



南京工业大学学报(社会科学版)

Journal of Nanjing Tech University (Social Science Edition)

ISSN 1671-7287, CN 32-1653/C

《南京工业大学学报(社会科学版)》网络首发论文

题目: 污染企业的“漂绿”实践及其逻辑——基于 M 牧场沼液污染的经验研究
作者: 汪璇
收稿日期: 2020-12-15
网络首发日期: 2021-02-07
引用格式: 汪璇. 污染企业的“漂绿”实践及其逻辑——基于 M 牧场沼液污染的经验研究[J/OL]. 南京工业大学学报(社会科学版).
<https://kns.cnki.net/kcms/detail/32.1653.C.20210207.1338.006.html>



网络首发: 在编辑部工作流程中, 稿件从录用到出版要经历录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿等阶段。录用定稿指内容已经确定, 且通过同行评议、主编终审同意刊用的稿件。排版定稿指录用定稿按照期刊特定版式(包括网络呈现版式)排版后的稿件, 可暂不确定出版年、卷、期和页码。整期汇编定稿指出版年、卷、期、页码均已确定的印刷或数字出版的整期汇编稿件。录用定稿网络首发稿件内容必须符合《出版管理条例》和《期刊出版管理规定》的有关规定; 学术研究成果具有创新性、科学性和先进性, 符合编辑部对刊文的录用要求, 不存在学术不端行为及其他侵权行为; 稿件内容应基本符合国家有关书刊编辑、出版的技术标准, 正确使用和统一规范语言文字、符号、数字、外文字母、法定计量单位及地图标注等。为确保录用定稿网络首发的严肃性, 录用定稿一经发布, 不得修改论文题目、作者、机构名称和学术内容, 只可基于编辑规范进行少量文字的修改。

出版确认: 纸质期刊编辑部通过与《中国学术期刊(光盘版)》电子杂志社有限公司签约, 在《中国学术期刊(网络版)》出版传播平台上创办与纸质期刊内容一致的网络版, 以单篇或整期出版形式, 在印刷出版之前刊发论文的录用定稿、排版定稿、整期汇编定稿。因为《中国学术期刊(网络版)》是国家新闻出版广电总局批准的网络连续型出版物(ISSN 2096-4188, CN 11-6037/Z), 所以签约期刊的网络版上网络首发论文视为正式出版。

污染企业的“漂绿”实践及其逻辑

——基于 M 牧场沼液污染的经验研究

汪璇

(河海大学 公共管理学院,江苏 南京 211100)

[摘要] 环境治理具有复杂性,其中以企业的污染治理尤为突出,解构企业在环境治理过程中采取的“漂绿”策略,对于理解当前企业环境治理困境至关重要。案例研究显示,企业以公众污染感知为靶向,在与政府、媒体、当地群众互动中分别采取了合理化环境指标、形象整饰、分化利益群体的“漂绿”策略。污染企业“漂绿”实践背后的具体逻辑分别为:污染问题治理的长期性与治理效能显现的短期性要求之间的冲突造成了地方政府的遮蔽倾向;在市场逻辑驱动下,企业通过媒体有选择地披露信息,在积极宣传正面形象的同时,转移污染责任和公众注意力;利用经济利益模糊村庄受益、受害圈的边界,鼓励搬迁,降低村民的发声意愿与力度。污染企业一方面遮蔽污染问题,另一方面寄希望于技术变革来降低污染,使得环境问题的解决面临诸多障碍。解决企业污染问题,需要对污染问题“去蔽”,而这需要政府、企业、媒体、群众等环境治理主体的共同努力。

[关键词] 环境污染;环境治理;“漂绿”逻辑;环境多元治理;环境问题去问题化

[中图分类号] C912.82 [文献标识码] A

“漂绿”(Greenwash),作为舶来语,自2009年《南方周末》首次公布“中国企业漂绿行为排行榜”以来,就开始进入公众和学界的视野,然而却一直未能获得较高的关注度。“漂绿”这一概念伴随西方绿色消费潮流而生,起初是指企业为了迎合市场和消费者^[1]、提升竞争力^[2]、获得绿色“溢价”或政府政策倾斜,在绿色信息不对称的前提下,以“绿色”为卖点,采取的表面性或象征性绿色宣传^[3],有选择地披露有关组织或产品的环境绩效等正面信息、隐瞒潜在的负面信息^[4]的企业行为。2008年,发表在《工业设计》杂志上的一篇标题为《对工程师们有用的环保新闻》的文章首次提及“漂绿”一词。当时国内对“漂绿”的理解主要还是遵循市场逻辑,将“漂绿”定义为“公司为了经济效益,扭曲或夸大其产品的环境效益的行为”^[5]。2009—2017年,《南方周末》公布年度企业漂绿行为排行榜9次,所涉企业均触及法律底线。随着《南方周末》的影响力越来越大,国内公众对“漂绿”的理解也有了新的变化。“漂绿”不再只是一种市场行为,更是在巨大的经济效益与极

[收稿日期] 2020-12-15

[基金项目] 江苏省社会科学基金重点项目“‘歌车模式’的绿色转型”(19SHA002)

[作者简介] 汪璇(1994-),女,安徽马鞍山人,河海大学公共管理学院社会学系博士研究生,研究方向:环境社会学、农村社会学。

低的“漂绿”代价驱使下的企业越轨行为。有学者注意到信息披露的滞后性与企业收益的关联,即企业可利用信息披露的时间空隙获利^[6];还有学者注意到了“绿色”与政府补贴、银行贷款的关联^[7]。除此之外,“漂绿”尚没有得到学界更加深入的关注。

