



马润青 陈仲华



人的价值初探

北京师范大学出版社

人的价值初探

马润青 陈仲华

北京师范大学出版社

人的价值初探

马润青 陈仲华

*

北京师范大学出版社出版

新华书店北京发行所发行

北京通县印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/32 印张: 5.625 字数: 116千

1986年6月第1版 1986年6月第1次印刷

印数: 18,000

统一书号: 2243·13 定价: 0.85元

写在前面

人的价值问题，不仅是研究人的学说的一个重要理论问题，而且是人们社会生活中的一个非常现实的问题。

随着我国经济、文化对外开放政策的实施，西方社会思潮中积极的東西和消极的东西一并向我们涌来，其中包括西方“马克思学”、存在主义等哲学流派关于人的价值学说。就国内来说，长期推行“以阶级斗争为纲”的“左”的路线和政策的一个重要特征和内容，就是对人的不信任、蔑视和压抑。至于林彪、江青反革命集团肆意践踏人的尊严，不把人当人看，推行一套灭绝人性的法西斯政策，所造成的恶果更是灾难性的。在批判林彪、江青反革命集团的罪行和纠正我们党过去所犯“左”的错误时，人的价值问题理所当然地受到人们的重视。十一届三中全会以后，党的工作重点转移到社会主义经济建设上来。四个现代化建设的根本目的，不是为了什么抽象的东西，而是为了不断提高人民的物质文化生活，为了实现人的彻底解放。在我国尽快实现四个现代化，迅速发展社会生产力，最根本的就是开发人力资源。因此，人的劳动，人的才能、科学文化知识、技术水平、思想面貌，人的地位、尊严等有关人的价值问题，在当前就成为一个甚为突出的问题。基于上述原因，近几年来，人的价值问题，在哲学、社会学、伦理学及文学艺术中得到大量的表现，引起了人们的普遍关注。尤其对正在探讨人生奥秘，热烈追求真理

和幸福生活，即将登上社会历史舞台充当表演角色的广大青年来说，不能不使他们对人生的价值产生极大的兴趣，渴望从中找到确定自己人生价值目标，以及怎样实现自己的价值目标的正确答案。

毋庸讳言，人们在思考人的价值的时候，也出现了一些糊涂观念。这就给哲学和社会科学工作者提出了一个新的研究课题：从当前社会实际出发，以马克思主义为指导，阐明无产阶级的、社会主义的人的价值观。我们仅根据自己对马克思主义的理解，在吸取国内学术界同志关于这个问题的研究成果的基础上，把自己对人的价值问题的看法，整理成此书，以期引起人们对这一问题的进一步研究。当前，有那么一些财迷心窍的人，大肆生产精神垃圾，宣扬诲淫诲盗的东西，以招徕读者，其结果是毒化了社会风气，害了一批人。我们的拙作如果能对人们特别是广大青年同志理解人的价值，对社会主义精神文明建设，能有所裨益的话，我们将感到莫大的欣慰。

在本书的写作过程中，为了通俗地阐明一些基本理论问题，我们摘引了一些报刊上的有关资料。但因为本书体例的需要，未一一注明出处，在此谨向原作者表示歉意和感谢。

在教学之余，我们写了这本小册子，由于时间仓促，加之水平所限，不妥之处，在所难免，恳请专家、学者和读者批评指正。

一九八五年十月

目 录

写在前面

第一章 马克思主义的价值观

- 一 价值的含义..... (1)
- 二 价值的分类..... (7)
- 三 价值的一般特性..... (12)
- 四 价值评价..... (15)

第二章 人的价值

- 一 人的价值的思想的历史演变..... (28)
- 二 人的价值的理论前提..... (38)
- 三 人的价值的基本特征..... (47)
- 四 人的价值根本在于对社会的贡献..... (49)
- 五 人的价值是具体的, 而不是抽象的..... (60)

第三章 个人价值和集体价值

- 一 人的个体价值、集体价值和人类价值..... (73)
- 二 个人价值和集体价值的相互关系..... (76)
- 三 全面地历史地评价人的价值..... (95)

