

“双一流”战略背景下中国高校海外网络传播力分析

北京师范大学新闻传播学院 北京 100875

张洪忠 方增泉 祁雪晶 杨可 王乐 汤艺甜

摘要 国家已经把树立中国大学的良好品牌和形象视作为“双一流”大学建设的应有之义。本论文选取中国大陆和港澳台地区的159家高校作为研究样本,通过抓取国际搜索网站和大型社交平台数据,设定具体的维度和指标进行比对分析,发现中国高校在海外影响力及品牌形象塑造工作还有很大的差距,尤其是大陆高校对海外网络传播平台的利用不足,没有把现代传播的双向性、互动性和发散性的理念应用到海外传播中,海外传播力建设任重道远。

关键词: “双一流”战略, 社交媒体, 传播力

中图分类号: G206

开放科学(资源服务)标识码(OSID)



Analysis of the Influence of China Universities' Oversea Network Communication under “Double World-Class” Development

School of Journalism and Communication, Beijing Normal University, Beijing 100875, China

ZHANG HongZhong FANG ZengQuan QI XueJing YANG Ke WANG Le TANG YiTian

Abstract China has regarded the establishment of good brand and image of Chinese universities as the proper meaning of the construction of “Double World-Class” development. This paper selected 159

作者简介: 张洪忠(1969-),传播学博士,教授。研究方向:传播效果测量、社交媒体分析、传媒公信力、网络数据挖掘等;方增泉(1972-),博士,研究员,研究方向:教育新闻与传媒、媒介教育,Email:fangzq@bnu.edu.cn;祁雪晶(1986-),硕士,研究方向:教育新闻、媒介素养教育;杨可(1992-),硕士研究生,研究方向:新闻传播;王乐(1993-),硕士研究生,研究方向:新闻传播;汤艺甜(1996-),本科生,研究方向:新闻传播。

universities from China mainland, Hong Kong, Macao and Taiwan. We collected data from websites and social platform. Specific dimensions and indexes were compared and analyzed, and we found there is a big gap in the overseas influence of China universities. The results indicated that China mainland universities were lack of modern communication concepts such as interaction and divergence for spread in overseas network communication platform. Therefore, overseas social media influence of China universities has a long way to go.

Keywords: “Double World-Class” development, social media, communication Influence

1 引言

2015年,国务院发布《统筹推进世界一流大学和一流学科建设总体方案》。方案中指出,建设世界一流大学和一流学科是党中央、国务院作出的重大战略决策,对于提升我国教育发展水平、增强国家核心竞争力具有十分重要的意义。方案明确提出“双一流大学”建设要“切实提高我国高等教育的国际竞争力和话语权,树立中国大学的良好品牌和形象”^[1]。

现代社会,互联网逐渐成为重要的文化传播渠道和交流平台,网络传播力日益受到各国的重视。国际电信联盟在2016年版《宽带状况报告》中指出,2016年底,全球互联网用户已达35亿。数字媒体时代下,社交媒体活跃用户数不断提高,Facebook今年3月份的月均活跃用户数已达19.36亿,占全球72亿人口的27%^[2]。而Twitter、Instagram的月均活跃用户数也分别超过3亿和5亿^[3]。

随着“双一流大学”建设方案的提出,高等教育海外传播力建设也引起了学界的重视。有学者通过量化研究的方法对高校的传播力状况展开研究,但仅局限于学科建设方面。例如,邓惟佳在《中国哲学社会科学成果对外传播研究(2005—2014)》中,对中国哲学社会科学在

国际学术期刊中对外传播的成果,从总体数量、文献类型、学科分布、使用语言、来源机构和合作情况6个方面进行量化统计和全面考察^[4]。也有一些学者针对当前我国大学海外传播过程中的问题,提出相应的改善建议,但这些研究均缺乏量化研究的视角。如铁铮、夏宇鹏在《着力增强高校海外传播力》中认为,我国高校海外传播过程中存在对海外传播认识不足、内外传播着力不均、海外传播职责不明、传播人才不足、传播渠道通畅、传播内容精准六大问题,同时提出了增强高校海外传播意识、创新海外传播方式方法、强化海外传播队伍培养、加快海外传播基础建设的传播力提升策略^[5]。此外,校园媒体是大学向公众传播的重要窗口,高校的海外网络平台建设能够提升其在海外的知名度和影响力。但是,我国高校如何更好地在海外网络平台上进行传播,这一问题尚未引起学者们的关注和重视。