在中国本土语境下,“漂绿”作为一种虚假宣传,不仅容易误导消费者、影响市场秩序,还与环境破坏、健康威胁、社会不公平挂钩。在《南方周末》公布的年度企业漂绿行为排行榜中,此类案例不胜枚举。例如,以GL电器为首的8家知名企业为骗取国家节能惠民政策补贴,多报、虚报节能销量;又如,WLM公司一直宣传节能环保、绿色供应链,却在2009年监测的40个样品中被发现含有50余种农药残留;再如,SH集团,自称要打造中国的“绿色煤都”,却在内蒙古自治区草原开采煤矿和兴建化工企业,大量抽取地下水,导致水资源短缺、地下水位下降。随着政府的持续介入以及相关法律的不断完善,部分企业有所收敛,但仍有企业寻找政策模糊地带、采取更为隐蔽的“漂绿”策略。吊诡的是,在环境立法不断严苛、环境治理力度不断加大、公众环境保护意识不断增强的情况下,企业“漂绿”行为仍然得以存续,其中的原因是什么?王伟等认为,问题引爆机制的缺乏是关键因素^[8]。周慧等认为,处于垄断地位或优势地位的龙头行业与中小企业相比之所以具有更加强烈的“漂绿”倾向,是因为其产品的不可替代性,换言之,消费者无法通过停止购买来实现对企业“漂绿”行为的处罚^[9]。刘传红等通过分析企业“漂绿广告”的发生机制发现,“漂绿广告”之所以能够实现,实际上是广告主、广告经营者和广告受众三者合谋的结果,尽管受众是“漂绿广告”的直接受害者,但在“漂绿广告”的运作中,他们却在无意之中参与到这场“造绿”活动中^[10]。此外,王菲等关注媒体在企业“漂绿”过程中所发挥的作用,即媒体虽然也参与环保活动,但只介入“曝光”环节而非“定罪环节”,且对相关问题关注度缺乏持续性^[11]。“漂绿”不仅是单个企业行为,而且还是在“国家—市场”框架下企业与政府、民众、媒体之间互动、博弈甚至合谋的社会过程;不是某个主体在一瞬间发生的某个动作,而是在各主体互动过程之中不断调适的整个过程,各主体的行为选择与逻辑值得社会学界关注。

为回答以上问题,本文对华东地区丹村M牧场的“漂绿”行为展开研究。M牧场曾入选《南方周末》年度企业漂绿排行榜候选名单,至今仍对当地造成严重的环境污染,其“漂绿”行为具有一定程度的代表性和典型性。2006年,M牧场入驻丹村,使丹村成功脱贫,同时也给丹村带来了沼液污染的环境风险。2008年的一场特大暴雨使M牧场隐蔽的沼液乱排行为暴露于人前。通过丹村村民的努力,丹村沼液污染的事实一方面借助媒体为外界所知,另一方面随着牧场被勒令整改而有所缓解。此后,从政府文件上看,M牧场在沼液处理技术升级、改善周边环境方面做出了积极的努力,官方监测数据基本达标,丹村村民的相关反映趋近于零。从新闻报道上来看,M牧场积极改进沼液处理设备,不断提升沼液处理效率,积极促进沼液还田,环境整治较为成功,污染问题似乎已得到解决。然而,通过笔者的追踪调查发现,丹村的环境污染问题仍然存在且污染形势比较严峻。为何文本事实与实际事实截然相反?其背后的社会机制如何?探寻以上问题背后的社会机理,是本文研究的基本目的。

一、文献述评与研究思路

由于学界对“漂绿”的研究有限,所以需要从社会学的经典研究中汲取营养。环境社会学研究倾向于从建构论的角度出发,在环境问题的呈现机制、隐形机制研究之中探寻其中的影响因子和

深层蕴含。

1. 环境问题的呈现与“问题化”

环境问题的呈现,即环境问题演变为社会问题并呈现在公众眼前的过程,也即环境问题的“问题化”结果,是国内外环境社会学的研究重点,相关研究尤其强调环境问题呈现过程中的互构性。例如,佩罗等将环境不公平问题的形成过程视为“多方行动者在一定政治经济框架中,为争夺有价值的环境资源而互动的动态演变过程”^[12];陈涛等在分析蓬莱 19-3 溢油事件的问题化机制时,也着重阐述了政府、科学家、大众传媒、社会公众和渔民等多种力量的角逐过程^[13]。此外,从某一主体角度出发探讨环境问题呈现的关键因素亦是环境社会学的研究主流。彼得·L·伯格等关注主体对世界的理解、解释与日常知识、生活经验的动态关联以及主体之间关系的极高灵活度^[14]。我国学界对环境问题呈现机制的研究已经较为成熟。陈阿江认为环境污染的问题化是环境治理的前提条件,而技术是清晰呈现污染问题的有效工具^[15]。值得注意的是,国内学界更多将“问题化”视为弱势群体利益表达的武器和抗争“造势”的工具^[16]。韦长伟将“问题化”逻辑的目标呈现划分为合法化建构、获取社会支持、试探性施压三级,其总结了“问题化”的说、闹、缠三种策略^[17]。

环境问题的呈现机制明确界定了利益相关者的边界,尤其关注各行动主体的互动策略对环境问题走向的影响,具有强烈的“正向建构”的色彩。目前学界关于“漂绿”的研究多从企业的角度出发,采取“企业—其他主体”的二元对立的视角,因此,多主体视角的分析方法对于企业“漂绿”实践的研究具有启发性。

2. 环境问题的“隐形”与“去问题化”

环境问题的“隐形”机制,作为呈现机制的另一面阐述,意在探寻环境问题得以“去问题化”背后的社会机理。在理想状态下,当环境污染发生时,环境问题遵循“环境污染—社会影响—社会反应—社会问题”的逻辑成为社会问题。但在现实过程中,环境问题所涉主体间的竞争、冲突、顺应与合作的不断演化决定了环境问题的最终走向。环境问题为何走向“隐形”?“受益圈/受苦圈”理论较早地关注到污染所涉群体的受益、受害程度对其针对污染问题的态度以及解决问题的动力的影响^[18]。陈燕从汉尼根环境建构论的角度出发,将环境问题“隐形”的影响因子归结为缺乏科学权威的支持、媒体的舆论宣传、可见的经济刺激、科学普及者、制度化赞助者^[19]。

