

人情智能與部落格經營成敗之探討

The Correlation between Personal Intelligent and Blog Success

林子銘 *Tzu-Min Lin*

國立中央大學資訊管理學系

Department of Information Management,
National Central University

李牧衡**Mu-Heng Lee*

國立中央大學資訊管理學系

Department of Information Management,
National Central University

陳韻如 *Yun-Ru Chen*

國立中央大學資訊管理學系

Department of Information Management,
National Central University

賴美娟 *Mei-Juan Lai*

國立中央大學資訊管理學系

Department of Information Management,
National Central University

本文引用格式建議：林子銘、李牧衡、陳韻如、賴美娟，2016，「人情智能與部落格經營成敗之探討」，中山管理評論，24卷1期：15~39。

Suggested Citation: Lin, T. M., Lee, M. H., Chen, Y. R., and Lai, M. J., 2016, "The Correlation between Personal Intelligent and Blog Success," **Sun Yat-sen Management Review**, Vol. 24, No. 1, 15-39.

* 通訊作者：李牧衡

摘要

本研究試圖瞭解是否成功的部落格經營者擁有較高的人情智能(Personal Intelligence)，同時部落格的內容呈現品質以及社會互動性上也有較好的表現？我們使用基於反向連結數量以及 RSS 訂閱數量為基礎的演算法區分台灣的部落格為成功、中等以及冷門，並使用分層隨機抽樣方式對部落客進行人情智能、部落格內容呈現品質與社會互動的自呈式問卷調查。研究結果顯示，成功的部落格除了其本身的互動性與內容呈現品質較佳外，其經營者的人情智能表現也較高。因此我們認為，一個成功的部落格反應的是一個能夠願意瞭解讀者想法且有能力據此提供讀者有興趣的文章並維持良好的互動之經營者。

關鍵詞：人情智能、部落格、社會互動

Abstract

This research tries to understand if successful bloggers have higher personal intelligence, better contents presentation and social interactivity with readers. We developed an algorithm based on backlinks and numbers of RSS subscribers to determine which blogs were popular, medium or unpopular blogs. Then we used self-report survey to test personal intelligence, contents presentation and social interactivity for samples from these 3 groups. The result has shown that the popular blogs performed better in all three dimensions. Thus, we considered that a “successful blog” reflects a blogger who tends to figure out what readers want to know from the blog, has ability to compose blog with contents they interested in and maintain good interactions with them.

Keywords: Blog, Personal Intelligence, Social Interaction

壹、導論

部落格(Blog)可以視為網路社群的重要組成之一，相對於以個人的簡短情感抒發或是訊息傳遞為主的社群網站(如 Facebook)，部落格可以視為個人分享大量訊息的平台，讓讀者能夠更有系統地瞭解個人所知所想，並且與其互動 (Schau & Gilly, 2003; Goyal, 2012)。

如何定義成功的部落格？除了撰寫部落格的部落客本身的自我滿足或是達成個人功能性的目的(例如個人日誌)以外，一個部落格是否能強化人際溝通也是部落格成功的重要指標 (Kavanaugh et al., 2007)。換言之，部落格的成功取決於它能夠為讀者帶來什麼樣的內容價值 (Du & Wagner, 2006)，這些價值除了提供資訊本身的價值外，也包括了與讀者或是其他部落格的社會互動 (Schau & Gilly, 2003; Herring et al., 2004) 以及與讀者之間互動的頻繁程度與品質 (Furukawa et al., 2007)。因為讀者期待的並非部落客單向地向其傳遞訊息，而是以開放的態度互相溝通、對話，同時部落客也將透過部落格中的交流建立各種關係 (Schau & Gilly, 2003; Schmidt, 2007)。因此，部落格可以視為一項重要的人際溝通工具 (Huck, 2007; Kavanaugh et al., 2007)。

部落客撰寫文章發布後從讀者或是其他部落客獲得各種迴響，而回應這些迴響的同時瞭解到他的讀者希望獲得什麼樣的資訊，並據此再次發表他人可能感到有興趣的內容，週而復始，漸漸地獲得較高的知名度，也同時建立了與讀者們的關係 (Du & Wagner, 2006; Miura & Yamashita, 2007)。在這樣的循環下，部落客是否能夠瞭解讀者需求並且反思自身在部落格文章中所欠缺的資訊並據此做出適當地回應，成為提供對讀者有價值的資訊以及進行雙向良好互動的前提 (Miura & Yamashita, 2007)。

過去有許多針對部落格與人際溝通的相關研究，其中的主題主要是如何使用部落格以及其動機與目的 (e.g. Nardi et al., 2004)、如何在某種情境中運用部落格協助溝通 (e.g. Martindale & Wiley, 2004; Macias et al., 2009)或是人們使用部落格溝通與整體社會的關係 (e.g. Kerbel & Bloom, 2005)，但卻相對缺乏針對部落客與虛擬世界的讀者溝通能力的探討。

一個人如何能夠與他人有效溝通並且自我反思？依賴的是語言能力、數學能力亦或是空間概念這些衡量個人智能發展的能力？Gardner (1983) 認為我們無法透過從前衡量個人認知能力的方式瞭解其是否能夠與人進行良好的互動。其並提出人情智能(Personal Intelligence)：即是個人是否有能力與他

人、自身進行溝通的特質作為了解人際互動與自我反思的認知能力 (Gardner, 1983, 1999)。而根據部落格促進人際溝通的本質 (Schau & Gilly, 2003; Goyal, 2012)，我們認為人情智能可能是一個衡量部落客是否能夠有效與讀者溝通的方式。為了瞭解部落格與人情智能的可能關係，以下將針對人情智能與構成它的兩種要素：人際智能(interpersonal intelligence)、自省智能(intrapersonal intelligence)以及部落格經營與人情智能的關係進行文獻的探討並且提出研究假說。

