

高等学校农业经济管理类专业核心课程教材

农业推广学

刘恩财 谢立勇 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校农业经济管理类专业核心课程教材

Nongye Tuiguangxue



农业推广学

刘恩财 谢立勇 主 编

衣 莹 刘喜波 张 雯 副主编
赵洪亮 丛巍巍



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本教材以辽宁省省级精品课程“农业推广学”的架构为基础,在综合汲取近年来各高校使用的不同农业推广学教材版本精华内容的基础上编写而成。内容涵盖农业推广基本理论、基本技能、学科基本知识、农业推广方式策略及农业推广研究方法等。本教材共分16章,包括绪论、农业创新扩散原理、农业科技成果转化原理、农民行为改变原理、农业推广沟通、农业推广教育与培训、农业推广组织与人员管理、农业推广计划与项目管理、农业推广信息服务、农业推广经营服务、农业推广试验与示范、农业推广的程序和基本方法、农业推广方式与策略、农业推广写作与语言运用、农业推广工作评价及农业推广研究方法等。每章前介绍“本章学习目标”,并通过导读引导学习者进入课程情境;每章后附有“本章小结”、“复习思考题”并选取1个(个别章节选择1个以上)结合本章学习内容的案例分析题。通过案例背景与内容介绍,设计若干讨论题,并提供相应的点评或参考答案,以巩固本章或本课程的理论知识,提高学习者分析问题和解决问题的能力。

本教材可作为全国高等农林院校或综合性院校的农林经济管理、农村区域发展、管理学、农学以及其他农科专业的教材,也可作为全国各级从事农业行政管理、农业经济、农业推广理论研究以及从事农业推广相关工作人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

农业推广学/刘恩财,谢立勇主编. —北京:高等教育出版社,2014. 1

ISBN 978 - 7 - 04 - 039271 - 5

I. ①农… II. ①刘…②谢… III. ①农业科技推广 - 高等学校 - 教材 IV. ①S3 - 33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 007894 号

策划编辑 刘 荣	责任编辑 刘 荣	特约编辑 吕培勋	封面设计 赵 阳
版式设计 余 杨	插图绘制 尹 莉	责任校对 胡美萍	责任印制 刘思涵

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 肥城新华印刷有限公司
开 本 787mm × 1092mm 1/16
印 张 26
字 数 590 千字
插 页 1
购书热线 010 - 58581118

咨询电话 400 - 810 - 0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2014 年 1 月第 1 版
印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷
定 价 39.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究
物 料 号 39271 - 00



刘恩财

沈阳农业大学农学院农村发展系教授。

1955年生,辽宁省本溪县人。辽宁省省级精品课“农业推广学”教学组负责人。

主要从事农业推广及农村发展领域的教学与研究。先后主持与参加科技部“十一五”科技支撑计划、973课题、辽宁省科技厅及鞍山市科技局等项目6项。获省政府科技进步三等奖2项,鞍山市政府科技进步一等奖1项,辽宁省教育厅教育教学成果二等奖1项。主编、副主编及参编《农业概论》、《农业推广学》、《农业推广理论与实践》、《农业推广理论与方法》、《农村发展规划》、《耕作学》及《现代农业科技教育》等教材与专著10余部,在各类期刊发表学术论文40余篇。



谢立勇

博士、沈阳农业大学农学院农村发展系副教授。

1969年生,辽宁省昌图县人。主要从事持续发展与农业推广、气候变化影响与适应等教学与研究。参编《农业推广学》等教材3部,发表学术论文40余篇。出版《北方水稻生产与气候资源利用》等著作3部。近年来,主持和参加国家自然科学基金、科技支撑计划等项目6项,获辽宁省政府科技进步三等奖1项,辽宁省教育厅教育教学成果二等奖1项。

主 编 刘恩财 谢立勇

副主编(以姓氏笔画为序)

衣 莹 刘喜波 张 雯 赵洪亮 丛巍巍

编写组成员(以姓氏笔画为序)

于福海(辽阳市弓长岭教育培训中心)

王 岩(沈阳农业大学)

丛巍巍(沈阳农业大学)

许文娟(沈阳农业大学)