“去问题化”是环境问题走向隐形的工具。包士康等在 2011 年首次提及“去问题化”的概念,并将其界定为“当某种社会现象虽然具备了社会问题的构成要素,但由于种种原因这种社会现象没有被公众,尤其是没有被政府或权威机构认定为社会问题,而试图采用政治的或经济的手段来应对的过程”^[20]。崔凤等关注技术、政策之外的社会不同层面的联结对污染问题隐形化的影响,归纳了隐形环境问题的特点:污染源头是不值钱的小企业、影响效果有限、没有大规模的群众事件发生等^[21]。陈阿江关注“显性问题隐性化”的现象,以联席会议机制为代表的环境治理策略,使显性环境问题变为隐性环境问题,即使污染看似得到解决,但实质上仍然存在^[22]。此外,值得注意的是,虽然“去问题化”这一概念使用率不高,但在许多研究中已经有所涉及。例如,在农村人居环境整治过程中,为完成上级政府的检查任务,基层政府倾向于有针对性地选择易于体现目标效益的非技术性治理模式(如刷墙、办宣传栏等)^[23]。张继焦在研究中提及了我国政府与企业庇护与被庇护的“伞式关系”^[24],对于理解在环保督察政治背景中,地方政府在完成整治指标与保护地方

支柱企业之间摇摆、承担“保护伞”角色、掩盖支柱企业污染事实的行为具有启发意义。李彩虹等在北坝村调查中发现村干部在积极问题化、获得抗争胜利后,因为地方政府施压、本村青年婚姻问题等原因,转而有意地为村庄“去污名化”^[25]以抵消“问题化”了的环境污染给村庄带来的负面影响。可以说,“去问题化”策略研究已经得到部分学者的关注,但缺乏以企业为主体,讨论企业与其他主体互动逻辑的动态研究理路。

3. 评述:企业“漂绿”与公众污染感知

通过文献梳理,可以发现“问题化”是普通群众利益表达的工具,“去问题化”则多涉及政府层面。“去问题化”作为一种处理策略,不仅适用于政府,同样适用于企业,且极具社会学意味,可以解释企业“漂绿”行为与污染隐形之间的关联。企业作为建构主义视角中最重要的主体之一,一直没有被作为研究重点,从企业的角度出发观察污染的“去问题化”逻辑与过程具有创新性。

陈阿江提出了环境问题呈现的三个维度:①物质世界的真实状态;②技术测量所呈现的状态;③社会感知的状态^[15]。公众的污染感知是判定污染问题走向“呈现”还是“隐形”的主要指标,其可以被划分为两个维度:技术感知和社会感知。首先,物质世界的真实状态无法完全体现,而科学的技术测量可以最大程度地反映物质世界的客观状态。在技术壁垒下,公众只能依靠官方数据感知污染程度。在官方数据显示污染程度低时,公众无法身临其境,难以直接感知受污染环境,往往会选择相信污染问题已经得到解决。其次,社会感知即公众对于污染问题的关注和认识,是污染问题是否成为社会问题的主要因素,可以细分为社会影响(包括范围和程度)、当地群众反应两个指标。在环境抗争研究中,“把事情闹大”的行动策略是受污染群体利益表达的主要手段,实际上是提升公众对污染问题的感知程度,将环境问题上升到社会问题层面,以期维护自身利益。因此,公众的污染感知是企业“漂绿”策略的直接靶向。而企业的“漂绿”策略如何作用于公众污染感知,从目前来看,仍处于“黑箱”之中。企业种类多样,业务类别繁多,因此,本文只能尝试借助于建构论,通过剖析某一典型案例,来一窥企业“漂绿”的实践策略及其逻辑。本文运用田野调查、文献研究等方法,试图通过对M牧场“漂绿”行为的分析,探寻背后各主体行为的运作逻辑,揭示企业“漂绿”行为何以被选择、何以能够存续的社会机理。

二、“依附”政府:“政经一体化”下的环境指标合理化策略

1. M牧场及其沼液污染

2006年,M牧场作为某重大招商引资项目的配套牧场落户AS市贫困村丹村,是我国第一个万头规模的奶牛养殖基地。M牧场虽然作为原奶供应基地,不需缴纳任何税款,但其配套的大型乳企却是AS市财政收入的支柱型产业。为配合M牧场落地,AS市政府提供了投资补贴、免基础设施建设费用、无偿提供千亩建设用地等优惠政策,最终M牧场仅直接投资4000万元。在“三聚氰胺事件”爆发前,乳品企业的原料来源以“散户养殖+奶站收购”的模式为主,在“三聚氰胺事件”爆发后,政府开始鼓励乳企自建牧场进行规模化养殖。自M牧场建立伊始,牧场的规模化养殖模式就因为其本身可能带来的防疫风险和污染风险而为专家、媒体所诟病,但在当时的社会背景之下其似乎成为保证乳品安全的最佳选择。此外,M牧场给丹村提供了一百多个就业岗位,帮助丹村完善基础设施,实现脱贫。

巨量沼液的处理问题是以M牧场为代表的规模化奶牛养殖基地的“痛点”所在。首先,沼液

生产速度极快,产量极大。2006年,M牧场的存栏奶牛量为7 500头左右,平均每日排泄牛尿180吨、牛粪375吨。其次,沼液的消费速度极低,这是因为:第一,沼液需要经过一定时间的发酵、进行稀释才可以使用;第二,沼液作为肥料的施用量极低,且使用具有季节性;第三,沼液在丹村没有市场,村民没有将沼液作为肥料的习惯,也不愿意出钱购买,更倾向于使用农家肥。最后,在土地配比不够的情况下,无法单纯依靠还田的方式消纳沼液。根据2018年1月22日农业部公布的《畜禽粪污土地承载力测算技术指南》的要求,每10 000头存栏奶牛牧场的粪肥全部就地利用所需水稻田面积多达11 363.63亩,而M牧场占地仅仅1 000亩,远远达不到就地利用的规模。为此,M牧场采取了扩建露天化粪池的措施来处理沼液。专业技术壁垒使得牧场周边村民即使察觉、意识到巨量沼液给村庄带来的环境风险,也没有相关证据,只是觉得“牛粪太臭了、影响生活”。2008年,一场暴雨暴露了M牧场偷建化粪池以存储沼液的污染行为,使得企业的污染行为显露。在当地村民的利益表达行动下,地方政府约谈M牧场负责人,要求牧场做出整改。

