

社交问答网站答案质量与答案采纳 对比研究^{*}

——以百度知道和知乎为例

陈晓宇¹, 卢兴威², 邓胜利¹

(1. 武汉大学信息管理学院, 武汉 430072; 2. 华中农业大学公共管理学院, 武汉 430070)

摘要: 本文从答案质量和答案采纳的角度对社交问答网站——百度知道和知乎作对比研究。根据前人的相关研究归纳出4个主要的判断答案质量的维度, 比较了百度知道用户和知乎用户对这4个维度的感知差异。同时, 本文还分析了答案质量对答案采纳的影响, 比较了百度知道用户和知乎用户在答案质量影响答案采纳的程度和关系上的差异, 并对存在的差异进行了分析和探讨。

关键词: 社交问答网站; 答案质量; 答案采纳; 百度知道; 知乎

中图分类号: G250.73

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2015.06.004

1 引言

随着社交网络时代的到来, 用户知识交流与利用形态正处于新的变革之中, 基于用户知识贡献形成的社交问答服务已成为人们日常寻求问题解答、满足自身信息需求的一种重要途径。社交问答网站是以用户提出问题、回答问题和讨论问题为主的网络社区。社交问答网站上, 用户可以搜寻自己需要的信息和知识, 而另一些用户会在问答社区回答问题、发表意见和观点等来贡献知识。社交问答网站具有社交关系和问答机制两个基本特征^[1], 例如Yahoo! Answer、百度知道、知乎、Quora等问答服务的网站可以统称为“社交问答网站”。

对于社交问答网站答案质量的研究多是从信息质量评价的影响因素、人工评价答案质量和自动化评价答案质量三个方面展开^[2-4]。从用户信息行为的角度考察用户对于答案质量的感知的研究则比较缺乏。本文以社会心理学中的双路径理论为基础, 从用户采纳答

案的角度来对比分析百度知道和“知乎”这两类中文社交问答网站在答案质量方面的区别和联系, 从而为社交问答网站信息质量方面的研究带来新的启示。

2 研究综述

2.1 问答网站答案质量

社区答案质量是社交问答研究中的一个重要方面。国内外关于问答网站答案质量的研究主要集中在用户选择最佳答案时的影响因素, 并试图从这些因素中归纳出用户评价信息质量的标准。如Shah和Pomerantz^[5]以Yahoo! Answer为平台, 选择了若干组问题集合, 让Amazon Mechanical Turk的工人们对这些题集的答案进行评估, 并提出了判断问答社区答案质量的13个因素, 即答案的知识性、完整性、相关性、可靠性、创新性、有用性、原创性、可读性、客观性、

^{*} 本研究得到国家社会科学基金项目“基于社交问答平台的用户知识贡献行为与服务优化研究”(编号: 14BTQ044)和武汉大学70后学术团队项目“网络用户信息行为”资助。

专业性、清晰性、礼貌性和新颖性。Zhu Z M等人^[6]结合专家咨询、用户调查和比较分析三种方法总结出一个质量评估模型,包括信息量、礼貌性、完整性、可读性、相关性、简明性、可靠性、细节性、原创性、客观性、新颖性、有用性和专业性13个维度。Kim和Oh^[7]通过分析Yahoo! Answer提问者在选择最佳答案时留下的评论,总结出提问者衡量答案质量的6个维度,包括内容(Content)、感知(Cognitive)、效用(Utility)、信息源(Information Source)、外部动机(Extrinsic)和社交情绪(Socioemotional)。此外, Kim和Oh^[7]还发现每个维度的重要性随着不同的话题分类而有所差异,比如社交情绪在评价那些容易引发讨论的问题时,是比较重要的维度。

