



“十二五”国家重点图书出版规划项目

国家出版基金资助项目

· 网络舆情与网络社会治理研究丛书（第一批）·

总主编 / 徐晓林 王国华

博客交流互动的 动机与行为研究

张辉 著



“十二五”国家重点图书出版规划项目

国家出版基金资助项目

· 网络舆情与网络社会治理研究丛书（第一批） ·

总主编 / 徐晓林 王国华

◎ 张 辉

著

博客交流互动的 动机与行为研究



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 提 要

博客不仅已经成为网民发布信息和表达情感的重要平台,也是网络舆情扩散的重要渠道。尽管博客动机研究由来已久,但仍有一些议题尚待深入研究。

本书基于使用与满足理论、互动理论、理性行为理论、内在动机和外在动机理论、社会资本理论以及中国网民的博客使用情况,构建博客写作、阅读和评论动机因素模型。通过发放问卷收集数据,对三个研究模型进行验证。最后,对全书的主要结论和研究意义进行总结,识别研究中存在的局限性,并提出未来博客动机研究的议题和方法。

图书在版编目(CIP)数据

博客交流互动的动机与行为研究/张辉著. —武汉:华中科技大学出版社,2017.1
(网络舆情与网络社会治理研究丛书)

ISBN 978-7-5680-2280-4

I. ①博… II. ①张… III. ①互联网络-传播媒介-舆论-研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 249282 号

博客交流互动的动机与行为研究

张 辉 著

Boke Jiaoliu Hudong De Dongji Yu Xingwei Yanjiu

策划编辑:钱 坤

责任编辑:殷 茵

封面设计:刘 卉

责任校对:张会军

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:湖北恒泰印务有限公司

开 本:710mm×1000mm 1/16

印 张:9.25 插页:2

字 数:173千字

版 次:2017年1月第1版第1次印刷

定 价:36.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

网络舆情与网络社会治理研究丛书

编委会

■ 主 编 徐晓林 王国华

■ 编 委 (按姓名拼音排序)

陈 涛 丁 煌 董天策 樊 博 高小平

黄本雄 荆学民 孟庆国 王国华 王红卫

王来华 夏征宇 徐晓林 张康之 张 昆

张 毅 赵 峰 钟 瑛

总 序

地球上每天都有人仰望星空,我们看到的是以恒星为主的“恒定”的星空。日升日落,月盈月亏,周而复始,亘古不变。假如,在太空中,有一群外星人也在观察地球,或者如中国美丽的传说,月亮之上的嫦娥在广寒宫思念她的地球故乡,千百年来日复一日地眺望着这颗让她伤心纠结、更让她魂牵梦萦的蔚蓝色星球,嫦娥看到了什么?嫦娥眼中的地球故乡,一如既往地浮在空中,飘在远方。从宇宙、太空的大尺度视角看地球,千百年来地球还是那颗地球,地球没变。但是,生活在地球上的我们,浩渺宇宙中这珍稀的几十亿个生灵,切切实实感受到,近几十年来,我们的地球在变,我们的时代在变,我们的社会在变,并且在迅速改变!这一切变化,是由于信息技术,是由于计算机、手机,特别是由于将计算机、手机连接起来的互联网和移动互联网。

我们已确定无疑地进入到互联网时代。根据“互联网女皇”Mary Meeker 的报告,到 2015 年底,全球互联网用户超过 30 亿,互联网渗透率达到 42%。发达国家互联网渗透率普遍在 70% 以上,发展中国家互联网也在快速普及,印度 2014 年和 2015 年互联网用户分别增加了 33% 和 40%。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的数据,截至 2015 年 12 月 31 日,中国网民总数为 6.88 亿,互联网普及率为 50.3%。从网民数量、网站数量、域名数量、电子商务等规模和数量指标看,中国已经是世界第一网络大国。习近平总书记在 2016 年 4 月 19 日网络安全与信息化工作座谈会上的讲话中指出:我国有 7 亿网民,这是一个了不起的数字,也是一个了不起的成就。

