

# “推—拉理论”视角下高校大学生参加阅读推广活动的动因分析

□胡陈冲\*

**摘要** 推—拉理论为高校大学生参加阅读推广活动的动因分析提供了一个可参考的理论框架,文章以高校大学生参加阅读推广活动的情况为研究对象,利用相关文献资料 and 实际访谈数据,尝试从推—拉理论的视角论述促使大学生参加阅读推广活动的内外推力与拉力因素。在此基础上对高校图书馆如何强化大学生参加阅读推广活动行为的产生提供建设性参考。

**关键词** 高校大学生 推—拉理论 阅读推广活动 动因

**分类号** G252

**DOI** 10.16603/j.issn1002-1027.2017.01.011

## 1 问题的提出

政府和社会一直积极倡导和推动全民阅读的深入开展,并取得显著成效<sup>[1]</sup>。全民阅读已上升为国家发展战略,被列为“十三五”规划纲要中的重大文化工程之一。在这种时代背景下,以大学生为目标群体的高校图书馆与时俱进、高度重视并强化阅读推广服务,积极开展旨在改善和提升大学生阅读素养的各种推广活动。大学生作为高校图书馆的最主要受众,不但是评价阅读推广活动质量的主体,是阅读推广得以顺利开展的重要因素,也是阅读推广活动真正价值的获得者<sup>[2]</sup>。大学生对阅读推广活动的认同感、参与度和满意度也直接影响着开展此类活动的效果和意义。因此,以大学生参加阅读推广活动的情况为研究对象,考察分析大学生为什么选择参加阅读推广活动?何种动力因子促使他们参加阅读推广活动?怎样推动更多大学生参加此类活动?探索这些问题,对于高校图书馆富有成效地组织策划阅读推广活动,促进大学生主动参加阅读推广活动,从而提升其阅读素养具有理论和实践意义。基于此,笔者尝试从推—拉理论的视角,借助文献资料 and 实际访谈数据,探讨促使大学生参加阅读推广活动的内在推力和外在拉力因素,为高校图书馆策划和开展更为有效的阅读推广活动提供参考。

## 2 理论背景

### 2.1 阅读推广及其研究概况

当前,阅读推广的研究得到社会各界的广泛关注。实践的发展更在不断“倒逼”着阅读推广研究的深入和提高<sup>[3]</sup>。范并思认为阅读推广是一种活动化的具有明显干预特点的新型图书馆服务形式,主要是以各种活动为表现形式,比如,读书会、新书展、知识竞赛等<sup>[4]</sup>。郑章飞认为,阅读推广是为了激发读者阅读需求,而阅读推广活动是对阅读本身进行推广,也是图书馆的一种自我推广方式<sup>[5]</sup>。范并思的研究以宽阔的视野深入分析了关于阅读推广的基础理论、实践、管理等方面的问题<sup>[6-8]</sup>;一些研究利用实证调查分析对阅读推广的现状、存在问题进行分析并提出改善建议<sup>[9]</sup>;还有研究对阅读推广的发展趋势、研究进展进行探索<sup>[10]</sup>。可以看到,多数研究成果主要针对阅读推广的现状、问题、改善方法、研究进展和发展趋势等进行描述性或实证分析,而以阅读推广的服务对象为研究对象而进行的专项研究很少见,探讨分析促使大学生参加阅读推广活动的心理、环境等内外影响因素的研究也只是零星地简单论及<sup>[11]</sup>。鉴于此,本文尝试从一个新的研究视角出发,以大学生参加阅读推广活动的情况为研究对象,对大学生参加阅读推广活动这一行为产生的动因进行分析。

