



全国高等农业院校教材
全国高等农业院校教学指导委员会审定

农业推广学

汤锦如 主编



中国农业出版社

全国高等农业院校教材

农业推广学

汤锦如 主编

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

农业推广学/汤锦如主编. —北京: 中国农业出版社,
2001.7

全国高等农业院校教材

ISBN 7-109-06979-6

I. 农... II. 汤... 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 (2001) 第 036725 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 沈镇昭

责任编辑 夏之翠 龙永志

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2001 年 8 月第 1 版 2001 年 8 月北京第 1 次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 24.25

字数: 559 千字

定价: 30.90 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

内 容 简 介

本书从理论与实践的结合上着重研究农业推广的理论、方法和技能，具体阐述了农业推广涵义、性质和作用，农业推广框架模型与沟通、推广对象行为改变、农业创新采用与扩散，农业推广基本原则与程序、推广方法与方式、推广试验与示范技能、技术服务与促销技巧、推广写作与演讲，农业推广信息、推广教育与培训，农业推广计划与推广宏观环境，农业科技成果转化规律，家政推广与社区发展，农业推广组织与推广人员，农业推广资金、物资、设备及档案管理，农业推广调查与推广工作评价，农业推广学研究方法等。

本书共分22章，大量吸收了国内外有关农业推广资料，总结和概括了我国近几年来推广学科在理论研究、推广实践等方面的新成果、新经验和新成就，充分体现了学科特点，具有鲜明的中国农业推广特色。

本书可作为高等农业院校农业推广硕士研究生和农村区域发展专业本科生的教材，也可作为农业院校农学、园艺、植保、畜牧、兽医、农经、生物技术、食品工程等专业的本、专科生选修教材，同时还可作为全国各级从事农业经济、农业推广研究、管理的人员及农业推广工作人员的工具书。

主 编 汤锦如 (扬州大学)
副主编 (按姓氏笔画为序)
王同朝 (河南农业大学)
刘 正 (安徽技术师范学院)
曹流俭 (安徽农业大学)

编写人员 (按姓氏笔画为序)
王同朝 (河南农业大学)
石国基 (湖北农学院)
朱朝枝 (福建农业大学)
刘 正 (安徽技术师范学院)
刘恩才 (沈阳农业大学)
汤国辉 (南京农业大学)
汤锦如 (扬州大学)
余海兵 (安徽技术师范学院)
陈志英 (东北农业大学)
唐丽娜 (福建农业大学)
黄保宏 (安徽技术师范学院)
曹流俭 (安徽农业大学)

主 审 许无惧 (中国农业大学)

我国农村经济体制和科技、教育体制改革的不断深入，尤其是社会主义市场经济体制的建立，有力地推动了我国农业推广理论研究、学科发展和专业设置，特别是2000年经国务院学位办批准，我国设置了农业推广硕士专业学位点，并于2001年在全国首次招收了农业推广专业硕士学位研究生。鉴于这种情况，根据农业院校的需求，由扬州大学农学院汤锦如教授组织全国9所高等农业院校编写了适应我国农业发展新形势，实现21世纪高等教育培养目标，培养高层次的农业推广人才的现代农业推广学教材。

本教材全面总结了近几年来该学科在理论研究、推广实践等方面的新成果、新经验和新成就，教材内容力求理论与实际紧密结合，引进、借鉴与国情结合，充分体现学科特点和现代科学发展的趋势。

本书由扬州大学、安徽农业大学、安徽技术师范学院、河南农业大学、湖北农学院、福建农业大学、南京农业大学、东北农业大学、沈阳农业大学等9所高等农业院校的从事农业推广教学的同志编写。扬州大学汤锦如教授担任主编，并对全书进行修改定稿。中国农业大学许无惧教授担任主审，对全书进行了审校，并提出了宝贵的修改意见。

编写人员分工如下：第一、二、三、四、五、八、十五、十六章由汤锦如编写；第六、七章由曹流俭编写；第九章由黄保宏、余海兵编写；第十章由汤锦如、汤国辉编写；第十一章由唐丽娜编写；第十二章由刘恩才编写；第十三、十四章由王同朝编写；第十七、十九章由陈志英编写；第十八、二十一章由石国基编写；第二十一章由朱朝枝编写；第二十二章由刘正编写。

