消费社会学视角下生态捕捞实践困境的源生机制分析

秦杰

(中国海洋大学国际事务与公共管理学院 青岛 266100)

摘要:为破解生态捕捞实践困境,促进海洋渔业资源的可持续发展,文章引入消费社会学的研究视角分析生态捕捞实践困境的源生机制,并在此基础上提出源头把控对策。研究表明:由于消费者对于海产品的偏好呈现原生态性、稀缺性、猎奇性和炫耀性的消费需求,这种消费需求作用于市场,并主导市场上禁渔期和禁捕鱼类的交易秩序和潜在规则,从而刺激盗猎市场的繁荣,导致过度捕捞的盛行,间接危害生态环境和渔业资源的可持续发展,使得当前生态捕捞实践存在困境;因此,消费端是生态捕捞困境的源头,破解生态捕捞困境亟须引导消费者树立科学适度的生态观和消费观,践行符合生态文明进程的“生态消费”方式。

关键词:消费社会学;生态捕捞;消费需求;市场驱动;海洋生态文明

中图分类号:F326.4;S931.1;S975;P745

文献标志码:A

文章编号:1005-9857(2021)04-0034-06

The Origin Mechanism of Ecological Fishing Practice Dilemma from the Perspective of Consumption Sociology

QIN Jie

(School of International Affairs and Public Administration, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: In order to solve the practical dilemma of ecological fishing and promote the sustainable development of marine fishery resources, this paper introduced the perspective of consumption sociology to analyze the origin mechanism of the practical dilemma of ecological fishing, and on this basis, put forward the source control countermeasures. The results showed that: since the consumers' preference for seafood presents the original ecological, scarcity, novelty and conspicuous consumption demand, this kind of consumption demand acted on the market, dominated the trading order and potential rules of closed fishing season and closed fishing in the market, stimulated the prosperity of poaching market, led to the prevalence of overfishing, and indirectly harmed the ecological environment and fisheries. The sustainable development of resources made the current ecological fishing practice difficult. Therefore, the consumer side was the source of the ecological fishing dilemma. To solve the ecological fishing dilemma, we need to guide consumers to

收稿日期:2020-08-28;修订日期:2021-03-14

基金项目:中央高校基本科研业务费专项项目(201961057).

作者简介:秦杰,硕士研究生,研究方向为海洋社会学

establish a scientific and appropriate concept of ecology and consumption, and practice the “ecological consumption” mode in line with the process of ecological civilization.

Keywords: Consumption sociology, Ecological fishing, Consumption demand, Market driven, Marine ecological civilization

0 引言

近年来,近海过度捕捞成为制约我国海洋渔业资源可持续发展的重要原因。为应对过度捕捞导致的海洋生态系统失衡和海洋渔业资源枯竭等问题,生态捕捞应时而生。规定禁渔期和禁渔区是世界各国普遍实行的生态捕捞措施,但在禁渔期和禁渔区内的非法过度捕捞现象仍屡禁不止,导致渔业种群资源不能及时修复和增殖,在客观上加剧渔业资源的衰退程度^[1]。

目前生态捕捞实践仍存在困境,因此深入探讨过度捕捞的原因具有重大的现实意义和学术价值。已有研究成果对于生态捕捞实践困境的原因分析多侧重于政策缺陷^[2]、执法漏洞^[3]和渔民利益^[4]等直接相关方面,对于过度捕捞主体的逻辑分析也仅停留在关注渔民和渔政等直接利益相关者。那么,渔民过度捕捞的预期利益从何而来?过度捕捞的非法渔获物流向何处?间接导致过度捕捞的根本性源头是什么?对这些问题尚未进行追根溯源的深入分析。在当前消费主义社会背景下,生态捕捞实践困境与市场需求有着必然联系。本研究重点从消费社会学的视角分析过度捕捞现象背后由消费需求所形成的市场驱动机制,探讨构建符合当前生态文明建设进程的消费文化,并引入“生态消费”的概念,试图从消费端破解生态捕捞实践困境。

1 消费社会学:生态捕捞实践困境的研究视角

随着消费社会的到来,消费逐渐取代生产成为社会生活的中心,社会学越来越关注消费的社会性现象和问题^[5],其中影响消费观念和消费行为的社会文化因素成为消费社会学研究的重要议题。布迪厄是消费社会学的奠基人物,主张采用习惯、品位、生活风格和文化资本等范畴对消费行为进行社会学分析^[6]。随着社会制度的变迁、社会文化的重塑以及社会生活的日益繁荣,人们的消费观念和消

