

师范大学网站组织身份构建的评估研究

罗平

西安外国语大学英语教育学院 陕西西安

【摘要】本研究通过调查十五所师范大学的官方网站的大学简介及其 134 名潜在用户的相关需求,对这些网站构建的大学组织身份(organizational identity, OI)内容进行了评估。研究发现,在定义、特征、主题和意象方面,这些网站的大学身份内容较为全面和合适,而且和理论以及网站用户的期待基本契合。其中,大学的教学科研是用户认为最重要的主题内容,也正是大学网站的身份构建中最受重视的内容。本研究还提出了构建网站的大学组织身份的建议。

【关键词】组织身份(OI); 大学网站; 网站评估

【基金项目】陕西省社会科学基金项目“符号社会化视域下主题网站的新型多模态语篇建构及其对高校线上学习系统设计的影响”(项目编号: 2016K024)主要研究成果之一

Evaluation of Website Construction of Normal Universities' Organizational Identity (OI)

Ping Luo

Xi'an International Studies University, Shanxi Xi'an

【Abstract】 This study evaluated the web content of university OI with surveys of the universities' introduction sections on the official websites of 15 national normal universities in China and their 134 potential users' needs. It was found that the OI components of definitions, features, topics, and imageries were richly and appropriately constructed. Specifically, these elements were in agreement with theories and these websites potential users' expectations to a large extent. It was also identified that, on these websites, the theme of teaching and research was treated as the most important theme, which happened to be the most highly regarded topic by the users. Consequently, some suggestions were provided for constructing universities' organizational identity on their websites.

【Keywords】 Organizational Identity (OI); University Websites; Website Evaluation

1 研究背景

网站评估是指建立关于一个优质网站的标准,并且以这些标准为基础和参照,对网站进行质量水平的价值判断,而且可能提出相应的设计修改方案。因此,随着网站的广泛应用,网站评估方面的研究非常重要,有助于提高网站的质量,维护网站所代表的机构以及用户的利益,使网站更有效力。

然而,现有的网站评估研究主要是建立在人机互动界面(Users' Interface, UI)设计的基础上的可用性研究(usability)^[1],评价界面设计多大程度上满足了用户的信息和使用的需求。最早进行网站可用性研究的领袖是美国的 Jacob Nielsen 和 Donald Norman^[3]。这些研究领导人和开拓者们创立了关于

网站界面可用性的测试原则、方法和策略,从使用者经验(users' experiences)的角度评价网站的可用性质量。这些研究至今还是网站评估研究的主导方向和核心技术。

具体到大学网站,其可用性研究主要从界面的文本、空白、文字格式、图片格式,等等方面扩展到了以可用性为核心的评价指标,主要包括网站的导航、设计、内容、沟通等几个维度^[1]。另外,现有的网站评估标准也基于各种网站所服务组织的职能和特性建立评估标准。比如,大学课程网站的评估会有一些关于课程质量方面的内容。又如,大学图书馆资源网站的评估标准则可能从使用的角度考虑,包括信息的准确性、及时性、权威性,等等。

尽管大学网站构建大学的自身发展方面的信息，但是现有的大学网站评估研究却忽略了对这些网站的组织身份内容的研究。

根据美国著名学者 Whetten 的经典组织身份理论 (organizational identity)^{[2][5]}，组织身份是一个组织的成员对于“Who are we”(“我们是谁”)这个问题的回答，这里面包含了对于过去、现在和未来的某个机构的定义。表达的意义是组织成员对于组织所具有的核心的、长久的和独特的特征的认识^{[2][3]}。这些特征是深潜在组织中，又在组织成员的理性和情感里。自我发现有助于个体更好地成长。运用类比的方法，大学发现和构建自己的组织身份，即对于“我们是谁?” (“Who are we?”)问题的回应，也将会有益于大学的发展。大学网站是一面镜子，可能促进大学更好地发现作为大学的自我，构建自己的组织身份特征。因此，鉴定大学网站质量应该包括对于大学身份的内容进行评估。

