



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



北京高等教育精品教材

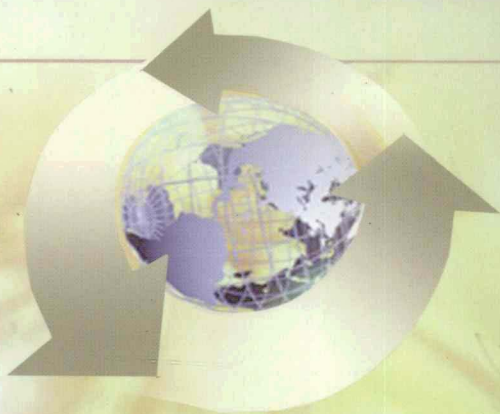
BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

农业推广学

(第二版)

NONGYETUIGUANGXUE

○ 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
北京高等教育精品教材

农业推广学

(第二版)

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/高启杰主编. —2版. —北京:中国农业大学出版社,2008.1
ISBN 978-7-81117-393-2

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(2007)第 196475 号

书 名 农业推广学(第二版)

作 者 高启杰 主编

策划编辑	高 欣	责任编辑	高 欣 王学艳
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	100193
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 1 月第 2 版	2008 年 11 月第 2 次印刷	
规 格	787×980 16 开本	25.5 印张	467 千字
印 数	4 001~9 000		
定 价	38.00 元		

图书如有质量问题本社发行部负责调换

第一版编写人员

主 编 高启杰(中国农业大学)

副 主 编 (按姓氏笔画排序)

王季春(西南农业大学)

田奇卓(山东农业大学)

郝建平(山西农业大学)

编写人员 (按姓氏笔画排序)

王季春(西南农业大学)

田奇卓(山东农业大学)

申建为(中国农业大学)

卢 敏(吉林农业大学)

刘 正(安徽技术师范学院)

李亚男(长江大学)

李 华(北京农学院)

张卫建(南京农业大学)

杨生超(云南农业大学)

胡立勇(华中农业大学)

郝建平(山西农业大学)

高启杰(中国农业大学)

唐莉娜(福建农业大学)

傅雪琳(华南农业大学)

廖桂平(湖南农业大学)

主 审 张仲威(中国农业大学)

第二版编写人员

主 编 高启杰(中国农业大学)

副 主 编 (按姓氏拼音排序)

郝建平(山西农业大学)

王季春(西南大学)

杨生超(云南农业大学)

编写人员 (按姓氏拼音排序)

曹流俭(安徽农业大学)

陈兵林(南京农业大学)

崔福柱(山西农业大学)

傅雪琳(华南农业大学)

高启杰(中国农业大学)

高雪莲(中国农业大学)

海江波(西北农林科技大学)

郝建平(山西农业大学)

侯立白(沈阳农业大学)

胡立勇(华中农业大学)

黄 鹏(甘肃农业大学)

李首成(四川农业大学)

李亚男(长江大学)

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)

孙振誉(中国农业科学院)

汤国辉(南京农业大学)

王季春(西南大学)

王人民(浙江大学)

王同朝(河南农业大学)

谢小玉(西南大学)

杨生超(云南农业大学)

衣 莹(沈阳农业大学)

朱翠林(西北农林科技大学)

主 审 张仲威(中国农业大学)

内 容 简 介

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,也是同名的“十五”国家级规划教材的修订版。它是在作者近年来从事农村发展与推广研究和教学经验的基础上并吸收国外相关学科的最新研究成果编写而成。本教材全面、系统地阐述了现代农业推广的理论、方法和实务。全书共 18 章,主要内容包括农业推广的含义与功能、农业推广学研究进展、农业推广对象行为改变、农业推广沟通、创新的采用与扩散、农业推广的基本方法、农业推广写作与语言运用、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、农业推广政策与法规、农业推广研究方法等。

