

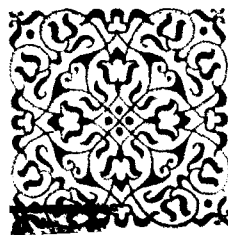
SHICHANG
JINGJI YU
RENJI GUANXI

市场经济与人际关系

尹 明 新 著

四川人民出版社

1994 · 成都



153751

(川)新登字001号

责任编辑：蔡济生

封面设计：邱云松

技术设计：张继坤

市场经济与人际关系

尹明新 著

四川人民出版社出版(成都盐道街8号)

四川省新华书店经销

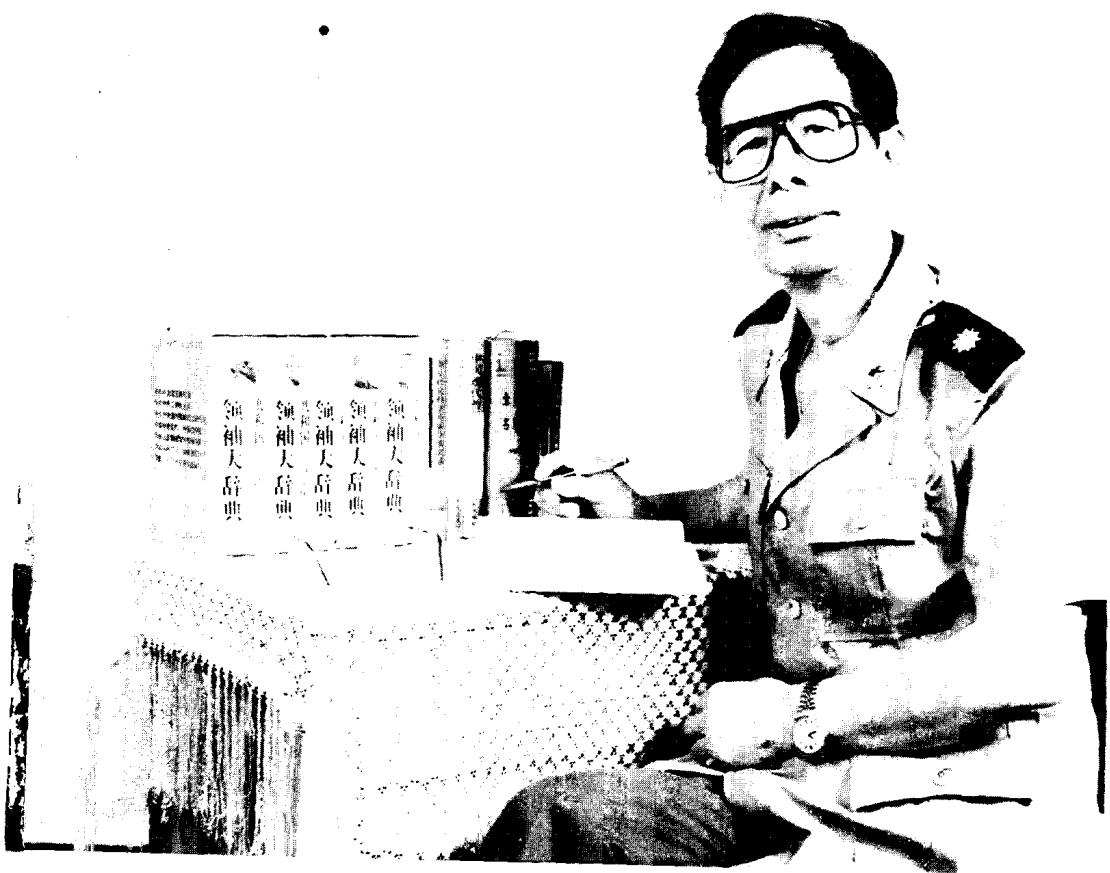
四川新华印刷厂印刷

开本850×1168mm 1/32 印张11.5 插页1 字数266千

1994年9月第一版 1994年9月第一次印刷

ISBN7-220-02569-6/C·202 印数：1—10000

定价：8.00元



尹明新 1938年5月生，四川省三台县人，1962年毕业于四川大学历史系，现为中国人民解放军南京政治学院哲学经济系副教授，中国现代哲学学会理事。长期从事军队教学工作，先后任该院哲学系副主任，理论研究室主任。曾三次立功，多次受奖，授予大校军衔，被收入《全军院校名师大典》和《南京社会科学专家学者名录》。主编著作有《挑战·思考·对策》（团结出版社）、《解放思想，实事求是》（南京出版社）等4部；主要论文有《一切以条件为转移》、《初级阶段的观念意识》等20余篇，其中4篇获奖。现正从事计划经济向市场经济转轨时期社会形态及其运动变动趋势方面的研究，以期在人们关注的社会热点问题上，能引起公众和同仁的重视，并取得一些共识，从而利于中国特色社会主义的健康发展。

前 言

早在1979年10月，邓小平代表中共中央向中国文学艺术工作者第四次代表大会所致的祝辞中就指出：“改革是一场深刻的社会革命，不仅仅要改变现行不合理的经济体制，而且还要改变人们的思维方式、行为方式、生活方式、社会人际关系和家庭关系等等。无数发生在我们生活周围的生动事实，都呈现出近十几年我国的经济体制和人际关系正全方位、深层次地在变革，雄辩地证实了这位高瞻远瞩的改革总设计师的预言。最近，中共十四大提出了建立我国社会主义市场经济的完整概念，制定了相应的实施步骤，这为加速中国的社会发展开拓了更为广阔的道路，铺陈出更令全国人民醉心向往的美好前景。