在答案质量评价方面,研究多集中在问答信息特征的抽取和算法选择、优化上。Jone等^[8]从Naver上的问答题集中提取了13类文本特征,采用最大熵法构造分类器,来预测问答网站中的最佳答案。Shah和Pomerantz^[5]提取了Yahoo! Answer问题、答案和网站用户的相关信息,通过建模来进行分类实验,发现用户的积分和答案的时间排名是预测最佳答案的最显著的两个特征。Cai Y Z等人^[9]基于3种不同的问答网站,提出了一种根据时间变化反映答案动态特性的文本特征,对比了其他传统的文本和非文本特征,研究表明基于时间的特征可以更好地预测最佳答案。

通过以上文献回顾,发现先前的问答网站质量研究一般是从答案质量评价标准出发,从问答信息中提取相关特征来预测和评价问答社区的答案质量。而从用户答案采纳行为的角度来分析答案质量的评价标准比较缺乏。因此可以考虑从用户答案采纳的角度来分析和验证之前相关研究的准确性和预测效果。

2.2 问答网站答案采纳

社交问答网站用户的答案采纳行为体现的是信息对用户影响的过程,这种影响过程也是一种“说服”的过程^[10]。社交问答网站用户对网站中的各种知识并不是全盘接受,用户会有自我的评价和判断,当答案的影响足以“说服”用户去采纳的时候,用户才会去采纳答案。因此,研究用户的答案采纳行为对于研究信息是如何影响用户的行为有着重要作用。

本文的理论基础是“双路径理论”,也称“精细加工可能性理论”(Elaboration Likelihood Model, ELM)^[10],该理论将影响人们决策的过程看作是信息

采纳过程。其中,信息质量为核心路径,信息源为边缘路径。信息质量和信息源是影响信息有用性的两个重要信息特征,而信息质量则是信息采纳的决定因素。根据该理论,本文认为答案质量也应该是答案采纳的决定因素。

Deng S L等人^[11]利用“整合技术采纳和用户使用理论”(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT),构建了用户在线问答服务采纳模型。结果发现用户接受社交问答平台服务的主要因素是“期望效用”、“努力期望”和“便利条件”,这三个因素可以概括为问答服务系统的“有用性”和“易用性”。

Zhang W和 Watts两位学者^[12]对在线实践社区(Online Communities of Practice)用户的知识采纳行为的研究结果表明,“评论质量”和“信息源可靠性”是在线实践社区用户知识采纳的决定因素,在他们提出的模型中,两个调节变量“有目的搜寻”和“未证实的信息内容”,分别对用户知识采纳行为有着正相关和负相关的影响。

在社区答案采纳领域的研究中,一般都是从社交问答平台服务的角度考察用户对平台的接受行为,或通过不同用户间的评论来分析用户对于知识的采纳行为。前者将社交问答平台中的答案内容纳入到平台服务中去,从宏观上去考察用户的接受行为,但是用户对平台的接受行为和对答案的采纳行为是不一样的^[13],因此需要分别对待。后者只是单独去考察用户的评论内容,用户的评论只是判断答案质量的一个维度,用户对信息的采纳很大程度上取决于信息的质量,因此,应该将判断答案质量的几个关键因素综合起来,这样才能找到答案采纳的匹配模型。

Chen X Y和 Deng S L^[13]以双路径理论为基础,加入判断社交问答网站上答案质量的重要影响因素,并以此为变量,从用户的角度分析影响答案采纳的关键因素。他们将判断信息质量的若干个重要标准作为用户判断问答网站信息质量的重要维度,结果发现这些维度可以很好地解释用户对“答案有用性”的感知。他们发现“答案有用性”、“答案互动性”和“答案趣味性”正向影响用户的答案采纳意愿,从而影响用户的答案采纳行为。

2.3 百度知道和知乎

百度知道于2005年上线,是国内最大的中文问答社区,截至2014年末,有超过3亿的问题在百度知道上获得解决。百度知道中的问题范围广,涉及日常生活、艺

术、运动、教育、健康等。百度知道在国内问答网站的市场份额超过一半,是目前国内最为热门和活跃的中文问答社区之一^[14]。在百度知道上,当某个用户提出的某个问题被其他用户回答时,提问题的用户可以根据自己的判断来选择最佳的回答,而被采纳的答案的提供者将会获得相应的积分。有研究表明^[14],百度知道虽然可以满足用户较为多元的信息需求,但是用户对于该问答网站的答案质量并不是十分满意,其问答网站的答案质量仍有待提高。