本论文在构建我国高校海外网络传播力测度时,将Google新闻的提及率、社交媒体账号建设情况等作为测量“在场”传播力的维度^[6]。中国大陆211高校以及港澳台地区入选QS亚洲200强的高校代表了中国高等教育的领先水平,选取这些高校作为中国高校的样本进行考察,对了解中国高校海外网络传播力的前沿水

平和现状有着重要意义。本研究采用量化研究的方法来考察我国高校在海外网络平台上的传播力状况,弥补了当前学界研究的空白,具有一定的创新意义。

本论文选取 159 家高校作为研究样本,通过抓取国际搜索网站和大型社交平台数据,设定具体的维度和指标进行比对分析,以期了解我国高校海外网络传播力现状,提高高校海外传播能力,完善我国海外网络传播体系建设,进而提升中国的国际传播力^[7]。

2 指标与算法

2.1 指标

本研究采用专家法设立指标和权重^[8]。首

先,选取 Google 新闻搜索、维基百科英文词条、Twitter、Facebook、Instagram 五个平台作为考察维度。

其次,对每个维度设立具体指标,通过赋予各项指标不同的权重,计算评估出中国高校的海外传播力度。与《中国高校海外网络传播力报告(2015)》相比,本次调研做出了三点调整和完善:第一,本报告加入港澳台名校作为考察对象;第二,本报告对五大维度下的每个指标权重进行调整;第三,本报告对具体算法进行完善,强调指标得分的绝对值,确保今后研究的纵向可比性^[9]。

五个维度共有二级指标 20 个,逐一赋予权重进行量化统计和分析,得出 159 所中国高校在海外网络传播力得分,各项指标权重如表 1。

表1 159所中国高校海外网络传播力指标权重

维度	指标	权重	
Google	新闻数量	15%	20%
	Google Trends	5%	
Wikipedia	词条完整性	5%	20%
	词条被编辑的次数	5%	
	参与编辑的用户数量	5%	
	链接情况(链入与链出)	5%	
Twitter	是否有官方认证账号	5%	20%
	粉丝数量	4%	
	半年内发布信息量	4%	
	半年内最高转发量	4%	
	半年内最高点赞量	3%	
Facebook	是否有官方认证账号	5%	20%
	主页好友数量	5%	
	半年内发布的消息数	5%	
	半年内最高点赞量	5%	
Instagram	半年内发布内容的数量	5%	20%
	粉丝数量	4%	
	半年内被点赞的数量	3%	
	半年内回复的数量	3%	
	TAG 数量	5%	

2.2 算法

本次研究中, 高校海外网络传播力的测量由各个筛选指标乘以相应系数, 加权然后相加得到。具体算法如下:

首先, 将定性数据转化成定量数据, 计算中的定性数据包括: Twitter 中的“是否有官方账户”; Facebook 中的“是否有官方账户”等; 其次, 按照上表中所列的指标权重计算每个指标的系数; 最后, 通过公式计算出学校的海外网络传播力, 计算公式如下:

$$Y = \sum_{i=1}^5 \sum_j a_{ij} \frac{K_{ij}A}{a_j}$$

Y : 任意学校的海外网络传播力得分;

a_{1j} : Google 搜索任意指标的数值, $j=1, 2$;

a_{2j} : 维基百科任意指标的数值, $j=1, 2, 3, 4$;

a_{3j} : Twitter 任意指标的数值, $j=1, 2, 3, 4, 5$;

a_{4j} : Facebook 任意指标的数值, $j=1, 2, 3, 4$;

a_{5j} : Instagram 任意指标的数值, $i=1, 2, 3, 4, 5$;

K_{ij} : 任意指标的权重;

a_j : 任意指标的均值;