\* 通讯作者:胡陈冲,ORCID:0000-0002-3797-447X,baoxianboy@163.com。

## 2.2 “推—拉理论”

“推—拉理论”最早可追溯到拉文斯坦(E. G. Ravenstein)的“迁移定律”。拉文斯坦认为社会中的个体受歧视和受压迫所产生的心理压力以及气候、生活条件的不合适都是促使人口转移的因素(推力),他的观点被认为是人口转移“推拉”理论的渊源。赫伯尔(R. Herberle)第一次系统地对“推—拉理论”的概念作出解释,认为人口迁移是由于迁出地的推力(外推力)和迁入地的拉力(内拉力)共同作用的结果。博格(D. J. Bogue)进一步对推力和拉力影响因素进行阐述。他认为从运动学的观点看,个体迁移是两种相反方向的力相互作用的结果,那些在迁入地起主导的改善生活条件等积极因素为“拉力”,它吸引人口不断流入;那些在迁出地起主导的对个人发展不利的社会经济条件等因素为“推力”,它促使人口向外迁出。可见,上述学者主要强调外部因素在迁移中的作用。李(E. S. Lee)在其《迁移理论》中系统总结了“推力—拉力”理论,他认为影响迁移行为的因素有4种:与迁入地有关的因素(如环境、教育资源)、与迁出地有关的因素(如家庭、环境、人际网络)、中间障碍因素和个人因素(如心理、需求、利益),指出了迁出地和迁入地各自都有推力和拉力两类因素。李将个人因素和中间障碍因素引入了包含内外部因素的解释框架中,即劳动力的流动和迁移是内部推力(个人因素、家庭因素)、中间障碍(距离远近、文化差异等)和外部拉力(用人单位、政府政策等)三种因素相互作用的结果<sup>[12-13]</sup>。推—拉理论参考了人口学、经济学、社会学与心理学等学科的观点,包含从宏观到微观、从外部到内部的全面因素,不仅成为研究流动人口和移民的重要理论之一,还被应用于旅游、留学生跨国流动、高校毕业生就业流动等研究领域<sup>[14-17]</sup>。同时,有学者将“推—拉理论”引入到高校图书馆读者服务工作中,阐述了推—拉理论应用于分析读者群体的合理性<sup>[18]</sup>。对大学生读者而言,选择参加图书馆开展的阅读推广活动而不是学校的其他活动的行为,这种选择和权衡的行为可视为一种“推—拉”过程产生的结果,但目前对于将“推—拉理论”应用到高校大学生读者群体的相关研究尚有待开展。

2.3 “推—拉理论”是解释大学生参加阅读推广活动动因的可参考框架

基于上述,如果将推—拉理论运用于大学生参

加阅读推广活动这一行为产生的动因分析过程中,那么,该行为的“迁出地”“迁入地”如何解释?该行为的推拉因素分别是什么?这些都是需要回答的问题。在查阅了涉及读者参与阅读推广活动影响因素的相关文献的基础上,结合实践积累的经验,我们认为大学生从“迁出地”——不参加或没能参加阅读推广活动的消极状态或原始状态“迁移”到“迁入地”——选择参加此类活动的状态,可看作是多种内外因素共同作用的结果。这些内外动力因素应该包括:读者个体因素(心理、需求、禀赋等)、图书馆主体因素(活动属性、组织要素、制度规则等)、外部环境因素。从运动学的观点来看,这一行为选择与人口迁移一样,都受到了推力和拉力的作用。其中“推”的因素是大学生个体生理心理特征等方面的内部推力,它使大学生产生参加活动的意愿或需要;“拉”的因素就是吸引大学生的开展活动的主体及环境条件等外部拉力,它使大学生在特定时间内选择参加此类活动而非其他活动。上述内外部因素的共同作用最终促成大学生参加活动这一行为的发生。

综上,借鉴推—拉理论解释框架,大学生参加活动的内部推力主要包括:个人因素,即个人心理和发展需求因素;外部拉力,即环境因素(如政策环境);主体因素(如活动主题、奖励制度);中间障碍为活动时空要素、信息渠道通畅度、个人禀赋。对这几个因素再进行细化,构建出的参考框架如图1所示。我们认为,大学生参加阅读推广活动这一行为的产生是在克服中间障碍的前提下,在以下多种内外推拉力因素共同作用下理性选择的结果。当然,推力有正负推力,拉力也有正反拉力,文中主要分析的是促使大学生参加阅读推广活动的驱动力,即正推力和正拉力,并在下文的分析中进一步验证这一框架中各要素的可行性。