2. 合理化环保指标遮蔽污染实情

从相关政府文件中似乎可以得出M牧场沼液污染问题正在得到积极解决且效果良好的结论。首先,从已有文件、通知上可以获得的信息是,当地政府一直在规范企业污染行为。近年来,M牧场所在的区人民政府先后发布了《关于切实履行企业环保主体责任严格落实污染防治整改措施的通知》《关于进一步加快沼液环境污染问题整改工作的通知》等文件,同时区农业部门也先后下发了《关于加快推进生态循环农业项目实施进度的函》《关于落实废弃物资源化利用专家指导意见的函》,市农业部门也下发了《市农业委员会关于进一步规范M牧场沼液还田有关事项的通知》。在2017年,由区农委牵头划定该区的禁养区、可养区、限养区,对禁养区内所有的禽畜养殖户和限养区内的部分禽畜养殖户依法限期关闭、搬迁、取缔或转产,并对养殖专业户的养殖规模进行了严格规定。在此背景下,M牧场所在地被划为整个区内唯一的可养区。其次,基层环保部门设立了对M牧场的专用检测台账、聘请专家做环境评估。从台账上看,M牧场周边地区各项指标均达标,也即M牧场周边环境指标均达到了规定标准(见图1)。

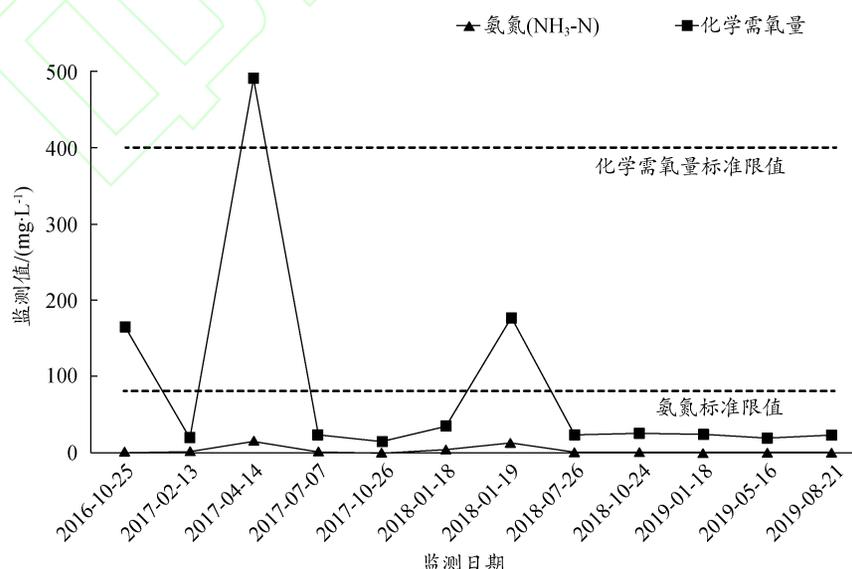


图1 2016—2019年AS市环保局对M牧场的监测数据

图1显示的是AS市生态环境局自2016年10月至2019年8月间对M牧场周边某雨水排出口水质的监测数据。生态环境局公布的指标有两个:氨氮和化学需氧量。从图1可以看出,除了2017年4月监测出的化学需氧量高于标准线,在其他时间段监测出的数据均远在标准线以下,而2016年10月以前和2019年8月以后的检测数据均未公布。即使如此,已经公布的监测数据尚存疑点。首先,每次测量的雨水排出口的位置未显示,且测量时间均为午夜12点,测量的数据是否可以代表当地的沼液污染情况?其次,氨氮和化学需氧量两个指标是否足够呈现?此外,也尚无对2017年4月化学需氧量超标的情况做出解释。在2018年环保督察时发现,M牧场用暗管将约10 000 m³沼液排入废弃沟塘贮存,仍然存在严重的偷排行为。2019年5月,当地政府聘请专家现场勘察、对环境风险进行评估,但一直没有公布评估结果,不具备专业知识的公众无法对政府的检测数据做出判断。这种强调政府行动、忽略行动后果事实的行为,降低了公众的技术感知度,极易遮蔽污染实情。

3. 环境整治背景下的“政经同盟”

政府—企业的同盟关系是企业“合理化环保指标”,是使得污染企业“漂绿”策略得以成功的内在逻辑。在压力型体制下,基层政府的权力授权于上级政府,上级政府的战略定位对基层政府的行为方向产生决定性影响。张玉林发现,在整个体制开始重视环境维度的时候,基层政府环境治理方面的一系列努力并没有取得实质性效果,他总结了基层政府行为的第二层压力——生存压力^[26],即农村税费改革后,基层政府的维持和运行、工作人员的工资和福利主要来自于工商企业所缴纳的税收。对于基层政府来说,环境保护和经济的双重压力处于此消彼长的动态关系^[27],在环境压力不甚明显的情况下,政府倾向于保经济。目前我国高度重视环境治理,将其作为政府业绩考核的重要指标。“环境保护”与官员的业绩、升迁直接达成正向关系。按照“政绩跑步机”理论,在政绩考核的激励作用下,地方政府应致力于对污染企业进行严格管理、解决污染企业常年积累的环境负债^[28]。然而在实际操作过程中,政府仍然为污染企业提供“伞式保护”^[24]。