貳、文獻探討

一、人情智能

人情智能一詞是由 Gardner (1983) 提出的多元智能(multiple intelligence)而來。Gardner (1983, 1999) 認為過去衡量個人在語文、數理邏輯以及空間能力的智力商數(Intelligence Quotient)並無法真實反映一個人所有的認知能力，而除了上述三種認知能力外，個人應該尚有音樂韻律 (Musical-rhythmic:對音樂、聲調的敏感程度)、運動協調 (Bodily-kinesthetic:控制身體、手眼協調、操作或使用物品的能力)、自然感知 (Naturalistic:對大自然環境的瞭解並與其相處的能力)、以及與人有關的人際以及自省共八項智能，合稱多元智能。人際智能是「辨識並瞭解他人意圖、感受以及性格，並能採取適當行動 (與團體合作、與人溝通) 的能力」，而自省智能則是「自我省察並且瞭解自身優缺點、目標、欲望以及複雜情緒的能力」(Gardner, 1983, 1999)。最初，多元智能的概念多用於教育領域，許多研究試圖將多元智能帶入過去僅僅強調語文、數理以及空間能力的教育環境中 (Gardner & Hatch, 1989; Sternberg, 1994)。而後，多元智能的研究則開始向教師教育 (e.g. Yalmançı, 2011)、人員訓練 (e.g. Marshall & Fitch, 2001)。

在台灣的學界，原文 Personal Intelligence 多使用於教育領域，並經常翻譯作人事智能 (例如：吳武典、簡茂發，2000；邱美雲、孟瑛如，2011)，但我們認為在管理領域若使用人事智能一詞可能會與人事管理相混淆。Personal Intelligence 的概念是處理自我內在與人際關係兩者的互動，我們認為與我國

所謂「人情世故」的意涵相似，故稱其為人情智能（以下均使用人情智能作為 Personal Intelligence 的中譯）。

人際與自省智能與個人的組織能力、協商能力、人際聯繫能力和分析能力有著密切的關係 (Goleman, 1998, 2006)。人情智能是由面對他人時的人際智能以及面對自己時的自省智能所組成。其中，人際智能是朝外探索，以瞭解他人的行為、感覺和動機，意指個人「能夠認知他人情緒、性情、動機、和慾望等，並能做出適度的反應」的能力，而自省智能則是個人向內的探索：對自己的反省並瞭解自己，也就是「能夠體認自己的感覺同時反省過去的行為，以做為個人未來行為的依據」的能力 (Gardner, 1983, 1999)；以下分就這兩個核心概念進行說明。

（一）人際智能

人際智能是一種在與人互動的過程中，能覺察並區分他人情緒、動機、意向及感覺的能力：感受對方的透過語言、文字、行動、表情所傳達的訊息，並有效地交流 (Gardner, 1999)，即察言觀色、善解人意，與人共事和諧相處的能力 (Armstrong, 1994)；這種智能必須透過生活中與他人的社會互動以建立或培養 (Gardner, 1999)。

Lazear & Stockman (1991) 就人際智能的發展歷程將其分為基礎技能層次、複雜技能層次以及統整層次三個階段：基礎層次，由家庭關係中學會人際關係的基礎，包括溝通和接納別人。例如：能傾聽、接納他人的意見，並在活動中，能表現出等待、輪流、與人分享等行為，同時能與同伴合作完成活動；在家庭中建立有意義的關係、發展出和別人溝通的簡單方式與基礎的「妥協或同意的策略」。而透過社會化的學習與教育，個人將進入複雜層次：學會和別人互助合作的社會技巧。例如：能誠心讚美他人並接納、同理他人的感受；能瞭解自己的行為對他人的影響以建立良好的同儕關係並發展出有效的互助合作關係；有能力對別人產生同理心，明瞭別人的觀點等。第三個階段則是整合階段，個人對團體、人際關係、基礎人類社會行為特徵能夠深入瞭解理解，並能欣賞文化和個別差異。例如能善用社會技巧與人溝通協調，建立團體的共識或有效地管理或解決衝突；明白互助合作和團體問題解決的歷程和方法；能敏銳地觀察他人的聲音、說話、面部表情與需求等的個別差異，且能因應情境做出適當的回應。

在初階的層級中，人際智能是在區別身旁他人，並覺察其不同的情緒；具高層次的人際能力者對於即使意圖隱藏的人，也能瞭解他人的意向和欲望，並能對所獲得的訊息加以利用。

由上述可知，人際智能為達成良好社會行為、人際互動的重要基本能力。人際智能表現越高者，越能瞭解他人及其動機將可以站在他人的角度思考事物的利弊得失，並與他人相互學習，形成社會互動。然而，僅擁有瞭解他人的能力以外，個人也需要瞭解自我、反思過去能力才能夠改變自身與他人在溝通上的態度、方法，否則依然無法與人能夠有良好的互動關係 (Gardner, 1983, 1999)，而這也就是自省智能所關注的焦點。

(二) 自省智能

自省智能包括心神專注、事事用心留意、評估自己的思考、能察覺及表達各種感受、聯繫自己和別人的關係、與運用高層次的思考作出各種自我評估 (Gardner, 1983)。自省智能一部份會受到遺傳和生理因素影響 (Gardner, 1983)，例如-大腦前額葉(Front Lobe)的受傷，容易造成遲緩、散慢、冷漠的人格特質，或其它類似自閉症者無法自我表達。其餘大部份是從出生後，依父母或成人所持的教養態度、教養方式，以及生活型態所影響，並藉著觀察周遭的世界詮釋生活經驗，而發展出來具有「個人特色」來處理自己和生活的方式。