衣 莹(沈阳农业大学)

刘恩财(沈阳农业大学)

刘喜波(沈阳农业大学)

刘婷婷(沈阳农业大学)

孙 璐(沈阳工学院)

张玉嵩(丹东市振安区农业中心)

张 帆(沈阳工学院)

张 雯(沈阳农业大学)

陈湘宁(沈阳农业大学)

赵洪亮(沈阳农业大学)

贾 燕(沈阳农业大学)

黄光凯(沈阳农业大学)

夏常颖(丹东市元宝区农业中心)

谢立勇(沈阳农业大学)

主 审 许文娟(沈阳农业大学) 侯立白(沈阳工学院)

前 言

从农业推广的历史演进、农业推广理论的形成、农业推广理论专著及教科书的面世与不断推陈出新的过程来看,农业推广学科的发展与社会的发展进步、时代的变迁以及世界农业与农村经济发展形势是紧密相连,相依而生的。早在1935年,南京金陵大学农学院章之汶、李醒愚合著的《农业推广》,同年孙希复所著《农业推广方法》以及1947年宋希庠编写的《中国历代劝农考》等书,都是当时极受欢迎且影响力较大的早期推广学文献。随着时代的发展与社会的变迁,作为边缘性、交叉性、综合应用性且具有较强社会科学属性的农业推广学,更是经历了社会发展与形势巨变的考验。自1987年杨士谋编著的《农业推广教育概论》出版以来,相继有诸多专家学者如许无惧、汤锦如、吕文安、张仲威、王慧军、高启杰等编著了各种版本的“农业推广学”、“农业推广理论与实践”等教材数十种,其中不乏精品及获奖教材。这些教材的历史贡献及深远影响功不可没。然而时代在发展,社会在进步,随着农业生产力发展水平的提高、经济体制的改革创新、农业发展阶段的升级、社会文化背景的变化、农业与农村经济的发展、经济全球化以及现代农业建设的与时俱进,对农业推广理论与实践研究及学科发展也提出了更高、更新的要求。因此,作为边缘性、交叉性、综合应用性及社会性较强的农业推广学来说,不仅要为学习者提供基础理论、基本技能和研究方法,而且应该让学习者能以现代农业推广理念来分析和解决由农业推广衍生出的一系列农村发展问题,使学习者的知识面更宽广,思路更开阔。基于上述思考,沈阳农业大学农村区域发展系农业推广学课程组在经历了2001年、2002年和2007年三次重要的教学大纲修改与学科创新建设研究后,进入了省级精品课程行列。在随后的六年中,课程组成员除了为各个不同专业讲授“农业推广学”外,还分别开设了“农业生产技术与管理”、“农村发展项目管理”、“农村社会学”、“农村发展学”、“农村发展规划”、“农村发展研究方法”、“农村信息化”、“农业现代化”及“农业资源学”等课程。本教材是以“农业推广学”省级精品课程架构为基础,再融入各参编老师主讲的其他相关课程的教学与科研成果编写而成的。

本教材由沈阳农业大学刘恩财教授和谢立勇副教授担任主编,对全书进行修改定稿。参加编写人员除了课程组成员外,还有相关学院的农学、农经专业的人员,沈阳工学院的部分教学人员,部分市县的教育培训中心以及推广部门的业务人员。另外,聘请了从事农业推广及农村发展教学与研究领域的两位专家——许文娟教授和侯立白教授担任主审。编写分工如下:第一章由刘恩财、谢立勇、许文娟编写,第二章、第三章、第四章由谢立勇编写,第五章由衣莹编写,第六章由刘恩财、王岩、于福海编写,第七章由刘喜波、黄光凯、夏常颖编写,第八章由丛巍巍编写,第九章由赵洪亮编写,第十章由刘恩财、张帆、陈湘宁编写,第十一章由赵洪亮编写,第十二章由张雯、刘喜波、张玉嵩编写,第十三章由刘恩财、孙璐、刘婷婷编写,第十四章由刘恩财、许文娟、贾燕编写,第十五章由衣莹编写,第十六章由张雯、衣莹编写。