## 3 “推—拉理论”视角下大学生参加阅读推广活动的动因分析

### 3.1 相关数据来源及方法

数据主要通过文献资料查阅和实际深入访谈获得。一方面,通过文献查阅,搜集大量参考资料。另一方面,根据分析框架,拟定相关问题,形成访谈提纲,并于2016年4月的“天美读书月”期间先后与大学生进行面对面的咨询和访谈,以获取大学生参加阅读推广活动动因方面的第一手资料。实际访谈中,

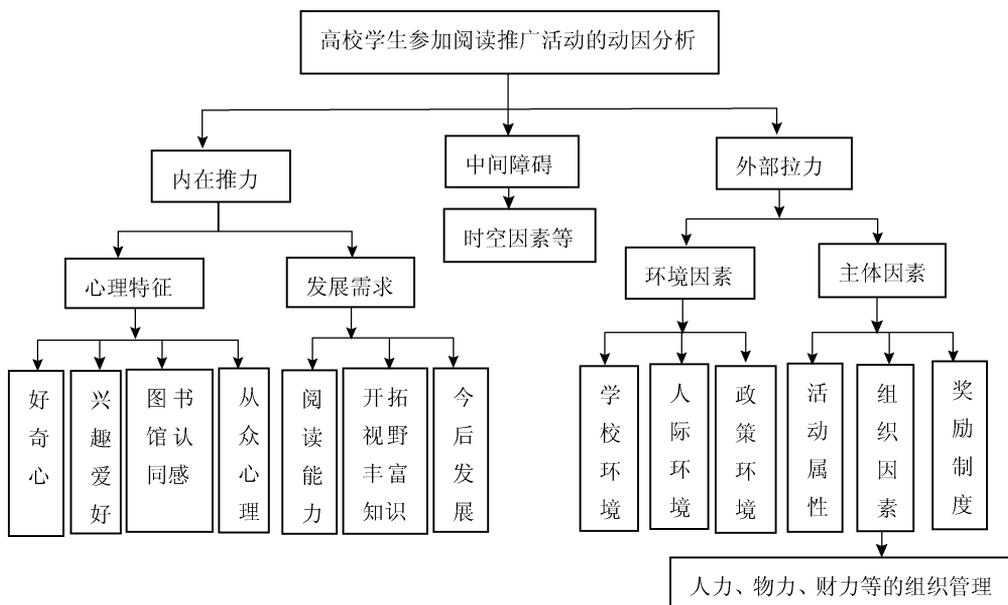


图1 高校大学生参加阅读推广活动的动因参考框架图

被访对象为天津美院各专业大一至大四的50名大学生。其中,男生20名,女生30名;大一至大四各年级被访谈者的数量分别为10、20、15、5。数据来自于有针对性的、面对面的深度访谈,具有真实有效性,虽可能存在一定局限性,但基本上能较详实和准确地反映出促使大学生参加阅读推广活动的内外动力因素,因此具备一定代表性。

### 3.2 大学生参加阅读推广活动的推力因素

(1)心理特征是大学生参加阅读推广活动的内推动机。

大量研究表明,在阅读推广中应注重探究读者心理;有研究论及图书馆只有持续研究读者心理和阅读行为,才能深化和细化阅读推广等服务工作<sup>[19]</sup>。张森的调查研究显示,阅读推广应该在了解读者阅读行为与心理的基础上,探索适于未来的阅读推广服务模式<sup>[20]</sup>。郭文玲通过调查数据论证个人兴趣是促使大学生进行课外阅读的主要动力<sup>[21]</sup>。周迪、熊婵通过实例表明契合读者阅读心理的活动能够激发学生参加活动的积极性<sup>[22]</sup>。这些都表明,满足兴趣爱好等心理需要是大学生参加阅读推广活动的正向推动力。

访谈中也发现,92%的受访者表示兴趣爱好是促使他们参加活动的动因之一,且有76%的人将此因素视为推动其参加阅读推广活动的最重要因素;32%的受访者认为好奇心是促使其参加阅读推广活动的推动因子之一;有46%的受访者表示,对图书