在这计划经济“病”前市场经济万木春的时刻，值得我们注意的是，大多数学人把精力倾斜向经济发展和经济运作的研究，这类图书和文章如雨后春笋，来势如暴风骤雨，冲击着计划经济的桎梏，给中华民族的经济发展出谋划策，成绩斐然，令人欣慰和鼓舞。但是，此间对与市场经济相适应的新型人际关系的探索和研究却相对显得淡薄。物质文明和精神文明是互为表里，相互制约，是相辅相成的。既然经济体制改革作为一项机制和体制的根本变革，是一场深刻的社会革命，那么仅有经济范畴的嬗变是不能完成的。作为社会属性的人的价值观念、价值取向以及建立在市场经济价值观上

的人际关系，如不相应地变革，吐故纳新，那就必将阻碍或窒息市场经济的完善和发展。因此，我国在建立社会主义市场经济过程中，除了需要大力发展社会生产力，大幅度地提高劳动生产率外，还需要与之同步地极大提高全民的素质，增强中华民族的内聚力，树立高尚的社会道德风气；不仅允许少数人先富起来，而且要使全民族都安居乐业，共同富裕；不仅要使自己的祖国繁荣昌盛，而且要放眼世界，争取全世界的和平和幸福。这是社会主义市场经济所制约的人际关系，和资本主义市场经济构建的人际关系本质区别。从这个角度和意义来探索建立社会主义市场经济氛围中的新型人际关系，是很有现实意义的新课题。

人际关系作为人们交往和社会活动的载体，自然是人们关注和企求获得圆满回答的问题。在追求物质生活得到充分满足的同时，善良的人们也渴求精神生活的高尚和温馨。不过，社会主义市场经济的完整概念提出才不久，因此可资借鉴社会主义市场经济与人际关系探索的著述不多，这可谓筚路蓝缕，社会主义市场经济氛围中的人际关系有如待人开垦的处女地。囿于本人的社会实践经验和水平，我写的这本书，不对各种具体的人际关系及其交际技巧作详细叙述，而是立足深化改革，扩大开放的现实，对人际关系的现状、特点及发展动向，从总体上进行概括和探索，提出一些个人见解，力图提出社会主义市场经济氛围中建立最佳人际关系的设想，在人与人之间架设一座真善美的桥梁，使亿万父老兄弟姊妹在奔小康的道路上，多一些心情舒畅，多一些人生乐趣；少一些尔虞我诈，少一些庸俗腐朽。做到贬恶扬善，去伪存真，希望我国在建立社会主义市场经济过程中，既打破封建人际关系的枷锁，又摒弃资本主义人际关系的伪装，更认清“贫穷社会主义”的危害，从而构建与社会主义市场经济相适应的新型

