

## 1 绪论

### 1.什么是农业现代化？

指从传统农业向现代农业转化的过程 and 手段。

### 2.狭义、广义和现代农业推广的主要特征有哪些？

**狭义的农业推广**——国家处于传统农业发展阶段——解决技术问题

**广义的农业推广**——国家由传统农业向现代农业过渡时期——解决技术问题和非技术（如市场、金融等）问题

**现代的农业推广**——国家实现农业现代化以后——解决非技术因素（如市场供求等）问题为主，而技术因素退于次要地位

狭义的农业推广——以提供“**技术指导**”为主要特征

广义的农业推广——以提供**教育农民**为主要特征

现代的农业推广——以提供**信息和咨询服务**为主要特征

### 3.简述中国特色农业推广的含义。

应用自然科学和社会科学原理，采取教育、咨询、开发服务等形式，采用示范、培训、技术指导等方法，将农业新成果、新技术、新知识、新信息，扩散、普及、应用到农村、农业、农民中去，使我国的农业和农村发展走上依靠科技进步和提高劳动者素质的轨道上来，最终实现培育新型农民、发展农村产业、繁荣农村社会的目标。（经济全球化的客观要求）

### 4.为什么说农业推广学是边缘性综合学科？

从工作内容来讲，应属于农业科学或自然科学。

从工作过程和形式来讲，应属于农村社会行为学。

从农业教育层面来讲，它又属于成人教育的范畴。

从农业创新的扩散传播规律，应属于传播学。

从农业推广项目管理层面来讲，它又属于管理学。

### 5.简述农业推广学含义、农业推广学的研究对象和内容。

**含义：**是专门研究农业推广的理论和方法，并指导农业推广实践的一门多学科交叉的边缘性农村社会科学。

**研究对象：**研究的是组织与教育（或沟通）的方法，而不是直接针对于农业知识本身。就是说，农业推广学研究的对象不是物、而是人；不是技术，而是农民；不是先进的科学技术与技能，而是农业生产者、经营者的行为，即农民（生产者、经营者）。

**包括三个方面：**

研究如何使农民自愿改变其行为的规律性（包括个人行为、群体行为）

研究改变农民行为诸因素变化的规律性

研究有效诱导农民行为改变的方法论

**内容：**

(1)农业推广原理 (2)农业推广方式与方法

(3)农业推广技能 (4)农业推广学的研究方法 包括理论研究方法、案例研究方法、社会调查方法等。

### 6.简述农业推广的性质、直接功能、间接功能和作用、根本目的。

**农业推广的性质：**

**教育性**

属于教育范畴，是多种内容和形式相结合的农村社会教育。

狭义农业推广：一种社会的农业职业技术教育

广义农业推广：一种农村经济文化的社会教育

现代农业推广：一种农民心理素质和行为改变的社会教育

【明确和重视农业推广的教育性，就要

1. 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。
2. 尊重农民接受和采用新技术的自主权。
3. 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。】

#### 实践性

不论何种方法，都要以生产力的发展为最终目标，而生产力的发展是离不开具体的实践的。

#### 综合性

即农业推广应具有教育、咨询、管理和服务四位一体的性质

【首先，农业推广是一种提高农民科技文化素质，改变农民的社会心理和行为的教育活动。

其次，农业推广是一种提高农民的生产经营水平和提高农产品竞争力的咨询活动。

第三，农业推广也是一种促使农业科技成果向生产领域转化的管理活动。

第四，农业推广还是对农村、农业、农民的服务活动。】

#### 农业推广的直接功能：

- (1) 增进农村农民的基本知识
- (2) 提高农村农民的生产技术水平
- (3) 提高农村农民的生活技能
- (4) 改变农村农民的价值观念、态度和行为
- (5) 增强农村农民的自我组织和决策能力

#### 农业推广的间接功能：

- (1) 促进农业科技成果转化
- (2) 提高农业生产与经营效率
- (3) 改善农村社区生活环境及生活质量
- (4) 维持良好的农业生产条件
- (5) 促进农村组织发展
- (6) 执行国家的农业方针、政策、发展计划

#### 农业推广的作用：

- (1) 是农业发展机构，科研院所，农业院校与目标团体（农民和农村）之间的连接纽带。
- (2) 科技成果转化为实现生产力的桥梁（必须通过农业推广把潜在生产力变为现实的生产力）
- (3) 实现农业现代化的重要措施
- (4) 提高农民素质技能，改变农民态度行为，提高农民科技文化素质的重要途径
- (5) 是科研成果的继续和再创新

#### 农业推广的根本目的

发展生产力和培养农民的个人能力与素质，促进物质文明和精神文明的建设。

#### 7. 简述农业推广工作的方针和任务。

方针：①面向生产 ②兼顾“三益”或者“三效”

③合作推广 ④系列服务（产前、产中和产后）

任务：(1) 推广新技术，新成果 (2) 推广农民的新经验  
(3) 提高农民的科技文化素质 (4) 当好领导的参谋  
(5) 提供系列服务

#### 8. 目前江苏省农业推广工作面临哪些新问题？

- (1) 主体多元化带来的需求多样化与服务能力和服务理念相匹配问题
- (2) 公益性服务和经营性服务的有效衔接问题
- (3) 科研、教学、推广相分离的问题
- (4) 推广技术难以到位和农技人员积极性问题

### 9. 农业技术推广是为农业生产全程服务，具体包括哪些内容？

**产前：**市场信息服务、提供生产资料；

**产中：**生产过程的技术服务问题、农业机械服务；

**产后：**秸秆、粪污处理和资源化利用，产后的加工、流通和市场销售服务。

### 10. 简述农业推广学的研究步骤。

①选题阶段 ②制定计划阶段 ③实施阶段 ④分析总结阶段

### 11 说说农业推广、教育和科研之间的关系

农业推广、教育和科研三者是相互关联、相辅相成的。

农业推广是将农业技术、品种和成果推广到农民手中的过程，其基础依赖于农业教育的普及。

农业教育是传授农业知识、技术及管理方法的重要途径，帮助农民掌握科学技能，并为农业科研与推广输送人才。

农业科研则是提供创新的农业技术、品种和管理方法，为教育和推广提供科学依据和先进技术。

**补充：**中国农业推广法，1993 年颁布，2012 年修订；1862 年，美国林肯颁布《莫里埃法》又称《赠地学院法》

大学推广之父 杰姆斯·斯塔特；美国农业推广之父，“南伯”