本书的出版得到扬州大学教材建设基金的资助，深表谢意。

在编写过程中，我们引用的参考文献，仅在书后列出目录，谨对作者表示衷心感谢。

由于编者水平有限，加之时间仓促，错误在所难免，恳请同仁们批评指正。

编 者

2001年4月于扬州

目 录

前言

第一章 绪论	1
第一节 农业推广的基本概念	1
第二节 农业推广的性质、功能和作用	3
第三节 农业推广学的形成、发展及任务	8
第四节 农业推广学研究的对象、内容、方法和与相关学科的关系	12
第二章 农业推广的发展简史	16
第一节 我国农业推广的发展简史	16
第二节 国外农业推广的发展简史	23
第三章 农业推广框架模型与沟通	30
第一节 农业推广框架模型	30
第二节 农业推广沟通	32
第四章 推广对象的行为改变	40
第一节 行为产生和改变规律	40
第二节 农民个人行为的改变	48
第三节 农民群体行为的改变	51
第五章 农业创新的采用与扩散	55
第一节 农业创新的采用	55
第二节 农业创新的扩散	63
第六章 农业推广的基本原则和程序	75
第一节 农业推广的特点	75
第二节 农业推广的基本原则	77
第三节 农业推广的程序	80

第七章 农业推广的基本方法与方式	83
第一节 农业推广的基本方法	83
第二节 世界农业推广方式	93
第三节 我国农业的推广方式	97
第四节 农业推广方法的选择与综合运用	100
第八章 农业推广试验与示范技能	104
第一节 农业推广试验	104
第二节 农业推广示范	116
第九章 农业技术服务和促销技巧	121
第一节 农业技术服务	121
第二节 农业推广促销技巧	131
第十章 农业推广写作与语言	135
第一节 农业推广的写作方法	135
第二节 农业推广语言与演讲训练	147
第十一章 农业推广信息	159
第一节 农业推广信息的一般概念	159
第二节 农业推广信息的收集与处理	162
第三节 农业信息的应用	166
第十二章 农业推广教育与培训	170
第一节 农业推广教育	170
第二节 农民技术培训	179
第三节 农民职业技术培训	185
第十三章 农业推广计划	191
第一节 农业推广目标与计划的概念	191
第二节 农业推广计划的制定	199
第三节 农业推广计划的执行	211
第四节 农业推广计划的监督检查与验收	213
第十四章 农业推广的宏观环境	216
第一节 农业推广的宏观环境概述	216
第二节 我国农业推广的宏观环境	218
第三节 国外农业推广立法	225

第十五章 农业科技成果转化	230
第一节 农业科技成果的概述	230
第二节 农业科技成果转化的概念及评价指标	232
第三节 农业科技成果转化的条件、途径和方式	239
第四节 我国农业科技成果转化的运行机制	242
第五节 提高推广对象成果分布	244
第十六章 家政推广与社区发展	250
第一节 农村家政推广	250
第二节 农村社区发展	254
第三节 国外家政推广和社区发展	258
第十七章 农业推广组织	264
第一节 农业推广组织的概念、特性与职能	264
第二节 农业推广组织类型	268
第三节 农业推广组织管理	272
第十八章 农业推广人员	284
第一节 农业推广人员的地位和作用	284
第二节 农业推广人员的素质与职责	286
第三节 农业推广人员的培训	294
第四节 农业推广人员的管理	298
第十九章 农业推广的资金、物资、设备及档案管理	303
第一节 农业推广的资金管理	303
第二节 农业推广的物资管理	307
第三节 农业推广的设备管理	309
第四节 农业推广的档案管理	311
第二十章 农业推广调查	317
第一节 农业推广调查的内容	317
第二节 农业推广调查的类型与方法	321
第三节 农业推广调查的步骤	327
第四节 农业推广调查报告	330
第二十一章 农业推广工作的评价	333
第一节 农业推广工作评价的目的和原则	333
第二节 农业推广工作评价的内容和指标	334

第三节	农业推广工作评价的步骤和方法	342
第二十二章	农业推广学的研究方法	350
第一节	农业推广学的研究程序	350
第二节	调查研究法	353
第三节	实地研究法	359
第四节	实验法	367
第五节	案例研究法	373

绪论

第一节 农业推广的基本概念

一、“农业推广”一词的来源

农业推广是人类进入农业社会出现的一种社会活动。我国古代把农业推广称为“教稼”、“劝农”、“课桑”。将“推广”一词用于农业活动，在《宋史·食货志》中就有记载。

宋真宗时期，实行养民政策，“推广淳化之制，而常平、惠民仓遍天下矣。”淳化之制，是太宗淳化年间（10世纪末）京畿农业丰收，朝廷派人在京城四个城门设置场所、收购粮食贮存，以备歉收时按平价出售。这种粮仓，称为常平仓、惠民仓。