大学的组织身份与政府和公司的组织身份不一样。政府的身份往往主要强调价值观、社会责任和约束，以及政府的权利，因此，相应的网站身份的设计内容在这些方面都有所表现。但是，大学不是政府，因此，没有必要非常突出政府所特有的政治取向和权利意识。同样，大学也不是公司。公司往往以经济效益以及公司在同行业竞争中的声誉为其身份的内容。可是，大学不是生产产品的公司，也不是以营利为目的，而是以教育育人为目的的机构。这样的比较使我们更加清楚地认识到大学的组织身份的独特性。从而，也明确了有必要对网站构建的大学身份内容进行评价研究。

大学网站的组织身份是用网站技术来描写、叙述、说明和论述大学的核心、长久的和独特的性质和特征。建立网站中的大学组织身份的意义主要在于以下三个方面：首先，组织身份具有独特性^[3]。大学网站如果建构起与众不同的特点，将可以帮助其成员和决策者更明确大学的发展动态、方向和条件；也可以帮助未来的学生了解某所大学对于他们的意义和合适度，等等。其次，组织身份具有核心性^[5]。这些核心特征有助于其成员和决策者在应对组织的稳定性和发展革新性的决策中，有足够的支持，做出明智的判断和决策；也可以让未来的学生依据此来判断某大学的教育是否将符合自己的人生取向。第三，组织身份具有长久性^[3]。这可以让大

学成员和决策者更进一步了解大学的历史、由来、建立、发展、挑战，等等，从而更好地确立大学发展的方向，制定相应的政策；也将有助于其未来的学生了解其前世今生，懂得其所秉持的校训精神。如果大学忽略其历史，放弃自身的条件和环境，追求一些不切实际的目标，则会在失去对自我历史的认识的同时，也失去了未来发展的动因和基础。

因此，大学网站的组织身份特征及其相关内容的评估研究对于大学的发展、大学成员的归属感和大学管理者的决策都会有意义。而在大学成员中，未来的成员可能更需要在网站找到大学的这些特征和相关内容，以便做出选择。不管是本科生还是研究生都将受益于这些大学身份特征和相关的网站内容。大学网站是明确、建立、发展和分享其组织身份信息的长期而具体的方式方法。然而，这方面的研究还很缺乏。因此，这项研究从组织身份的角度探究了大学网站构建的组织身份内容的评估。这项研究旨在理解和评价国内师范大学构建的网站组织身份内容，这些大学网站的用户在大学组织身份的构建方面的需求，以及现有的大学网站的组织身份内容如何反应了用户的相关需求。

2 研究方法

2.1 研究对象

为了解这三个研究问题，本研究使用了个案研究的方法。选取了具有代表性的排列在前十五名的师范大学的网站的大学简介部分作为研究样本。这十五所大学分布在中国的东南西北各地，是国内的一本高等院校，都已经具有成熟和优质的本科生和研究生的教育体系。经过多年的建设，这些大学的网站结构内容完善，技术运行正常。另外，还选取了西安某大学教育学院师范专业的 134 名大学生（其中，99 名本科生和 35 名研究生）作为潜在用户研究样本，进行了网站组织身份的内容需求方面的问卷调查。这些学生都是职前教师 (pre-service teacher)，有可能报考和进入前面的那些大学学习，是这些大学的网站的潜在用户。

2.2 研究工具

为了评估这些大学网站身份构建、用户相关需求以及两者的一致性程度，该研究采取了文本分析和问卷调查的研究方法。研究工具的制定主要依据 Whetten 的组织身份理论^[5]，以及大学网站组织身份内容本身的特点，提出了以下四个维度来衡量大学

网站中的组织身份,即定义维度、特征维度、主题维度和意象维度。其中,定义维度是指大学成员对于这所大学在过去、现在和将来“我们是谁?”这个问题的回答。特征维度是指大学的核心、持久的和独特的特征。而主题维度是指大学在人格修养、教学研究、体育卫生、艺术娱乐、劳动实践、环境资源、对外交流方面的经验和表现。另外,意象维度是指所创造的可以让人感知的大学形象和意义。这四个维度可以较为充分地反映大学组织身份的含义。针对这四个方面的检查和衡量,可以较为全面深入地判断网站的大学简介是否有效地设计和建设了大学组织身份。