第四章 人生价值目标和社会实践

- 一 人生价值目标的确立..... (105)
- 二 具体价值目标的确定..... (109)
- 三 最优价值目标的选择..... (115)
- 四 社会实践是实现价值目标的基础..... (121)

第五章 人是目的，又是手段

- 一 问题的提出.....(129)
- 二 人是目的与人是手段的一致性.....(132)
- 三 全面地具体地把握人是目的与人是手段及其相互关系.....(140)

第六章 人的价值和两种文明的建设

- 一 尊重和提高人的价值，促进两种文明的建设.....(149)
- 二 加速两种文明建设是实现和提高人的价值的基本途径.....(161)
- 三 两种文明建设的最终目的是普遍提高人的价值，实现人的彻底解放.....(171)

第一章 马克思主义的价值观

“价值”这个普遍概念是从人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的……

——马克思

自从类人猿进化成人以后，物质世界开始有了主体和客体的对立，主体的需要使主客体之间的关系成为价值关系。不论是天然物，还是人造物，不论是物质的，还是精神的，既可成为对主体有价值的客体，又可成为对主体无价值的客体。然而，什么是有意義的，什么是有价值的，在不同的人那里，有时会具有极其不同的意义，甚至出现香花与毒草、蜜糖与砒霜、腐朽与神奇、善与恶、美与丑的根本颠倒。这些都属于价值理论的根本问题。

价值概念，在欧美各国，在苏联和东欧，被广泛运用于哲学、政治学、法学、社会学、心理学、伦理学、美学、教育学等各个领域。

因此，我们认为，在考察人的价值之前，有必要对马克思主义价值观的基本内容作一些探讨。

一、价值的含义

主体和客体的关系，除了用反映和被反映、改造和被改

造、相互作用等概念来反映外，还必须用价值概念来反映。价值渗透在人们全部实践活动和认识活动的始终，人们时时刻刻都在同周围的事物和现象发生着价值关系。离开了价值关系，人们一天也不能生存。比如，人要维持生命，必须呼吸空气，进行气体交换，这就和空气发生了价值关系，空气也就成为人们需要的价值对象，人们呼吸的需要就成为空气的价值存在的前提条件。由于人们饮食的需要，使人和食物发生了价值关系，于是食物便成了人们的价值对象，人们的营养需要也才使食物的有用性得到了价值认可。我们坚持四项基本原则，四项基本原则才成为我们国家独立富强和人民幸福的价值对象，四项基本原则的重大价值也才得到承认。人们通常所说的理想、目的、目标、要求、欲望、美好情感，都是人们价值追求的具体表现。至于人们在工作、学习、生活中运用价值概念评定各种客观对象，更是屡见不鲜的。

马克思在《评阿·瓦格纳的“政治经济学教科书”》中指出：“‘价值’这个普遍的概念是从人们对待满足他们需要的 外界物的关系中产生的”。^①又说：“人在把成为满足他的需要的资料的外界物，……进行估价，赋予它们以价值或使它们具有‘价值’属性”。^②在这里，马克思是从人们(主体)和外界物(客体)的关系中考察价值概念的形成。因此，这里所讲的价值，确实具有一般价值观的方法论意义，因而是一个具有普遍意义的哲学范畴。

那末，什么是哲学意义上的价值呢？价值是表示客体满

① 《马克思恩格斯全集》第19卷，第406页。

② 同上书，第409页。

是主体需要所具有的用途或积极作用，也就是对于主体的有用性。它是一个反映主体对客体的肯定关系的范畴。主体是指人类以及一定社会的社会集团、个体成员。客体是相对主体的东西而言，是指自然界、人类社会和人类文化，包括自然物、物质财富、精神财富、社会制度，以及相对主体而言的别人、集团、阶级、民族，等等。价值就是由主体的需要和客体的属性二者之间的关系构成的。客体自身的属性成为主体需要的价值对象，而主体的需要则成为客体自身属性的价值认可。价值不是反映实在对象的实体范畴，即不同于象物质、运动、静止、时间、空间等物质实体范畴，而是反映主体和客体之间关系的范畴。因此，主体的需要和客体的属性是价值构成的两个不可缺少的方面。