广义“4H”：手、脑、身、心 (Hands, Head, Health, Heart)——美国

## 2 农业推广框架模型与沟通

### 1. 说出农业推广框架模型中的两个子系统名称及特征。

(1) **农业推广服务系统：**指农业推广人员、推广部门以及所处的生存空间。

$P = f(I, ES)$  式中：P——工作绩效；I——个人特征；ES——环境变量；f——函数符号。

(2) **目标团体系统：**是农民、农民家庭以及所处的生存空间。

$B = f(P, ES)$  B：农民行为变革；P：农民个人特征、素质；ES：一农村居民所处的生存环境；f：函数符号。

### 2. 简述沟通的定义和分类。

**定义：**沟通是指社会中的个人或群体运用媒介彼此交流信息的过程。

**分类：**①正式沟通和非正式沟通[沟通渠道]

➢ 正式沟通是指在一定的组织体系中，通过明文规定的渠道所进行的沟通：包括上行沟通，下行沟通，平行沟通，斜行沟通。<sup>44</sup>

上行沟通，如乡农技站向县推广中心报送汇报材料，反映执行推广计划中的问题等；  
下行沟通，如省技术推广总站向市(地区)农技推广部门下达通知、任务等；<sup>45</sup>  
平行沟通，指同级推广机构之间的信息交流；<sup>46</sup>  
斜行沟通，指与外地非同级推广机构的信息交流。<sup>47</sup>

②语言沟通和非语言沟通[沟通所用媒介]

③单向沟通和双向沟通[发送者与接受者之间的地位是否可以交换]

④个人沟通和大众沟通[沟通接触范围和媒介]

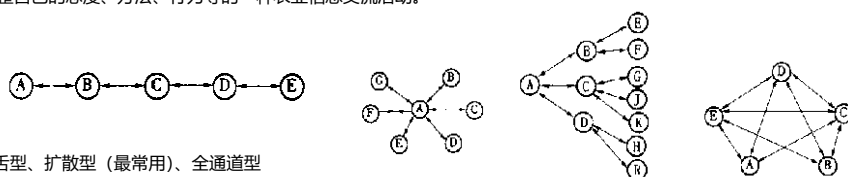
⑤信息沟通和心理沟通

### 3. 简述农业推广沟通概念、要素和程序。

**农业推广沟通的概念：**是指在农业推广过程中农业推广人员向农民了解需要、提供信息、传授知识、交流感情，最终提高农民的素质与技能，改变农民的态度和行为，并不断调整自己的态度、方法、行为等的一种农业信息交流活动。

**农业推广沟通的要素：**

1. 沟通主体
2. 沟通客体
3. 沟通渠道：单串型、饶舌型、扩散型（最常用）、全通道型
4. 沟通媒介：口语、文字、电子



**农业推广的程序：**首先由推广人员进行农业信息准备，然后将这些信息进行编码。变成农民能够理解的信息传递出去，经一定的途径让农民接受。

农民在收到信息以后，进行译解，变成自己的意见和采取一定的行为，并将行为结果反馈给推广人员。

具体地讲，可分为如下6个阶段：

- (1)农业信息准备阶段。(2)农业信息编码阶段。(3)农业信息传递阶段
- (4)农业信息接受阶段。(5)农业信息译码阶段。(6)农业信息反馈阶段

#### 4. 论述如何提高农业推广沟通的效率？

内容和方法的有效结合是推广工作的关键，是影响推广工作效率的主要因素，即：推广内容（信息）\*推广方法（沟通）=推广效率

#### 5. 简述农业推广沟通的特点。

- (1)推广人员和农民都是沟通的参与者，两者是平等的。
- (2)在沟通中，推广人员应主动适应农民，而不是农民去适应推广人员。
- (3)两者影响作用和性质是不同。

#### 6. 农业推广沟通网络的特征有哪些？

- (1)信息来源多渠道。
- (2)信息传递多向性、沟通主体多元性。
- (3)在沟通过程中可以发现新的问题。
- (4)沟通网络具有多链条交叉连接性。

#### 7. 如何克服农业推广中的沟通障碍？

- (1)**语言方面的障碍**（非脑血栓后遗症）
  - ①语言差异造成隔阂（应根据不同地区的方言特点，趋利避害，可以有效地克服语言方面的障碍）
  - ②语义不明造成歧义（准确地把握词语的含义，不要使用语义不明的词语与农民沟通）
- (2)**习俗方面障碍**（入乡随俗）
- (3)**观念方面的障碍** ①封闭观念排斥沟通 ②僵化观念窒息沟通 ③极端观念破坏沟通
- (4)**角色不同形成的障碍**
  - ①年龄不同可能形成“代沟”（引导在大目标一致的前提下，相互体谅、相互理解、求同存异）
  - ②专业不同可能形成“行沟”（换位思维、理解对方）
  - ③地位不同可能形成“位沟”（放下架子，客气些）
- (5)**心理方面障碍**（沟通前，应首先调整好自己的心态）
- (6)**组织方面障碍**
  - ①条块分割造成沟通“断路”
  - ②层次过多造成信息失真：书面曲解，口头误传（减少中间环节，减少传递层次，确保信息传递、沟通准确无误）

#### 8. 农业推广沟通的认同过程一般要经历哪些阶段？

顺应、同化、内化

**聆听的五个层次：**听而不闻、假装聆听、选择性的聆听、专注的聆听和设身处地的聆听

#### 9. 简述农业推广沟通的一般准则、基本要领。

一般准则：(1)维护和提高信息源的信誉 (2)信息内容要与推广对象相关

- (3)信息的组织与处理应做到编码简单、意义明了、逻辑结构合理
- (4)适当重复信息的关键内容 (5)运用比较和对比 (6)加强信息反馈
- (7)改善沟通环境 (8)重视沟通网络

基本要领：(1)摆正“教”与“学”的相互关系 (2)正确处理与农民的关系

- (3)采用适当的语言与措辞 (4)善于启发农民提出问题
- (5)善于利用他人的力量 (6)注意沟通方法的结合使用和必要的重复

#### 10.为什么沟通在农业推广中具有极其重要的作用?

沟通是推广、培训和信息传播的基础。是农业推广过程中的一项重要、必不可少的活动,通过沟通,推广人员可以...