费行为不断变化,消费需求呈现个性化和多样化的趋势。

饮食消费是重要的消费支出之一,消费者对饮食消费的需求也呈现新的社会功能和社会气象。消费的目的不仅是满足实际需求,而且要满足被制造和刺激起来的欲望。在饮食消费中,人们消费的不仅是食物的食用价值,而且包括食物被赋予的符号象征意义^[7]。根据马斯洛的需要层次理论,一方面,饮食消费是为了满足最基本的生理性需求,这是由饮食的自然属性和自身价值所决定的,消费者注重食品的营养健康、卫生安全和保健功效;另一方面,饮食消费是为了满足在生理性需求基础之上所衍生出的较高级需求(如自尊、归属感乃至自我实现),这是社会文化赋予食物的附加价值和社会属性,使饮食消费成为重要的社会表达方式,其不仅承载消费者的身份、地位和影响力,而且彰显消费者的品味、喜好和个性。

在当下践行生态文明和生态捕捞的消费社会背景下,部分消费者由于生态环保和可持续发展意识不足,对于海产品的消费需求缺乏“生态自觉性”。这种缺乏“生态自觉性”的消费需求可以分为2个层次:①对海产品有“量”的需求,即不讲生态,不懂禁渔,只想“吃饱、吃好、吃得香”;②对海产品有“质”的需求,如只吃海钓或现捞的鱼,甚至将食用珍稀鱼类和濒危动物作为彰显身份、品味和个性的方式,为满足一己私欲而乐于为经济类幼鱼和濒危鱼类等禁捕生物“买单”。在消费社会学的视角下,这2个层次的消费需求都在一定程度上间接促进过度捕捞市场的发展,加剧生态捕捞实践困境。

2 生态捕捞实践困境:过度捕捞仍然盛行

为应对过度捕捞和无序捕捞所导致的海洋生态系统失衡问题,缓解海洋渔业资源的衰退和枯竭,生态捕捞应时而生。生态捕捞是在生态文明建设的制度框架下,以科学管理和开发利用海洋渔业

资源为目的,根据当时当地海洋生态系统的稳定能力和恢复状态,依据海洋渔业资源繁殖、生长和发育的规律以及开发利用状况,在一定的空间与时间内规定禁渔、休渔和限制使用某些渔具渔法的相关标准。目前我国已实施限额捕捞制度、捕捞许可制度和伏季休渔制度等一系列生态捕捞措施。生态捕捞能够助力海洋生态文明建设,其根本是发展海洋社会的创新模式,其本质是实现人-海和谐的具体路径,具有重要的时代价值。然而现实情况表明,当前生态捕捞实践存在困境,过度捕捞仍然盛行。

2.1 休渔期内“渔不休”

伏季休渔制度是我国保护渔业资源的生态捕捞基本制度,其规定特定的作业种类在每年的特定时间和特定水域不得从事捕捞作业^[8]。在休渔期实行统一休渔,通过严格管控捕捞时间和捕捞范围、引入“船进港、网封存、证(捕捞许可证)集中”^[9]模式、加强海上综合巡逻执法以及对大型渔船进行定位和监控等方式维护休渔秩序,但仍无法有效遏制偷捕现象。由于休渔期正值旅游旺季,鲜活海产品供不应求,价格的大幅上涨大大刺激捕捞生产。非法捕捞者受经济利益驱动,冒着巨大风险在休渔期利用小船偷捕经济鱼类。各地在休渔期发生的非法捕捞案件屡见报端,严重阻碍渔业资源的可持续发展。

2.2 “禁渔令”下禁渔难

根据长江“禁渔令”的部署,长江流域的重点水域将分类和分阶段实行渔业禁捕,长江上游的珍稀特有鱼类国家级自然保护区等332个自然保护区和水产种质资源保护区全面禁止生产性捕捞^[10]。根据《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国渔业法》和《中华人民共和国环境保护法》,对于非法捕捞者将予以拘留和罚款等行政处罚甚至追究刑事责任。然而“物以稀为贵”,江鱼的价格自长江“禁渔令”实施以来不断走高,一些非法捕捞者为获取暴利铤而走险,禁捕鱼类的捕捞、流通和销售已形成完整的黑色地下产业链,严重威胁长江的渔业资源和禁渔成果。