知乎正式上线于2011年1月26日,截至2015年3月,知乎的用户注册量达到1700万。作为新兴的社交问答网站,知乎以社区、用户关系、内容运营为基础,它强调人际交流,以良好的社区氛围吸引相关领域的专业人士参与问答,因而能产生较高质量的答案,此类社区正被用户广泛采纳和接受^[13]。知乎具有很强的交互性,其社区中的答案是根据其他用户的赞同和感谢进行综合的排名。因此,知乎上的最佳答案并不是依靠提问者自身的主观判断,而是依靠该网站上的所有用户进行投票来选择的。知乎类似于一种wiki模式,可以提供较为高质量的信息,也可以为用户提供较为自由和广泛的讨论空间。知乎的运营模式类似与国外的问答网站Quora,而百度知道与Yahoo! Answer更为相似。一般而言,百度知道相比于知乎,用户之间的互动要明显不足^[13]。

知乎的用户采用准实名制,用户的身份信息是判断其回答质量的一个重要参考依据;而百度知道更倾向于让用户使用昵称。在回答问题方面,百度知道有着严格的时间限制,一旦超过回答时限则关闭该问题;而知乎则相对宽松,鼓励更多的用户参与到问题的讨论中来,并且允许相互评论和交流。有研究表明,不同的社交问答网站,其答案质量和用户对答案的感知会存在差异^[15]。因此,针对这两个不同类型的问答社区,用户对其答案质量和答案采纳程度的感知也会存在着不同。

3 研究方法

根据Chen X Y和Deng S L的提出的模型^[13],通过调查问卷的方式,重点对问答社区答案质量的影响因素和用户答案采纳意愿进行深入分析。

3.1 答案质量判断维度

根据前人的相关研究^[5-7,13]发现,答案质量主要判

断标准集中在4个方面:可靠性、新颖性、知识性和解决力。这4个判断维度及其对应的参考文献来源如表1所示。

表1 答案质量四个主要判断维度及参考来源

变量	参考文献
可靠性	Kim和Oh ^[7] ; Zhu Z M等 ^[6]
新颖性	Shah和Pomerantz ^[5] ; Zhu Z M等 ^[6]
知识性	Shah和Pomerantz ^[5]
解决力	Shah和Pomerantz ^[5] ; Chen和Deng ^[13]

可靠性是指社交问答网站上的答案在多大程度上令用户感到信任和可靠。在网络社区中,用户通过信息来源,比如通过回答者的身份判断回答内容是否可信,也可以通过信息本身是否准确判断信息的可靠性^[6]。用户认为答案的来源、内容可靠,才会认为答案是高质量的^[7]。

新颖性是指社交问答网站上的答案在多大程度上令用户感到富有新意。当用户提问的时候,有时不需要简单的答案,而是富有创新性的思路和看法。富有新意的答案会给观看答案的用户带来新思路,也会被用户视为高质量的答案^[5-6]。

知识性是指社交问答网站上的答案在多大程度上令用户感到信息量丰富,富含知识。丰富的细节描述能够反映出答案富含巨大的信息量、知识量、回答者独到见解和丰富的个人经历。因此,对于富含知识的答案,用户会认为是高质量的^[5,7]。

解决力是指社交问答网站上的答案在多大程度上可以帮助解决用户们提出的问题、疑惑或困难等。在社交问答服务平台中,提问者所提出的问题涉及到生活的方方面面,多数结合了自己的实际处境,用户更希望获得能解决自己特定问题的答案。对于能帮助用户解决问题的答案,用户会认为这样的答案是高质量的^[13]。

3.2 答案质量与用户答案采纳意愿

根据双路径理论,中枢路径上形成的态度的变化更加稳定、持久且可预测^[10]。Chen X Y和Deng S L的研究表明^[13],答案质量是问答社区用户答案采纳过程中首先考虑的中枢路径。在中枢路径上,用户将根据答案质量的判断标准对相关问题的回答进行慎重周密的