#### 11.农业推广人员如何把握农业推广沟通技巧尽快实现与农民的有效沟通?

- (1)给人留下好的第一印象(朴实,诚恳,勤奋和大方)
- (2)要做农民的知心朋友
- (3)与农民沟通之前先“认同”:顺应(要求一方迁就另一方),同化(入乡随俗)
- (4)了解、利用风俗,为农业推广服务(科技赶集,利用人多,集中的特点,宣传科技技术,进行技术经营)
- (5)善于发挥非正式组织的作用(非正式组织中领袖人物,科技示范户,科技标兵)
- (6)要让农民对你感兴趣
- (7)善于利用人们迷信成功者的心理

### 3 推广对象的行为改变

#### 1.简述行为的概念、构成行为的基本要素及行为特点。

**行为的概念:** 人在环境影响下所引起的内在生理、心态和心理变化的外在反应称为行为。

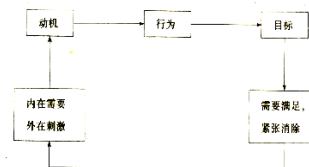
**农民行为:** 指农民在其所处的环境的作用之下,为满足生产和生活需要所进行的一切活动,一般把行为分为两大类:一类为社会行为,如:交往行为、采用行为、社会参与行为、生育行为;另一类为经济行为,如,投资行为、劳动组织行为、收入分配行为、消费行为、市场行为等。

**构成行为的基本要素:** ①行为的主体是人; ②行为是在人的意识支配下的活动; ③行为与一定的客体相联系; ④行为总要产生一定的结果。

**人的行为特点:** ①目的性 ②可调节性 ③差异性 ④可塑性

#### 2.举例说明人的行为产生的基本模式。

如研究生考试已经考过了,但不知道有没有考上,所以一直休息不好,紧张没有消除。如果再过一个月,成绩下来了,知道自己考上了,紧张感就会迅速消除。



#### 3.动机产生满足的条件? ①内在需要 ②外在刺激(诱因)

#### 4.简述农民行为改变的层次、行为改变的难易度及行为改变过程。

##### (1)行为改变的层次:

知识层面 态度层面 技能层面 期望层面

##### (2)行为改变的难易度:

知识→态度→个体→群体

##### (3)行为改变的过程 具体学习的改变

行动的改变 发展性的改变

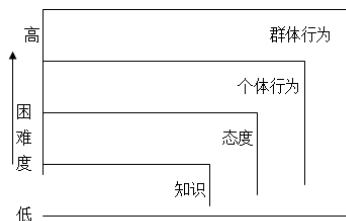


图 3-3 不同行为层次改变的难度及所需时间

#### 5.论述需要层次理论和期望激励理论的主要内容及其在农业推广中的应用?

##### (1)需要层次理论(马斯洛)

**主要内容:** 生理需要、安全需要、社交需要、尊重需要、自我实现需要(后两个属于高级需要)

**应用:** ①应深入了解农民的实际需要 ②分析农民需要的层次性 ③分析农民需要的主导性

##### (2)期望激励理论(美国心理学家弗罗姆)

人的积极性的调动是靠需要满足的激励。当人们有需要,又要满足这些需要,有实现预期心理目标的可能时,其积极性才高。

激励力量(M) = 效价(V) × 期望值(E)

激励力量是指调动人的积极性,所能激发内部潜能的大小(M)。效价是指某个人对所达到的目标效用价值的评价(V)。期望值是某个人对某

个目标能够实现可能性大小的估计（E）。

- ①  $E \text{ 高} \times V \text{ 高} = M \text{ 高}$ ，为强激励；②  $E \text{ 中} \times V \text{ 中} = M \text{ 中}$ ，为中激励；
- ③  $E \text{ 低} \times V \text{ 高} = M \text{ 低}$ ，为弱激励；④  $E \text{ 高} \times V \text{ 低} = M \text{ 低}$ ，为弱激励；
- ⑤  $E \text{ 低} \times V \text{ 低} = M \text{ 低}$ ，为极弱激励或无激励。

**应用：**①正确确定推广目标，科学设置推广项目②认真分析农民心理，热情诱发农民兴趣  
③提高推广人员自身素质，积极创造良好推广环境，增大推广期望值

#### 6.简述农民行为改变的动力因素有哪些？如何增加动力，减少阻力？

**动力因素：**农民需要是农业推广的原动力，市场需求是农业推广的拉动力，政策导向是农业推广的推动力

**增加动力：**根据农民的迫切需要，选择推广项目，激发和利用农民的采用动机；

筛选和推广市场需求强烈，成本低、价格高、效益好的项目，推动农民在经济利益的驱使下采用创新；

通过低息贷款、经费补助、降低税收等政策，推动农民采用创新；

加强创新的宣传刺激，增加农民的认识，通过创新的目标来推动农民采用创新。

**减少阻力：**通过提高农民素质和改善环境两个方面来减少阻力。

#### 7.影响农民个人行为因素。

**内因：**生理因素、心理因素、文化因素、职业素质

**外因：**环境因素、经济因素、社会因素

#### 8.简述改变农民行为的基本策略。

- (1)以改变农民为中心的策略 (2)以改变环境为中心的策略 (3)人与环境同时改变策略

#### 9.影响农民行为改变的方法有哪些？如何使用？

- (1)行政命令(强迫和强制使用权力) (2)农民自发式 (3)建议和咨询(4)提高农民素质技能，改变农民态度行为

- (5)提供物资、资金、技术和服务来引导农民行为定向变化 (6)社会手段

推广的逻辑就是寻求农民行为的自愿变革，尽量不去强制农民做他们自己不明白、不情愿或无能力去做的事情。

农民行为的自愿改变是需要一定的条件：(1)农民想要改变；(2)农民知道怎样去改变(3)农民有能力去改变。

#### 10.简述农民群体行为的特征是什么？

- (1)**服从：**遵守群体规章制度、服从组织安排是群体成员的义务。

- (2)**从众：**群体对某些行为（如采用某项创新）没有强制性要求，而又有多数成员在采用时，其他成员常常不知不觉地感受到群体的“压力”，而在意见、判断和行动上表现出与群体大多数人相一致的现象。

