



普通高等教育“十五”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

高启杰 主编

中国农业大学出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材

北京高等教育精品教材

农业推广学

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. —北京:中国农业大学出版社,2003. 11

ISBN 7-81066-672-X/S · 512

(普通高等教育“十五”国家级规划教材)

I. 农… II. 高… III. 农业技术-技术推广-高等学校-教材
IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 083743 号

书 名 农业推广学

作 者 高启杰 主编

策划编辑 高 欣 丛晓红

责任编辑 丛晓红 高 欣

封面设计 郑 川

责任校对 王晓凤

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 www. cau. edu. cn/caup

E-mail caup @ public. bta. net. cn

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

版 次 2003 年 11 月第 1 版 2006 年 7 月第 3 次印刷

规 格 787×980 16 开本 22.25 印张 463 千字

印 数 9 001~12 000

定 价 30.00 元

图书如有质量问题本社发行部负责调换

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)

内 容 简 介

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 16 章,主要包括农业推广的基本含义与功能、农业推广学研究进展、农民行为的产生与改变、农业推广沟通、创新的采用与扩散、农业推广的基本方法与技能、参与式农业推广方法、农村人力资源开发与农民培训、农业推广信息系统与信息服务、农业推广经营服务、农业科技成果的转化与推广、农村家政推广与社区发展、农业推广组织与管理、农业推广人员、农业推广项目计划与管理、农业推广工作的评价、农业推广的宏观环境等内容。

本书可用做农村区域发展、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,也可用做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

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,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研究与教学工作方面能够发挥出应有的作用。本书可用做农村区域发展、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,也可用做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。

本书的出版得到了教育部、中国农业大学、中国农业大学出版社的支持。在此,我们对为本书的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。

限于时间和编者水平,书中难免有错误与不妥之处,敬请读者指正。

编 者

2003 年 7 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	(5)
第三节 农业推广学的研究进展	(9)
复习思考题	(15)
第二章 农民行为的产生与改变	(16)
第一节 农民行为的产生	(17)
第二节 我国农民行为的主要特征	(26)
第三节 农民行为的改变	(32)
第四节 行为原理在农业推广中的应用	(40)
复习思考题	(42)
第三章 农业推广沟通	(43)
第一节 沟通的基本原理	(44)
第二节 农业推广沟通系统	(57)
第三节 提高农业推广沟通效率	(64)
复习思考题	(72)
第四章 创新的采用与扩散	(73)
第一节 扩散曲线与扩散过程	(74)
第二节 创新的采用过程	(78)
第三节 采用率及其决定因素	(85)
复习思考题	(89)
第五章 农业推广的基本方法与技能	(90)
第一节 农业推广的基本方法	(91)
第二节 农业推广的基本技能	(99)
第三节 农业推广程序	(108)
复习思考题	(111)
第六章 参与式农业推广方法	(112)
第一节 参与式农业推广的含义与意义	(113)

第二节 参与式农业推广方法的应用程序·····	(117)
第三节 参与式农业推广方法应用中的问题·····	(128)
复习思考题·····	(132)
第七章 农村人力资源开发与农民培训·····	(133)
第一节 农村人力资源开发的相关理论·····	(134)
第二节 我国农村的人力资源开发·····	(140)
第三节 国内外的农民培训·····	(144)
复习思考题·····	(157)
第八章 农业推广信息系统与信息服 务·····	(158)
第一节 农业推广信息系统概述·····	(159)
第二节 农业推广信息系统的应用·····	(166)
第三节 农业推广信息服务·····	(175)
复习思考题·····	(187)
第九章 农业推广经营服务·····	(188)
第一节 农业推广经营服务概述·····	(189)
第二节 农业推广经营服务的策略和技巧·····	(195)
第三节 农业推广经营实体的兴办·····	(210)
复习思考题·····	(214)
第十章 农业科技成果的转化与推广·····	(215)
第一节 农业科技成果转化与推广的基本概念·····	(216)
第二节 农业科技成果转化的条件与机制·····	(228)
第三节 我国农业科技成果推广的主要方式与问题·····	(237)
复习思考题·····	(249)
第十一章 农村家政推广与社区发展·····	(250)
第一节 农村家政推广·····	(251)
第二节 农村社区发展·····	(255)
第三节 来自推广实践的实例·····	(261)
复习思考题·····	(265)
第十二章 农业推广组织与管理·····	(266)
第一节 农业推广组织设计原理与原则·····	(267)
第二节 农业推广组织类型与组织设计评价·····	(277)
第三节 我国农业推广组织的发展·····	(283)
第四节 农业推广组织的管理·····	(288)