思考和加工,从而做出理性反应。本文认为答案质量会显著影响用户采纳的意愿,同时由于问答网站类型的不同,用户对百度知道和知乎上的答案采纳意愿影响关系也会有所不同。

3.3 问卷设计与数据收集

本研究使用结构化调查问卷,测量项参考Chen X Y和Deng S L^[13]提供的成熟量表,见表2。

表2 测量量表

潜在变量	测量问题项
可靠性	
R1	该问答社区上的答案比较准确、详细、内容令人信服
R2	该问答社区上的用户的身份、专业程度和权威程度可以保证答案的可靠
R3	该问答社区上的答案包含了令人信服的事例
知识性	
K1	该问答社区上的答案可以提供很多知识内容
K2	该问答社区上的答案可以开阔我的视野
K3	我觉得我可以从问答社区中学到很多知识
新颖性	
N1	该问答社区上的答案拥有很多新颖的思考
N2	该问答社区上的答案拥有很多新观点和新概念
N3	我常常会被社区上一些独特的答案内容惊喜到
N4	与其他同类型的问答社区相比,该问答社区中的答案是独特的
解决力	
S1	该问答社区上的答案可以解决我的一些问题
S2	该问答社区可以提供给我解决问题的可行信息
S3	该问答社区上的答案可以填补我知识面上的一些空白
S4	该问答社区上的答案可以帮助我解决日常生活中的问题
答案采纳	
A1	我愿意相信该问答社区上的答案
A2	我十分信任该问答社区上的答案
A3	如果有可能,我会将该问答社区上的一些答案用于我的实际生活

注: K3、N3、N4、S3和S4因为载荷值较低,在后续的分析中被删除

调查对象为曾经使用过或一直使用百度知道和知乎的用户。问卷在问卷星上发布,随后通过QQ、新浪微博、知乎平台的私信功能、电子邮件等途径邀请知乎用户填写。问卷发放时间分为三个阶段,分别是:2014年5

月20日至6月3日;2014年7月4日至7月18日;2014年10月12日至10月26日。在6周的时间内,共收到430份问卷。由于我们在问卷平台上进行了设定,只有填写信息完整的问卷方可提交,因此,这430份问卷均为有效问卷。由于问卷收集时间跨度较长,并且回复率偏低,为了保证问卷样本数据的可靠性,本文进行了无回复偏差的检验。检验方法是通过比较早期的回答者和后期的回答者在人口统计特征上是否存在显著差异来判断。利用SPSS21.0中的Mann-Whitney Test进行测试,结果显示样本中早期回答者和后期回答者的差别不显著(Z检验, $p>0.1$),从而证明无回复偏差对本研究的样本不存在重要影响。

在本文的调查样本中,知乎的用户男、女人数分别是184人(百分比59.16%)和127人(40.84%),对应于百度知道,男、女人数分别是69人(87.98%)和50人(42.02%);年龄分布上,都集中在18到24周岁的区间。样本的基本信息见表3。

表3 调查样本基本信息统计(百度知道VS知乎)

类别	知乎数据		百度知道数据		
	人数	百分比	人数	百分比	
性别	男	184	59.16%	69	57.98%
	女	127	40.84%	50	42.02%
年龄	<18	1	0.32%	5	4.20%
	18~24	229	73.63%	43	36.13%
	24~28	51	16.40%	38	31.93%
	≥28	30	9.65%	33	27.73%
教育背景	高中及以下	2	0.64%	28	23.53%
	高职高专	1	0.32%	36	30.25%
	本科(含在读)	235	75.56%	48	40.34%
	硕士(含在读)	48	15.43%	7	5.88%
	博士(含在读)	25	8.04%	0	0
专业领域	人文科学	65	20.90%	21	17.65%
	社会科学	82	26.37%	33	27.73%
	自然科学	82	26.37%	46	38.66%
	其他	82	26.37%	19	15.97%
	问答网站使用经验	≤0.5年	88	28.30%	5
0.5~1年	136	43.73%	16	13.45%	
1~2年	66	21.22%	35	29.41%	
≥2年	20	6.43%	63	52.94%	

