

我国博客群体的现状和特点

——基于首届搜狐 IT 频道中文 Blog 大型摸底调查

绪 言

本次调查为网上调查,持续时间为 2005 年 7 月 1 日至 22 日,共三周。在此期间,Chinaren, 搜狐社区, 焦点房地产, 17173, 中国搜索等以文字链接的方式对本次调查作了推广(持续时间 1~2 周不等);而搜狐 IT 频道首页在调查期间作了全程推广。

此外,本次调查也得到了众多博客服务提供商的大力支持,和讯博客、中国博客网、博客中国(现博客网)、博客动力、歪酷博客以及其他一些博客托管商都对本次调查进行了推广。

而众多个人博客也通过相互推荐、告知的方式,对本次调查予以支持。

本次调查的特约协办方**艾瑞市场咨询有限公司**对调查的原始数据进行了整理;有关分析由本次调查特别顾问清华大学新闻与传播学院副教授**金兼斌博士**完成。

本次调查共计收回问卷 10517 份,剔除重复提交和明显不合要求的问卷,最后有效问卷 9639 份,其中 66%为博客书写者所提交的问卷,17%的有效问卷提交者虽没有写过博客但是浏览过别人的博客;约 8%的有效问卷提交者既没写过也没看过别人的 Blog,但是表示很想试一试;另有约 9%的有效问卷提供者还不了解 blog(博客)是什么东西。

由于本次调查属于非概率抽样,因此,理论上言,尽管样本量很大,其描述性结果却无法推广到整个中文 Blog 的情况,本分析报告也无法提供有关数据在推广到中文博客总体情形时的可能误差;换言之,有关描述统计部分,都只是就参与调查的网民群体所作的总结。

但另一方面,本分析报告由于侧重对博客写作和阅读行为相关变量的交叉分析,并非简单的描述性分析,因此,其对变量间关系的揭示,对于我们深入了解博客这一新媒体时代重要的社会现象,应该还是富有启发意义的。另外,本调查的样本也比较大,在一定程度上也增加了分析结果的可信性。

本分析报告分两部分。第一部分为对博客写作群体的分析,第二部分对博客写作群体和非博客写作群体进行比较。有关本次调查的描述性结果见另文。

第一部分 对博客写作群体的分析

对博客写作群体的分析,基于有效问卷中那些业已开始写博客的网民的情况,这部分的有效个案总数为 6363 个,其中男性 3649 个,女性 2714 个。

需要注意的是，以下陈述中将反复用到（或意味着）“显著”一词，如“差别显著”，“显著相关”，等等。所谓“显著”，是指统计意义上言，某种关系的存在具有较大的可信性或把握。通常，当一种关系的存在，纯粹出于偶然因素的概率小于 5% 时，我们就说这种关系是确实的，即“显著”。在以下分析中，凡是所提到的变量间的关系，都是指这种关系在统计上是“显著”存在的。