2.3 实测方法与程序

实测方法和过程主要包括以下几个主要方法和步骤:第一,搜集和保存十五所大学的网站中的大学简介部分。然后,对其进行文本分析;将其主题进行分析、编码和归纳,分析评价每个网站中对于大学组织身份的定义内容、特征内容、主题内容和意象内容的表达、呈现和解释。同时,通过比较十五个网站在这四个维度上的内容,对于大学组织身份构建上的完整性和差异性有所理解。第二,对134名大学生用户进行网站组织身份构建需求方面的问卷调查,从而进一步了解他们对于网站的相关内容的需要和期待。这些需求的问卷制定是基于组织身份理论和相关的研究。第三,将十五个网站的组织身份构建的内容和问卷中的对于组织身份构建的用户需求的结果进行比较,从而进一步评价网站中大学组织身份构建内容,以便提供调整和修改的策略。

2.4 统计分析

对于网站的相关数据,主要采取了文本分析方法;而对于调查问卷的数据,进行了数据的频数和百分比的统计。其中,文本分析法是根据事先确定的四个维度,从组织身份的定义、特征、主题和意象这四个维度对十五所大学的网站大学概述文本进行分析,从而得到关于大学身份内容的评价结果。同时,调查问卷也是基于这四个维度进行编写,经过了内容效度检验和前期研究,在信度和效度方面符合对于测量工具的要求。相关数据还用 Excel 进行了统计分析。

3 研究结果

3.1 大学的身份定义

十五所大学都对于大学的“我是谁”进行了解

释型定义,并且有相关的各种表现和经历等方面的数据和文本支持。对于过去、现在和未来的“我是谁”这三个不同的问题,十五所大学的网站都有回应和叙述。具体来讲,从文字的数量来看,所有数据都主要呈现大学的今天;而关于未来和过去的组织身份特征和相关内容相对少得多。

关于过去的大学身份,五所大学专门用了一个自然段文字来谈历史,而另外的十所大学用了较少量的话语提及其历史。其次,历史长久的大学往往比历史较短的大学更加重视对于历史中的“我”的回忆,而且这种回忆中有浓重的人文气息。而有趣的是,尽管对于在历史中的“我”比较少言寡语,但是所稍微提到的历史中,却恰恰可见其核心的价值观和最重要的特征。比如,某所大学提及其历史中的“我”用了暗喻“教师的摇篮”,揭示了这所大学的大学理想和内核学科。

其次,关于现在的“我”,十五所大学都陈述了国家、教育部和/或省政府的投入和支持。其次,十五所大学都明确是优秀大学。另外,所有大学的文本都表现了师范大学的自我属性。关于现在的大学的这些定义,所有文本的主要内容都有很多相关数据支撑。

相比较而言,对于使命、愿景,这些代表未来的“我”的内容,每所院校的文本都有清楚地表白。但是,和历史的“我”一样,文字的数量少,但是分量也很重,因为十五所大学都把建设有特色的一流师范大学作为未来的身份写照。

3.2 大学的身份特征

关于大学组织身份的特征维度,各大学对其核心特征、长久特征和独特特征都有所表达和叙述。然而,对于各个特征的重视程度却不一样。普遍地,各所大学都在大学简介部分阐明其核心特征及相关经历和成绩。而对于长久特征和独特特征所给予的文字量则较少些。

第一,关于独特的特征,每一所大学都将“教师教育”和“师范精神”作为主要的内容,尽管还可能其他方面的内容。例如,某大学“是一所以教师教育、教育科学和文理基础学科为主要特色的著名学府”。这表明这些大学清楚地将自己定位为培养优秀的各级教学人才的高校,和其它类型的综合性大学和研究型大学区分开来。同时,有相应的事实支持。比如:各大学都谈到建设和拥有的教师

教育领域的学科建设、人才培养、相应的创新，等等。

第二，关于核心特征，所有这些大学网站都谈到国家和/或地方政府的支持，大学的办学实力，等等。这体现了大学在办学方向、管理方式和机构归属方面的特点，是这些大学最为必不可少的特征，和私立大学区分开来。例如，某大学“是教育部直属重点大学”。又如，某大学“是教育部直属综合性师范大学，国家‘211工程’重点建设大学，国家教师教育‘985工程’建设高校，首批列入国家‘双一流’建设高校”。这些核心特征表明了大学运行过程中经济和管理方面的来源和支持，也表明了大学的质量决定了是否能够拥有这些支持。

第三，关于这些大学的长久特征，这些网站表明了其历史和现今长期以来所始终秉持的大学理想，包括“智慧的创获，品性的陶熔，民族和社会的发展”，等等。很多大学也表明了其校训精神、办学思想、历史性生成的品格、优良传统、学风教风校风，等等。