表3 调查样本基本信息统计 (百度知道VS知乎) (续表)

类别		知乎数据		百度知道数据	
		人数	百分比	人数	百分比
问答 网站 访问 频率	≤1次每周	37	11.90%	27	22.69%
	2~3次每周	52	16.72%	13	10.92%
	4~5次每周	22	7.07%	24	20.17%
	每天1次	59	18.97%	23	19.33%
	>每天1次	141	45.34%	32	26.88%

4 数据结果及分析

首先,通过SPSS21.0对量表的信度和效度进行检验,以保证研究的可靠性。信度是通过潜在变量的组合效度(Composite Reliability, CR)、内部一致性系数(Cronbach's α)和平均萃取方差(average variance extracted, AVE)来衡量。一般认为,CR值与Cronbach's α 系数达到0.7以上,AVE的值达到0.5以上,表明量表的测量项具有很好的内部一致性。从表4可以看到本研究中的信度检验结果,各个测量项均具有比较好的信度。效度的检验是通过比较变量AVE的平方根与变量间相关系数的大小,当一个潜在变量的AVE的平方根值大于所有与该变量相关的相关系数时,说明变量间具有良好的区分效度。表5的结果显示本研究中各个测量项之间具有较好的区分效度。

通过方差分析来比较百度知道和知乎这两类问答

表4 量表测量项信度检验

	测量项	载荷系数	T值	CR	AVE
可靠性	R1	0.788	23.048	0.851	0.739
	R2	0.820	26.655		
	R3	0.821	35.567		
知识性	K1	0.941	211.150	0.899	0.817
	K2	0.866	29.341		
新颖性	N1	0.987	98.628	0.976	0.853
	N2	0.973	143.103		
解决力	S1	0.889	67.861	0.882	0.788
	S2	0.887	57.229		
答案采纳	A1	0.827	36.882	0.936	0.752
	A2	0.898	70.642		
	A3	0.821	31.123		

表5 量表测量项效度检验

NO.	变量	1	2	3	4	5
1	可靠性	0.860				
2	知识性	0.600	0.904			
3	新颖性	0.322	0.383	0.924		
4	解决力	0.574	0.558	0.485	0.888	
5	答案采纳	0.698	0.518	0.386	0.575	0.867

注: 对角线上的值是变量AVE的平方根值

社区的差异。根据表6的结果,百度知道在可靠性、解决力和答案采纳的均值要高于知乎。这说明,百度知道中的答案相对于知乎来说,可靠性和解决问题的针对性要好于知乎。而在知识性、新颖性方面,百度知道的均值要低于知乎,表明对于答案中富含的知识内容,信息量以及创新性来说,知乎中的答案要优于百度知道中的答案。而用户对知乎的答案新颖性的感知要明显地高于百度知道,这说明知乎中答案相比于百度知道具有很强的创意。

表6 方差分析结果

	总体		百度知道		知乎		百度知道 VS 知乎	
	均值	标准差	均值	标准差	均值	标注差	F值	Sig.
可靠性	5.377	0.921	5.381	1.015	5.375	0.918	0.017	0.944
知识性	5.091	0.995	5.068	1.014	5.100	0.923	0.395	0.693
新颖性	4.385	1.145	4.279	1.173	4.662	1.128	2.693	0.027*
解决力	5.613	0.967	5.746	0.982	5.562	0.939	1.178	0.280
答案采纳	5.208	1.125	5.221	1.139	5.203	1.094	0.220	0.886