在人类文明和社会历史发展进程中,最先进、最突出、最有带动性、最有影响力的技术总是划分时代和社会的标准与标志。种植、养殖技术的应用让人类从蒙昧走向文明,人类历史进入农业时代,产生了埃及、中国等一批文明古国。蒸汽机和工业革命让人类进入工业时代,社会加速发展,产生了英国、德国、美国等一批工业强国。习近平总书记在 2015 年 12 月 6 日第二届世界互联网大会上的

讲话中指出:纵观世界文明史,人类先后经历了农业革命、工业革命、信息革命。每一次产业技术革命,都给人类生产生活带来巨大而深刻的影响。现在,以互联网为代表的信息技术日新月异,引领了社会生产新变革,创造了人类生活新空间,拓展了国家治理新领域,极大提高了人类认识世界、改造世界的能力。……可以说,世界因互联网而更多彩,生活因互联网而更丰富。

当今,以互联网为代表的信息技术正带领人类进入信息时代、互联网时代。互联网时代的中国,正在被互联网和信息技术快速且深刻地改变着,中国社会的经济、政治、文化以及社会本身正在发生巨大的变化,呈现出崭新的态势和特征。习近平总书记在2016年4月19日网络安全与信息化工作座谈会上的讲话中指出:现在,互联网越来越成为人们学习、工作、生活的新空间,越来越成为获取公共服务的新平台。

曾几何时,碰到未知的知识和不懂的问题,人们会去图书馆、资料室查阅,会翻字典、辞典和百科全书,会去询问和请教老师、同学、朋友。如今,“外事不决问谷歌,内事不决问百度”,谷歌、百度、维基、知乎等会告诉你一切你想要的知识和答案。互联网时代,人们的信息获取和知识学习主要来自甚至依赖互联网。互联网极大地方便和改变了人们的教育学习和信息获取方式。国外甚至有研究表明,因为互联网查阅知识和搜索答案的便利,人类的脑神经回路和记忆结构、知识结构等都在发生改变。信息前所未有的丰富,知识也不再是稀缺资源,人们从报刊书籍等印刷文字中获取知识的时代已经成为过去,从广播、电视等传统大众媒体获取信息的时代也正在成为过去,互联网成为知识和信息的主要来源。近年来,互联网向知识领域和教育领域扩展渗透,“互联网+”教育蓬勃发展,正在深刻改变人们教育和学习的方式与格局。

从烽烟报警、鸿雁传书到电报、电话,再到今天的微博、微信,人们的交流沟通方式不断发生着深刻的改变。互联网时代,人们通过电子邮件、贴吧、微博、微信、QQ等方式即时联系,五湖四海的人们通过互联网随时随地、每时每刻地联系、沟通、交流。即使你远在天边,你也近在咫尺,你的音容笑貌时刻可以生动地呈现在四面八方的亲友面前。作为社会化动物的人们,通过互联网的连接和频繁的沟通交流而更加社会化、组织化。原来分散的、弱小的个人,经由互联网的连接,成为一个个有组织、有力量的群体。千千万万的圈群将亿万网民时刻连在一起,形成一支崭新的社会力量——网民大军。社会的基础结构、组织方式和力量分布由此发生深刻的变化,国家与社会的关系也随之发生巨大的改变。在经由互联网连接起来的亿万网民面前,国家的权威和力量相对衰落,社会的力量兴起并日益强势,传统的权力配置、治国理政和社会运行方式因此而发生改变,面

