

Nongye Tuiguang Lilun Yu Fangfa

农业推广 理论与方法

主 编 张以山
副主编 张惜珠 王富有

 中国农业出版社

农业推广 理论与方法

主编 张以山

副主编 张惜珠 王富有

中 国 农 业 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

农业推广理论与方法/张以山主编. —北京: 中国农业出版社, 2008. 11

ISBN 978-7-109-13047-0

I. 农… II. 张… III. 农业技术-技术推广-研究
IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 160281 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 白洪信

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 10.75

字数: 298 千字 印数: 1~2 000 册

定价: 28.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

主 编：张以山

副 主 编：张惜珠 王富有

编审委员（以姓氏笔画为序）：

方艳玲 邓远宝 李 琼

陈 刚 范武波 徐兵强

黄 华 黄慧德 温春生

前 言

中国农业出版社 北京

农业推广活动是伴随农业生产活动而发生、发展起来的一项专门活动。随着农业推广活动的逐渐深入，农业推广已成为为农业和农村发展服务的一项社会事业。

农业教育、农业研究、农业推广是构成农业发展的三种要素，没有发达的农业推广，便没有现代化的农业、繁荣的农村和富裕的农民。在知识和信息日新月异，科学技术迅速发展的现代社会，研究和加强农业推广，满足农民的多种需要，主动为市场经济服务，显然十分重要。只有了解和研究农业推广理论、推广的方式方法、推广体制、推广计划及组织、推广教育、推广队伍等方面的相关知识，培养具有推广能力的农业技术人才，才能显著提高农业推广效率，促进农业科技成果从潜在生产力迅速转化为现实生产力，实现我国农业从传统农业向现代化农业的转变，使我国农业能够向高产、优质、高效、稳定、持续的方向发展。

《农业推广理论与方法》一书以创新扩散与农

民行为变化为核心，由推广理论、推广方法和推广实践三部分组成，全面、系统地阐述现代农业推广的理论、方法。本书主要内容包括农业推广的基本含义与功能、农业创新扩散原理、农业科技成果转化原理、农民心理与行为改变原理、农业推广沟通、农业推广教育与培训、农业推广基本方法、农业推广的基本技能、农业推广组织和人员、农业推广项目等。该书可作为农业推广研究生课程的资料，也可作为农业推广管理干部、农业推广技术人员的参考读本。

编著者

2008年10月

目 录

• 1 •

前言

第一章 农业推广概述

第一节 农业推广基本概念	2
一、狭义农业推广	2
二、广义农业推广	3
三、现代农业推广	4
第二节 农业推广特点和内容	5
一、农业推广特点	5
二、农业推广内容	6
第三节 农业推广的功能和作用	12
一、农业推广的功能	12
二、农业推广的作用	15
第四节 农业推广活动概况	17
一、我国农业推广活动	17
二、国外农业推广活动	24

第二章 农业创新扩散原理

第一节 农业创新的采用	37
一、农业创新的含义	37
二、农业创新的采用过程	39
三、农业创新采用过程的推广方法	46
第二节 农业创新的扩散	48
一、农业创新的扩散过程与方式	49
二、农民接受创新技术的特点	58

三、促进农民行为改变的对策	65
第三节 农业创新采用与扩散的影响因素	66
一、创新特性对采用与扩散的影响	67
二、沟通渠道对农业创新采用的影响	69
三、农民自身因素的影响	71
四、创新决策因素的影响	72

第三章 农业科技成果转化原理

第一节 农业科技成果及转化	76
一、农业科技成果	76
二、科技成果转化概念	80
三、农业科技成果转化方式	87
四、农业科技成果转化评价指标	95
第二节 我国农业科技成果转化运行机制	97
一、常见运行机制	97
二、适合农户转化的运行机制	100

第四章 农民心理与行为改变原理

第一节 农民群体和农民个性心理特征	107
一、农民群体	107
二、农民个性心理特征及影响条件	113
第二节 农民行为改变	116
一、农民行为改变及主要理论	116
二、农民行为改变方法与过程	140
第三节 农业推广改变农民行为	145
一、农业推广中的行为分析	145
二、行为改变理论在农业推广中的应用	149
三、农业推广改变农民行为的途径和方法	154

