

● 李 丹

# 中美网络问答社区的对比研究

——以 Quora 和知乎为例

2009年6月,社会化问答网站 Quora 在美国硅谷成立,2012年估值已达4亿美元,并获得新一轮的风险投资。2013年3月,中国的社会化问答网站知乎向公众开放注册,不到一年的时间,其用户迅速由40万攀升到400万。<sup>①</sup> Quora 的成功模式对国内网络问答社区的发展具有借鉴意义。本文从产品功能、运营管理、用户特征等三个角度,对 Quora 和知乎进行对比研究,以期对国内网络问答社区提供启发和借鉴意义。

## 产品功能对比

### 1. Quora 比知乎的功能区划分更简洁

首先,从首页来看,Quora 相对简洁。Quora 的导航条包括搜索、主页、个人、提问四个按钮,但知乎有搜索、提问、首页、话题、发现、消息、个人七个按钮。Quora 的首页除去导航条外,主要包含两个功能区,一个是最新动态,内容是关于你所关注话题的最新动态,约占70%的界面;另一个是信息管理区,起到导航作用。知乎的首页显得比较繁杂,除去导航条外,还分为四个功能区。左侧也是最新动态,知乎推送的最新动态是关于关注对象的行为,包括他们的提



问、关注、赞同等。右侧上方是用户在知乎网相关行为管理信息。右侧下方网外邀请功能——“邀请好友加入知乎”。在右侧中下方,为用户关注或感兴趣话题或用户推荐板块。

其次,Quora 的问题界面也比知乎简单。二者的问题页面主要板块都留给了问题本身,边上附加“相关问题”、“分享问题”、“问题状态”等。在对他人回答的行为上,Quora 只有 upvote (投票)、comment (评论)、thank (感谢)、report (举报) 四项,而知乎有评论、感谢、分享、收藏、没有帮助、举报、投票七项。

### 2. 特色功能比较



两者的特色功能定位存在差异。Quora 的特色功能有:轻博客 (Blogs Post)、回顾 (Review)、信用系统 (Credit System)、推广 (Promotion)、线下书籍 (Publication Best of Quora)。Quora 的“轻博客”就像没有问题的答案,适用于分享一些不能用问答模式来表达的有用的知识,这是 Quora 鼓励用户生产优质内容的另一种方式。“回顾”旨在讨论 Quora 的新闻、讨论方式、新特色和其他有关的话题,不隶属于 Quora。“信用系统”是用分数来计算的,每个新成员都会得到 Quora 给的 500 分,这些分可以用来请别人回答问题,也可以给予

网络的互动,来推广品牌节目。很多活动的知情者、参与者都是通过江苏网台这一平台获取信息的。

以大学生音超联赛为例,该活动虽然才推出三届,却获得了广大受众的好评。江苏网台从大赛初选开始,便通过江苏网台链接到专题网站,由于赛程要经历“高校海选、八强突围、四强争霸、冠军总决赛”四个阶段,耗时较长,为了吸引网友的关注,江苏网台除了推出了网络投票以评选出“最佳人气奖”、

在“网络面对面”专栏播放选手的精彩花絮之外,还鼓励选手通过社交网站为自己集聚人气。

同时,江苏网台在网络社区开辟专栏,邀请网民一起互动参与。一方面,网民通过跟帖回复,提出自己的建议和意见,不断引出新话题,以形成更大的影响力;另一方面,为网站增加了浏览量与关注度。在整个活动中,江苏网台和电视台一起通过文字、视频等多种形式,展现参赛选手的风采,报道活动的

进程。台网互动举办活动,不仅可以增加受众对活动的关注度,还能为台网吸引客户、树立品牌形象,从而提升台网的影响力和知名度。

### 注释:

①孙岩:《媒介融合背景下的台网互动》[J],《收视中国》,2011年第7期

(作者单位:河海大学公共管理学院;河海大学大禹学院)

别人。与一般网站的分数激励机制不同, Quora 的分数没有与其他物质挂钩, 如果分数低于 100 会得到系统新的分数。Quora 线下产品就是一本书籍, 里面收录了近一年来 Quora 的精品问题和回答。

知乎一直在摸索本土特色。知乎的特色功能为专栏、发现、话题广场、知乎圆桌、知乎阅读、知乎日报。“专栏”是用户自己打理的地方, 可以借此扩大自身影响。“发现”里知乎编辑向用户推荐好的问题, 包括今日最热和本月最热。“话题广场”则是知乎特意为用户准备的话题集锦, 方便用户选择自己感兴趣的话题。“知乎圆桌”是知乎自创的, 打破地域的讨论平台, 邀请 1 位主持人和 4 位以上有多年行业经验的嘉宾共同发表见解, 解析行业, 与知友分享他们的探索与洞察。“知乎阅读”是知乎的一个实验项目, 为用户提供更好的阅读形式和体验。“知乎日报”是纯移动端 APP, 为用户提供每日精选资讯类服务, 推送站内最新精彩问答。