A : 所有指标的均值的和。

2.3 数据采集时间

本次调研中各项指标的数据采集时间分别为: Google 新闻搜索数据覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016 年 6 月, Google Trends 数据覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016 年 6 月; 维基百科数据覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016 年 6 月; Twitter 数据覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016 年 6 月; Facebook 数据覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016 年 6 月; Instagram 半年内信息发布时间、点赞量和回复量覆盖时间为 2016 年 1 月至 2016

年 6 月, 粉丝数量和相关 TAG 数两个指标为从所查找账号开通到 2016 年 6 月。

2.4 分析对象选择

本研究选取 116 所中国大陆“211 工程高校”以及 43 所港澳台地区入选 QS 亚洲 200 强的高校作为研究对象, 其中港澳地区高校有 8 所, 台湾地区高校有 35 所。大陆 211 高校以及港澳台地区入选 QS 亚洲 200 强的高校代表了中国高等教育的领先水平, 选取这些高校作为中国高校的样本进行考察, 对了解中国高校海外网络传播力的现状有着重要意义。

3 海外网络传播力总得分

3.1 基本描述

本研究整理并汇集中国大陆的 116 所“211 工程高校”以及 43 所港澳台地区 QS 亚洲 200 强高校在 Google 新闻搜索、维基百科词条建设情况、Twitter、Facebook 和 Instagram 社交网站上账号建设情况等五个维度的资料, 通过数学计算分析得出其在海外的网络传播力排名, 如表 2。

清华大学的总得分为 7042.88 分, 高于其他高校, 海外网络传播力优势明显。中国高校海外网络传播力得分排名前十位的依次是: 清华大学、香港理工大学、国立台湾大学、国立台湾师范大学、北京大学、香港科技大学、中原大学、香港中文大学、香港大学和国立台北大学。除了清华大学和北京大学为大陆高校, 其他 8 个为港澳台地区高校。

大陆高校平均分为 188 分, 台湾地区高校

的平均分为 301 分，港澳地区高校的平均分为 1135 分。港澳地区高校海外网络传播力平均得分最高，大陆高校平均得分最低。

3.2 大陆211高校总得分

大陆 211 高校排名前十的高校依次为：清华

大学、北京大学、南京大学、西南交通大学、复旦大学、武汉大学、浙江大学、中山大学、山东大学、厦门大学。其中排名第一的清华大学，是北京综合得分的 5.7 倍。大陆 211 高校综合得分低于 100 分的高校占比为 68%。（篇幅所限，仅呈现大陆 211 高校总得分前 30 名的数据）

表2 大陆211高校传播力排名（前三十名）

排名	中文名称	英文名称	影响力指数
1	清华大学	Tsinghua University	7042.88
2	北京大学	Peking University	1231.90
3	南京大学	Nanjing University	732.57
4	西南交通大学	Southwest Jiaotong University	621.46
5	复旦大学	Fudan University	621.44
6	武汉大学	Wuhan University	548.42
7	浙江大学	Zhejiang University	480.71
8	中山大学	Sun Yat-sen University	391.50
9	山东大学	Shandong University	301.46
10	厦门大学	Xiamen University	299.55
11	大连理工大学	Dalian University of Technology	275.01
12	上海交通大学	Shanghai Jiao Tong University	264.89
13	同济大学	Tongji University	260.96
14	中国科学技术大学	University of Science and Technology of China	256.03
15	北京理工大学	Beijing Institute of Technology	255.10
16	中国人民大学	Renmin University of China	254.27
17	石河子大学	Shihezi University	253.38
18	国防科学技术大学	National University of Defense Technology	245.56
19	南昌大学	Nanchang University	225.87
20	上海大学	Shanghai University	224.01
21	华中科技大学	Huazhong University of Science and Technology	218.93
22	华东师范大学	East China Normal University	195.21
23	上海外国语大学	Shanghai International Studies University	179.40
24	南开大学	Nankai University	171.04
25	郑州大学	Zhengzhou University	163.28
26	北京外国语大学	Beijing Foreign Studies University	162.32
27	天津大学	Tianjin University	157.54
28	北京师范大学	Beijing Normal University	155.63
29	四川大学	Sichuan University	154.29
30	湖南大学	Hunan University	152.49