在环境保护上升为国家战略的过程中,为何部分污染企业的“漂绿”行为不仅持续存在,还可以得到地方政府的保护?在业绩、税收、就业等正向刺激以外,笔者发现,污染企业的性质也是一大因素。类似于M牧场的大型污染企业,带来的污染问题不是短期内就可以解决的。在自上而下的环境治理考核的压力下,在公众要求尽快看到环境治理效果而地方政府还没有找到解决污染问题的有效办法时,地方政府倾向于暂时“遮蔽”污染问题。在人为操作之下,地方官员的环境责任考核逐渐流于形式,地方政府的“遮蔽”倾向给予污染企业自我绿色宣传的“底气”。

在技术壁垒下,上级政府和民众未能获得最为原始的环境保护监测数据,因此,往往将官方的环境保护监测数据作为衡量企业污染程度的重要参考依据。合理的监测数据不仅显示出政府良好的环境治理效果,还印证了企业“绿色生产”的“真实性”。留痕化、数字化的治理技术普遍应用于政府管理过程中,在暂时没有找到治理的最佳路径时,给污染企业定性“绿色企业”会产生反向适配效应,即环境保护往往只为满足技术要求,沦为形式主义。污染企业在公关过程中较多使用政府监测数据,增加自身的可信服力。因此,“政经同盟”下的监测数据合理化策略不仅是地方政府的暂时“遮蔽”策略,更是污染企业“漂绿”行为的重要内容。

三、“巧用”媒体:市场驱动下的绿色宣传策略

在市场逻辑驱动下,企业采取一系列措施以塑造符合公众期待的社会形象。污染事件距离公

众生活世界较远,因此,完全不在场的公众接受信息的主要渠道是媒体,在海量信息的冲击下,公众倾向于相信接收频率较高的信息。利用媒体宣传企业形象、规避企业污染责任,是企业印象管理的重要策略。M 牧场积极宣传在环境保护方面所做的努力、尽量避开沼液污染的问题,并将“主动污染者”形象巧妙地转化为“被动污染者”。传播学将这种为了操纵受众对特定事物认知,过分强调某一方面而又有有意忽视其他内容的行为称为“洗牌作弊法”^[29]。

1. 采取积极的正面宣传策略

目前,在搜狐网等媒体上可以搜索到《央视聚焦 M 牧场,实地探索牧场废弃资源循环利用奥秘》《M 牧场养殖业反哺种植业树循环经济典范》《奶业脊梁引领未来》等正面报道的文章。在这些报道中,对 M 牧场扩建“全国最先进的沼液处理和循环利用系统”的报道尤为突出。M 牧场的沼液处理和循环利用系统具体处理方式如下:自动清粪系统刮粪机将生粪清入沼气池,经稀释投入反应罐,加入菌种发酵,产生沼气、沼液及沼渣。沼气经管道运输供厂内发电机房发电、锅炉房供暖及焚烧炉焚烧死牛。根据 M 牧场的统计,该循环利用系统的沼气池每日产气量在 14 000~15 000 m³之间,基本可供厂内正常运作。沼液经脱渣后,部分进入回冲池供清理牛舍使用,部分由外包车装载运出灌溉农田。沼渣继续发酵,达标后用于铺垫卧床^①。从媒体的宣传报道来看,这是一个绿色、无污染的处理系统,如果沼液的处理率和成果利用率均达 100%,是不可能对周边环境产生污染的。然而在实际运作过程中,M 牧场在多地随意倾倒废液,被指严重污染环境和危及取水安全。M 牧场在公众面前宣传实行了严格的环境保护处理措施但暗地里大大放松沼液处理力度的行为,被《南方周末》总结为“前紧后松”^②。

2. 转移污染责任,转移公众注意力

(1) 强调“相对无污染”

“这么大的牧场,产生巨量牛粪是很正常的……我们牧场采用了国内最先进的沼液处理设备……沼液处理对于任何一个大型的乳品企业都是一个令人头疼的难题……我们所说的无污染是相对的概念,我们为了尽可能地减少沼液污染,不断扩建沼气循环处理设备,也成立了环保中心,招聘研究生、本科生专门负责难题攻关”。(访谈编号:MC20151102,牧场公关人员)

(2) 推卸污染责任

M 牧场将丹村村民的拒绝配合、地方政府的消极支持视为导致沼液无法及时消纳的关键。

“我们自建立伊始就设计了‘牧草种植—奶牛养殖—原奶加工’的绿色经营模式,牧场周边气候温暖湿润,土质疏松、排水良好、肥沃湿润,非常适合种植麦冬、苜蓿等牧草……但是村民一直拒绝流转土地给我们”^③。(访谈编号:MC20151102,牧场公关人员)

“从 2005 年到现在,已经 12 年了,几个老总找镇政府、区政府(要求增加配套用地),政府说好,我们来流转,可是光喊口号不行动。老百姓就不把地给你,你能打他骂他吗?”(访谈编号:

^①卧床指的是为牛提供休息的地方,组成部分有牛卧栏、牛颈轨、配套抱卡和螺栓,根据牛的体型可灵活调整,其主要功能是规范奶牛休息位置,使其“睡有其位”、互不干扰,以保证其高质量睡眠和牛体安全,沼渣垫料可以改善卧床的舒适度。

^②参见:袁端端,冯洁.2012 中国漂绿榜[EB/OL].[2020-11-19].<http://www.infzm.com/contents/86026>.