3.3 大学的身份主题

关于主题内容，所有大学都叙述了人格修养、教学研究、体育卫生、艺术娱乐、劳动实践、环境资源、合作交流等方面的工作和成绩。其中，教学研究方面的内容远远超过了其他方面。教学研究主要内容有学科发展、教学能力和研究能力，以及相关师资队伍、研究专家、教学科研成果、比赛和获奖成绩，等等。从总字数来看，所有大学在教学科研方面的文本字数都占了总字数的至少50%。按照排名的顺序，统计教学科研方面的字数占总字数的百分比分别是：50.2%，56.4%，51.4%，60.2%，72.8%，70%，54.4%，70.5%，70.9%，59.3%，80.5%，74%，87.2%，58.6%和90%。最高百分比90%，最低百分比50.2%。有趣的是，最高百分比恰好是排在第十五名的大学，而最低百分比是排在第一名的大学。这些百分比的平均数是67.1%。可见，在主题内容的七个方面，教学研究是大学自我身份中最重要的主题内容，有更充分的阐述和事实证据。

其它四个文字数量较多的主题是人格修养、劳动实践、环境资源和合作交流。在人格修养方面，每一所大学都指出办学思想、育人思想、立德树人、大学精神、校训校风、校园文化、精神文明，等等方面的内容。可见，与人格修养相关的内容即是这

些大学发展中重要的历史积累的结果，也是其进行大学教育事业的基础。因此，每一所大学在谈及人格修养的内容时将其深入了大学身份这个有机体。这些内容往往和大学身份的定义和特征融合在一起。

第三个受重视的主题是劳动实践。尽管只有三所大学汇报了其超过90%的毕业生就业率，但是每一所大学都谈到大学的各种教学和科研的实践团队、活动和项目，等等。其中，教学实践不仅包括教师培训和教学示范，还有附属中小学给社会提供的服务，和为学生提供了实践基地，也为科研方面提供了产学研合作基地，等等。这些内容往往和教学科研内容融合在一起。

第四个受到重视的主题是合作交流。每一所大学都用或长或短的一个自然段叙述了这个方面的表现和成绩；其中，有一所大学还用了两个自然段的篇幅。从文字字数来统计，得到这部分文字数量占总体文字的百分比的平均数是8%。

另外，对于大学的环境资源都有介绍，包括大学的面积、所处的周边环境，以及拥有的图书馆、出版社和出版的期刊等学术环境。具体的面积和图书馆资源数据都可以说明环境资源是这些大学对于自我身份进行构建的重要内容。

除了以上五个方面的主题受到重视外，少数大学也提及体育卫生和艺术娱乐方面的表现。比如，在体育方面，有七所大学提及相关的行动计划和竞赛情况。在艺术娱乐方面，有五所大学提及建设了音乐艺术中心，被评为艺术先进单位。

可见，对于这七个方面的主题，存在着不同程度的重视。按照重视的程度排列分别是：科学研究、人格修养、劳动实践、环境资源、合作交流、体育卫生和艺术娱乐。尽管在具体支撑细节上不同，但是大学网站的身份主题文本之间的统一性超过了其差异性。

3.4 大学的身份意象

关于大学的身份意象，这里是指运用具体的物像所表达的某大学身份的意义；在媒体上可以是文字、图片、视频，等等。这些网站上所用到的意象包括用文字和图片所描述的大学清雅环境，或有特色的建筑。意象都很简洁，即相应的文字一般也就一两句话。而每所大学都用到图片。图片一般是一副，也有个别用到几幅小图。可见，意象的创设自

然简洁,并没有渲染,表现了这些大学务实的愿望和情感。

3.5 用户的相关需求

在网站的组织身份文本内容分析之后,用户问卷调查的结果表明:用户对于大学网站的组织身份建构有期待。下面是关于潜在的网站用户对于网站的大学简介里的大学身份建构的心理需求的统计结果:

第一,对于大学身份的定义维度的叙述和解释的期盼程度如下:在过去、现在和将来的“我”三个方面,“非常同意”的最高程度是对于大学的现在的特点的期盼,134人中有101人(75.3%)的人非常期待。而对于大学未来的使命和发展方向也就是“未来的我”的非常期盼的人数达到82人(61.1%)。相对来说,非常期盼大学的历史回顾的人数较少,134人中有35人,占26.1%。这些数据和网站文本的数据相吻合,因为这些网站确实陈述了这三个方面的内容,特别是现在的大学,而对于未来和历史的展开较少一些。

第二,对于大学网站的组织身份文本中的特征维度上的需求的具体情况如下:134人中有92人(68.6%)非常希望网站有关于大学的核心特征。这里,92人是选择“非常同意”的人数,也是对于三个特征非常期待的人数最多的特征。对于三个特征非常期待排名第二和第三的是独特特征和持久特征。其中,非常期待看到独特特征的是85人(63.4%),持久特征是59人(44%)。不同意和很不同意的数量几乎为零。也就是说,大部分的学生都非常希望大学网站能够叙述和解释大学的核心、持久的和独特的特征,尽管比例有些不一样。这些需求情况和网站的相应数据也相符合。因为网站都把核心特征放在文首,并且用文本的大部分内容来展开阐述大学的核心特征。而独特特征会在文本较多地方出现;长久特征一般是在讲校风校训时出现,内容都相对较少一些。

第三,按照人数排序,非常期待的特征和定义按照从高到低的顺序是:大学现在的特征(99.9%),大学的核心特征(99.1%),大学的独特特征(96.9%),大学的未来使命和发展方向(90.9%),大学的持久特征(90.2%),和大学的历史回顾特征(84.3%)。

第四,对于大学组织身份的主题维度,一共给出了七项主题。其中,134名研究参加者中,合计排

在前三位的人数和相关内容分别是:教学研究128人(95.5%),人格修养86人(64.1%),劳动实践68人(50.7%),环境资源58人(43.3%),对外合作33人(24.6%),21人(15.7%)选择了体育卫生,8人(0.6%)选择了艺术娱乐。由此可见,按照重要性的选择,内容排序是教学研究、人格修养、劳动实践、环境资源、合作交流、体育卫生和艺术娱乐。相应的,网站在内容的多少和重视程度上确实是最重视教学研究,因为大约50%-90%的文字都是描写和叙述大学在教学研究方面的发展情况。而对于人格修养、劳动实践、环境资源和合作交流也做出了一些陈述和解释。但是,关于体育卫生和艺术娱乐方面的内容则很少。

4 分析与讨论

4.1 网站中建构的大学组织身份与理论需求的一致性

通过对现有大学网站的组织身份的构建内容进行分析,发现各大学尽管处于不同的地理区域,但是内容上都与理论需求基本一致,即对于组织的定义、特征、主题和意象都进行了简洁全面的陈述和解释。研究结果表明,这些大学的网络组织身份内容较全面而且合适地反映了组织身份的意义,即理论中对于组织身份的解释。

第一,理论中界定的组织内容都包含有对于过去、现在和将来组织的“我是谁”问题^{[2][4][5]}的回答。而这些网站无一例外地都有相关内容。其中,内容最多最清楚的是今天、现在的“我”。而对于现在的身份定义,都在文首,使用判断句的语言,非常鲜明地表达了现在的组织身份。尽管在组织的过去历史内容方面有多有少,但是至少会提及其前身和建立时间。另外,一般都是在文末总结性的段落里很坚实地提出了大学未来的愿景。

第二,数据分析结果还表明,这些网站不仅有对于大学身份的定义,而且还表述和阐明了大学的独特的、核心的和长久的特征^{[2][4][5]},尽管似乎是比较模糊一些。这也和组织身份理论对于组织特征的论述具有一致性。尽管文中大多数情况下并没有具体说明,但是字里行间都可以找到这三个方面的特征。比如,“华师精神”,“教师教育特色鲜明”是指大学的独特性。大学特征的全面叙述表明了大学管理者和网站开发者对于大学更加深层次的办学取向、理想、成绩、传统等各方面的理解。

第三, 主题内容中有组织特征的支持细节, 也反映了高等教育机构的育人的本质^[3]。这些网站在这七个方面有轻重不同的对待, 对于教学科研、人格修养、劳动实践、合作交流、环境资源这五个主题更加重点对待。而这些内容的全面性和重视程度的大小与大学的目的以及大学人才培养的理论一致。高等教育的最主要的功能是培养人才, 而人才成长需要在德育、智育、体育、美育、劳育等各方面得到锻炼, 所以大学的核心主题身份是这些方面的相关内容。根据这种契合, 可以推测这些大学实现了其机构功能。