第五章 农业推广沟通

第一节 农业推广沟通的概念、分类和要素	156
---------------------------	-----

目 录

一、农业推广沟通的概念	156
二、农业推广沟通的分类	160
三、农业推广沟通的要素	165
第二节 农业推广沟通的要领和技巧	174
一、农业推广沟通的要领	174
二、农业推广沟通的技巧	181
第三节 农业推广沟通的障碍和影响因素	186
一、农业推广沟通的障碍	186
二、农业推广沟通的影响因素	189
三、农业推广中如何提高沟通效果	191

第六章 农业推广教育与培训

第一节 农业推广教育	195
一、农业推广教育的特点	196
二、农业推广教育的对象与任务	201
三、农业推广教育活动的实施	208
第二节 农民技术培训	210
一、农民学习的特征与培训要求	210
二、农民培训的内容、方式与方法	214
三、国外农民技术培训	221

第七章 农业推广方法

第一节 农业推广基本方法	228
一、访问法	228
二、咨询法	235
三、集体讨论法	236
四、大众媒体传播法	239
第二节 参与式农业推广方法	243
一、参与式农业推广的含义	243
二、参与式农业推广的特点	244
三、参与式农业推广方法应用的意义	247

第八章 农业推广技能及工作程序

第一节 农业推广技能	249
一、农业推广写作技能	249
二、农业推广演讲技能	260
三、农业推广培训技能	263
四、农业推广示范技能	265
五、农业推广调查技能	268
第二节 农业推广的工作程序	271
一、农业推广项目选择	271
二、农业推广服务和评价	271

第九章 农业推广组织和人员

第一节 农业推广组织体制	273
一、我国农业推广组织的建设和发展	273
二、我国农业推广组织的职能和类型	279
三、国外农业推广组织体制	283
第二节 农业推广组织管理	289
一、农业推广组织管理原则	289
二、我国农业推广组织管理改革	290
第三节 农业推广人员心理	292
一、农业推广人员思维能力与非智力心理因素	292
二、农业推广者与推广对象的心理互动方式	297
三、农业推广者对推广对象心理的影响方法与技巧	300
第四节 农业推广人员素质和职业道德	302
一、农业推广人员素质	302
二、农业推广人员职业道德	306
三、农业推广人员的继续教育	307

第十章 农业推广项目

第一节 农业推广项目概念及类型	310
-----------------------	-----

目 录

一、农业推广项目概念	310
二、农业推广项目类型	312
第二节 农业推广项目立项	313
一、项目计划编制	313
二、项目管理方法	320
第三节 农业推广项目计划实施	323
一、项目计划实施的政策措施	323
二、项目计划实施程序	324
 参考文献	 328
后记	331

第一章

农业推广概述

【本章学习要点】通过本章的学习，主要了解农业推广的基本概念、国内外农业推广活动的产生和发展过程。掌握农业推广的特点、内容和任务，农业推广在农村发展中的社会功能和作用。

农业推广活动是伴随农业生产活动而发生、发展起来的一项专门活动。随着农业推广活动的逐渐深入，农业推广已成为为农业和农村发展服务的一项社会事业。由于不同国家政治、经济、文化的差别，农业和农村发展各阶段农业生产力发展水平的影响，农业推广活动的内容、形式、方法有很大的差异。然而，农业推广活动都是以推广为动力来改变农民的行为，促进农业和农村发展的。

农业推广是通过宣传、教育、示范、咨询等途径，向农民传授农业技术、生产经验和管理方法的活动。其中心任务是将农业科学研究成果应用于实际并转化为生产力，是连接生产的纽带和桥梁。农业推广工作的范围也有涉及农民生活方面，如家庭经济 and 农村生产环境的改善等。一般由各级政府农业部门中的推广机构负责组织实施。有的国家实行农业教育、农业科学研究和农业推广三结合的制度，农业推广工作由地区高等农业院校主持，并设各级农业推广站负责具体推广工作；也有由农民自己的合作组织与政府的支持资助相结合，或由有关的企业结合推销技术、产品进行农业推广工作。

