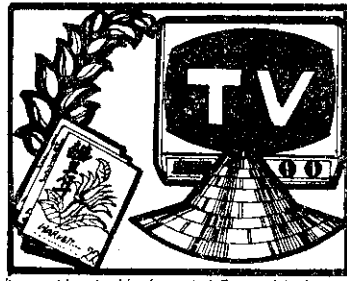


陳昭郎：農業推廣要加強與大眾傳播的連繫！



人類知識的增長很迅速，隨着生活經驗的累積，和知識技能的世代相傳，知識的增加越來越快、越多與越

複雜，就像滾雪球一樣，越滾越大，越快與越重。根據西方學者估計，從公元元至一七五〇年，人類知識增加了一倍。一七五一年至一九〇〇年，人類知識增加到四倍。到了一九五〇年又增加一倍，即為原來八倍。現在約增加到公元元年時十六倍之多。

知識是基本的社會力量，與無限的潛在發展力量。如今，人類對新知識、新技能及新事物發展與累積的速度，已非昔日所能比擬。然而，又有誰敢說，今天我們的讀、寫、說或聽的能力，十六倍於亞里斯多德、柏拉圖、孔子或孟子？因此，我們必須利用各種大眾傳播媒介，來幫助傳遞知識文化的工作。另一方面，我們也要藉助大眾傳播媒介的功能，來吸收衆多而複雜的新知識與新技能。

大眾傳播很重要

在農業知識傳播方面，早期農業

社會人們生活方式單純，耕作方法簡單，農場經營問題不複雜，農業知識與技術的傳遞與學習，只靠父子、子傳孫的口頭方式就可以了。今天農業經營已進入企業化，農業產品商業化，農民現代化，各種問題只靠過去父子面對面口頭傳授與學習的方法已不能解決，而必須仰賴專門機構與專門人才，運用快速而有效的大眾傳播媒介，把日新月異的新知識與新技能介紹給農民，同時，農民也必須依賴大眾傳播媒介，來吸收這些有用的新知識與新技能。

我們知道，農業推廣是把有用的新知識、新技能、新方法、新觀念，和新態度，介紹給農民，以期改變他們的知識、態度和行為，進而改善他們的生活，促使整個農村發展的工作。農業推廣方法，依接觸範圍的大小，可分為三種：

- (一) 個別接觸：如農場農家訪問、辦公室訪問、電話訪問和私函等。
- (二) 小組接觸：如各種集會、方法示範會、討論會和觀摩會等。
- (三) 大眾接觸：如新聞報導、廣播、電視、雜誌、通函、招貼、小冊、和其他書刊出版物等。

從農業推廣工作發展上來看，推廣方法是依個別、小組、大眾接觸的順序演進的。剛開始辦理農業推廣時，由於農民對農業推廣工作尚未深刻認識，未具信心，加上農民教育水準低落，唯有對看得到的、摸得到的，

或實際經驗的專才能信服採用，因此，在這段期間，推廣工作必須用個人或小組教導方式，如農場農家訪問，或結果和方法示範等，才能產生有效的影響。

當農業推廣工作在農民心目中建立了信心，以及農民教育程度提高後，人們自會產生能力與慾望來追求新事物，可以相信大眾媒介所給予的知識，而不必再用那些範圍狹窄，又費時費錢，效率低的個別教導方法。

台灣近幾年來由於教育普及，農民現代化程度提高，閱讀能力增進，且對農業推廣工作建立了信心，農民對推廣機構，藉各種大眾傳播媒介教導的信服力也大大的提高，因此，大眾傳播在農業推廣的應用也日趨重要。尤其在這科學昌明，知識技術一日千里的現代社會裡，假如農業推廣方法只限於人際接觸方式，缺乏效率高而便宜的大眾媒介，則很難對廣大的農村民衆，迅速而有效的傳播許多新的消息、知識與技術，農村的發展也將遲緩下來。所以，大眾傳播媒介是農業推廣工作不可或缺的工具，農業推廣工作也必須與大眾傳播工作密切配合。