3.3 中国港澳地区高校总体得分

入选 QS 亚洲 200 强的 8 所港澳地区高校有 4 所得分超过 1000 分，分别是：香港理工大

学、香港科技大学、香港中文大学和香港大学。港澳地区入选 QS 亚洲 200 强的 8 所高校平均得分为 1135 分，如表 3。

表3 QS亚洲200强的港澳地区高校传播力排名

排名	中文名称	英文名称	影响力指数
1	香港理工大学	The Hong Kong Polytechnic University	3808.54
2	香港科技大学	The Hong Kong University of Science and Technology	1203.09
3	香港大学	The University of Hong Kong	1148.26
4	香港中文大学	The Chinese University of Hong Kong	1072.71
5	香港城市大学	City University of Hong Kong	882.43
6	香港浸会大学	Hong Kong Baptist University	418.82
7	澳门大学	University of Macau	356.12
8	岭南大学	Lingnan University, Hong Kong	189.47

3.4 中国台湾地区高校总体得分

入选 QS 亚洲 200 强的 35 所台湾地区高校排名前五依次为：国立台湾大学、国立台湾师范大学、中原大学、国立台北大学和亚洲大学。台湾地区高校的平均得分为 301 分。台湾地区高校低于 100 分的高校占比为 37%，如表 4。

播力方面的状况。

在 Google 传播力维度中，北京大学的得分最高为 800.05 分，得分排在前十的高校依次是：北京大学、清华大学、国立台湾大学、浙江大学、香港城市大学、复旦大学、香港中文大学、香港大学、武汉大学和南京大学。

大陆 211 高校 Google 传播力平均得分为 46 分，港澳地区高校 Google 传播力平均值为 155.24，台湾地区高校 Google 传播力平均值为 48.82 分。

4 维度一：Google传播力

4.1 Google传播力得分

Google 是世界上最具影响力的搜索网站。近年来，Google 新闻搜索和 Google Trends 搜索量的统计是考察某个关键词的受关注程度、观察其网络讨论变化趋势的重要指标。本研究通过 Google 搜索引擎的新闻检索和 Google Trends 搜索量的统计，整体把握我国高校在 Google 传

4.2 Google传播力具体指标

截至 2016 年 6 月，在 Google (www.google.com) 英文搜索引擎的新闻分类下，采用输入双引号中国大陆 211 以及港澳台地区 QS 亚洲 200 强高校英文名称的方法，得到各大学

表4 QS亚洲200强的台湾地区高校传播力排名

排名	中文名称	英文名称	影响力指数
1	国立台湾大学	National Taiwan University (NTU)	2287.61
2	国立台湾师范大学	National Taiwan Normal University	1546.01
3	中原大学	Chung Yuan Christian University	1082.06
4	国立台北大学	National Taipei University	933.70
5	亚洲大学	Asia University Taiwan	564.50
6	国立政治大学	National Chengchi University	450.43
7	逢甲大学	Feng Chia University	370.18
8	国立清华大学	National Tsing Hua University	308.16
9	辅仁大学	Fu Jen Catholic University	297.16
10	国立台湾科技大学	National Taiwan University of Science and Technology (Taiwan Tech)	182.14
11	国立交通大学	National Chiao Tung University	181.16
12	国立东华大学	National Dong Hwa University	180.85
13	高雄医学大学	Kaohsiung Medical University	167.81
14	国立中山大学	National Sun Yat-sen University	159.99
15	大同大学	Tatung University	144.11
16	国立成功大学	National Cheng Kung University (NCKU)	138.97
17	东海大学	Tunghai University	138.25
18	中华大学	Chung Hua University	136.49
19	国立中央大学	National Central University	132.45
20	台湾淡江大学	Tamkang University	128.74
21	东吴大学	Soochow University (Taiwan)	116.41
22	台北医学大学	Taipei Medical University	107.65
23	中国医药大学(台湾)	China Medical University	99.60
24	国立中兴大学	National Chung Hsing University	98.88
25	国立台北科技大学	National Taipei University of Technology	77.88
26	国立台湾海洋大学	National Taiwan Ocean University	77.73
27	国立中正大学	National Chung Cheng University	72.09
28	国立云林科技大学	National Yunlin University of Science and Technology	68.59
29	长庚大学	Chang Gung University	59.29
30	国立高雄应用科技大学	National Kaohsiung University of Applied Sciences	48.86
31	国立济南国际大学	National Chi Nan University	45.26
32	国立阳明大学	National Yang Ming University	43.28
33	国立高雄第一科技大学	National Kaohsiung First University of Science and Technology	33.14
34	元智大学	Yuan Ze University	29.81
35	国立彰化师范大学	National Changhua University of Education	28.82

