压力,影响经济增长。只有搞清楚我们想建设的是什么样的福利社会,它要求国家承担什么义务、每个人做什么贡献、享受什么权利,种种误解才能消除。

习惯上,福利往往被理解为“免费”、“白给”,但这只是在实行特殊福利时期容易形成的印象。现在进入普遍福利阶段了,福利要面向所有国民,内容也是多样的,所有的福利对所有人免费,那是不可能做到的,也不符合普遍福利性质。普遍福利时代,是以权利与义务相统一为原则,人人(有劳动能力的)创造福利,人人(包括无劳动能力者)享受福利。至于是否形成“福利依赖”,那要看政策是否科学。“福利社会”与“福利依赖”之间并没有必然联系。

从实践效果看,发达国家的福利模式,有成功的地方,也有严重的缺陷,福利国家模式原来标榜的就是高税收、高福利,但这只是表现,不是制度的实质,实质是责任单一化、机制刚性化。现在看来已经出了很大的问题,最影响发展活力的就是高负债率、高失业率,南欧一些国家比较严重。这警示我们,即使将来我们的人均收入水平较高了,也不宜照搬欧洲的高福利制度。中国13亿人的社会保障和社会福利,这么大的盘子全叫政府背,背不动;叫个人和家庭自己兜底,也兜不住。最现实的途径就是各方合理分担、合力共担。

我们必须在加快推进社会保障和社会福利制度建设的同时,搞好制度机制设计,防止重蹈欧洲高负债率、高失业率的覆辙,绝不能等到问题都很严重了,甚至陷入危机了再来改。总之,我们追求的是中国特色福利社会,全体人民都能够各尽所能、公平合理地分享经济和社会发展成果,逐步实现“学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居”等民生目标的社会。 景天魁

我们说建设福利社会,非但没有超越现实发展阶段的要求,恰恰是为基本建成现代化的中国社会奠定必要的福利基础。我们国家已经进入实现全面小康的关键阶段,在这个新阶段,经济增长的主要动力来自人民生活水平的提高,消费能力的增强,来自优先发展教育、增强人民健康、发展社会服务的需要——这正是“普遍福利”的内涵。

从实践效果看,发达国家的福利模式,有成功的地方,也有严重的缺陷,福利国家模式原来标榜的就是高税收、高福利,但这只是表现,不是制度的实质,实质是责任单一化、机制刚性化。现在看来已经出了很大的问题,最影响发展活力的就是高负债率、高失业率,南欧一些国家比较严重。这警示我们,即使将来我们的人均收入水平较高了,也不宜照搬欧洲的高福利制度。中国13亿人的社会保障和社会福利,这么大的盘子全叫政府背,背不动;叫个人和家庭自己兜底,也兜不住。最现实的途径就是各方合理分担、合力共担。

我们必须在加快推进社会保障和社会福利制度建设的同时,搞好制度机制设计,防止重蹈欧洲高负债率、高失业率的覆辙,绝不能等到问题都很严重了,甚至陷入危机了再来改。总之,我们追求的是中国特色福利社会,全体人民都能够各尽所能、公平合理地分享经济和社会发展成果,逐步实现“学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居”等民生目标的社会。 景天魁

随着春运的临近,“火车票价该不该涨价?”的问题再次回到人们视野。经济学家茅于軾近日在一段视频中也谈到了火车票的定价问题,与一般人期望不同,茅于軾呼吁火车票应当涨价。他认为照顾低收入人群的定价规则,对资源的合理分配是有有害的。(1月13日《楚天都市报》)

当有情回家 碰到无情市场

随着春运的临近,“火车票价该不该涨价?”的问题再次回到人们视野。经济学家茅于軾近日在一段视频中也谈到了火车票的定价问题,与一般人期望不同,茅于軾呼吁火车票应当涨价。他认为照顾低收入人群的定价规则,对资源的合理分配是有有害的。(1月13日《楚天都市报》)

