

# 农业推广原理与实践

郝建平 蒋国文 梁建岗 董方红 编著

3

中国农业科技出版社

(京)新登字 061 号

图书在版编目 (CIP) 数据

农业推广原理与实践/郝建平等编著. - 北京: 中国农业科技出版社, 1998.5  
ISBN 7-80119-524-8

I. 农… II. 郝… III. 农业技术 - 技术推广 - 概论 IV. S3-33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 28968 号

---

责任编辑  
技术设计  
出版发行

经 销  
印 刷  
开 本  
印 数  
版 次  
定 价

高湘玲

中国农业科技出版社  
北京海淀区白石桥路 30 号 邮政编码 100081  
新华书店北京发行所发行  
北京金泽印刷厂  
787 毫米×1092 毫米 1/16 印张: 20.75  
1~2000 册 字数: 481 千字  
1998 年 5 月第一版 1998 年 5 月第一次印刷  
39.00 元

研究农业推广理论  
提高科技服务水平

杨文宽

戊寅年三月

## 前 言

农业科学技术按其重要性来说是第一生产力，按其形态来说是潜在生产力，欲使其在发展农业生产和农村经济中发挥作用，就必须使其转化为现实生产力，这一转化的过程，涉及诸多因素，而农业推广是主要因素之一。从本质上讲，农业推广工作所执行的独特的功能，就是把农业领域内的潜在生产力转化为现实生产力，可以说，农业推广科学就是研究如何转化生产力的理论和方法的一门科学。我国自 80 年代中期开展农业推广理论与实践的研究以来，已取得了一大批可喜的成果，这些研究成果对于指导我国农业推广的实践，农业推广的改革与发展，有较大的意义。

为促进山西省农业推广理论和实践的研究，加快农业推广改革与发展步伐，提高各级农业推广人员的理论素养，山西省农业技术推广站组织有关专家编著了《农业推广原理与实践》一书。本书第一、三、七章由郝建平执笔，第六、十一、十五、十六章由蒋国文执笔，第四、五、八、九章由董方红执笔，第二、十二、十三、十四章由梁建岗执笔，第十章由范景玉执笔。承蒙中国农业技术推广协会农业推广理论学术委员会委员、山西省农业技术推广站研究员姚永久先生审阅，在此表示衷心谢忱。

本书可作为山西省农业推广人员的培训教材，也可供高等农业院校有关专业选用。由于作者水平有限，不足与错误之处在所难免，诚望广大读者批评指正。

编著者 1998 年元月

# 目 录

## 上篇 原理篇

|                    |         |
|--------------------|---------|
| 第一章 绪论             | ( 3 )   |
| 第一节 农业推广活动的起源与发展   | ( 3 )   |
| 第二节 农业推广的基本概念      | ( 9 )   |
| 第三节 农业推广理论与实践研究概述  | ( 12 )  |
| 第二章 成果转化原理         | ( 16 )  |
| 第一节 农业科技成果转化的概念    | ( 16 )  |
| 第二节 农业科技成果转化的机制    | ( 20 )  |
| 第三节 农业科技成果转化的途径    | ( 23 )  |
| 第三章 革新传播原理         | ( 25 )  |
| 第一节 农业革新的采用规律      | ( 25 )  |
| 第二节 农业革新的传播规律      | ( 30 )  |
| 第三节 农业革新采用与传播的影响因素 | ( 37 )  |
| 第四章 推广沟通原理         | ( 41 )  |
| 第一节 农业推广交往原理       | ( 41 )  |
| 第二节 农业推广沟通原理       | ( 47 )  |
| 第三节 农业推广中的公共关系     | ( 55 )  |
| 第五章 行为改变原理         | ( 60 )  |
| 第一节 农民需要与农民行为      | ( 60 )  |
| 第二节 行为产生与改变规律      | ( 66 )  |
| 第三节 行为原理在农业推广中的应用  | ( 77 )  |
| 第六章 推广心理原理         | ( 80 )  |
| 第一节 农业推广中的农民心理     | ( 80 )  |
| 第二节 农业推广人员心理       | ( 90 )  |
| 第三节 农业推广人员的思维      | ( 98 )  |
| 第七章 收益分布原理         | ( 105 ) |
| 第一节 收益分布的概念        | ( 105 ) |
| 第二节 经济上限的决定因素      | ( 107 ) |
| 第三节 提高收益分布的途径      | ( 109 ) |

