

农业推广和信息咨询应以妇女作为重要目标群体

Agricultural Dissemination and Information Consultation Should Be Aimed at Women

王生凤¹ 武夷山²

(中国科技信息研究所, 博士生¹, 研究员² 北京 100038)

中国是一个农业大国,也是妇女人口最多的国家。改革开放以来,在不少农村地区,妇女逐渐成为农业生产的主要力量,支撑着农村经济的半边天甚

强大优势,是未来农业发展所必须依赖的技术手段。利用农业生产决策系统可预测未来生产条件和全球农业生产情况,判断贸易价格和未来贸易额,选择最佳的贸易伙伴。

我国地形复杂、气候资源多样、农村劳动力相对过剩,具有发展立体农业的自然地理优势和人才优势。当前我国农业以非集中性的小规模兼业经营为主,农民知识水平低、信息匮乏和信息流通不畅是制约农业高效优化发展的最大障碍,解决这一矛盾的根本措施就是要加快农业信息服务网络体系的建设和全球农业信息网的连接。

三、农业信息技术应用发展趋势

农业生产受外界环境因素影响最大,不仅生产过程复杂,而且经营分散、生产规模小、效益不高,不能像其他工业领域一样,实现高度自动化和智能化。

20世纪60年代,美国、日本等对信息技术与农业生产结合进行了研究,将计算机应用于大型农场、牧场管理。在“七五”、“八五”、“九五”期间,我国有关科技管理部门组织了农业信息应用方面的多学科、多部门的联合攻关研究,如将饲料配方系统广泛应用于工厂化养殖场。目前,已涉及种植、养殖、农产品储存加工等行业的,可用于指导农业生产的各种生产系统、专家系统、决策系统已为数不少。但这些系统都是相对独立的,功能单一,只考虑一种生产活动管理,不能满足农户对技术多元化的需求,不能满足区域产业结构调整、农业结构调整和农业种植结构内部调整等资源综合开发和利用的技术需求。

将农业专家系统与作物模拟方法结合起来,是农业生产管理决策的一种有效方法。在这一领域,

至大半天。但是,迄今她们并没有获得与男性农民同样的教育培训、技术推广、信息咨询等方面的机会。所以,加强面向妇女的农业推广和信息咨询

较成功的例子就是美国的棉花生产管理系统(GOSSYM/COMAX)。农场主只要把棉花品种、土壤特性、气候状况、田间管理措施等资料输入计算机系统,可根据模拟结果,结合专家经验,对棉花长势及环境进行监测,并提供棉花的咨询服务,包括田间肥水管理、确定收获期、预测产量等。生产管理系统的应用有利于提高棉田管理决策的准确度,提高棉田生产管理的科学性和及时性,为棉田适时管理、安排生产工作规程提供可靠的基础。

未来农业发展需要处理大量的信息、实现农业信息化,为此必须从更高层次上考虑各系统的集成应用问题,必须在农业生产管理技术集成中实现计算机、电子、生物化学和经济学等的有机结合,技术高新化须达到高、精、尖端程度。农业信息化将是历史上最为复杂的知识高度密集的大规模的综合集成的系统工程。只有在高度信息化的基础上,才有可能把农业转化为一种可以人工设计和控制的生产活动,才有可能真正实现“人工设计农业”或“精准农业”;同时,加速农业信息网络发展,有利于农民及时掌握农产品市场信息,减少农产品流通环节,降低交易成本,有利于农产品的流通。

参考文献

- [1] 姜会飞,廖树华,温德永. 关于农技推广体系的新思考. 农业科技管理,2000(1)
- [2] 劳汉生,许康. 论信息科学及高度信息网络对现代管理技术的冲击. 科技导报,1999(9)
- [3] 苗建军. 国民经济信息化及信息产业分析. 科技导报,1999(9)
- [4] 张中才. 农业信息系统导论. 气象出版社,1996
- [5] 薛亮,方瑜等. 农业信息化. 京华出版社,1998
- [6] 张秀生. 中国农村经济改革与发展. 武汉大学出版社,1999

(责任编辑 孙立明)