农业推广工作在发达资本主义国家开展较早，并已形成较稳定的体制。如美国的农业推广系统由联邦、州和县三级机构组成，农业推广工作由州立农学院主持，实行农业教育、农业科学研究和农业推广三结合体制；联邦德国由农业咨询员组成农业咨询网；日本农林水产省农蚕园艺局设有普及部，又在地区农政局下设农产普及课，并有由专职技术人员和改良普及员组成的农业改良普及队伍等。这些国家的农业推广工作，主要可概括为：①生产指导。包括生产规划、耕作制度、栽培技术、土壤改良、病虫害防治、家畜饲养、农机具使用和经营管理等方面的指导、经验交流和提供咨询等。②农家生活指导。包括家庭经济、烹饪技术、服装裁剪、家庭环境卫生、家用电器维修、解决老年、妇女问题和开展农村文化活动等。③农村发展指导。包括农村资源的开发利用、灌溉渠道修建、向农民提供市场信息和指导农产品销售等。④农村青少年教育。如美国的四健会，通过形式多样、生动活泼的活动，向9~19岁的农村青少年进行农业技术教育和开展农业生产实践等活动，为培养新一代农民服务；日本的农业推广机构通过对青少年的爱农、务农和农业技术教育，培养农业后备力量等。

我国农业技术推广体系由中央、省（自治区、直辖市）、市、县、镇或乡、村6级技术推广机构组成，其中县级是重点。各级农业技术推广机构是同级农业行政部门领导下的事业单位。县和县级以上的技术推广机构分综合性和专业性两种。实行以家庭为承包单位的联产责任制后，承包户中涌现出一些科技户，常在采用新技术中发挥示范推广作用。

第一节 农业推广基本概念

一、狭义农业推广

狭义农业推广在国外起源于英国剑桥大学的“推广教育”和

早期美国大学的“农业推广”。其含义是指对农事生产的指导，即把大学和科研机构的科学研究成果，通过适当的方法介绍给农民，使农民获得新的知识和技能，并且应用在生产中，从而提高产量，增加收入。其工作业务范围大都以种植业、养殖业为主，针对各地农业生产中存在的技术问题，着重推广农业改良的技术和进行技术的扩散。目前世界上一些发展中国家和欠发达国家的农业推广工作内容仍属于这种以种植业、养殖业为主的生产技术推广的狭义农业推广。这是一种单纯以改良农业生产技术为手段，提高农业生产水平为目标的农业推广活动。我国长期以来沿用农业技术推广概念的含义，也属此范畴。

我国学者章之汉和李醒愚（1936）对“农业推广”作出广义和狭义两种解释。狭义的农业推广是“指以农业学术机关——农科大学与农事实验所研究改良之结果，用适当方法，介绍给农民，使农民获得农业上之新技能，从而采用与仿效，以增益其收入”。“广义之农业推广，则除将农事方面之改良成绩推广于农民外，且教育农民、组织农民、培养领袖及改善整个的实际生活，至一切农业政策之实施，皆属之”。

目前我国农业推广工作正处于由狭义农业推广向广义农业推广的过渡阶段。

二、广义农业推广

广义农业推广是西方发达国家广为流传的农业推广概念，是农业生产发展到一定水平，农产品产量已满足或已过剩，市场因素成为农业生产和农村发展主导因素，及提高生活质量成为人们追求目标的产物。广义农业推广是指除单纯推广农业技术外，还包括教育农民、组织农民、培养农民义务领袖及改善农民实际生活质量等方面。因此，广义农业推广是以农村社会为范围，以农民为对象，以家庭农场或农家为中心，以农民实际需要为内容，以改善农民生活质量为最终目标的农村社会教育。

广义农业推广的工作业务范围很广，以农村发展需要为依据。一般包括：有效的农业生产指导；农产品运销、加工、贮藏指导；市场信息和价格指导；资源利用和自然资源保护指导；农家经营和管理计划指导；农家家庭生活指导；乡村领导人才培养和使用指导；乡村青年人才培养和使用指导，对农村青年进行有组织的手、脑、身、心的“四健”教育；乡村团体工作改善指导；公共关系指导等。