妥善利用各媒介

由於各種大眾傳播媒介具有不同特性，受播者的性質也互異，包括不同階層、不同行業及不同程度的人，並且訊息內容的差異也懸殊，所以大

眾傳播在農業推廣工作上的應用，並非雜亂無章的隨便使用。為了使大眾傳播產生最大的效果，務須因人、因時、因地、因事，選擇適當的來運用。例如：

(一) 根據媒介特性配合不同場合與需要：各種印刷品，如書刊、小冊、雜誌、報紙等，是占有空間的媒介，也是持久性最大的，可以將有用的訊息保存永久。廣播是時間因素組織的，適時性最高，可以快速傳播所發生的事情，如颱風警報，但比較不適用於傳播複雜及理論的訊息。電影及電視是時空兼具的媒介，可以利用視聽兩感官來傳播。

(二) 在不同創新階段選擇適當傳播媒介配合運用：一般農民對新事物的採用過程，可分為知覺、興趣、考評、試用與採用等五個階段，每個階段對大眾傳播媒介的使用各有不同。知覺階段旨在引起注意，一般性的大眾媒介，如新聞報導、廣播、電視，均可使用。興趣階段在引起農民對新事物的喜好，所以以能眼見者為佳，例如電影、幻燈、照片等。考評階段是要農民對新事物加以判斷，所以必須提供充分資料，如成果觀摩、成果展覽，和新聞書刊雜誌等，均為有效的工具。試用階段在激起農民試用，應以電視、廣播、新聞報導，和書刊雜誌等最為有效。採用階段則必須繼續給予鼓勵，使農民對採用的新事物產

我的意見



桃園沿海防風林木麻黃的逐年枯死情形，各報常有刊登，並經專家多年研究仍未能確定其主要原因及具體防治法。

本人曾抽時研究，今突發現其主因為缺乏氮肥所致。茲將其理論及調查實情，提出供當局及專家們參考。

因防風林木不見逐年施肥及鬆土工作，致缺氮肥而妨礙其根毛的及時生長，於是減低吸收水分能力。每遇季風強烈時致枝葉蒸散力大增，即生脫水枯萎致部分枯死或全株枯死。

防止方法我認爲應該：①在秋末修剪過多及細長的樹枝，以減少季風期水分蒸散。②在夏末或秋初施肥，並每季在其根部周圍行鬆土通氣，同時埋入適量剪下之枝葉或垃圾，以培養固氮細菌自生氮肥。

觀察天然大樹林中，多由其落葉厚積其地面腐爛，以供腐生固氮細菌，固定空氣中之氮素而得氮肥。並由生長於落葉層中之虫類行鬆土作用，以利根部通氣及根毛呼吸作用，及嗜氣性土壤固氮細菌的生長。我注意到凡近耕作地能吸得作物施肥者，未見枯死，其根部有落葉或垃圾積存者亦不枯死。