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

20 世纪 80 年代中期,我国大陆一些学校开始开设农业推广学课程。经过 20 多年的发展,虽然有过一些曲折和坎坷,但它在农村发展与推广理论研究和实际问题分析中所表现出来的作用和强大的生命力越来越被人们所认识。这一学科正在、并将日益成为认识、分析和解决三农问题不可缺少的重要指导理论与工具。

作为普通高等教育“十五”国家级规划教材,本书的第一版自 2003 年出版以来,先后获得中国农业大学教学成果奖和北京高等教育精品教材称号,越来越多的学校将本书选作本科生和研究生的教材。

本书作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是第一版的修订版。这次修订力求使教材更适于教学使用,同时注重内容安排的科学性和教材的先进性。第 2 版保持了第 1 版系统阐述农业推广的基本理论、方法与实务的基本体系和理论联系实际、突出系统性、创新性、针对性、应用性和可操作性等特点,同时对三分之一以上的内容进行了更新和补充,因而更能体现本学科的最新研究成果和国内外农业推广改革的成果。为了节省篇幅,修订版仍然不包括案例教学,这部分内容可以参见本书的配套教材《农业推广学案例》。讲完本教材的全部内容大约需要 72 个学时,但是可以根据具体情况适当取舍。

本书由中国农业大学博士生导师高启杰教授主编,参加编写的人员是来自全国 18 所高等院校的 26 名从事农村发展与推广科研和教学工作的教师,本书主审为中国农业大学博士生导师张仲威教授。

本书共 18 章,第一、四章由高启杰编写,第二章由郝建平和崔福柱编写,第三章由胡立勇和李亚男编写,第五章由李首成和傅雪琳编写,第六章由曹流俭、高启杰和傅雪琳编写,第七章由黄鹏和刘爱玉编写,第八章由海江波和朱翠林编写,第九章由高启杰、黄鹏、起建凌和刘正编写,第十章由高启杰和高雪莲编写,第十一章由陈兵林、高启杰、王人民和汤国辉编写,第十二、十五章由王季春和谢小玉编写,第十三章由申建为编写,第十四章由杨生超编写,第十六章由孙振誉、高启杰、杨生超和刘正编写,第十七章由郝建平和王同朝编写,第十八章由侯立白、杨生超和衣莹编写。所有书稿经主编初阅并提出修改意见后,先由原作者自己修改,再由主编和副主编进行统稿,最后由主编修改定稿,并对一些章节内容作了较大调整。书中引用的参考文献分章列于书后,以便读者进一步查阅。

在这次修订和出版过程中得到了教育部、中国农业大学、中国农业大学出版社的关心和支持。在此,我们对所有关心和支持本书的单位和个人、所有参考文献的作者以及本书第1版的所有作者表示感谢。

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请读者赐教。

编写组

2007年9月

第一版前言

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材。它是以作者近年来从事农村发展与推广研究和教学的经验为基础并吸收国外相关学科的最新研究成果编写而成的。教材内容力求反映国际农业推广改革的基本趋势和理论研究的最新进展,同时结合我国农业推广的历史、现状和未来发展趋势,全面、系统地阐述了现代农业推广的理论、方法和实务。

我国目前正处于从传统农业推广向现代农业推广过渡的阶段,因而需要系统地探讨适合中国国情的现代农业推广理论以指导农业推广发展的实践。本书在农业推广理论、方法和实务的阐述上,力求反映现代农业推广的发展方向及其本质问题,因此其总体结构以及各章的具体内容均与以往国内外的同类教材有所不同。希望本书的出版在推动我国农业推广理论与教学工作方面能够发挥出应有的作用。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。

本书由中国农业大学博士生导师高启杰教授主编,参加编写的人员是来自全国 14 所高等院校的 15 名从事农村发展与推广科研和教学工作的教师,本书主审为中国农业大学博士生导师张仲威教授。