2.3 掠夺式捕捞屡禁不止

为有效降低捕捞生产对渔业资源的不利影响,

我国在多部法律或规范性文件中列举禁止使用的渔具种类和捕捞方式,但仍有非法捕捞者为提高捕获率而使用地笼网、电网、雷管和农药等非法手段进行粗放型、毁灭型和灭绝型的掠夺式捕捞。掠夺式捕捞所付出的生态代价是巨大的:地笼网会将一定范围水域内的各种鱼类连同小鱼苗和食物链底层的小杂鱼一网打尽,导致渔获物低龄化和小型化日益加剧,影响自然水体的生物种群结构,造成江河湖泊生态系统的严重失衡;电网会导致水体大量微生物群体性死亡,破坏水体食物链结构,鱼类等也会因食物链断裂而死亡;使用雷管捕捞时产生的爆炸冲击波会降低堤岸的稳定性,影响河道蓄水行洪安全,若操作不慎甚至危及捕捞者的生命安全;农药中的有毒污染物会污染和沉积在水生植物和底泥上且不易分解,易使水体长时间受到二次污染,降低水体质量,严重污染和破坏水域生态环境^[1]。

3 生态捕捞实践困境的源生机制:消费需求主导下的市场驱动

当前生态捕捞实践存在困境,过度捕捞仍然盛行,其根源主要是缺乏“生态自觉性”的消费需求。消费需求反映到市场即形成市场驱动,市场驱动作用于捕捞者即产生利益预期,利益预期会刺激捕捞者“重利益而轻生态”,最终导致过度捕捞。基于以上过程分析,本研究透过“捕捞—销售—购买”的过度捕捞产业链,追溯生态捕捞实践困境的源头,并探讨生态捕捞实践困境的源生机制。

3.1 饮食偏好衍生消费需求

“民以食为天”。随着生活质量的提升和饮食文化的变迁,人们对“吃”有了更高的追求。海产品素来以高营养著称,人们对于海产品的“量”和“质”都有更高的要求。由于部分消费者的生态环保和可持续发展意识薄弱,对于海产品的饮食偏好缺乏“生态自觉性”,由此衍生畸形和异化的消费需求。

3.1.1 “原生态性”消费需求

随着经济社会的发展与生活质量的提升,越来越多的消费者讲求饮食的科学和健康,十分重视食物的营养附加值,追求健康化、科学化、营养化和生态化的生活方式和饮食偏好。随着城市化的发展,

消费者的原生态饮食需求只能通过市场满足,使原生态食品市场不断扩大。然而部分消费者对原生态饮食的认知存在偏差,过分夸大和吹捧原生态食品的滋补功效和营养价值,盲目追求所谓“非人工干扰”和“非人工养殖”,在海产品消费方面表现为倾向于“海生而非养殖”和“海鲜而非冰鲜”等。

3.1.2 “稀缺性”消费需求

消费者对于海产品的需求具有“物以稀为贵”的倾向,主要表现在2个方面。①在休渔期对鲜活海产品的需求。渔民在开渔期可以正常出海进行捕捞生产,并将渔获物投放海产品市场,基本能满足消费者的需求;而在休渔期,消费者对于鲜活海产品的需求量和购买力仍处在相对稳定的水平,导致海产品市场供不应求,部分渔民在利益驱使下会对处于生长期的经济类幼鱼进行过度捕捞,严重破坏海洋生物的产卵群体和幼体,缩小海洋生物的群体基数,导致海洋渔业资源衰退甚至枯竭。②对珍稀海产品的需求。这种需求刺激渔民对珍稀海洋生物进行滥捕和杀害,严重危及濒危生物种群的生存和繁衍,不利于海洋生态系统的平衡。

3.1.3 “猎奇性”消费需求

在人们无知和猎奇的心理作用下,深海鱼类和野生动物被做成菜肴摆上餐桌,然而人们大多想当然地认为其是健康的而忽视其存在的风险。消费者的“猎奇性”消费需求是非法盗猎市场繁荣的根本动力,因此打击非法捕捞固然重要,但更要从消费环节入手纠正不良偏好。部分消费者会对未曾见过或吃过的海洋生物充满好奇感和新鲜感,这种猎奇心理驱使其热衷于做“第一个吃螃蟹的人”,并以此彰显勇气和个性。但实际上不常见的海洋生物没有经过检疫,可能带有病毒或病菌,即使经过加工烹制也不能保证绝对安全。因此,滥食这些海洋生物不仅破坏海洋生态系统的平衡稳定,而且不利于消费者的身体健康甚至危及生命。

