

附錄二

詞彙

城乡共好 / 城乡互助 / 城乡协作 /
城乡连结

这是与城乡二元对立观相反的发展观，着重城乡之间的共同发展以及互惠互利。许多地方在追求城市化及经济增长时，不管在政策或资源分配上都以牺牲农村来支持城市的观念，农村迅速被“发展”成为城市，农民随之失去生计。农田减少，粮食自给自足率亦下降，农村传统文化丢失。此外，城市化对天然资源造成破坏，危及人类的生存及延续。

城乡共好/互助/协作/连结等理念，提倡农民与城市居民相互依存互利共享的关系。城市和乡村居民通过不同层面的合作和协作：例如参与劳动、健康消费等等，共同建构一个更可持续、对环境友善的生活。农村不再是城市的附属品，其存在与城市同等重要，城乡互动，不单是货物的流动，更是文化与情感的交流，以及相互的理解。

绿色革命

“绿色革命”一词，最初只是指一种农业技术推广，以至后来改变了全球农业的方向，逐步走上依赖石化原料等外来投入的生产模式。20世纪，西方国家大规模投资农业科学研究，导致农业产量戏剧性的突破。现代化种植模式、农业科学技术的发展、化肥和农药的使用，加速了提高产量的进程。

六十年代，这些西方发达国家将这种农业模式，通过高产品种，与化肥、农药、灌溉的扩大利用相结合，推广到亚洲、非洲和南美洲等地区，导致化肥、农药的大量使用和土壤退化。美国国际开发署官员威廉姆于1968年第一次用“绿色革命”这个词来描述这种农业大发展的现象。

有机农业

有机农业在哲学上强调“与自然相和谐”，是一种兼顾维持土壤、生态系统及人类健康的农业生产方式。主要原则以生态规律，照顾本土生物多样性为本，绝不使用任何化学合成及转基因物质。在考虑农业生产的同时亦顾及社会公平及良好的生活质量。有机农业的概念其实源自于中印等国家的传统农业，以及西方的生物动力农耕。在四十年代的时候，经一些土壤科学家整理后提倡，逐步发展成为全球的农业运动方向。

生态农业

生态农业本质上跟有机农业接近，同样是基于传统农业中“与自然相和谐”的思想，及以本土生物多样性及自然资源作生产基础。但是，生态农业更强调社会文化和生态系统的不可分割性。生态农业与有机农业两种方法的提倡及实践者拥有很多共同之处，他们在很多情况下也会一起合作。

中国对生态农业还出现一种独特的理解，泛指八十年代由政府跨部门推动的生态农业示范，通过现代科学技术与传统农业结合，着眼于农村经济发展与生态环境保护、自然资源的利用、及解决农村能源短缺等问题。

永续农业

“永续农业”是Sustainable Agriculture一词于台湾普遍流行的翻译，指一种农业系统，展现了人类劳动与自然环境的平衡关系，强调农耕生产关系与人类长远发展，以及自然资源使用的协调互动。基于这些思考，“有机农业”、“小农耕作”等农耕方式被视为最主要的方法，同时为了避免远端粮食供应运送所耗用的大量石化能源，永续农业强调缩减“食物里程”的重要性。

永续农业是当代人类反省工业发展、都市文明所形成的能源耗竭、极端气候、社会解组的反思，强调在地供应的永续农业，避免受制于少数垄断的国际农粮体制，并且脱离能源、人口等复杂难题所引发的粮食危机，透过在地食物供应支持和稳定民生。

无公害食品

无公害食品是中国大陆一套食品安全的监督系统，指有毒有害物质控制在安全允许范围内，符合《无公害农产品地方标准》的农产品，或以此为主要原料，按无公害农产品操作规程加工的食品。无公害食品是政府于九十年代初设立，针对当时农业现代化后，农产品上残留过量高毒化学品的问题。

粮食安全

根据1996年世界粮食高峰会 (World Food Summit) 的定义，粮食安全的意义为：“任何人在任何时候均能实质且有效的获得充分、安全且营养之粮食，以迎合其饮食及粮食偏好的活力健康生活。”针对这个粮食安全之定义，其中合共包括六方面的要素：任何人，任何时候，充分，安全，营养和偏好。

粮食主权

粮食主权最早是于1996年农民之路 (La Via Campesina) 率先提出的概念，主张“在自己的土地上生产自己的食物”，由各地方决定本地的农业生产及相应的政策，以及保护本土的文化与环境的权利。农民之路成立于1993年，是一个由世界70多个国家组成的国际农民运动。

粮食主权后来逐步形成一场民间全球农业运动，提供一个平台，挑战全球化和工业化粮食体系下诸多严重的社会问题：生态环境恶化、食品质量安全、贫困饥荒等等，强调本土与基层实践的力量以及社会正义。

绿色消费

早于七十年代末德国便开始有绿色消费的主张，随后环境运动相对发达的欧美、日本等地开始了相关讨论及倡议。绿色消费一方面提倡消费者在选购产品时减少对环境的伤害，同时亦鼓励消费者透过消费选择，推动产品的生产者保护环境。

及后绿色消费开始备受质疑，原因包括绿色消费只提倡消费者消费得更好却不是指出消费者应减少消费，而且环境友善的产品大多因价格高昂而成为有能力的消费者的消费风潮；不少例子更发现污染企业花更多精力打造其绿色形象而不是真正的采取行动，绿色消费仍然相信自由市场的力量，却忽视了主流市场与环境破坏间密不可分的内在逻辑。