自省智能是一種「自我的意識」，自我意識高的人，能清楚的瞭解自己的優缺點，也能意識到自己的欲望、動機、情緒、意向...，同時也有掌握和控制自己這些意識的能力 (Gardner, 1983, 1999)。

較弱的自省智能可能使一個人持續遇到挫折與失敗，因為不懂得反省自身失敗的原因，無法改善缺點，導致同樣的錯誤一再發生。而較強的自省智能則較易受到肯定並且獲得各種領域中的成功：知道自己的缺點並，並且持續改善，同時在改善的過程中持續地反省自身，進而改變了自我原本的缺點，並獲得成就 (Hoerr et al., 2000)。另外，Hoerr et al. (2000) 也提出自省智能共分為三個階段：第一個階段是自我情緒管理：能掌控自己的情緒，做好自我情緒管理的能力；進一步則是自我認識：對自己興趣、專長、優缺點均能瞭解，且肯定自我、有自信，能妥善規劃自己的人生；第三階段則是反思自我：在生活中，能夠自我反思，檢討自己的行為，並且能虛心接受別人的

建言。

至此，我們可以發現個人的人際溝通以及自我表達都與人情智能相關。現在，個人可以非常容易地使用網際網路作為建立各種人際關係的媒介，無論是使用社交網站(Social Network Site)建立關係、分享心情、在虛擬社群或是部落格中發表個人意見、與人討論都是人情智能可以發生作用的平台，也是觀察人情智能一個良好的環境。

而在諸多虛擬平台中，部落格是一個完全由經營者個人所主導的網站，相較於後起以抒發一時情感、以簡短留言為主的「微網誌」(microblog，例如 Facebook、Twitter、Plurk 等)，更能夠完整呈現一個人的思想、人際互動情況 (Nardi et al., 2004; Educause Learning Initiative, 2009; Zhao & Rosson, 2009)，我們認為更能反應一個人在虛擬環境中的人際互動。

二、部落格經營成功因素與人情智能

部落格經營者透過連結與迴響來建立人際關係，也就是部落格的社會互動是部落格經營者與讀者之間的雙向往來，並透過部落格的經營與相互連結可以組織出綿密的人際網路 (Qazvinian et al., 2007)，部落格的成功意味著其擁有較多瀏覽者 (popularity)或是快速的成長 (growth) (Du & Wagner, 2006)。而能夠吸引更多的瀏覽者或是成長則需要提供擁有良好的資訊品質、快速的更新文章(update frequency)以及對與使用者互動的重視 (Herring et al., 2004)，亦即成功的部落格是同時能夠兼顧其所提供之資訊有用性（所提供的資訊對讀者而言是否是需要的或是其所想在這個部落格所見的？）、可靠性（該部落客本身以及其所提供的資訊是否值得信賴？）以及與讀者的社會性互動（並非單純的傳遞資訊，而是會反應讀者留言）的部落客 (Chai & Kim, 2010; Hsu & Tsou, 2011)。當部落格之內容有良好的資訊品質時，部落格的讀者會利用 RSS 追蹤該部落格的動態 (Nakajima et al., 2005; Scoble & Israel, 2006)。因此，我們可以將資訊品質以及社會互動性視為兩個部落格的關鍵成功因素。

在部落格的平台上，經營者（部落客）與其讀者之間的社會互動創造出虛擬世界當中的人際關係，雖然雙方沒有真正面對面的接觸，但是讀者透過經營者在回覆讀者的留言或是回應讀者的要求中可以了解經營者的經營風格是否符合讀者喜好，而決定讀者是否願意繼續光顧部落格；另一方面，經營

者透過讀者所留下的留言、迴響等等線索了解讀者需求，進而提供讀者想要看到的資訊或是內容，藉此增加讀者對其經營的部落格好感以維持與讀者之間的長期關係。而當部落格經營者在與其他讀者連結出現問題時，例如部落格經營者雖然經常更新部落格但是卻沒有其他讀者拜訪並迴響，則此時部落客在互動上就不成功。而造成這樣的情形大多是因為部落格經營者對於讀者迴響沒有花心思回應或是沒有拜訪其他部落格，使得人際關係網絡越來越狹小。

而在部落格的內容上，Rosen & Purinton (2004) 認為網站的內容呈現品質是吸引網友再度拜訪網站重要因素：網站當中所使用的圖片、尺寸與設計等等都是會影響網站是否成功吸引人，而部落格也被視為是個人網頁的延伸(Döring, 2002)，因此在部落客也應該注意這些影響因素。Rosen & Purinton (2004) 認為在衡量一個網站是否成功時，經營者必須要考慮以下問題：友善性(coherence)—資訊是否是有邏輯的，讀者是否容易懂得我所提供之資訊；符合性(complexity)—網站當中的內容，包含文字、圖片等等是否和我建構的主題相符合；獨特性(legibility)—是否具有獨特的元素使得讀者能夠多次拜訪與瀏覽。在符合上述各項條件時，一個網站（部落格）才能夠成功。

上述部落格應具備的友善性、符合性以及獨特性等內容相關的成功因素中，我們認為越是能夠瞭解他人的部落客越是能夠在部落格的文章品質上針對來訪者閱讀需求進行調整（友善性）。一方面傳達自身所要表達之意見（符合性與獨特性），另一方面也能讓讀者認為這個部落格在訊息的品質上是令人滿意的，進而讓部落格產生更高的知名度、來訪率。而從人情智能的文獻中可以推論，能夠瞭解讀者需求並且因此改善部落格的友善性符合性以及獨特性的部落客或許是擁有較高人際智能（瞭解他人）以及自省智能（能在瞭解他人後有適切的回應）的部落客。