临新的巨大的挑战。

现在,不管你是在繁华都市还是在穷乡僻壤,不论你是老是少、是穷是富、是学历高还是学历低,互联网已经在空间上覆盖了所有的区域,在社会上已经渗透到所有的人群。互联网的广泛存在和深入渗透,已经深刻改变了我们这个时代的人以及这个社会的经济、政治和文化。互联网信息技术是经济发展的引擎和火车头,与互联网相关的产业和企业呈现出蓬勃发展的势头和潜力,是最有活力、最有带动性的经济增长源,一批市值百亿级、千亿级甚至万亿级的企业在数年、十几年时间内成长起来,这在过去是不可想象的。互联网深刻改变着中国乃至世界的经济结构、经济面貌和经济未来。与此同时,中国乃至世界的政治基础、政治运行、力量分布也深刻改变。被互联网时刻联系、组织的亿万网民,蕴藏着巨大的社会政治能量,不但改变了当今的国际关系,改变了社会力量对比,改变了信息传播方式,还深刻改变甚至彻底颠覆了既有的媒体格局、舆论态势和话语权。草根的众声喧哗、亿万网民的声音改变了言论表达和舆论形成的格局与走势,互联网极大地赋予了人们言论表达的自由,赋予网民特别是草根网民、底层群众以表达权利和参与便利。民众经由互联网表达出来的态度、意见和行为倾向,形成无所不在的网络舆情,成为影响公共政策、司法行政、突发事件等公共事务乃至国家社会政治走向的重要因素。网上流动的信息,网络空间产生的态度意见、行为倾向和群体行动,改变着我国的舆论氛围和执政环境,对社会稳定、公共治理和国家安全带来巨大的挑战。

互联网带领我们进入到互联网时代,并将我们所处的社会改变为网络社会。如同蒸汽机不仅是机器和工具一般,互联网也不仅是技术工具和物理网络,互联网还是关键的社会政治因素。互联网所造就的网络社会,具有许多不同于农业社会和工业社会的新特点。互联网时代的中国,互联网自身的技术特点,加上中国独特的国情和网情背景,使得中国社会的技术基础、经济基础、思想文化基础、社会结构基础和社会力量基础都发生了深刻的改变。互联网时代的中国社会具有泛在化、虚拟化、离散化、极速化、圈群化的显著特征,成为一个变化极快、能量极大的“高能社会”。这样的社会,蕴藏并可能激发天文数字级别的社会政治能量,既有巨大的发展进步的动能与机遇,又有巨大的混乱倾覆的风险和挑战。正如习近平总书记所言,“古往今来,很多技术都是‘双刃剑’,一方面可以造福社会、造福人民,另一方面也可以被一些人用来损害社会公共利益和民众利益。”互联网社会既具备极速发展变化、推动万物互联、助力行业融合、加速社会变革等众多机遇,又蕴含极易组织和动员、不确定性与低可控性、能量颠覆式转化、社会动能和政治势能转换切变等诸多风险和挑战,需要正确认识和把握,有效防控风

险和应对挑战,维护好网络安全,实现网络社会的良好治理。

深刻认识互联网和互联网时代,正确理解和把握网络舆情和网络社会的特征规律,探索网络社会的有效治理之道,正是“网络舆情与网络社会治理研究丛书”的目标使命,也是我们研究团队的中心任务。近年来,华中科技大学非传统安全研究中心、舆情信息研究中心研究团队依托多项基金课题,围绕着互联网与公共管理和国家治理这个主题,就互联网与网络舆情、互联网虚拟社会风险、突发事件网络舆情演化、网民政治态度、网络社会治理等问题进行了探索性的研究,获得了若干研究成果。丛书所呈现的,就是这些探索和努力结晶。

当然,互联网技术和应用还在日新月异、突飞猛进地发展,互联网时代才刚刚拉开帷幕,互联网社会也才刚刚形成,还在快速演进中。对于互联网社会,对于网络舆情和网络社会的研究探索才刚刚起步,我们的研究还非常粗陋。本丛书的推出除了汇报我们所做的工作外,更是想作为引玉之砖,吸引更多的人对网络舆情与网络社会展开更全面、更系统、更深入、更专业的研究。

网络时代的大幕已经拉开,网络社会的航船刚刚起锚。我们庆幸生逢这个激动人心、深刻变化的网络时代。我们深知,互联网对社会的深刻影响才刚刚呈现,对网络舆情和网络社会的研究也刚刚起步,网络社会这个新大陆需要持续不断地进行探索。让我们搭乘这艘互联网的快船,一起探索,一起冒险,一起迈向未来!

