

全国高等教育自学考试农业推广专业教材

农业推广学

(附农业推广学自学考试大纲)

全国高等教育自学考试指导委员会 组编
许无惧 主编 任晋阳 副主编

经济科学出版社



责任编辑:沙超英
责任校对:杨晓莹
封面设计:王 坦
版式设计:代小卫
技术编辑:刘 军

农业推广学

(附农业推广学自学考试大纲)

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

许无惧 主编 任晋阳 副主编

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

北京新丰印刷厂印刷

出版社电话:62541886 发行部电话:62568479

经济科学出版社发行部地址:北京海淀区万泉河路66号

邮编:100086

*

787×1092毫米 32开 13.5印张 240000字

1997年8月第一版 1997年8月第一次印刷

印数:00001—46000册

ISBN 7-5058-1212-2/G·222 定价:14.50元

图书在版编目 (CIP) 数据

农业推广学/许无祺主编. -北京: 经济科学出版社,
1997. 8

附农业推广学自学考试大纲

ISBN 7-5058-1212-2

I. 农… II. 许… III. 农业技术-技术推广-高等教育-
自学考试-教材 IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 14036 号

农业推广学

全国高等教育自学考试指导委员会 组编

许无惧 主编 任晋阳 副主编

出版前言

编写高等教育自学考试教材是高等教育自学考试工作的一项基本建设。经国家教育委员会同意，我们拟有计划、有步骤地组织编写一些高等教育自学考试教材，以满足自学和适应考试的需要。《农业推广学》是为高等教育自学考试农业推广专业（专科）组编的一套教材中的一种。这本教材根据专业考试计划，从造就和选拔人才的需要出发，按照全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《农业推广学自学考试大纲》的要求，结合自学考试的特点，组织高等院校一些专家学者集体编写而成的。

农业推广专业（专科）《农业推广学》自学考试教材，是供个人自学、社会助学和国家考试使用的。现组织专家审定同意予以出版发行。我们相信，随着高教自学考试教材的陆续出版，必将对我国高等教育事业的发展，保证自学考试的质量起到积极的促进作用。

编写高等教育自学考试教材是一种新的尝试，希望得到社会各方面的关怀和支持，使它在使用中不断提高和日臻完善。

全国高等教育自学考试指导委员会

1997年4月

目 录

农业推广学

出版前言	(1)
第一章 绪论	(1)
第一节 农业推广的基本概念	(2)
第二节 农业推广在农业发展中的作用和功能	(11)
第三节 农业推广的目的和本学科的任务	(16)
第四节 农业推广学的性质、研究对象、内容和研究方法	(19)
第五节 农业推广学与相关学科的关系	(24)
思考题	(26)
第二章 农业推广简史	(27)
第一节 我国农业推广简史	(27)
第二节 世界农业推广简史	(52)
思考题	(64)
第三章 农业推广学的基本理论	(65)
第一节 农业推广实践和理论的发展	(65)
第二节 创新扩散理论	(69)
第三节 农业推广框架理论	(87)
思考题	(99)
第四章 农业推广程序和原则	(100)
第一节 农业推广的特点	(100)

第二节	农业推广的原则	(103)
第三节	农业推广的程序	(109)
	思考题	(116)
第五章	农业推广组织	(117)
第一节	农业推广组织设计的基础理论	(117)
第二节	农业推广组织的概念、职能与运行机制	(120)
第三节	农业推广组织设计的基本原则	(124)
第四节	我国农业推广组织系统	(127)
	思考题	(139)
第六章	农业推广计划	(140)
第一节	农业推广计划与目标的意义	(140)
第二节	农业推广计划的制定	(152)
第三节	农业推广计划的执行与实施指导	(176)
第四节	农业推广计划的监督检查与验收	(181)
	思考题	(184)
第七章	农业推广教育	(185)
第一节	农业推广教育基本概念	(185)
第二节	农业推广教育的对象	(193)
第三节	农业推广教育的方法	(202)
	思考题	(218)
第八章	农业科技成果转化	(219)
第一节	农业科技成果转化的概念	(219)
第二节	农业科技成果转化的指标体系	(223)
第三节	农业科技成果转化条件、途径及方式	(226)
第四节	提高农民成果分布	(232)
	思考题	(250)
第九章	农业推广人员	(252)
第一节	农业推广人员的地位和作用	(252)
第二节	农业推广人员的素质	(260)