国外使用“推广”一词，最早见于1866年英国剑桥大学和牛津大学的“大学推广”一词。这是把大学教育伸延到校外去的社会教育活动。

“农业推广”一词，则被认为是美国20世纪初的赠地学院开始应用的。1914年美国国会通过《农业合作推广法》，使农业推广法制化，同时也给“农业推广”赋予了新的意义，并成为现代农业推广的专用词。

我国“农业推广”一词的应用，始于20世纪30年代民国时期，新中国成立后改用“农业技术推广”。由于我国农业经济体制的变革，“农业技术推广”的涵义已不适应现代农业及其农村经济的发展，自1985年以来逐渐用广义的“农业推广”一词所代替。

二、农业推广的涵义及其演变

纵观世界农业推广发展的历史，农业推广的涵义是随着时间、空间的变化而演变的，是随着各国的历史特征、国情、组织方式的不同，所要实现的目标各异而演变的。因此，很难对“农业推广”这个术语下一个确切的定义。这就带来“农业推广”有不同的涵义和解释。但是，每一种涵义都在不同程度上反映了农业推广的目标、内容、方式与方法等，这些都构成了农业推广的基本要素。这就为各国提供了可供选择的推广方式（形式）。纵观世界的农业推广，可将其分为两种类型，一类是狭义的农业推广，一类是广义的农业推广。

（一）狭义的农业推广 是指对农事生产的指导，即把大学和科研机构的科学研究成

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，并且在生产中加以应用，从而提高产量，增加收入。例如：推广作物良种，一方面授以改良种子，另一方面教以如何选种、栽培、管理、防治病虫害、收获和运销……。又如，推广畜禽良种，不仅给予良种畜禽，而且教以如何饲养、管理、防治疾病等。这是一种极单纯性的农事推广，以提高农业生产水平为目标。

狭义的农业推广，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。

目前世界上一些发展中国家的农业推广工作内容仍属于这种以种植业、养殖业为主的生产技术的农业推广。

长期以来，我国沿用农业技术推广的概念涵义，也属此范畴。《中华人民共和国农业技术推广法》（1993年7月2日第八届全国人民代表大会常务委员会二次会议通过）第二条标明：“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生产产前、产中、产后全过程的活动。”又将农业技术界定为“应用于种植业、林业、畜牧业、渔业的科研成果和实用技术”。

(二) 广义的农业推广 是指除单纯推广农业技术外，还包括教育农民、组织农民、培养农民义务领袖及改善农民实际生活质量等方面。因此，广义的农业推广是以农村社会为范围，以农民为对象，以家庭农场或农家为中心，以农民实际需要为内容，以改善农民生活质量为最终目标的农村社会教育。

广义的农业推广工作内容、范围很广，以农村发展需要为依据，一般包括以下10个方面：①有效的农业生产指导；②农产品运销、加工、贮藏指导；③市场信息和价格指导；④资源利用和自然资源保护指导；⑤农家经营和管理计划指导；⑥农家家庭生活指导；⑦乡村领导人才培养和使用指导；⑧乡村青年人才培养和使用指导，对农村青年进行有组织的“手、脑、身、心”的四健教育；⑨乡村团体工作改善指导；⑩公共关系指导。

随着农业发展，农村社会变迁，对广义的农业推广的涵义，1973年联合国粮农组织出版的《农业推广：参考手册》作如下解释：农业推广是在改进耕作方法和技术，增加产品效益和收入，改善农民生活水平和提高农村社会教育水平方面，主要通过教育来帮助农民的一种服务或体系。

总的来说，广义的农业推广强调教育过程。农业推广教育是农村发展的迫切需要。在世界上许多国家里，大都认为农业推广是一种农村社会教育。农业推广不仅是指导农民采用农业新技术、新成果，而且是涉及一切与农民本身更深层次的东西。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”。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。凯尔塞(C. D. Kelsey)和赫恩(C. C. Hearne)的《合作农业推广工作》一书明确指出：农业推广的基本目的就是启发人民，提供符合人们需要的服务和教育。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。农业推广是作为发展农村经济、文化的社会性教育，是有组织、有计划地进行的，教育的重点是培养个人和社会团体的发展能力，因而成为以社区发展为目的的农村社会教育。

(三) 现代的农业推广 进入 20 世纪 80 年代, 信息的发展赋予农业推广的涵义更为丰富。农业推广的涵义不仅仅是农业生产技术的内容以及随着“技术转让”所需要提供的教育过程, 更侧重在信息传播、传讯所形成的不断为农业、农民、农村提供信息的动态过程。1984 年, 联合国粮农组织出版的《农业推广: 参考手册》中, 作了如下解释: 推广是将有用的信息传递给人们(传播过程), 而且帮助这些人获得必要的知识、技能和正确观点以便有效地利用这些信息和技术(教育过程)的一种过程。现代农业推广的新解释, 反映了在知识技术更新加快、信息传播越来越重要的现代化社会里, 农业推广的涵义不仅仅是提供教育, 而且也是不断提供信息的动态过程。