复习思考题·····	(294)
第十三章 农业推广人员 ·····	(295)
第一节 农业推广人员的类型与职责·····	(296)
第二节 农业推广人员素质·····	(303)
第三节 农业推广人员管理·····	(310)
复习思考题·····	(321)
第十四章 农业推广项目计划与管理 ·····	(322)
第一节 农业推广项目计划概述·····	(323)
第二节 农业推广项目计划编制与执行·····	(332)
第三节 农业推广项目的管理·····	(342)
复习思考题·····	(351)
第十五章 农业推广工作的评价 ·····	(352)
第一节 农业推广工作评价的原则和步骤·····	(353)
第二节 农业推广工作评价的内容框架和指标体系·····	(355)
第三节 农业推广工作评价的方法·····	(360)
复习思考题·····	(366)
第十六章 农业推广的宏观环境 ·····	(367)
第一节 农业推广的宏观环境与政策法规概述·····	(368)
第二节 我国农业推广的宏观环境·····	(373)
第三节 国际农业推广改革及其对我国的启示·····	(379)
复习思考题·····	(385)
参考文献 ·····	(386)

普通高等教育“十五”国家级规划教材

第一章 导 论

❖ 本章学习要点

- ❖ 农业推广发展简史
- ❖ 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
- ❖ 农业推广学的产生与发展
- ❖ 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。本节先简要地回顾一下农业推广的历史发展情况,然后归纳当代世界农业推广模式的主要类型。

一、农业推广发展简史

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,爱尔兰马铃薯严重歉收导致饥荒。为此,根据克拉伦登(Clarendon)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了“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,但多为提倡,而未切实推行。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;而我国原有的棉种为非洲棉和亚洲棉,其品质较差,不适于作为近代的机器纺织原料,亟须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 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。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的萌芽时期。

从最近 50 年全世界的情况看,以科技为基础的推广工作也有很大的发展。一方面,推广方法论取得了长足的进步,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农民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与信息,以诱导行为的自愿改变和问题的解决;另一方面,在概念上及实际应用上不断地拓展范围,农业推广已日益超出严格意义上农业的范围,进入了农村生活的领域,工作范围由单纯的生产技术性逐步向经济性、社会性扩展。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。可以说,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,对于“推广”概念的理解,也从狭隘的“农业推广”延伸为“农村咨询服务”。这说明,随着农业现代化水平、农民素质以及农村社会生活发展水平的提高,农民不再满足于生产技术和经营知识的一般指导,更需要得到科技、市场、金融、家政、法律、社会等多方面的信息及咨询服务。因此,早在 1964 年于巴黎举行的一次国际农业会议上,人们就对农业推广作了如下的解释:推广工作可以称为咨询工作,可以解释为非正规的教育,包括提供信息、帮助农民解决问题。1984 年,联合国粮农组织发行的《农业推广》(第 2 版)一书中,也作了这样的解释:推广是一种将有用的信息传递给人们(传播方面),并且帮助他们获得必要的知识、技能和观念来有效地利用这些信息或技术(教育方面)的不断发展的过程。一般而言,推广工作的目标是使人们能够利用这些技能、知识和信息来提高生活质量。

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 5 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 或联系农民	以农业技术为主	以政府领导 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
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	以贫困、 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	以各种社团 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 进步、传 播信息、 教育民众	农村居民 及某些城 镇居民	农业生产 及与农家 生活有关 的技术与 信息	以教学、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. 农村综合咨询服务	帮助对象 自我决 策,分析 和解决问 题	农村居民	农业生产 及与农家 生活有关 的技术与 信息	以政府领导 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3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理、社会经济和经济制度事务方面来,从而把推广的范围从一种纯粹的农业服务拓展到一种农村咨询服务上来,这对于小农来说有着更好的成功前景,因为这样做更能适应实际环境。”