而在另一項部落格的成功因素：社會互動性上，Liu (2003) 從使用者觀點提出部落格網站需要提供讀者雙向溝通（部落格經營者與讀者之間的對談與訊息的交換）、控制感（確保讀者能夠在部落格當中獲得其所想要價值）與同步性（讓讀者感覺部落格經營者回應讀者問題或是提供讀者資訊時是快速的）。而 Hale et al. (2005) 則認為部落格經營者的互動涉入 (interaction involvement)程度與親密性 (intimacy)高低是為部落格是否提供良好的人際互動的衡量因素。其中，互動涉入為使用者們在互動過程中，在情感、認知、行為上與對方的聯繫程度，指的是個人參與互動溝通的程度。我們認為這是

人情智能的表現：較高互動涉入的使用者會注意對方正在參與的感覺、想法、並專注於當時的互動情形，進而融入於整個互動的情境而創造出一種臨場感 (Hale et al., 2005)。而親密性則是使用者們認知到並且針對關係關連程度、相互依賴、協調與瞭解所建構的感覺，是指個人對於溝通者在其關係相似上的認同，著重於雙方關係的建立。當使用者認知的親密性高，表示其認為與對方的關係很深，因此會付出較多的時間與精神與對方進行互動。而我們認為，無論雙向溝通、同步性或是互動涉入與親密性，在部落格的平台上均是建構在人際溝通的範疇內，因此也應該受到部落客本身人情智能的高低所帶來之影響。同時也透過對自身發表內容所引起的回應進行反思，進一步修正自我的認知、態度以及後續部落格的經營，並且進入良性的互動循環。

根據以上針對部落格成功的內容呈現品質以及社會互動與人情智能間關係的探討，我們認為部落格是因為其經營者能夠針對讀者的需求以及回饋做出正面回應而成功：部落客發表的文章是其讀者群所感興趣的，同時也會針對讀者在部落格的發言進行有意義的回應，並藉此達到社會性的互動。而人情智能即是部落客能夠瞭解並回應讀者的能力。因此，較為成功的部落格，其經營者在人情智能、內容呈現品質以及社會互動性上應較相對冷門的部落格之經營者為高。

亦即根據上面針對人際智能的文獻探討應用至部落格的環境中，我們認為擁有較高人際智能的經營者較能瞭解他人的回應中所傳遞的訊息，並且能夠有效與對方互動，也就是加強了彼此在虛擬世界中的關係。而有效而頻繁地互動可以提升讀者對該部落客的認同與瞭解，也會吸引潛在讀者造訪 (Du & Wagner, 2006) 也造就了一個成功的部落格。因此，我們提出本研究第一個研究假說：

H1:擁有較高人際智能的部落客，其部落格的經營表現較佳。

同樣地，自省智能的概念反應在部落格的環境中，我們認為一個擁有自省智能的部落客應該可以在虛擬環境中掌握自身的情緒、針對他人的意見與觀點能夠真正的進行瞭解後再依據個人的反思結果給予回應或是改進，進而與讀者建立更緊密的關係或是吸引更多讀者造訪。因此，我們提出本研究第二個假說：

H2:擁有較高自省智能的部落客，其部落格的經營表現較佳。

參、研究方法

我們將針對不同經營表現的部落格之經營者（部落客）進行其人情智能的比較，試圖瞭解是否較為成功的部落格經營者除了在內容呈現品質、社會互動性上皆優於經營績效較差者外，在人情智能上也是較為優秀的。而為了達成這個目的，我們必須先確認如何評斷一個部落格的經營績效，並且訂定測量其人情智能、內容呈現品質以及社會互動的方式。

一、衡量指標

在部落格經營績效的衡量上，我們以 Du & Wagner (2006) 所提出使用造訪人數排名(popularity ranking)以及成長(popularity growth)作為部落格成功與否的客觀指標作為基礎要素。其中，人數排名可以由訂閱該部落格文章的人數定義；而成長可以根據其他網站反向連結至此部落格的數量成長定義之，反向連結越多，代表著部落格過去受到越多人的關注，而越多網站擁有該部落格的反向連結，也表示了這個部落格在網路上有著更高的曝光，更有機會吸引潛在讀者。

目前網際網路中針對反向連結的數量統計機制主要可以由各大一般搜尋引擎直接搜尋有關該部落格的相關連結，或是使用僅針對部落格的搜尋引擎（如 Technorati.）中的連結數量而獲得。而閱覽人數則可以直接使用訂閱部落格 RSS 的人數定義之。而根據以上，我們提出以下針對部落格經營表現的衡量方式：

部落格經營表現=反向連結總數+網友訂閱 RSS 數量。

然而，反向連結總數與網友訂閱 RSS 數量往往差距過大，以某本研究樣本部部落格 A 為例，本研究進行時，其反向連結數量為 150,163，訂閱 RSS 數量為 372，如果直接進行加總，這個部落格的核心讀者（訂購 RSS 者）的評分將因為反向連結的數量過大而遭到稀釋，無法反應其重要性。同時，如果 B 部落格的反向連結較少，但 RSS 的訂閱數量相對高（例如反向連結 5000，訂閱 RSS 數量 4000），表示吸引的群眾較少，卻能夠引起這些讀者較為深入的興趣，喜歡與他持續互動。以上述方式測量這個部落格，他的經營總分僅有 9000，遠遠比不上反向連結數量但吸引訂閱 RSS 讀者少的 A 部落格。