馆的正面认同感是促使他们参加活动的主要因素之一。有研究也认为,读者对图书馆的正面认同感有助于增加对图书馆的情感依赖,从而倾向于产生利用图书馆的积极性<sup>[23]</sup>。相关研究发现,从众心理也是推动大学生参加阅读推广活动的又一内在推力因子。梅秀秀等通过调查发现,“周围人参与少”成为阻碍阅读推广的最大因素<sup>[24]</sup>。张政法表示,出于安全感或信任感等动机,个体在信息接受中往往会采取与周围群体一致的心理和行为倾向<sup>[25]</sup>。访谈中有一部分大学生也表示,当看到或获知舍友、同学等周边的人参加阅读推广活动时,也会倾向于选择参加活动。总体上说,个人的兴趣爱好、好奇心、对图书馆的认同感及从众心理等内在推力因子一定程度上有助于大学生主动参加阅读推广活动,差别在于各因素间“推”的强化程度有所差异。

(2)个人发展需求是大学生参加阅读推广活动的内驱力。

访谈发现,分别有90%和86%比例的受访者表示提升阅读能力、开拓视野及扩充知识等需求是参加阅读推广活动主要驱动力;54%的学生表示为了今后各方面发展而参加此类活动。这显然表明大学生作为社会个体,同样具备理性经济人的特点,倾向于从是否有利于自身发展的方面考虑是否参加阅读推广活动。可以说,个人发展需求因素对大学生参加阅读推广活动具有推动作用,阅读推广活动重视服务对象的内心需求,更能激发其参与的意愿。当

然,不同的目标群体对阅读推广有不同的需求<sup>[2]</sup>,需要在今后深入系统的实证研究中进一步来验证。

### 3.3 大学生参加阅读推广活动的拉力因素

(1)环境因素是大学生参加阅读推广活动的外部诱因。

大学生参加阅读推广活动的环境因素包括了学校环境、人际环境(人际网络)和政策环境三方面。首先,在全媒体环境下,高校图书馆逐渐具备了多元化阅读推广渠道和立体化信息服务,学生接触并了解到各种信息服务的机会越来越多,各种实体和虚拟信息平台都成为学生了解阅读推广活动的重要渠道。此外,近几年来,图书馆的阅读推广活动日益常态化,为在校大学生营造出良好的阅读氛围,成为拉动他们参加活动的引导力。50位受访者中,有49位都表示良好的学校氛围和空间环境成为他们选择参加此类活动的重要拉动因子。其次,人际环境对大学生参加活动同样具备一定拉动作用,在学院老师、同学及学生社团的介绍和告知下,大学生对参加活动持积极态度。受访者中,有32位表示经社团或同学介绍后会选择参加活动。第三,政策环境对促使大学生参加阅读推广活动具有精神拉力作用。全民阅读政策的宣传贯彻,越来越契合民众诉求,全民阅读观念深入人心,影响力越来越大,为大学生了解高校阅读推广服务提供了良好的政策环境,为阅读推广活动的开展和推进提供了契机和动力。访谈中有学生表示,国家对全民阅读在政策层面上的强化作用,一定程度上改变了他们对学校图书馆开展阅读推广活动的看法,一般会积极了解图书馆的相关活动。总的来说,上述环境因素潜移默化地提高了大学生主动阅读的意识,符合大学生的内心诉求,对拉动大学生参加阅读推广活动产生了积极影响。

(2)主体因素是拉动大学生参加阅读推广活动的关键因子。

主体因素,具体来说是以高校图书馆为主体组织策划的阅读推广活动及其各要素的总和(见图1)。

首先,活动属性即阅读推广活动的形式、主题等是大学生参加活动最关键的外部拉动因子。关绍伟认为,选择有创新、有吸引力、贴合大学生需求的活动主题是读书活动成功的重要因素<sup>[26]</sup>。相关研究也表明,通过改变阅读推广的形式和内容,激发读者的阅读兴趣是常见的有效的阅读推广方法,陈旧的

形式无法满足读者需求,更无法吸引他们的注意力<sup>[27]</sup>。访谈中,50位受访者都表示,图书馆开展阅读推广活动的主题、内容是影响他们参加活动的最重要外部因素。