一、 关于 Blog 写作的一般特点

1. 在注册 blog 的数量上，男性比女性显著要多；写博客时间越长的人，注册的 blog 数量也越多；年龄大小对于注册 blog 的数量没有影响；而受教育程度高低对于注册 blog 的数量有显著影响，受教育程度越高的网民，越有可能注册较多的 blog。
2. 在最近一周更新过的 blog 数量上，男性和女性没有显著差别；年纪越大，最近一周更新的 blog 数量也越多；而受教育程度高低则与最近一周更新 blog 的数量呈现负相关，即受教育程度越高，最近一周更新的 blog 数量越少。另外，写博客时间越长的人，最近一周更新的 blog 数量也越多。
3. 在最近一周的日志更新上，男性和女性都约为 2.97 篇（男性标准偏差 1.31 篇，女性标准偏差 1.23 篇），没有显著差别。这是一个比较高的水平，这也说明参与本次调查的，大多属于比较活跃的博客。此外，受教育程度高低、写博客时间长短等因素对于最近一周日志更新数量也没有影响，但年龄对于最近一周的日志更新数量有影响，年龄越大，最近一周日志更新数量越多。
4. 在平均每天花在写 blog 的时间上，男性比女性显著要少；年轻者比年长者要少；受教育程度越高，平均每天花在写 blog 上的时间越少，而开始写 blog 时间越早的人，每天花在写 blog 上的时间则会多些。
5. 就对写作和阅读 blog 相关的一些功能或工具的使用上，包括 Trackback、Blogroll，在线 RSS 阅读器，Comments，RSS 阅读软件，FeedBurner，Flicker，网摘，RSS Feed 导入导出，Tag，男性和女性有显著差别：男性使用过这些功能的平均有 3.50 种，而女性为 3.01 种。
6. 在 blog 写作地点的选择上，越早开始写 blog 的人，女性、年轻者相对于写 blog 较晚、男性和年长者更有可能选择在住所写；越早开始写 blog 的人、男性、年长者、受教育程度高的人，则越有可能选择在办公室写；年轻者、受教育程度低的人、男性相对于年长者、受教育程度高的人和女性更有可能选择在网吧、网校和网络咖啡厅等地方写 blog。
7. 在 blog 写作时间段的选择上，选择在零点一早上 8 点写的人，较有可能是年轻、受教育程度较高的人；选择在早上 8 点一中午 12 点写的人，较有可能是年纪较大、受教育程度较低的人；选择在中午 12 点到下午 2 点写的人，多是较年长者和受教育程度较低的人；选择在下午 2 点到下午 6 点写的人，较有可能是受教育程度较低者和

女性；选择在晚上 6 点到晚上 9 点写的人，较有可能是受教育程度较低的人；而选择在晚上 9 点到 12 点写 blog 的人，多是受教育程度较高、写 blog 时间也较长的人。

二、blog 写作的主题、动机和风格

1. 在 blog 写作主题方面，

- i. 涉及“新闻时政、文史哲等”主题的，较有可能是年长者、受教育程度较高、男性，并且写博客时间比较长者；
- ii. 涉及“IT 业界”主题的，较有可能是年龄相对较大者、男性；
- iii. 涉及“互联网相关技术和应用”主题的，多是年龄相对较大者、男性，有较长的 blog 书写历史；
- iv. 涉及“电脑技术”主题的，多是男性以及老资格博客；
- v. 涉及“感性生活”主题的，多是相对较年轻者、女性、教育程度相对较高者、老资格博客；
- vi. 涉及“商业财经”主题的，多是相对较年长者、男性博客；
- vii. 涉及“教育学习”主题的，多是相对年龄较长者、教育程度较高、男性、老资格博客；
- viii. 涉及“程序人生”主题的，多是男性，老资格博客；
- ix. 涉及“休闲娱乐”主题的，多是相对较年轻者、受教育程度较低者、女性、老资格博客。

2. 关于 blog 写作动机，基于问卷内容，呈现出三类基本的动机，分别为“获得名利”、“工作学习”、“情感抒发”：

- i. 出于“获得名利”目的的 blog 书写者，较有可能是女性、受教育程度较高者；
- ii. 出于“工作学习”目的的 blog 书写者，较有可能是女性、相对较年轻者、受教育程度较高、老资格博客；
- iii. 出于“情感抒发”目的的 blog 书写者，较有可能是男性、相对较年长者、受教育程度较高者、新注册不久的博客；

3. 关于 blog 的写作风格，基于问卷内容，呈现出四类不同的倾向，分别为“看重他人评价”、“注意互相引述”、“只为特定人群”以及“原创为主”等四种：

- i. blog 书写时“看重他人评价”者，较有可能是女性、受教育程度较高者；
- ii. blog 书写时“注意互相引述”者，较有可能是女性、受教育程度较高者、新注册不久的博客；
- iii. blog 书写时“只为特定人群”者，较有可能是女性、相对较年轻者；
- iv. blog 书写时以“原创为主”者，较有可能是男性、相对较年长者、新注册不久

的博客、受教育程度较低者。

三、对认识的大多数 blogger 的信任方面，女性以及老资格博客对其所认识的 blogger 的信任程度较男性、新注册不久的博客为高。

四、关于 blog 服务商。

1. 根据描述性统计结果，被本次调查参加者使用最多的前十位是：中国博客网、博客公社、歪酷博客、微软的 space、自己独立的空间、和讯博客、博客动力、中国教育人博客、天涯博客、斗牛士。下表为对这十个 blog 服务商的满意度排名情况，其中 a~k 项为单项指标，第 S 项为总体满意度。

