



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

《农业推广学》配套教材

农业推广学案例

NONGYETUIGUANGXUEANLI

○ 高启杰 主编



中国农业大学出版社

ZHONGGUONONGYEDAXUE CHUBANSHE

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
《农业推广学》配套教材

农业推广学案例

高启杰 主编

中国农业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农业推广学案例/高启杰主编. —北京:中国农业大学出版社,2008.3

ISBN 978-7-81117-430-4

I. 农… II. 高… III. 农业技术-技术推广 IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 005378 号

书 名 农业推广学案例

作 者 高启杰 主编

策划编辑	高欣	责任编辑	韩元凤
封面设计	郑川	责任校对	王晓凤 陈莹
出版发行	中国农业大学出版社		
社 址	北京市海淀区圆明园西路2号	邮政编码	100094
电 话	发行部 010-62731190,2620	读者服务部	010-62732336
	编辑部 010-62732617,2618	出版部	010-62733440
网 址	http://www.cau.edu.cn/caup	e-mail	cbsszs@cau.edu.cn
经 销	新华书店		
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		
版 次	2008年3月第1版	2008年3月第1次印刷	
规 格	787×980 16开本	12.75印张	145千字
印 数	1~4 000		
定 价	20.00元		

图书如有质量问题本社发行部负责调换

主 编 高启杰(中国农业大学)

副 主 编 (按姓氏拼音排序)

曹流俭(安徽农业大学)

黄 鹏(甘肃农业大学)

李晓铃(四川农业大学)

编写人员 (按姓氏拼音排序)

曹流俭(安徽农业大学)

傅雪琳(华南农业大学)

高启杰(中国农业大学)

海江波(西北农林科技大学)

侯立白(沈阳农业大学)

黄 鹏(甘肃农业大学)

李晓铃(四川农业大学)

刘爱玉(湖南农业大学)

刘 正(安徽科技学院)

起建凌(云南农业大学)

申建为(中国农业大学)

王季春(西南大学)

王人民(浙江大学)

吴锡冬(天津农学院)

谢小玉(西南大学)

杨生超(云南农业大学)

衣 莹(沈阳农业大学)

内 容 简 介

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《农业推广学》的配套教材,也是国内第一部农业推广学案例教材。它是以作者近年来从事农村发展与推广研究和实践中获得的第一手资料为基础编写而成的。全书共 36 个案例,覆盖了《农业推广学》教材中有关农业推广理论、方法和实务的各大模块。具体内容涉及农业推广对象行为分析、农业推广沟通、创新的采用与扩散、农业推广方法、农业推广试验与示范、农业推广培训与咨询、农业科技成果推广、农村家政推广与社区发展、农业推广信息服务、农业推广经营服务、农业推广组织与管理、农业推广人员、农业推广计划、农业推广工作评价等。每一个案例后面都附有精心设计的教学指南,包括教学目标、理论参考和思考题 3 个部分。

本书可用作农村区域发展、农业经济管理和农学类各专业本科生以及农业推广硕士专业学位研究生的教材,也可用作农业院校其他专业本科生的选修教材,同时还可作为从事农村发展与推广、农业经济管理以及农业科技与公共管理工作人员的参考书。

前 言

自 20 世纪 80 年代中期我国部分高校开设农业推广学课程以来,农业推广学科在农村发展与推广理论研究和实际问题分析中发挥了重要的作用,显示出了强大的生命力。现在全国许多高校都开设了农业推广学课程,国家还设有全国高等教育自学考试农业推广专业以及农业推广硕士专业学位,也将农业推广学列为重要的专业课程。

如何才能学好推广学,可谓仁者见仁,智者见智。然而有一点是非常重要的,那就是在实践中学习。作为一名学生,实践的直接有效途径就是案例分析。案例是为了某种教学目标、围绕特定的问题而对某一真实的情景所作的客观描述。通过案例教学,让学生加深对推广理论与方法的理解,并学会将其应用于实际,提高分析问题和解决问题的能力。

目前,农业推广课程教学中使用的教材主要是教育部认定的普通高等教育“十一五”(也是“十五”)国家级规划教材《农业推广学》(高启杰主编,中国农业大学出版社,2008 年第 2 版,目录见本书附录)。本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《农业推广学》的配套教材,也是国内第一部农业推广学案例教材。延续我们编写的农业推广学系列教材的风格,本书突出了系统性、创新性、针对性、应用性和可操作性等特点。全书共 36 个案例,覆盖了《农业推广学》教材中有关农业推广理论、方法和实务的各大模块,反映了近年来中国农业推广