其次,高校图书馆阅读推广活动的顺利有效开展,离不开人员、资源等因素的合理调配。学校及各院系的积极配合、经费支持和大学生社团的主动参与,都能够提高阅读推广活动的影响力,扩大其辐射范围,吸引更多学生参加此类活动。图书馆在活动前期的宣传力度和宣传效果直接影响读者对活动的知晓度和认同度。受访者中就有31位表示信息不畅通成为了阻碍其参加活动的因素之一。访谈中分别有20位和16位受访者表示,图书馆员的良好态度和活动前期宣传均会对他们参加活动产生积极影响,如果从组织者的服务中获得了较高的认同感和满意度,就会提升他们参加活动的积极性。此外,有23位受访者表示活动开展的时长也是影响他们参加活动的又一拉动因素。可以发现,组织要素的合理优化对拉动大学生参加活动具有正面效应。

第三,奖励制度是大学生参加阅读推广活动的激励性因子。曾旗、高金章在《管理学》一书中认为,人的行为表现和效果很大程度上取决于个人所受到的激励程度,激励水平越高,行为表现越积极,行为效果也越大<sup>[28]</sup>。相当多的实践研究都表明,图书馆在阅读推广活动中引入激励奖励机制,对读者积极参加活动具有促进作用<sup>[29-32]</sup>。在访谈中也发现,有35位受访者表示图书馆开展的阅读推广活动设置奖金、奖品等物质奖励或证书等精神奖励,是促使他们参加活动的不可缺少的因素。可以看出,设置相关的奖励制度在促进大学生积极参加阅读推广活动上具备较强拉动作用。

## 4 借助并强化推—拉力量,促进大学生参加阅读推广活动行为的产生

上述分析一定程度上说明了大学生参加阅读推广活动动因的参考框架具备一定的合理性。可以认为大学生参加阅读推广活动这一行为的产生是多种正推力和拉力因素共同作用的结果。分析结果也表明,在推—拉力作用的过程中,推力的作用显得直接和主观,它是参加活动这一行为产生最初始的动力因子,如果没有个人内在推力的驱使,那么再优越的外部环境也可能无法促使个体积极行为的产生。而

当个体受到内在推力后,外部拉力显现出至关重要的作用,它成为大学生通过参加活动真正获得内心满足感的一个有效通道,愉悦满意的参与过程具有进一步强化推力的作用,使大学生更积极主动地参与到后续活动中去,因而有助于形成阅读推广常态化发展的良好局面。因此,对高校图书馆如何有效地借助“推力”,强化“拉力”,提升大学生对阅读推广活动的参与度,具有一定的理论和现实指导意义。

(1)挖掘读者资源、重视把握读者心理的内在推力作用。

在新的信息环境下,读者应被视为图书馆的基本资源之一<sup>[33-34]</sup>。读者资源的有效利用有利于提升高校图书馆的阅读推广工作。首先,图书馆只有深入了解大学生的心理特征,提高对他们心理行为的理解和预测能力,才可能掌握大学生对何种阅读推广活动感兴趣、哪类活动对他们吸引力大,从而有针对性地开展阅读推广活动。其次,真正了解读者需求的还是读者本身,图书馆有必要根据预期效果和阅读推广计划,定期对读者进行阅读调查、访谈等数据挖掘工作,以掌握读者的心理特征,在这一过程中,应强调分析不同读者群的特征和阅读需求的动态变化。活动后,注重调查大学生的满意度、认同感和阅读效果,获得的调查数据可以为今后开展阅读推广活动提供决策参考。

(2)克服中间障碍,借助推拉力量调动大学生参加阅读推广活动的积极性。

信息不畅通、时间冲突、空间距离等中间障碍因素,都可能造成大学生无法参加阅读推广活动。只有排除各种中间障碍因素的影响,才能调动大学生参加阅读推广活动的积极性、提高他们参加活动的可能性。访谈中发现,信息不畅通是造成大学生没能参加阅读推广活动的重要因素。因此,在实践中,首先有必要加大宣传力度,畅通线上线多宣传渠道,使在校大学生能够随时随地接触到活动信息,避免因信息不畅通而导致学生没能参加活动。其次,做好推广活动的前期调查,通过纸质或网络调研,掌握大学生有意愿参加活动的最佳时间段和校区,最大限度地减少时空要素对大学生参加活动的制约。第三,正确把握大学生的阅读层次和个人禀赋(包括人口学特征)。现实中,每一位大学生的阅读素养和个人禀赋显然存在差异,也必将形成不同层次的群体特征,在设计活动时,有必要针对不同群