注: *表示显著性在0.05以下, **显著在 0.01以下, ***显著性在0.001以下

而在答案质量影响用户答案采纳方面,如表7所示,除了新颖性对用户答案采纳的影响作用不显著外,其他三个判断维度均正向影响用户的答案采纳意愿。也就是说,无论是在百度知道,还是在知乎上,问答社区中答案的可靠性、知识性和解决力均是影响社区用户采纳答案的重要因素。通过比较百度知道和知乎的 β 系数,发现在百度知道中,可靠性对于用户答案采纳的影响要强于在知乎社区中的影响。这说明,百度知道的用户采纳答案更多地是依靠对答案可靠性的判断,而不是其他因素。同时,新颖性、知识性和解决力在这两类问答网站中对答案采纳意愿的影响没有显著的差

表7 答案采纳影响因素结果

答案采纳影响因素	百度知道		知乎		百度知道 VS 知乎	
	β 系数	T值	β 系数	T值	β 系数	T值
可靠性	0.353***	17.199	0.457***	19.255	-0.104*	2.333
新颖性	0.005(n.s.)	0.445	0.012(n.s.)	0.827	NA	NA
知识性	0.272***	15.138	0.255***	18.265	NA	NA
解决力	0.497***	20.007	0.452***	17.885	NA	NA

异。这说明, 根据样本中的数据结果, 用户依靠对答案新颖性、知识性和解决力的判断来选择是否采纳答案并不会受到问答社区类型的影响。

5 结论与讨论

本文通过比较百度知道和知乎这两类社交问答网站在答案质量和答案采纳两方面的相同和区别, 得出以下结论:

首先, 答案质量是决定用户是否采纳答案的最重要的因素, 答案质量是问答社区用户答案采纳过程中首先考虑的中枢路径。判断答案质量的主要维度包括: 可靠性、新颖性、知识性和解决力。针对这四个具体的答案质量判断维度, 本文利用调查问卷的方式, 比较了百度知道用户和知乎用户对于答案质量的感知。结果发现, 百度知道在可靠性、解决力和答案采纳的均值要高于知乎。这说明, 百度知道中的答案相对于知乎来说, 可靠性和解决问题的针对性要好于知乎。而在知识性、新颖性方面, 百度知道的均值要低于知乎, 表明对于答案中富含的知识内容, 信息量以及创新性来说, 知乎中的答案要优于百度知道中的答案。而用户对知乎的答案新颖性的感知要明显地高于百度知道, 这说明知乎中答案相比于百度知道具有很强的创意。

其次, 在答案质量影响答案采纳的关系方面, 本文通过实证研究验证了之前的假设, 与Chen X Y和Deng S L^[13]得出的结论一致。无论是在百度知道还是在知乎上, 可靠性、知识性和解决力均会显著影响用户的答案采纳意愿。而新颖性对答案采纳的影响并不显著, 说明用户决定是否采纳答案不会受到答案是否有新意的影响。通过比较百度知道和知乎的 β 系数, 发现在百度知道中, 可靠性对于用户答案采纳的影响要强于在知乎社区中的影响。这说明, 百度知道的用户采纳答案更多地是依靠对答案可靠性的判断, 而不是其他因素。同时,

新颖性、知识性和解决力在这两类问答网站中对答案采纳意愿的影响没有显著的差异。这说明, 根据样本中的数据结果, 用户依靠对答案新颖性、知识性和解决力的判断来选择是否采纳答案并不会受到问答社区类型的影响。

最后, 本文还有一些不足之处, 未来的研究可以有针对性地完善。比如, 在样本量上, 知乎的样本量和百度知道的样本量有所不同, 未来的研究中应尽量让样本数量保持一致。在研究方法上, 本文采用调查问卷的方式, 未来可以考虑综合其他研究方法, 如访谈法、内容分析法等, 以使结果更加具有说服力。