的新闻数量；运用 Google Trends 搜索高校英文名称，以获得与该高校相关的新闻头条。

第一，Google 新闻搜索量方面。大陆 211 以及港澳台地区高校平均 Google 新闻搜索量为 306 次，大陆 211 高校 Google 新闻搜索的平均搜索量为 251 次，港澳台地区高校 Google 新闻平均搜索量为 454 次，约为大陆 211 高校的 2 倍；最高的为北京大学 5870 次。

Google 新闻搜索量高于 1000 条以上的只有 11 所高校，有 43.5% 的高校（70 所）新闻搜索量在 1 至 100 条之间，还有 5 所高校的新闻搜索量为 0。

第二，Google Trends 搜索新闻头条量方面。大陆 211 高校 Google Trends 平均搜索量为 13，港澳台地区高校平均为 10，差距不大。搜索指数最高的为浙江大学 89 次。有 73 所高校的 Google trends 搜索搜索新闻头条数为 0，占高校的比重为 45.3%。

5 维度二：维基百科传播力

5.1 维基百科传播力得分

维基百科是一个全球任何用户都可以编辑、基于多语言写成的网络百科全书，也是一个动态的、可自由访问和编辑的全球知识体。在维基百科上的英文词条完整性在一定程度上反映了中国高校面向全球编辑和完善学校英文资料的主动性和积极性，编辑频率和链接数量也体现了大学文化交流的互动性。

在维基百科传播力维度中，各项指标权重如下：根据各高校在维基百科的英文词条建设情况，词条完整性情况占 5%；词条被编辑的次

数占 5%；参与词条编辑的用户数量占 5%，词条关联的链接（链入与链出）情况占 5% 的权重比例，总共在影响力测量中占 20% 的比重。

在维基百科传播力维度中，港澳地区高校平均得分为 98 分，台湾地区高校平均得分为 54 分，大陆 211 高校平均得分为 48 分，港澳地区高校在维基百科得分高于大陆和台湾地区高校。

5.2 维基百科传播力具体指标

第一，词条完整性方面。在纳入考察的 159 所高校中，清华大学、北京大学、香港城市大学、国立台湾大学、北京师范大学等 116 所高校的英文词条包含全部 5 个指标。

第二，词条编辑方面。大陆地区大学平均词条编辑次数为 8 次，平均参编用户数量为 4 人。港澳地区的大学平均词条编辑次数为 19 次，平均参编用户数量为 8 人。台湾地区的大学平均词条编辑次数为 10 次，平均参编用户数量为 5 人。

第三，维基百科英文词条的链接方面。北京大学、清华大学、香港大学、国立台湾大学词条与其他词条链接较多，分别为 1561 条、1444 条、1373 条以及 1018 条。复旦大学、上海交通大学、南京大学、东北大学的词条链接在 700 条以上，其余高校词链接则相对较少。

6 维度三：Twitter 传播力

6.1 Twitter 传播力得分

Twitter 诞生于 2006 年，代表着互联网时代即时通讯方式的兴起。通过 Twitter 将简短的讯息即时传送给全球各地的网络用户，这一特点

使它在此后不断出现的各种社交媒体工具中占有独特的地位。本研究通过以下 5 项指标来考察各个大学在 Twitter 方面的传播力状况：是否有官方认证账号、粉丝数量、发布信息量、转发量、点赞量。

各项指标权重如下：是否拥有官方账户占 5%，粉丝数量 4%，发布的消息数量占 4%，得到的回复数量占 4%，一年内的主题数量占 3%。

在 Twitter 传播力维度中，中国高校得分前十名依次是：清华大学、中原大学、复旦大学、石河子大学、山东大学、浙江大学、岭南大学、武汉大学、北京大学和南开大学。