- (3)**相容：**同一群体的成员由于经常相处、相互认识和了解，即使成员之间某时有不合意的语言或行为，彼此也能宽容待之。

- (4)**感染与模仿：**感染是指群体成员对某些心理状态和行为模式无意识及不自觉地感受与接受，实质上是群众模仿。在农民中，一种情绪或一种行为从一个人传到另一个人身上，产生连锁反应，以致形成大规模的行为反应。

**群体中的自然领袖一般具有较强的感染力。在实践中，选择那些感染力强的农户作为示范户，有利于促进农业科技成果推广。**

#### 11.行为产生的主要理论

- 1.需要理论。2. 动机理论 3.操作条件反射理论 4.期望理论

#### 12.市场经济条件下农民需要对农业推广有什么重要作用

在市场经济条件下，农民需要是农业推广的原动力，这些需要产生动机，动机驱使农民的采用行为，创新成果得以普及应用。在社会主义市场经济条件下，农民享有高度的生产经营自主权。他们根据国家需求，市场需求及家庭个人需求，通盘考虑，安排生产经营，从而决定采用何种创新技术。因此，什么样的技术能切中农民需要，能解决他们迫切需要解决的问题，农民采用这些技术的积极性就高，否则就低。

## 4 农业创新的采用与扩散

**1.简述农业创新的基本含义** 农业领域内各方面的新成果（产品和设备），新技术、新知识和新信息的统称。

（创新不是以存在时间长短来衡量的，而是以人们的观念）

**2.简述农业创新的主要特性有哪些？**

①相对优越性 ②一致性 ③复杂性 ④可试验性 ⑤可观察性

**3.什么是“S”型扩散曲线？横、纵坐标轴各代表什么？**

当某创新在某特定社会系统中建立时，有一种典型的传播曲线形式，起初采纳率很低，然后慢慢提高，到最后又降下来。按采纳百分率将它画成一个曲线，通常呈S型。 **横坐标轴：**时间 **纵坐标轴：**采纳百分率

**4.农业创新采用过程一般分为哪几个阶段？**

认识、感兴趣、评价、试用、采用阶段

**5.简述采用者的类型、特征及其时间差异规律？**

(1)创新先驱者——具冒险性

(2)早期采用者——有名望的

(3)早期多数——经深思熟虑的

(4)后期多数——怀疑的

(5)晚期采用者（落后者）——传统的

**时间差异规律：**认识到试行 创新者 < 早期多数 < 后期多数 < 落后者

试行到采用 创新者 > 早期多数 > 后期多数 > 落后者

认识到采用 创新者 < 早期多数 < 后期多数 < 落后者

**6.创新采用过程中如何针对不同的情况灵活选用不同的推广方法？**

(1)未曾推广过的技术：推广人员首先要通过大众传播帮助农民充分认识、了解该作物或品种的特点和优越性；同时通过成果示范和个别访问，使农民产生兴趣，并帮助他们试种、评价。

(2)曾经推广过的技术：认识问题？技术指导问题？经营条件问题？配套服务跟不上？应针对原因，通过个别访问、小组讨论、与相关部门沟通等方式，采取对策。

**(3)不同阶段采用不同的方法：**

①认识阶段 大众传播

②感兴趣阶段 成果示范、个别访问、实地参观

③评价阶段 小组讨论

④试用阶段 加强对农民试验的指导

⑤采用阶段 方法示范、技术指导、配套服务

**(4)从当地实际出发选择推广方法**

**(5)要根据不同农民各自的接受速度分别指导**

**(6)不同类型的科技成果采用不同的方法**

**7.什么是创新传播？农业创新的传播方式有哪些？简述创新传播曲线的成因及特点。**

**创新传播：**当某创新在某特定社会系统中建立时，在一定的时间内，一项创新从最初采用者或最初采用地区经由某种沟通渠道而被交流传播向外传播开，传播给更多的采用者或采用地区，使创新得以普及应用的过程。

**传播方式：**①传习式 ②接力式(单线式) ③波浪式(辐射式，最主要的) ④跳跃式(飞跃式)

**S型扩散曲线的成因：**

- ① 一项农业创新刚开始推广时，多数人对它不熟悉，很少有人愿意承担风险，所以采用者数量不多，扩散得也比较慢；
- ② 当通过试验示范后，看到试验的效果，感到比较满意后，采用者数量就会逐渐增加，使扩散速度加快，扩散曲线的斜率逐渐增大；
- ③ 当采用者数量达到一定值后，由于新的创新成果的出现，旧成果被新成果逐渐取代，扩散曲线的斜率逐渐变小，曲线也就变得逐渐平缓，直到达到一定值不再增加，这样便形成了 S 型曲线

