

农业推广学复习思考题

一、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——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

[对成年农民——农事指导 对农村妇女——家政教育]

[对农村青年——四健教育 (4H) (手、脑、身、心) (Hands, Head, Health, Heart)]

现代的农业推广——以提供信息和咨询效劳为主要特征

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、开发效劳等形式，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开展走上依靠科技进步和提高劳动者素质的轨道上来，促进“三农”的全面开展。

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。

从农业推广工程管理层面来讲，它又属于管理学

因此农业推广学只能是一个边缘性综合学科。

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：农业推广学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科学。

研究对象：农业生产者、经营者的行为，即农民〔生产者、经营者〕。

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

6、简述农业推广的性质、直接功能、间接功能和作用。

性质：1. 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〕

2. 实践性〔不管何种方法，都要以生产力的开展为最终目的，而生产力的开展是离不开具体的实践的。也可以说农业推广是实践性非常强的一门科学〕

3. 综合性〔即农业推广应具有教育、咨询、管理和效劳四位一体的性质〕

直接功能：增进农村农民的根本知识；

提高农村农民的生产技术水平；

提高农村农民的生活技能；

改变农村农民的价值观念、态度和行为；

增强农村农民的自我组织和决策能力。

间接功能：促进农业科技成果转化；
提高农业生产与经营效率；
改善农村社区生活环境及生活质量；
维持良好的农业生产条件；
促进农村组织开展；
执行国家的农业方案、方针与政策。

作用：（1）是农业开展机构，科研院所，农业院校与目标团之间的连接纽带。
（2）科技成果转化为现实生产力的桥梁
（3）提高促进实现农业现代化的重要措施
（4）开发农民的智力，改变生产者行为，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

7、简述农业推广工作的方针和任务。

方针：面向生产
兼顾“三益”或者“三效”
合作推广
系列效劳（产前、产中和产后）

任务：1）推广新技术，新成果，新技能
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）提供系列效劳

8、如何理解农业推广具有教育、咨询、管理和效劳四位一体的性质。

首先，农业推广是一种提高农民文化科学技术素质，改变农民的社会心理和行为的的教育活动，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、农民的效劳活动。

9、简述农业推广学的研究步骤。

选题阶段
制定方案阶段
实施阶段
分析总结阶段

10、1993年7月公布《中华人民共和国农业技术推广法》；

1862年2月林肯总统签署了《莫里哀法》，亦称《赠地学院法》；

1903年，纳伯亲自在德克萨斯州创立合作示范农场，推广良种和新技术，连续两年获得很大成功，被称为“美国农业推广之父”

二、 农业推广框架模型

1、说出农业推广框架模型中的两个子系统名称及特征。

（1）农业推广效劳系统的特征：农业推广效劳系统是指农业推广人员、推广机构以及所处的生存空间。

农业推广效劳系统的扩散效率的程度取决于两个变量的影响：一是农业推广人员本人的特征，二是他所处的农业推广组织和工作环境的优与劣。

（2）目标团体系统的特征：目标团体系统是农民、农民家庭以及所处的生存空间。

供学习参考

它的接受效率的程度取决于两个变量的影响，一是农民个人特征、素质，个人特征，二是农村居民(农民)所处的生存环境。

2、*简述沟通的定义和分类。

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 正式沟通与非正式沟通。2 语言沟通与非语言沟通。

3 单向沟通和双向沟通。4 个人沟通和群众沟通。

5 信息沟通与心理沟通。

3、简述农业推广沟通概念、要素和程序

概念：是指在推广过程中农业推广人员向农民提供信息、了解需要、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。