本教材可作为全国高等农林院校或综合性院校的农林经济管理、农村区域发展、管理学、农



学以及其他农科专业的教材,也可作为全国各级从事农业行政管理、农业经济、农业推广理论研究及从事农业推广相关工作人员的参考书。

本教材在编写过程中所引用的主要参考文献已在书后列出目录,在此谨对作者深表感谢。另外,本教材编写中涉及调查数据及收集资料等方面工作,得到了丹东市振安区和元宝区农业中心的大力支持和帮助,在此一并致以诚挚的谢意。由于编者水平和掌握的资料有限,错误和表述不妥之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

2013 年 11 月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 农业推广活动的产生与历史演进	(2)
第二节 农业推广的内涵与社会功能	(6)
第三节 农业推广学的形成及农业推广理论的发展过程	(11)
第四节 农业推广及农业推广学科的相关问题	(14)
第五节 学习与研究农业推广学的目的、意义和方法	(18)
第二章 农业创新扩散原理	(23)
第一节 农业创新的采用与实施	(24)
第二节 农业创新的扩散方式、过程与基本规律	(30)
第三节 影响农业创新采用与扩散的因素	(37)
第三章 农业科技成果转化原理	(45)
第一节 农业科技成果和农业科技成果转化	(46)
第二节 农业科技成果转化的机制	(51)
第三节 农业科技成果转化的效益分析与评价	(56)
第四章 农民行为改变原理	(63)
第一节 行为产生的基本理论	(64)
第二节 行为改变原理与基本规律	(68)
第三节 行为改变原理在农业推广中的应用	(77)
第五章 农业推广沟通	(83)
第一节 农业推广沟通的概念及分类	(84)
第二节 农业推广沟通基本程序、要素与特点分析	(89)
第三节 农业推广沟通网络系统及沟通障碍因素	(96)
第四节 农业推广沟通的一般原则、基本技能和技巧	(102)
第六章 农业推广教育与培训	(109)
第一节 农业推广教育	(110)
第二节 农民技术培训	(121)
第三节 农民职业技术培训	(129)
第七章 农业推广组织与人员管理	(139)
第一节 农业推广组织概述	(140)
第二节 农业推广组织的管理	(145)
第三节 农业推广人员	(153)



第八章 农业推广计划与项目管理	(167)
第一节 农业推广计划与农业推广项目概述	(168)
第二节 农业推广计划的制订与实施	(173)
第三节 农业推广项目的申报	(182)
第四节 农业推广项目的实施与管理	(186)
第五节 农业推广项目的验收、鉴定与报奖	(188)
第九章 农业推广信息服务	(197)
第一节 农业推广信息概述	(198)
第二节 农业推广信息服务的程序	(203)
第三节 农业推广信息服务的应用	(211)
第四节 农业推广信息服务的发展趋势	(214)
第十章 农业推广经营服务	(219)
第一节 农业推广经营服务概述	(220)
第二节 农业推广经营服务的程序与基本策略	(224)
第三节 农业推广经营实体的兴办与运行中存在的问题及其解决途径	(233)
第十一章 农业推广试验与示范	(243)
第一节 农业推广试验	(244)
第二节 农业推广示范	(255)
第十二章 农业推广的程序和基本方法	(265)
第一节 农业推广的特点和工作原则	(266)
第二节 农业推广的程序	(268)
第三节 农业推广的基本方法	(272)
第四节 世界农业推广方式及其评价	(282)
第十三章 农业推广方式与策略	(289)
第一节 农业推广方式与策略概述	(290)
第二节 服务式农业推广方式与策略	(295)
第三节 行政式农业推广方式与策略	(305)
第四节 教育式农业推广方式与策略	(310)
第五节 农业推广方式评价与发展趋势分析	(314)
第十四章 农业推广写作与语言运用	(323)
第一节 农业推广语言的特点	(324)
第二节 农业推广写作	(327)
第三节 农业推广演讲	(345)
第十五章 农业推广工作评价	(351)
第一节 农业推广工作评价概述	(352)