王国华

2016年7月6日

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 研究背景及意义	(2)
第二节 国内外相关研究综述	(5)
第三节 研究思路及研究方法	(34)
第四节 研究内容及创新之处	(36)
第二章 理论基础	(39)
第一节 使用与满足理论	(40)
第二节 互动理论	(46)
第三节 理性行为理论	(49)
第四节 内在动机和外在动机理论	(50)
第五节 社会资本理论	(51)
第三章 博客写作动机模型研究	(53)
第一节 研究模型和假设	(54)
第二节 研究设计	(62)
第三节 数据收集	(67)
第四节 数据分析	(68)
第五节 回归分析	(70)
第六节 结果和讨论	(73)
第七节 结论	(75)
第四章 博客阅读动机模型研究	(77)
第一节 研究模型和假设	(78)

第二节	量表设计和数据收集	(80)
第三节	数据分析	(82)
第四节	模型检验	(84)
第五节	结果和讨论	(86)
第六节	结论	(87)
第五章	博客评论动机模型研究	(89)
第一节	中国博客评论实践	(90)
第二节	研究模型和假设	(97)
第三节	研究设计	(100)
第四节	数据收集	(103)
第五节	数据分析	(104)
第六节	模型检验	(109)
第七节	结果和讨论	(111)
第八节	结论	(113)
第六章	研究结论、局限和展望	(115)
第一节	主要结论	(116)
第二节	研究意义	(118)
第三节	局限和展望	(120)
参考文献	(121)

第一章 绪 论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

1. 研究的现实背景

博客已经成为流行文化、大众媒体和网民日常生活的重要组成部分,更是普通民众发布信息和表达情感的重要平台。近些年来,我国博客用户数量稳步增加。据中国互联网络信息中心(CNNIC)调查显示,截至2013年6月底,博客用户规模已达4.01亿人,较上年底增长2839万人,博客的使用率为68%,较上年上升了1.9个百分点(CNNIC,2013)。而到2015年6月底,博客用户规模已达4.74亿人,网民使用率为71.1%(CNNIC,2015)。虽然博客用户规模增长率较之以前有所降低,但博客作为一种互联网应用平台,依然在互联网交流沟通中占据第二位(CNNIC,2012)。此外,与传统媒体相比较,信息在博客上的交流更加便捷,传播速度更快。因此,博客已经成为舆论领袖传送信息的一个重要渠道。

近年来,社会冲突事件转化为网络群体性事件的案例频发,互联网的沟通交流应用平台在其中扮演着重要角色。据中国互联网络信息中心的调查数据显示,博客作者表达自我的积极性大幅提高,特别是他们在参与公共事件时,这种表现就更加明显。针对“社会现象”发表自我言论的博客作者比例已达54.5%,博客用户通过个人言论参与公共事件的热情不断提升,他们的表达欲望也不断地得到满足(CNNIC,2009)。博客已经成为人们日常获得信息或新闻的重要渠道之一。通过阅读博客博文,人们可以方便快捷地了解到当前热点的政治议题和社会议题的相关信息,特别是热点议题的一些“内幕”。

博客评论在博客信息传播和扩散过程中扮演着重要的角色。博客作者的博文只有经过博文读者的转载、引用和评论,才可以让其观点或意见得到扩散和传播。早就有研究预言,网络互动将成为21世纪人民互动的主流模型(莱文森,2001),通过博客评论而产生的沟通交流过程,依赖于参与者共同参与及对内容做出共同的讨论(Rafaeli & Sudweeks,1997),参与的人越多,信息扩散和传播的速度就越快。