第三节	农业推广人员的职责	(270)
第四节	农业推广人员的培训	(279)
思考题	(290)
第十章	农业推广方式与方法	(291)
第一节	世界农业推广方式	(291)
第二节	我国农业推广方式	(297)
第三节	农业推广方法	(304)
思考题	(322)
第十一章	农业推广工作评价	(324)
第一节	农业推广工作评价的作用和原则	(324)
第二节	农业推广工作评价的内容和标准	(326)
第三节	农业推广工作评价的步骤和方法	(330)
第四节	农业推广方法效果的评价	(337)
思考题	(342)
附录一:	中华人民共和国农业技术推广法	(343)
附录二:	湖北省实施《中华人民共和国农业技术推广法》办法	(350)
附录三:	河北省迁安县贯彻执行《推广法》做出的新决定	(359)
主要参考书目	(364)
后记	(366)

农业推广学自学考试大纲

出版前言	(369)
I 课程性质与设置目的、要求	(371)
II 课程内容与考核目标 (考核知识点、考核要求)	(373)

第一章	绪论	(373)
第二章	农业推广简史	(377)
第三章	农业推广学的基本理论	(380)
第四章	农业推广程序和原则	(384)
第五章	农业推广组织	(386)
第六章	农业推广计划	(389)
第七章	农业推广教育	(392)
第八章	农业科技成果转化	(397)
第九章	农业推广人员	(401)
第十章	农业推广方式与方法	(405)
第十一章	农业推广工作评价	(410)
Ⅱ	有关说明与实施要求	(415)
附录	题型举例	(418)
后记	(421)

第一章 绪 论

农业教育、研究、推广构成农业发展的三种要素，三者处于同等重要的地位，相互为用、相辅相成、进行反馈，缺一不可。发展农业、繁荣农村、教育农民，世界各农业先进国家，莫不采取农业教育、农业研究、农业推广同时并举的方针和各种具体措施，形成一个向农业投入科技成果的强有力的系统。通观古今中外历史，农业发展的实践证明：科技进步对人类的任何贡献，都是通过推广实现的。没有发达的农业推广，便没有现代化的农业、繁荣的农村和富裕的农民。在科技日新月异发展的今天，在亿万农民奔小康目标的大好形势下，研究和加强农业推广，满足农民的多种需要，主动为市场经济服务，就显得更重要。这里，有农业推广理论、推广方式方法、推广体制、推广计划和组织、推广教育、推广队伍和推广评价等问题。显然，最根本的是要尽快培养具有推广能力的人才问题。

现代农业需要农业科学技术，农业科学技术需要农业推广。农业推广是将新知识、新技术、新信息、新技能应用于农业生产，使之变成实现生产力的最有效的手段。只有农业推广才能更好地、直接地把科学技术与农业生产有机地结合起来；只有农业推广才能把农民的需求与科学技术密切结合起来。实践证明：科技成果推广越及时，应用的范围越广泛，效率越高，取得的经济效益、社会效益和生态效益越多，科

技对经济和社会发展的促进作用也就越大。东亚的日本、西欧的德国、荷兰，所以跃居为世界农业先进发达的国家，其主要成功经验，就是重视和发展推广事业。据美国科学家分析，美国农业产量增长量中的81%和劳动生产率提高的71%归功于科学技术研究成果的推广应用。总之，重视和积极发展农业推广是促进农业研究、农业教育和农业生产相结合，实现农业现代化和亿万农民奔向小康目标的一项重要国策。

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就开始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。

宋高宗绍兴二年（1132年），德安府夏州，汉阳镇抚使陈规，见荒地多，就实行屯田，带领军士且耕且守，鼓励流民归业务农，使粮食得到增产，社会得到安宁。于是，陈规向朝廷上奏折建议推广：“廷臣因规奏推广，谓一夫授田百亩，古制也。今荒田甚多，当听百姓清射”。朝廷采纳这一建议，“下诸镇推广之”。

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，则被认为是美国本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，始于本世纪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。这就带来这一术语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，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以分为两种类型，一类是狭义的农业推广，一类是广义的农业推广。

1. 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，通过适当的方式介绍给农民，使农民获得新的知识和技能，并且在生产中应用，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、病虫害防治、收获……这是一种极单