6.2 Twitter传播力具体指标

首先，Twitter 主页账号方面。中国高校中只有清华大学拥有官方认证的 Twitter 账号，其他 18 个有非官方 Twitter 账号中的高校发布状态也并不活跃；

第二，粉丝数量方面。在拥有 Twitter 账号的 19 所中国高校中，平均粉丝量为 371 个；拥有 1000 个粉丝以上的高校仅清华大学一所。粉丝量居于 100 至 1000 个的高校有 7 所，约占整体的 4.3%；

第三，发布信息数量方面。在拥有 Twitter 账号的 19 所中国高校中，平均发帖量为 14 条；4 所高校账号曾发布过信息，其中只有清华大学的发布数量是 251 条，其他高校信息发布量均在 100 条以下；

第四，被回复和点赞的数量方面。仅清华大学、山东大学、岭南大学和石河子大学收获过回复或点赞。其中只有清华大学半年内最高转发量达 11 次，最高点赞数达 29 个，剩余 3 所高校互

动频率均为个位数，其他高校多数为零。

7 维度四：Facebook传播力

7.1 Facebook传播力得分

Facebook 是全球第一大社交网站，用户可以在 Facebook 上展示自己的信息并搜索和获取他人的信息。Facebook 具有较高的社交性和互动性，在海外社交网络传播中发挥着重要的作用^[10]。Facebook 主页得到的赞数量（好友数量）和点赞次数能够有效反映大学在海外的受关注程度，官方认证账号和发布的消息数量则反映出国内大学是否具有与海外用户进行互动的意识。

在 Facebook 传播力维度中，各项指标权重如下：是否有 Facebook 官方认证账号占 5%，主页得到的赞数量（好友数量）占 5%，半年内发布的消息数占 5%，半年内最多的点赞次数占 5%。总共在影响力测量中占 20% 的比重。

在 Facebook 传播力维度中，中国高校得分前十名依次是：国立台湾大学、国立台湾师范大学、香港理工大学、香港科技大学、国立台北大学、香港浸会大学、澳门大学、亚洲大学、香港大学和国立政治大学。

港澳台地区高校 Facebook 建设情况远优于大陆 211 高校。大陆 211 高校 Facebook 传播力平均得分为 4.3 分，台湾地区高校平均得分为 141.3 分，港澳地区高校平均得分为 355.7 分。

7.2 Facebook传播力具体指标

首先，Facebook 主页官方认证状况方面，有 3 所高校主页进行了 Facebook 官方认证，分别是香港科技大学、香港理工大学和国立台湾

师范大学。

第二，主页粉丝数量方面，中国高校平均主页粉丝数量为 3459 人次。粉丝量在 1,000 人次以上的高校数量为 12 所，约占总体的 7%，全部是港澳地区和台湾地区的高校；粉丝量在 1000 至 10000 人次之间的高校有 27 所，约占总体的 16.8%，其中 10 所港澳地区和台湾地区高校，17 所大陆高校；粉丝量在 100 人次以下的高校占 52%。

第三，年信息发布数量方面，中国高校平均信息发布量为 23 条，大陆高校平均发布信息为 3 条。信息发布量在 100 条以上的高校有 9 个，占总体的 5.7%；信息发布量在 10 至 100 条之间的高校有 22 个，占整体的 13.8%；绝大多数高校的信息发布量处于 10 条以下，其中 99 所高校主页半年信息发布量为零，占总体的 62%。

第四，半年内单条信息被赞次数方面。中国高校中半年内单条信息被赞 1000 次以上的有 6 所，分别是香港科技大学、国立台湾大学、香港理工大学、国立台湾师范大学、香港浸会大学和国立台北大学。

8 维度五：Instagram传播力

8.1 Instagram传播力得分

Instagram 的出现，开启了“以图会友”的社交新模式^[11]。它凭借便捷、时效性强、画质高等特点，逐渐成为国外年轻人群体中最受欢迎的一种新兴社交媒体^[12]。近年来，海外高校通过在 Instagram 上搭建社交平台，在提升校园传播力、制造话题讨论、塑造高校正面形象等