茅于軾先生经常因为一些舆论,而显得“左右不讨好”。这一次也不例外。其实,注意到茅于軾经济学家的身份以及他看待问题的市场视角,对他的观点应该不会过于惊讶。

无论是过去“发挥市场在资源配置中的基础性作用”,还是现在“使市场在资源配置中起决定性作用”,其实都是通过价格杠杆的调节功能实现资源的配置,差别只在于程度不同。以市场视角看,当一种商品需求大于供给时,提高价格是一个有效办法。现在火车票一票难求,正如茅于軾所说,“火车票涨价虽然不能增加供给,但是却能够减少需求。涨价后,原本乘火车回家过年的人或更换交通工具、或调整返乡时间,最后达到疏散春运人流的效果。”

可是,13亿人的中国,在40天内如同候鸟一样,要完成一年一度的大迁徙,这是一个基本事实。春运时间的设定是有道理的,对于大多数人来说,调整返乡时间,基本不可能;通过调整返乡时间来疏散春运人流,也基本不可能。回家心切的还是那么多,如果火车票价格上涨了,挤走的一部分人,只能流向其他交通工具。

由此,一个现实问题是,航空、公路、水运能够撑起庞大的人流吗?答案是否定的。而且,市场效应不仅仅发生在铁路领域,当其他领域大量出现一票难求时,按照市场观点,航空、公路、水运也应该调高价格。如此出现了一个循环,铁路涨、公路涨、水

路涨、航空涨,涨到最后,大家都只能望眼欲穿,只能“记得住乡愁”,而“看不见山、望不见水”、听不到乡音。

叙述到这里,会发现存在两个逻辑,一个是市场的逻辑,一个是民生的逻辑。从市场逻辑讲,应用价格去调节资源;从民生逻辑讲,应该最大限度地满足人们的回家愿望,而且让人们走得了走得好,或许能否回家,不是经济学家所关心的——经济学家只关心需求是否能够降下来。但是,回家不仅仅是一个市场问题,更是一个民生问题。正如哈佛大学伦理学教授桑德尔认为的,市场不是万能的,有些领域不适合市场介入,最起码不能仅仅由市场介入。回家就是这样一个问题,发挥价格杠杆作用,确实能够“减需求”,但那么多回不了家的人怎么办?桑德尔还曾经讲过,一些经济学家其实也意识到“市场万能”带来的弊端,只是出于经济学家的自傲与矜持而固守自见。强调市场万能,忽视市场之外还有民生还有公平,这或许就是经济学家的偏见,这或许也是茅于軾屡受指责的根本原因所在。

回家是有情的,市场是无情的。当有情的回家碰到无情的市场,难道就只能牺牲民生、牺牲亲情、牺牲公平吗?回家不仅是经济问题,还是民生问题。要市场经济不要市场社会,当其他领域大量出现一票难求时,按照市场观点,航空、公路、水运也应该调高价格。如此出现了一个循环,铁路涨、公路涨、水

回家是有情的,市场是无情的。当有情的回家碰到无情的市场,难道就只能牺牲民生、牺牲亲情、牺牲公平吗?回家不仅是经济问题,还是民生问题。要市场经济不要市场社会,当其他领域大量出现一票难求时,按照市场观点,航空、公路、水运也应该调高价格。如此出现了一个循环,铁路涨、公路涨、水

回家是有情的,市场是无情的。当有情的回家碰到无情的市场,难道就只能牺牲民生、牺牲亲情、牺牲公平吗?回家不仅是经济问题,还是民生问题。要市场经济不要市场社会,当其他领域大量出现一票难求时,按照市场观点,航空、公路、水运也应该调高价格。如此出现了一个循环,铁路涨、公路涨、水

评比乱象何时了

“中国最具价值品牌500强”,“谁出钱多谁就能排在前面”;诚信企业的评奖邀请函规定,获得3A级诚信的企业要交10万,2A级要交5万……苏南某企业一个月收到20多份邀请,一年花费百万元应付评比。其宣传部长说:“我们是能推就推……材料+金钱=荣誉。”(1月12日《人民日报》)