上述的現象即是在單純使用加總的計算方式下，反向連結成為唯一具有區別能力的指標。而在我們的調查中，一些熱門的部落格的反向連結總數超過百萬，而一些相對冷門的則僅有數百。如果將這些分數全部放在同樣的線性尺標下，其結果將因為尺度範圍過大而無法瞭解差異（參考 Silver, 2012）。

為了解決上述權重以及尺標問題，我們認為應該使用對數的方式處理連結數量與 RSS 訂閱量的問題。使用對數尺標一方面可以從原先看似雜亂的數據中整理出有意義的訊息（Silver, 2012），另一方面更可以處理連結總數與 RSS 訂閱數量不成比例的關係。同樣以 A 部落格以及上述另一個假設的 B 部落格為例，如果將反向連結總數與 RSS 訂閱量分別取 10 為底的對數，再重新相加，兩者的分數將分別為 $5.18+2.57= 8.37$ 與 $3.7+3.6= 7.30$ 。此時，兩者因為尺度的因素而較容易比較。因此，我們計算部落格經營績效的演算法將修正為：

$$\text{部落格經營績效}=\text{Log(反向連結總數)}+\text{Log(網友訂閱 RSS 數量)}$$

其中，反向連結總數來自於使用網路上針對反向連結數量進行分析的三個網站：majesticseo (www.majesticseo.com)、ahrefs.com (ahrefs.com)以及smallseotools.com (smallseotools.com/backlink-checker/)針對每個部落格分析的反向連結數之平均。而經由本演算法計算所得之分數越高，表示該部落格的經營表現越好。

而對於人情智能的衡量，因為過去並沒有直接針對人情智能衡量之間卷，在人際智能部份，我們將使用 Silvera, Martinussen 與 Dahl 提出的 Tromsø Social Intelligence Scale (TSIS)問卷，其將人際之間的社交能力區分為三個可衡量的構面：社會資訊處理 (social information processing, SP)、社交技巧 (social skill, SK)和社會知覺 (social awareness, SA)，其中，社會資訊處理是指個人是否有能力明瞭他人的想法、並進一步思考，而社交技巧則是個人是否有能力實際與人交往，而社會知覺則是對於自身所屬的社會中的人、事、物有基本的瞭解。我們認為上述三個構面可以反應一個人的人際智能：瞭解個人對於人際關係的處理能力與瞭解他人與自我之間關係的能力（Silvera et al., 2001）。

而針對自省智能的測量，我們將使用連俊瑋 (2006) 翻譯自 Bradberry & Greaves (2005) 所提出的 Emotional Intelligence Appraisal TM Me Edition TM

量表當中自我體認部份。

而在衡量部落格內容呈現品質上，我們延伸 Döring (2002) 對一般網頁所提，認為部落格一樣適用內容的友善性、符合性與獨特性等三項衡量指標。將使用 Rosen & Purinton (2004) 針對上述三個指標所發展之 Website Preference Scale (WSPS) 量表（針對原先問卷中「網頁」(Web Page) 的描述，均改為部落格）。衡量社會互動部份，我們則使用 Liu (2003) 所開發，針對網頁雙向溝通與同步性的問卷以及 Hale et al. (2005) 所針對網路上與網友互動涉入程度兩種問卷進行調查。另外，以上所有自呈式問卷均使用李克特六點尺度量表，分數由 1 到 6，其中的反向題將會先進行換算後再行計算，構面平均分數越高表示該部落客在該構面表現越佳。

二、方法

本研究於 2009/01/15 至 2009/02/15 使用台灣部落格觀察家 (<http://look.urs.tw>) 中所列之 191,458 個部落格作為母體名單，撰寫程式針對各部落格在上述三個網站中的反向連結數量進行擷取並取其平均作為反向連結分數，而 RSS 訂閱數量則是使用自行撰寫程式結合 feedburner 網站 (feedburner.google.com) 所提供的 API (應用程式介面) 擷取。並將兩者以我們提出的演算法進行給分後，將這些部落格分類為「成功」、「中等」以及「冷門」三類。其中，「成功」是部落格經營績效總分排名前 10%；「冷門」為最後 10%，而「中等」則是排名居中的 10%。接著，我們使用亂數方式分別由三個族群的部落格選出 200 個部落格（共 600 個），並以其經營者作為本研究之樣本。

我們以 E-mail 的方式聯繫樣本部落客，並寄送根據上節所描述為基礎所之自呈式問卷請求其填寫並回覆。而回收之問卷將使用單因子變異數分析 (ANOVA) 分析成功部落格與其他部落格經營者在人情智能、內容呈現品質以及互動性的差異。

肆、資料分析

本研究問卷調查時間共歷經一個月（2009/3/1 – 4/1）。以下針對回收樣本之特徵與人口統計變數進行說明。並在確認後進行信度與效度的檢定。最後則使用 ANOVA 針對本研究主要目的「部落格成功經營者是否在人情智能上高於他人」以及部落格的內容呈現品質與社會互動程度進行組間的平均分數比較。

一、樣本特徵

本研究調查共寄出 600 封 E-mail 郵件，回收 153 份問卷，有效問卷數為 137 份，廢卷數為 16 份，問卷總回收率為 23%。成功部落格群組回收 56 份；中等表現部落格回收 39 份；冷門表現部落格回收 42 份。有效樣本中，成功群組佔 40.88%，中等經營表現佔 28.47%，而冷門部落格樣本佔 30.66%。三個不同樣本群組在經營績效的平均表現如表 1 所示。其中，成功群體的經營績效平均分為 5.28、中等者為 3.38、冷門者為 1.27。