方面收到了良好的效果，Instagram 已渐渐成为海外高校提升自身网络传播力的重要社交媒体平台。信息发布、粉丝、被赞、回复数量能够有效反映 Instagram 账号的活跃度，相关 tag 数量则在一定程度上体现了该大学在海外的受关注程度。

在 Instagram 传播力维度中，各项指标权重如下：半年内发布内容的数量占 5%、粉丝数量占 4%、半年内被点赞的数量占 3%、半年内回复的数量占 3%、相关 tag 数量占 5%。

在 Instagram 传播力维度中，中国高校前十名依次是：香港理工大学、香港中文大学、西南交通大学、香港大学、南京大学、香港城市大学、亚洲大学、逢甲大学、北京大学、武汉大学。

8.2 Instagram传播力具体指标

Instagram 账号活跃度（有信息发布、粉丝、被赞、回复）方面，中国高校中 Instagram 账号中较为活跃的仅有 9 所。

首先，发布内容方面，中国高校 Instagram 账号的平均信息发布量为 2 条。信息发布量在 50 条以上的高校只有香港理工大学和香港中文大学两所，92.4% 的中国高校的 Instagram 账号信息发布量为零。

第二，粉丝数量方面，中国高校 Instagram 账号的平均粉丝数量为 93.8 个。粉丝量在 1000 个以上的高校有香港大学、香港理工大学、逢甲大学、北京大学和中山大学，83.6% 的高校 Instagram 账号粉丝数量为零。

第三，点赞数量方面，中国高校 Instagram 账号的平均点赞数量为 181.4 次，92.5% 的高校未获得赞。获得点赞量最高的是香港理工大学，

为 22613 个赞。

9 结论分析

9.1 高校海外网络传播力强弱和学校综合实力呈现正相关关系

211 高校海外网络传播力排序与艾瑞深中国校友会网发布的“2016 中国大学排行榜”高校排序的相关性分析发现,两个排序显著相关,pearson 相关系数为 0.608 ($p < 0.01$)。在海外网络传播力得分排序越靠前的学校,在“2016 中国大学排行榜”上的排序也越靠前。

具体看,清华大学、北京大学、南京大学、浙江大学、复旦大学、中山大学、武汉大学七所高校在 211 高校海外网络传播力排名和“2016 中国大学排行榜”均位列国内高校的前十名。如此高的相关性说明大学的基本传播能力既取决于其自身实力,同时也是其实力的外在表现。综合实力靠前的大学,往往在对外传播力上也有着更大的辐射度和影响力。

9.2 大陆 211 高校与港澳台地区高校在英语网络世界上的传播力仍有差距

从综合得分来看,大陆高校平均分为 188 分,台湾地区高校平均分为 301 分,港澳地区高校平均分为 1135 分。大陆高校与港澳地区高校海外网络传播力存在着明显差距。在 Google 新闻搜索上,中国 211 高校 Google 新闻搜索平均搜索量为 248 次,港澳台地区高校 Google 新闻平均搜索量为 454 次,港澳台地区高校约为 211 高校的 2 倍。维基百科词条编辑指标中,211 高校词条平均编辑次数为 8 次,港澳地区

的高校词条平均编辑次数为 19 次,约为 211 高校的 2 倍。

9.3 专业外文媒体机构新闻报道量较少

我国高校 Google 新闻搜索量和 Google trends 新闻头条搜索指数整体较低,半年平均 Google 新闻搜索量为 306 次。Google 新闻搜索量高于 1000 条以上的只有 11 所高校,有 43.5% 的高校(70 所)新闻搜索量在 1 至 100 条之间,还有 5 所高校的新闻搜索量为 0。高校平均 Google Trends 搜索新闻头条量为 12 次,有 73 家高校的 Google trends 搜索新闻头条数为 0,占高校的比重为 46%。