岁末年初,各地一些酒店、展厅等场所,各类评选评比令人目不暇接,“全国知名品牌”、“全国行业百强”,甚至还有“世界知名品牌”。一些评比多数需要企业缴纳数千元到几万元的费用,例如诚信企业的评奖,也是只要给钱就能获奖。谁出钱多谁就能排在前面,出钱多少与诚信级别成正比,荣誉赤裸裸地沦为金钱的奴隶。

乱象丛生的背后,不仅让参评企业吃不消,也让消费者眼花缭乱,疑团待解。为何奖项名目越来越多?为何评奖机构越来越多?这些奖项的含金量到底有多少?有何意义?一连串的疑问迫使消费者对各类评比、奖项产生了怀疑。怀疑的结果就是最终导致不信任,当消费者普遍对奖项不信任时,评奖也就失去了意义。所以说,这样的评奖就会沦为机构和企业的自玩自乐、自欺欺人的把戏,不要也罢。

从调查来看,企业不胜其扰,大倒苦水,显然深谙其中的道理。既然不满于现状,为何还要参加没有公信力的评比呢?对于以盈利为目的的企业,一年百万元的评比投入,究竟能换来多大的回报?我们不得而知。但是,如果拒绝了某些机构的邀请,企业就会遭到各种手段的要挟。甚至有些评比“来头大”,挂着政府部门的名头,还有退休官员当顾问,这样的评比企业更要慎重考虑参加。于是,评比就变了味,奖项只是一个噱头,参评费本质上就是公关费,维护好双方关系才是真实目的。

乱象丛生的评比不仅仅在企业中存在,在社会其他领域中也或多或少存在。尤其是在党政机关中,决不允许这样的乱象存在。前不久,《人民日报》就曾撰文警惕评比再次泛滥。回首一年的过往,经验需要总结,成绩需要表彰,年终检查评比作为许多部门和单位的惯例,会否打着这样的幌子让各种不正之风卷土重来,破坏我们已经取得的来之不易的成绩,是需要我们警惕的。

企业需要社会认同,同样其他社会主体也需要社会认同。如果有公信力的机构评选出客观公正的排名,评选程序公开公正,不向企业变相要挟,不会给钱就给谁颁奖,相信大多数企业是愿意参评的。这样的评奖,企业心甘情愿,消费者也会理单,不仅有利于企业的健康成长,整个行业也会因此步入良性发展的轨道。反之,则将企业和整个行业推向泥潭,步入恶性循环的轨迹。因此,整治评比乱象迫在眉睫,剔除那些不负责任、巧立名目的评比机构,还企业以客观公正的评价,还行业以清新向上之风,就是还中国经济以新的活力和创造力。 宋华

一场痛心大火 留下多少追问

335户受灾,242栋房屋被烧毁,昔日繁华的街市被倒塌的残壁覆盖……素有“月光城”之称的云南香格里拉独克宗古城遭遇一场严重火灾,令人扼腕叹息。如今大火已被扑灭,除了一堆废墟瓦砾,更留下了关于古城以及古建筑保护与开发的诸多追问与思考。

独克宗古城大火并非孤例。仅仅一年多的时间内,从湖南洪江古城到云南丽江古城,再到重庆风雨廊桥,脆弱的古城和古建筑频频遭遇灾祸摧残。

土木结构、道路狭窄导致消防设施难以发挥作用……各种消防难题几乎是共同的,灾后的解释也是“振振有词”的。但是,公众更想知道的是:针对长久以来客观存在的此类“短板”,各地在重视的旗帜下,究竟是否制定出了真正有效的消防方案?如果经不起实际的检验,种种所谓的“专门预案”是否有流于形式之嫌?