人际关系，为建立具有中国特色的社会主义添砖添瓦，为保持稳定出谋献策。

我自感我写的这些文字顶多只是一种有益于探讨社会主义市场经济与人际关系的一本读物，书中的许多内容尚待实践检验，更求方家指正。力不从心的困扰，常使我坐卧不安，夜不能寐。但社会的需求，时代的唤应，使我不揣冒昧把煎熬着我的思绪遐想写了出来，抛砖引玉，让更多的志士仁人关注这一问题的研究，引出更多更好的新成果来滋补我们的精神生活，同时，如果读者能从本书获得启示和益处，本人将感到十分满足。

本书在写作过程中得到四川人民出版社的鼓励和支持，得到责任编辑蔡济生先生的大力帮助，并付出了辛勤劳动。借此机会，我谨向热诚鼓励和支持本书出版的领导、同行和朋友表示衷心的感谢。能在自己的故乡出书，我由衷地感到欣慰。

尹明新

于中国人民解放军

南京政治学院寓所

1994年4月3日

目 录

前言

第一章 总论

第一节 经济形态与人际关系…………… (1)

第二节 市场经济与人际关系的研究对象和方法…………… (7)

第三节 研究市场经济与人际关系的现实意义…………… (22)

第二章 传统经济与人际关系

第一节 自然经济与人际关系…………… (34)

第二节 计划经济与人际关系…………… (49)

第三节 “文化大革命”与人际关系…………… (65)

第三章 经济体制改革与人际关系变革

第一节 改革开放对人际关系的影响…………… (84)

第二节 经济体制改革中的人际关系分类…………… (97)

第三节 经济改革与人际关系的交互作用…………… (114)

第四章 建立社会主义市场经济与人际关系协调

第一节 建立市场经济过程中的人际关系…………… (129)

第二节	经济体制转轨时期人际关系的变化 发展规律	(143)
-----	-------------------------------	-------

第三节	市场经济条件下的人际关系协调原则 和艺术	(158)
-----	-------------------------------	-------

第五章 人际关系的误区

第一节	笼而统之的“滑坡论”	(181)
-----	------------------	-------

第二节	缺乏沟通的“利益对立”	(196)
-----	-------------------	-------

第三节	迷惘盲目的“今不如昔”	(213)
-----	-------------------	-------

第六章 人际关系的曲折之路

第一节	国际大环境对我国人际关系的影响	(227)
-----	-----------------------	-------

第二节	市场经济对人际关系的正负效应	(241)
-----	----------------------	-------

第三节	传统文化思潮的两极功能	(258)
-----	-------------------	-------

第七章 畸型人际关系

第一节	畸型人际关系的表现	(273)
-----	-----------------	-------

第二节	畸型人际关系滋生的社会条件	(288)
-----	---------------------	-------

第三节	畸型人际关系的危害	(304)
-----	-----------------	-------

第八章 市场经济条件下新型人际关系展望

第一节	对人际关系现状的总体评价	(315)
-----	--------------------	-------

第二节	人际关系发展趋势预测	(330)
-----	------------------	-------

第三节	改善人际关系的科学之路	(347)
-----	-------------------	-------

第一章 总 论

第一节 经济形态与人际关系

人际关系，简单说就是人与人之间的关系。人们要生存，必须首先解决衣、食、住、行，必须与其他人打交道，从而产生一定的关系。人类的一切活动，包括生产、生活、工作、学习，都有许多纵横交错的人际关系，如生产关系，亲属关系，夫妻关系，朋友关系，师生关系，邻里关系等等。但是，人际关系又不是一般的人与人之间的关系，而是人与人之间直接交往的感情关系。人们的交往有物质交往与精神交往之分。物质交往形成生产性关系。精神交往则形成感情性关系，这一关系要求人们在社会交往中，不仅需要合作，而且需要投入个人感情，进行感情交流。因此，人际关系作为人与人之间的交往关系，具有个体性、选择性、层次性的特征，表现为对他人的喜欢与厌恶，亲密与疏远，是一种感情交往关系。

人与人的关系是社会关系的一个组成部分。社会行为形成社会关系，个人行为形成人际关系。人是社会的人，在现实生活中，难以严格划分社会行为与个人行为的界限，但从行为主体观察，是能够区分个人行为、集体行为，私人关系、群众关系的。因此，人际关系不同于社会关系。社会关系是人在共同实践活动