^③虽然 M 牧场给丹村带来就业、道路硬化等方面的好处,但由于其用地是当初地方政府强行征地所得,加上牧场常年乱排沼液、大批辞退在牧场工作时违反规章的村民等原因,牧场与丹村村民关系十分紧张。丹村村民不仅拒绝再次流转土地,还准备于征地合同到期(2025 年)时要回土地。

MC20151102,牧场公关人员)

面对沼液处理难的问题,M牧场没有选择削减养殖规模,而是将沼液任务外包给几位当地村民组成的合作社。一旦沼液拉出牧场大门,沼液处理的主要责任人就是合作社了。

“自2016年起,我们就将沼液处理的任务全权交给合作社了。我们给他们承包费用,他们帮我们处理……签订合同时把沼液的处理方式都沟通清楚了,如果沼液处理方式不当,村民举报的话,我们会对合作社提出罚款”。(访谈编号:MC20151102,牧场公关人员)

总之,M牧场塑造了致力于升级沼液处理设备,但囿于一些客观因素不得不制造污染,并积极采取措施降低污染影响的“无辜”形象。

四、分化群众:经济利益诱惑下的平息策略

1. 逐步分化利益表达群体

经过实地调查,笔者发现M牧场采取的分化村民群体的策略直接导致丹村沼液污染“消失”于公众眼前(见图2)。

首先,通过经济诱惑模糊村民环境保护目标。丹村赌博风气严重,尤其流行“炸金花”。从事农业获得的收入微薄,无法支撑赌博所需。在镇上工作工资相对较高,且工作地点离家近,因此村民逐渐放弃传统的农耕,闲置了大片的良田和池塘。

“家里的田荒在这个地方没用……然后他打个热线,讲我家需要几车子牛粪……一车子牛粪是给30块钱”。(访谈编号:DC20151102,丹村村委会主任)

对村民来说,顺应天时施肥浇水本应是最普通的常识。为了换取赌资,村民甚至仿照种植庄稼的轮作制,采取了沼液排放轮作制,即将田地划分成几小块,轮流装载沼液。数不清的小块良田因为直接装载沼液而失去培育能力,成为废田。最后村民干脆将废田完全视为天然化粪池,放弃传统的环境伦理规范,变保护者为污染者,在环境污染中获益。

其次,通过外包沼液让村民参与进来。如前所述,M牧场改变了沼液处理方式,不再采用露天沼液池堆放的方式,而是将沼液处理任务外包给由几名丹村村民组成的合作社,将污染的责任转移到村民身上。合作社成员长期背负村民指责,加上村民对沼液是否倾倒在自家门前特别关注,沼液处理变得越来越困难。于是2017年合作社将沼液处理任务二次承包给村民,村庄内沾亲带故的熟人网络削弱了村民的抗争意愿。

“来保是我家远房亲戚,他和几个人把村子后面大坝里的水抽干,腾地方装沼液,不信你去看……原来是无业游民,没有工作,天天闲在家里,田也懒得种,现在把这个当作职业来做……应该没有人举报,是亲戚,不好说,我们就在背后讲讲”。(访谈编号:DC20170216,普通村民)

最后,鼓励附近村民搬迁。为了减少受污染影响的村民数量,M牧场积极鼓励周边村民搬迁。生态环境保护局在官网上公布了“截至目前,M牧场对周边卫生防护距离内的居民全部实施搬迁”的消息。M牧场推动村民搬迁一方面使得村民远离之前的生活环境,自身污染感知度下降;另一方面从根本上瓦解了抗争力量,削弱了公众污染感知的可能性。再加上村庄空心化,农村精英流出,激进的利益表达者通过搬迁进入城市,村庄利益表达群体力量失衡。村庄目前常住人口大约占全体村民的5%,其中以60岁以上老人居多。

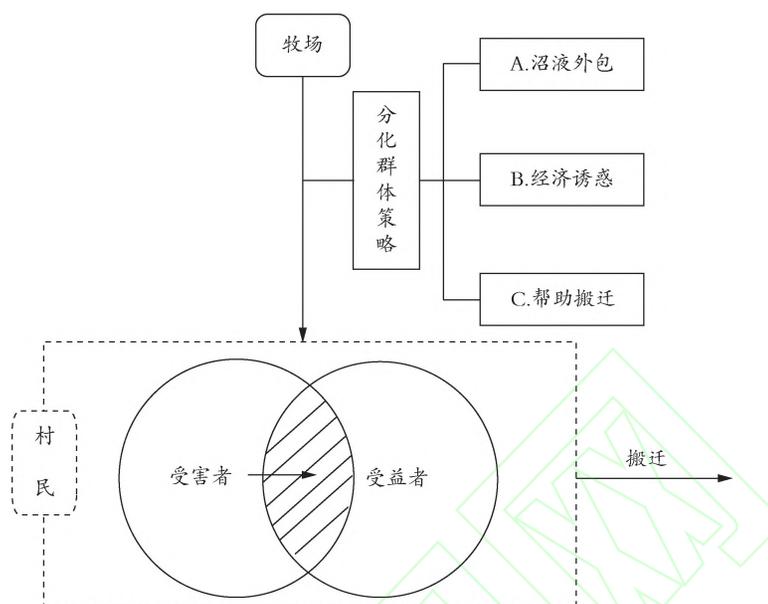


图2 M牧场分化当地村民群体的实践框架

2. 村民群体分化与利益表达

以往的环境抗争研究多将地方政府与企业视为利益共同体,将当地民众归纳为环境决策的局外人和污染受害者。将所涉群体完全割裂开来的互动论倾向具有一定的局限性。环境抗争的主体是受害者,从道德视角来观察这种群体性事件,极易单一地将污染地的居民视为被动的受害者。然而,当地民众一定是被动的环境受害者吗?此外,很多学者观察到了环境抗争目标的短视性。从长远视角来看,当地民众抗争的最终归宿往往只是获得经济补偿,而将污染企业搬离污染地作为抗争目标的概率极低。为何环境抗争具有不彻底性?从受害群体的角度出发,环境社会学界对环境抗争的动力因素的研究成果非常丰硕,例如,冯仕政在关于抗争的研究中关注了抗争群体的社会经济地位和社会网络疏通能力因素^[30],黄家亮分析了环境抗争中的社会文化因素^[31],等等。张玉林明确提出在环境冲突中,农民与“企业+政府”力量具有强烈的非对称性^[26]。船桥晴俊的“受益圈/受苦圈”理论看到了受害与受益群体重叠下抗争目标模糊的可能性。其实,受害群体内部并不完全一致,且这种不一致性和内部小群体之间的非对称性是造成环境抗争不彻底的重要因素,值得学界关注。