第四, 数据结果还显示了大学网站的组织身份构建中, 主要用质朴的文字对大学进行描述, 在环境和大学精神的描述中, 建构了大学的意象^[6]。除了文字外, 这些大学网站用到少量图片展示大学的意象, 这些图片主要是大学的环境和文化方面的展现。这表明在有限的网站大学简介空间里, 大学意象的构建主要用文字和静态图片的形式来表现大学的环境、精神和文化。这和多模态语篇的研究有一致之处, 因为这些语篇中使用了视觉方面的各种符号来共同建构意义; 而且, 这些意义受整个语境的影响。

总体上, 分析网站的身份构建和理论的一致性的原因, 可能有以下几个方面: 一是经过多年网站建设, 对于网站的大学介绍的内容不断充实和提炼, 较为完善地展示了大学身份的各个方面。二是大学自身对于组织身份的发展引起了重视。比如, 几乎一半以上的网站都在落款处表明了资料由校长办公室提供, 有少数还提供了相关的联系方式。表明大学领导层面对于大学身份构建工作的参与和指导。三是网站管理者和开发者对于大学的具体组织身份的研究, 在网站开发中重视和保证信息的质量。

4.2 网站中建构的大学组织身份与用户需求有一致性

研究表明, 网站用户所期望的大学的内涵、特征、主题、意象方面的内容, 而这些内容在这些师范大学的网站的身份构建里确实也是重点。

第一, 从定义维度来看, 大部分人都期盼了解大学的过去、现在和未来^{[2][4][5]}, 但是用户最期盼了解的是现在的“我”。相应的, 网站大学简介中, 对于现在、过去和将来的“我”都有清楚地描述。其中, 对于现在的“我”作为重点, 不仅有陈述,

还有很多相关的支持细节。而对于过去的“我”, 历史较长的大学相应内容较多。但是, 所有大学都强化了现在的我, 而对于过去的笔墨较少。这 and 用户对于现在的“我”最为期盼了解的愿望一致。分析原因, 大学生普遍希望在有限而宝贵的大学时代时间里, 关注当下大学是否给他们提供了有助于他们在知识、技能、素养等各方面得到成长的教育者、教育资源和研究环境, 等等。

第二, 网站组织身份特征与大学生用户的基本需求一致。大学生用户对于大学组织身份的三大特征都有 90%以上的“非常期盼”和“期盼”, 而网站的组织身份在这三个方面都有相应的内容。这样全面的特征陈述, 有助于用户充分了解大学, 帮助他们认识到是否合适自己的发展。另外, 用户对大学的核心特征最为期待; 而在网站文本中, 不管是位置的重要程度, 还是相关细节方面, 都对于核心特征和独特特征有更多内容。这也体现了大学生用户希望全面了解大学的心理, 因为这些特征意味着能否进入一个优秀而合适的大学。另一方面, 也可见网站设计者对于大学的各方面特点分析较为全面清楚, 重视大学特征, 形成了对于大学身份较为令人满意的构建。

第三, 网站的大学简介在主题方面也与大学生用户的心理需求有一致性^{[2][4][5]}。网站对这些主题所给予的重视程度与用户对各个主题的关注程度一致。他们最关注大学的教学科研, 而网站中内容最多的也是教学科研。另外, 他们对于主题重视的程度按递减排列是教学科研、人格修养、劳动实践、环境资源、合作交流、体育卫生和娱乐。而网站大学简介中的主题建构也是这样区分重要性。网站在教学科研智育方面的内容远远超过其他的主题; 同时, 对于人格修养、劳动实践、环境资源、合作交流都有有关段落谈到; 而关于体育卫生和娱乐, 只有少数几所大学提到这两个主题内容。可以说, 网站开发者和大学管理者在这些主题内容方面考虑了用户的需求, 反映了大学的主要身份。也可以看出, 经过网站的不断更新换代, 网站的大学身份的主题内容的构建已经有了令人满意的结果。分析其原因, 可能是大学有较为一致的网站内容, 这些大学生在浏览自己的大学网站时, 主要的内容可能影响了他们对于新的大学网站内容的期盼。也可能是, 大学的教育的总体目标反映了这些