体的特征策划不同的推广方案。例如,开展各种对受众进行细分的小型阅读推广活动,更容易产生共鸣、激发内心需求,增强其参加活动的意愿。

(3)搭建立体化环境,创新阅读推广项目,强化外部拉力的吸引作用。

首先,多视角优化各种环境因素,对于营造良好阅读氛围及培养大学生的阅读兴趣具有积极作用。对于高校图书馆来说,充分利用媒体环境、人际环境、政策环境的辐射影响力,构建社会—学校—图书馆三大空间维度协调互补的立体化阅读环境,有利于在校园中营造出浓厚的阅读氛围,于潜移默化中激发和培养读者的阅读兴趣,鼓励更多大学生参与阅读推广活动,使他们不仅能成为活动的接受者,也成为活动的推广者。其次,高校图书馆应合理调配各种要素,不断优化、创新服务形式,开展立体化阅读推广<sup>[35]</sup>。其中,组织策划多样化的符合大学生需求的阅读推广活动,主题是活动成功与否的关键因素,有创意的主题能更好调动读者的主观能动性,满足他们求知、求新、求趣的需求和动机。当前大学阅读推广活动中涌现出的研读经典、知识竞赛、悦读之星评选等形式,寓教育性和娱乐性为一体,引起大学生的浓厚兴趣,激发他们参加活动的热情。总之,高校图书馆在阅读推广中致力于打造精品活动,凝聚大学生注意力,才能使他们对活动产生向心力——即外部拉力产生的效果。而这些对于在今后逐步建立起一个人人要阅读、会阅读、爱阅读、享阅读的书香校园具有一定促进作用。

## 5 结语

文章尝试运用推—拉理论构建一个可参考的理论框架,为分析高校大学生参加阅读推广活动的动因提供新的研究思路,为高校图书馆有效地组织策划和开展阅读推广活动提供一定的理论支持和参考。当然该理论参考框架中各层次的划分以及各个因素的选取、界定、补充和应用都还需要科学系统的实证研究的进一步分析和检验,这其中包括对各种动力因子相关性和有效性的研究,对大学生参加阅读推广活动的影响因素建立模型并进行分析和检验等,这些问题将留待后续研究。