## 下篇 实践篇

|               |         |
|---------------|---------|
| 第八章 农业推广方式与方法 | ( 115 ) |
| 第一节 农业推广方式    | ( 115 ) |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 第二节 农业推广程序.....             | (122) |
| 第三节 农业推广方法.....             | (125) |
| <b>第九章 农业推广试验与示范</b> .....  | (136) |
| 第一节 农业推广试验.....             | (136) |
| 第二节 农业推广示范.....             | (149) |
| <b>第十章 农业推广教育与培训</b> .....  | (156) |
| 第一节 农业推广教育.....             | (156) |
| 第二节 农民技术培训.....             | (162) |
| 第三节 农民职业技术培训.....           | (168) |
| <b>第十一章 农业推广经营与服务</b> ..... | (175) |
| 第一节 技术承包服务.....             | (175) |
| 第二节 推广经营服务.....             | (177) |
| 第三节 技术市场服务.....             | (181) |
| 第四节 技术咨询服务.....             | (187) |
| 第五节 农业信息服务.....             | (192) |
| <b>第十二章 农业推广组织与管理</b> ..... | (202) |
| 第一节 我国农业推广组织体系.....         | (202) |
| 第二节 农业推广项目管理.....           | (208) |
| 第三节 农业推广资金管理.....           | (219) |
| 第四节 农业推广设备管理.....           | (224) |
| 第五节 农业推广档案管理.....           | (226) |
| <b>第十三章 推广人员培训与管理</b> ..... | (233) |
| 第一节 农业推广人员的素质与职责.....       | (233) |
| 第二节 农业推广人员的培训.....          | (241) |
| 第三节 农业推广人员的管理.....          | (244) |
| <b>第十四章 农业推广计划与评价</b> ..... | (250) |
| 第一节 农业推广计划.....             | (250) |
| 第二节 农业推广评价.....             | (262) |
| <b>第十五章 农业推广写作与语言</b> ..... | (276) |
| 第一节 农业推广写作方法.....           | (276) |
| 第二节 农业推广语言训练.....           | (291) |
| <b>第十六章 农业推广调查与研究</b> ..... | (303) |
| 第一节 农业推广调查.....             | (303) |
| 第二节 农业推广研究.....             | (312) |
| <b>参考文献</b> .....           | (323) |

# 上篇 原 理 篇





# 第一章 绪 论

## 第一节 农业推广活动的起源与发展

### 一、古代农业推广活动的产生与发展

中国是世界农业起源中心之一，农业历史悠久，源远流长，农业推广活动最早产生于中国。据古文献记载，远在距今四千余年的尧舜时代，就已萌发了原始的农业推广活动，当时任命姬弃（后稷）为“农师”，负责“教民稼穡”，“后稷教民稼穡，树艺五谷，五谷熟而民人育（《孟子·滕文公上》）。”当时所谓“课桑”、“教稼”等即为今日“推广”之意。姬弃是尧帝的异母兄弟，从小喜爱钻研农业技艺，善于种植五谷，姬氏族的人都乐意仿效，于是尧帝“拜弃为农师”，指导人民务农。后来，舜帝继位，命姬弃主管农业，封官号为“后稷”，从此便有了专门负责教稼的农师和主管农业的官员。从“教民稼穡”可看出已有“教育”及“指导”的含义；从“帝亲耕，后亲蚕”可看出已有“示范”的含义。这就是中国古代原始农业推广的萌芽。

自尧以后，又历经夏、商、西周三个王朝约1300多年的发展，原始农业趋于成熟。随着农业生产水平的提高，农业推广体制也日趋完善。周王朝继承并发展了后稷的重农治国思想和行政教稼制度，并初步形成了从中央到地方的教稼体制。

我国自秦、汉起成为统一的封建国家，由于农业发展的需要，开始从中央到地方设置劝农官制度。以后这种官办的农业推广制度——劝农官制度，历代沿袭下来。

汉代赵过在推广“代田法”的过程中首创了试验、示范、推广三步走的推广程序，是中国农业推广史上的一个里程碑。赵过是汉武帝时期的搜粟都尉，当时陕西关中一带推行“缦田法”，广种薄收，产量很低。赵过在实践中摸索出一种新方法叫“代田法”，“一亩三圳，岁代处”，为一种新的耕作制度。赵过首先在“离宫”的空隙地亲自进行试验，证明代田法比缦田法要优越，作为推广的先决条件；取得成功后，下令各地郡守派遣所属县令、三老、力田（县、乡、村三级官员）和老农赴京参观代田法示范现场，学习如何进行代田法的操作。然后回到原地，教给当地农民在公田和私田中进行推广，使这项技术在民间普遍推行。赵过所创造的“三步走”的程序以及借助行政力量促进推广的做法，可以说是现今农业推广程序的雏型。