第二节 现代农业推广的含义与功能

一、现代农业推广的含义与特征

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。农业推广人员通过沟通及其他相关方式组织与教育农村居民,使其增进知识,提高技能,改变观念与态度,从而自愿改变行为,采用和传播农业创新,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。

这里对农业推广所做的解释,主要是基于农业推广的哲学观念以及农业推广与农村发展间关系的理论与实践。

当今世界不同地区或不同的农业与农村发展阶段,农业推广工作的组织、策

略、内容和方法虽然不同,但“协助民众去帮助自己”却是多数地区农业推广工作的主要信念。从人类的基本需要以及人类发展的角度看,通过个人知识、技能、态度及行为的改变而促成农村社会的综合发展应当是基本且自然的做法。因而农业推广人员的职责也就是通过改善农村居民获取知识的机会,使其能够同时获得文化、社会及经济生活的进步。在这里可以引用凯尔塞等人的一段话,简要说明农业推广工作中的哲学:“由于每个人对他人及社会的进步有着重要的影响,因此农业推广人员需要帮助民众发展其自己,以达到较高的个人发展水平。农业推广人员应当了解农民的需要,引导其明确生活的总体目标。每个人的发展途径不同,农业推广工作应根据个人的兴趣、需要和能力来安排不同的工作活动。同时,农业推广人员应促进提高合作参与和领导发展的效果从而改善社区的整体状况。这样,未来将会取得一些良好的社会性目标成果,在社会进步的过程中将会显示出更好的公民素质、民主意识以及对科学的赏识。”据此不难推断出农业推广工作的一些重要价值。它能够增强个人的能力和影响力,是维持并发展农业和人文生态的主要动力,使各个个体形成一种集体的力量,从而改善整个人类系统的状态。

不可否认,早期的农业推广是为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社区发展、农村教育、农家生活咨询及自然资源开发与利用等内容。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。农业推广与社区发展都是强调运用教育方法,开发人力资源,以促成个人、家庭及团体的正确决策和问题的解决。可以认为:农业推广与农村发展具有相同的哲学基础和基本目标;从内容体系上讲,农业推广是农村发展的一个重要组成部分;从动力机制上讲,农业推广是农村发展的一种重要推动力量。

农村综合发展要实现普遍性社会福利的目标,不仅要求各项农村发展的工作活动一体化,还要求各项制度一体化,从而使民众有公平发展的机会,提高民众认同发展农村的自我责任。当民众能认识并相信农村发展成果能够由他们来分享时,才能依靠农村民众的自身力量来发展农村。而农村推广工作在某种意义上正是本着个人需要接受某项创新信息的机会,而提供的一种农村社会教育工作。因而它能够帮助个人去了解和获取社会竞争中所应具备的各种知识和技能,增进个人公平发展机会。当个人能够真正了解社会发展的现状以及个人可追求的权利和机会时,农村发展的普遍性社会福利目标才可能因个人主动且公平的要求而有实现的机会。此外,农业推广工作还有助于发展农民主导的农村组织,开展自主的农村发展活动。发展中国家农村发展的经验表明,农民因为生活空间比较固定而且

生产资源匮乏,因而常常失去主导农村组织发展的能力,结果在外来力量的控制下,农民很难获得生活改良的机会。科学的农业推广工作必须让农民参与计划的制定、实施和评估,增强他们参与组织的能力和机会,让他们在参与时学习管理组织的技巧和能力。可见,农业推广工作可以使农民学会发展和主导农村组织,进而影响农村发展的方向。

综上所述,农业推广工作仅就传播知识与信息、培养个人主导才能与团体行动能力等两个主要方面,足以对提高农村人口素质与科技进步水平从而推动农村发展产生极其重要的影响。

关于现代农业推广的新解释,还可以列举很多,每一种解释都从一个或几个侧面揭示出了现代农业推广的特征。一般而言,现代农业推广的主要特征可以理解为:推广工作的内容已由狭义的农业技术推广扩展到农村生产与生活的综合咨询服务;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;推广的指导理论更强调以沟通为基础的行为改变和问题解决原理;推广的策略方式更重视由下而上的项目参与方式;推广方法重视以沟通为基础的现代信息传播与教育咨询方法;推广组织形式多元化;推广管理科学化、法制化;推广研究方法更加重视定量方法和实证方法。前面从推广的基本哲学出发对现代农业推广所做的解释,在一定程度上反映了现代农业推广的本质特征。