要素：沟通主体、沟通客体、沟通渠道和沟通媒介

程序：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. 农业信息反响阶段

4、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) 双方影响作用和性质是不同

5、农业推广沟通的认同过程一般要经历哪些阶段？

(1) 顺应：在沟通过程中，双方暂时迁就对方，互相体谅，这样沟通双方都会逐渐敞开心扉，说心里话。

(2) 同化：入乡随俗，适应，认同对方的思想、观点及其行为。

(3) 内化：沟通双方长期接触，适应了对方的性格、兴趣、习惯及作风等，双方配合默契。

6、论述如何提高农业推广沟通的效率？

内容与方法的有效结合是推广工作成败的关键，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)=推广效果

7、*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。

8、简述农业推广沟通的一般准则、根本要领。

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) 运用比拟和比照；

6) 加强信息反响；

7) 改善沟通环境；

8) 重视沟通网络；

根本要领：

1) 摆正“教”与“学”的相互关系；

2) 正确处理好与农民的关系；

3) 采用适当的语言与措辞；

4) 善于启发农民提出问题；

5) 注意沟通方法的结合使用和必要的重复；

供学习参考

9、*为什么沟通在农业推广中具有极其重要的作用

农业推广的内容(信息)要传播给接受者(农民). 此内容必须是农民所需要的、有现实意义的、能被农民所接受的, 而沟通那么是信息传递的必然过程。在某种意义上说, 沟通往往比信息更为重要。这是由于信息(技术、方法、经验等)为一种客观存在, 但农民对信息的感受、理解、态度、接受那么是多种多样的, 要受到多种主、客观因素的影响, 同一推广内容可以遇到农民的不同的态度和看法。所以推广人员要根据不同推广对象的实际情况, 有针对性地采取有效的沟通方法, 才能到达理想的效果。

10、如何克服农业推广中的沟通障碍

- 1) 语言方面的障碍
- ①语言差异造成隔膜〔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: 减少中间环节, 减少传递层次→确保信息传递、沟通准确无误
- 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
 - 2) 要做农民的知心朋友
 - 3) 与农民沟通之前先“认同”
 - 4) 了解、利用风俗, 为农业推广效劳
 - 4) 善于发挥非正式组织的作用
 - 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

三、推广对象的行为改变

1、简述行为的概念、构成行为的根本要素及行为特点

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响称为行为。

根本要素:

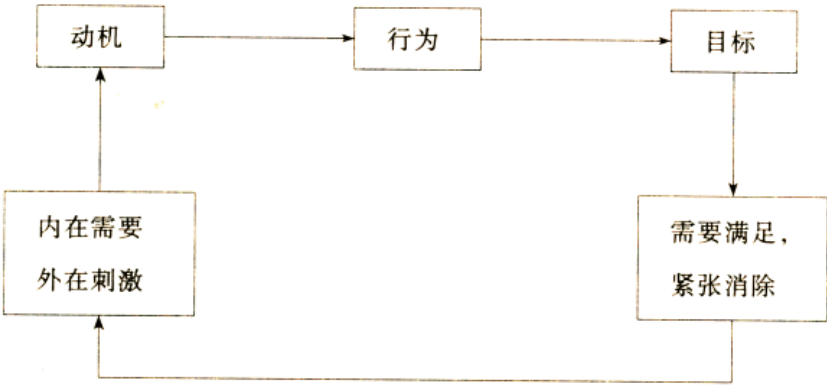
- ①行为的主体是人;
- ②行为是在人的意识支配下的活动, 有目的性、方向性和预见性;
- ③行为与一定的客体相联系;
- ④行为总要产生一定的结果。

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根本模式

人的行为产生的直接原因是动机, 而促使动机产生的原因是由内在的需要和外来的刺激而引起的。

〔当一个人产生的某种需要尚未得到满足时, 就会处于一种紧张不安的心理状态中, 假设受到外界环境条件的刺激, 就会引起寻求满足需要的动机, 产生指向某种目标的行为。实现目标后, 需要得到满足, 紧张不安的心理状态就会消除。这时, 又会产生新的需要, 从而激起新的动机, 产生新的行为……如此周而复始, 这就是行为产生的过程〕



3、动机产生满足的条件？

〔1〕内在的需要〔当人的行为还处在萌芽状态时，就称为意向。意向因为行为较小，还缺乏被人们意识到。随着需要强度的不断增加，人们才比拟明确地知道是什么使自己感到不安，并意识到可以通过什么手段来满足需要，这时意向就转化为愿望。经过开展，愿望在一定外界条件下，就可能成为动机〕