宋代是中国科技发展史上的黄金时代，农业推广也取得了长足进展。宋代朝廷专设“农师”，主管推广。由过去推广耕作技术转移到重点推广新作物及其品种、新农具；特别值得提及的是，“推广”一词正式使用于农业领域，成为专用名词。《宋史·食货志》：“……推广淳化之制”，而常平、惠民仓遍天下矣”。所谓“淳化之制”，是指在宋太宗淳化年间（公元11世纪初）京畿农业丰收，朝廷派人在京城四门设置场所，收购粮食贮存，以备欠收时按平价出售，此种粮仓，称为常平仓、惠民仓。后来淳化之制向全国推广。这是“推广”一词在中国农业推广史上的最早记载，其含义就是把一项先进经验推而广之，以期改进生产，与

当今农业推广并无二意。

明代，大农学家徐光启著《农政全书》介绍了诸多农业推广知识。明末清初出现了著名的推广世家——陈振龙一家几代人为引进甘薯并推广到全国做了不懈努力。陈振龙祖籍福建，后到吕宋（今菲律宾）经商，公元1593年冒险带回数尺甘薯蔓，在家乡福建试种成功后，由其子陈经纶向福建巡抚金学曾献薯推荐。金亲自撰文倡导，并下令全省各地都要栽种，这样，使甘薯在福建全省推广开来，以后又逐渐推向全国。

清代江苏织造李煦创造了试验、示范、繁育、推广的整套良种推广程序，是推广史上的又一个光辉成就。公元1715年，康熙帝将亲手选育的御稻良种一石，赐给苏州织造李煦，并令其在江南试种。李煦在苏州亲自主持试验示范，并分发给其他6位官员多点种植。李煦以早熟的御稻进行双季栽培，以本地稻种单季种植作为对照，详细记载面积、栽培期、收获期、亩产量等有关数据，年年向康熙呈报。从试种的第三年开始，双季稻连年丰收，年亩产都在6石以上。以后，又将此推广到江西、安徽、湖北一带。从试验到推广，前后经过8年时间，并创造了一套比较科学的试验、示范、繁育、推广的程序。

## 二、近代农业推广活动的概况

1840年鸦片战争以后，外敌入侵，清廷腐败，中国沦为半殖民地半封建社会，农业生产及农业推广工作一度停滞不前。辛亥革命后也由于战争连绵，政局不稳，经济萧条、民不聊生，统治者更无心顾及农业及农业推广，虽有不少有识之士及地方官吏，竭力倡导发展农业推广事业，对局部农业生产发展起了一定作用。但从总体上看，从鸦片战争到解放前夕这段历史时期内，农业推广工作发展缓慢，并无多大建树。这一时期农业推广的主要大事概括起来主要有：

### （一）洋务派的良种引进活动

1892年湖广总督张之洞为了改良棉花品质以适应机器纺织工业的发展需要，派人从美国引进陆地棉试种；张謇于1901年又在江苏南通试种并推广陆地棉；安徽芜湖农务局从日本引进早稻品种“女郎”等均为清末民初的良种引进及推广活动。

### （二）近代农业教育与农业科研机构的设立

19世纪末，洋务派、维新派及民主革命先驱孙中山等，都力办农业教育。到1909年为止，全国共有农业大学一所，高等农业学堂5所，中等农业学堂31所。1909年仿照日本劝农体制，在上海创建第一所专业性科研机构育蚕试验场，1906年在北京创立中央农事试验场，辛亥革命前，全国各地共建成20余所农业科研机构。当时农业教育机构和科研机构已开始进行一些推广工作。

### （三）民间社团活动及农业推广实验区

1897年，中华农学会在上海成立，以罗振玉会长为首的一批传播近代农业科技的前驱，创办《农学报》，组织翻译日文农业科技书籍。“五四”运动前后，平民教育流行一时，许多知识分子以推行平民教育为宗旨，纷纷结成民间教育社团。30年代前后，一些社团开始面