客体自身的属性是构成价值的客观基础，它决定着客体自身是否能够满足作为主体的人的需要，对人们是否有用，即是否有价值，以及有什么样的价值。粮食、蔬菜、水果、禽蛋等之所以成为食品，在于它们包含有人们所需要的营养成分，氰化钾、氧化砷（俗称砒霜）之所以不具有食品的价值，在于它们包含有毒害人们身体的成分。作为价值的客体，既可以是物质的东西，也可以是精神的东西。客体的属性是多方面的，它自身的价值也是多方面的。客体自身的一种属性可以形成一种价值，客体的一种属性也可以形成多种不同的价值。一种木料具有可以制造家具的属性，它可以给人们提供制造门窗、桌椅、衣柜、书架、木床等多种价值。也有的客体的多种属性形成一种价值。我们说树木具有自然美的价值，就在于它具有翠绿的树叶、挺拔的树干、婀娜多姿的枝杈。客观事物的多种多样的属性，由于人们的需要的不同，形成了

各种不同的价值。由于事物的许多属性是互相联系、不可分割的。因此，依据人的需要，在价值的形成过程中，可以只选择该事物某一种或几种属性，其他属性可以不在考虑之列。事实上，这些属性如果离开其他属性，它本身也就不存在了，因而也就不能构成任何价值。可以说，如果该事物的某些属性是构成该价值的直接的客观基础，那么该事物的其他属性就是构成该价值的间接的客观基础了，这是必须看到的。至于该事物如具有某些有害属性，从而不能构成价值，乃是不说自明的。

另一方面，人们的需要是价值存在的前提。没有作为主体的人的需要，客观事物纯属“自为的存在”，没有“为他的存在”，不是作为关系而存在，因而也不能形成价值。没有人的需要，也就不会有价值的存在；没有人的不同需要，也就不会有各种不同的价值。人类产生以前的自然界就是非价值存在的自然界。显然人的需要是价值构成的不可缺少方面。人的需要是一种客观的需要，不能把它归结为主观的东西。它表现在：人本身就是一种客观存在物，因而作为客观存在物的人的需要也是客观的。就是说人的经济生活、政治生活、文化生活的需要是客观的，就连人的生理器官、生理机能的需要都是客观的；人的需要不是单纯由人们主观意志决定的，不是人们可以随意想有什么需要，就有什么需要，这些需要是由客观历史条件决定的。生产力发展水平和生产关系的性质、人们在生产关系中所处的地位规定着人们的需要。没有某种历史条件，就不会提出某种需要，原始人不会提出使用机器生产的需要，因为那时没有这样的物质基础。可见，人的需要是客观的，不是主观的。当然，人的这种客观需要

反映到人的头脑中来，就表现为动机、目的、志向和观念，即表现为主观要求。但这只是人的需要的反映，而不是人的需要本身，人的需要和主观要求是两回事，不是一回事。不能把人的需要归结为主观需要，不能把它看成是主观随意的。正因为人的需要是客观的，不是主观的、任意的，因而它和客体属性所构成的价值关系，才是现实的关系，才形成各种实实在在的价值。

在价值构成中，客体的属性是消极的、被动的方面，人的需要是积极的、主导的方面。客体的属性是价值的承担者，客体的属性适合于人的需要，才形成特定的价值。就是说，它只能提供自身具有的适合于人的某种需要的属性，而不能提供自身所不具有的属性。这里并不否认客体属性对人的需要的形成有制约作用，而是说它和人的需要相比，属于价值构成中的被动方面。人的需要却不同，它是价值关系中的主导方面。马克思指出：“忧心忡忡的穷人甚至对最美丽的景色都没有什么感觉；贩卖矿物的商人只看到矿物的商业价值，而看不到矿物的美和特性；他没有矿物学的感觉。”^①许多自然现象，如风雨、雷电、火山爆发等，就这些现象本身看，很难确定它是好事还是坏事，只有按照人的具体需要，才能确定它们有无价值。一个事物具有哪些价值和价值的大小，人们的社会需要及其发展程度起着主导的作用。电子计算机之所以有多种的用途和应用的普遍化，迄今为止之所以在人类历史上还没有第二种工具能和这种得到如此广泛应用的电子计算机相媲美，就是由它能满足人的多种多样的