中结成的一种相互关系的总称，物质资料生产是人类社会赖以生存的基础，生产关系是社会关系的基础，人们的政治、法律、宗教、道德等关系，都是建立在生产关系基础之上的。所以，生产关系是一切社会关系中最基本的关系。人的本质是社会关系的总和，这种社会关系包括生产关系、血缘关系等众多内容。因此，从广义上说，人际关系也是社会关系。但作为个人与个人间的交往，人际关系只是社会关系庞大网络中的一部分，只是内容庞杂中的部份内容。所以，人际关系只是社会关系的组成部份，是社会关系在人际交往中的一种反映。人际关系不能等同于社会关系。

人际关系也有别于公共关系。公共关系作为一门独特的管理职能，主要是使某个组织与个人之间建立相互了解、沟通的渠道，参与问题处理，通过调查研究，使个人意见得以反应，明确管理责任，它主要研究社会群体，而不是个人，重点是企业经营和行政管理对内对外的关系。人际关系不仅研究现代经营和行政管理关系，而且要研究家庭关系、人的行为关系等内容，尽管二者有着紧密联系，公共关系不能离开人际关系，人际关系事实上也无法避开公共关系，但二者毕竟有着质的区别。

人际关系作为研究人与人之间各种关系的形成、发展、变化规律的新兴学科，其重要内容就是要研究各种各样的暂时的长久的人际关系。也就是要研究人际交往中产生的一切现象，包括不同职业、性别、年龄的人际交往形式，不同地缘、业缘、血缘关系的交往特点，不同个性、经历、文化在人际交往中的差异，以及社会经济发展与社会形态变革对人际关系的影响。这一学科特点，决定了人际关系与经济形态之间必然保持着千丝万缕的联系。

但是，真正决定人际关系与经济形态关系的是商品经济发展水平，是社会生活自身。经济形态作为一个历史范畴，是生产力发展到一定阶段的产物，生产力由低到高不断向前发展，社会经济形态也由此经历不同发展阶段。在不同历史发展时期，占主导地位的社会经济形态不同，其人际关系也就不同。商品经济是一种社会经济形态，也就是把产品作为商品的经济形式，这种经济形式在原始社会末期就已出现。当时的商品经济是公有制向私有制转化的小商品经济，是极其简单的商品经济，原始社会作为人类历史上第一个独立的社会形态，其人际关系只能是既简单又质朴，既美好又粗俗，这就是极其简单的商品经济所决定的人类第一个人际关系类型，它以自由平等为基本特征，以团结互助为主要表现。在原始公社内部，大家一起劳动，平均分配，人与人之间的关系完全自由，氏族成员之间，酋长与社员之间，男女之间，都是平等的。为了在艰难的自然环境下获得生存和发展，大家团结互助，和谐相容。到了奴隶社会和封建社会，商品经济有了发展，商品已经跨出家门国门，在不同地域、不同国度进行交换，个别地区，经商已达到越洋跨洲的范围，但从宏观上看，仍然属于简单商品经济，由于自给自足的自然经济作为一种独立的经济形态，占居主导和统治地位，与这一经济形态相适应，人与人的关系就不再是自由平等，而是演变成对立的阶级关系了。奴隶主与奴隶之间的关系在一定意义上已不是人与人的关系，而是人与物的关系。奴隶是会说话的工具，可以任意打骂，甚至可以随便杀戮。人身依附，等级森严成了自然经济形态下人际关系的根本特点。商品经济在资本主义社会获得空前发展，并在社会中居主导、支配和统治地位，从而形成一种独立的社会经济形态，与此同时，人际关系也出现了前所未有的新变化。长期以来占统

治地位的人身依附关系被打破了，雇佣关系代替了人身依附关系，人际间的一切成了交换买卖的对象，人际关系成了金钱关系和买卖关系。以上情况表明，人际关系的发展，与商品经济这一经济形态的发展程度直接相关，商品经济从产生、发展到占据主导地位，经历了不同历史发展阶段，人际关系也因此而形成了平等自由、等级依附、雇佣买卖等不同特征。由此可见，商品经济作为一种独立的经济形态，对人际关系的影响是明显而巨大的。