向农村，掀起乡村建设实验运动，如以黄炎培为首的中华职业教育社。这些实验运动，除了开展乡村教育、乡村社会调查以外，也从事一定的推广活动。后来，此运动逐步发展为由政府、院校及民间社团合作开展示范推广的一种主要形式。例如，1926年，由中华职业教育社等与东南大学在江苏昆山徐公桥共同建设农村改进实验区，主要活动内容有乡村建设、农业改良及平民教育等社区发展工作。

#### （四）国民党政府时期的推广工作

1929年国民党第三次全国代表大会通过的《中华民国之教育宗旨及实施方针》中的第八项说：“凡农业生产方法之改进，农业技术之提高，农村组织与农民生活之改善，农业科学知识之普及，以及农民生产消费合作之促进，须以全力推行。”同年公布了《农业推广规程》，是当时的农业推广基本法规。1929年还成立了农业推广委员会。1930年，国民党中央政治会议通过了《实施全国农业推广计划》，同年还通过了《省农业推广委员会组织纲要》等文件。1931年，国民党中央农业推广委员会与金陵大学合作，合办了乌江农业推广实验区，前者主要从事农事、农村经济和农村社会工作，后者主要工作是研究、改进农业技术和方法，就中外已知的先进技术与方法，加以研究与试验并推广其成果，引进有益的动植物品种、调查研究农村经济。后来在战争期间，先后制订了《全国农业推广实施计划纲要》及《全国农业推广实施办法大纲》，辅导各省建立县级推广机构。1945年，国民党政府修订公布《县农业推广所组织规程》，1946年，中美农业技术合作团向中央政府提出改进中国农业之途径，并建议中央成立农业推广总局，省、县成立推广所。

#### （五）共产党领导区域的农业推广活动

中国共产党领导的中央苏区、陕甘宁边区、各解放区均先后程度不同地开展了农业推广活动。早在瑞金中央苏区时期，就设立中央农业学校，培养农业建设干部和农业技术人才。在延安革命根据地，1937年建立光华农场，主要开展育种试验，为边区提供良种。1940年建立延安自然科学学院，设生物系，后改为农业系，着重对边区农作物种类分布和病虫害情况进行调查，并同光华农场共同试验，研究出在边区种植棉花的一套技术措施进行推广。1944年5月24日，延安大学开学典礼，毛泽东主席亲临讲话，指出要帮助35万户农民做到耕三余一，而且要帮助老百姓订一个种植计划，改造荒山秃岭。在其他解放区也都程度不同地开展了各种推广活动。

### 三、新中国建立以来农业推广工作的发展与改革

#### （一）农业推广体制的演变与发展

新中国的农业推广，在党和政府的领导下，各方面均取得了长足进展。就推广体制而言，在很长一段时期内受计划经济和政府行为的深刻影响。40多年来，为推动农业生产力的不断发展和适应农村生产关系的不断变革，农业推广体制的演变大致可分为如下五个阶段：

第一，1949～1957年，起初以县示范农场为中心，互助组为基础，劳模、技术员为骨

干组成推广网络；后来又大力兴办乡（区）级农技推广站。

第二，1958~1965年，推广机构经历了精简、整顿、恢复、发展的过程，开始建立县、专区级农技推广站，并完成了专业分工。

第三，1966~1976年，四级农业科学实验网兴起，农民技术员队伍逐渐扩大，是专群结合推广体制阶段。

第四，1977~1991年，从上到下重建农技推广服务体系，大力发展县农业技术推广中心，是全国农业推广新体系的重建阶段。

第五，1992年以来，随着经济体制改革的逐步深入，随着由计划经济向市场经济的转轨，探索具有中国特色的农业推广新体系工作开始提到议事日程，是农业推广体系深化改革阶段。

我国农业推广体制在长期的发展中逐渐形成下列特点：一是由政府领导，农业行政主管部门主管，以政府办的各级农业推广机构为主体，负责组织、协调、落实各项推广任务。二是农业推广、农业科研、农业教育机构归入政府不同部门，各自独立，通过政府组织和协调，进行“三农”协作，共同开展农业开发、集团承包，分工承担重点推广项目、科技攻关等科教兴农活动。三是专业推广机构按农业、畜牧、水产、农机化、经营管理分别组成，自成体系。四是推广机构的职能以技术推广、社会化服务及教育引导为主，通过运用各种推广手段，完成国家推广任务，提高农民经济收益。五是全国推广网络以县、乡两级为重点，分别作为推广网络结构中的中枢纽和骨干。六是推广队伍由专业技术人员和农民技术员、科技示范户组成，实行专群结合、分工合作的办法。目前已形成一个多学科、多专业结合，上下相通、左右相连、纵向到底、横向协调、运用自如、富有效率的有中国特色的农业技术推广服务体系。这一体系是以国家各级农业推广机构为主，与农业科研单位、有关学校以及群众性的科技组织、农民技术人员相结合的推广体系。随着社会主义市场经济体制的不断完善和发展，我国农业推广体制也将在深化改革中不断完善和发展。

