



广东省高等教育自学考试指定教材

农业推广学

N O N G Y E T U I G U A N G X U E

广东省自学考试委员会组编
傅雪琳 主编



广东高等教

43
803

5 008-15-11

广东省高等教育自学考试
指定教材

农业推广学

广东省自学考试委员会组编

傅雪琳 主 编

广东高等教育出版社

广州·元

图书在版编目 (CIP) 数据

农业推广学/傅雪琳主编. —广州: 广东高等教育出版社,
2003. 3
ISBN 7-5361-2815-0

I. 农… II. 傅… 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 (2002) 第 084692 号

广东高等教育出版社出版发行

地址: 广州市天河区林和西横路

邮政编码: 510075 电话: (020) 87557232

东莞市粤高印刷厂印刷

850 毫米 × 1 168 毫米 32 开本 8.25 印张 210 千字

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 11 月第 2 次印刷

印数: 4 001 ~ 5 000 册

定价: 12.00 元

主 编 傅雪琳

副主编 陆燕朋 苏雄武

参编人员(以姓氏笔画为序)

王水清 (广东省农业厅)

何 平 (华南农业大学)

苏雄武 (华南农业大学)

陆燕朋 (华南农业大学)

傅雪琳 (华南农业大学)

组编前言

《中华人民共和国高等教育法》明确规定：“国家实行高等教育自学考试制度，经考试合格的，发给相应的学历证书或者其他学业证书。”“公民通过接受高等教育或者自学，其学业水平达到国家规定的学位标准，可以向学位授予单位申请授予相应的学位。”

由于高等、中专教育自学考试制度非常便利于在职和非在职人士通过自学提高自身科学文化素质、考取国家学历文凭，因此受到社会各界、港澳人士、台湾同胞和海外侨胞的热烈欢迎。广东省自1984年下半年开考自学考试以来，已有170多万人报名参加自学考试。

为了更好地贯彻、落实《中华人民共和国高等教育法》，进一步倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，使我省的自学考试事业“更上一层楼”，我们组织了各学科的专家、教授编写了具有广东特色又便于考生自学的自学考试教材和辅导书，以便考生更好地系统掌握学科知识，理论联系实际，提高运用知识解决实际问题的能力，早日成为国家的有用之才。

广东省自学考试委员会
2000年7月

成员入记编。平阶，赤水王育至阶记编成卷；编主偏共十，正策；记编推重制由章四，三，二，一策；不攻工章六策；记编阻燕胡由章八，六策；记编赤水王由章一字文便村平阶；记编发集表序章十，六策；记编平阶由。补工校封

其次，林贵精文阶量大了善卷中阶共记编式并本阶用“农业推广学”是一门新型的、交叉型学科，它是应用有关社会科学的原理，研究农业推广活动规律及其方法的一门科学，是自然科学与社会科学相交叉、理论与实践紧密结合的农业社会科学。通过该课程的学习，旨在使学生在掌握专业知识的基础上，学习农业推广的社会学原理和农业推广的规律、方法、技能，科学地应用专业知识帮助农民解决生产实际中的技术问题，促进农业科技成果的推广应用和生产力的发展与进步，提高农业劳动者的素质。

本书在吸取农业推广学科理论与实践研究成果的基础上，围绕农业推广的社会性和自然科学性相结合的特点，从促进人的行为改变的需要出发，组织了11章内容，分别是绪论、农业推广发展简史、农业推广中的行为改变理论、农业推广中的传播学理论、我国农业推广的特点和原则、农业推广教育、农业推广的方式方法及程序、农业技术试验、农业推广人员、农业推广组织及管理、农业推广工作评价。

本书由华南农业大学农学院组织编写，傅雪琳担任主编，并确定编写提纲和修改定稿；陆燕朋、苏雄武担

任副主编；参加编写的还有王水清、何平。编写人员分工如下：第一、二、三、四章由傅雪琳编写；第五、十一章由王水清编写；第七、八章由陆燕朋编写；第六章由何平编写；第九、十章由苏雄武编写；何平协助文字校对工作。