21世纪伊始绿色消费慢慢从只关心产品的品质扩展至对生产方式、生产者、贸易方式的关顾，进一步与劳工运动、公平贸易运动有所结连，慢慢发展出道德消费 (Ethical Consumption) 运动。

返乡

“返乡”一词常用于中国大陆，指一群人离开城市，返回农村生活，可以指返回自己的家乡，也可以返到别人的家乡。这群人希望返回自己的家乡/农村生活，为其建设出力，推动其发展。在返乡的人群中，有一群不容忽视的新力军，就是近年在中国大陆逐渐冒现的“返乡青年”。

与政府助推的大学生村官或西部计划等项目不同，返乡青年更多源自自发主动的个体选择，逐渐得到民间公益组织和志愿团体的关注或支持（如本文集谈到的梁漱溟乡建中心、柳州爱农会等），呼应近年的民间“乡村建设”运动。

进乡

2009年，台湾的农阵在美浓集结全台各地关心农村的青年学子，在三天两夜的培训和讨论反思会议之后，四散到台湾各地的农村进行访调。2010年，农阵动员来自各地的年青朋友，一起到农村实地进行草根调查工作。农阵用“进乡”一词来形容他们的调研，而不用“下乡”，因为“进乡”是有进入之意，是一种看城市与农村为平等的意思，而“下乡”则包含城乡地位高低之分。

“进乡”与“返乡”不同之处在于“进乡”是短暂性进到农村生活或作研究，事情完结后，参与者是会返回城市生活；而“返乡”是指长期返回农村生活，把居住地迁移到农村。

社区营造和社区大学

社区营造是台湾政府自1965年开始推动的社区发展政策的核心理念和措施。这个名词正式在1994年出现，当时名为《社区总体营造》的政策，企图从“人”、“文”、“地”、“产”、“景”等面向切入，由外部政策带动“由下而上”、“民众参与”、“社区自主”、“永续发展”等运作原则与方式，培育和凝聚民主社会下的公民意识和社区意识。

社区大学是在社区营造政策下应运而生的。理念上是由县市政府主办，并由对地方经营熟悉的在地团体或大专院校经营。强调透过居民共学，达到学院知识解放与推动公民社会的目的，并同时让地区人士慢慢凝聚成一个新的生活共同体。由1998年成立了全台湾第一所“文山社区大学”之后，至今，已有83所社区大学在不同县市成立。

社群 / 社区货币

社群或社区货币是社群（即拥有共同身份的人群）或社区（地缘意义上的社区）为促进主流经济以外的经济活动所设立之另类交易系统，它可以呈现为印成钞票的货币或电子货币等不同形式。

社群或社区货币的设计，乃希望改造以资金积累为目标的现代货币体系，重新创造以满足日常生活所需的货币和贸易关系，藉此扩大在地资源和就业机会、确保资源留在社区之内，并重建有别于消费主义、增长主义的价值。

消费合作社运动

消费合作社是由消费者携手合资、共同拥有及经营、民主管理的经济实体。作为经济实体，消费合作社不以追求最高利润为目标，而是要推动社员互助合作、回应社员的需要为首要目标。消费者合作社涉猎的经营范围可以很广，比如共同购买、食物供应、零售货品、住房、小额信贷等。除了服务社员外，消费合作社很多时都会秉承社会目标，比如追求社会公正、支持环境友善的生产者等。

消费者合作社运动源起于19世纪欧洲，工业革命及资本主义的扩张严重影响了工人们生计，于是当时的工人运动及社会运动组织者便尝试以推动消费者合作社运动作为回应的其中一种策略。

社区经济 / 社会经济

社会经济（有时被称为“团结式经济”（Solidarity Economy）或“社区经济”（Community Economy）），泛指一些在主流市场以外、挑战主流市场资本运作逻辑的另类经济实践。社会经济运动提倡以下的价值观：一、重视个体与社会的发展，反对经济活动只为个人利润及资本累积服务；二、经济公义与社会平等；三、注重合作及互惠互补；四、生态及环境的保护；五、参与者的民主管理和监督；六、多元发展及多样性。

社会经济的实践五花八门，包括生产者合作社、消费者合作社、公平贸易、社会企业、社区货币、良心消费、集体购买、社区支持农业等等。

社会资本

社会资本是资本的一种形式，概念最初是由经济学的“资本”（传统经济学视资本、土地和劳动为三大生产要素）演变而来的，“资本”首次摆脱了具体的物质形态，包含广义的、抽象的内容。意指处在网路或更广泛的社会结构中的个人动员稀有资源的能力，为实现工具性或情感性的目的，是透过社会网路来动员的资源或能力的总和。

社会企业

社会企业，是从英国兴起的企业形态，从事的是公益性事业，它通过市场机制来调动社会力量，目的是解决社会问题，或是企业本身就是以解决社会问题为目标存在，利润需要用于相关或不相关的社会机构或事业，不是为了股东或者企业的拥有者谋取最大利润而运作。

今日，社会企业有了更广泛的含意。在英国，如何使用利润是区别社会企业与其他组织的关键。在北美，重点在于营利以及解决社会问题。在欧洲则倾向强调“社区共有”，与“私人拥有”区分。