表 1 分層樣本數量與平均經營績效

	成功	中等	冷門
有效樣本數(%)	56(40.88%)	39(28.47%)	42(30.66%)
平均反向連結總數	328595.71	6,020.82	51.63
平均 RSS 訂閱數	1821.59	7.71	0
平均經營績效	5.28	3.38	1.27

資料來源：本研究整理

樣本人口統計變數上，成功部落格的經營者多為男性(69.6%)、29 歲以上(75%)、大學或研究所學歷(94.6%)；表現中等的部落格的經營者則是多為女性(51.3%)、19-28 歲(77%)；較冷門的部落格經營者多為男性(58.1%)、幾乎均為 19-28 歲(98%)，而三個樣本族群的經營者則均多為大學或以上學歷（請參考表 2）。

表 2 分組樣本人口統計變數

變數		成功		中等		冷門	
		樣本數	比例	樣本數	比例	樣本數	比例
性別	男	39	69.6%	19	48.7%	24	58.1%
	女	17	30.4%	20	51.3%	18	41.9%
年齡	15 - 18	0	0%	4	10.3%	0	0%
	19 - 23	4	7.1%	17	43.6%	27	65.1%
	24 - 28	10	17.9%	13	33.39%	14	32.6%
	29 - 35	21	37.5%	3	7.7%	1	2.3%
	36 以上	21	37.5%	2	5.2%	0	0%
教育程度	中學	1	1.8%	2	5.1%	0	0%
	高中	2	3.6%	3	7.71%	2	4.7%
	大學	25	44.6%	9	23.1%	25	60.5%
	碩士 (研究生) 以上	28	50.0%	25	64.1%	15	34.9%

資料來源：本研究整理

二、構面信效度檢驗

本研究使用自呈式問卷共三個構面，分別為人情智能、部落格社會互動以及部落格內容呈現品質。本研究使用因素分析法(Factor Analysis)檢驗回收問卷中各構面的因素效度(factorial validity)，本研究在此步驟將針對人情智能量表與、部落格社會互動與部落格內容呈現品質量表分別進行因素效度與收斂效度之檢定，以特徵值 (eigenvalue) =1 做為因素擷取的標準，並使用最大變異 (varimax)轉軸法，檢驗每項構面下所有問項是否收斂於文獻中所提

出之構面相同與各問項之因素負荷量是否達到 0.5 以上（擁有收斂效度）且在其他因素中音速負荷量皆低於 0.5（擁有區別效度），分析結果以及各題項如表 3 至表 6 所示。

表 3 人際智能量表之因素分析

構面		題項\因素	社交資訊處理	社交技巧	社會知覺
人際智能	社交資訊處理	我可以預測網友的行為	0.876	0.026	0.129
		我能夠知道我的部落格如何影響網友的感受，而我也能明白這些感受為何	0.794	0.095	0.182
		我了解網友會如何回應我的文章或行為	0.784	0.072	0.151
		我可以透過對網友的印象、回應(迴響)以了解網友真正要表達的事物	0.715	0.04	0.141
	社交技巧	與其他網友互動或相處時，讓我感到困難*	-0.041	0.89	0.077
		我與其他網友熟識需要花很長的時間*	0.274	0.766	0.213
		我總是很難找到好的談話主題*	-0.133	0.573	0.508
	社會知覺	瞭解網友的選擇對我來說是困難的*	0.141	0.285	0.666
		網友的所做所為時常讓我感到驚訝*	0.197	0.068	0.804
		我發現人是不可預測的*	0.197	0.021	0.818
	我擅長進入新的社交情況並且認識新的網友	0.227	0.359	0.188	
	我能與新認識的網友建立良好關係	0.128	-0.078	0.167	

(*為負向題)

資料來源：本研究整理

表 4 自省智能之因素分析

構面		題項\因素	自我體認	自我能力分析
自省智能	自我體認	我對我經營部落格的能力有信心	0.665	0.493
		我會承認我經營部落格上的缺失	0.779	0.113
		我能夠了解自己的情緒	0.776	0.35
		我能與網友清楚有效的溝通並且闡明我的觀點給其他網友了解	0.719	0.114
	自我能力分析	我能夠了解自己的行為對網友產生的影響	0.249	0.575
		我能夠了解，網友何時會影響到我的情緒	0.004	0.831
		在解決困難情況時，我能夠參與並發揮作用	0.171	0.738
		發生問題時，我能夠被別人依靠	0.352	0.806

資料來源：本研究整理

表 5 部落格社會互動之因素分析

構面	問項	互動涉入	雙向溝通	同步性
互動涉入	我非常投入與網友的雙方對話與互動	0.914	-0.053	0.310
	我非常熱情的與網友聊天與回應	0.892	-0.215	0.336
	網友對於我 PO 的主題很有興趣	0.588	0.209	0.283
雙向溝通	我認為我的部落格幫助我與網友之間的雙向溝通	0.384	0.752	0.045
	我認為我回覆網友的留言很迅速	0.239	0.843	-0.013
	在我的部落格中，我是願意傾聽網友的	0.196	0.583	-0.274
同步性	我認為我回覆網友的留言很迅速	0.222	0.104	0.742
	我認為我的部落格的内容更新頻繁	0.279	0.455	0.650