3.1.4 “炫耀性”消费需求

部分消费者将食用名贵或稀缺的禁捕鱼类作为炫耀方式,以满足“一般人吃不起或吃不到”“味道特别”和“大补”等饮食虚荣心,进而证明消费能力^[11]、显示身份地位并获得社会声望。这种畸形的

消费观念反作用于市场会刺激盗猎市场的发展,导致国家珍稀动物被滥捕和杀害,严重危及濒危物种的生存和繁衍以及渔业资源的可持续发展。

3.2 消费需求刺激潜在市场

市场的运作法则是维持供需平衡和追求利益最大化。生态捕捞措施限制海产品的种类和数量,导致海产品供不应求和价格走高,尤其是禁捕鱼类和经济鱼类的销售大有市场。因此,非法捕捞者为获取暴利铤而走险,甚至形成完整的黑色地下产业链。畸形和异化的消费需求通过主导市场的潜在规则和交易秩序,进一步影响生态捕捞实践。

3.2.1 “原生态性”和“稀缺性”消费需求刺激休渔期的潜在市场

开渔期的海产品基本不存在稀缺的问题,能满足消费者的需求。而休渔期由于禁止渔民出海捕捞,海产品只能依靠养殖供应,海产品市场从“海鲜季”进入“冰鲜季”,市场销售以养殖的贝类和虾类居多。然而消费者对鲜活海产品的需求量和购买力仍处在相对稳定的水平,尤其旅游旺季的鲜活海产品市场紧俏,大大刺激渔民在休渔期冒险捕捞生产的欲望。

3.2.2 “猎奇性”和“炫耀性”消费需求刺激禁捕鱼类的潜在市场

生态捕捞规定的禁捕鱼类主要包括经济类幼鱼、珍稀鱼类和野生海洋动物。一些消费者以食用鱼翅的方式满足其好奇心和虚荣心,甚至大量捕食鲸、海豹和海龟等海洋生物。为规避执法部门的打击,非法捕捞者往往与鱼贩之间采取专人上门收购等隐蔽交易方式,有“特殊需求”的消费者还须通过“特殊渠道”提前订货。

3.2.3 潜在交易导致市场“失灵”

要斩断过度捕捞的黑色地下产业链,必须严格规范市场潜在交易和严厉打击市场非法交易。但目前我国的市场监管和执法力量相对薄弱,导致市场“失灵”,过度捕捞的非法渔获物畅销无阻,主要表现在2个方面。①我国已通过一系列法律法规和政策制度促进生态捕捞实践,但海产品市场的流通和销售仍是渔业行政管理的薄弱环节,存在职能交叉、权责不符和监管“真空”等问题,在批发市场和

餐饮企业等海产品销售领域仍存在责任主体缺失和监督管理不到位等问题,留下管理和执法“死角”。②我国海产品市场管理的法律体系仍不完善,执法力量相对薄弱,对于非法捕捞、售卖和滥食的惩戒往往无法可依。亟须以法律手段规范海产品生产者、经营者和消费者的行为,提高违法成本,促进海产品市场的有序运行,引导树立正确的消费观念,形成全社会保护渔业资源的良好氛围。

4 生态捕捞实践困境的源头把控:生态消费

要将生态捕捞落到实处和彻底解决过度捕捞问题,必须斩断捕捞者与消费者之间形成的“捕捞—销售—购买”的过度捕捞产业链。一方面,在捕捞环节通过制度和法律手段禁止过度捕捞行为;另一方面,海产品市场管理部门在流通和销售环节“把住门,不放水”;最重要的是,从源头上把控消费者的购买环节,积极引导符合当下生态文明建设进程的“生态消费”。

生态消费是绿色消费模式,是指既符合物质生产发展水平又符合生态生产发展水平,既满足人的消费需求又不对生态环境造成危害的消费行为^[12]。生态消费以生态文明作为内涵精髓,着眼于生态需求,立足于生态保护,助力于生态捕捞。

4.1 通过适度消费把控捕捞的适度性

生态消费要求人类不可无止境地索取海洋资源,而要将对海产品的消费需求维持在理性限度之内,即不能超越海洋自然资源环境承载力、现阶段生产力发展水平和自身经济能力。近年来,近海渔业过度捕捞成为制约我国海洋渔业资源可持续发展的重要原因,渔业资源呈现普遍的衰退趋势。因此,通过对海产品的适度消费保障生态捕捞,是预防和缓解海洋渔业资源枯竭以及保证人类与环境协调发展的关键措施。