（注意：这里只对上述 10 家 blog 服务商之间进行排名，并未考虑其他 blog 服务商与这十家服务商之间的排名先后）。

	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	S
微软的 space	4	4	6	2	6	7	8	4	6	8	8	5
博客公社	8	8	8	7	8	8	6	8	5	6	7	8
中国博客网	5	6	10	6	4	5	5	5	3	4	6	6
和讯博客	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
斗牛士	7	10	7	9	10	9	10	9	9	10	9	9
博客动力	6	7	5	8	7	6	7	6	7	7	5	7
天涯博客	9	9	9	10	9	10	9	10	10	9	10	10
歪酷博客	1	1	4	5	3	2	3	2	2	3	2	2
中国教育人博客	2	3	2	4	5	4	4	7	8	5	4	4
自己独立的空间	10	5	3	3	2	3	2	3	4	2	3	3

注：各指标为：

- a: 注册上手容易度； b: 用户界面友好程度； c: 访问速度；
d: 服务的稳定性； e: 个性化； f: 编辑管理功能；
g: 附加功能； h: 与其他 blogger 交流的方便性； i: 对 blogger 的推广服务
j: 扩展支持； k: 与 blogger 的利益分享；
S: 总体满意度。

2. 关于选择 blog 服务商时所看重的因素。基于问卷调查结果，人们在选择 blog 服务商时所看重的因素分为三大类，即“技术或服务佳”，“人气高”，“惯性使用”。

- i. 男性、受教育程度较低者、老资格博客较之女性、受教育程度较高者和新注册博客，在选择 blog 服务商时，更看重“技术或服务佳”这一点；
- ii. 男性、相对年长者、受教育程度较低者、老资格博客较之女性、受教育程度较

高者和新注册博客，在选择 blog 服务商时，更看重“人气高”这一点；

- iii. 女性、相对年轻者、老资格博客较之男性、相对年长者、新注册博客，在选择 blog 服务商时，更容易受“惯性使用”因素影响。所谓惯性使用，指以下两种情形：（1）用久了习惯了，不打算换其他的；（2）和我有联系的人较多使用。

五、对移动博客，男性、老资格博客、相对较年轻者、受教育程度较低者较之女性、新注册博客、相对较年长者、受教育程度较高者，了解程度更高。

六、对一些新兴服务的尝试意向：

1. 男性比女性更愿意尝试“移动博客”服务；
2. 女性、相对年轻者、受教育程度较低者较之男性、相对年长者、受教育程度较高者，更愿意尝试“播客”服务；
3. 男性、老资格博客，较之女性、新注册博客，更渴望“与 blog 服务商分享广告带来的利益”；
4. 女性、老资格博客，较之男性、新注册博客，更愿意“与 blog 服务商签约”；
5. 男性、老资格博客，较之女性、新注册博客，更愿意“购买 blog 空间”。

第二部分 博客和非博客群体的综合比较分析

这部分分析博客写作群体和非博客群体在 blog 阅读方式、阅读偏好、阅读内容、阅读动机、获得新 blog 的渠道以及对 blog 上网络广告的态度等方面的差异。

如前所述，在本次调查的总共 9639 个有效个案中，已经开始书写 blog 的有 6363 个，占 66%，还没有开始书写 blog 的调查参与者为 3276 个。在以下的比较分析中，我们先对两个群体进行加权处理，经过加权处理后的样本，已经开始书写 blog 的调查参与者相当于 3182 个，还没有开始书写 blog 的调查参与者仍为 3276 个，两个群体在数量上基本相当。

由于 blog 书写群体和非 blog 书写群体可能在年龄、性别、受教育程度等方面有差异，而这些差异可能也会影响本部分所欲分析的各个方面，因此，在以下分析中，将控制年龄、性别、受教育程度这几方面因素的影响。换言之，在以下的比较分析中，理论上，blog 书写群体和非 blog 书写群体之间的差异只是由于其是否书写 blog 这一因素引起，年龄、性别、受教育程度对于两个群体都是相当的。