人们清楚地看到,不少古城、古建筑,或向游客收取固定的维护费,或直接收取门票,但这笔费用最终去向何方?用往何处?是否有专门的消防支出?

作为中国文化传承的历史载体,古城和古建筑的重要性毋庸置疑。它们恰如一部沉甸甸的史书,穿越古今。一座古城池,一间老寺庙,一条石板街,蕴含着丰富的历史、人文、艺术气息。透过他们,可以知晓一个地域的特征,一个族群的文化。历经风雨的他们,还是我们间接了解中国古代文化历史的百科全书,一旦损毁便再难重现。

从原则上讲,不管是古城还是古建筑的开发所得,应首先服务于对他们的保护而非他用。但在现实中,一些古城和古建筑却陷入“重开发轻保护”的尴尬。一些地方热衷于招商引资迎客上门,游人如织、商业浪潮席卷的背后,是各类隐患日渐增加。

作为助力城市发展的重要文化资源,有远见的政府应从长远利益考虑,将古城以及古建筑保护作为城市规划工作的重要部分。在招商引资开发前,对古建筑进行认真排查和登记,并制定施行有效的保护方案,最大限度地减少各类安全隐患。

大火虽已灭,留下的追问与思考却仍在继续。涉事地方应进行深刻反思、严肃问责,对古城的重建应有周密的规划。而对于其他地方而言,更重要的是认真吸取教训,在增强忧患意识的同时,加强对各类隐患的排查,切实将历史留下的瑰宝保护起来。 白靖利

防不胜防



每一代人都有自己的经典

2014年北京图书订货会正在隆重举行。尽管按照一些调查公司的数据,国人的图书阅读率正在下降,但国内各大出版社对于今年全年营业状况的订货会仍然不敢轻视,铆足了劲要在订货会上为自己增加砝码。

图书订货会与别的行业有点不一样,它能够把卖书的商人装扮成圣人,以各种“高大上”的名目来掏消费者口袋里的银子。有一家出版社出版了一套“琥珀经典文丛”,据说,第一批面世的图书里,收录了英国古典戏剧大师莎士比亚、印度大文豪泰戈尔的作品,中国已故作家冰心和老舍的作品也名列其中。这家出版社借着订货会的场地搞了一个首发式,莎士比亚和泰戈尔的后代实在不好找,只能算了,但在北京把冰心和老舍的后代找来站台吆喝都是举手之劳。两位名人之后不负重托,以自己的感受向读者讲起了经典的魅力。冰心的女儿吴青说,经典最重要的就是里面充满了人性、爱、真诚,“现在整个社会非常浮躁,就希望一夜赚一百万,或者一夜成名,我觉得现在我们每一个人都需要坐下来看书,恢复自己的人性。”她希望每一个人都从我做起,“好好看书,并且用书里的内容,来改变自己。”老舍的儿子舒乙则满怀深情地为读者介绍了他父亲的《骆驼祥子》是如何地受读者欢迎。

以冰心和老舍这两位作家来说,他们在当代中国文坛上已经确立了如泰山一般的地位。但是,他们的作品已经多少人在读,却充满疑问。冰心活着的时候,给公众塑造了一个美好的形象,但是她的作品在数量上实在少得不敢恭维。而前两年她的墓碑被她孙子泼上油漆的新闻却很轰动,这位孙子的这个行为固然让人齿寒,但由此也可知老人家宣扬的爱和真诚连自己的孙子都没有听进去,又何以来感化普罗大众?让年轻一代读者按照冰心的教导来改变自己,只怕连她那位孙子都觉得好笑。

即使是这套丛书中的莎士比亚和泰戈尔,今天在中国到底还有多少读者?当然是需要打上一个问号的。莎士比亚的作品当然是世界戏剧文学的瑰宝,但是即使在他故乡的演出,也已经门票惨淡,一些剧团为了增加吸引力,不得不“篡改”他原来的设计,在演出中加入当代元素。再谈泰戈尔,虽然写下的著作可以等身,但真正能够让读者产生共鸣的,也就是那几本薄薄的散文诗集,在今天,它们的价值更多地被作为一种励志教材。

