# 社会化问答网站

# 用户质量与数量的关系浅析

引言

知乎曾经一度采用邀请制注册方式。知乎未开放前推广方式大致有：软文、邀请。2013年3月，知乎面向公众开放注册，结合微博、论坛等持续进行社会化营销、口碑传播。凭借高质量内容，效果很明显：知乎在短短四年内，便拥有了几千万用户，同时更多企业和团体也向知乎张开了怀抱。知乎官方宣布：截止2017年9月,知乎个人注册用户总数超过1亿,日活跃用户量达2600万,人均日访问时长1小时,月浏览量180亿。这时的知乎已然走出了小众的圈子，几乎覆盖了网络人群主流，成为一个真正的庞然大物。也就是说用户群体和豆瓣、贴吧、微博等都有了很大重合。根据《路西法效应》[[1]](#footnote-1)——“一个群体的入会仪式越严格，人们对它的忠诚度就会越高”，严格的入会仪式类似于饥饿营销，会让人产生这个群体价值很高的感觉，而在这个印象下群体也会不断向这个方向发展。那么对于知乎的开放注册存在着这样一个疑问，随着知乎用户的剧增，高质量问题、答案被稀释，会不会导致高质量用户流失？

知乎用户成分划分

考虑到知乎没有可以一页一页翻取用户资料的列表页，而且用户首页URL也没有规律可循，完全是用户自定义的，加之时间与空间复杂度问题，笔者采用网络爬虫抓取部分用户数据。下为抓取策略：用一个知乎话题入手，抓取他的关注列表，然后进入他的关注列表，抓取每个人的资料后再抓取这这些人关注的列表，依次走下去。

下面为程序运行代码及使用步骤（回车运行，需要停止，在console里面输入no\_more\_monkey()+回车）：

1. 打开链接：https://www.zhihu.com/topic/19552330/followers
2. 右键->Inspector(e.g 审查元素/检查/etc)
3. 切换到Console选项卡
4. 粘贴下面的代码

var interval\_id = setInterval(function(){

$('#zh-load-more')[0].click();

$('.zm-person-item>div>h2>a').each(function(){

console.log($(this).text()+' http://zhihu.com'+$(this).attr('href'));

});

$('.zm-person-item').remove();

},1000);

var no\_more\_monkey = function(){

clearInterval(interval\_id);

}

从角色成分上来看，知乎的用户可以分为问题发起者，问题回答者，信息分享者。问题发起者可以暂且归论到普通用户一栏，问题回答者这个角色

从阶层分类，知乎的用户可以分为以下三种：第一类，权威用户，这类用户主要来源于早期邀请注册制阶段，典型代表如创新工场董事长兼 CEO 李开复，果壳网创始人杨勃，小米科技董事长雷军等；第二类，掌握某领域专业知识的专业用户，这类用户是拥有专业知识，并且乐于分享和生产高质量知识的平民用户，这类人积极回答自己擅长的问题，喜欢用理性，严谨和负责的态度分享知识，一步步积累人气，逐步成为在某领域有影响力的专业用户；第三类，普通用户，这类用户往往多是信息的阅读者和反馈者，他们会经常阅读感兴趣的话题，点赞或者评价，但往往他们并不是生产信息的主要成员。

从用户关注方向上来看，知乎话题关注度top10：电影、旅行、互联网、创业、科技、健身、设计、美食、自然科学、经济学。知乎粉丝最多top3：李开复(创新工场董事长、CEO)、黄继新（知乎联合创始人）周源（知乎CEO）

如何避免品牌类帐号营销操作泛滥，导致用户审美疲劳，是知乎需要考虑的问题随着知乎由邀请注册制转变为开放注册制，用户规模的扩大有利于扩大市场

占有，但是与此同时，低质量问题泛滥，答案缺少专业性，知识环境愈发浮躁，

逐渐与知乎求专求精的精神背道而驰，对于知乎用户而言，大量低质量的海量信

息不仅不会吸引用户，反而会让他们眼花缭乱，手足无措。因此，知乎需要在平

衡用户规模和内容质量上下大功夫。目前知乎里为人所知的精英用

户大多是靠口耳相传，人们往往是通过分享他回答的问题而有所了解，长此以往，

必然导致这部分人群热情丧失，离开知乎。随着开放注册制度的推行，用户数量增长，知乎缺少明确的机制为精英用户带来应有的地位，比如百度知道采用的等级制度，贡献知识越多，经验值越多，

等级就越高，这样精英用户的地位可以一目了然。负责任写答案用户的付出没有得到肯定和奖励，逐渐会产生劣币驱逐良币的

效应。早期的知乎采取邀请注册制，保证问答社区拥有较高的信息质量和纯净的知

识环境，其不足是限制了整个社区的发展速度。知乎开放注册后，由于缺乏把关，

导致知乎在用户数量和问答数量几何级数激增的同时，带来了质量不断下降等问

题，有价值的答案占比降低，知识环境的氛围不断浮躁，从而使一些初期实名受

邀专业用户离开知乎，使知乎的粘性急剧降低. 从微观上来讲，知乎将信息技术和互联网思维完美融合，对传统的知识生产，

知识管理和知识服务进行了优化和升级。在马斯洛需求层次理论中，他把人的需求由较低层次到较高层次分成五类，

依次为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求。尊重需求既

包括个人对成就或自我价值的感觉，也包括他人对自己的认可与尊重。他人认可，

即意见、态度或专业性的认可。我们分析可以得到，用户在知乎中可以通过分享

知识获得尊重和认可，乃至达到最高层次的自我实现。

因为中国网民的素质就是这么低，知乎的早期用户属于国人中知识水平高的，现在用的人多了，慢慢降到中国的网民的平均素质。而素质低体现在对人不对事，动不动人身攻击，或者纯粹为了体现自己的正确性，以把对方说得哑口无言为目的。缺少critically thinking的能力。有些长篇大论的答案，即便不去验证其中使用证据的可信度，单纯把行文逻辑抽出来，就能发现有问题。这里就和中国的教育有很大联系，中式教育讲究 正确答案，而西方教育讲究 思考讨论交流。中式教育环境出来的学生对于信息缺少分辨能力，更倾向于根据自己的喜好来反对或赞同。但是知乎相比贴吧还是有很好的机制来减少低质量内容。1.投票机制，虽然不好说高票答案一定质量最好，但是至少一些无意义的答案被“反对+没有帮助”掉了，好过贴吧一堆水贴。2.对于喷子，可以举报，扣友善度，让其不能发言；而我在贴吧想举报，竟然又要填邮箱又要提交身份证，开什么玩笑。3.你可能关注了一些门槛比较低的话题（生活类、情感类），随便什么人都能说上几句；要是关注一些小众话题，会发现无知言论少一些。另外，如果把知乎当成一个工具的话，自己知道要看什么，带着问题来搜索知乎答案，就能避开低质量内容。

结论：

知乎的用户越来越多，随之而来低质量的回答等充斥社区，有很多知乎的早批高质量用户或因受不了社区的某些内容而选择离开，这些用户的离开对社区来说影响是比较大的，社区的整体质量会因为大批量高质量用户的流失而下降。

1. 强调情境对人的影响，当你是狱警时，你就趋向暴力：当你是囚徒，你就趋向畏缩。 [↑](#footnote-ref-1)