本书在编写过程中参考了大量的文献资料，尤其是已有的农业推广学教材和有关书籍，在书后列出引用的主要参考文献，在此向各位作者一并表示感谢！

编者

2002年9月

目 录

(32) (页中) 气耕业农的案国中暴炎, 三

(39) 新野变交农行由中气耕业农 章三第

(39) 用业已会野平基的学科农行 节一章

(39) 农计, 一

(41) 学林农计, 二

第一章 绪论 (1)

第一节 农业推广的涵义及其演变 (1)

一、“农业推广”一词的起源 (1)

二、农业推广的涵义 (2)

三、农业推广的历史演变 (4)

第二节 农业推广的基本性质、作用与功能 (5)

一、农业推广的基本性质 (5)

二、农业推广在农业发展中的作用 (7)

三、农业推广的社会功能 (9)

第三节 农业推广学 (11)

一、农业推广学的形成与发展 (11)

二、农业推广学理论体系的建立 (13)

(88) 社会野农农的器科木社业农, 三

第二章 农业推广发展简史 (17)

第一节 中国农业推广简史 (17)

一、古代农业推广的活动 (17)

二、近代中国农业推广简史(1887—1927) (21)

三、国民党政府时期的农业推广(1927—1949) (23)

四、新中国农业推广事业发展与改革 (26)

第二节 世界近代农业推广简史 (29)

一、欧洲农业推广的起源和发展 (30)

二、美国农业推广的兴起 (32)

三、发展中国家的农业推广（印度）	（35）
第三章 农业推广中的行为改变理论	（39）
第一节 行为科学的基本理论与应用	（39）
一、行为	（39）
二、行为科学	（41）
(1) 第二节 农民行为改变的影响因素与策略	（48）
(1) 一、农民行为的特点	（48）
(1) 二、农民行为改变的动力和阻力	（51）
(2) 三、改变农民行为的途径和策略	（53）
(4)	
第四章 农业推广中的传播学理论	（57）
(2) 第一节 传播学的基本知识	（57）
(2) 一、传播及传播要素	（57）
(9) 二、传播的途径和有效传播	（62）
(1) 第二节 农业技术的传播模式	（66）
(11) 一、农业技术传播过程的模式	（66）
(81) 二、农业技术传播过程分析	（66）
三、农业技术传播的反馈过程分析	（68）
(7) 第三节 农业科技创新的采用	（69）
(71) 一、采用过程与采用者	（69）
(17) 二、农民对农业科技创新特征的看法	（72）
(15) 三、传播渠道对农业科技创新采用的影响	（73）
(23) 四、农业推广在采用过程中的作用	（75）
(6) 第四节 农业科技创新的传播——创新扩散过程	（77）
(29) 一、传播过程的四个阶段	（77）
(30) 二、传播规律	（79）
(32) 三、有效传播	（82）

(911)
第五章 我国农业推广工作的特点和原则	(87)
(第一节 我国农业推广工作的特点	(87)
(一、生产性	(87)
(二、教育性	(88)
(三、综合性	(88)
(四、社会性	(89)
(五、周期性	(89)
(第二节 我国农业推广工作的原则	(90)
(一、因地制宜的原则	(90)
(二、试验示范的原则	(91)
(三、智力开发的原则	(92)
(四、合作推广的原则	(92)
(五、系列服务的原则	(94)
(六、综合效益的原则	(95)
(131)
第六章 农业推广教育	(97)
(第一节 农业推广教育的特点与原则	(97)
(一、农业推广教育的含义及目的	(97)
(二、农业推广教育的特点	(98)
(三、农业推广教育的原则	(101)
第二节 农业推广教育的对象	(103)
(一、农民学习的特点及其心理情况	(104)
(二、影响农民学习能力的主要因素	(106)
(第三节 农业推广教育的内容与方法	(109)
(一、农业推广教育的主要内容	(109)
(二、农业推广教育的教学方法	(111)
(141)