第二节 农业推广工作评价指标体系	(356)
第三节 农业推广工作评价步骤和方法	(363)
第十六章 农业推广研究方法	(373)
第一节 农业推广研究的程序	(374)
第二节 农业推广研究的基本方法	(380)
第三节 农业推广资料收集方法	(385)
案例讨论题点评或参考答案	(398)
参考文献	(403)

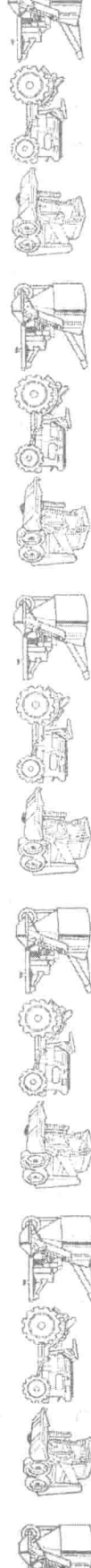
第一章 绪论



本章学习目标

通过本章学习,拟实现如下教学目标:

1. 了解农业推广活动的产生与历史演进,了解国外农业推广活动的产生与发展;
2. 认识与分析未来的农业推广发展趋势;
3. 掌握农业推广的基本概念与内涵,了解农业推广学的形成及农业推广理论的发展过程;
4. 了解农业推广学的学科性质、研究对象、研究内容,掌握农业推广的功能以及与其他相关学科的关系;
5. 了解学习与研究农业推广学的目的、意义和方法。





“推广”一词应用较广泛。除了本书研究的农业推广外,还有诸如营销推广、网络推广、体验式推广、学术推广、APP推广等词语随处可见。通常对“推广”的常规解释是“扩大事物的使用范围或起作用的范围”。如果结合现实社会如前面列举的各应用领域,对“推广”一词我们可以理解为:“推出、推荐或介绍某种或某些新产品、新技术、新服务方式、新方法、新思想理念等,使其广为传播,并逐渐为众多的人所接受和采用。”对于农业推广的理解与表述,古今中外各类文献不尽相同。同一概念,其内涵的多元性给人们至少有以下三点启示:① 农业推广本身的社会性及学科所属的规定性;② 农业推广活动随着历史演进的时空差异性;③ 对农业推广内涵及相关理论的理解,仅仅从若干现实(实务)经验中推导是不够的,要理解现代条件下农业推广的内涵、意义、功能以及随时空特征的变化规律,就必须研究和了解农业推广的产生背景、历史演进以及存在的基本形式和模式。只有据史析今预测未来之趋势,从时空多维视角来研究农业推广及农业推广学科,才能真正把握农业推广的本质及学科的研究核心。本章将以农业推广的起源、理论形成及学科发展为切入点展开讨论。

第一节 农业推广活动的产生与历史演进

如果说任何一项事物或新事物的产生都蕴涵着人类社会历史发展轨迹的不同节点的话,那么每个节点则都会反映当时社会事物的发展需求。从事物的发展演变规律看,农业推广是伴随着农业的产生而产生,伴随着农业的发展而发展的为农业产业服务的一项社会活动。从原始社会到现代社会,从被动到主动,从无意识到有意识,从狭义到广义,都反映了农业推广随着科学技术的进步、经济与社会的发展,其内涵与本质是与时俱进不断升华的。要真正了解农业推广,就要追本溯源,从发生起点开始。

一、中国古代迄今的农业推广活动

地球上自从有了人类,生存需求就成为人类对自然索取的第一动力。据考证,人类的出现大约有100万年之久,但长期采用食物采集方式。只是到了大约1万年前,经历了漫长的采集渔猎岁月之后,食物生产才逐渐取代食物采集,成为人类获取食物的主要方式,原始农业便应运而生。原始农业生产水平低下,劳动手段、技能落后,以自然发展为主,人为控制能力较差,刀耕火种、广种薄收成为当时农业生产的主要方式。其实早在原始农业阶段,农业推广活动就随之产生了。当时的人类社会人们共同劳动和共同生活,在与自然的斗争中所形成的一些技术、技艺、经验等需要传播和扩散,便通过实践中的观察、模仿等方式而世代相传。通常的方式是父传子、师传徒等,因此有人将原始农业推广称为模仿推广。