发达国家的推广多侧重于农村教育和信息咨询。但是, 即使在发达国家, 现代农业推广的涵义也存在着许多理论与实践上的差异。英国、德国、荷兰等欧洲国家, 推广注重于“咨询工作”, 注意解决农村人口中面临的多种特定问题。美国注重“推广教育”, 强调教育方法, 着眼于利用研究工作来帮助农民查明问题和解决问题。

三、农业推广基本概念的界定

从上述可以看出, 由于农业推广是不断发展的, 农业推广的涵义也是不断变化和发展的, 要给农业推广下一个准确的定义是困难的。但从农业推广活动的实质来看, 它是由国家事业机构或者民间机构部署的一种有组织的职业活动, 其推广过程是通过组织与教育(或沟通)农民, 诱导农民行为自愿变革, 推广目标是实现国家农业政策的需要及农民自身的需要。因此, 我们可以给农业推广的基本概念作如下界定: 农业推广是一种发展农村经济的农村社会教育和咨询活动。通过试验、示范、干预、沟通等方式组织与教育农民增进知识, 改变态度, 提高技能, 不但使农民采用和传播农业新技术, 而且使其自愿改变行为, 以改变其生产条件, 提高产品产量, 增加收入, 改善生活质量, 提高智力与自我决策能力, 从而实现培养新型农民, 促进农村社会经济的目的。从农业推广基本概念的界定中, 充分说明农业推广有它自身的特征和规律。我们了解农业推广基本概念, 对于正确理解农业推广的性质、功能与作用十分重要。

第二节 农业推广的性质、功能和作用

一、农业推广的性质

农业推广的内涵受时间、地点的制约, 随着社会经济、科技的历史发展而演进。作为一种社会现象, 农业推广的基本性质都始终属于教育范畴, 是多种内容和形式相结合的农村社会教育。

(一) 农业推广的教育性 现代世界各国, 农业推广无论狭义的, 广义的, 还是现代的, 从工作的对象、过程和产生的直接作用看, 其本质上的特征是一致的。这种共性就是: 以农民作为工作对象, 根据当时、当地农村经济、社会发展的需要, 通过向农民进行知识、技术和信息传播的工作过程, 产生的直接作用是帮助农民掌握利用这些知识、技术

和信息，提高农民的科学文化素质。因此，农业推广基本属性是教育，是一种农村社会教育。

1. 狭义的农业推广的教育性。这类农业推广，一般强调以改进农业技术，提高农业生产为目的，着重于农业生产技术的推广应用。在推广过程中，农民接受了新的知识和技术，提高了农业科学技术水平，同时增加了农业产品和改善了农产品质量。因此，尽管农业推广内容是农业技术，但其本质是面向农民的一种社会的农业职业技术教育，同任何一种别的教育一样，是提高受教育者的素质。

2. 广义农业推广的教育性。在美国和世界上许多国家里，都认为农业推广是一种广泛的农村社会教育。因为广义农业推广不仅是指导农民采用农业新技术，而且涉及一切与农业经营和农民生活有关的事项。在这些国家里，农业推广是作为发展农村经济文化的社会教育，是有组织、有计划地进行的，一般包括成年农民的农事教育、农村妇女的家政教育和青少年的“四健”教育。

3. 现代农业推广的教育性。发达国家的农业推广，是利用现代化技术手段，进行信息传播与教育相结合的动态过程。例如，通过发行农业出版物、建立农业咨询信息系统、广泛利用视听传播手段以及自动查询电话、电脑向农民提供信息咨询服务。现代农业推广的中心是加快农业情报和技术信息的传播，促进农民产生新的动机，改变态度，更新知识，提高技术，增强决策能力，导致行为改变。这是一种将推广工作的目标更着重于对农民心理素质和行为改变的社会教育。

(二) 正确认识农业推广的教育性 正确认识农业推广的教育性，是农业推广工作指导思想上的一个重要问题，在思想上承认、重视或否认、忽视农业推广的教育性，将是我国农业推广改革实践的一个转折点。

农业推广人员在思想上承认和明确了农业推广的教育性，是一种既无“权”又无“利”的社会服务工作，那么就会通过周密的计划和有效的方法，帮助农民增加知识、技能和信息，培养农民经营能力，鼓励农民采用各种有用的知识、技能和信息。通过这些教育工作，着重提高农民的素质和自我决策能力，让农民为促进社会经济发展服务，增加收入，改善生活，自觉地、有效地投入到农业推广活动中去。