第七章 农业推广的方式方法及程序	(119)
(第一节 农业推广方式	(119)
(78一、普通推广方式	(119)
(78二、培训和访问体系	(120)
(88三、大学组织的农业推广	(121)
(88四、商品专业化生产方式	(122)
(98五、参与式推广方式	(123)
(98六、农作制度研究方式	(123)
(00七、费用分摊方式	(124)
(00八、项目推广方式	(125)
(第二节 我国农业推广方法及其发展	(125)
(20一、技术培训班	(126)
(20二、技术成果的中间试验和示范	(127)
(40三、巡回指导	(132)
(20四、技术承包	(134)
五、技术市场	(135)
(70六、经营服务	(136)
(70七、技术开发	(137)
(第三节 农业推广程序	(137)
(80一、农业推广中常用的程序	(137)
(101二、正确灵活应用农业推广程序	(141)
(103)	
第八章 农业技术试验	(144)
(第一节 农业技术试验的目的与要求	(144)
(90一、试验的目的	(144)
(90二、试验的特点	(144)
(11三、试验的基本要求	(146)
四、试验的类型	(147)

(第二节) 农业技术试验的过程与方法	(149)
(1) 试验设计的基本原理	(149)
(2) 试验实施过程与方法	(151)
(第三节) 农业技术试验的总结	(156)
(1) 试验总结的意义	(156)
(2) 试验总结的要求	(156)
(3) 试验总结的内容	(157)
(791)	
第九章 农业推广人员	(159)
(第一节) 农业推广人员的地位和作用	(159)
(1) 农业推广人员的地位	(159)
(2) 农业推广人员的作用	(161)
(第二节) 农业推广人员的素质	(164)
(1) 我国农业推广人员的素质要求	(164)
(2) 农业推广人员的素质结构	(169)
(第三节) 农业推广人员的职责	(171)
(1) 各级农业推广人员的职责	(171)
二、各类技术职务(职称)农业推广人员的	
(1) 职责	(175)
(第四节) 农业推广人员的培训	(180)
(1) 职前培训	(181)
(2) 在职培训	(182)
(745)	
第十章 农业推广组织及管理	(187)
(第一节) 世界农业推广组织形式	(187)
一、农业推广组织形式的基本类型	(187)
二、现行我国农业推广组织体制的特点	(190)
(第二节) 农业推广组织的管理	(191)

(121) 一、农业推广组织管理的原则	(191)
(122) 二、农业推广组织管理的特点	(193)
(123) 三、农业推广组织管理的任务	(194)
(124)	
第十一章 农业推广工作评价	(196)
(131) 第一节 农业推广工作评价的作用和原则	(196)
(132) 一、评价的作用	(196)
二、评价的原则	(197)
(133) 第二节 农业推广工作评价的内容和标准	(198)
(134) 一、推广对象	(198)
(135) 二、推广组织	(200)
(136) 第三节 农业推广工作评价的步骤和方法	(202)
(137) 一、评价的步骤	(202)
(138) 二、评价的方法	(205)
(139) 第四节 农业推广方法的评价	(209)
(140) 一、农业推广方法评价的尺度	(209)
(141) 二、农业推广方法效率的分析	(210)
(142)	
附录:《农业推广学》自学考试大纲	(213)
(143) I 课程性质与设置目的	(213)
(144) II 课程考试内容与考核目标	(214)
(145) III 有关说明与实施要求	(243)
IV 题型举例	(247)
(146)	
参考文献	(248)
(147)	
(148)	
(149)	
(150)	

第一章 绪 论

第一节 农业推广的涵义及其演变

一、“农业推广”一词的起源

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。将“推广”一词用于农业活动的记述始于11世纪初，据《宋史·食货志》记载：11世纪初，宋真宗实行养民政策，“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，称为常平仓或惠民仓，后来在许多地方都有设置。宋高宗绍兴二年（1132年），德安府夏州、汉阳镇抚使陈规，看见荒地很多，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，当听百姓请射”。朝廷采纳了这一建议，“下诸镇推广之”。

国外使用“推广”（Extension）一词，最早见于1866年英国剑桥大学和牛津大学的“大学推广”（University Extension）。1873年，剑桥大学又用“推广教育”（Extension Education）一词，描述大学面向社会，到校园以外去进行的教育活动。后来，

“农业推广”（Agricultural Extension）一词在美国得到广泛使用。1914年美国国会通过《农业合作推广法》以后，更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”赋予了新的意义。

我国现在使用的“农业推广”一词是从20世纪30年代开始的。新中国成立后，改用“农业技术推广”一词，随着我国农业经济体制进行改革，“农业技术推广”的涵义已不适应现代农业及农村经济发展的需要，自1985年以来，“农业推广”一词又逐渐被使用。