到了奴隶社会,人类开始进入粗放的农业社会。此时已出现诸如使用青铜农具进行中耕除草,栽培除谷类作物以外的果树和蔬菜;出现垄作,应用除草治虫技术等。同时出现了原始畜牧业生产,另外还发明了历法用以指导农事活动。一些先进部落还有人专门负责指导百姓“种植五



谷,饲养六畜”。专门负责农业技术指导与传播的人,被称为农师,因此有人将奴隶社会农业推广称为农师推广。

进入封建社会,中国北方逐步形成了旱作农业技术体系,而南方水田生产技术也有了一定的发展。同时复种、轮作制及二十四节气农事历也已初步形成。农业开始逐步由粗放向精耕细作发展。有人认为,此期的“劝农”、“课桑”和“教稼”就是“推广”的代名词。历代封建朝廷和地方政府,为了发展农业,沿袭不断地推行劝农政策,实行教育与行政相结合的方针,对农民进行劝导、教育和督导,借以达到推广农业技术,提高生产水平的目的。因此,从历史角度看,长期的奴隶社会和封建社会,农业推广活动都带有浓厚的官办色彩和技术、技艺推广的特征。这种既强调教育在农业推广中的作用,又用农业行政机构来推行劝农政策的做法,其实就是近代的“行政推动+技术指导”模式。

随着社会发展,当西方进入资本主义社会时,我国仍停滞于封建社会,鸦片战争后,逐步沦为半殖民地半封建社会。清朝末年,洋务派和维新派开始向欧、美、日学习,创建农事试验场;开始从美国引进陆地棉良种;19世纪末,维新派主张创办农务学堂等都是适应当时需要的农业推广活动。直到1923年在北京成立了中华平民教育促进会等社团,这些社团才开始到农村建立实验区,以农民为对象进行乡村社会调查、乡村教育和农业推广。

国民政府时期,虽然也从事了一些相关的法律法规等制定以及技术推广等工作,但由于历年战乱不断,民不聊生,推广体制混乱,推广人员数量少、素质差、经费短缺,推广工作成效不大,工作开展也只是在农业院校和一些零星地区。

新中国成立以后,我国的农业推广事业重新获得了发展机遇。农业推广体系的发展主要经历了以下三个时期或阶段,即:计划经济时期;计划经济向市场经济过渡时期;市场经济完善和发展时期。

(一) 计划经济时期

新中国成立初期,我国农业推广着重以“农业生产技术改良与指导”为主要方向。1953年,农业部颁发了《农业技术推广方案(草案)》,提出了《关于充实农业机构,加强农业技术指导的意见》,规定在区一级设立技术推广站,开展农业技术指导。1955年全国开始建立农业技术推广站。1958年人民公社成立,由于“左”倾错误的影响,农技推广体系建设中断了。1969年湖南省华容县创造了县办农科所、公社办农科站、大队办农科队、生产队办农科小组的经验,1972年向全国推广,1975年全国基本建成县、乡、村、小队四级农科网推广体系。这一做法有积极的一面,但由于过分强调群众搞科研,贬低了专家和科研机构的作用,也产生了一些不良的影响。

(二) 计划经济向市场经济过渡时期

1978年党的十一届三中全会召开,农村经济体制改革、家庭联产承包责任制以后,农民生产积极性空前高涨,依靠科技致富已成为农民共识。在这种情况下,农民渴求新技术的推广应用。1980年中央一号文件决定办好县一级推广机构。1982年全国各地的一些县,建立了农业技术推广中心,县、乡(镇)、村级推广服务机构,农民专业技术协会、研究会、科技示范户、农民技术员的数量不断增多。全国基本建成了以“县农技推广中心为龙头,乡镇农技站为主体,村服务组织为



基础”的推广服务体系。到了 20 世纪 80 年代末期,随着计划经济向市场经济的转变,农业推广体系又遭遇挫折,开始出现“断奶”、“网破”、“线断”、“人散”的局面。