纯的农事推广，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。

2. 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。

3. 现代的农业推广。

进入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、通讯所形成的不断地为农业、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，推广注重在“咨询工作”，注意解决农村人口中面临的各种特定问题，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。

4. 世界著名的农业推广学家对农业推广所作的解释也不尽相同。

茹林（R öling）认为：推广是一种由机构部署的职业性的沟通干预，以诱导公共或集体效用行为的自愿变革。

范登班（Van Den Ban）认为：农业推广是一种特定的工作过程，旨在帮助农民分析现状和未来；帮助农民认识问题的所在；帮助农民增加知识，提高对问题的认识能力和处理方法，以增强农民实施方案的动力和决策能力。

阿尔列希特（H·Albrecht）认为：推广是指推广工作者通过对推广对象的激励，帮助解决其面临的紧迫问题，激发他们的工作能力的过程。

斯旺森（B·E·Swanson）认为：推广是让人们获得有用信息的过程，同时帮助人们获得他们所需要的知识、技能和见解，并有效地利用这些信息和技术。

吴聪贤认为：农业推广是一种发展农村经济的农村社会教育工作。农业推广人员应用行为科学的原理，组织农民与农民沟通农业和农家生活有关的实用信息，借以增进农民的

知识，改变态度，提高技能，不但使农民接受新事物并且要培养个人与社团发展能力，以改善农家生活，促进农村社会经济的发展。

张仲威认为：农业推广是一种活动，是把新科学、新技术、新技能、新信息通过试验、示范、干预、沟通等手段，根据农民的需要传播、传授、传递给生产者、经营者，促使其行为的自愿变革，以改变其生产条件，改善其生活环境，提高产品产量、收入，提高智力以及自我决策的能力，达到提高物质文明与精神文明最终目的的一种活动。

以上若干农业推广涵义的解释，在不同的农业和农村发展阶段，虽然有些重要细微的差别，但是，“推广”仍然有其共同的涵义：推广涉及有意识地利用信息交流手段，以帮助农民形成正确的观念，制定良好的决策。这一信条，仍然是大多数农业推广工作者的信念和基本哲学。人们普遍认为农业推广是一种教育性质的工作，是一种典型的非物质援助形式，是一种公益性的事业，对于提高个人能力和团体发展能力以及影响力，促进农业与农村发展具有决定性的意义。

三、农业推广基本概念的界定

综合上述可以看出，由于农业推广的不断发展，农业推广的涵义也是在不断变化和发展，但是，仍然有其共同的涵义。现在，再纵观地认识和分析当今农业推广工作特点。

（一）农业推广工作特点

1. 农业推广是政府促进农业发展的一种政策手段。

农业推广是农业发展的一个基本组成部分，农业推广目标服从于农业发展目标的要求决定了两者之间具有不可分离的一致性和连续性。政府制定的农业发展目标，是确定推广

策略、目标以及实施方案的指导方针。政府可用农业推广实现两个不同的政策目标：首先是尽可能高效率地帮助千家万户农民达到自己的目标；其次是为了达到政府发展农业的目标，而改变农民的行为。所有这一切都是由机构部署的一种职业活动。

2. 农业推广是“扩散—接受”系统。

农业研究、农业推广与农民从整体上看形成两个流程，即研究通过推广达到农民的技术流程和农民对研究通过推广达到需要的回程，以及直接加上农民—研究者的反馈，如图 1.1 所示：

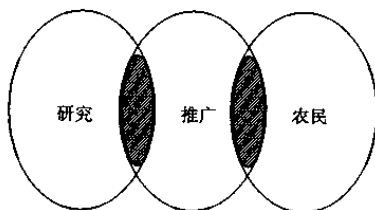


图 1.1 推广与研究 and 农民的联系

图 1.1 表示，技术是研究的产物，推广是扩散—接受系统，农民是用户。因此，研究成果如果被扩散—接受系统所应用，就会形成现实生产力，同时也会发现许多实际应用上的问题，把农民遇到的问题，带回试验研究，有力地促进、充实和改善研究，然后再将其结果带回到农村应用。这种“相互联系”，指出了各种信息源之间双向交流的必要性。因此，如果研究成果不通过推广传播给农民，研究是无用的。没有农民、推广工作者和研究人员对情况、问题、研究成果的使用经验等方面的交流，研究也不可能有效。

3. 农业推广可以诱导农民行为的自愿变革。