通过利益诱惑最大程度地扩大受害与受益群体的重叠度,使利益群体力量失衡,是污染企业“漂绿”策略中最重要的一环。王晓毅认为,农民之所以最终失去抵御污染转移的能力,是因为农村的本土知识逐渐让位于外来知识,外界力量在农村取得越来越强的支配权力^[32]。其实,在利益表达群体分化策略下,随着身份的多重化,部分村民逐渐抛弃指导其环境友好行为的本土环境伦理,摇身一变成为主动污染者,部分村民通过搬迁远离污染区域,最终,村民对环境的敏感度下降,降低了抵御环境风险的能力与意愿。

五、结论与讨论

1. 结论

通过梳理相关研究文献发现,国内环境社会学界一般将“问题化”视为受污染群体层面利益表达的工具,将“去问题化”视为政府层面的环境治理逻辑。其实,“去问题化”同样适用于企业,且企业污染的“去问题化”研究是环境问题“去问题化”的重要补充,关注企业的“漂绿”策略及其背后的社会逻辑,有助于理解在环境整治背景下,企业污染走向隐性化,仍然得以存续的原因。

污染企业在环境治理过程中,并不总是处于被动接受的地位。从互动论的角度出发,M牧场的“漂绿”策略可以分为三个方面:①合理化环保指标,即与当地政府达成“同盟关系”,在地方政府的“伞式保护”下,将环保指标操作化达标;②整饬形象,即通过媒体的正面报道,塑造绿色企业形象;③分化利益群体,即通过利益诱惑,分化利益表达群体,模糊受益者与受害者群体界线与表达目标,缩小企业污染的社会影响度(见图3)。

技术壁垒下的公众了解污染解决程度的信息来源主要是政府公开的信息和媒体公开的信息。首先,在生存压力、发展压力以及环境督察直接施加的压力之下,在任职期限短和污染解决长效性的对比之下,地方政府往往倾向于通过不完全公布官方检测数据等方式,达到“遮蔽”污染问题的效果。其次,媒体信息对公众环境评价有直接的影响,因此,企业一方面购买媒体服务积极宣传正面信息,隐瞒/否认负面信息;另一方面利用绿色公关,采用转移污染责任、开“空头支票”等策略挽回企业声誉。此外,利益表达群体内部不对称性和内部利益不完全一致性对抗争目标产生影响。通过利益诱惑分化受害群体,化敌为友,化保护者为污染者,是污染企业“去问题化”的重要步骤。同时,在村庄空心化趋势下,将污染“问题化”的村庄精英的流出已成必然。利益表达群体力量的失衡直接导致污染事件社会影响力减弱。

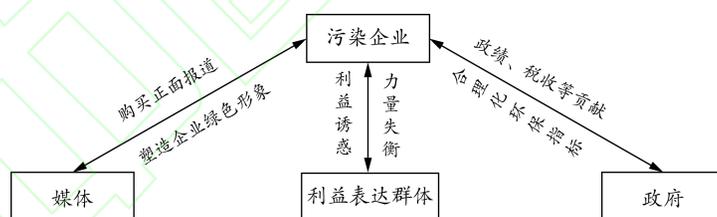


图3 企业污染“去问题化”的实践路径

值得注意的是,M牧场沼液污染问题能够成功“去问题化”,和企业本身的性质有强烈的相关性。首先,产品的特殊性。牛奶不仅关系国民健康,本土企业还要与国际企业展开竞争。奶源的规模化养殖是时代趋势,牧场必须建在加工厂附近,不然会降低原奶品质,因此,不可能因为存在沼液污染就将其关停。其次,技术的限制性带来的社会包容。技术的突破与“漂绿”行为之间具有负相关性^[33]。技术一般被认为是缓解环境污染问题的重要手段,然而技术的升级具有滞后性,因此社会对技术性解决污染问题的手段持有一定的宽容度。M牧场利用了这一社会心理,积极宣传内部处理设施的绿色化,获得了公众的好感。

2. 讨论

环境治理宜疏不宜堵。相对于解决问题,掩盖问题似乎更加容易,但是这种做法治标不治本。

污染企业“漂绿”行为逻辑具有系统性特征,相应的环境治理也必须秉持系统性思维,即不能仅仅依靠或者拔除某一角色的力量,而是需要政府、企业、媒体、村民等环境治理主体的共同努力。

从政府层面而言,应当科学把握“政经同盟”的尺度,即建立科学、正面的政经关系。一方面对企业污染事实采取“零容忍”的态度,并实事求是地根据污染企业的性质,制定科学的政绩考核机制,因地制宜、分时间段设立治理目标;另一方面要克服环境治理形式主义化给环境保护工作带来的便捷感,从源头发现、解决问题。以 M 牧场沼液污染为例:地方政府可以计算科学的配给土地亩数并积极流转以及时消纳沼液;根据目前沼液还田亩数控制牧场存栏量;公开、公正地监测牧场周边环境动态;严惩村庄内乱排沼液的污染行为。

从企业层面而言,企业,尤其是龙头企业,应承担起相应的社会责任,努力打破污染与收益的负相关关系以及针对环境治理的可能产生的消极情绪。一方面,要尽可能减少污染物的影响力,例如,根据污染物处理速度决定生产规模,而不是一味追求生产规模化;另一方面,不仅要摆脱将污染处理设备改造视为恢复生产的工具性措施的消极应对情绪,还要积极思考环境保护行为与经济效益挂钩的可行途径。以 M 牧场为例,在积极升级沼液处理设备的同时,还可以积极流转土地种植消纳沼液率高的牧草,这样既缓解了沼液处理压力,又可以节约牧草运输成本。