参考文献

- [1] 刘高勇, 邓胜利. 社交问答服务的演变与发展研究[J]. 图书馆论坛, 2013,33(1):17-21.
- [2] 姜雯, 许鑫. 在线问答社区信息质量评价研究综述[J]. 现代图书情报技术, 2014,30(6): 41-50.
- [3] 贾佳, 宋恩梅, 苏环. 社会化问答平台的答案质量评估——以“知乎”、“百度知道”为例[J]. 信息资源管理学报, 2013(2):19-28.
- [4] Zhang Y, Deng S L. Social question and answer services versus library virtual reference: evaluation and comparison from the users' perspective [J/OL]. Information Research-An International Electronic Journal, 2014,19(4) [2015-06-15]. <http://InformationR.net/ir/19-4/paper650.html>
- [5] Shah C, Pomerantz J. Evaluating and predicting answer quality in community QA[C]//Proceedings of the 33rd Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval. New York: ACM, 2010:411-418.
- [6] Zhu Z M, Bernhard D, Gurevych I A multi-dimensional model for assessing the quality of answers in social Q&A[EB/OL]. [2015-06-15]. http://tuprints.ulb.tu-darmstadt.de/1940/1/TR_dimension_model.pdf.
- [7] Kim S, Oh S. Users' relevance criteria for evaluating answers in a social Q&A site[J]. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 2009,60(4):716-727.
- [8] Jeon J, Groft W B, Lee J H, et al. A framework to predict the quality of answers with non-textual features[C]//Proceedings of the 29th Annual International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval. New York: ACM, 2006:228-235.
- [9] Cai Y Z, Chakravary S. Predicting answer quality in Q&A social network: Using temporal features[R]. Arlington: Department

- of Computer Science and Engineering, University of Texas at Arlingtong,2011.
- [10] Petty R E,Cacioppo J T.Communication and persuasion:Central and peripheral routes to attitude change[M].New York:Springer,1986.
- [11] Deng S L, Liu Y, Qi Y Y. An empirical study on determinants of web based question-answer services adoption[J].Online Information Review,2011,35(5):789-798.
- [12] Zhang W, Watts S. Knowledge adoption in online communities of practice[EB/OL]. [2015-06-15] <http://aisel.aisnet.org/icis2003/9/>.
- [13] Chen X Y, Deng S L. Influencing factors of answer adoption in social Q&A communities from users' perspective: taking Zhihu as an example[J/OL].Chinese Journal of Library and Information Science,2014,7(3):81-95.[2015-06-15] <http://ir.las.ac.cn/handle/12502/7568>
- [14] Deng S L, Yang L N, Zhang Y. Social Q&As or Library Virtual Reference Service: What is Behind the Choices of Chinese Information Seekers?[J].Libri,2014,64(4):327-340.
- [15] Fichman P. Information Quality on Yahoo! Answers [EB/OL][2015-06-15]. <http://eprints.rclis.org/20246/1/fichmanMarch2013submit.pdf>.

作者简介

陈晓宇, 男, 1991年生, 硕士生, 研究方向: 信息计量与知识管理, E-mail: chenxiaoyu0928@whu.edu.cn。

卢兴威, 男, 1994年生, 本科生。

邓胜利, 男, 1979年生, 博士, 教授, 研究方向: 网络用户信息行为, 通讯作者, E-mail: victorydc@sina.com。

A Comparative Study of Answer Quality and Answer Adoption in Social Q&A Communities: Baidu Knows VS Zhihu

CHEN XiaoYu¹, LU XingWei², DENG ShengLi¹

(1. School of Information Management, Wuhan University, Wuhan 430072, China;

2. College of Public Administration, Huazhong Agricultural University, Wuhan 430070, China)

Abstract: This paper compared two social Q&A communities, Baidu Knows and Zhihu, from the perspectives of answer quality and answer adoption. According to previous studies on answer quality assessment, this paper concluded 4 main dimensions of evaluating answer quality and made a comparative study of users' perceived differences of these 4 dimensions between Baidu Knows and Zhihu. In addition, this paper also analyzed the impact of answer quality on answer adoption, and then, compared the differences of the extent and relations of influence in Baidu Knows and Zhihu. On the basis of these results, this paper made in-depth analysis and discussion about these differences between Baidu Knows and Zhihu.

Keywords: Social Q&A Communities; Answer Quality; Answer Adoption; Baidu Knows; Zhihu

(收稿日期: 2015-06-01; 编辑: 王立学)