一、阅读 blog 的方式

1. 在是否使用“在线 RSS 阅读器”方面，blog 书写群体和非 blog 书写群体没有显著差别；同时，男性比女性使用在线 RSS 阅读器的可能性更大。
2. 在是否使用“直接的网页浏览”方面，blog 书写群体和非 blog 书写群体有显著差别，前者使用直接的网页浏览的可能性显著大于后者；同时，受教育程度较低者和女性较之受教育程度高者和男性更有可能采用直接的网页浏览方式阅读 blog。
3. 在是否使用“RSS 阅读软件”方面，blog 书写群体和非 blog 书写群体有显著差别，前者使用 RSS 阅读软件的可能性显著大于后者；同时，男性、受教育程度高者较之女性、受教育程度低者更有可能使用 RSS 阅读软件来阅读 blog。

二、关于 blog 的阅读偏好或阅读体验

1. 非 Blog 书写者比 blog 书写者更喜欢**主题集中的 blog**；同时，男性、受教育程度低者、相对年轻者较之女性、受教育程度高者、相对年长者更喜欢主题集中的 blog；
2. 在“希望通过阅读 blog 可以了解作者”方面，blog 书写者和非 blog 书写者没有显著差别；同时，相对年轻者、受教育程度较低者和女性较之相对年长者、受教育程度高者和男性，更希望通过阅读 blog 去了解作者；
3. 非 blog 书写者比 blog 书写者更为经常的寻找新的 blog；同时，女性、受教育程度低者、相对年轻者较之男性、受教育程度高者、相对年长者，更为经常的寻找新的 blog；
4. 非 blog 书写者比 blog 书写者更关注某些 blog；同时，女性、受教育程度低者、相对年轻者较之男性、受教育程度高者、相对年长者更为定期关注某些 blog；
5. 非 blog 书写者比 blog 书写者更倾向于认为“多数 blog 的内容都比较杂乱无章”；同时，女性、受教育程度低者、相对年轻者较之男性、受教育程度高者和相对年长者更有可能持这种看法；
6. 非 blog 书写者比 blog 书写者更喜欢信息量大的团体 blog；受教育程度低者较之受教育程度高者更喜欢信息量大的团体 blog；
7. 非 blog 书写者比 blog 书写者更多地通过阅读 blog 接触到一些新想法；女性、受教育程度低者、相对年轻者较之男性、受教育程度高者、相对年长者更多地通过阅读 blog 接触到一些新想法；
8. 非 blog 书写者比 blog 书写者在寻找符合自己需要的 blog 时更为困难；受教育程度低者、相对年轻者较之受教育程度高者、相对年长者，在寻找符合自己需要的 blog 时更为困难；
9. 非 blog 书写者比 blog 书写者更加关注 blog 评论中的各种说法；年轻者、受教

育程度低者、女性较之年长者、受教育程度高者合男性，更加关注 blog 评论中的各种说法；

10. 非 blog 书写者比 blog 书写者更倾向于认为 blog 是某些主题的信息来源；女性、受教育程度较低者较之男性、受教育程度较高者，更倾向于认为 blog 是某些主题的信息来源；
11. 非 blog 书写者比 blog 书写者更倾向于认为“多数 blog 的内容都比较肤浅”；受教育程度低者、相对年轻者较之受教育程度高者、相对年长者，更倾向于认为“多数 blog 的内容都比较肤浅”；
12. 非 blog 书写者比 blog 书写者更多地从 blog 的链接上了解更多的相关信息；女性、受教育程度低者、相对年轻者较之男性、受教育程度高者、相对年长者更多的“会从 blog 的链接上了解更多的相关信息”。