## 参考文献

- 1 全民阅读十年成效显著 全民阅读率明显提高[EB/OL]. [2016—

- 08—28]. <http://culture.people.com.cn/n/2015/1126/c172318-27857792.html>. 2015-11-26.
- 2 尹秀波. 读者视角下高校图书馆阅读推广活动评价指标体系构建研究[J]. 大学图书馆学报, 2016(1): 98-101.
  - 3 范并思. 阅读推广的理论自觉[J]. 国家图书馆学报, 2014(6): 3-8.
  - 4 受访者 吴晔 中国图书馆学会阅读推广委员会主任. 吴晔: 图书馆阅读推广基本理念问题仍待解决[N]. 中国图书商报, 2013-07-23(018).
  - 5 郑章飞. 图书馆阅读推广理论与实践研究述略[J]. 图书馆论坛, 2010(6): 46-51, 132.
  - 6 范并思, 王巧丽. 阅读推广的管理自觉[J]. 图书馆论坛, 2015(10): 8-14.
  - 7 范并思. 阅读推广与图书馆学: 基础理论问题分析[J]. 中国图书馆学报, 2014(5): 4-13.
  - 8 范并思. 阅读推广: 高校图书馆服务“新常态”[J]. 上海高校图书馆情报工作研究, 2013(2): 1-4.
  - 9 鄂丽君. 基于问卷调查的高校图书馆阅读推广现状分析与思考[J]. 图书馆工作与研究, 2016(2): 101-104, 123.
  - 10 刘媛. 中国公共图书馆阅读推广活动发展趋势研究——基于德尔菲法的调查报告[J]. 农业图书情报学报, 2014(6): 88-92.
  - 11 张怀涛. 阅读推广方式的维度观察[J]. 大学图书馆学报, 2015(6): 59-65.
  - 12 李强. 推拉理论视角下我国高校留学生招生策略浅析[J]. 中国轻工教育, 2015(4): 60-62.
  - 13 李竞能. 现代西方人口理论[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004: 175-176.
  - 14 李秀珍. 论推拉理论在国际学生流动领域的重构——基于内外因互动的视角[J]. 洛阳师范学院学报, 2013(3): 30-33.
  - 15 郑鹏, 马耀峰等. 来华外国旅游者推拉驱动力的相关性研究[J]. 人文地理, 2014(1): 146-153, 107.
  - 16 杨军红. 来华留学生构成特点及影响因素分析[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2006(S1): 103-107.
  - 17 潘昆峰, 蒋承. 我国大学生留学选择的影响因素分析[J]. 中国高教研究, 2015(3): 15-20.
  - 18 胡国华. 推拉理论在高校图书馆读者服务工作中的作用机制[J]. 高校图书馆工作, 2003(1): 16-17, 21.
  - 19 崔波, 岳修志. 图书馆加强阅读推广的途径与方式[J]. 大学图书馆学报, 2010(4): 37-39, 124.
  - 20 张森. 基于网站建设的高校图书馆阅读推广问题及策略[J]. 图书馆工作与研究, 2014(5): 45-49.
  - 21 郭文玲. 基于阅读心理的大学生阅读调查与图书馆阅读推广策略[J]. 高校图书馆工作, 2016(2): 7-13.
  - 22 周迪, 熊婵. 体验式阅读推广活动探析——以“六五环境日百人读书接力”活动为例[J]. 图书情报研究, 2015(4): 12-16.
  - 23 丁立华. 阅读推广对大学生图书馆认同的影响——基于个人感知的视角[J]. 图书馆论坛, 2013(4): 153-156, 161.
  - 24 梅秀秀, 秦萍, 李雪琛. 新媒体时代大学生阅读现状及阅读推广研究[J]. 情报探索, 2016(4): 62-66.
  - 25 张政法. 大众传播影响力实现路径的多维解析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2014(5): 27-31.
  - 26 关绍伟. 高校图书馆阅读活动建设探索——沈阳理工大学图书馆读书月活动回探[J]. 图书馆理论与实践, 2011(5): 78-79.
  - 27 邱建玲. 大学阅读推广的实践路径: 注意力视角[J]. 大学图书馆学报, 2016(1): 83-87.
  - 28 曾旗, 高金章. 管理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2012: 321.
  - 29 吴振忠. 晋级激励机制在图书馆阅读推广活动中的运用研究[J]. 大学图书馆学报, 2011(3): 21-24.
  - 30 王姝, 魏群义, 黄娟. 高校图书馆阅读推广理论架构与实践——以重庆大学图书馆为例[J]. 图书馆情报工作, 2014(11): 73-76, 103.
  - 31 吴惠茹. 高校图书馆实施阅读激励的实证分析[J]. 图书馆论坛, 2016(5): 109-116.
  - 32 曹桂平. 我国高校图书馆读书会现状与发展对策探讨[J]. 图书馆情报工作, 2015(2): 44-50.
  - 33 王子舟, 吴汉华. 读者既是图书馆的服务对象也是活态资源[J]. 图书馆杂志, 2009(9): 10-15, 32.
  - 34 蔡晨, 韩博文, 覃铭添. 高校图书馆利用读者资源开展阅读推广工作研究[J]. 情报探索, 2013(3): 113-115, 119.
  - 35 方海燕. 立体阅读: 图书馆经典阅读推广的有效模式[J]. 图书馆工作与研究, 2014(12): 104-107.

作者单位: 天津美术学院图书馆, 天津, 300141

收稿日期: 2016年7月18日

## Analysis on Dynamic Factors of College Students to Participate in Reading Promotion Activities from the Perspective of Push-Pull Theory

Hu Chenchong

**Abstract:** The push-pull theory provided a frame of reference for the dynamic factors analysis of college students to participate in reading promotion activities. Taking college students as the study object, based on literature and actual interview, this article discussed the push and pull factors inside and outside of students to participate in reading promotion activities from the push-pull theory perspective. It is hoped to provide the university libraries with some constructive reference in terms of how to encourage college students to participate in such activities.

**Keywords:** College Students; The Push-Pull Theory; Reading Promotion Activity; Dynamic Factors