

《产业转型的社会逻辑》

图书基本信息

书名：《产业转型的社会逻辑》

13位ISBN编号：9787509760682

出版时间：2014-8-1

作者：陈涛

页数：199

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《产业转型的社会逻辑》

内容概要

推动产业转型是促进生态文明建设的重要路径。本书以皖南首圩——大公圩为研究区域，以河蟹产业转型的社会文化机制和效应为基本线索，深入考察大公圩河蟹产业转型的历程，通过对适用技术、组织体系、生态资本和民间实践等维度的分析，提示产业转型背后的社会逻辑，为破解经济发展与环境保护的“两难论”及“无工不富”论提供新思路。

《产业转型的社会逻辑》

作者简介

陈涛，男，1983年生，汉族，安徽霍邱人，社会学博士。中国海洋大学法政学院社会学研究所讲师、硕士研究生导师。研究方向为环境社会学与海洋社会学。

书籍目录

- 第一章 导论 / 1
 - 一 选题背景与研究缘起 / 1
 - (一) 选题背景 / 1
 - (二) 研究缘起 / 4
 - 二 研究问题与研究框架 / 6
 - (一) 研究问题 / 6
 - (二) 核心概念 / 7
 - (三) 篇章结构 / 7
 - 三 文献回顾 / 8
 - (一) 农业环境问题研究 / 9
 - (二) 生态现代化研究 / 12
 - (三) 产业转型研究 / 15
 - 四 研究方法 / 18
 - (一) 理论与经验的嫁接 / 19
 - (二) 田野研究路径 / 20
 - (三) 研究资料的收集 / 23
 - (四) 研究资料的分析 / 26
- 第二章 研究区域与研究对象 / 28
 - 一 研究区域 / 28
 - (一) 县域区位与社会经济 / 28
 - (二) 皖南首圩及其河蟹产业 / 31
 - 二 斜“N”形的产业变迁 / 35
 - (一) 从人工养蟹到“大养蟹” / 36
 - (二) 遭遇“寒流” / 37
 - (三) 柳暗花明：“养大蟹” / 41
 - (四) 再上新台阶：“养好蟹” / 43
- 第三章 适用技术 / 45
 - 一 生态技术的推广体系 / 46
 - (一) 农业技术推广的体制性困境 / 46
 - (二) 生态技术推广的组织体系创新 / 49
 - (三) 生态技术推广系统 / 50
 - (四) 生态技术推广中的“梯级层次” / 56
 - (五) 生态技术如何扎根农村？ / 60
 - 二 生态技术的社会适应性 / 62
 - (一) 生态技术推广中的主体 / 62
 - (二) 生态技术推广的标准化 / 64
 - (三) 生态技术扩散的本土化 / 68
 - (四) 技术适应性的社会机制 / 71
- 第四章 组织体系 / 75
 - 一 民间组织 / 75
 - (一) 亲缘/血缘组织 / 76
 - (二) 企业/协会组织 / 79
 - 二 政府组织 / 85
 - (一) 产业规划机制 / 85
 - (二) 政绩考核办法 / 90
 - (三) 水面承包模式 / 95
- 第五章 生态资本 / 98