工作十分必要。

一、在甘肃省靖远县的调查研究

前不久,笔者在甘肃省靖远县的4个乡进行了调查研究。选择调查对象时,首先按照农民人均纯收入的高低,选择高、中、低3个收入水平的几个乡作为样本乡,然后再根据各样本乡的大小随机抽取1~2个村作为样本村,最后根据所抽取样本村的大小分别抽取20~25个农户作为调查对象,在这20~25个农户中再按照农户人均纯收入的高低分高、中、低3个层次进行调查。共有201(男91,女110)人接受了调查访问。

本研究之所以选择农民人均收入水平相对较低的甘肃省作为调查地区,是因为与经济发达的沿海地区相比,西部地区的农村妇女参与农业生产活动的程度更高,但却很少或基本未能从农业推广和信息咨询活动中受益,而甘肃省的情况在西部地区具有一定的代表性。因此,调查结果对于西部其他地区也许具有一定的借鉴意义。

我们主要调查的项目包括:农村妇女的受教育程度,她们参与农业生产活动的状况,获取农业推广和咨询服务等农村社会化服务的途径,等等。

被调查地区农村妇女受教育程度普遍偏低,大多数只有小学和初中文化程度,分别占调查人数的36.7%和34.5%。参与农业生产劳动的妇女主要在20~40岁之间,占整个调查人数的88.2%。尽管妇女参与农业生产的比例很高,但接触推广人员和培训人员的机会相对较少,有37.3%的妇女从没接触过,比男性从未接触者高出近9个百分点。由于目前女推广人员较少,故接受调查的女农民中有80.0%从未见过或很少见过女推广人员。多数农民对推广人员的性别没有偏好,但15.7%的农民明确表示喜欢女推广人员,而仅有7.1%的农民喜欢男推广人员,而且妇女的倾向性更为明显。当问及为什么喜欢女推广员时,她们回答说,女推广员更活跃,更富于同情心,工作认真负责,她们也更愿意向女推广员谈自己的事。

调查结果表明,到目前为止,女农民获取信息或学习新技术的途径主要是通过亲朋好友或有经验的人,而不是推广人员。可见,农技推广还大有改进余地。

男女农民对推广和信息内容的需求有明显差异。妇女对农业加工技术及营养卫生方面的信息需求和培训要求较男农民分别高14.3和22.8个百分点;而男农民对种植技术、市场信息的需求则高于妇女。

男女农民都喜欢的推广培训方式有3种,即电影、录像和电视(52.7%);试验、示范田的观摩、参观

(58.7%);培训班(63.7%)。此外,到外地参观学习也是妇女(占调查人数的56.4%)喜爱的推广和培训方式之一。因为通过这种方式可以使她们走出家门,增长见识和自信。

通过调查我们了解到,目前在面向农村妇女的农业推广和信息咨询服务活动方面存在以下几个问题。

1. 农村妇女从事农业劳动的强度大,家务活重,参与文化科技培训和再学习的精力和体力不足。

2. 农村妇女仍受传统风俗习惯的束缚,文化素质偏低,观念更新慢,接受农业技术的能力差。

3. 农村妇女缺乏信息帮助。在调查过程中农民特别是女农民反映,一些新技术和新成果的宣传力度和广度都不够,他们(她们)对有关的农业政策以及市场信息根本不了解。

4. 政府有关部门和研究推广机构对提高农村妇女文化科技素质的紧迫性缺乏认识,未能采取有效的措施和手段加以解决。

二、讨论与建议

通过对调查结果的统计分析可以得出以下看法。

- (1) 经济水平的高低决定农村妇女参与培训学习的积极性。

- (2) 在经济发展水平不同的乡,农民特别是农村妇女的信息需求和学习新技术的方法和途径差异均很大。因此,农业推广人员要认识这一差别,在推广过程中要因地制宜、因材施教,不能千篇一律、搞一刀切,应针对不同的地区,采取不同的推广方式,推广不同的技术。

- (3) 电视、录像和收音机等现代化大众媒体是农民特别是农村妇女喜欢和接受的方式和手段。各级政府和推广部门应重视和利用这一媒体,增设或扩大有关农业先进适用技术和农业科技知识的节目和内容,加大宣传的广度和力度。

基于以上看法,提出以下几点建议,供有关部门参考。

1. 在制定、实施推广培训项目计划时,应重视妇女在农业生产中的重要作用和尚待发掘的潜力

政府的农业部门、教育部门、科研机构以及技术推广部门等在制定各项政策和确定发展项目时,要充分考虑农村妇女的参与和需求。要把推动妇女参与发展纳入决策视野。特别是农业推广机构要重视妇女作用的发挥,加强针对妇女的培训和教育,增强妇女应用农业技术和成果的能力。

2. 重视和加强对农民特别是农村妇女的文化教育和技术培训

论创造力的文化基础和“天人和合,以人为本”

On the Cultural Base of Creativity, Harmonious Development between Nature and Human Being, and Human Oriented Developing and Relying on Human

王其藩¹ 杨文斌²

(复旦大学管理学院,教授¹;博士生² 上海 200433)

一、创造力是推动经济发展的根本动力

1. 创造对当今经济发展的推动作用

推动经济发展的主要因素是什么?亚当·斯密在其划时代的巨著《国富论》中就已揭示了财富增长的途径——分工。现代经济学家也充分肯定了这一点,指出“社会分工”的深化是实现国民财富增长的有效手段^[1]。“社会分工”的深化或者说出现新的分工实际上就是一种创造。创造就是作出前所未有的事情^[2],所以新的分工可以是某一新的工种的独立,可以是某一新的职能的独立,而更重要的是某一种前所未有的新的产品或服务项目的产生并独立,也就是说提供了—种新的产品或服务。所以“国民财富”的增长,不仅仅表现为原有产品的量的增多或者是生产原有产品效率的提高,更表现为产品或服务项目种类的增多,使得人们有更大的选择自由,能享受到更多的从未体验过的福利。特别是现在经济的发展已进入了一个新的阶段,随着产品的增多,顾客对各种产品的需求也逾甚独特,市场

变化越发迅速,产品或服务的提供更强调个性化。其生产也不能再以大规模、标准化为基础,而是强调多品种、个性化,即所谓的大规模定制(mass customization)。所以,如果说在工业经济时代,经济的发展主要是来自企业内部各职能分工的不断深化,使得大规模生产的效率得到持续提高的话,那么在走向知识经济的今天,经济的发展将更依赖于产品品种的不断增多,即更有赖于能提供新的产品或服务项目的社会分工的深化,即创造,而不再仅仅是促进原有产品量的增长或品质改进的职能分工效率的提高。所以创造是推动现代经济发展的主要因素。

2. 创造与创新对经济发展推动作用的区别

创造性的分工,即提供新产品或服务项目的社会分工的深化是促进当今经济有效增长的一个根本途径。这对现今知识经济即将到来,而又处在工业现代化进程压力下的中国更为重要和具有现实意义。我国现已提出要创立“国家创新体系”,促进知识的创新和传播,“创新”这一概念在我国从未有得到像今天这样的重视。“创新”从其本意和一般

农民科技文化素质的高低直接或间接地影响着他们对新技术、新成果的接受能力,进而影响着农业和农村经济的发展和繁荣。因此加强对我国农民特别是农村妇女的基础教育和成人职业教育已是当务之急。在今后应充分利用农业中学、农业广播电视学校、农民夜校和各种技术培训班,帮助农民尤其是妇女掌握科技知识和实用技术。本次调查结果表明,广播、电视等现代化大众传媒是农村广大妇女喜爱的接受教育和培训的方式。所以,农业广播电视学校、广播电台、电视台应面向广大的农民朋友和妇女姐妹们,深入实际,办一些通俗易懂的节目,在推广普及科技知识方面作一些卓有成效的工作。

3. 增加女推广人员的比例,发挥女推广人员在推广活动中的优势

缺乏女推广人员严重限制了女农民对信息和农业技术的接受,而以男性为主的推广队伍迄今为止又未能注意在推广服务中充分考虑妇女的需求和特点。所以,应多吸收女推广人员,促进农村妇女参与农村发展活动,充分发挥农村妇女以及女推广人员的潜力和优势。

4. 提供适合妇女特点和需要的推广培训服务

调查发现,农村妇女普遍1天工作(包括家务劳动)15~16小时。她们没有更多的时间和精力充分参加农村社区发展活动和计划。加之,男女农民的培训要求和信息需求又不完全相同,所以,对农村妇女进行推广和培训时,应充分考虑妇女的自身特点和需要,在推广和培训方法的选择、内容和时间的安排上要更能适合妇女的特点。

(责任编辑 蔡德诚)