实践中出现的许多重大改革举措和新进展、新经验,例如,“农业科技110”、科技特派员等新生事物,并针对各种推广方法与模式、组织与制度的创新进行比较深入的分析。本案例集的教学对象是以本科生为主,兼顾硕士研究生,因此所写的案例主要是自编的、中短篇的、结构性小品型或技术性问题解决型案例。所有案例都是以作者近年来从事农村发展与推广研究和实践中获得的第一手资料为基础编写而成的。多数案例都是按照引言与背景、问题与分析、解决思路与措施、效果与启示的体例安排内容。每一个案例后面都附有精心设计的教学指南,包括教学目标、理论参考和思考题3个部分。

本书由中国农业大学博士生导师高启杰教授主编,参加编写的主要人员是来自全国13所高等院校的17名从事农村发展与推广科研和教学工作的教师。每一案例后面附有作者姓名。所有书稿由主编和副主编进行统稿,最后由主编修改定稿,并对一些内容作了较大调整。在实地调查研究、获得案例素材以及案例文字整理过程中得到了案例中提及的有关单位与个人的支持以及朱素琴、黄殿成、隋华、徐健、刘鹏飞、曾祥渝、陈俐娥、张乃楠、陈勇、郭超全等人的协助。本书出版过程还得到了教育部、中国农业大学、中国农业大学出版社的关心和支持。在此,我们对所有为本书出版付出努力的单位和个人表示真挚的感谢。

由于推广学的知识面较广和推广实践中改革的步伐较快,加之编者水平有限,书中难免有疏漏与不妥之处,敬请读者指正。

编写组

2007年11月

目 录

一、怎样认识和学习推广学?	(1)
二、农民采用生物农药的行为特征	(11)
三、“121”水窖改变了山区农民的行为	(15)
四、承包“四荒地”后农民的行为变化分析	(21)
五、从一个乡镇看农业推广沟通中的问题	(25)
六、利用核心人物带动蓝狐防疫技术推广	(31)
七、农业推广方法的选择与应用	(35)
八、电子农务——现代农业推广咨询新模式	(40)
九、“万村千乡”农业科技知识培训工程	(46)
十、天津市农村劳动力“351 培训工程”	(50)
十一、云南甘蔗优良品种推广的周期性	(56)
十二、技术的成熟性对灯盏花项目推广的影响	(61)
十三、扬州郊区农村的生物农药推广	(65)
十四、农业推广中的“科技特派员制度”	(69)
十五、棉花杂交种推广的三种模式	(73)
十六、草莓产销中的“公司+协会+农户”推广模式	(80)
十七、教、科、推合作推广的典范——甘肃省“双千田”工程	(87)
十八、盲目推广使兰州百合卖成了洋芋价	(93)
十九、棉花新品种推广中校企结合的几种不同形式	(99)

二十、成熟配套物化科技成果的有偿转让——高产优质抗虫杂交棉农杂 62 的成功推广	(103)
二十一、马铃薯脱毒种薯良繁体系在三峡工程重庆库区的成功创建	(107)
二十二、巾帼农业科技传播行——科技传播的创新模式	(112)
二十三、马道子村的社区发展	(117)
二十四、提高农村妇女的科技素质和生产经营能力——“双学双比”活动在广东	(122)
二十五、关注社会性别差异,以蚕桑技术推广促进妇女发展 ..	(127)
二十六、生殖健康服务与宣传	(132)
二十七、衢州市“农业科技 110”信息服务模式	(136)
二十八、莱州市农村科技信息服务平台与模式	(144)
二十九、中小农资企业农业推广经营——邦龙 TM 鱼蛋白有机肥的推广	(151)
三十、农业推广组织再设计为围场县的马铃薯产业带来了勃勃生机	(155)
三十一、草莓协会在脱毒草莓推广中的作用	(159)
三十二、基层区域农业技术综合服务推广站的设置与运行	(165)
三十三、基层农资经营人员资格认证与管理	(171)
三十四、重庆市再生高粱配套技术研制与高粱产业发展	(176)
三十五、金色田园工程	(180)
三十六、云南省甘蔗品种推广程度的计算	(185)
附录 《农业推广学》(普通高等教育“十一五”国家级规划教材)目录	(190)

一、怎样认识和学习推广学？

目前在世界许多国家和地区的大学里面设有农业推广学系,有的兼设研究生班,有的还设研究所。而在我国内地,由于20世纪50年代以后人们只重视农业技术推广工作,因此农业推广学的研究甚少,农业院校也不开设农业推广学课程。20世纪80年代后,农村改革不断深入,人们重新认识到农业推广的重要性,因而不断开展农业推广研究工作。一些农业院校从1984年起,相继开设农业推广学课程。中国农业大学(原北京农业大学)于1988年在全国率先设置农业推广专业专科,并且和德国霍恩海姆大学合作培养了我国最早从事农村发展与推广研究的两名博士研究生。1993年将农业推广专业专科升为本科,同年在经济管理学院成立了农村发展与推广系(后来与综合农业发展中心合并成立农村发展学院)。现在全国许多高校都开设了农业推广学课程,国家还设有全国高等教育自学考试农业推广专业以及农业推广硕士专业学位,也将农业推广学列为重要的专业课程。

然而,大多数学习农业推广学的学生,不管是有无实际工作经验,也不管是在学习之前或者学习之初,都不大清楚推广学究竟学些什么以及如何去学。一提起推广,很多人就将其视同于技术推广,就只想到现阶段农业部系统的各级技术推广机构与人员,就认为推广的对象

只是从事种植和养殖工作的农民,就认为推广的方式方法很简单,只要有好的技术,然后让农民去用就行了。同样,在推广研究中,很多人甚至有些学者也对有关概念与原理存在各种模糊与错误的认识。所有这些现象都误导了人们对推广学的认识与学习。

针对农业推广教学和科研中提出的各种问题,中国农业大学人文与发展学院推广与创新研究中心(原农村发展与推广系)近年来开展了一系列的调查研究与教育教学改革活动:①主持各级各类农业推广科学研究项目,例如国家教委留学回国人员科研项目“中国农业推广发展的理论、模式与运行机制研究”,农业部软科学研究项目“农业推广投资政策研究”,国家自然科学基金项目“农业推广投资的总量、结构与效益研究”,国家社会科学基金项目“农业技术创新模式及其相关制度研究”,国家软科学项目“基层农业科技创新与推广体系建设研究”等;②主持教育与教学改革项目,例如中华农业科教基金项目“高等农业院校农业推广专业本科人才培养方案、课程体系、教学内容改革的研究”;③主持精品教材与精品课程建设项目,例如,高启杰主编的教材《农业推广学》为教育部审定的普通高等教育“十五”及“十一五”国家级规划教材,同时也是北京高等教育精品教材,负责的《农业推广学》课程是中国农业大学、北京市以及教育部高等学校农林经济与管理类教学指导委员会的精品课程;④改进实践教学活以及在全国举办相关的学术会议和教学研讨会。

通过这一系列的活动,研究人员在实践中加强与各类相关人员的沟通与互动,从他们那里学习并获得反馈信息。发现在认识和学习农业推广学中存在各种偏差与误区的主要原因在于学员对农业推广的历史与发展趋势、农业推广改革实践、农业推广学科特点及其理论来源与相关学科等缺乏了解,同时在学习方法上也存在一定的误区。因

此,在实际教学过程中,特别注意从以下 3 个方面启发和引导学员。

1. 关注农业推广实践及其发展趋势

理论来源于实践,只有增加对农业推广历史及其发展趋势和改革实践的了解,才能加深对农业推广工作和农业推广人员的理解。

“推广”一词的实际使用,起源于 1866 年的英格兰,当时剑桥大学和牛津大学首先采用“大学推广”系统。“推广教育”一词,是剑桥大学于 1873 年首先使用的,用来描述当时大学面向社会,到校外进行农业教育活动的教育创新。后来,“农业推广”一词在美国得到广泛使用。1914 年美国国会通过农业合作推广的《史密斯—利弗法》,给“农业推广”赋予了新的意义。从而也形成了美国赠地学院教学、科学试验和农业推广三结合的体制。

在我国历史上,从事推广现代先进的农业科学技术,直到 19 世纪后期的清末洋务运动时期才见萌芽。我们现在使用的“农业推广”一词是 20 世纪 20 年代开始的,当时许多大学的农科都学习美国赠地学院模式,设立农业推广部。例如,金陵大学农林科于 1920 年成立棉作推广部,聘请美国农业部的一位棉花专家进行指导,从事中棉育种和美棉驯化工作,开始推广棉花良种,还到各省宣讲农业改进方法,并于 1924 年正式成立推广部,以安徽和县乌江为据点,推广爱字棉,很受农民欢迎,为后来在该地成立农业推广实验区打下了基础。1929 年 10 月,我国历史上通过第一部农业推广法律《农业推广规程》,同年 12 月成立中央农业推广委员会,用词都是“推广”而非“技术推广”。可以说,20 世纪 20 年代译自美国英语“agricultural extension”的“农业推广”,标志着我国开始进入现代农业推广萌芽时期。虽然今天看来,译词“推广”可能不很确切,但是随着该译词在世界华人范围内近 80 余