三、现代农业推广

从世界各国农业推广发展的历史看，农业推广的定义是随着时间、空间的变化而演变。在不同的社会历史条件下，农业推广是为了不同目标，采取不同方式来组织进行的。当代西方发达国家，农业已实现了现代化、商品化和企业化。从事农业的农民文化素质和科技知识水平已得到普遍提高，农产品产量大幅度增加，农民面临的主要问题是如何在生产过剩情况下提高农产品的质量和农业经营的效益。在激烈的商品经济竞争中，不再满足推广人员的生产技术和经营知识的一般指导，他们更需要推广人员能提供科技、市场、金融等多方面信息和咨询服务。联合国粮农组织出版的《农业推广》（1984年第二版）写道：“推广工作是一个把有用信息传递给人们（传播过程），然后帮助这些人获得必要的知识、技能和正确的观点，以便有效地利用这些信息或技术（教育过程）的一种过程”。现代农业推广不仅仅是指农业生产技术的内容以及随着“技术转让”所需要提供的教育过程，更侧重在信息传播、咨询所形成的不断为农业、农村、农民提供信息的动态过程。世界上发达国家的推广多侧重于农村教育和信息咨询。

总之，狭义农业推广大多存在于传统农业阶段，农业商品生产不发达，其主要特征是“技术指导”；广义农业推广存在于传统农业向现代农业过渡阶段，农业商品生产比较发达，其主要特

征是“教育”；现代农业推广则是一个国家已实现农业现代化，农业商品生产高度发达阶段的农业推广，以“信息传播与咨询”为主要特征。

第二节 农业推广特点和内容

一、农业推广特点

（一）农业推广是政府促进农业发展的一种政策手段

农业推广是农业发展的一个基本组成部分，农业推广目标服从于农业发展目标的要求，这决定了两者不可分离。政府制定的农业发展目标，是确定推广策略、目标以及实施方案的指导方针。政府可用农业推广改变农民的行为，最终实现政府发展农业的目标。

（二）农业推广是农业创新“扩散—接受”系统

农业研究、农业推广与农民从整体上看可形成两个流程，即研究通过推广达到农民的技术流程和农民对研究通过推广达到需要的流程，以及直接加上农民—研究者的反馈。这里技术是研究的产物，推广是扩散—接受系统，农民是用户。因此，研究成果如果被扩散—接受系统所应用，就会形成现实生产力，同时也会发现许多实际应用上的问题，把农民遇到的问题，带回试验研究，将有力地促进、充实和改善研究，然后再将其结果带回到农村应用。因此，如果研究成果不通过推广传播给农民，研究是无用的。没有农民，推广工作者和研究人员对情况、问题、研究成果的使用经验等方面的交流、研究也不可能有效。

（三）农业推广是可以诱导农民行为的自愿变革

农业推广活动实质上是组织与教育（或沟通）农民的过程，是通过有组织的干预沟通，诱导农民行为自愿变革的过程。人类行为可以分为四个层面：

1. **知识层面** 指知识、智能等。
2. **态度层面** 指人们对人、事、物的反应和感觉，人生观以及价值标准等。
3. **技能层面** 指人们的操作技能和思维技能，即处理问题的方法。
4. **期望层面** 指人们永远在追求的各种愿望。农业推广活动可以影响农民行为四个层面的任何一个层面或几个层面，使农民行为自愿变革，有可能带来正效应，也可能带来负效应，都会影响和促进环境变革。

(四) 农业推广是一种农村社会教育活动

农业推广的对象是人而不是物。其基本目的在于开发民智，其性质属于教育性。这种教育是以农村社会为范围，以全体农民为对象，以农民的实际需要为出发点，以新的经验和先进的科学技术、经营管理知识与技能为教材，以提高农业生产、改善农民生活质量、发展农村社会经济为目的的一种特殊的农村社会教育活动。

(五) 农业推广是一种沟通过程

这种沟通过程是农业推广人员通过选择能解决农民问题的办法，帮助农民决策的过程。首先，农业推广过程，是农业推广人员试图通过激发农民或其家庭，提供可行的帮助，来解决农民自己的问题。其次，农业推广过程，又是农业推广人员与农民之间的相互合作过程，在这个过程中，农民是决策者，推广人员只能作为辅助者，帮助农民做出决策。

从上述农业推广工作特点可以看出，任何农业推广活动都是由机构部署的一种职业活动，以特定的内容、特殊的教育（或沟通）形式，实现农业推广目标。

二、农业推广内容

(一) 国外农业推广内容

国外农业推广内容包括：农业生产指导、农产品运销的指