不仅如此，商品经济发展的规模和程度，也决定着人际关系内容和实际交往的领域。原始社会的生产力低下，人们除勉强糊口以维持生计外，无剩余产品可言，当然也就谈不上商品交换，人们打猎获取食物，其活动空间，被限制在体力所及的狭小范围内，人际交往也被限制在氏族内部成员之间，血缘关系成为最重要的人际关系。传统观念，道德习俗，成为维系良好人际关系的基本准则，除掠夺食物和械斗外，基本上不与外界人员交往。至于地域相距较远的部落，由于各方面限制，更谈不上人际交往问题，对原始人来说，他们被束缚在自己生活的小天地，对外界事物基本上一无所知。直至今日，人类已进入信息时代，新技术革命浪潮席卷全球，人际交往空前广泛活跃，但这一切，对于生活在南太平洋小岛热带丛林中的原始部落来说，完全无动于衷。他们在森林中打猎栖息，刀耕火种，没有什么商品交换，连简单的商品经济条件也不具备，因此，这些人从不与外人往来，偶遇外来人，深感惊奇。在他们心中，只有头领和本部落成员，只有这些人才是个人交往的对象。到了原始社会末期，公有制逐渐向私有制转化，极其简单的商品经济开始出现，人们才逐渐扩大交往范围，交往对象随之增多。

在奴隶社会和封建社会中，商品经济有了发展，商品生产规

模扩大，商品交换增多。人们穿越沙漠，把大量商品从亚洲运到欧洲、非洲，商人接踵穿梭，在中国与中亚和欧洲形成了陆上和水上“丝绸之路”，商品经济发展打开了人们眼界，人们开始突破狭隘的生活地域，其交往范围已不限于本乡本地本土，而是拓展到异国他乡，其交往对象，亦突破血缘范围，在不同种族，不同信仰中的人员中进行。商品交换，促进了人际关系的发展。但是，奴隶社会和封建社会的商品经济，仍然属于简单商品经济，它从属于自然经济，其发展速度亦十分缓慢。这就从根本上限制了人际关系的进步和发展，在自然经济占支配地位的条件下，夜郎王竟然问汉朝使者“汉孰与我大”；而阿拉伯人误把非洲西北广大地带称作“马格里布”，看成是地球最西边的土地，也就不足为奇了。中国在传统人际交往中，不善言辞，崇尚清高，封闭保守，性格内向，喜怒哀乐不形于色等，与中国传统社会在经济形态上长期以来一直以自给自足、男耕女织为主体的自然经济为特征的农业社会分不开。我们可以说，如果人际交往像资本主义那样发达，阿拉伯人决不会把西北非看作是“马格里布”，同样，如果商品经济高度发达，中国人的个性决不会如此内向。

资本主义取代封建主义，商品经济获得飞跃发展，进而取代自然经济，成为独立的占主导地位的经济形态，人们为了推销商品，占领市场，千方百计突破自然经济的地域限制，面向社会，到处奔走，建立广泛的人际联系，人的个性获得解放，人际交往空前广泛，人际关系具有明显的开放性质，人际关系的内容更丰富，形式更为多样。

历史发展的事实表明，经济形态与人际关系是紧密相联的，经济形态不同，人们的交往方式和交往范围就不同。人们把奴隶、农民、工人提供的剩余产品，通过交换实现其价值，从而满

足个人利益的多种需要。一直不断扩大的商品交换，使商品经济始终不断向前发展，其直接结果之一，就是促进人际关系的变化。所以，漫长的商品经济发展历史，实际上是一幅人际关系发展的进程表。人际交往的规模、范围、方式，无不受商品经济发展的强烈影响，无不以经济形态的状况为转移。

市场经济是发达的商品经济，资本主义市场经济条件下的人际关系，是人际关系发展的重要时期。在资本主义市场经济中，人们有了人身自由和更多的独立性，人际间的交往具有明显的开放性，个性解放，平等竞争，在纵横交错的人际关系网中施展才能，使生产力获得空前进步，但是，资本主义人际关系的实质也充分暴露出来。对此，卡莱尔说得十分坦言直率，人与人之间除金钱关系外，不会有其它任何联系。他和老婆之间的联系百分之九十九也是表现在同样的现金交易上。卡莱尔的话说得极端了一些，但在资本主义市场经济条件下，一切为了金钱，金钱就是一切的人际关系实质，是确实存在的。需要指出的是，资本主义市场经济作为人类社会经济发展不可逾越的一个阶段，相对于自然经济条件下的人际关系，则是一大历史飞跃。在资本主义市场经济条件下，人际关系有丑陋的一面，人们不择手段的追求金钱，金钱支配人际关系，尽管如此，比起自然经济条件下的人际关系来，却文明和高尚得多，它摧毁了残酷的人身依附关系，尊重人的个性和自由，注意满足人们的心理需要，重视调节人们的生活和工作环境。这一切，都是自然经济条件下人际关系所无法比拟的，把人际关系作为一门学科而加以系统研究、探索，也是在资本主义市场经济条件下实现的。