資料來源：本研究整理

表 6 部落格內容呈現品質量表因素分析

構面	題項\因素	邏輯性	符合性	獨特性
邏輯性	我認為我的部落格有邏輯地組織資訊	0.837	0.121	0.317
	我認為我的部落格內容容易了解	0.847	0.207	0.177
	我認為我的落格的文章寫的很好	0.707	0.169	0.324
符合性	我認為我的部落格使用的圖片、照片很符合內容	0.226	0.831	0.242
	我認為我的部落格使用了許多不同種類的圖片	0.091	0.867	0.301
獨特性	我認為我的部落格跟其他的部落格不同	0.165	0.328	0.866
	我認為我的部落格塑造了獨特的特性	0.188	0.26	0.89
	我認為我的部落格有讓人印象深刻的元素	0.306	0.317	0.753

資料來源：本研究整理

檢驗結果確認人際智能方面可分為社交資訊處理、社交技巧以及社交知覺三個構面（排除其中「我擅長進入新的社交情況並且認識新的網友」和「我能與新認識的網友建立良好關係」兩題未在個因素中擁有 >0.5 因素負荷量提項）、自省智能則可萃取出兩個構面：自我體認以及自我能力，而部落格的社會互動與內容呈現品質則的因素分析結果則與過去文獻無異，社會互動分為互動涉入、雙向溝通以及同步性三子構面、內容呈現品質則可分為友善性、符合性以及獨特性等三構面。而表 3 到表 6 也說明了本研究所使用之問卷同時具有收斂效度與區別效度。

表 7 則為各構面與子構面的信度分析(Cronbach's α)，可以發現人際、自省智能、內容呈現品質、社會互動以及其各項子構面的 Cronbach's α 均高於 0.7，表示具有一定的信度。

表 7 問卷信度分析 (Cronbach's α)

構面		子構面	Cronbach's α	
人情智能	人際智能	社交資訊處理	0.887	0.771
		社交技巧	0.753	
		社交知覺	0.728	
	自省智能	自我體認	0.804	0.826
		自我能力分析	0.844	
部落格內容呈現品質		友善性	0.809	0.859
		符合性	0.804	
		獨特性	0.933	
部落格社會互動		互動涉入	0.783	0.756
		雙向溝通	0.734	
		同步性	0.772	

資料來源：本研究整理

三、不同績效表現部落格之人情智能 ANOVA 分析

確認本次研究問卷的信、效度後，我們即使用 ANOVA 針對本研究主要目的「部落格成功經營者是否在人情智能上高於他人」進行分析。同時也檢驗是否成功的部落格在內容與互動上的表現是否較佳。

成功、中等以及冷門部落格經營者在人際智能的平均分數（標準差）分別為 4.16(0.52)、4.02(0.50)、3.70(0.44)，自省智能為 4.32(0.63)、3.94(0.47)、3.30(0.61)、部落格內容呈現品質則是 4.51(0.79)、4.09(0.69)、3.48(0.57)；部落格社會互動則分別為 4.29(0.74)、4.23(0.62)、3.83(0.62)。使用 ANOVA 分析三組樣本間在三個構面上是否有差異後發現除了社會互動一構面之顯著水準 <0.05 外，其餘二構面的顯著水準均 <0.01 （請參考表 8）。

表 8 不同群組各構面表現與 ANOVA 分析結果

變數	經營表現	N	平均值	標準差	F	Sig (2-tailed)
人際智能	成功	56	4.16	0.52	27.80	.000**
	中等	39	4.02	0.50		
	冷門	42	3.70	0.44		
自省智能	成功	56	4.32	0.63	29.98	.000**
	中等	39	3.94	0.47		
	冷門	42	3.30	0.61		
部落格 內容呈現 品質	成功	56	4.51	0.79	26.76	.000**
	中等	39	4.09	0.69		
	冷門	42	3.48	0.57		
部落格 社會互動	成功	56	4.29	0.74	6.20	.019*
	中等	39	4.23	0.62		
	冷門	42	3.83	0.62		

*sig<0.05; **sig<0.01

資料來源：本研究整理

由表 4 中可以發現成功、中等以及冷門的部落格經營者在人情智能、部落格內容呈現品質以及社會互動中有顯著的差異，與我們先前認為「成功部落格之經營者在人情智能、內容呈現品質與社會互動較其他經營者為高」的推論一致。但我們依然希望知道這三組樣本在三個構面表現的個別差異。因此我們使用最小顯著差異檢定 (Least Significant Difference, LSD)來進行多重比較檢定 (multiple comparison test, 或稱 Post Hoc 檢定)，針對經營表現成功、中等與冷門三組群組進行兩兩組合多重比較檢定。

檢驗結果發現，在人情智能方面，成功部落格之經營者的人情智能與部落格內容呈現品質顯著高於中等表現者，其再顯著高於冷門表現者；而在社會互動構面中，成功與中等表現者沒有顯著的差異(sig. = 0.668)，但均顯著高於冷門表現者(sig.<0.01) (請參考表 9)。

表 9 三群組於人際智能、自省智能、社會互動以及內容呈現品質之 LSD 檢定

構面	(I)經營表現(J)	Mean Difference
人際智能	成功—中等	0.14*
	成功—冷門	0.46**
	中等—冷門	0.32**
自省智能	成功—中等	0.38**
	成功—冷門	1.02**
	中等—冷門	0.64**
部落格 社會互動	成功—中等	0.06
	成功—冷門	0.46**
	中等—冷門	0.40**
部落格 內容呈現品質	成功—中等	0.43**
	成功—冷門	1.03**
	中等—冷門	0.61**

*sig<0.05; **sig<0.01

資料來源：本研究整理

由以上的分析結果說明了本研究之兩項假說獲得了統計上的支持：較為成功的部落格，其經營者在人際與自省智能的表現較佳。同時，他們在自我評估的部落格內容以及社會互動的表現也較高。因此我們相信，一個成功的部落格所反應的是一個能夠願意瞭解讀者想法並且有能力據此提供讀者他們有興趣的文章同時能夠有良好的互動之經營者。