本书的第一、四、十一、十六章由高启杰编写,第二章由郝建平编写,第三章由胡立勇和李亚男编写,第五章由唐莉娜和傅雪琳编写,第六章由卢敏编写,第七章由李华编写,第八章由廖桂平和张卫建编写,第九、十四章由王季春编写,第十章由田奇卓编写,第十二章由申建为编写,第十三章由杨生超编写,第十五章由刘正编写。书中引用的参考文献分章列于书后,以便读者进一步查阅。

本书出版得到了教育部、中国农业大学、中国农业大学出版社的支持,在此,我们对为本书出版提供支持的单位和个人以及所有参考文献的作者深表谢意。

限于编者时间和水平,书中难免有错误与不妥之处,敬请读者指正。

编 者

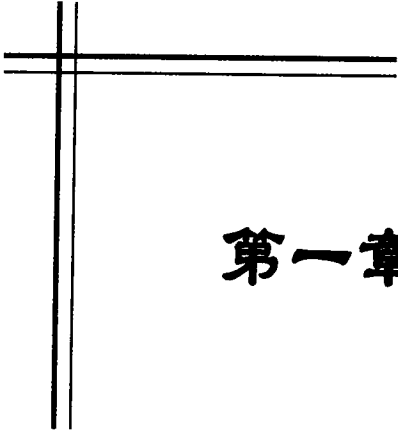
2003 年 6 月

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 农业推广发展的历史与模式	(2)
第二节 现代农业推广的含义与功能	(6)
第三节 农业推广学研究进展	(10)
第二章 农业推广对象行为改变	(18)
第一节 农业推广对象行为产生	(19)
第二节 我国农业推广对象行为特征	(27)
第三节 农业推广对象行为改变	(33)
第三章 农业推广沟通	(41)
第一节 沟通概述	(42)
第二节 沟通模型与网络	(49)
第三节 农业推广沟通	(54)
第四章 创新的采用与扩散	(64)
第一节 扩散曲线与扩散过程	(65)
第二节 创新的采用过程	(70)
第三节 采用率及其决定因素	(77)
第五章 农业推广的基本方法	(83)
第一节 推广方法的基本类型与特点	(84)
第二节 参与式农业推广	(91)
第三节 农业推广的程序与方法选择	(99)
第六章 农业推广写作与语言运用	(106)
第一节 农业推广论文与报告写作	(107)
第二节 农业推广应用与宣传文体写作	(112)
第三节 农业推广语言与演讲	(116)
第七章 农业推广试验与示范	(121)
第一节 农业推广试验	(122)
第二节 农业推广成果示范	(132)

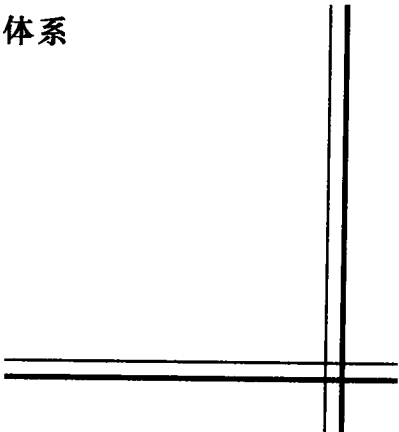
第三节 农业推广方法示范·····	(142)
第八章 农业推广培训与咨询·····	(146)
第一节 农业推广培训的基本原理·····	(147)
第二节 农业推广培训的方式·····	(156)
第三节 农业推广咨询·····	(165)
第九章 农业科技成果推广·····	(172)
第一节 农业科技成果推广概述·····	(173)
第二节 农业科技成果推广的主要方式·····	(180)
第三节 我国农业科技成果推广的问题与对策·····	(184)
第十章 农村家政推广与社区发展·····	(193)
第一节 农村家政推广·····	(194)
第二节 社区发展及其基本原理·····	(198)
第三节 社区发展实务·····	(207)
第十一章 农业推广信息服务·····	(217)
第一节 农业推广信息概述·····	(218)
第二节 农业推广信息系统·····	(223)
第三节 农业推广信息服务·····	(229)
第十二章 农业推广经营服务·····	(236)
第一节 农业推广经营服务概述·····	(237)
第二节 农业推广经营服务的程序与技巧·····	(241)
第三节 农业推广经营实体的兴办·····	(251)
第十三章 农业推广组织与管理·····	(255)
第一节 农业推广组织设计原理与原则·····	(256)
第二节 农业推广组织类型与组织设计评价·····	(261)
第三节 农业推广组织的管理·····	(267)
第十四章 农业推广人员·····	(272)
第一节 农业推广人员的类型与职责·····	(273)
第二节 农业推广人员素质·····	(277)
第三节 农业推广人员管理·····	(283)
第十五章 农业推广计划·····	(293)
第一节 农业推广计划概述·····	(294)
第二节 农业推广计划的编制与执行·····	(299)
第三节 农业推广计划的管理·····	(309)