年的流传,其特定的学术含义已为广大学者所接受。

中华人民共和国成立后,政府出台一系列的政策与条例,陆续在全国建立各级农业技术推广机构,这是很多人把推广视为技术推广的一个基本背景。然而,50多年来,我国农业技术推广体系经过基层网络创建(1952—1957)、中层推广组织完善(1958—1965)、专群结合的推广网络重建(1966—1977)、推广新体系再创(1978—1991)、推广体系深化改革(自1992年到现在)等5个发展阶段后,目前处于转轨过程,很多问题有待通过进一步的改革而得以解决。

从最近半个多世纪全世界的情况看,以科技为基础的推广工作有了很大的发展。这种发展趋势在以下4个方面尤为明显:

一是推广工作的内容已由狭义的农业技术推广拓展到生产与生活的综合咨询服务。农业推广已日益超出严格意义上农民与农业的范围,进入了农村居民以及一般消费者生活的领域,工作范围由单纯的生产技术性逐步向经济性和社会性扩展。不可否认,早期的农业推广是为了促进农业生产的目标而产生和发展的,然而目前世界上大部分农业推广工作都包含了技术服务以外的农业政策与信息传播、经营管理与市场营销指导、农家生活改善咨询服务、农民组织发展的辅导、各类教育服务事项、农村社区发展及环境改善等内容,推广的目标由单纯的增产增收发展到促进农村、农业、农民生产的发展与生活的改善。由于农民、农业及农村三位一体,当农业推广工作针对农民和农业进行指导活动时,其内容自然无法排除包含农家生活和农村发展所需要的各种知识、技能和信息。例如,家庭经济咨询活动在很多地区已成为农业推广工作的一个重要组成部分。

二是推广对象的范围扩大。推广对象系统是指由推广服务潜在消费者(即用户)构成的社会系统。当前在许多国家与地区,无论是一

般性的还是专业性的推广工作，都在针对改善农村生活的各种需要，开展信息传播、技术教育以及其他各种农村发展综合咨询服务，而且在某些情况下还以农村中从事非农经济活动的居民、小型企事业单位甚至部分城镇居民为服务对象，扩大业务范围。因此，农业推广工作对象不只限于农民、农村妇女、农村青少年、农村老年等农村民众，还包括农业经营者、农民基层组织和一般消费者。这说明农业推广工作是全社会所需求，而不仅是为农村民众所提供的服务。例如，推广在农业功能拓展、食品质量、人类健康、环境保护以及其他有关民生的诸多方面满足了社会的需求和解决了社会中的问题。

三是推广人员与组织机构多元化。目前世界上影响较大的推广组织机构主要有行政型、教育型、项目型、企业型和自助型等 5 种类型。例如，在中国的台湾省，农业推广机构主要包括各级主管机构及所属的试验与改良场、公立农业学校、农民组织（农会及农业合作社等）、农业推广财团与社团法人（设立目的中列有农业推广的财团、社团法人）。即使在中国内地，经过过去 20 多年发展，现在明显可见从事推广工作的人员远远不只是政府各级推广机构和人员，各类学校、科研机构、企业、民间组织在农业推广工作中发挥的作用越来越大。

四是推广方法与方式更加重视以沟通为基础的现代信息传播与教育咨询方法。人们对沟通过程的理解越来越深刻，特别着重于研究如何根据推广对象的需要及其面临的问题以项目的方式向其提供有效的知识、技术与信息，以诱导其行为的自觉自愿改变和问题的有效解决。

以上 4 个趋势实际上回答了认识和学习推广学时必须面对的 4 个基本问题，即推广做什么？推广为谁做？谁来做推广？怎样做推广？

基于农业推广的基本哲学和现代农业推广的本质特征,对农业推广可以这样理解:现代农业推广是一项旨在开发农村人力资源的农村教育与咨询服务工作。推广人员通过沟通及其他相关方式与方法,组织与教育推广对象,使其增进知识,提高技能,改变观念与态度,从而自觉自愿地改变行为,采用和传播创新,并获得自我组织与决策能力来解决其面临的问题,最终实现培育新型农民、发展农村产业、繁荣农村社会的目标。

由此,可进一步延伸和加深对农业推广工作与农业推广人员的理解:农业推广工作是一种特定的传播与沟通工作,农业推广人员是一种职业性的传播与沟通工作者;农业推广工作是一种非正规的校外教育工作,农业推广人员是一种教师;农业推广工作是一种帮助人们分析和解决问题的咨询工作,农业推广人员是一种咨询工作者;农业推广工作是一种协助人们改变行为的工作,农业推广人员是一种行为变革促进者。

2. 了解推广学的理论来源、相关学科和研究成果

只有熟悉了推广学的理论来源、研究范围、相关学科和研究成果,才能更好地把握推广学的含义及其理论体系、学科性质与特点。

从农业推广发展的基本趋势及农业推广学的研究进展看,现代农业推广学的理论是建立在一般行为科学理论的基础之上的,因此,行为科学与管理科学是农业推广学理论结构的核心,经济学、社会学、传播学、教育学、心理学等相关学科以及农业推广工作实践是农业推广学的重要知识来源。同农业推广的工作内容一样,农业推广学的研究范围也在不断发展,不过,主要还是研究推广服务系统与目标群体系统之间的沟通原理、方法与具体实务。农业推广学要研究在农业推广

沟通过程中推广对象行为变化的影响因素与变化规律,从而探讨诱导推广对象自愿改变行为、提高农业推广工作效率的原理与方法。从组织化的推广框架模型中可以体会到,整个农业推广服务工作效率的高低取决于以下几类因素:①推广服务系统的扩散效率;②目标团体系统的接受效率;③两个子系统之间的沟通与互动效果;④推广工作的外部环境。这些因素可以具体表现为推广组织的资源、组织机构结构、组织运行机制、目标团体的情况、推广的策略方式与方法、推广的目标与内容以及其他的宏观环境变量。因此,这些方面就构成了农业推广学研究的基本问题。

为创建和发展适合中国国情的农业推广学理论体系,我国农业推广科研与教学工作者进行了长期的探索,也取得了丰富的成果。自从1987年出版《农业推广教育概论》以来,农业推广研究成果在全国范围内不断产生。仅中国农业大学就在主持各级各类研究项目的基础上,先后出版了《农业推广教育概论》(北京农业大学出版社,1987)、《农业推广学》(北京农业大学出版社,1989)、《推广学》(北京农业大学出版社,1991)、《农业推广》(北京农业大学出版社,1993)、《农业推广模式研究》(北京农业大学出版社,1994)、《农业推广学》(中国农业科技出版社,1996)、《现代农业推广学》(中国科学技术出版社,1997)、《推广经济学》(中国农业大学出版社,2001)、《农业推广学》(中国农业大学出版社,2003年第1版,2008年第2版)等一系列重要的专著、译著和教材。目前有关农业推广研究的专著、译著和教材多达数十部。自从教育部在全国推行普通高等教育规划教材后,农业推广领域第一部普通高等教育国家级规划教材《农业推广学》于2003年由中国农业大学出版社出版。这一系列的工作与成果反映了我们在农业推广研究领域,经历了从了解与引进国外农业推广理论与经验,到全面、系

统、客观地比较、评价国内外农业推广实践模式,再到建立我们自己的对我国实践具有指导价值的理论体系、提出我们自己的专业人才培养与教育改革方案以及解决我国农业推广实践中的重大问题的过程。同时也表明,农业推广学研究在我国进入了新的历史时期。

现有研究成果表明,农业推广学是一门研究在农业推广沟通过程中推广对象行为变化的影响因素与变化规律,从而探讨诱导推广对象自觉自愿地改变行为以及提高农业推广工作效率的原理与方法的科学。在农业推广沟通过程中,必须了解推广对象的需要及其面临的问题,有针对性地传播实用知识与信息,形成解决问题的方案与动力。因此,需要引入心理学、教育学、传播学、社会学、经济学、行为科学、管理学等众多学科的理论、概念与方法,来研究农业推广的理论与实践问题,所以农业推广学也可以说是一门多学科交叉的边缘学科。在国际上,农业推广学也简称为推广学。

现代农业推广的对象主要是农村居民,农业推广要解决的根本问题就是通过推广沟通,传播实用信息,改变推广对象行为,促进农业创新扩散,满足推广对象需要,解决推广对象所面临的问题。农业推广学的研究对象是推广对象在推广沟通过程中的心理与行为特征、行为变化的影响因素与规律以及诱导推广对象自愿改变行为的方法论。因此,作为指导农业推广实践的推广学的理论体系由推广的基本理论、方法和实务等构成,主要涉及农业推广沟通理论、推广对象行为改变理论、创新的采用与扩散理论、推广的方法与技能、科技成果转化与推广、家政推广与社区发展、推广信息系统与信息服务、推广经营服务与技巧、推广项目的计划与评估、推广组织与人力资源管理、推广工作环境的优化等内容。

可见,农业推广学的理论体系十分丰富。今天我们学习和研究农