## 运营管理的特征比较

### 1. Quora 的规则更细致周密

Quora 和知乎的所有准则都建立在两个重要原则上: “创造有价值的内容”和“保持友善和尊重”。

Quora 政策和指南主要包括以下方面: 重要政策 (Key Policies)、适度与政策制定 (Moderation & Policymaking)、提问政策和指南 (Question policies & Guidelines)、回答政策和指南 (Answer Policies & Guidelines)、混杂情况 (Miscellaneous)、最佳资源政策 (Policies on “Best Source”)、话题政策 (Policies on Topics)、Quora 特色指南 (Quora Style Guidelines)。

知乎的指南包括: 社区基本原则、知乎入门、关于提问、关于话题、关于回答、其他。知乎的指南 Quora 大多都能涵盖, 而一些 Quora 的规则, 在知乎上则是空白。比如 Quora 要求复制内容时附上来源和链接, 充分尊重问题回答

者的知识产权。在设计医学和法律问题时有一系列的细节注意。

以医学为例, Quora 要求医生们回答问题时不要给读者一个正在行医的印象。问题可以阐述一些症状、询问一些建议, 但是不能表现出求医的倾向。回答可以提供一些建议、指导, 但不可替代现实生活中的求医。医生不得提供过去治疗过的方案, 不能在 Quora 提供的互动平台上开处方药, 因为这有可能触犯了许许多州的远程医疗规则。医生或医学学生在 Quora 上回答关于医学的问题需要进行资质认证, 并在最后附上免责声明。

### 2. Quora 比知乎更注重隐私保护

关于个人隐私的保护, 知乎规定不公开的隐私信息包括: 用户以匿名身份提交和关注的内容、用户已经写好但未提交的答案草稿、用户私信的内容。用户不能以匿名形式或真实身份去实行攻击他人或泄露他人隐私等行为。而 Quora 则指出对于会对人们造成伤害或不适的问题都不被允许, 受影响的用户可以要求删除所有信息等, 同时贴出了一些具体的被禁止的问题。Quora 详细又全面的规则为许多可能发生的法律纠纷扫除了障碍。

## 用户的比较

### 1. Quora 文化多元, 注重专业用户

知乎的用户大部分集中于中国和其他使用中文地区, 而 Quora 的用户则集中于印度、美国、英国, 其他国家也有均等分配。Quora 更具有国际性, 文化也更加多元。用户的质量还体现在问答的质量上, 一些吐口水、吐槽的问题在知乎上比比皆是。以马航 MH370 客机失联事件为例, 本文以同一个问题“马来西亚飞北京的 MH370 航班飞机可能发生了什么事”<sup>②</sup> (What happened to Malaysian Airlines flight MH370<sup>③</sup>) 考察两个网站的用户回答情况。

Quora 上对这个问题, 前三位得到赞同最多的访客身份分别是在波音 747

服役的飞行员、航空工程师、网站工程师, 他们采用大量篇幅从多角度分析各种可能, 并贴出飞机的航线图等以突出专业性。而知乎前三位得到赞同最多的身份分别是匿名用户、导演、新闻通讯员。回答大多是不足一百字的主观推测。

### 2. Quora 加强用户互动, 满足个性服务

Quora 最初创立就与 Facebook 挂钩, 希望具备社区性、交互性和真实性的优势, 并培养有黏性的忠实用户, 以便和早已占据网络市场的搜索引擎进行差异化竞争。

## 结 语

综上分析, Quora 比知乎具有更多优势和成功经验: 其功能定位准确, 功能区划分更简洁。运营管理方面, Quora 在内容的广度和深度上超越知乎。Quora 的用户更具有国际性, 更专业, 问答更严肃。从首页推介就能看出, 知乎强调社交性, 强调意见领袖; 而 Quora 极力淡化名人影响, 让首页出现更多新人的问题。知乎善于将内容进行整合推广, 以扩大影响; Quora 更侧重提供一个干净、规则的社区给所有想要获得新知识、分享新经验的人。这些都是 Quora 能够在激烈的市场竞争中迅速发展的重要原因。鉴于此, 中国的网络问答社区需要清晰定位自身的功能特色, 严格控制用户层次, 以保障资源的质量和吸引力; 服务方面则需要突出网络媒体的个性化互动优势, 满足用户的多重使用需求。

### 注释:

① 数据来源: 百度百科, <http://baike.baidu.com/>

② <http://www.zhihu.com/question/22968219>

③ <http://www.quora.com/MH370/What-happened-to-Malaysian-Airlines-flight-MH370#>

(作者单位: 南昌大学新闻与传播学院)