三、blog 阅读内容偏好

1. 非 blog 书写者比 blog 书写者更经常的阅读新闻时政、文史哲等主题的 blog；男性、相对年长者、受教育程度高者较之女性、相对年轻者、受教育程度低者，更经常的阅读新闻时政、文史哲主题的 blog。
2. Blog 书写者和非 blog 书写者在阅读 IT 相关主题博客的频度方面没有显著差异；男性、受教育程度高者相对于女性、受教育程度低者更经常地阅读 IT 相关主题的 blog。
3. Blog 书写者和非 blog 书写者在阅读互联网相关技术和应用方面的 blog 方面没有显著差异；男性较之女性更经常的阅读这方面的 blog。
4. 非 blog 书写者比 blog 书写者更经常的阅读电脑技术方面的 blog；受教育程度低者、相对年轻者、男性较之受教育程度高者、相对年长者、女性更经常的阅读电脑技术方面的 blog。
5. Blog 书写者比非 blog 书写者更经常的阅读感性生活方面的 blog；相对年轻者、女性较之相对年长者、男性更经常的阅读感性生活方面的 blog。
6. 非 blog 书写者比 blog 书写者更经常的阅读商业财经方面的 blog；相对年长者、受教育程度高者、男性较之相对年轻者、受教育程度低者、女性，更经常的阅读商业财经方面的 blog。
7. 非 blog 书写者比 blog 书写者更经常的阅读教育学习方面的 blog；相对年长者、受教育程度高者较之相对年轻者、受教育程度低者更经常的阅读教育学习方面的 blog。
8. Blog 书写者和非 blog 书写者在阅读编程主题的 blog 方面没有显著差别；相对年轻者、男性较之相对年长者、女性更为经常的阅读编程方面的 blog。

9. Blog 书写者和非 blog 书写者在阅读娱乐休闲主题的 blog 的频度方面没有差别；受教育程度低、女性较之受教育程度高、男性更为经常的阅读休闲娱乐主题的 blog。

四、阅读 blog 的原因

1. Blog 书写者和非 blog 书写者在出于“能够从 Blog 上获得有益的信息”而阅读 blog 这一点上，没有显著差别；
2. 非 blog 书写者比 blog 书写者更可能是出于“更快地获得新闻”之目的而阅读 blog；
3. 非 blog 书写者比 blog 书写者更可能出于“获知最新趋势”之目的而阅读 blog；
4. 是否出于“可以看到不加掩饰的各种观点”之目的而阅读 blog，在这方面，Blog 书写者和非 blog 书写者没有显著差异；
5. Blog 书写者比非 blog 书写者更可能出于“观点的角度更好”之目的而阅读 blog；
6. Blog 书写者比非 blog 书写者更可能出于“内容更个人化”之目的而阅读 blog。

五、关于获得新 blog 的渠道

1. 非 blog 书写者比 blog 书写者更可能通过搜索引擎来获知新 blog；同时，教育程度低、年长者和男性较之受教育程度高、年轻者、女性更可能通过搜索引擎来获知新 blog；
2. Blog 书写者比非 blog 书写者更可能通过一个已知 blog 上的链接资源来获知新 blog；同时，受教育程度高的人较之受教育程度低的人，也更有可能通过一个已知 blog 上的链接资源来获知新 blog；
3. Blog 书写者比非 blog 书写者更可能通过朋友推荐来获知新 blog；而相对年轻者、女性较之相对年长者、男性也更倾向于通过朋友推荐来获知新 blog；
4. Blog 书写者和非 blog 书写者在通过博客服务商推荐而获知新 blog 这一点上，没有显著差别；而男性较之女性更可能通过博客服务商推荐而获知新 blog。

六、关于对 blog 上的网络广告的态度

1. Blog 书写者比非 blog 书写者更有可能“从来不去点击 blog 中的广告”；受教育程度高的人比受教育程度低的人更有可能“从来不去点击 blog 中的广告”；
2. 如果 Blog 中的广告与 Blog 内容相关，Blog 书写者和非 blog 书写者有同样的点击可能；

3. 如果广告形式新颖，非 blog 书写者比 blog 书写者更有可能点击；
4. 非 blog 书写者较之 blog 书写者其消费行为更有可能受 blog 中的广告影响；男性比女性的消费行为更容易受 blog 中的广告影响；
5. 非 blog 书写者较之 blog 书写者更有可能觉得“blog 中的广告和其他地方的广告没什么区别”；男性、受教育程度较高者相对于女性、受教育程度较低者，也更有可能会持此看法。