第十六章	农业推广工作评价	(318)
第一节	农业推广工作评价概述.....	(319)
第二节	农业推广工作评价的指标体系.....	(324)
第三节	农业推广工作评价的步骤与方法.....	(331)
第十七章	农业推广政策与法规	(338)
第一节	农业推广政策与法规概述.....	(339)
第二节	农业推广政策.....	(341)
第三节	农业推广法规.....	(346)
第十八章	农业推广研究方法	(364)
第一节	农业推广研究的程序.....	(365)
第二节	农业推广研究的基本方法.....	(368)
第三节	农业推广资料收集方法.....	(372)
参考文献		(386)



第一章 导 论

本章学习要点

- ◆ 农业推广发展的历史与趋势
 - ◆ 农业推广的主要模式
 - ◆ 现代农业推广的含义与特征
 - ◆ 农业推广的主要社会功能
 - ◆ 农业推广学的发展过程
 - ◆ 农业推广学的理论体系
- 

第一节 农业推广发展的历史与模式

现今各种文献上对农业推广的表述方式甚多,这是因为农业推广工作在不同的时间与空间上具有差异性。这进一步告诉我们:仅仅从若干实务经验当中推导农业推广的含义是不够的,要理解现代农业推广的意义与功能,必须了解农业推广发展的历史和存在的模式。本节先简要地分析一下农业推广发展的历史与趋势,然后归纳当代世界农业推广模式的主要类型。

一、农业推广发展的历史与趋势

一般认为,自从有了农业,就有了农业推广,这无疑强调了中外农业推广都有着悠久的历史。然而,与农业和农村生活相关的有组织的推广活动起始于19世纪中叶。1847—1851年间,爱尔兰马铃薯严重减产导致饥荒。为此,根据克拉伦登(Claarendon)伯爵提议建立了一个小型的农业咨询指导机构,设置农业指导员进行巡回指导,这便是欧洲农村推广工作的开端。当时的做法是鼓励农民改革种植方式和栽培措施,以减少他们对马铃薯的依赖性,并创造一套能够大大降低马铃薯霉菌危害的栽培制度。这些推广工作并非依赖市场的力量或立法的威力而实现,而是通过信息传播、教育以及组织等活动而奏效。由此,处于危机状态的大批小农便迅速地掌握了可靠的技术创新,其效果是相当明显的。后来,于19世纪60年代和70年代,人们在早已对农民进行过技术指导及咨询服务的德国和法国也发现了类似的情况。到20世纪初,欧洲的大多数国家、北美洲以及许多热带地区都已建立起咨询和推广服务机构,其主要工作内容是面向农民介绍较好的耕作制度和传授生产技能。

“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,劝农课桑,历代都有记载。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。清末的农业推广是从推广优

良种子开始的。当时日本大量进口我国棉花,而且国内纷纷设立机器纺纱厂,使棉花生产的商品化有了很大的发展。我国原有的棉种为非洲棉和亚洲棉,其品质较差,不适于作为近代机器的纺织原料,急需引进优良的外国棉种。于是由张之洞于1892年请人在美国选择良种,采购棉子,寄至湖北试种。我们现在使用的“农业推广”一词是从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、乌江为重点,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。可以说,20世纪20年代译自美国英语的“agricultural extension”——“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。

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 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)。即使在中国大陆,经过过去 20 多年的发展,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。

二、当代世界农业推广的主要模式

农业推广模式是在特定条件下农业推广主体、客体、机制的存在方式和运转过程的综合表现,具体表现为一个国家或地区农业推广目标、对象、内容、策略、方法、组织结构及运行机制的总和。它不同于狭义的农业推广组织体系模式,更不同于农业创新采用与扩散模式以及农业科技成果推广模式或方式。

据此,当代世界农业推广模式可归纳为五大类型,即传递服务模式(I)、合同约束模式(II)、意识启蒙模式(III)、参与服务模式(IV)和综合咨询模式(V)。各大类模式的代表性模式及其主要特征如表 1-1 所示。

表 1-1 农业推广模式类型及其主要特征

模式类型	目标	对象	内容	组织特征	策略方式
I 1. 常规农业推广 2. 培训与访问体系 3. 综合农业发展计划	提高产量 增加收入	全体农民	农业技术 为主	政府领导公办 专职为主	自上而下的 传递服务
II 4. 商品开发与生产 5. 商品导向型推广	有效生产 并销售高 价值商品	高价值商 品产区的 农民	技术开 发、传递 及市场营 销服务	独立的半主权 的专业公司,商 品生产组织附 属兼营	自上而下兼 由外而内的 合同约束

续表 1-1

模式类型	目标	对象	内容	组织特征	策略方式
Ⅲ 6. 社区发展 7. 农村振兴 8. 综合农村发展计划	增产增收, 激发农民促进乡村综合发展	贫困、落后乡村的全体农民为主	技术引进、开发人力资源、发展基础设施	各种社团和民间自治组织为主	自上而下兼由内而外的意识启蒙
Ⅳ 9. 农业知识与信息传播	促进人类发展、传播信息、教育民众	农村居民及某些城镇居民	农业生产及农家生活有关的技术与信息	教学、研究机构为主, 民间组织兼营	由下而上参与式问题解决
Ⅴ 10. 农村综合服务	帮助对象自我决策, 分析和解决问题	农村居民	农业生产及农家生活有关的技术与信息	政府领导与民间组织为主, 私人企业公司广泛介入	由下而上的问题解决兼由外而内的商业合同约束

农业推广模式在每个国家都不相同, 即使在同一个国家的不同地区, 也可能不完全相同。一个国家或地区采用什么样的农业推广模式, 是一系列因素综合作用的结果。因此, 评估一种农业推广模式的优劣, 应当看它是否与所在国家或地区的具体情况特别是生产力发展水平相适应。相对而言, 上述前三大类模式主要存在于发展中国家或地区, 可以称为低水平模式, 而后两类模式主要存在于发达的国家或地区, 可以称为高水平模式。这里, 水平高低并不意味着模式的优劣, 而是就发展的阶段而言的。从发展中国家的现状看, 改变传递服务模式中存在的许多弊端势在必行; 合同约束模式作为一种局部模式或过渡模式在发展中国家及发达国家都有存在的基础; 在许多发展中国家与地区发展意识启蒙模式是人类社会发展要经历的必然阶段; 参与服务模式和综合咨询模式是值得一切资源条件具备的国家或地区借鉴的高水平模式。就大多数发展中国家而言, 从常规推广模式, 经过意识启蒙模式, 最后发展到农村综合咨询服务模式应当是农业推广模式发展的一般规律。

各个国家与地区的具体条件不同, 具体的模式可以灵活多样。根据模式发展的分异性和趋同性原理以及多样性与阶段性原理, 模式的设计一方面不应不顾条件地逾越模式发展的阶段性; 另一方面可以根据具体情况延长或缩短每个阶段的发展期。正如阿尔布列希特等人所言: “即使在农业推广服务处于初创阶段的发展中国家里, 推广目标也不应仅仅限于生产技术创新的引进。把活动范围拓宽到管