从媒体层面而言,媒体应提高对污染企业越轨环境行为的重视程度,保持中立性。一方面应积极报道企业“漂绿”行为,增加对污染企业越轨环境行为的披露频次,减少相关环保信息的不对称性以提高公众的关注度和监督力度;另一方面应保持中立性,客观如实报道“漂绿”新闻,不做“漂绿”企业的片面宣传者。

从村民层面而言,村民搬迁并不是受污染村庄的唯一出路。地方政府可以调动村民的积极性,鼓励其运用在生产、生活实践过程中长期积累的、贴合实际的生态知识,参与到“污染”治理的过程中,从“污染帮凶”回归到“环境保护者”的身份。例如,村民可以改种消纳沼液率高的青稞、小麦,将产品直接转售给牧场,实现绿色生产。政府如何调动村民积极性?村民的地方性经验知识对改善当地环境的可能性又如何?这些问题有待后续进一步研究。

[参 考 文 献]

- [1] CHEN Y S, CHANG C H. Greenwash and green trust: the mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk[J]. *Journal of Business Ethics*, 2013(3): 489-500.
- [2] PARGUEL B, BENOÎT-MOREAU F, LARCENEUX F. How sustainability ratings might deter "greenwashing": a closer look at ethical corporate communication[J]. *Journal of Business Ethics*, 2011(1): 15-28.
- [3] LAUFER W S. Social accountability and corporate greenwashing[J]. *Journal of Business Ethics*, 2003(3): 253-261.
- [4] LYON T P, MAXWELL J W. Greenwash: corporate environmental disclosure under threat of audit[J]. *Journal of Economics & Management Strategy*, 2011(1): 3-41.
- [5] 秦旭画. 食品也要够“友好”[J]. *环境*, 2009(9): 70-71.
- [6] 刘传红. “漂绿广告”的产生背景、主要特征与认定标准[J]. *宜宾学院学报*, 2015(9): 18-25.
- [7] 黄溶冰, 陈伟, 王凯慧. 外部融资需求、印象管理与企业漂绿[J]. *经济社会体制比较*, 2019(3): 81-93.
- [8] 王伟, 刘传红. “漂绿广告”监管需要建立引爆机制[J]. *中国地质大学学报(社会科学版)*, 2013(6): 70-75.
- [9] 周慧, 崔祥民. 真绿还是漂绿: 基于信号博弈的企业绿色行为研究[J]. *江苏科技大学学报(社会科学版)*, 2016

- (4):88-92.
- [10] 刘传红,吴文莹.“漂绿广告”的发生机制与管理失灵研究[J].新闻大学,2020(6):97-108.
- [11] 王菲,童桐.从西方到本土:企业“漂绿”行为的语境、实践与边界[J].国际新闻界,2020(7):144-156.
- [12] PELLOW D N, WEINBERG A, SCHNAIBERG A. The environmental justice movement: equitable allocation of the costs and benefits of environmental management outcomes[J].Social Justice Research,2001(3):423-439.
- [13] 陈涛,吴丽.蓬莱 19-3 溢油事件的“问题化”机制研究:基于建构主义的分析视角[J].南京林业大学学报(人文社会科学版),2014(2):52-60.
- [14] 彼得·L·伯格,托马斯·卢克曼.现实的社会建构:知识社会学论纲[M].吴肃然,译.北京:北京大学出版社,2015.
- [15] 陈阿江.环境污染如何转化为社会问题[J].探索与争鸣,2019(8):140-149.
- [16] 陈涛,李素霞.“造势”与“控势”:环境抗争中农村精英的辩证法[J].西北农林科技大学学报(社会科学版),2015(4):122-128.
- [17] 韦长伟.“问题化”逻辑:弱势群体抗争行动的一种解释[J].理论与改革,2011(5):97-100.
- [18] 船橋晴俊,長谷川公一,畠中宗一,等.新幹線公害:高速文明の社會問題[M].東京:有斐閣株式会社,1985:77-81.
- [19] 陈燕.有限的环境抗争:从环境建构主义视角出发[J].法制与社会,2010(31):164-165.
- [20] 包先康,朱士群.非社会问题化与社会政策遮蔽[J].晋阳学刊,2011(4):28-32.
- [21] 崔凤,秦佳荔.论隐形环境问题:对LY纸业公司的个案调查[J].河海大学学报(哲学社会科学版),2012(4):43-49.
- [22] 陈阿江.技术手段如何拓展环境社会学研究[J].探索与争鸣,2015(11):60-65.
- [23] 唐国建,王辰光.回归生活:农村环境整治中村民主体性参与的实现路径——以陕西Z镇5个村庄为例[J].南京工业大学学报(社会科学版),2019(2):24-37.
- [24] 张继焦.“伞式社会”:观察中国经济社会结构转型的一个新概念[J].思想战线,2014(4):54-61.
- [25] 李彩虹,程鹏立.问题化与去污名化[M]//陈阿江,程鹏立,罗亚娟,等.“癌症村”调查.北京:中国社会科学出版社,2013:121-141.
- [26] 张玉林.政经一体化开发机制与中国农村的环境冲突[J].探索与争鸣,2006(5):26-28.
- [27] 罗亚娟.乡村工业污染的演绎与阐释[M].北京:中国社会科学出版社,2016.
- [28] 任克强.政绩跑步机:关于环境问题的一个解释框架[J].南京社会科学,2017(6):84-90.
- [29] 王积龙,刘传红.环保类虚假广告的破解与治理研究[J].新闻大学,2013(1):92-98.
- [30] 冯仕政.沉默的大多数:差序格局与环境抗争[J].中国人民大学学报,2007(1):122-132.
- [31] 黄家亮.通过集团诉讼的环境维权:多重困境与行动逻辑——基于华南P县一起环境诉讼案件的分析[J].中国乡村研究,2008(1):183-220.
- [32] 王晓毅.沦为附庸的乡村与环境恶化[J].学海,2010(2):60-62.
- [33] 杨波.环境承诺为什么演变为漂绿:基于企业绿色过程模型的解释[J].管理现代化,2012(4):37-41.

[责任编辑 章 诚]