其实,文学作品的经典只是相对而言,最近一百年来,整个世界的社会结构发生了急剧变化,人类对世界的认识也在发生改变,那些站在时代前列的作家在捕捉到社会的这种变化以后,就能够写出更吸引人的作品,从而成为一个新时期的经典。当然,历史上出现的伟大作品并不会因此而动摇它们的经典地位,但它的读者减少则是一种难以改变的趋向。一部《红楼梦》根本读不下去,这是一点也不奇怪的,是时代的变化改变了读者的文学欣赏趣味。

每一代人都有自己的经典。今天的中国,正处于一个变革的时代,正在呼唤能够准确地刻画身处于这个时代的中国人精神面貌的伟大作品。如果把这个时代视为“浮躁”,只有通过阅读由一家书商圈定的所谓经典才能“恢复自己的人性”,那就永远只能与这个时代隔膜。 周俊生

网上最近流行这样一个笑话:一位青年人问哲人,“我很富有,却不开心。我该怎么办呢?”哲人默然,握住年轻人的手。青年顿悟道:“大师,您是想告诉我,我应该心存感恩,回报他人吗?”哲人说:“不是……我是想说,土豪,我们可以做朋友吗?”

网上最近流行这样一个笑话:一位青年人问哲人,“我很富有,却不开心。我该怎么办呢?”哲人默然,握住年轻人的手。青年顿悟道:“大师,您是想告诉我,我应该心存感恩,回报他人吗?”哲人说:“不是……我是想说,土豪,我们可以做朋友吗?”

“土豪大院”“土豪婚礼”“土豪汽车”,“为土豪写诗”,“跟土豪交朋友”……“土豪”称谓的流行,勾画出转型期中国典型的精神生态。与其说是揶揄,不如说是自嘲、是焦虑。自嘲,是因为担心“豪”起来了却仍撑不脱“土”的羁绊;焦虑的背后,则是物质日渐走向丰裕之后,对精神生活更上一层楼的迷茫和向往。

思想的解放、经济的繁荣,让中国社会的多元性和自由度与往昔不可同日而语。然而,聚焦“土豪”现象,无论是旁人的艳羡,还是“土豪”们自己的焦虑,都可以得出这样的结论:今天我们的选择看似很多,成功的出口却非常单一。财富积累往往是头号选项,名利双收常常成为终极目标。人们步履匆匆,许多时候却不知道为何向前走;人们追求成功,却难得有暇倾听自己内心的声音。结果往往是,没得到不開心,得到了也不见得快乐。

凭什么一只土豪金的手機,可以卖出高價的價格?为什么那些炫耀式行善的“土豪”,可以

如何定义我们的时代气质?

以无视众人的观感四处孔雀开屏?看似离谱的现象背后,其实有它并不离谱的社会心理基础。某咨询公司一项调查显示,多数受访中国人表示会“根据自己拥有的东西衡量个人成功”。有人总结,说这或许是“追赶型经济体”在特定阶段的常态。问题是,把成功仅仅定义为物质的富有,我们安于这样的常态吗?谁又发自内心的喜欢这样的“常态”?

与“土豪”相似,还有一个标注时风的流行词叫“高大上”,所谓高端、大气、上档次。但什么才是“高大上”?开好车、住豪宅、喝名酒、穿名牌,如果这些都是的话,那么知识的快乐、家庭的温馨、心灵的富足、友情的温暖,算不算?古人把“立德”“立功”“立言”称为“三不朽”,视为人生追求的最高境界,世易时移,今天的我们凭什么奉为人生的“高大上”,才能呈现我们时代的精神疆域、不负先贤曾经抵达的精神高度?