桃園市三民路一段11葉振旺

近年來政府積極推行農村建設，增產糧源，改善農民生產技術，降低成本負擔，提高農民生活水準，這全是政府愛民德政。

我建議政府能再加強管制偽劣農藥，市面上時常發現同一農藥廠所製造的同一藥品，成分完全相同，可是包裝不同，任由銷售商隨意提高價錢，農友無法認別藥效與確實成分。

爲了能夠讓農友認識與安心使用農藥，最好政府規定廠商採用統一包裝，說明品質成分，並加中文及廠加取銷偽劣農藥，以免浪費農民財力。

農會供銷部是農民最相信的農藥供應站，可是農藥售價都比市面上經銷商貴。如能降低農藥價錢，並辦理無息農藥貸款，到谷子收成後用稻谷償還，是衆多農民之所望。

南投埔里鎮向善路2劉勝義

今年本地的芒果，雖也曾被果蠅爲害，但其內部肉質甚少發現有果蠅幼虫爲害情形，原因是此地曾放置不孕果蠅之雄蠅。此爲政府的一種創舉和德政，果農們均額手稱慶。

但現在正在採收的柳丁就不同了，只要被果蠅爲害者，內部肉質就有果蠅的幼虫，落果累累，甚爲可惜。我建議有關單位能連續不斷地放置不孕果蠅，直到果蠅全部消滅爲止。

高雄杉林鄉月眉村內寮2趙慎祥

本地今年柑桔價格大跌，柑農收不到農藥及肥料等成本費，我建議青果合作社大量爭取外銷，免得柑農遭受損失，則柑農們感恩不盡。

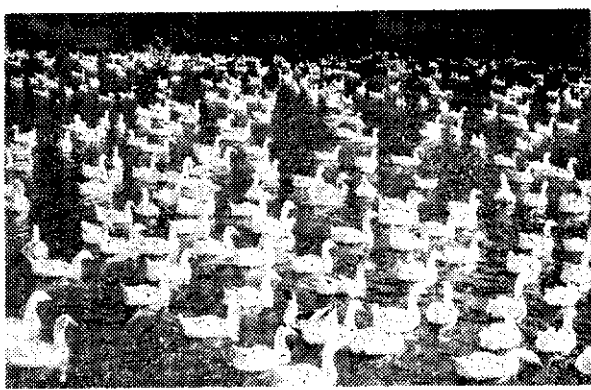
嘉義梅山鄉半天村106黃長進

生信心，應不時利用各種傳播媒介，增強作用。

③藉助意見領袖功能：運用大眾傳播媒介，將訊息傳遞給農村中一些具有影響力的意見領袖，或先說服這些人，採用新事物，然後藉助他們，將消息傳播給廣大農民，或影響他們，鄰居與親友，以縮短採用過程時間。

④大眾傳播與人際傳播配合運用：大眾傳播的缺點是：①單向訊息流動。②以差異性大的廣大羣衆爲對象，難以選擇。③對訊息的回饋量少，不能立即回饋，受播者的參與程度低。如能與可彌補上述三缺點的人際接觸方法，如面對面的訪問或討論等配合，則大眾傳播可發揮最大效果。

⑤多種傳播媒介共同使用：受播人不但對傳播內容加以選擇，對於



輔導 (洪文宗)

不同的傳播媒介也會有選擇現象。有些人了解國際大事是由報紙來的，有些人是看電視知道的，每個人使用媒介的習慣不同，如能共同使用多種媒介，如前面談過，各種媒介有不同特性，如能共同使用，使受播者增加感官接觸，相輔相成，產生互補作用，效果更爲宏大。

建立良好的關係

雖然由於種種客觀條件的限制，農業推廣機構或農業推廣人員，無法迅速而有效的直接運用所有大眾傳播媒介，尤其是廣播、電視、報紙等效率高的媒介，但仍可藉助這些媒介的功能，從事推廣工作。

首先必須與大眾傳播機關或傳播者，建立良好的公共關係或人際關係。人羣關係是解決一切事務必經的孔道或橋樑，良好的人際關係是合作與協調行爲的基礎。

其次爲主動通知或邀請大眾傳播者，參與農業推廣活動。與凡辦理各項活動，推廣人員應主動事先邀請傳播者參與，使他們親臨其境，增進對活動的了解與支持，期使對活動做正確有效的報導。如此一方面可加強建立公共關係，另一方面可達廣告宣傳或教育的目的。

最後，仍須主動向大眾傳播機構或傳播者提供有價值的訊息。大眾傳播機關，有時受了時間、空間或其他因素限制，無法直接參與各種活動而獲得有價值的訊息，推廣人員如能將各種消息主動提供給傳播者，經由他們適當處理後傳播出去，同樣可以達預期期的效果。