除了少数高校在新闻信息和搜索指数建设情况较好,大部分高校这两个指标偏低,体现了中国高校与专业媒体机构合作不足,在英语世界中缺少同相关专业媒体机构合作发声的渠道。

9.4 中国港澳台地区高校 Facebook 传播力水平远高于大陆 211 高校

Facebook 综合得分前 20 名的高校全部为港澳台地区高校,粉丝量在 10000 人以上的 12 所高校均为香港地区、澳门地区和台湾地区的高校;半年内单条信息被赞 1000 次以上的高校也均为港澳台地区高校。但是高达 52.8% 的大陆 211 高校 Facebook 粉丝数量在 100 人以下。海外社交媒体中,港澳台地区高校用 Facebook 进行海外传播的能力较强,能够积极运用 Facebook 发表高校的官方声音,积极进行形象建设,从“在场”的维度显著提升海外影响力。

9.5 中国高校社交媒体运营状况普遍较差

账号官方认证方面。Twitter 主页账号方面，中国高校中只有清华大学拥有官方认证的 Twitter 账号。Facebook 主页账号方面，只有香港科技大学、香港理工大学和国立台湾师范大学 3 所高校的 Facebook 账号获官方认证。

粉丝数量方面。拥有 Twitter 账号的 19 所中国高校中，58% 的高校粉丝量低于 100 个。中国高校 Instagram 账号的平均粉丝数量为 93.8 个。

发布信息数量方面。在拥有 Twitter 账号的 19 所中国高校中，平均发帖量为 14 条，只有 4 所高校账号在半年内发布过信息。中国高校 Instagram 平均信息发布量为 1.8 条，92.5% 的高校 Instagram 信息发布量为零。

被回复和点赞的数量方面。在拥有 Twitter 账号的 19 所中国高校中，只有清华大学半年内最高转发量达到 11 次，最高点赞数达到 29 个，79% 的高校半年内回复和点赞数量为 0。

这充分说明我国高校对海外网络传播平台的利用不足，没有把现代传播的双向性、互动性和发散性的理念应用到海外传播中^[13]。虽然各高校对微博、微信公众号等国内社交媒体的运用和建设都比较重视，有专业团队负责运营，但对于 Facebook、Twitter、Instagram 等国外社交媒体则基本没有官方运营，相关内容发布也极少，这些都极大地影响了我国高校的海外网络传播力。

参考文献

[1] 任友群. “双一流”战略下高等教育国际化的未来发展

[J]. 中国高等教育, 2016(5): 15-17.

[2] 199IT. 《Facebook财报：用户即将破20亿，营收增长近50%》[EB/OL]. [2017-05-04]. <http://www.199it.com/archives/590268>

[3] 新浪科技. 《Instagram月活跃用户数超5亿：国际市场表现抢眼》[EB/OL]. [2017-06-22]. <http://tech.sina.com.cn/i/2016-06-22/doc-iftxfrf0825292.shtml>

[4] 邓惟佳. 中国哲学社会科学成果对外传播研究(2005—2014)[J]. 常州工学院学报(社科版), 2015(4): 45-49.

[5] 铁铮, 夏宇鹏. 着力增强高校海外传播力[J]. 中国高等教育, 2017(2): 50-52.

[6] 张洪忠, 方增泉, 郑伟等. 中国高校海外网络传播力报告(2015)[N]. 光明日报, 2015-10-22(15).

[7] 程小玲. 从海外社交媒体开拓看构建融通中外的话语体系[J]. 新闻战线, 2016(9): 96-98.

[8] 方增泉, 张洪忠, 郑伟等. 中国211大学海外网络传播力排名[N]. 光明日报, 2015-01-15(15).

[9] 张洪忠. 大众媒介公信力理论研究[M]. 北京: 人民出版社, 2006.

[10] 王国华, 武亚楠, 钟声扬, 等. 传播学视角下 Facebook的研究现状与发展趋势——基于三大索引数据库的文献计量分析[J]. 电子政务, 2015(1): 73-82.

[11] 郑以然. 社交网络中的图像驱动文化——以 Instagram和Snapchat为例[J]. 文化研究, 2015(2): 61-72.

[12] 周浒. 基于社会化媒体的手机新闻摄影传播分析——以Instagram为例[J]. 今传媒, 2013(3): 107-108.

[13] 卞晔. 找准载体提升高校海外传播力[N]. 江西日报, 2016-02-15(4).