4.2 通过责任消费传递捕捞的责任性

消费是社会性行为。每个消费者在充分享受消费权利的同时,须清楚应承担的消费责任,其中包括不对环境带来损害以及对环境给予相应保护。因此,消费者在海产品消费的过程中,应考虑自己的消费行为是否会破坏海洋生态环境,并应把这种责任性的生态环境保护意识延伸到捕捞者。

4.3 通过科学消费引导捕捞的科学性

科学消费是指消费者具有独立意识和辨别审视能力,基于真实需求消费,而不受外界的诱惑与控制;能够尊重自然、尊重他人和尊重自我,审慎消费而不盲从、节制消费而不挥霍、公平消费而不侵犯他人的消费利益^[13]。消费者应不过分夸大和吹捧禁捕鱼类的滋补功效与营养价值,不盲目追求食补偏方;应树立科学理性的海产品消费观念,从而引导捕捞的科学性。

5 结语

在当前消费社会下,消费逐渐取代生产成为社会生活的中心。随着生活质量的提高和饮食文化的变迁,人们的消费观念发生变化,消费需求呈现个性化和多样化的趋势。生态捕捞作为海洋生态文明建设的重要维度和关键环节,对于海洋资源和海洋环境的可持续发展具有重大意义。只有正确处理好消费社会与海洋生态文明之间的关系,构建符合海洋生态文明建设进程的消费模式,才能彻底破解生态捕捞的实践困境。生态消费作为生态化的消费模式,既符合消费社会背景下物质生产的发展水平,又符合海洋生态文明建设过程中生态生产的发展要求,在满足人们消费需求的同时又不会对生态环境造成危害,从而在消费社会与海洋生态文明之间达成有机统一的良性关系。

消费者是实现生态消费的源动力,消费者对于水产品的消费需求间接决定捕捞者对于生态捕捞的实践效果,因此消费者是保障生态捕捞和促进生态消费的关键。具体可从2个方面引导消费者进行生态消费。①引导消费者树立科学和适度的生态观,明确当前渔业资源衰退甚至枯竭的现状,自觉在生态环境所能承受的限度内满足自身需求;②引导消费者树立健康和合理的消费观,全面宣传关于禁捕鱼类的信息,消除各种将濒危野味和珍稀鱼类奉为上等佳肴的畸形和异化的消费文化。此外,规范生态消费还有必要补齐监管消费端的法治“短板”。目前有相关法律对禁捕水产品的捕捞和销售等违法行为进行规制,但“大饱口福”的消费者一直以来却没有承担任何法律责任。因此从逻辑上来讲,通过法律约束使消费者不敢肆意对禁捕鱼类

“下口”,也是斩断这条利益产业链的关键环节。

参考文献

- [1] 毕敏.非法捕捞水产品犯罪情况调查[J].人民检察,2018(2):68—70.
- [2] 卢昌彩.完善我国海洋伏季休渔管理的思考与建议[J].中国水产,2019(11):46—48.
- [3] 曲亚囡,裴兆斌,杨斯婷.可持续发展视阈下我国海洋伏季休渔制度研究[J].海洋开发与管理,2018,35(9):17—26.
- [4] 同春芬,吴楷楠.生态文明视角下违法捕捞的制度困境及治理对策:以伏季休渔制度为例[J].中国海洋大学学报(社会科学版),2018(6):80—87.
- [5] 李亚.中国消费社会学研究综述[J].中国商界(下半月),2010(7):338—339.
- [6] 王宁.消费与认同:对消费社会学的一个分析框架的探索[J].社会学研究,2001(1):4—14.
- [7] 让·波德里亚.消费社会[M].刘成富,全志钢,译.南京:南京大学出版社,2000.
- [8] 潘澎,李卫东.我国伏季休渔制度的现状与发展研究[J].中国水产,2016(10):36—40.
- [9] 毛玮茜.我国伏季休渔政策对渔业资源的保护效果探究[J].合作经济与科技,2014(13):34—36.
- [10] 杨子江.2020年中央一号文件的渔业政策解读[J].中国渔业经济,2020(2):1—12.
- [11] 刘飞.炫耀性消费:凡勃伦与布迪厄之比较[J].消费经济,2005(3):52—54.
- [12] 邱耕田.生态消费与可持续发展[J].自然辩证法研究,1999(7):50—53.
- [13] 罗莹,穆艳杰.从异化消费到生态消费[J].北方论丛,2014(4):133—136.