## （二）新中国建立以来农业推广工作的主要成就

新中国建立以来，我国农业推广工作所取得的成就，概括起来主要有以下几个方面。

第一，普及良种，逐步实现“四化一供”。解放初期，我国主要农作物良种覆盖率仅为0.6%。目前，农作物优良品种覆盖率不低于80%，许多地方还实现了以县为单位统一供种、并达到种子良种化、良种区域化、选种机械化、质量标准化的“四化一供”目标。

第二，完成全国土壤普查，大面积推广配方施肥技术。解放以后，先后进行过二次土壤普查，根据土壤普查和全国肥料试验网研究结果，并根据不同作物对营养元素的需求规律，普遍推行配方施肥技术。

第三，推广农作物病虫害鼠害综合治理技术，基本控制住25种主要病虫害，取得了上百亿元的经济效益，同时保护了生态效益。

第四，引进并推广地膜覆盖栽培技术，进一步开发塑料大棚和日光型节能温室技术。自70年代中后期从日本引进地膜覆盖栽培技术以后，在棉花、玉米、水稻、花生、蔬菜、瓜果等作物中推广，形成具有中国特色的地膜覆盖栽培技术体系，被专家誉为本世纪的“白色革命”。

第五，大面积推广农作物模式化栽培和轻型栽培技术。80年代以前，是以推广单项实用技术为主，从80年代开始，我国科研、教育、推广工作者联手开发各种作物模式化综合

配套技术，发挥了各种单项技术的整体功能效应，取得了显著成效；90年代以来，水稻抛秧、精量（半精量）播种、免（少）耕、化控等轻型栽培技术得到了广泛的应用。

第六，推广优良种禽种畜，改进饲养、防病技术。采用饲料添加剂或配合饲料，综合运用现代化饲养、防病技术，使猪、鸡、牛等生产迈上了新的台阶。不少地方还建立了动物产品生产基地，确保了“菜篮子工程”的顺利实施。

第七，推广农产品贮藏、保鲜和农副产品综合利用取得了较大进展。

第八，有计划地开展重点项目的推广。如农业部的“丰收计划”和“沃土计划”，国家科委的“星火计划”，国家教委的“燎原计划”等。各省、地（市）每年也都有一大批重点推广项目付诸实施。

第九，开展多种形式的推广服务。如推行农业技术承包责任制，调动广大推广人员的积极性；兴办技术与服务相结合的经营实体，兴办技术市场，“既开方、又卖药”，“技物结合”，进行产前、产中、产后系列化服务，走自我积累、自我发展的道路，稳定推广人员队伍，加强推广机构的经济实力。

第十，加强农业推广立法。中华人民共和国《农业法》、《农业技术推广法》的颁布，使农业推广走上了法制化的轨道，保护和支助了农业推广事业的发展。

第十一，开展农业推广理论与实践的研究。80年代中期开始，由国家教委与农业部委托原北京农业大学举办农业推广理论研讨班，培养了一大批推广理论和教学人员，已有不少农业大学建立了推广专业，培养专门人才。山西农业大学也于1993年正式建立“农业推广与科技应用”专业；编著出版了不同版本的《农业推广学》专著与教材；1990年成立了全国农技推广协会，下设农业推广理论学术委员会等若干专业委员会，每年召开农业推广理论学术研讨会；农业部全国农业技术推广服务中心还出版《中国农技推广》及《植保技术推广》等刊物。这些工作进一步促进了农业推广理论研究的发展和农业推广学科的建设，并对我国农业推广的发展与改革提供了不少有益的理论成果。

#### **四、国外农业推广活动的产生和发展概况**

国外农业推广活动起源于欧洲和美国。早在18世纪的欧洲已出现了各种改良农业的会社。苏格兰于1723年成立农业知识改进协会；1761年法国有一个早期的农学家协会，出版农业读物；美国早在1785年在费城成立农业社团，非正式地办理农业消息的传播工作。19世纪中叶欧洲马铃薯大饥荒时期，爱尔兰于1847年成立了一个农业咨询和指导的服务机构，派出10名巡回教师到饥荒最严重的地区开展推广工作。这是近代农业推广史中的一次重大农业推广活动。到1866年，英国剑桥、牛津大学为适应社会对知识和技术的需要，开始派出教师到校外进行教学活动，为那些不能进入大学的人提供受教育的机会。“推广教育”就是1873年为描述这种校外教育的形式而首先使用的名词。后来，美国把“农业”与“推广”有机结合，形成了完整的近、现代农业推广教育体制。

1776年美国独立后，随着农业开发的迅速发展和资本主义经济日渐发达，对农业教育、农业科研及农业推广的需求日益迫切，相继通过立法程序，建立了农业教育、科研、推广三位一体的体制，使美国的农业推广迅速兴起。

1855年在密执安州通过法案成立州立学院，这是美国最早的农业学院，也是赠地学院

的先驱。1862年国会通过了《莫里尔法》(Morrill Act of 1862),又叫赠地学院法。该法规定,拨给各州一定面积的联邦公有土地,拍卖以筹集资金,每州至少成立一所开设农业和机械课程的州立学院。1887年国会又通过了《哈奇法》(Hatch Act of 1887),又叫农业试验站法。该法规定,为了获取和传播农业信息,促进农业科学研究,由联邦政府和州政府拨款,建立州农业试验站,这是由美国农业部、州和州立大学、农学院共同领导的,以农学院为主的农业科研机构,是农学院的一个组成部分。1914年国会又通过了《史密斯——里费法》(Smith——Lever Act of 1914),又叫合作农业推广法。该法规定,为帮助在美国农民中传播有用而实际的农业和家政知识,由联邦政府拨款和州、县政府拨款,资助各州、县建立合作推广服务体系,由农业部和农学院合作领导,以农学院为主。这一法案的通过并执行,标志着美国形成了教学、科研和推广三结合的体制。

美国两位农业推广先驱是农业部部长南伯和马萨诸塞州立农学院院长巴特菲尔德。南伯1884年担任依阿华州立农学院院长,后来又担任美国农业部部长。他的观点是通过亲自实践的办法来学习如何进行农业生产;通过示范教育,让农民根据自己农场的具体条件来耕种。他主张由农业部领导的农田局通过“合作示范农场”搞推广工作。他有一句名言:“人们听说了,还不会相信,看到了也不一定相信,只有他亲自做了,他才相信”。由于南伯对农业推广的贡献,后来被人尊称为“美国推广之父”。巴特菲尔德则主张由农学院领导推广,他后来被美国农学院协会委任为推广委员会主席,该委员会负责举办农民学校、巡回教学、出版刊物、举办展览。他坚持农业推广应作为农学院工作的一部分,把推广与教学、科研置于同等地位。他还主张国家资助农学院搞推广工作,这是美国农业合作推广法的最早思想。

美国农业推广的主要内容有,成年农民教育——农事指导教育;农村青少年教育——“4H”俱乐部教育;农村妇女教育——家政教育。如4H俱乐部活动的目的是促进农村青少年在头脑(智力、知识)、心理(道德与心理素质)、技能(动手能力)及体魄(身体健康)四个方面均得到良好的发展,因四个英文单词均以字母“H”开头故称作4H俱乐部。通过教育手段帮助农民增加农业知识、改变态度、锻炼技能、树立信心、最后导致行为的改变。总之,美国的合作农业推广是一种校外教育,在这个领域里,成年人与青年人经由工作中学习。它是各级政府、赠地学院及人民间的一种合作事业,提供人们所需要的服务与教育。农业推广的基本目标是开发民智。

其他一些发达国家,如日本的农业推广称为“农业改良普及”。日本自明治维新起,在厉行劝农政策中,就开始学习欧美农业改良运动,通过政府开展农业改良试验和普及应用工作。二战以后,日本政府仿效美国,建立起农业改良普及体系,对迅速恢复和发展农村经济起了重要的作用。发展中国家的农业推广如印度,独立后,坚持农业开发方针,积极开展农业教育、科研和推广事业。印度也是以农业大学为中心建立推广体系,负责推广工作,70年代以来,大力推行绿色革命,对农民进行培训与服务,取得了较大成效。

## 第二节 农业推广的基本概念

### 一、“农业推广”一词的来源

农业推广在我国古代被称为“教稼”、“课桑”、“劝农”，把“推广”一词用于农业领域，最早见于《宋史·食货志》：“推广淳化之制，而常平、惠民仓遍天下矣。”这里的“推广”一词的意思就是把一种先进经验推广普及的意思。还有在宋高宗绍兴2年（公元1132年），德安府夏州汉阳镇抚使陈规，见当地荒地多，就实行屯田，带领军士且耕且守，流民归业务农，这一措施使粮食增产，社会得以安定。陈规向朝廷上奏折建议推广：“廷臣因规奏推广，谓一大授田百亩，古制也。今荒田甚多，当听百姓请射。”朝廷采纳了这一建议，“下请镇推广之”。

国外使用“推广”一词，最早见于1866年英国剑桥、牛津大学的“大学推广”（University Extension），1873年，剑桥大学又用“推广教育”（Extension Education）一词，描述大学要面向社会，到校园以外的地方去进行的教育活动。当时“推广”（Extension）一词的意思，按牛津词典的解释是“按一定的方向展开、延续、扩大”，“扩展的活动和过程”。美国韦氏词典的解释是“延伸的量和度”，“持续发展”，“从某处‘推’到另一处”。而“农业推广”（Agricultural Extension）一词，一般认为是由美国本世纪初的赠地学院开始使用的，1914年美国国会通过《合作农业推广法》以后，使农业推广工作法制化，并建立了从中央到地方的农业推广体系，同时也给“农业推广”一词赋予了新的意义。目前已成为世界性的专用名词。

我国使用“农业推广”一词，始于本世纪30年代，新中国成立后改用“农业技术推广”。从80年代中期开始，随着农业推广理论与实践研究的开展，“农业推广”一词的使用逐渐多起来，似有代替“农业技术推广”的趋势。

### 二、农业推广的涵义

“农业推广”是揭示农业推广工作实质与活动规律的一个科学概念，但要做到对其正确理解、科学地阐述进而准确地表达绝非易事。从世界各国农业推广发展的历史看，农业推广工作的性质和范围随时间、空间的不同而变化，在不同的历史条件和国情下，农业推广是为实现不同目标、采用不同的组织方式来进行的，因此对农业推广的涵义就有不同解释和不同的表述。目前比较流行的是把农业推广依工作范围及工作性质不同分为“狭义农业推广”、“广义农业推广”以及“现代农业推广”三种概念加以不同解释。

#### （一）狭义农业推广

起源于欧美近代早期的农业推广，主要是指农事生产指导，即把大学和科研机构的研究成果，通过适当的方法介绍给农民，使农民获得新的知识与技能，并在生产中应用，从而增加经济收入。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……，这是一种极单纯的以改良农业技术，提高农业生产水平为目标的狭义农业推广。目前，中国的“农业技术推广”基本上属于此种范畴。1993年通过的《中华人民共和国农业技术推广法》对农业技术推广的解释是：“本法所称农业技术推广，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。”该法对农业技术的解释是：“本法所称农业技术，是指应用于种植业、林业、畜牧业、渔业的科研成果和实用技术，包括良种繁育、施用肥料、病虫害防治、栽培和养殖技术，农副产品加工、保鲜、贮运技术，农业机械技术和农用航空技术，农田水利、土壤改良与水土保持技术，农村供水、农村能源利用和农业环境保护技术，农业气象技术以及农业经营管理技术等。

## （二）广义农业推广

广义农业推广是指除了推广农业技术以外，还包括教育农民，组织农民，培养农民义务领袖以及改善农民实际生活质量等方面。它是“以农村社会为范围，以农民为对象，以农场及农民家庭为中心，以农民的实际需要为教材，以改善农民生活为最终目标的农村社会教育”。1973年联合国粮农组织出版的《农业推广参考手册》的解释是：“农业推广是在改进耕作方法和技术、增加产品效益和牧人、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体系。”总之，广义农业推广的概念，一是强调农业推广是一种“教育过程”，二是工作范围很广，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）资源利用和资源保护指导；（5）农家经营和管理计划指导；（6）农民家庭生活指导；（7）农村领导人才的培养和使用指导；（8）农村青年的培养与使用指导；（9）农村团体工作改善的指导；（10）公共关系的指导。

## （三）现代农业推广

当代一些发达国家，农业已实现了现代化、企业化和商品化，农民文化素质和科技水平已有极大提高，农产品产量大幅度增加，目前面临的主要问题是如何在生产过剩条件下提高农产品的质量和农业经营的效益。因此，农民在激烈的生产经营竞争中，不再满足于生产和经营知识的一般指导，更重要的是需要提供科技、市场、金融等方面的信息和咨询服务。为描述此种农业推广的特征，学者们提出了“现代农业推广”的概念。联合国粮农组织1984年出版的《农业推广》（第二版）一书把农业推广解释为“推广工作是一个把有用信息传递给人们（传播方面），然后帮助这些人获得必要的知识、技能和正确的观点以便有效地利用这些信息或技术（教育方面）的执行过程。”这一解释说明农业推广不仅是一种教育过程，而且是一种信息交流过程。与此解释类似，A.W. 范登班和H.S. 霍金斯在他们合著的《农业推广》（1988）中写道：“推广是一种有意识的社会影响形式。通过有意识的信息交流来帮助人们形成正确的观念并做出最佳决策”。

概括上述分析可看出，狭义农业推广是一个国家处于传统农业发展阶段，农业商品生产不发达，农业科学技术是制约农业生产的主要因素的背景下的产物，在这种情况下，农业推广首先要解决的是技术问题，因此必然形成以技术指导为主的“技术推广”。广义农业推广则是一个国家由传统农业向现代化农业过渡时期，农业商品生产比较发达，农业科学技术已



不是农业生产的主要限制因素背景下的产物，在这种情况下，农业推广所解决的问题除技术以外，还有许多非技术问题，因此就形成了以“教育”为手段的“农业推广”。现代农业推广是在一个国家实现农业现代化以后，农业商品生产高度发达，往往是非技术因素（如市场供求）成为农业生产和经营的限制因素，而技术因素则退于次要地位的背景下的产物，在这种情况下，必然形成能够提供满足农民需要的各种信息的以“咨询”和“沟通”为主要手段的“现代农业推广”。可以说，狭义农业推广以“技术指导”为主要特征；广义农业推广以“教育”为主要特征；现代农业推广以“咨询”及“沟通”为主要特征。

当前，我国农业正处在由传统农业向现代农业的过渡时期，农业技术不断进步，农业生产面貌已发生了可喜的变化；同时也正处在由计划经济向社会主义市场经济的转轨过程中，这样，就给我国农业推广带来了新的机遇与挑战。结合我国国情和借鉴国外农业推广发展的历史经验，我们既不能停留在“技术推广”这种农业推广的初级形式阶段，也不能完全照搬国外在市场经济下的农业推广模式，唯一的出路就是探索一种有中国特色的、切合国情的农业推广模式。我们认为，在今后相当长的一段时期内即在由计划经济向社会主义市场经济过渡的时期内，比较适合我国国情的农业推广的概念可否这样表述：“农业推广是采取教育、咨询、沟通、干预、技术指导等手段，把农业生产和经营过程中所需要的新成果、新技术、新知识及信息，传播、传授、传递到农村、农民中去，促使农民行为的自愿变革，把潜在生产力尽快有效地转化为现实生产力的一种活动。”农业推广集科技、教育、管理、生产活动于一身，具有综合性、系统性及社会性的特点。农业推广的根本任务是转化潜在生产力为现实生产力并提高农业生产者和经营者的素质。根本目标是发展农业生产、繁荣农村经济和改善农民生活。

### **三、农业推广工作的地位与作用**

#### **（一）农业推广工作的地位**

农业推广与农业研究、农业教育三足鼎立，成为促进农业科技进步，实现农业现代化的三大支柱。农业研究有赖于农业推广的普及和农业教育的发展；农业教育有赖于农业研究的发展和农业推广的辅助；农业推广有赖于农业研究的发展和农业教育的更新。三者互为因果、互相促进、缺一不可，在农业系统中处于同等重要的地位。农业研究创造知识，出成果；农业教育传授知识，出人才；农业推广应用知识，出效益。在农业系统中，农业推广是处于农业研究、农业教育、农业生产等子系统之间的边缘及空白地带的一种专司生产力形态转化这一特定功能的相对独立的、必不可少的子系统。

#### **（二）农业推广工作的作用**

1. 农业推广是农业科学研究的质的再创造与量的再扩大 大多数农业科技成果是在一定的自然、生产条件下，在实验规模较小的情况下获得的。它既有较大的增产增收的潜在能力而又有一定的风险，就是说任何一项科研成果都不是万能的、放之四海而皆准的东西。换句话说，从科研机构刚出台的新成果只是一种“半成品”，一般不能直接在大面积、大范围应用，尚需由推广机构和人员将此半成品进一步加工为成品以后才能推广应用。这种由半成品转变为成品的过程，需要付出大量的科技劳动。农业推广人员要结合各地条件进行