① 《马克思恩格斯全集》第42卷，第126页。

需要所决定的。人的需要的提出，并不以现有的物质财富和精神财富为满足，它还可以超越现有的物质财富和精神财富，提出新的需要。我们说的这种新的需要是具有现实可能性的需要，也就是经过人们的实践活动，在或长或短的时间内能够得到实现的需要，而不是指那种具有虚幻可能性的根本不能实现的需要。正是人的需要的不断发展，才成为人们实践活动的推动力，不断创造新的物质财富和精神财富，不断形成新的价值。当这种新的需要得到满足后，又会提出更新的需要，形成更新的价值要求、价值对象。价值关系的发展就是这样循环往复，以至无穷，一次比一次进到更高级的程度。电子计算机的飞速发展，就是最好的例证。从本世纪四十年代中期开始的第一代电子计算机，经过晶体管、集成电路、大规模集成电路到目前已经开始研制的第五代超大规模集成电路，即人工智能计算机，就是由于不断提出新的需要所推动的结果。从电子计算机应用发展的四个阶段可以看出：第一阶段，由于研制导弹、原子弹，发展航天技术的需要，使计算机具有了军事和科学研究价值。第二阶段，由于企业和政府机构实施工业控制和现代化生产管理的需要，使电子计算机具有了经济管理价值。第三阶段，由于社会各行各业的服务和中小学教育发展的需要，使电子计算机又具有了社会服务和普及教育的价值。第四阶段，由于家务劳动现代化的需要，使电子计算机又具有了家务管理价值。随着人的新的需要的提出，计算机将具有更新的价值，将发展到一个更高的阶段。可见，人的需要的主导作用，从计算机的发展中得到了最好的说明。

由上可知，在价值构成中，客体的属性是价值形成的客

观基础，是价值的承担者，但客体及其属性本身还不是价值，因此，不能把客观事物的属性本身说成是价值；人的需要是价值形成的前提、主导因素，但人的需要本身也不是价值，不能仅把人的需要说成是价值。价值只能形成于客体的属性和主体的需要的联系、结合之中，存在于二者的关系之中。价值既决定于客体自身的属性，又决定于主体的需要，是客体的属性和主体的需要的统一。如果离开客体自身的属性，抛开价值关系的承担者，即客体本身，将价值本身完全归结为人的需要，甚至归结为人的主观欲望或爱好的产物，使价值主观化，势必陷入唯心主义价值观的窠臼。如果离开人自身的需要，抛开价值关系的主体因素，将价值本身完全归结为客观事物本身，把价值看作客观事物本身固有的东西，这样就和那种“石头的生成就是为了盖房子用的”神学目的论走到一起去了。

二、价值的分类

由于作为主体的人的需要不尽相同和事物属性的多种多样，因而也就构成了种类繁多的价值。大体说来，价值可以分为两大类：物质价值、精神价值。从价值的内容来看，既然价值是客体的属性和主体的需要的统一体，那末因为这种统一体的内容的不同，价值可以区分为各种不同情况：作为主体的人有物质生活方面的需要，客体也有物质的属性，这两方面的结合，就构成物质价值。作为主体的人又有精神生活的需要，客体也有精神的属性，这两方面的结合就构成精神的价值。作为主体的人，既有物质生活的需要，又有精神生活的需要，而且又能创造物质财富和精神财富，以满足社

会和自身的需要。我们把这种既不能简单地归入物质价值，也不能简单地归入精神价值的特殊价值，称为人的价值。

从价值存在的形式来看，价值的存在形式，主要是从价值的客体方面表现出来。价值的主体需要的表现，不能求助于自己，它必须在自己本身之外的对象中，在客体属性中得到表现，即主体对象化。这正象人的本质的表现，不能仅从它自身中得到说明，而必须从人的本质的对象化中得到说明一样。马克思说：“饥饿是我的身体对某一对象的公认的需要，这个对象存在于我的身体之外、是我的身体为了充实自己、表现自己的本质所不可缺少的。”^①人的饥饿的需要只有借助于客观对象才能得到说明和确认。一旦人的需要和客体属性联系起来，事物的属性也就变成了价值属性，事物本身也就成了价值客体。没有价值客体，也就没有价值。在这个意义上，也可以说，价值客体也就代表了价值，马克思也曾经把使用价值和商品体在同等意义上加以使用。他说：“物的有用性使物成为使用价值。但这种有用性不是悬在空中的。它决定于商品体的属性，离开了商品体就不存在。因此，商品体本身，例如铁、小麦、金钢石等等，就是使用价值，或财物。”^②商品体可以表示使用价值，同样，价值客体也可以表示价值。价值客体就是价值的表现形式，从价值的客体表现形式上，我们也可以把价值分为物质价值客体、精神价值客体和人的价值客体。