建立市场经济，也是社会主义经济发展不可逾越的阶段，在公有制基础上搞市场经济，对我们说来是崭新课题，需要大胆实

践，长期探索，广泛借鉴，深化认识，才能实现既定目标，而弄清经济形态与人际关系的联系及其运动变化规律，对我们是大有裨益的。

第二节 市场经济与人际关系的研究对象和方法

人际关系是人类最古老的关系，凡有人群的地方，就有人与人的交往，有交往必然发生人际关系，因此，人际关系是一个内容广泛的概念，它存在于每一种社会关系内部，发生在社会生活的各个角落，表现出一系列共有特征：

一、社会性。即人际关系的形成、发展，都是在社会活动中实现的。人不是孤立的个人，而是社会的人，人不能脱离社会而孤立进行活动。人与人之间的种种交往，都是社会生活的反映，从本质上说，都是人们从事的一种社会活动。群体性是古猿变成人的重要条件，人本身就是社会性动物。从表面看，人际关系似乎是个人与个人之间的交往，但事实上，这种交往本身就是实实在在的社会活动。人际交往使人类文明得以传播和发展，使个别发现或发明成为共同社会财富，使人真正进入社会，发挥社会作用，展现各种社会关系。孤立的、脱离社会的人际关系是不存在的。另外，个人交往，离不开交往语言，交往工具，个人活动离不开社会领域和必要生活条件，只有社会提供必要的工具和条件，个人才能进行交往活动。至于交往原则，交往规范，那更是社会实践的产物。所以，任何个人交往都是在社会大舞台中进行的，任何人际关系，都是社会生活的反映。

人际关系不仅反映人与人的关系，而且反映人与人背后隐藏着的物的关系。生产力越发达，商品经济越发展，人际间的交往

就越广泛；反之，交往就狭窄。生产力提供交往工具和手段，商品经济促进交往扩大和发展，生产关系制约交往的性质、内容和方式，人际交往则是包括人际关系在内的生产关系维系和实现机制。交往是社会结构体系建立的重要因素，个人交往是社会整体结构存在的先决条件。

二、客观性。客观性并不是说某人与他人之间早就注定要交往，某男某女前世就确定要结成夫妻。而是说，个人之间的交往，是一种客观存在。人际关系的深度、广度、人际关系的发展，人际交往的工具和条件，受客观环境的制约，最主要的，是受社会经济发展的制约。在封闭的自然经济条件下，个人交往摆脱不了封闭的枷锁，消除不掉狭窄的烙印，在自然经济占主导地位的封建社会，个人间的交往有封书信就不错了，以致出现“家书抵万金”的情况。而在市场经济高度发展的当今社会，个人交往不仅有书信传递，还有电视电话，在极短时间即可与遥远的个人通话，其时间之迅速，空间之广大，都是自然经济条件下所无法比拟的。在商品经济不发达的年代，交通工具落后，人际交往地域狭小，人际关系中的血缘关系占着特殊突出的地位，个人常常通过家庭或地区性联系而与他人作交往，个人所占的位置显得十分次要，完全是一种极其有限的人际关系。在市场经济发达，生产力高度发展的今天，一切就大不一样。现代科技使世界各地区各民族联系极为方便，市场经济大潮把亿万个人卷入庞大的人际关系网络中，封闭自守的状态已被打破，人际交往具有普遍性和全面性的特点，人们借助于发达的交往工具，在广阔的地域和空间，进行着普遍交往，建立起空前广泛的人际关系。

三、复杂性。人际关系不是单一的关系，而是多重的关系。人际关系的复杂性，除由于社会本身的复杂性所致外，还有其它