2. 研究的理论背景

本研究对博客写作、阅读和评论行为的动机因素进行研究,其理论背景主要

体现在以下三个方面:

1) 博客写作行为动机综合性研究的缺乏

先前国内外博客写作动机研究对博客写作行为背后的动机因素进行了有益的探索,发现和识别出博主进行博客写作活动的一些动机因素,这在理论和研究方法方面均为今后的研究提供了有益的借鉴。然而,先前研究也存在两个方面的局限性:第一,学者从不同的学科角度出发,基于不同的理论构建博客写作动机模型,却忽视了其他变量的选择。第二,现有的博客写作动机模型不能全面反映博客读者的动机因素。因此,构建一个综合而简洁的博客写作动机模型就成为当务之急。

2) 博客阅读行为动机研究的缺乏

现有国内外博客研究侧重博客本身或博客作者及其行为动机,忽视对博客读者行为及其背后的动机因素的研究(Baumer et al., 2008; Huang et al., 2008)。现有关于博客阅读动机的研究对博客阅读动机因素进行了初步探究,为后续的研究奠定了一定的研究基础,但是这些研究也存在一定的局限性:①一些研究并未对博客读者和作者的动机进行区分,在研究中往往使用混合博客作者和读者的博客用户开展动机研究。②研究博客使用的对象和相关调查较为狭隘,主要集中在政治博客用户。③研究的视角较为单一。因此,基于新的视角,构建一个较为全面地反映博客阅读动机因素的模型就显得十分必要。

3) 博客评论行为及其动机研究的缺乏

学术界现有研究主要集中在博客帖子自身,忽略了对评论的研究(Mishne & Glance, 2006; Walker, 2006)。然而,博客评论是博客社区主要的互动行为,是博客信息能否扩散的关键。已有的博客评论研究从研究内容上看,主要是侧重于博客评论的特征、作用和影响,对博客评论行为背后的动机研究较少;从研究方法上看,以定性研究为主,实证研究文献几乎空白。因此,迫切需要对博客评论动机因素进行定量研究。

因此,本书的研究问题主要包括以下三个:

- (1) 博客写作、阅读和评论行为背后的动机因素有哪些?
- (2) 内在动机和外在动机对这三个行为中的每个行为的影响如何?
- (3) 三种行为的动机因素之间有无共同性?

二、研究意义

1. 理论意义

本研究的理论具体表现在以下三个方面:

1) 建构博客写作动机模型、阅读动机模型和评论动机模型

基于缺口分析,识别目前国内外博客写作、阅读和评论动机研究的空白点,构建三个动机研究模型。

(1) 在国内外已有对博主动机和开设博客动机研究的基础上,采用综合模型的方法,建构博客写作动机模型。

(2) 基于一个新的研究视角,识别四个阅读动机因素,构建博客阅读动机模型。

(3) 基于中国博客社区的扎根观察和博客用户访谈,识别博客用户评论行为的四个动机因素,尝试构建博客评论动机模型。

2) 深化对我国博客用户的三种行为背后动机的认知和理解

(1) 使用问卷调查我国的博客用户,收集数据并对构建的三个研究模型进行验证,了解我国博客用户的写作、阅读和评论行为的主要动机。此外,通过与国外相关研究中发现的国外博客用户写作和阅读动机进行比较分析,发现我国博客用户与国外博客用户在这三种行为动机方面的异同。