创新扩散速度具有前期慢、中期快、后期又慢的特点。

#### 8.创新的传播过程一般可分为哪几个阶段？

- ①突破阶段（创新先驱者）②紧要阶段（早期采用者）
- ③跟随阶段（早期多数）④随大流阶段（后期多数和落后者）

#### 9.同一创新在三个不同地区扩散可能形成几种曲线？为什么？

类型：①**短效型** 周期短，当达到高峰值后，迅速下降。原因多为无形磨损

②**低效型** 创新扩散速度慢，高峰不高，但维持时间长。原因：可能创新技术操作复杂、成本高、实施条件苛刻等。

③**早衰型** 试验示范期，发展期，推广前期均正常，就是衰退过早。原因：多为有形磨损。

④**稳定型** 四个时期发展正常，阶段过渡如期而至，交接顺利，效益最高。属于标准型或理想型。

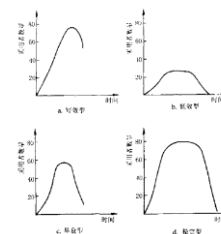
原因：①**同一创新在不同地区受当地自然条件的影响**

②**同一创新在不同地区受当地经营条件的影响**

③**创新受所需购入的各项投资是否有效的影响**

④**创新受当地农民文化因素的影响**

⑤**同一创新扩散速度还受到其他因素的影响**



#### 10.如何理解农业创新的周期性？（S 型扩散理论的应用）

农业创新的传播呈现明显的周期性，农业创新传播周期表现为阶段性、创新的时效性及新旧创新的交替性等规律。

#### 11.根据创新传播的 4 个阶段提出了相对应的农业推广工作的哪 4 个时期？

投入阶段——试验示范期：从技术引进试验示范（基础）

发展阶段——发展期：试验示范到大面积推广（速度）

成熟阶段——成熟期：大面积普及，规模较大（效益）

衰退阶段——衰退期：旧创新被新创新逐渐代替，使其逐渐衰退，最终丧失生产利用价值

#### 12.农业创新衰退的原因有哪些？如何防止农业创新的过早衰退？

原因：①**无形磨损**：自身的优良特性没有丧失，但在推广过程中被新创新逐渐代替

②**有形磨损**：一些新技术（优良品种）虽然未被新创新逐渐代替，但自身的优良特性因使用年限的增加逐渐丧失，最终丧失生产利用价值

③**其他磨损**：政策磨损，价格磨损，人为磨损

**防止创新早衰的措施：**

- ①创新引进后，必须尽快果断决策，组织试验示范，选几个专业户、示范户进行示范。
- ②加快发展期速度，使其尽快从试验示范期进入成熟期，使其在“青壮年”时期充分发挥效益。
- ③尽可能延长成熟期时间，延缓衰退防止早衰。

#### 13.影响农业创新扩散的因素主要有哪些？

- (1)经营因素 (2)农民素质：①农民的年龄 ②户主文化程度 (3)家庭关系
- (4)其他社会、政治因素：①社会价值观 ②社会机构和人际关系 ③政治因素的影响



## 5 农业科技成果转化

### 1.简述农业科技成果概念，种类及特点？

**概念：**在农村经济范围内，通过一定时间的调查、研究、试验、推广应用，所提出的能够推动技术进步，在理论上具有重要学术意义或生产上有实用价值，具有较明显的经济效益、社会效益，并经鉴定或实践证明的、创造性的成果。

**种类：**

- ① 基础研究成果（非物化性技术）——社会效益

【表现形态：研究论文、报告或著作；成果载体：文字或印刷品】

农业研究中光合作用的研究、遗传工程的研究、生物固氮的研究、生物抗逆性的理论研究等——基础理论研究】

- ② 应用研究成果（物化技术）——经济效益、主要推广

【表现形态：大都是新产品、新工艺和方法；成果载体：人、图纸或实物】

- ③ 开发研究成果（又称发展研究）——总体效益

【“丰收计划”、“燎原计划”、“黄淮海计划”等】

**特点：**（见2）

### 2.简述物化类有形成果的特点和技术方法类无形成果的特点。

**物化类有形成果特点：**商品性、特异性、时效性

**技术方法类无形成果特点：**①区域适应性 ②效果的不稳定性 ③不可逆转的时序性④高度分散性⑤持续性⑥综合性和相关性

### 3.试述农业科技成果转化的含义和要素、条件、转化形态和转化本质。

**含义：**当某一农业科研成果通过实验研究达到计划的要求，并通过鉴定形成科技成果后，就要通过技术示范、推广等形式，尽快在农业生产上普及应用，转化为现实的生产力，这一过程称为农业科技成果的转化。

**要素：**

转化主体【应用成果产出的研究人员，各级推广人员以及保障这些人员从事转化认识和实践活动的机构】

转化客体【被转化的具体科技成果】

转化受体【采用科技成果的生产者或单位】

**条件：**

- 1.成果质量——创新性、成熟性、效益性、适应性、实用性
2. 转化系统体系建设——应用成果产出系统、成果鉴定系统、技术推广系统
3. 农民需求
4. 政策与资金

**转化形态：**①物化形态（硬件）②技术性产品 ③技巧和技能 ④服务性知识产品

**转化本质：**①是研制者、传播者、采用者相互结合过程。②是技术物相互结合过程。③是技术配套过程。④是与生态环境、生产条件相互结合过程。

### 4.农业科技成果的转化过程包括哪三个阶段？

产出成果（科研系统）→传播成果（转化系统）→采用成果（生产应用系统）

第一阶段转化：基础理论→可利用的硬件和软件

第二阶段转化：硬件和软件→现实生产力

第三阶段转化：科学技术→生产者内在因素 一方面：产品转化为货币。另一方面：转化为生产者内在的因素

### 5.农业科技成果转化的评价指标有哪些？并写出正确的定义。

(1)**推广度：**单项技术的推广程度，某项技术在实际中的分布状况。

推广度：实际推广规模/应推广规模×100%

- 【1. 凡一项农业应用（硬件）技术的推广度等于或超过指标 20%,则判定该技术成果已推广。  
2. 凡一项农业管理（软件，看不见的推广难）技术的推广度等于或超过 50%，则判定该项软科学技术已被推广。】

(2)推广率:评价多项农业科技成果的推广程度指标

推广率 = 已推广农业科技成果数/总成果数×100%

(3)推广指数: 综合反映推广技术状况的指标

推广指数 = (推广率×推广度)<sup>1/2</sup> ×100%

(4)产投比: 衡量科技成果效益的指标

产投比 = 科技总产出/科技总投入

(5)转化率: 表现农业科技成果转化的程度，包括转化周期数和转化成果数。

$R = a/t \div a_0/t_0 \times 100$       a—成果数 t—正常转化周期 a<sub>0</sub>—实际转化成果数 t<sub>0</sub>—实际转化周期

美国 R=80%以上,中国 R=40%左右

## 6.简述农业科技成果三级效益的形成、分配及对我们的启示。

**形成:** 在推广之前的成果为知识形态的产品，给我们推广人员拿来推广，转变为现实生产力。

- ①一级效益的形成    技术效益——技术效益的数据，生产参数，技术改进度。（在科技领域）  
②二级效益的形成    产品效益——产品数量、产品的质量和产品的使用价值（生产领域）  
③三级效益的形成    经济效益——市场价格、产品销售量、产品畅销度

### 分配

一级效益——推广部门

二级效益——采用者或采用部门

三级效益——商业者，国家科技进步奖（一、二等奖的数量少，获奖越来越难）

**启示:** ①产生的效益：社会效益，推广部门得到效益少，领导做好支持和配合

②多方受益，加大力度，加大投资，扶持农业。

## 7.简述农业科技成果转化条件和方式、制约因素。

**条件:** (1)必须依赖市场和生产需要，推广应用科技成果

(2)必须建立健全农业组织体系，调动科研和推广人员积极性

(3)必须加强科学知识普及，搞好技术培训班，提高农民的科学文化素质

(4)必须增加投入（资金与物资），实行政、技、物三结合

(5)必须加强农业社会化服务体系建设，完善农业科技服务功能

(6) 必须制定有利于科技成果转化的政策和法规

### 方式:

(1)经营服务方式。有以下好处:

- ①符合自愿原则、等价交换原则；②农民欢迎的新技术与物资配套服务，有利于促进新技术转化；  
③比较容易实现其交换价值；④既进行新成果的转化，又补充了技术推广部门的实力。

(2)技术承包方式

(3)技术咨询、技术培训、技术资料等服务方式。

### 制约因素

（一）转化系统是否健全，转化管理体制是否合理（二） 农业科技成果与生产是否脱节（三） 技术储备是否雄厚

## 8.促进农业科技成果转化措施。

(1)提高农业科技成果的实际应用价值

- ① 确实能解决农民生产问题。（实用性强），②经济效益高。（投入少，产出高） ③易成为商品，（物化产品，如种子，农药和化肥等）

- (2)加强农业社会化服务体系建设，完善农业科技服务功能。
- (3)大力加强科学知识普及，搞好技术培训班，提高农民的科学文化素质。
- (4)制定有利于科技成果转化的政策和法规。
- (5)加强政府领导部门的功能，坚持农、科、教相配合

### 9.我国常见的转化运行机制有哪些？

- ①科研、教学、推广三结合的运行机制 ②技、政、物三结合的运行机制
- ③企业、基地、农户三结合的运行机制 ④经营咨询、技术推广、经营服务三结合运行机制

## 6 农业推广程序、方式和方法

### 1.简述农业推广的一般程序及基本程序？

**一般程序：**项目选择、试验、示范、培训、指导与咨询服务、推广、评价

**项目选择**四个方面：（1）引进外来技术；（2）科研、教学单位的科研成果；（3）农民群众先进的生产经验；（4）推广部门的技术改进。

**项目选择依据：**推广部门根据当地自然条件、经营条件，结合项目选择的原则，进行项目预测和筛选，初步确定推广项目，推广部门聘请有关的科研、教学、推广等各方面的专家组成论证小组，对项目所具备的主观与客观条件进行充分论证。]

**基本程序：**试验、示范、推广

### 2.我国农业推广方式有哪些？

项目计划方式（我国目前农业推广的**重要形式**） 技术承包方式 技物结合方式 企业牵动方式 农业开发方式 科技下乡方式

### 3.简述农业推广方法的概念及分类。

**概念：**是农业推广部门和推广人员为达推广目标，对推广对象采取的不同形式的组织措施、教育和服务手段。

**分类：**大众传播法、集体指导法、个别指导法

### 4.简述大众传播媒介、集体指导法和个别指导法的概念和特点。

**大众传播法概念：**推广人员将农业技术和信息经过选择、加工和整理，通过大众传播媒体传播给广大农民群众的推广方法。

**大众传播法特点** ①信息传播权威性高 ②信息传播数量大、速度快 ③信息传播成本低、范围广 ④信息传递单向性

**集体指导法概念：**在同一类型或同一地区，具有相同或相近的生产和经营方式的农民集中起来，采取集会、小组讨论、培训班、示范、现场指导等多种形式，集中对农民进行指导和传递信息的推广方法。

**集体指导法特点** ①指导范围大，推广效率高 ②信息交流双向性，反馈及时 ③利于开展讨论，达成一致意见 ④注重整体效应，个人难以满足

**个别指导法概念：**推广人员和农民单独接触，研讨共同关心或感兴趣的问题，是向个别农民直接提供信息和建议的推广方法。

**个别指导法类型：**农户访问、办公室咨询、信函咨询、电话咨询、田间插旗法、电脑服务等

**个别指导法特点** ①针对性强 ②解决问题的直接性 ③沟通的双向性 ④信息发送的有限性

### 5.试述进行农户访问的目的、注意事项、步骤和优缺点。（个别指导）

**农户访问目的：**选择比较理想的科技户、示范户、专业户，配合工作以建立示范方

**农户访问的注意事项：**

访问有目的、计划及准备

选好访问对象：如科技户，示范户，专业户等

经常访问，访问时要有同情的态度

访问要做好记录

访问要有结果

#### 农户访问实施步骤：

- (1) **准备工作。**访问前，推广人员对被访问者情况以及访问目的两方面要有充分的了解。
- (2) **进行访问。**原则：①对农民态度要和蔼，有同情心，并在轻松愉快和谐的气氛中进行  
②虚心诚恳、耐心地听取农民的意见和要求  
③访问全过程维持双向沟通的行为。④避免触及个人隐私。
- (3) **解决问题：**推广人员的意见仅供参考,不可擅自主张，代替农民做任何决定。
- (4) **考评工作：**①活动考评。②结果考评。③继续学习的考评。④传播访问成果的考评。

#### 农户访问的优缺点

**优：**①从农户取得直接的原始资料 ②与农户建立良好的公共关系；  
③利于促使农户采取新技术；④便于选择示范户及义务领导人员；  
⑤利于增加其他推广方法效果。

**缺：**①花费时间长、成本高；②访问的农户相对较少；③访问的时间不一定适合农民的方便与需要。

### 6.成果示范和方法示范的概念、作用、优缺点和步骤。(集体指导)

#### 成果示范

**概念：**在生产者承包经营的土地或科技示范园等特定场地中，把经过当地适应性和开发性试验取得成功的某项单一技术成果或综合组配技术，严格按照其技术规程要求实施，将其优越性和最终效果尽善尽美的展现出来，作为示范样板，以激起周围生产者的兴趣及采纳热情，并采用适当的方式鼓励、敦促他们效仿的过程。

**作用：**(1)便于分析判断成功的把握性，采纳的欲望容易被激发。  
(2)便于说服持有疑虑态度的生产者采用新技术。

**优：**①直观性强 ②容易说服固执的农民 ③双向沟通多。  
④ 容易培养义务领导人员。

**缺：**找比较理想的示范户比较难，花费时间长，成本高。

**步骤：**(1)制订示范计划 (2)确定示范地点和示范户  
(3)加强指导，建立高质量的示范样板 (4)观察记载 (5)组织观摩

#### 方法示范

**概念：**在推广过程中，某项技能在群众面前边讲边操作，并现场指导他们亲自操作，直至掌握其技能要领的推广教学方法

**作用：**将听、看、做和讨论交流相结合，能在较短时间内领会并掌握语言和文字较难描述的技能。

**优：**①介绍一种新技能给农民，使他们当场就能效仿。②成本低。

**缺：**①反复练习，对技能要有绝对把握。②要有精练的口才表达  
③只适用于小范围，小规模和短时间中进行。

**步骤：**(1)选好题材 (2)方法示范计划的制订 (3)方法示范内容的准备  
(4)方法示范的组织(5)方法示范的实施

### 7.选择科技示范户应具备哪些条件？

- (1)经营足够规模的土地，与推广地生产条件一致。
- (2)一定文化程度，热爱农业科技，接受新技术能力强，并自愿合作。
- (3)较强的责任感、荣誉感，在当地有威信、有影响力。
- (4)丰富的实践经验，一定的经济基础，充足的劳动力及相应的生产资料。

### 9. 选择农业推广方法时应考虑哪些因素。

- (1) 推广的具体内容 (2) 推广人员的数量和质量
- (3) 推广对象的科技文化素质和接受新事物能力。(4) 其他因素。推广经费的多少和活动时间长短等

### 10.在推广工作中为什么常常综合运用农业推广方法？

实践证明，示范、培训、视听相结合的推广方法明显好于任何单一方法的效果，增加了印象，加深记忆。

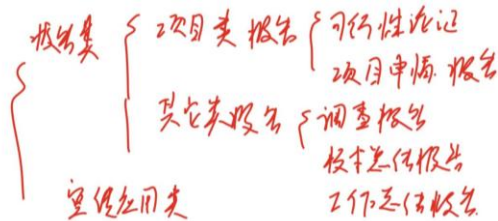
农业推广方法综合运用特点：适应性强、互补效应明显、推广效率高

## 7 农业推广写作与演讲

### 1.简述农业推广论文的格式和选题原则。

**论文的格式：**标题、作者署名、摘要、关键词、引言、正文、结论、致谢、参考文献、附录等部分。

**论文的选题原则**(论文中最核心的是选题) 创新性原则、需要性原则、可行性的原则、实事求是的原则



### 2.论述技术总结报告与工作总结报告的相同点和不同点？

(1)**技术总结报告：**在某一科研或推广课题阶段或全部结束后，将取得成果，经验教训进行回顾检查，归纳分析，得出指导性结论，同时指出今后工作方向及改进措施等的文字材料。技术总结一般包括标题、正文、署名和日期三个部分。