富在我们之前的人,对此有过深刻的反思。《金钱不能买什么》一书的作者桑德尔早已言:在我们这个世界,任何事物都可以出售,这个世界难道没有问题?显然,不是一切美好价值都可以用数据来衡量,不是所有社会生活角落都适用市场法则。赢家通吃的成功,对大多数人并非福音;金钱统治的逻辑,更不是生活的理想图景。真正走进人们的内心世界,我们就会发现,无论是从改革开放前的清苦日子里走出来的中年人,还是已经实现经济自由、正在努力追求更高层次的成功人士,甚或仍在供房供车的所谓房奴族,几乎没有人否认,物质的满足不能替代理想的境界。那么,怎样防止市场价值观侵蚀本不该由它们主导的领域?如何在这样的经济基础之上构建我们的精神空间、定义我们的时代气质?

虽然在发展市场经济的道路上,我们依然任重道远,但诸如此类的问题,已经无可回避地与我们遭遇。我们挣扎,不全是为公平竞争奔走、向贫富差距宣战,更为了找寻宁静的幸福、单纯的快乐、踏实的收获。我们怀旧,不是真想回到过去,只是希望回答自己,怎样找回奋斗年代那种一往无前的意气风发?

为了这个答案,无数人已经上路出发。他们有的结伴“骑行”,到大自然寻找

美好价值都可以用数据来衡量,不是所有社会生活角落都适用市场法则。赢家通吃的成功,对大多数人并非福音;金钱统治的逻辑,更不是生活的理想图景。真正走进人们的内心世界,我们就会发现,无论是从改革开放前的清苦日子里走出来的中年人,还是已经实现经济自由、正在努力追求更高层次的成功人士,甚或仍在供房供车的所谓房奴族,几乎没有人否认,物质的满足不能替代理想的境界。那么,怎样防止市场价值观侵蚀本不该由它们主导的领域?如何在这样的经济基础之上构建我们的精神空间、定义我们的时代气质?

虽然在发展市场经济的道路上,我们依然任重道远,但诸如此类的问题,已经无可回避地与我们遭遇。我们挣扎,不全是为公平竞争奔走、向贫富差距宣战,更为了找寻宁静的幸福、单纯的快乐、踏实的收获。我们怀旧,不是真想回到过去,只是希望回答自己,怎样找回奋斗年代那种一往无前的意气风发?

为了这个答案,无数人已经上路出发。他们有的结伴“骑行”,到大自然寻找

美好价值都可以用数据来衡量,不是所有社会生活角落都适用市场法则。赢家通吃的成功,对大多数人并非福音;金钱统治的逻辑,更不是生活的理想图景。真正走进人们的内心世界,我们就会发现,无论是从改革开放前的清苦日子里走出来的中年人,还是已经实现经济自由、正在努力追求更高层次的成功人士,甚或仍在供房供车的所谓房奴族,几乎没有人否认,物质的满足不能替代理想的境界。那么,怎样防止市场价值观侵蚀本不该由它们主导的领域?如何在这样的经济基础之上构建我们的精神空间、定义我们的时代气质?

虽然在发展市场经济的道路上,我们依然任重道远,但诸如此类的问题,已经无可回避地与我们遭遇。我们挣扎,不全是为公平竞争奔走、向贫富差距宣战,更为了找寻宁静的幸福、单纯的快乐、踏实的收获。我们怀旧,不是真想回到过去,只是希望回答自己,怎样找回奋斗年代那种一往无前的意气风发?

为了这个答案,无数人已经上路出发。他们有的结伴“骑行”,到大自然寻找

天人一体的契合;有的跟在扫桥爷爷后面举起笤帚,一笔一画清扫心灵的积垢;有的放下手头“高大上”的白领工作,只为留守村庄点亮乡间夜路的灯光;更多的人,则是努力从柴米油盐的一地鸡毛中抬起头来,传递一个励志故事,转发一条鸡汤微信,携手朝着那个让自己更心平气和的方向……