(2) 使用内在动机和外在动机理论分别对每一个行为的动机因素进行分析,并探究内在动机和外在动机在每个行为中扮演的角色。

(3) 对比分析这三种行为背后动机因素的内在关联性,并依据这些动机因素在模型中的出现次数进行分类归纳整理,分析它们产生的原因。

3) 扩展使用与满足理论和社会资本理论的应用范围

在研究中,使用这两个理论来识别和分析三种行为背后的动机,同时,也积极扩展这两个理论的应用范围。

(1) 基于使用与满足理论构建博客评论动机模型,从而将使用与满足理论引入到一个细化的研究议题——博客评论。

(2) 使用社会资本理论对动机因素进行分析,从而将该理论在博客领域研究中的应用范围进一步扩展到博客写作、阅读和评论行为及其动机研究中。

2. 现实意义

博客作者、读者和评论者是博客互动的三个主体,他们产生了博客互动的三种行为:博客写作行为、阅读行为和评论行为。动机是行为产生的驱动力,了解和掌握博客互动的三种行为的动机因素,不仅可以深化对博客写作、阅读和评论行为的理解,也有助于深化对这三种行为的行为规律的理解和把握,进而为相关政府部门治理网络群体性事件提供一定的参考价值。

(1) 通过博客用户行为背后的动机发现他们的需求,进而促进政府机构和官员博客的建设。

(2) 通过博客用户行为背后的动机,政府机构才能更好地利用和控制有影响力的博客用户。

(3) 深度挖掘博客舆论领袖与他们使用博客之间的关联性,为更好地控制网络舆情提供借鉴。

第二节 国内外相关研究综述

一、国外研究综述

博客出现于 20 世纪 90 年代中后期,已经成为继电子邮件、即时通信和 BBS (电子公告牌系统)之后的第四种网络沟通交流方式。博客是基于“记录你所看到的事情”的思想而产生的(Wang et al., 2008),它被认为是参与在线互动活动最重要的社会媒体之一(Kang et al., 2011)。

博客已经成为 Web 2.0 的最主要组成部分之一(Cao, et al., 2008)和最早流行的 Web 2.0 应用之一(Chau & Xu, 2012)。它也是全球信息通信基础的重要组成部分之一(Aschenbrenner & Miksch, 2005)和增长最快的个人通信工具之一(Strother et al., 2009)。此外,博客还是在线文化的重要特征之一(Hookway, 2008)。

博客已经成为各个学科的研究议题,具体包括新闻学(例如, Matheson, 2004; Nardi et al., 2004; Yang, 2007)、教育学(例如, Deng & Yuen, 2011; Halic et al., 2010; Top et al., 2010)、医学(例如, Batch et al., 2011; Chung & Kim, 2008; Keelan et al., 2010)、政治学(例如, Drezner & Farrell, 2008; Highfield & Bruns, 2012; Shaw & Benkler, 2012; Wallsten, 2008)、管理学(例如, Chau & Xu, 2012; Singh & Singh, 2008)和图书情报学(例如, Clyde, 2004; Johnson, 2008; McIntyre & Nicolle, 2008; Schrecker, 2008; Wood, 2009)等。

先前博客研究所使用的理论大约有 56 种,主要包括使用与满足理论(例如, Johnson & Kaye, 2009; Armstrong & McAdams, 2009)、社会角色理论(例如, Zhang et al., 2009)、社会存在理论(例如, Kang, 2007)、社会资本理论(例如, Chai, Das & Rao, 2011)、自我决定理论(Gagné & Deci, 2005)和网络理论(例如, Tremayne et al., 2006)等。使用与满足理论是博客领域使用最多的一个理论。

先前博客研究所使用的研究方法主要包括：①内容分析（例如，Herring et al., 2004）；②访谈法（例如，Nardi et al., 2004）；③实验法（例如，Agarwal et al., 2010；Kelleher & Miller, 2006；Li & Chen, 2009）；④扎根理论（例如，Sanderson, 2008）；⑤在线田野调查（例如，Hsieh et al., 2010）；⑥二手数据（例如，Aggarwal et al., 2012）；⑦调查（例如，Min & Lee, 2011）；⑧访谈法（例如，Kavanaugh et al., 2012）。