一 生态资本的社会文化观 / 98
(一) 概念的提出与厘清 / 98
(二) 生态资本的社会属性 / 103
二 生态资本的市场配置 / 108
(一) 市场需求结构与生态等级认证 / 109
(二) 有机食品及其市场机遇 / 111
(三) 河蟹销售的三级市场 / 115
三 生态资本的产业效应 / 120
(一) 休闲渔业 / 120
(二) 招商引资 / 122
第六章 民间实践 / 125
一 从“自上而下”到“自下而上” / 125
(一) 政府倡导的革新模式遭遇失败 / 126
(二) 民间社会对新模式的探索 / 127
(三) 民间实践的社会文化背景 / 131
(四) 民间实践与生态文明建设 / 133
二 从“生态自发”到“生态利益自觉” / 136
(一) 反思和比较中形成“生态自发” / 136
(二) “生态利益自觉”及其逻辑机制 / 141
(三) “生态利益自觉”的普遍化 / 145
第七章 社会文化效应 / 148
一 以河蟹产业为媒介的地域社会 / 148
(一) 从项目社会到特色地域社会 / 148
(二) 特色地域社会的框架体系 / 150
二 河蟹产业对地域人群的影响 / 152
(一) 受影响人及其受影响维度 / 152
(二) 环境知识、意识与行为 / 153
(三) 生态公民 / 157
三 河蟹产业对地域社会的影响 / 159
(一) 社会结构 / 160
(二) 社会分层 / 161
(三) 社会福利 / 164
(四) 社区生产生活 / 165
(五) 民间社会制度 / 166
(六) 亚文化 / 168
第八章 研究结论 / 170
一 经济与环境“两难论”的破解 / 171
二 工业化“宿命论”的破解 / 173
三 持续的革新与超越 / 175
四 成功转型中的生态压力 / 176
参考文献 / 178
后 记 / 191
索 引 / 195
图目录
图1-1 本书的篇章结构安排 / 8
图2-1 当涂县在长江三角洲的地理区位 / 29
图2-2 大公圩区域水系与流向 / 33
图2-3 大公圩农业人口与非农业人口构成情况 / 35
图2-4 斜“N”形的产业变迁轨迹 / 35

- 图2-5 “寒流”致因说及其根源分析 / 41
- 图3-1 生态技术推广体系与组织结构 / 49
- 图3-2 科技示范户责任主体的学历结构 / 56
- 图3-3 农业发明从农业科学家到革新者及落后者的传播 / 73
- 图4-1 全县工农业经济布局 / 88
- 图5-1 河蟹的认证等级 / 111
- 图6-1 于先生的生态认知路线图 / 142
- 图7-1 以河蟹产业为媒介的地域社会的框架结构 / 151
- 图7-2 社会分层路径 / 163
- 图7-3 社会分层路径 / 164
- 表目录
- 表1-1 重大环境污染事件（2006—2014年） / 2
- 表1-2 困境中的湖泊围网养蟹产业 / 5
- 表2-1 大公圩农业人口与非农业人口构成情况 / 34
- 表2-2 大公圩人工养蟹的发展历程（1973—1986年） / 36
- 表3-1 技术指导员的性别、年龄和文化结构 / 52
- 表3-2 科技示范户责任主体的年龄结构 / 54
- 表3-3 技术受众的社会文化特征 / 58
- 表3-4 技术推广—应用中的三大主体 / 63
- 表3-5 池塘生态养殖技术操作规程 / 65
- 表4-1 单位面积生态养殖水面成本—效益分析 / 77
- 表4-2 塘南镇历届“蟹王”、“蟹后”大赛情况 / 90
- 表4-3 全县“蟹王”、“蟹后”大赛情况 / 90
- 表4-4 乡镇农业工作考核中的水产生态养殖指标 / 94
- 表4-5 各乡镇水面承包期的改革时间 / 96
- 表5-1 美国有机食品与普通食品的市场价格 / 114
- 表5-2 中国大陆有机食品与普通食品的市场价格 / 114
- 表5-3 建设中的休闲渔业基地 / 122
- 表5-4 第三届“螃蟹节”期间签约的项目 / 123
- 表5-5 第三届“螃蟹节”期间农业招商签约的项目 / 123
- 表6-1 生态养殖精英对不同时期的水面条件分析 / 139
- 表6-2 生态养殖精英于先生实施生态养殖前后的水面竞标价 / 144
- 表6-3 “生态自发”与“生态利益自觉”的基本维度分析 / 147
- 表7-1 大公圩实施的具有代表性的生态养殖项目 / 150
- 表7-2 公民的三种类型 / 158
- 表7-3 后世界主义与现实世界的生态公民 / 159
- 表7-4 兴村社会福利发放标准 / 165
- 表8-1 大公圩农产品等级认证情况 / 174

《产业转型的社会逻辑》

精彩短评

- 1、呵呵的“河蟹”社会学 浪费钱
- 2、书写的很好，无论是逻辑还是方法都非常值得学习，推荐一读

《产业转型的社会逻辑》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com