目前，我们对农业推广的教育性还认识不足，其原因有：一是由于我国农业推广受传统封建社会的“劝农”、“督导”的影响，加上长期推行政府指令和计划为主要的政策，把农业推广工作看成主要是行政工作，故常出现依靠行政手段进行农业推广的倾向，而农业推广人员也常常被当作农业行政管理人员，忙于“催种、催收、填报表”，没有充分发挥他们在农业技术传播、经营指导上的教育作用；二是由于我国农业推广工作长期以农业技术为主要内容，把农业推广看成是一种单纯的生产技术性工作，忽视对农民的教育指导以及帮助农民提高经营管理能力。

当前，我国农业推广已经出现转变和正在进行改革，集中表现在：改变“政事不分”，减少行政手段，强化农业培训、咨询和经营等综合服务，逐步认清推广工作中人与物之间的辩证关系。

明确和重视农业推广的教育性，就要确认推广工作实质上是人与物结合的过程，是农村人力（智力）资源的开发，而不是单纯的生产技术的推广应用，也不是单纯追求增产

目标。也就是说，推广工作首先着眼于通过交流增进农民的知识 and 技能、改变农民的观念和行为、提高其素质，进而达到增产增收、改善生活，促进农村社会经济发展。这就是正确处理“人”与“物”的关系，是精神文明与物质文明的关系。否则，在工作中就会出现只见“物”，不见“人”，就事论事；只重视农药、化肥，不重视农民应用本领；只重视经济效益，不重视社会效益。其结果，必然会产生短期行为，欲速则不达。

明确和重视农业推广的教育性，就要尊重农民接受和采用新技术的自主权。他们有权对自己的经营做出决策，有权采用某种新技术，也有权拒绝采用某种新技术。推广工作者的责任，是向农民传播新的知识、技术和信息，而不是代替农民去决策。因此，从根本上说，要创造条件改变那种行政命令式的推广方法，而代之以服务型的推广方法；要充分发挥推广人员对农民的教育和指导作用，而不是利用自己的权力让农民干这干那；要让农民参与推广计划的制定和对推广工作的评价。

明确和重视农业推广的教育性，就必须懂得教育是相互的，即明白教学相长的道理，决不能把推广工作看做是单方面的。从这一点出发，推广工作者就必须以平等态度接近农民，互相尊重、互相关心，互相学习、互相爱护，建立起朋友般的关系，而不能以“领导者”自居，以“救世主”的面孔出现。在推广工作中，要注重双向的交流，在向农民传播新的知识、技术、信息的同时，学习农民的成功经验，了解农民的需要，解决他们的问题，及时向领导反馈他们的要求，只有这样，才能启发农民的主动性，才能搞好推广工作。

二、农业推广的社会功能

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。直接功能具有促使农村农民改变个人知识、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农民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。

（一）直接功能

1. 增进农村农民的基本知识。农业推广工作者是在开发农村的人力资源，知识和信息的传播为农村农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农民。

2. 提高农村农民的生产技术水平。这是传统农业推广的主要功能。通过传播和教育过程，农业技术得到扩散，农村农民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. 提高农村农民的生活技能。农业推广工作内容还涉及到农家生活咨询，因此，通过教育的传播方法，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，从而提高农村农民适应社会变革以及现代生活的能力。

4. 改变农村农民的价值观念、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、咨询活动引导农村农民学习现代社会的价值观念、态度和行为方式, 这使农村农民在观念上也能适应现代社会生活的变迁。

5. 增强农村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村农民自主、自力与自助。通过传播信息与组织、教育、咨询活动, 农村农民在面临各项问题时, 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。

(二) 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革新的作用。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。在农业技术革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, 农业发展系统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, 可改变农村农民对生活环境及质量的认识和期望水平, 并进而引起人们参与社区改善活动, 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. 维持良好的农业生态条件。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、领导才能及社会行为的效果。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。

6. 执行国家的农业计划、方针与政策。农业推广工作具有传递服务的作用。在很多国家和地区, 农业推广工作系统是农业行政体系的一个部分, 因而在某种意义上是政府手臂的延伸, 通常被用来执行政府的部分农业或农村发展计划、方针与政策, 以确保国家农业或农村发展目标的实现。

三、农业推广的作用与目的

(一) 农业推广的作用 农业科学技术本身是潜在的知识形态的生产力, 只有经过农业推广这个环节, 把农业科学技术普及到农民中, 应用于生产上, 才能转化为直接的现实生产力, 从而促进农业发展、农村经济繁荣和社会发展, 这就是农业推广的巨大能动作