前一段微博微信圈里,许多人一遍遍转发这样一段话:一位外国管理学大师在中国旅行时,发现城市街道都是按摩店,而书店却寥寥无几,他由此担忧一种“集体智商的衰退”。这样的担忧,之所以在无数中国人心里激起共鸣,正在于见多了“毁三观”的故事,人们蓦然回首,才发现自己对世界、对人生、对价值观这“三观”其实是那样在乎,那样看重。

为时代气质重新定义,我们已经走到了这样的时段。如果说,经济发展水平是一个国家的脸面和躯体,治理水平是一个国家的内部生理系统,那么价值观、财富观、幸福观则是一个民族的精神与灵魂。我们之所以反复强调培育社会主义核心价值观,不正是为了呼啸前行的中国列车,增添恒久强劲的精神动力? 养成健康昂扬的精神,我们就会在快速的生活节奏里,多一些心灵的沉静;在现代化的外表下,多一些思想的厚重;在市场化大潮中,多一些内心的坚守。 人文

乱认祖宗是优越之处 还是劣根性

微博一直以来都是好看的地方,各种奇人异事应有尽有,就连“齐天大圣孙悟空的后人”都在上面蹦了出来。日前在微博上有一位名叫@妈妈的妃妃的女孩表示自己也是孙悟空的后人,还特地拿出“家中祖传的灵石和猴毛”来作为证据,并于1月6日前往上海复旦大学人类学实验室,希望通过DNA检测证明自己的孙悟空后代身份。(1月11日新华网)

现居北京的妃妃老家为连云港,也是目前国内认可度最高的孙悟空家乡。妃妃表示起初她连自己也不相信,但长辈们谈起来的认真劲儿,让她开始从怀疑变得好奇,最终希望通过科学方法来求证。

妃妃由起初的不相信,到将信将疑,最终想到求助于科学,这是个让一般人感到匪夷所思的过程。孙悟空是谁呀?他不是吴承恩小说《西游记》中虚构的被人格化的猴子,且这个孙悟空是从石头缝里蹦出来的。老孙神通广大是不假,有腾云驾雾的本领,一个筋斗能翻十万八千里,可让他有后人,显然是超出他的本事了。难怪有网友以戏言如此替老孙辩诬:“想我老孙不就是保唐僧去西天取经吗,这一路来降妖除魔,哪有时间搞男女之事,怎么就被传绯闻了呢?本人在此声明,不排除走法律程序。”还有,“妹子,猴哥后来成佛了,是不能成家的”。

报道称,这件事情的结局颇有戏剧性,复旦大学的教授在经过检查之后直接表示妃妃带来的所谓“猴毛”可能不是真的猴毛,而且灵石和猴毛都不具备监测DNA鉴定妃妃

是否为“孙二代”的价值。这哪有什么戏剧性啊,要说有戏剧性,也是顶着教授名分的人参与了闹剧。“猴毛”的真假有必要检查吗?就是几根真猴毛,又能和孙悟空扯上什么关系?既然是该女孩找到了你人类学研究室,于此事,给个有点儿文化含量的解释不就行了吗?

猴哥无疑是“名人”,名人躺着也中枪于今已不稀奇,可猴哥毕竟是躺了那么多年了。齐天大圣出了后人,这无疑是一个笑谈。一个女孩,拿猴毛炒作自己,当然会起到相反的作用。这样的事也能引众人围观,不由不由人想到民众的文化素养、科学精神。著名的“李约瑟难题”,所关涉的就是近代以来中国缺乏科学思维的习惯和科学精神的问题。

前年,媒体发布消息称“山西发现6200年前女娲造人”,女娲,是神话传说中的上古之神,人首蛇身,怎么可能“造人”?和自称猴哥的后人一样,毫无根据地虚构先人,乱认祖宗,这是集体潜意识还是个体潜意识?是人的优越之处还是劣根性?女猴、猴哥都是厉害人物,祖上阔过,后人一沾上祖宗就沾上了福气?就豪气吞云梦、牛气得不得了? 今语