〔2〕外来的刺激

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

行为改变的层次：①知识层面 ②态度层面 ③技能层面④期望层面〔KASA 模式〕

行为改变的难易度： 知识→态度→个人→群体

行为改变过程：

1) 具体学习的改变〔最根本的改变，指知识、态度、技能、期望四方面的改变〕

2) 行动的改变〔最常见的是“采用”行动〕

3) 开展性的改变〔指个人能力性格的改变〕

5、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？

〔1〕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

〔2〕增加动力：

①根据农民的迫切需要，选择推广工程，激发和利用农民的采用动机；

②加强创新的宣传刺激，增加农民的认识，通过创新的目标来吸引他们的采用行为。

③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；

④筛选和推广市场需求强烈，本钱低、价格高、效益好的工程，促使农民在经济利益的驱使下采用创新。

〔3〕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。

6、*影响农民个人行为的因素

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

7、*简述改变农民行为的根本策略

1) 以农民为中心的策略

即以提高农民本身素质为主的策略，通过推广工作直接改变农民的知识、态度，提高他们自身素质，减少或完全克服行为改变的阻力。

2) 以改变环境为中心的策略

即变革社会环境或农民工作环境的策略。在许多场合下，农民之所以没有能采取新技术，不是由于自身素质差，而是由于环境条件不具备，一旦为农民创造了新的工作环境，提供各种必要的效劳，环境方面的障碍就会减少或排除。

3) 人与环境同时改变策略：即提高农民素质与改变其工作环境同时进行。

8、论述需要层次理论和期望鼓励理论的主要内容及其在农业推广中的应用？

需要层次理论：人类的需要以阶梯形式形成不同的层次，满足了一个层次的需要后，就会产生高一个层次的需要。分别为：生理需要、平安需要、社交需要、尊重需要、自我实现的需要
需要理论的在农业推广上的应用：

①应深入了解农民的实际需要

②分析农民需要的层次性

期望鼓励理论的在农业推广上的应用

- ①正确确定推广目标，科学设置推广工程
- 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。

9、影响农民行为改变的方法有哪些？如何使用？

- 1) 行政命令方式(强迫和强制使用权力)。
- 2) 农民自发式
- 3) 建议和咨询方式
- 4) 提高农民的知识水平，改变农民态度，改变农民行为的方法
- 5) 提供物资、资金、技术和效劳来引导农民行为定向变化
- 6) 通过社会手段来改变农民行为

10、农业推广的最高目的是对农民行为的改变；

农民行为自大改变的前提、根本点是：领导目标与农民目标一致。

11、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。当群体决定采取某种行为时，少数成员不管心理愿意还是不愿意，都得服从，采取群体所要求的行为。

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。即“大家干我就干”。从众行为是农民采用创新的一个重要特点。

3) 相容

同一群体的成员由于经常相处、相互认识 and 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。一般来讲，同一群体的成员之间容易相互信任、相互容纳、协调相处。

4) 感染与模仿

所谓感染，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。在感染过程中，某些成员并不清楚地认识到应该接受还是拒绝一种情绪或行为模式，而是在无意识之中的情绪传递、相互影响，产生共同的行为模式。

感染实质上是群众模仿。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，产生连锁反响，以致形成大规模的行为反响。

四、农业创新的采用与扩散

1、简述农业创新和创新传播〔扩散〕的根本含义

- 1) 农业创新：指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。
- 2) 创新传播：是某种创新在某特定的社会系统的成员中，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而向外传播开，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。

2、简述农业创新的主要特性有哪些？

相对优越性、一致性、复杂性、可试验性、可观察性

3、什么是“S”型扩散曲线？横、纵坐标轴各代表什么？

(1) 当创新在一个社会系统中建立时，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。如果我们按采纳百分率将它画成一个曲线，通常为一个S型。

(2) 横坐标轴：时间 纵坐标轴：采纳百分率

供学习参考

4、农业创新采用过程一般分为哪几个阶段？

认识阶段、感兴趣阶段、评价阶段、试验阶段、采用阶段。

5、*简述采用者的类型、特征及其时间差异规律

创新先驱者、早期采用者、早期多数、后期多数、落后者

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：疑心的

晚期采用者：传统的。

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？

农业推广人员要认真调查研究，掌握广阔农民的不同心态，分析情况，对症下药，才能搞好推广工作。

创新采用过程的阶段划分的五阶段：认识阶段、感兴趣阶段、评价阶段、试验阶段、采用阶段
不同阶段采用不同的方法：

①认识阶段 群众传播是本阶段最常用的方法。应通过播送、电视、报纸、简报、成果示范、展览会、举办报告会和组织参观等方法，尽快地让更多农民知道，加深认识和印象。

②感兴趣阶段 农民发生兴趣信息不一定都来自群众传播，也可能来自其他渠道。成果示范和个别访问是帮助农民增强兴趣的有效方法。

通过群众传播、耳濡目染，诱导效应。会使一些农民自觉不自觉地产生兴趣或好奇。为了鼓励农民试用新成果

③评价阶段 农民对创新有了初步了解后，是否采用尚在犹豫之中，应尽可能为农民提供先期试验结果和组织参观，协助他们正确地进行评价，促使他们尽快做出决策。该阶段以小组讨论效果较好，集中大家的智慧和经验，以增强信心，促使其采用。

④试用阶段 推广机构应鼓励农民做试验以验证原来的试验结果，使该结果更可靠，农民更放心。也要注意使用方法示范，加强对农民试验的指导，防止发生人为试验偏差，降低试验误差。

应采用：巡回指导方法这一阶段很关键。“只许成功，不许失败”（关系到能否进入下一阶段）

⑤采用阶段 农民决定采用，就要做各种准备：筹集资金、准备物资、学习相关技术、联系产品销路、考察市场规模。

应采用方法示范和技术指导和配套效劳的主要方法。

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

（1）创新传播：是某种创新在某特定的社会系统的成员中，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而向外传播开，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。

（2）成因：

①一项农业创新刚开始推广时，多数人对它还不太熟悉，很少有人愿意承当风险，所以一开始扩散的比拟慢，采用数量也不多；

②当通过试验示范后，看到试验的效果，感到比拟满意后，采用的人数就会逐渐增加，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(或采用数量)到达一定数量以后，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，直到维持一定的水平不再增加，这样便形成了 S 型曲线。

〔3〕特点：农业创新扩散速率的常态曲线说明了创新扩散速度前期慢、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？

突破阶段、紧要阶段、跟随阶段、随大流阶段

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？

扩散曲线类型：短效型、低效型、早衰型、稳定型

创新受所需购入的各项投资是否有效的影响；

创新受当地农民文化因素的影响；

同一创新在不同地区受当地自然条件的影响；

同一创新在不同地区受当地经营条件的影响；

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？

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。

1. 阶段性 我国农业推广工作者根据上述四个阶段相对应提出了农业推广工作的四个时期。

投入阶段——试验示范期：从技术引进试验示范

开展阶段——开展期：试验示范到大面积推广

成熟阶段——成熟期：大面积普及，规模较大

衰退阶段——衰退期：旧创新被新创新逐渐

代替；使其逐渐衰退，最终在生产中丧失作用。

2. 时效性 S 理论说明一项创新的使用寿命是有限的，它不可能永生不死。因为创新进入衰退期是必然的只不过早晚而已。人们无法阻止它的最终衰退，但是可以延缓其衰退的速度

3. 交替性 一项具体创新的使用寿命有限，它不可能常盛不衰，而新的研究成果又在不断涌现，这就形成了新旧创新的交替现象。

11、根据创新的传播的 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；

开展阶段——开展期：试验示范到大面积推广；

成熟阶段——成熟期：大面积普及，规模较大；

衰退阶段——衰退期：旧创新被新创新逐渐代替；使其逐渐衰退，最终在生产中丧失作用。

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？

〔1〕原因：

无形磨损：自身的优良特性没有失去，但在推广过程中被新的技术所替代。

有形磨损：一些新技术的优良特性在使用中逐渐丧失虽然未被新的创新取代，但创新本身的优良特性因使用年限的增加逐渐丧失，从而失去了使用价值。

其他磨损：有政策磨损、价格磨损、人为磨损

〔2〕防止创新早衰的措施：

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；

加快开展期速度，使其尽快从早期试用阶段进入成熟期，使其在“青壮年”时期充分发挥效益；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？

经营因素、农民素质、家庭关系、其他社会、政治因素

14、如何利用农业推广的方法、提高推广效率

〔1〕未曾推广过的技术

〔2〕曾经推广过的技术

〔3〕不同阶段采用不同的方法

〔4〕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

六、农业科技成果转化

1、简述农业科技成果概念，种类及特点？

1. 农业科技成果是指在农村经济范围内，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

2. 根底研究成果，• 应用研究成果和开发研究〔又称开展研究〕成果大类。

3. 农业科技成果具有科学性、创造性和实用性

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。

〔1〕物化类有形成果的特点：

商品性

特异性

时效性

〔2〕技术方法类无形成果的特点：

区域适应性

效果的不稳定性

不可逆转的时序性

高度分散性

持续性

综合性和相关性

3、试述农业科技成果转化的含义和要素。

〔1〕含义：

当某一农业科研成果通过实验研究到达方案的要求，并通过技术鉴定形成科技成果后，就要通过技术示范、推广等形式，使科技成果尽快在农业生产上普及应用，转化为形成现实的生产力，这一过程称为农业科技成果的转化。

〔2〕要素：

①. 转化主体：包括应用成果生产的研究人员，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。

供学习参考

②. 转化客体：被转化的具体技术成果它既是转化主体作用的对象，又是转化客体的采用对象
③. 转化受体。即采用科技成果的生产者或单位。

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〕——采纳成果〔生产应用系统〕

第一阶段转化：根底理论——可利用的硬件和软件

第1次转化：如自然科学根底理论——经过正确的世界观和方法论，反复实验，思维加工，得出根本原理和规律。

第2次转化：根本原理和规律——通过先进的实验手段分析和组合——形成技术科学

第3次转化：技术科学——向应用科学转化——变成硬件和软件

第二阶段转化：硬件和软件——转化为现实生产力

硬件和软件——经过技术构成与诸生产力因素相配套，安装、调试和检验等操作——形成社会需要的产品。

第三阶段转化：科学技术转化人的内在因素：

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——科技水平提高和科技意识增强，观念更新，到达由物质向精神飞跃。

5、简述农业科技成果成果质量要求、转化形态和转化本质。

质量要求：衡量成果质量的标准有五条：即创新性、成熟性、效益性、适用性和实用性。

几种形态：

1. 物化形态〔硬件〕：如：种子，疫苗，药品，农机具等

2. 技术性产品：如：饲管技术，栽培技术，以非物化信息形态存在。推广形式：以技术入股方式，技术承包的方式。

3. 技巧和技能：只能意会，难于言传，只有传授者亲自传授使用者才能掌握，

如：看苗诊断。再如：医科大学刚刚毕业的学生，经验欠缺，必须向有丰富临床经验的医师学习。多看多学。

4. 效劳性知识产品：难以物化和信息化，不能商品化〔主要是社会效益〕

如土地规划，农村开展规划，开发方案，动植物和生理指标。

转化本质：

1. 是研制者、传播者、应用者结合过程。从研制者传到生产者手中，首先是人与人在认识上要到达统一，• 在工作上要做到有机结合，结合越早、越紧密、越广泛，效果越好。

2. 是物技相结合的过程。成果转化必须与生产资料配套。• 没有必需物质投入作保证。成果难于转化或应用，• 也难于产生大的效益。实际上成果转化增加的效益是技术与物质科学结合结晶，• 是必需物质与生产资料再生产增值的过程。

3. 是技术配套过程。任何一项农业科技成果的应用，在生产过程中转化，都不可能是孤立的，必然要与其他有关的科学技术相配合、相配套。好品种要有好的栽培技术相配套，才能真正获得好的收成。到达优质、高效的目的。

4. 是与生态环境、生产条件相互结合过程。一项农业成果必须与这一地区环境和生产条件相适应。才能转化为物质生产力。

供学习参考

6、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 $\times 100$

凡一项农业应用技术成果的推广度等于或超过指标 20%，那么判定该技术成果已推广。

凡一项农业管理技术的推广度等于或超过 50%，那么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 $\times 100$

〔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 $\times$ 推广度〕

〔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。

a—成果数 t——正常转化周期 a0——实际转化成果数 t0——实际转化周期

$$R = a_0 \cdot t \div a \cdot t_0 \times 100$$

a0、t0 不确定的变量 a、t 确定的变量

$a_0 \leq a$ $t_0 \geq t$

如果 $t_0 \leq t$ 话，说明成果转化没有按正常的周期推广

转化周期：从成果鉴定日起到成果在生产上普及应用为止的时间

转化成果数：有多少实际成果在生产上转化应用。

〔6〕平均推广速度：评价推广效率的指标

平均推广速度=推广度/成果使用年限

〔7〕新增总产值：衡量科技成果转化的效率的直观指标

新增总产值=新增单产值 $\times$ 有效推广面积 $\times 0.7$ 〔缩值系数〕

〔8〕新增纯收益：反映科技成果的经济指标

新增纯收益=新增总产值—新增生产费用—新增推广费用

〔9〕科技总投入：评价产生科技成果的本钱指标

科技总投入=包括科研费+推广费+新增生产费

〔10〕平均纯收益：反映成果使用年限内的平均年纯收益

平均纯收益=新增纯收益/成果使用年限

7、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

确实能解决农民生产问题。〔实用性强〕，

经济效益高。〔投入少，产出高〕

易成为商品，〔物化产品，如种子，农药和化肥等产品〕

〔2〕加强农业社会化效劳体系建设，完善农业科技效劳功能。

积极利用当地的合作组织，农民协会，如高邮司徒兴楼养鸭合作协会，把所有的养鸭专业

户集中起来，生产一条龙，农民养鸭——统收——第一次加工——运到宜镇风鹅加工厂。销路非常好，形成产供销一条龙。远销到东北，经济效益非常高。

中央也有专门文件，加强农业社会化效劳体系建设。

以前乡级农技站，水利站由国家拨款，现在国家拨款很少，甚至断粮，没钱搞事业，没心事搞推广，他们只好搞实体，靠经营种子，农药来养活自己。

〔3〕大力加强科普宣传，提高劳动者的素质。

通过地方协会组织提高村干部、示范户和一般农民的素质，对科技成果需求提高了，动机，科技意识和科技欲望增强了，推广农业科技成果积极性也提高了。农民文化素质低，保守，谨慎，接受农业新成果慢的现状也得到改善。

(1)村干部：农业知识经营管理知识

(2)示范户：科技素质，专业知识

(3)知识青年：农业方面的知识

(4)农民：农业知识。

〔4〕制订有关法规及相关政策，加速成果转化。

如 1993 年制订农业推广法，1996 年科技成果转化法〔全国人大通过的〕，健全的法律是成果转化的保证。人家美国各种法律比拟健全。

〔5〕加强政府领导部门的功能，坚持农、科、教相配合

行政干预〔从中央明确推广哪些工程〕中央推广的目标和农民推广的目标一致。西方，农民积极参与，农业部门需要 行政部门的配合，开始培养推广学士、硕士、博士人才。

农业院校由 省教委主管

技术推广部门由 省农林厅推广中心主管

农科所，科研部门由 科委管

8、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

①以推广工程为合作推广形式，重点推广工程组织由科研、教学、推广三方面单位科技人员参加的协作组共同进行成果推广。

②以生产指标为主线的集团承包形式，组织有农业院校、科研单位专家教授、基层推广人员、农用物资供给部门、地方行政领导组成的承包集团，联合承包地区各年度的生产任务指标。

③根据生产需要进行联合攻关的形式，农业推广部门和生产部门根据生产需要针对一些生产上的主要障碍因素，邀请科研、教学部门联合攻关。

④推广部门建立技术依托单位形式。各级推广部门通过各种渠道、采取各种方式建立以科研、教学部门为技术依托单位，引进人才和技术。

⑤聘请参谋为主的技术效劳形式。农业部门聘请由教学科研单位专家、教授组成的参谋团，在生产关键阶段进行考察指导和产前、产中、产后的咨询的效劳，帮助解决生产中的技术问题。

〔2〕技、政、物三结合的运行机制

分为两种形式：科技攻关联合体

集团承包效劳体。

这种运行机制，由于有了行政组织的干预，易于把物质投入的根底作用，技术人员的桥梁

作用有机地协调起来。真正实现政技物三结合，科技与经济相结合，有利于科技措施的落实。也便于政府对农业生产的领导，促进了农业推广和农业的开展。

由国家科技部下达的河南省人民政府承担的国家“九五”重中之重攻关工程“小麦大面积高产综合配套技术研究开发与示范”，就是采用的技政物三结合运行机制。

〔3〕 企业、基地、农户三结合的运行机制

农业现代化程度越高，农业产品的商品率也越高，在市场经济体制下，农民从事经营的目的不再是为了自给，而是追求利益最大化。走产业化、规模化的路子成为历史的必然选择。

此种机制可分为四类：

投资回报率较高的农业领域：

例如：如哈慈绿色食品，在山东寿光、诸城两市建立的 SOD 番茄、太空椒等绿色无公害蔬菜生产基地等属此类。

第二类一些作物果蔬菜类加工企业，建立的生产基地

如新亚龙集团在山东阳信县建立了优质专用小麦生产基地。

第三类育种单位建立的良种繁育基地。

如天津市黄瓜研究在天津的武清区，山东宁阳县和河北的定州市建立的黄瓜良种制种基地

第四类 是农业推广人员以原工作单位为依托而成立的多种联合公司。为农民提供产供销一体化效劳。

〔4〕 经营咨询、技术推广、经营效劳三结合运行机制

是市场经济开展和客观要求和必须趋势。它在农业推广部门不断进行深化改革的探讨中产生，农业推广机构将种子、苗木、农药或动物疫苗、饲料等物化类成果，给合当地环境与生产条件，制定出所推广物化技术的规格、型号，以经营的方式传递到农民手中，同时跟踪进行配套的综合效劳，解答农民各种咨询，指导他们正确使用管理操作方法。同时推广机构可以增强自身推广的活力和实力，使推广机构具备了自我积累，自我开展的机能。

9、农业科技成果转化的制约因素

农业科技政策法规因素，自然地理因素，社会经济因素

成果产出→←成果传播→←成果采纳 →←〔代表传播与反响〕

10、农业科技成果扩散的主要媒介：口语〔语言〕

七、农业推广程序、方式和方法

1、简述农业推广的一般程序及根本程序，如何灵活运用？

一般程序：是农业推广原那么在推广工作中的具体应用，它是一个动态的过程

工程选择、试验、示范、培训、效劳、推广、评价”等七个步骤

根本程序：试验、示范、推广

灵活运用：

1. 同一自然条件下，由于兴旺地区和欠兴旺地区思想观念和经济条件的不同，某项新技术已在兴旺地区大面积推广开来，而欠兴旺地区尚未采用。在这种情况下，可以组织农民到兴旺地区参观，运用示范等各种推广手段直接进行推广。

2. 农民自身在多年的实践中总结出的行之有效的实用技术、先进经验等，推广部门在及时总结关键技术要点的同时，采用召开现场会等方式大力宣传，不必进行试验、示范就可以在

供学习参考

同类地区直接大力推广。

3. 科研部门在当地自然条件和生产条件下培育的某些新品种等成果，由于在本地进行了多年多点试验和一定面积的示范，在农民中产生了一定的影响。这样的品种一经审定后，就可直接进入推广领域，不必重复试验。

4. 由于科研单位研究的某项技术就是针对某一地区存在的主要问题进行研究的，当研究成功后，就可以减少中间环节，直接在当地进行大面积推广。

5. 由于综合组装的技术多数是在当地进行多年摸索的单学科的各项技术或是正在推广应用的技术，实践证明是行之有效，所以组装起来后不必进行试验、示范就可推广，到达增产、增收的目的。

6. 由于现代科技成果管理上的规定，某项科研成果在取得成果前，必须有一定的示范面积。而这些示范工作多是科研部门和推广部门共同完成的。因此，这样的成果，推广部门不必进行试验就可以在其适应的范围内迅速推广。

7. 采用的“教、科、推”三结合的协调攻关工程。

2、我国农业推广方式有哪些？

1. 工程方案方式

工程方案：型按工程方案推广一般要经过工程的选择、论证、试验、示范、培训、实施、评价等步骤，工程的选择和论证是关键

工程方案实施时，一般发动和组织教学、科研、推广三方面的成员组成行政和技术两套领导班子。

制定农业推广工程方案的首要工作是立项

2. 技术承包方式

联产提成；定产定酬；联效联质；技术劳务；集团承包

3. 技物结合方式

4. 企业牵动方式

5. 农业开发方式

6. 科技下乡方式

3、简述农业推广方法的概念及分类。

概念：农业推广方法是农业推广部门和推广人员为到达推广目标，对推广对象所采取的不同形式的组织措施、教育和效劳手段。

农业推广的手段，是指在传播农业技术时所利用的各种载体和媒体

分类：群众传播法、集体指导法和个别指导法

4、简述群众传播媒介、集体指导法和个别指导法的概念和特点。

1) 群众传播法是推广者将农业技术和信息经过选择、加工和整理，通过群众特点：传播媒体传播给广阔农民群众的推广方法。

信息传播权威性高

信息传播数量大、速度快

信息传播本钱低、范围广

信息传递方式是单向的

2) 集体指导法又称团体指导或小组指导法，即在同一类型地区、生产和经营方式相同的条件下，采取小组会议、示范、培训、参观考察等方法，集中地对农民进行指导和传递信息的方法。

供学习参考

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/888077011075006075>