(三) 市场经济完善和发展时期

进入 20 世纪 90 年代以后,党和政府及时总结了历史经验,国务院于 1991 年下发了《国务院关于加强农业社会化服务体系建设的通知》。20 世纪 90 年代以来,不少大专院校、科研院所也加入推广队伍,给农业推广带来了活力,发挥着巨大作用。1993 年 7 月,我国正式颁布实施《农业技术推广法》,对推广工作的原则、推广体系的职责、推广工作的范围和国家对推广工作的保障机制等重大问题做出了原则性规定,是我国农业推广工作事业的一个里程碑。1999 年 8 月 31 日,《国务院办公厅转发农业部等部门关于稳定基层农业技术推广体系意见的通知》,对稳定机构改革中农业推广体系具有重要意义;进入 21 世纪,农民的地位也发生了根本变化,由简单的生产者变为融生产者、经营者、管理者为一体的经济人和社会人,使得以往在计划经济条件下形成的单纯为农业生产服务的技术推广模式不再适用,服务理念陈旧、服务方式落后、服务内容单一、推广体制不顺、运行机制失灵等问题纷纷暴露,农业推广体制与运行机制的改革创新的迫在眉睫。

从农业推广体制与运行机制的改革历程来看,改革开放以后,为适应农业与农村经济发展的需要,我国的农业推广体系就进行了内容广泛的改革。从党的十一届三中全会到 1996 年,我国基本上具备了建立农村市场经济体制的条件。因此,在农业推广历史上,通常将 1979—1996 年农业推广领域所进行的改革,称为第一步改革。第一步改革的内容主要包括如下三个方面:一是理顺管理体制,建立新型农技推广体系;二是实行“技术示范+行政推动”模式,探索行之有效的推广方法;三是开展有偿服务,兴办经济实体,建立自我发展机制。尽管第一步改革取得了预期的成效,然而随着形势的快速发展,在新形势下,局限性仍然存在。

为了探索农业推广体系改革的新路子,中国科学院农业政策研究中心、农业部全国农技推广服务中心于 2002 年 12 月下旬开始,组织部分专家对湖北、浙江、广东、河北、黑龙江、四川与甘肃 7 省 28 个县,进行了为期 3 个月的农技推广体系调查。综合各地相关调查结果,认为 21 世纪我国农业推广主要存在如下九个方面的问题:① 现行的农业推广体制及运行机制与市场经济发展要求不相适应;② 推广理念、推广机制与职能定位存在问题;③ 农业推广投资强度及经费分配存在问题;④ 农业推广人员的数量、素质、结构不适应现代农业发展的新要求;⑤ 农业创新技术需求与供给脱节,供求错位,造成效益流失;⑥ 农业推广行为缺乏足够的统筹协调、组织协作及全程服务,主体功能难以发挥;⑦ 农户的内因、外因综合因素制约农业创新成果的推广应用;⑧ 农业科研体制、运行机制与现实需求存在一定差距,我国农业科技体系中的技术市场和科技企业发展缓慢;⑨ 相关政策措施、法律法规有待完善。

2002 年之后的 10 多年来,农业推广体系改革持续进行。从中央 1 号文件的总体指导到各地区、各相关部门的改革探索与实践,应该说改革始终向前推进。如 2004 年中央 1 号文件提出:“深化农业科技推广体制改革,加快形成国家推广机构和其他所有制推广组织共同发展、优势互补的农业技术推广体系。”2005 年中央 1 号文件提出:“加快改革农业技术推广体系,强化公益性



职能,放活经营性服务。”2006年中央1号文件又提出:“加快农业技术推广体系改革与建设,积极探索对公益性职能与经营性服务实行分类管理的办法,完善农技推广的社会化服务机制。”据新华网2012年4月24日报道,我国拟修改法律条文明确国家农技推广机构的公益性定位,已提请十一届全国人大常委会首次审议。修正案草案规定,要确立国家农技推广机构的公益性定位,对公益性推广和经营性推广进行分类管理。2013年中央1号文件提出:“……强化农业公益性服务体系,不断提升乡镇或区域性农业技术推广、动植物疫病防控、农产品质量监管等公共服务机构的服务能力,继续实施基层农技推广体系改革与建设项目,建立补助经费与服务绩效挂钩的激励机制。”

从改革试点到向全国推广,各地都将农业推广机构内部应明确工作职责作为改革的核心内容。农技推广区域站作为国家设在乡镇的农技推广机构,其人事、资产由县级农业部门管理,经费由县级财政供给。要改革基层国家农技推广机构管理体制,就要明确不同农技推广主体的职责。国家农技推广机构主要应承担公益性职能,并逐步退出经营性服务领域。将从国家农技推广机构分离出的经营性服务内容推向市场,由国家农技推广机构以外的其他多元化农技服务组织通过公平竞争、依法经营的形式承担。以上举措进一步明确了农业推广体系的改革方向。

二、国外农业推广活动的产生与发展

欧美的农业推广活动是伴随着18世纪中叶的产业革命而产生与发展的。19世纪中叶,由马铃薯晚疫病引发的马铃薯大饥荒时期,爱尔兰于1847年成立了农业咨询和指导性的服务机构,派出人员到南部和西部,对受饥荒最严重的地区实施指导工作,这是近代推广史上的一次重大活动。1866年,英国剑桥、牛津大学一改贵族教育之传统,主动适应社会对知识、技术的需要,开始派巡回教师到校外进行教学活动,为那些不能进入大学的人提供教育机会,从而创立“推广教育”(extension education),其宗旨在于把大学教育扩展到校外,面向当地普通大众和农民。其后,推广教育被英国和其他各国接受并普遍使用。

1776年美国独立后,随着农业开发和农业资本主义经济的日渐发达,特别是西部开发运动对农业教育、农业科学试验和农业推广的需求日益迫切,因而相继通过立法程序,建立农业教育、科研、推广相结合的合作推广制度,使美国的农业推广事业迅速兴起。

1862年7月2日,美国总统林肯签署了《莫里哀法》(Morrill Act of 1862),亦称赠地学院法。该法案规定:拍卖拨给各州一定面积的联邦公有土地来筹集资金,用于每州至少成立一所开设农业和机械课程的州立学院。这个法案促进了农业教育的普及。1914年5月8日,威尔逊总统签署了《史密斯—利弗法》(Smith-Lever Act),即合作推广法。该法案规定,由联邦政府拨经费,同时州、县拨款,资助各州、县建立合作推广服务体系。推广服务工作由农业部和农学院合作领导,以农学院为主。这一法案的执行,奠定了美国赠地学院教学、科研、推广三位一体的合作推广体系。

近代农业推广的先驱者,源于18世纪出现在英、法、德等国家的各种农业团体,而正规农业推广机构和农业推广教育是19世纪中叶在英国产生的。



第一次世界大战以后,欧洲多数国家加速了实现农业现代化的步伐,农业推广的地位、作用越加明显。当时农业推广发展有两个主要方向:一是建立农民培训制度;二是开展农业咨询和信息服务。欧洲国家的农民培训制度较健全,普遍实行了“农民证书考试制度”。多数国家的政府规定,务农者在上岗前,必须接受一定的(一般学习两年以上)农业职业教育,考试合格颁发“绿色证书”,才有资格当农民。有任职资格者才有权:买(租)地、经营农场;获得政府低息贷款;获得各种优惠政策;子承父业才有优先权(如果经营方式改变,需要重新培训)。不同国家,培训机构不同。如英国由农业局培训部与地方教育局、农业院校合作培训;法国由省农会组织培训;德国由农业局顾问组织与农业院校推广机构合作培训;丹麦则由农会与农场主联合进行培训,等等。

欧美的农业推广思想、农业推广体制形成以后,迅速扩展到世界各国,对其他国家产生了广泛的影响。各国都根据各自的国情,形成一套适合本国特点的农业推广体系,并开展相关研究。我国的相关研究起步较晚,同发达国家相比要落后 30 年左右。我们的任务是寻求一条适合中国国情的农业推广和农村发展之路,以促进现代农业建设和农村经济的健康发展。

第二节 农业推广的内涵与社会功能

一般认为,“推广”一词的使用,最早起源于前述的 1866 年英国剑桥大学和牛津大学的“大学推广”。“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”赋予了新的含义。

我国现在使用的“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在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,开始推广棉花良种等。1929 年 10 月,我国通过了历史上第一部农业推广法律——《农业推广规程》,“农业推广”的特定学术含义已为广大学者所接受。

一、农业推广的基本概念与内涵

纵观世界农业推广的发展历史可知,农业推广的含义是随着社会发展和时空变化而演变的;由于各国的历史特征、国情、体制、发展途径及组织方式等不同,所要实现的目标也各异。因此,很难对“农业推广”这个术语下一个确切的定义,于是就产生了同一术语有着不同的含义和解释。依据世界农业推广的演变轨迹,从基本概念和内涵角度,农业推广一般可划分为如下三种类型:狭义农业推广、广义农业推广和现代农业推广。

(一) 狭义农业推广

狭义农业推广其实就是起源于英国剑桥的“推广教育”和早期美国大学的“农业推广”,其基本含义即:“把大学和科学研究机构的研究成果,通过适当的方法介绍给农民,使农民获得新的知识和技能,并且在生产中采用,从而提高产量,增加其经济收入。”简言之,狭义农业推广就是通过



一定的方式,单纯以改良(改善和提高)生产者(目标群体)农业生产技术为手段,以提高农业生产水平为目标,以技术指导为核心内容的一种社会活动。

狭义农业推广的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。狭义农业推广活动来源于传统农业阶段,生产或发展的背景是:生产技术、生产手段落后,农业商品不发达,农业技术是生产发展的主要限制因素。因此,狭义农业推广的主要特征是技术指导。

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基本属于这种类型。长期以来,我国沿用的农业技术推广概念的含义,也属于此范畴。

(二) 广义农业推广

广义农业推广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,以及提高生活质量成为人们追求目标的背景下的产物。它已不单纯地指推广农业技术,还包括教育农民、组织农民以及改善农民实际生活等内涵。这类推广工作的重点包括:对成年农民的农事指导,对农家妇女的家政指导,对农村青年的手、脑、身、心教育,即美国推广的4H(hands, head, health, heart)教育等内容。广义农业推广的基本内涵可以概括为,在农业技术相对普及,农业生产水平相对较高,市场经济各因素在农业及农村经济发展中占主导因素的情况下,以提高农民综合素质和改善生活水平为目的,通过咨询、培训等手段启发、教育农民,帮助和组织农民的一种社会服务活动。1962年,在澳大利亚召开的世界第10届农业推广会议对农业推广的解释是:通过教育过程,帮助农民改善农场经营模式和技术,提高生产效益和收入,提高乡村社会的生活水平和教育水平。

广义农业推广产生的背景是市场经济的建立和日趋完善。农业生产技术已不是主要的农业发展的限制因素,而是许多非技术问题,诸如市场、政策、信贷、保险、营销、储藏、运输、加工、家政、经营管理、生活科技以及农业社会化服务等,需要通过一系列教育与培训等活动来解决问题。因此,广义农业推广的主要特征是教育,是改善和提高农民(生产者、目标群体)生产水平、生活水平和综合教育素质水平的农村社会教育活动。

总之,当今世界,许多国家认为农业推广是一个农村社会教育过程。对于全面建成小康社会进程中的中国来说,推广教育是农村发展和新农村建设的迫切需要。布鲁奈(E. Brunner)、杨寻宝在他们合著的《美国乡村与推广服务》一书中认为:“农业不仅是一种职业,而且是一种文明。”对农业推广不单纯以职业看待,应该把农业推广视为文化指导工作。美国把农业推广称为非正规教育,核心是开发民智,改变农民行为,提高农民科技水平。

(三) 现代农业推广

进入21世纪,随着经济全球化、市场国际化以及信息化时代的到来,信息技术的发展赋予农业推广的含义及手段更为丰富和先进。推广已不仅仅是农业技术内容以及随着技术转让所需要提供的教育培训过程,而更加侧重于在信息传播、传讯所形成的不断为三农提供信息咨询与服务平台的动态过程。在西方一些发达国家,农业已经实现了现代化,在这一背景下,从事农业产业经营的目标群体在文化素质和科技知识水平方面已得到普遍提高,农产品产量大幅增加,他们面