主题,而且对于这几个方面的重视程度有些不一样,这就会影响学生对于这些内容的认识。总之,大学生对于网站的大学身份的各种主题的重视程度和这些大学的网站身份构建表现一致,反映了大学网站的身份主题内容开发的合适性和用户满意度。

第三,网站的大学简介在意象方面也与大学生用户的心理需求有一致性。学生生活在多媒体时代,用视觉等感性思考。网站的大学意象和学生对于大学的感知需求一致。尽管因为篇幅有限,相关内容不很多,但是也可以看到图片的普遍运用,以及图片和文字共同运用创建意象已经较为普遍。

总体上来看,这种一致性可能有以下三个原因:首先,学生是大学最重要的成员,育人是学校最基本的目标,所以,大学的身份应该以人才成长的需要为重点。而研究发现,大学网站身份的构建实际上也体现了人才培养的核心目标。在身份定义中,这些网站陈述了培养的专业人才,在同行大学中的地位,教学研究质量等属性。在主题方面,更是体现了教育育人和人才成长的目标。因为人才的知识、能力、素养的培养,主要从这几个方面来进行;而其中,智育的发展,是大学生在他们的个人发展和社会对于他们的要求方面最为重要的内容。所以,不管是在这些主题内容的几个方面,还是在对于这几个方面的不同重视程度方面,都与人才培养目标一致。因此,才会获得用户的期盼的回答。

其次,社会对人才的要求越来越重视他们的全面发展、专业素质以及所读大学在同类大学中的地位。而大学生的全面发展主要体现在德、智、体、美、劳等方面,而全面发展又离不开优质的大学环境资源、对外交流,等等。学生了解社会对于他们的这些要求。所以,他们也会很重视这些方面的内容,希望他们就读的大学能够具有这些方面的条件。而专业素质是社会重点考查学生的内容,所以,学生反过来对大学是否具有好的学术气氛、教学师资、研究水平,等等有强烈的期盼。也就是,社会对他们有什么要求,他们也希望就读的大学能够给他们提供这些条件,以便他们自己能够成为社会需要的人。在主题方面,学生希望在社会中提高竞争能力,所以他们对于大学在社会中的地位和支持会很关注,比如,是否是重点大学,是否在教师教育方面有地位,是否提供优秀的教师、资源、环境,是否有可以参与得到提升的课程、项目,等等。

最后,大学生已经有较多的网站使用经验,他们经过高考择校,以及平时浏览网站,会对大学网站的内容有所了解。所以,他们的选择也反映了他们对于相关内容的已有的知识或是认知图式。这也说明大学网站在身份构建方面渐渐趋于成熟。各大学身份内容有较为稳定的内容模式。另外,这也和中国国情比较一致,因为中国的管理强调统一性,所以大学官方网站一般会有一致的声音。因此,大学生经过浏览大学网站,就会形成对相关内容的比较一致的期盼。

当然,和用户的需求相比较,有些用户很感兴趣的内容,比如,劳动就业方面的特征和数据比较缺乏,包括学习过程中和毕业之后的工作实践。另外,在教学研究方面,成果讲得比较多;但是,用户似乎更加关心教学和研究的课程、方法、导师,等等方面的内容,而不仅仅是比赛成果奖项。因为智育是用户最感兴趣的内容,是他们排在前三位人数最多的一项;而且当询问他们还对什么感兴趣时,他们提到课程设计和方法,授课和指导老师等更加具体的教学和研究方面的特征。而对于位居第二的人格修养方面的情况,各大学似乎局限于思想政治,而关于性格培养、人文情操、为人修养等方面的内容较少。所以,内容还有待丰富、思考和讨论。另外,对于用户很重视的环境资源条件,各大学都用了“环境优美”概括特征,但是对于阅读条件、学习环境、和生活条件等等用户很关心的方面也需要丰富起来。还有体美两个方面,感兴趣的人数和程度相比较而言会弱一些;但是,这不是说明用户就不感兴趣,因为没有一个人选择“不期盼”和“很不期盼”。尽管有少数几个网站提到体育,往往只是说某项体育比赛获奖,而缺乏学生群体受益的内容。另外,通过对用户需求研究,也发现了用户对于大学组织身份的内容需求量较大,而大学网站所提供的组织身份信息偏向于透明度不是很充分,信息的广度和深度都还有待改善。需要开发,提高信息的透明度,使得这些大学身份内容更全面。