(2)**工作总结报告：**对科研或推广课题的实施方法，组织管理，工作成效等进行总结的专题报告。写作格式包括标题、正文、署名和日期三个部分。

### 3.简述农业推广语言特点及运用原则。

**语言特点：**①易懂易记，简单明了 ②实用实效，可行易行 ③生动形象，朴实无华

**运用原则：**①朴实通俗原则 ②深入浅出原则 ③科学规范原则 ④事实教育原则

## 8 农业推广组织和人员管理

### 1.简述农业推广组织的概念、职能及其设计的基本原则。

**概念：**构成农业推广体系的一种职能机构，是具有共同劳动目标的多个成员组成的相对稳定的社会系统。

**[农业推广体系：**农业推广机构设置、服务方式和人员管理制度的总称。]

**职能：**①确定推广目标 ②保持推广工作的连续性 ③保持推广工作的权变性 ④信息交换 ⑤控制 ⑥激励 ⑦评估

**设计的基本原则：**①因地制宜的原则 ②稳中有动的原则 ③最佳结构的原则

④利于发挥自身组织功能的原则 ⑤效率原则 ⑥幅度层次原则⑦统一协调和指挥原则

### 2.简述农业推广组织的类型

①行政型农业推广组织【中国、印度】 ②教育型农业推广组织 ③项目型农业推广组织 ④企业型农业推广组织 ⑤自助型农业推广组织

### 3.叙述我国农业推广组织的建设和发展阶段。

(1)农业推广组织建立阶段（1949～1957）

(2)农业推广组织发展阶段（1958～1965）

(3)农业推广组织曲折阶段（1966～1976）

(4)农业推广组织全面发展阶段（80年代后）

### 4.叙述目前我国农业技术推广体系“一主多元”的内容。

一主：国家农业技术推广机构居于“主导”地位

多元：科研院所、农业院校，农民专业合作社，涉农企业及群众性科技组织和其他社会力量，农业科技服务站点和农民技术人员

### 5.为什么国家农业技术推广机构要居于“主导”地位?

(1)是由农业特点决定的 (2)是由农业技术本身特点决定的 (3)是由我国农村实际情况决定的(4)是由政府公共目标决定的 (5)是国际经验的证明

### 6.江苏省提出建设“五有”乡镇农技推广综合服务中心指哪“五有”?

①有先进服务手段 ②有优良专业人员 ③有规模示范基地 ④有严格责任制度 ⑤有稳定财政保障

### 7.国外农业推广组织体系的特点

层次分明，结构完善；

经费来源以政府拨款为主；

农业推广立法完善，以法促推广；

农业科、教、推职责分明，密切合作；

农业教育、科研坚持为推广服务；

重视提高推广人员素质、待遇和地位。

### 8.简述农业推广人员的地位和作用。

**地位** ①是促进农业发展的重要因素②是农民与社会交往的桥梁

**作用** ①在科技成果扩散中的纽带作用 ②在科技成果向现实生产力转化中的促进作用

③在新科技成果推广中的创造作用 ④在提高农民科技文化素质中的教育作用

⑤在制定农业方针、政策和发展计划中的参谋作用

### 9.目前我国对农业推广人员的职业道德素质和业务素质有何要求?

**职业道德素质：**

①热爱本职，服务农民 ②深入基层，联系群众 ③勇于探索，勤奋求知

④尊重科学，实事求是 ⑤谦虚真诚，合作共事

**业务素质：** 学科基础知识、管理能力、经营能力、文字口头表达能力、搜集使用信息能力

### 10.什么是农业推广人员的素质结构?

专业结构、能级结构、年龄结构、知识结构、能力结构

### 11.为什么要进行农业推广人员的在职培训?【在职培训的必要】

有些推广人员只受过有限的农业科学训练。

推广人员把许多已学的东西都忘记了，需要重新学习和掌握。

技术经常处在不断革新之中。大多数人年轻时所学的知识，现在很多已经过时了

### 12.简述在职培训的类别和在职培训的方法。

**类别：**①系统培训 ②专题培训 ③更新知识培训

**方法：**培训内容要紧密围绕着农业和农村变化的实际情况而开设

通过召开推广人员会议布置工作也是一种良好的培训方式

### 13.目前农业推广人员的现状?

①布局不合理 ②整体素质差 ③年龄老龄化④知识亟待更新 ⑤专业结构严重失调

### 补充：农业推广人员的职称

推广研究员、高级农艺师、农艺师、助理农艺师、技术员

**中国农业发展出现新问题突出表现在以下方面：**

- 1.生产成本过高，农产品竞争力显著下降；
- 2.农业资源环境压力日益增大；
- 3.农民务农积极性下降，收入增加压力大。

**“四化”同步 工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展**

**未来的中国农业发展 高品质、高效益、可持续**

**提高农业推广服务能力的措施**

提升素质、创新机制、创新农技推广方式方法、建立畅通高效的需求沟通渠道

提倡综合服务、加强合作、建立考评激励机制

## 9 农业推广经营服务

**1.简述农业推广经营服务中的指导思想和基本原则。**

- (1)**指导思想：**应是以服务农民为宗旨，促使推广部门或人员与农民形成利益共同体，依靠一种新的体制促进农业生产和农村经济的发展。
- (2)**基本原则：**①赢利性原则 ②技物结合原则 ③农民自愿性原则 ④符合地区产业发展政策原则 ⑤适应农民需要层次原则

**2.农业推广人员在经营服务中应树立哪些观念？**

用户、质量、服务、竞争、创新、信息、时效、战略观念

**3.推广营销服务中为什么要有品牌意识？**

树立商品品牌形象：商品品牌就是指出售商品的人给自己产品规定的商业名称，品牌是一个集合概念，它包含品牌名称、标志、商标等。

**4.你如何训练自己的营销技能？**

(1)**公关技能的训练**

- ①强烈公关意识②高度的法律意识③较强的组织管理能力  
④较强的社交能力⑤心理分析技巧⑥表达能力和技巧⑦创新应变能力

(2)**专业技能的训练**

包括农业知识，农产品加工及农产品市场，信息及行情；国家农业政策及产业导向。农业推广中的 新闻传播，广告设计，摄影技巧等。

训练的方法主要分为课堂及书本学习和实地经验积累。

## 10 农业推广信息服务

**1.信息的特征有哪些？农业推广信息分为哪几类？**

**信息的特征：**①信息的价值性 ②信息的时效性 ③信息的可传递性  
④信息的依附性 ⑤信息的可塑性 ⑥信息的贬值和污染

**种类** ①农业资源信息 ②农业政策信息 ③农业科技信息 ④农业生产信息 ⑤农业教育信息  
⑥农产品市场信息 ⑦农业经济信息 ⑧农业人才信息 ⑨农业推广管理信息

**2.简述农业推广信息的作用？**

- (1)农业推广信息是引起农民行为改变的诱因。
- (2)农业推广信息是农业生产经营决策的依据。
- (3)农业推广信息是农村商品生产的命脉。
- (4)农业推广信息在农业各部门间联系的纽带。

### 3.简述农业信息传播的基本要素。

①信息源 ②传播者 ③传播媒介 ④受传者

### 4.如何提高农业推广人员的信息能力？

①信息收集能力 ②信息选择能力 ③信息利用能力 ④识别信息能力 ⑤管理信息能力

## 11 农业推广调查

### 1.农业推广调查的主要内容有几个方面？

农业生产结构调查、商品生产调查、经济政策调查以及生产经营效果调查等。

### 2.农业自然资源和农业社会经济资源各包括哪些资源？

**农业自然资源：**气候资源、土地资源、水资源和生物资源

**农业社会经济资源：**人口资源 劳动力资源 物质技术装备状况 交通运输条件 信息资源 管理资源

### 3.简述农业推广调查的类型和方法。

**农业推广调查的类型：**普遍调查 典型调查 抽样调查 重点调查

**农业推广调查的方法：**文献调查法、实地观察法、访问调查法、问卷调查法、实验调查法

### 4.选择农业推广调查课题应坚持什么原则？

①需要性的原则 ②科学性的原则 ③创造性的原则 ④可行性的原则

### 5.农业推广调查的步骤有哪些？

①选择调查课题 ②拟定调查方案 ③搜集调查资料 ④整理分析资料 ⑤得出调查结论 ⑥写出调查报告

### 6.写好农业推广调查报告应注意哪些问题？

- ① 进行深入细致的调查研究
- ② 提炼明确的富有指导意义的主题
- ③ 科学恰当地选用素材
- ④ 做好材料的结构安排