物质价值是指所有能满足人们物质生活的需要，有益于

① 《马克思恩格斯全集》第42卷，第168页。

② 《马克思恩格斯全集》第23卷，第48页。

人们的物质生活的物质客体，即物质产品、物质财富。当我们说，能够满足人的需要的物质客体具有价值时，不言而喻，这是指物质客体对人们的物质生活必须是有益的，而不是有害的。有些物质产品，其价值是一分为二的，从一方面看是无价值的，从另一方面看则是有价值的。如海洛因对吸毒者的身体是有害的，但作为药品可治疗某些疾病则是有益的。懂得这一点，具有重要的实际意义，它使我们不致于把世界上的所有物质客体笼统地都看作有价值的或无价值的物质客体。

一切价值客体都是和人的实践活动相联系的。物质价值客体和人的实践相联系，可以区分为两种不同情况：一种是未经过人类加工的物质价值客体，如天体、阳光、空气等。这些物质客体虽然也是人们需要的对象而成为价值客体，但这种价值客体，并未打上人的劳动的印记，没有经过人们的加工改造，它以自然物的存在形态被纳入到物质价值范围。因此，我们称这种价值客体为“自然物质价值客体”。另一种是经过人们加工改造过的物质客体，如人们生产的各种物质产品，包括生产资料和生活资料，以及为国防、科学研究、文化教育活动提供的各种器械和物质设备。这些物质客体，都是在人们生产实践过程中，改变了原来自然物的存在状态，使之具有满足人的需要的物质价值客体，我们把这种价值客体称为“社会物质价值客体”。自然界中有些物质价值客体，如山脉、河流、湖泊、草原、沙漠、海洋等，似乎属于纯自然物质价值客体，实际上，这些物质客体多数也是人们长期实践活动的结果。马克思和恩格斯说，这些感性世界绝不是开天辟地以来就已经存在的，始终如一的东西，而是工

业和社会状况的产物，是历史的产物，是世代活动的结果。这些物质客体，也都是人类实践活动的产物，应把它们归入社会物质价值客体的范围，或自然物质价值客体与社会物质价值客体的统一的范围中去。在现代人类生活中，主要依靠人们改造过的物质客体来满足自己的物质生活需要，就数量上讲，社会物质价值客体要比自然物质价值客体多得多，而且随着人们改造世界能力的不断提高，社会物质价值也会越来越多。但是，这并不是说自然物质价值客体不重要，甚至可以这样说，人类如果离开天然物质价值客体，那就一天也不能生活下去。

精神价值是指能满足人们精神生活的需要，并能给人们的精神生活带来积极影响的精神产品、精神财富的精神客体。精神作为我(主体)之外存在的政治法律观念、科学理论、道德情操、文学艺术、风俗习惯等，又是和我(主体)相对立的客体。这些政治法律观念、科学理论、道德情操、文学艺术、风俗习惯等，对我发生了积极的影响，也就是说，这种在我之外存在的精神，对主体存在是一种肯定关系，因而是一种精神价值。如果说在物质客体中，尚存在对人的需要产生有害作用的物质产品，那么在精神客体中，这种有害的精神产品就表现得更为明显，有些精神产品，如宣扬色情、凶杀的电影、文学，只能给人们带来消极、有害的影响，因而这种精神产品丝毫不具有价值意义。尽管它也能满足某些人的精神需要，能给唯利是图的人带来金钱，甚至会起到麻痹人民意识，瓦解人民革命斗争的意志，进而有巩固剥削阶级统治的作用，但是，判断一种精神产品是否有价值，不是依据它能否满足某些人的需要，也不是看它是否给某个阶级带来