5 建议

网站大学身份的内容构建,符合现有相关的组织身份理论和用户的需求。可以说,方向正确,内容较为全面深刻。如果要进一步提高的话,在保持原有优点的基础上,还可以在以下几个方面进行改善:

首先, 现有的这些大学身份内容往往缺乏对于大学内在的声音的提炼, 而多比赛、评分、排名等外部的声音^{[2][4]}。大学的身份中很重要的一项是: 大学的人们追求认识世界的新视角、解决问题的新方法、对于存在现象的新探索, 等等。然而, 在网站大学身份内容构建中, 这样的一种对于认识世界、追求智慧的锲而不舍的大学精神境界似乎没有得到画龙点睛的反映。相反, 由于外部竞争的压力, 大学的身份叙述中有较多的急于求成的躁动。这可能反映了大学所面临的自我认识中的一些障碍。因此, 大学网站组织身份有很强的个体建设性, 即基于个体的认识和看法。可能不仅仅是网站的开发者和管理人员一起努力就能够获得进展, 还需要高等教育对于自身发展中的内在精神的重要性得到共识。

其次, 积极灵活地运用信息技术带来的对于文本进行革新的工具^{[1][3]}, 使得内容更为有利于用户阅读和享用。15 所大学在大学身份建构中都使用了传统文本的线性结构, 建议将线性结构和非线性结构相结合。主要原因是, 组织身份的主要陈述下的细节较多, 如果可以用非线性结构, 则可以提高内容的结构感, 主次分明, 重点突出。而且, 还可以有更加丰富的内容支撑。

还有, 组织身份的构建需要组织团队和个人的共同努力。尽管组织在功能上有一般属性和特征, 但是这些特征也具有很强的独特性, 并没有统一的答案, 而是基于成员们的观察、经历和思考, 得出自己关于这个问题的答案。当然, 这并不是说, 组织身份就没有可以概括的可能, 组织身份也是可以通过数据的积累、分析和综合, 而得到一些为组织成员认可的内容^[2]。但是, 这些身份的内涵往往被忽视, 原因可能是, 组织机构里其实有太多的日常工作、活动、新闻, 等等。

最后, 研究的结果表明, 网站的大学身份建构是复杂的工作, 需要网站设计和建设^[1]团队和大学管理者合作, 对其有具体的计划、分析、设计、开发和评估。能把这些隐形知识表达出来形成显性知识。同样, 现有的网站评估研究在这方面需要给予关注, 进行更多相关研究, 进一步发现这件复杂工作背后的理论和应用。

6 结束语

大学网站的组织身份内容对于大学的发展具有

重要意义。这项研究评估的内容、方法和发现将有助于相关的理论和实践。网站的组织身份内容和相关理论、以及潜在使用者的需求的一致性, 表明大学网站相关内容具有全面性和合适性。随着网络时代的全面展开, 也许, 未来的大学网站评估研究可以有更多基于社会文化理论和实践的探究和发现。

参考文献

- [1] Hasan, L. (2013). Heuristic evaluation of three Jordanian University websites. *Informatics in Education*, 12(2): 231-251.
- [2] MacDonald, G. P. (2013). Theorizing university identity development: multiple perspectives and common goals. *Higher Education*, 65: 153-166.
- [3] Nielsen, J. (2012). Usability 101: Introduction to usability. <http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>.
- [4] Steiner, L. Sundstrom, A. & Sammalisto, K. (2013). An analysis model for university identity and reputation strategy work. *Higher Education*, 65: 401-415.
- [5] Whetten, D. A. (2006). Albert and Whetten revisited: Strengthening the concept of organizational identity. *Journal of Management Inquiry*, 15(3): 219-234.
- [6] 胡壮麟. 2006. 社会符号学研究中的多模态化 [J]. 语言教学与研究, (1): 1-10.

收稿日期: 2020 年 12 月 21 日

出刊日期: 2021 年 1 月 18 日

引用本文: 罗平, 师范大学网站组织身份构建的评估研究[J]. 国际教育学, 2021, 3(1): 19-26.
DOI: 10.12208/j.ije.20210002

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2021 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。 <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS