

“十二五”农民培训重点图书

● 北京市村级**全科农技员**培训教材

参与式农业推广工作方法

◎ 北京市农业局组织编写

王德海 主编



中国农业科学技术出版社

“十二五”农民培训重点图书

● 北京市村级全科农技员培训教材

参与式农业推广工作方法

◎ 北京市农业局组织编写

王德海 主编

中国农业科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

参与式农业推广工作方法 / 王德海主编. —北京:

中国农业科学技术出版社, 2012.8

北京市村级全科农技员培训教材

ISBN 978-7-5116-1005-8

I. ①参… II. ①王… III. ①农业技术推广—技术培训—教材 IV. ①S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 169198 号

责任编辑 李 雪 史咏竹

责任校对 贾晓红

出版发行 中国农业科学技术出版社

北京市中关村南大街 12 号 邮编: 100081

电 话 (010) 82106626 82109707 (编辑室)

(010) 82109702 (发行部) 82109709 (读者服务部)

传 真 (010) 82109707

网 址 <http://www.castp.cn>

印 刷 北京科信印刷有限公司

开 本 880 mm × 1230 mm 1/32

印 张 7.5

字 数 220 千字

版 次 2013 年 2 月第 1 版 2013 年 2 月第 1 次印刷

定 价 32.00 元

版权所有 · 翻印必究

《北京市村级全科农技员培训教材》

编 委 会

主 任：李成贵 寇文杰 马荣才

常务副主任：程晓仙

副 主 任：王铭堂 尹光红 李 雪

编委会委员：武 山 王甜甜 张 猛 初蔚琳

郭 宁 齐 力 王 梁 王德海

郝建强 廖媛红 乔晓军 张丽红

魏荣贵 潘 勇 宫少俊 姚允聪

张显伟 李国玉 马孝生 安 虹

倪寿文 贾建华 赵金祥 刘亚丰

焦玉生 吴美玲 罗桂河 朱春颖

刘 芳 王 巍 王桂良 刘全红

伏建海 李俊艳 肖春利 方宽伟

张伯艳 熊 涛

《参与式农业推广工作方法》

编写人员

主 编：王德海

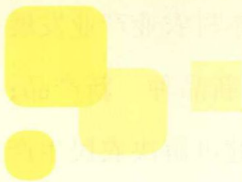
副 主 编：石尚柏 张丽红 魏荣贵

参编人员：王德海 石尚柏 张丽红 魏荣贵

潘卫风 时允昌 何 津 金 湜

雍佩佩 杨振浩 刘 勇 杜 晋

王 淇



序

现代农业发展离不开现代农业服务体系的支撑。在大力推进北京都市型现代农业建设过程中，基层农技推广体系在推广新品种、新技术、新产品，促进农业增效、农民增收、开发农业多功能性方面起到了重要作用。

为进一步促进农业科技成果转化、建立和完善基层农技推广体系，北京市委市政府决定从 2010 年起在每个主导产业村选聘 1 名全科农技员，上联专家团队、下联产业农户，以村为单元开展“全科医生”式服务。到 2012 年年底，在 10 个远郊区县设立 2 172 名村级全科农技员，实现全市 60% 远郊区县全覆盖，75% 农业主导产业村全覆盖。通过近 3 年的试点探索，取得了一定的成效：一是明确了村级全科农技员岗位的工作职责和服务标准；二是全面开展了以公共知识、推广方法、专业技能三种类型的专项培训；三是加强了绩效考核，初步形成了以服务农户为核心的日常监管体系；四是探索创新了组织管理机制。几年来，全科农技员对本村农业产前、产

中、产后进行技术指导与服务；调查、收集、分析本村农业产业发展动态和农户公共服务需求；带头示范应用新技术、新品种、新产品；以农民最容易接受的方式、最便捷的途径和最快的速度解决农民生产过程中的技术问题，成为了农民身边的技术员，形成了基层农技推广体系在村级的服务平台。

为提高村级全科农技员的技能水平和综合素质，北京市农业局组织编写村级全科农技员系列培训教材。该系列教材涵盖了农民亟须的职业道德、参与式农业推广工作方法、农业政策法规、农产品质量安全、农产品市场营销、计算机与现代网络应用等公共知识和种植、畜禽养殖、水产、农机、林果花卉等专业知识，致力于用通俗易懂的语言，形象直观的图片展示，实用的技术与窍门，最新的科技成果，形成一套图文并茂、好学易懂的技术手册和工具书，提供给全科农技员和京郊广大农民学习和参考。

北京市农业局党组书记 局长

赵根武



前言

《参与式农业推广方法》是一本以农民需求为导向的参与式农业推广工作指南，是为基层农业推广人员提高工作水平而编写的一本工具书，本书的使用对象是基层广大农业推广工作者。

建设社会主义新农村是我国现代化进程中的重大历史任务。中央强调要按照生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主的要求，坚持从农村实际出发，尊重农民意愿，扎实稳步推进新农村建设。对于农业推广人员来说，学习参与式农业推广方法对于提高建设社会主义新农村的自觉性并创造性地开展工作具有很重要的现实意义。

实践表明，农业推广人员要做好推广工作，不仅需要有专业技术知识，更需要掌握农业推广方法。一些推广人员由于自己比农民拥有较多的农业生产知识，往往会认为自己比农民高明，将自己的主要任务定位在如何教育农民，沿袭自上而下的行政命令为主的工作作风，这是做不好农业技术推广工作的。参与式农业推广的理论与方法更多地强调农业推广人员与农民进行平等沟通，学会与农民一起工作，在工作中注意向农民学习。在承认乡土知识价值的基础上，更多地花精力去了解农民的需求，鼓励农民参与，提倡运用沟

通干预的手段改变农民自愿行为的思维方式和工作方法。因此，学习和运用参与式农业推广方法将有助于改善推广人员与农民的关系，提高分析和解决农村实际问题的能力。

一名优秀的农业推广人员的综合素质往往体现在其组织能力和管理水平上。组织能力和管理水平是一种工作能力的体现，工作能力的增强需要思想和观念的更新和正确理念指导下的实践。动员、组织、培训和系统管理是农业推广人员致力于人力资源开发的结果，倾听、演讲、培训和主持等是农业推广人员必须具备的基本技能。用参与式农业推广的理论和方法指导实践，可以帮助农业推广人员更加有效地与农民开展沟通，有效地运用和组织资源，在当地有限的环境条件下，找到农民需求与政府政策以及所能够提供服务之间的结合点。学习参与式农业推广方法将有助于推广人员在知识和信息系统管理的理念指导下开拓性地思考和创造性地工作，促进科技成果转化和适用技术落地。

基于上述认识，作者编写了这本手册。需要强调的是，学习参与式农业推广方法不仅要读，更重要的是用。推广人员只有确立明确的目标，带着问题，在用中学，在开展具体的活动中有针对性地使用才能更有效果。

本书是参考相关文献和总结编者在多年农业推广方法的具体教学和培训工作经验的基础上编写而成的。由于编者水平有限，内容难免疏漏，以及因时间和篇幅所限不能详尽之处，敬请读者批评指正，提出宝贵意见。

编 者

目录

CONTENTS

第一章 参与式农业推广方法概述

- 第一节 什么是参与式农业推广方法..... 1
- 第二节 参与式农业推广方法的形成与发展..... 17
- 第三节 参与式农业推广方法的应用..... 38

第二章 参与式农业推广需求评估方法

- 第一节 参与式农业推广需求评估概述..... 47
- 第二节 参与式农业推广需求评估计划..... 67
- 第三节 开展参与式农业推广需求评估的方法..... 79

第三章 参与式农业推广计划方法

- 第一节 农业推广计划概述..... 87
- 第二节 农业推广项目计划制定方法..... 91
- 第三节 农业推广项目计划的形成..... 100

第四章 参与式农业推广实施方法

第一节	问题解决导向的工作方法·····	113
第二节	基本推广方法·····	141
第三节	培训与辅导方法·····	158

第五章 参与式农业推广监测与评价方法

第一节	参与式农业推广监测与评价概述·····	193
第二节	农业推广监测与评价的内容·····	196

第六章 参与式农业推广分析方法

第一节	社区现状分析·····	199
第二节	社区问题分析·····	213
第三节	目标群体分析·····	224
主要参考文献·····		230

第一章

参与式农业推广方法概述



第一节

什么是参与式农业推广方法

要比较清楚地了解什么是参与式农业推广方法，首先需要知道什么是农业推广和农业推广人员的角色定位。

一、什么是农业推广

中国农业推广学有三大来源：一是中国的农业推广实践；二是来自国外农业推广的理论与方法论；三是来自相近的学科如社会学、市场营销学、经济学、心理学以及其他行为学科的理论与方法论。

对于农业推广理论和方法的理解，从狭义到广义，可以分为几个不同层面。

（一）农业推广定义

1. 农业推广是一种农业技术扩散活动

我国《农业技术推广法》中将农业技术推广定义为：农业技术推广



是指通过试验、示范、培训、指导以及咨询服务等，把农业技术普及应用于农业产前、产中、产后全过程的活动。

上述定义说明，农业推广是一种农业活动，更准确地说，是农业活动中的一种技术扩散活动，因此也称为农业技术推广。

推广学中将新技术的扩散称为创新的扩散。

一个完整意义上的技术推广循环是从试验后的示范到采纳的全过程。这里所说的采纳不是个体的采纳行为，而是群体的采纳行为。

从技术扩散的意义上理解农业推广，是指自上而下的过程，即技术人员将研究成果或新技术传播给农民的过程，也可以是从农民到农民的传递关系，或者从农民到研究人员的传递关系。对于这一点，我们在后面的章节会讨论。

2. 农业推广是一个帮助农民发现问题、分析问题和解决问题的过程

对上述定义也可以这样表述：农业推广是农业推广人员通过与农民一起工作，有意识地运用信息沟通手段来帮助农民发现问题、分析问题，形成准确的判断并做出合理决策的过程。

农业推广是一个公共机构开展的职业化的沟通干预活动，是一个为了改善农村人口生计而与农民一起工作的过程。在这个过程中，推广工作者通过与农民一起了解农业和农村发展现状，发现、讨论和分析农民所遇到的问题，提供相关的信息，将农民的经验 and 现有的科技知识结合起来，与农民一起找到解决问题的方法。

帮助农民发现、分析、解决农民自己的问题是农业推广的核心理念。农业推广的对象应该是人而不是物。农业推广的对象是那些从事种植业或养殖业以及其他产业的农民。

农业推广人员不是简单的从事农业技术试验和示范的技术人员，而是要在澄清农民的问题和需求的基础上，考虑如何根据国家产业发展政策，帮助农民解决问题。这里需要强调的是，在农业推广活动中，农业推广人员不是为农民或替农民解决问题，而是“帮助”农民解决农民自己的问题。

农业和农村发展的核心主体是由农民组成的农户。农户是一个集生产、经营和生活为一体的最小单元。农户的需求具有“多维”特征，如图 1-1 所示。

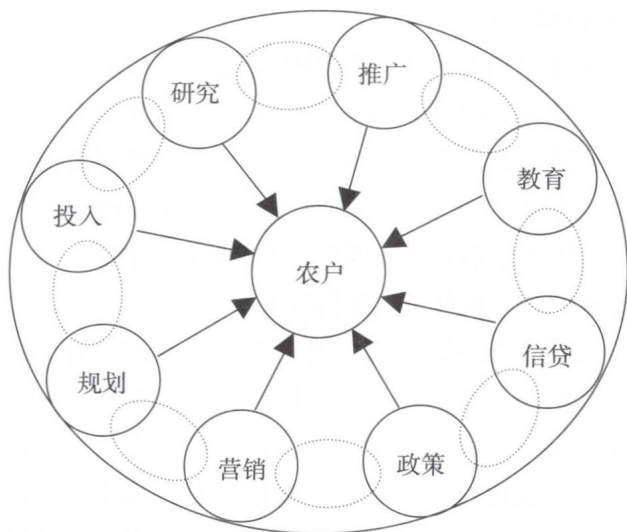


图 1-1 农户的多元化影响

许多有关的组织都会对农户的行为产生影响，这种影响是通过知识传递来实现的。要改善推广服务的质量，提高推广服务水平，必须建立以农户为中心的服务理念，与农民建立起相互依存、相互合作的关系。

3. 农业推广是农业推广人员通过运用沟通的手段改变农民自愿行为的活动

农业推广的最终目标不是推广的技术成果所达到的面积和规模，而是通过沟通来改变推广对象的自愿行为。

(1) 行为改变的含义

人的行为是指在一定的社会环境中，在人的意识支配下，按照一定的规范进行并取得一定结果的客观活动。行为的改变是指行为变革者通过对人的行为的研究，利用不同的外加手段，达到引导、优化人的行为的目的。行为改变是对行为的强化、弱化和方向引导。而在行为改变中



最重要的便是对行为的激励。所谓行为激励，简单的说指的是激发人的行为动机，使人产生内在的行为冲动，朝向所期望的目标前进的心理活动过程。

（2）行为改变原理

人类行为并非是由某种单一原因引起的，而是多种因素综合作用的结果。这些影响因素构成了环境，通过人类与其环境的动态交互作用才产生了行为。因此，从某种意义上讲，行为是个体同其感知到的环境相互作用的结果。但是，并非个体环境里的全部因素都影响个体的行为，只有那些能为个体所感知的环境因素，才能影响个体的行为。

（3）农民自愿行为及自愿行为的改变

农民的自愿行为指农民出自本身的意愿所表现的行为，不是任何具有强迫意义上的行为。在农业推广中的农民行为改变，包括帮助农民决策的一面，也包括向农民学习的一面。农业推广人员帮助农民改变行为的过程，同时是为农民服务的过程。在世界上许多地区，农民变成了积极的用户群体，具备对行为变革者所施加的不合理权力的抵消力。农民自己雇用推广人员来为他们服务，农民有权力通过对推广人员的工作评价决定是否继续聘用。这时候，农民既是推广人员的雇主，又是服务对象。推广不是强迫农民行为改变的手段，而是诱导农民自愿行为改变的工具。通过沟通改变农民的自愿行为是农业推广的核心理念。

行为的自愿改变来自本身对旧有行为的认识和评价，或是肯定或是否定。肯定预示着行为的延续，否定预示着行为的结束。因此，自愿行为的改变是指农民自觉地用一种新的行为方式替代原有的行为方式的过程。农民的自愿行为改变或行为的自愿改变实际上是通过农民的学习行为来实现的。因此，启发农民的学习动机，给农民以他们需要的知识、技能，帮助农民自主决策是农业推广组织和其人员所遵循的一个最重要的策略。

对于改变农民的行为来说，推广是一种相对较弱的干预手段。自愿行为的改变必须要具备以下3种条件：①人们想要改变；②人们知道怎

样去改变；③人们有能力去改变。如果推广要求农民去做他们不想做的事情，或不知道怎样去做的事情，或没有能力去做的事情，推广都不能达到预想的效果。在这3个条件中，推广只能在一定条件下去做前两项的工作，第3个条件的满足不是推广所能提供的。例如：推广可以使农民意识到提高某些技术或管理技能的重要性、迫切性，使农民对某项创新感兴趣，使他们理解、学会所需要的知识或技能，增强信心和决心等。需要指出的是，即使农民有了动机和必要的知识，但没有足够的土地，缺乏投资的贷款，没有配套的水利设施以及优良的种子、高效的肥料和农药或其他必要的条件，同样不能改变旧有的行为。同样，如果推广要求农民采纳一种粮食增产的新技术，但市场上粮食的价格很低，不足以使农民盈利，在这种情况下，即使唤起农民的采纳动机和学习的欲望也是很困难的。可见，推广只有在其他条件都具备的情况下才能起作用。

（4）农民自愿行为改变的途径

一般来说，农民自愿行为改变的唯一手段是沟通。在利用沟通这一手段的时候，更重要的是做到推广人员与农民的目标一致和推广人员与农民的知识共享。

目标一致性和利益一致性是决定自愿行为改变的两个重要的基本因素。推广是政府的政策工具，又要在农民自愿条件下达到行为改变的目的，推广的这两点固有特征说明了推广是处于矛盾中的一种职业活动。政府的目标和农民的目标有时是有区别的。依托于政府行政部门的农业推广工作者（这里不包括各种民办推广组织在内，例如农业技术协会等）有时需要在政府所赋予的使命的压力和对维护农民利益的责任感之间来开展工作。因此，推广职业要求政府与农民目标确定的相对一致性。也就是说，只有政府的目标与农民的目标达到相对一致条件下，作为利用沟通干预来实现农民自愿行为改变的推广才能发挥作用。

推广人员与农民之间要知识共享。农民决不是无决策能力的，如果必要的资源条件得到满足的话，他们可以根据自己已有的知识做出他们认为合理的决策。因此，实现农民的自愿行为改变需要推广人员与农民



相互交流、相互学习，做到知识共享。

（二）农业推广的目标与任务

1. 农业推广的目标

一般来说，农业推广的具体目的：①普及农业科学技术知识；②提高农民产、供、销技能；③改进农业生产方式方法；④改善农村生活环境；⑤提高农民生活技能（社交、文化娱乐等）；⑥提高农民素质；⑦提高农民收入；⑧改善农村组织；⑨改变农民传统价值观为现代价值观；⑩改变农民自愿行为。

2. 农业推广的任务

农业推广的具体任务：①协助政府制定和执行农村发展计划；②开展农业技术试验和示范活动；③开展信息咨询服务；④指导农民合理利用自然资源；⑤组织农业推广培训等。

总之，农业推广要为民着想，要为民做那些想做而做不到的事情，提供有利于农民自愿改变行为的信息，使农民成为有决策能力的经营者和管理者。

（三）农业推广与农村发展的关系

1. 农村发展的含义

农村发展是一个综合概念，包括农村经济、社会的全面发展。长期以来，大多数人认为所谓的发展就是指经济的快速、持续增长。其实经济增长并不等于发展，没有发展的经济增长是危险的，必须从经济增长与社会发展的协调性上全面评价发展的内容和实质。

1979年联合国粮农组织召开“世界农业改革和农村发展会议”通过“原则宣言和行动纲领”，即《农民宪章》，提出农村发展包括3项内容：①农村人口各个阶层的发展；②农业和农村中其他非农产业的发展；③农村经济和社会的综合发展。因此，农村发展的定义为：“农村发展是指农村的社会、经济、文化、政治、资源、环境、人的综合发展等各个领域的全面进步，要求各个领域的协调发展。也就是说，农村发展不但