二、农业推广的主要社会功能

从前面对现代农业推广含义与特征的描述可知,农业推广工作是以人为对象,通过改变个人能力、行为与条件,来改进社会事物与环境。因此,农业推广的社会功能可以分为直接功能和间接功能两类。直接功能具有促成农村人口改变个人知识、技能、态度、行为及自我组织与决策能力的作用;而间接功能是通过直接功能的表现成果而再显示出来的推广功能,或者说是农业推广工作通过改变农村人口的状况而进一步改变农村社会经济环境的功能,因此间接功能依不同农业推广工作任务以及不同农业推广模式而有所差异。下面详细阐述各项功能的意义。

1. 直接功能

(1)增进农村居民的基本知识与信息。农业推广工作旨在开发农村的人力资源。知识和信息的传播为农村居民提供了良好的非正式校外教育机会,这在某种意义上讲就是把大学带给了人民。

(2)提高农村劳动力的生产技术水平。这是传统农业推广的主要功能。通过传播和教育过程,农业技术创新得到扩散,农村劳动力的农业生产技术和经营管理水平得到提高,从而增强了农民的职业工作能力,使农民能够随着现代科学技术的

发展而获得满意的农业生产或经营成果。

(3)提高农村居民的生活技能。农业推广工作内容还涉及农家生活咨询。因此,通过教育和传播方法,农业推广工作可针对农村老年、妇女、青少年等不同对象提供相应的咨询服务,从而提高农村居民适应社会变革以及现代生活的能力。

(4)改变农民的价值观念、态度和行为。农业推广工作通过行为层面的改变而使人的行为发生改变。农业推广教育和咨询活动可以引导农村居民学习现代社会的价值观念、态度和行为方式,这使农民在观念上也能适应现代社会生活的变迁。

(5)增强农民的自我组织与决策能力。农业推广工作要运用参与式原理激发农民自主、自力与自助。通过传播信息与组织、教育、咨询等活动,农民在面临各种问题时,能有效地选择行动方案,从而缓和或解决问题。农民参与农业推广计划的制定、实施和评价,必然提高农民的组织与决策能力。

2. 间接功能

(1)促进农业科技成果转化。农业推广工作具有传播农业技术创新的作用。农民采用农业技术后,农业科技成果才有可能转化为现实的生产力,对经济增长起到促进作用。在农业技术创新及科技进步系统中,农业技术推广是一个极其重要的环节。

(2)提高农业生产与经营效率。农业推广工作具有提高农业综合发展水平的作用。农民在改变知识、信息、技能和资源条件以后,可以提高农业生产的投入产出效率。一般认为,农业发展包括的主要因素有研究、教育/推广、供应、生产、市场及政府干预等,农业推广是农业发展的促进因素,是改变农业生产力的重要工具。

(3)改善农村社区生活环境及生活质量。农业推广工作具有提高农村综合发展水平的作用。在综合农村发展活动中,通过教育、传播和服务等工作方式,可改变农村人口对生活环境及生活质量的认识和期望水平,并进而引起人们参与社区的改善活动,发展农村文化娱乐事业和各项基础服务设施,以达到更高水平的农村环境景观和生活内涵,同时促进社会公平与民主意识的形成。

(4)优化农业生态条件。农业推广工作具有促进农村可持续发展的作用。通过农业推广工作,可以改变农业生产者乃至整个农村居民对农业生态的认识,使其了解农业对生态环境所产生的影响,树立科学的环境生态观念,实现人口、经济、社会、资源和环境的协调发展,既达到发展经济的目的,又保护人类赖以生存的自然资源和环境,使子孙后代能够永续发展和安居乐业。

(5)促进农村组织发展。农业推广工作具有发展社会意识、领导才能及社会行动的效果。通过不同的工作方式,推广人员可以协助农民形成各种自主性团体与组织,从而凝结农民的资源 and 力量,发挥农民的组织影响力。