博客的兴起和流行吸引了大量专家和学者对博客进行关注，先前博客研究的议题主要包括：①博客动机（例如，Nardi et al., 2004；Huang et al., 2008）；②博客社区的发现（例如，Chin & Chingnell, 2006；Michael & Jennifer, 2007）；③博客行为，如自我揭露、自我展示、知识共享行为和博客使用行为（例如，Ko, 2012；Min & Lee, 2011；Chai & Kim, 2010；Hsu & Lin, 2008）；④舆论领袖（例如，Campus, 2012；Li & Du, 2011）；⑤博客情感（例如，Mishne & Rijke, 2006）；⑥博客隐私（例如，Child & Agyeman-Budu, 2010）。

1. 博客基本概况

1) 博客概念

不同学者结合自身所处学科和知识结构来看待博客。例如，新闻界将博客看作是新闻和公共舆论的来源之一（Lasica, 2001）；教育家和企业家将博客看作是知识共享的环境（Festa, 2003；Ray, 2003）；个人将博客看作是自我表达和自我授权的工具（Blood, 2002）。目前学术界对于博客的界定尚未达成共识，这是因为：第一，博客用户具有不同的使用目标或写作风格（Efimova et al., 2005）。第二，博客的类型仍处于不断演化之中，界定的内涵较为宽泛（Armstrong & McAdams, 2009）。第三，不同的人对博客的认识和理解不同（Chen, 2010；Herring et al., 2004）。

学界对博客的界定基本上可以分为三种视角来理解，具体内容如表 1-1 所示。①根据博客的结构来界定博客，这种界定是目前学术界的主流；②从内容方面来界定博客；③从技术角度来界定博客。

表 1-1 博客概念一览表

角 度	界 定	文 献
博客结构	博客是一个由经常更新的按年份排列的帖子构成的网站	Chen, 2010; Merry, 2010; Savolainen, 2011; Schmidt, 2007
博客内容	博客是一个允许人们出版他们思想和获得读者评论的在线平台，是一个在线日志	Aharony, 2009; Huang, Huang & Huang, 2010; Tajuddin et al., 2012; Yang & Liu, 2009

续表

角 度	界 定	文 献
技术角度	博客可以通过 HTML 浏览器查看按年代排序的分层的文本、图像、媒体目标和数据	Chan & Ridgway, 2005; Ferdig & Trammell, 2004; Winer, 2003

来源:笔者根据文献整理。

2) 博客特征

学者从不同角度对博客所具有的基本特征进行了大量探究。例如, Huffaker(2004)认为博客具有四个基本特征,分别是个人易于学习和使用博客、便利找到过去的帖子、便利访问者阅读和评论、易于链接到其他博客,进而形成博客虚拟社区。Herring et al. (2004)从实践的角度出发,认为博客经常被认为具有社会互动和类社区的特征。Park & Jankowski(2005)认为博客具有两个最明显的特征:一是内容的多样性;二是持续的纽带结构。Du & Wagner(2006)认为博客具有个性化内容、基于网络、支持社区和自动化四个特征。Chau & Xu(2007)认为,允许读者对博客中的帖子进行评论是博客最主要的特征之一。Walker(2009)认为,互动是博客最明显的特征之一。Moon et al. (2009)认为,博客通过链接、评论和其他工具促进社会互动,博客包含时间敏感性信息,博客通过互联网能被广泛地接受和搜索,这是博客的三个基本特征。Yu et al. (2009)认为博客具有四个特征:个人编辑;超链接帖子结构;经常更新;内容的自由接近。

不同学者对博客特征的研究如表 1-2 所示。

表 1-2 博客特征研究一览表

作 者	博 客 特 征
Huffaker(2004)	个人易于学习和使用博客;便利找到过去的帖子;便利访问者阅读和评论;易于链接到其他博客,进而形成虚拟社区
Herring et al. (2004)	社会互动;类社区
Park & Jankowski(2005)	内容的多样性;持续的纽带结构
Du & Wagner(2006)	个性化内容;基于网络;支持社区;自动化
Chau & Xu(2007)	允许读者评论博主的博文
Moon et al. (2009)	包含时间敏感性信息;通过互联网,博客能被广泛地接受;通过互联网,博客能被搜索