二、农业推广的涵义

从世界各国农业推广发展的历史看，农业推广的涵义是随着时间、空间的变化而变化的。在不同的社会历史条件下，农业推广工作是为了不同的目标而采取不同方式来组织进行的，因此，对农业推广的定义也存在着不同的解释。

（一）狭义的农业推广

狭义的农业推广是指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和技能，并且在生产中采用，从而增加其经济收入。这是一种单纯的以改良农业生产技术为手段，以提高农业生产水平为目标的农业推广。早期起源于英国剑桥大学的“大学推广”和美国大学的“农业推广”，在当时和以后一段时间里，属于狭义的农业推广，这种狭义的农业推广，适应传统农业经济社会，工作服务范围大都以种植业为主，针对各地农业生产发展中存在的技术问题，着重推广农业改良技术。目前，世界上一些发展中国家的农业推广，工作的基本内容还是生产技术性的，属于狭义的农业推广。

(二) 广义的农业推广

广义的农业推广是指以农村社会为范围、以农民为对象、以农场及农家为中心、以农民实际需要为教材、以改善农民生活为最终目标的社会性教育。这类农业推广工作的重点包括：对成年农民进行农事指导，对农家妇女进行家政指导，通过指导青年团体组织对农村青年进行“手、脑、身、心”的“四健教育”（即4H教育：Head, Heart, Hand, Health）。

广义的农业推广强调农业推广是“教育过程”。农业推广的工作范围一般包括以下10个方面：①有效的农业生产指导；②农产品运销、加工、贮藏的指导；③市场信息和价格的指导；④资源利用和自然资源保护的指导；⑤农家经营和管理计划的指导；⑥家庭生活的指导；⑦乡村领导人培养与使用的指导；⑧乡村青年的培养与使用的指导；⑨乡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

现代的一些发达国家，农业实现了现代化、商品化和企业化，农民的文化素质和农业知识技术水平普遍提高，农民在商品经济的竞争中，不再满足于生产技术和经营知识的一般指导，更需要提供科技、市场、金融等多方面的信息和咨询服务。1984年，联合国粮农组织发行的第二版《农业推广参考手册》中，对现代农业推广作了如下的解释：推广是将有用的信息传递给人们（传播方面），而且帮助这些人获得必要的知识、技能和观念来有效地利用这些信息或技术（教育方面）的一种不断发展的过程。一般说来，推广过程的目标是使人们能够运用这些技能、知识和信息去改善他们的生活。

在现代社会里，信息的快速发展和知识的不断更新，赋予农

业推广的涵义也更为丰富。农业推广的涵义不仅仅是不断提供教育，而且也是不断提供信息的动态发展的过程。

虽然在不同的农业和农村发展阶段，农业推广的涵义有一定的差别，但是“推广”仍然有其共同的意义：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。

三、农业推广的历史演变

在许多国家里，农业推广工作的范围是随着社会经济的发展而日益扩大的。初期，农业推广工作局限在农业生产技术改进范围内，只是为了推动农业生产水平的提高，将某种新作物、新品种、新肥料、新农药或某项新栽培技术、新耕作技术介绍给农民，并指导和帮助农民采用。随后，农业推广工作增加了农村家政、青年教育等内容，指导农民改善家庭生活和青年团体开展活动。目前，现代农业推广的范围，在不少国家里已扩大到为整个农村的经济与社会生活提供指导与咨询服务。这也就是说，农业推广工作范围的演变趋向，是由单纯的生产技术性逐步向经济性和社会性扩展。

几十年来，中国农业推广工作也有很大发展。在20世纪80年代以前，我国农业推广以促进农业技术改进为主导方向，以推行政府的农业政策、法规和计划为中心目标，为发展农业生产、提高农业技术水平做出了重要的贡献。从工作内容看，我国农业推广基本上一直属于狭义的农业推广，这是与当时的传统农业和集体经济的历史环境相适应的。

自1979年以来，随着农村经济体制改革的发展，我国农村的经济、社会环境发生了变革。主要有：①农业经营由社队集体经营，改变为联产承包责任制的家庭经营；②农业结构由单一经营向多种经营发展；③传统农业向现代化、商品化农业转变，农