伍、結論與限制

本研究發現成功部落格的經營者除了在部落格本身的社會互動以及內容呈現品質上較佳，同時他們的人情智能也較高。我們認為這是因為擁有人情智能的經營者較能夠瞭解他人的想法、分析他人的回饋並做出適當的回應，進而造成他們對於部落格的內容呈現品質上有較佳的表現，而社會互動上，

成功與中等部落格兩者並無顯著差異，但兩者均較冷門部落格為高，說明了冷門的部落格很可能是因為經營者缺乏與人互動而導致。而這樣推論的因果關係我們認為不僅適用在部落格，更可以擴展至整各社群網路(Social Network)的範圍中：擁有較高人情智能的人能夠瞭解其潛在讀者有興趣的議題，並且能夠與讀者有良好的互動關係，進而提昇他在網路上的能見度與口碑。

本研究之主要研究限制在於衡量部落格的内容以及社會互動上因為難以接觸到部落格讀者，僅能針對部落客使用自呈式問卷進行調查，而部落客本身是否能夠客觀或是有系統地瞭解自身部落格的内容以及社會互動性是值得存疑的，我們建議未來針對部落格或是社群網站的相關研究應該設法針對讀者進行調查。

另外，本研究僅針對部落格經營績效與人情智能的關係進行探討，但並沒有針對部落格的型態進行區分。Goyal (2012) 認為部落格分除了涵蓋最為廣泛的個人部落格外，尚可分為以商業利益為導向的商業部落格、以宣揚組織理念為出發點的非政府組織或非營利組織部落格以政黨、政治性質部落格等。而我們的調查對象中多為個人部落格經營者，並沒有考量到可能影響部落格績效的其他外在變數，例如個人部落格與企業部落格之間可能有所差異，營利組織與非營利組織間的差異等等。

最後，考量現今全球化的環境中，個人在社交網站或是部落格中所能接觸到的是來自世界各地不同背景、不同認知的對象，除了本研究所探討的人情智能外，尚須考慮到另一個構面：文化智能(Cultural Intelligence)的影響。文化智能是指對於不同文化的習慣、基本假設、言語實際意義的敏感性(Sensitivity)以及適應性(Adaptability) (Earley & Mosakowski, 2004)。部落客可能必須要先瞭解不同環境、背景、習慣所帶來的差異後，再加上本研究所提出的人情智能：瞭解並回應，才可能在全球化的環境中獲得關注。

參考文獻

- 吳武典、簡茂發，2000，「人事智能的理念與衡鑑」，特殊教育研究學刊，18 期：237~255。(Wu, W. T. and Chien, M. F., 2000, "Conception and Appraisal of Personal Intelligence," **Bulletin of Special Education**, No. 18, 237-255.)
- 邱美雲、孟瑛如，2011，「生命故事教學對生命概念理解及人事智能表現之研究－以國小資源班學習障礙學生為例」，特教論壇，11 期：29~44。(Chui, M. Y. and Meng, Y. R., 2011, "The effects of life story teaching on the understanding of life concept and personal intelligence for students with learning disabilities in resource room of elementary school," **Special Education Forum**, No. 11, 29-44.)
- 連俊璋，2006，創業家多元智能與社會資本對創業行為之影響－資訊軟體產業創業家與資訊從業人員之比較，國立中央大學資訊管理研究所博士論文。(Lian, J. W., 2006, **Impact of Multiple Intelligences and Social Capital on Entrepreneurial Behaviors- Comparisons between Software Industry Entrepreneurs and IS Employees**, Ph. D. Dissertation, National Central University.)
- Armstrong, T., 1994, "Multiple Intelligences: Seven Ways to Approach Curriculum," **Educational Leadership**, Vol. 52, No. 3, 26-28.
- Bradberry, T. and Greaves, J., 2005, **The emotional intelligence quick book: Everything you need to know to put your EQ to work**, 1st, New York: Simon and Schuster.
- Chai, S. and Kim, M., 2010, "What makes bloggers share knowledge? An investigation on the role of trust," **International Journal of Information Management**, Vol. 30, No. 5, 408-415.
- Döring, N., 2002, "Personal home pages on the web: A review of research," **Journal of Computer Mediated Communication**, Vol. 7, No. 3, 0-0.
- Du, H. S. and Wagner, C., 2006, "Weblog success: Exploring the role of technology," **International Journal of Human- Computer Studies**, Vol. 64, No. 9, 789-798.
- Earley, P. C. and Mosakowski, E., 2004, "Cultural intelligence," **Harvard business review**, Vol. 82, No. 10, 139-146.
- Educause Learning Initiative, 2009, "7 Things You Should Know About Microblogging," <http://www.educause.edu/Resources/7ThingsYouShouldKnowAboutMicro/17462>, accessed on October 30, 2013.
- Furukawa, T., Ishizuka, M., Matsuo, Y., Ohmukai, I., and Uchiyama, K., 2007, "Analyzing reading behavior by blog mining. ", **Proceedings of the National Conference on Artificial Intelligence**, Menlo Park, USA.
- Gardner, H. and Hatch, T., 1989, "Educational implications of the theory of multiple intelligences," **Educational researcher**, Vol. 18, No. 8, 4-10.
- Gardner, H., 1983, **Multiple intelligences: The theory in practice**, 1st, New York: Basic Books.

- Gardner, H., 1999, **Intelligence reframed: Multiple intelligences for the 21st century**, 1st, New York: Basic Books.
- Goleman, D., 1998, **Working with emotional intelligence**, 1st, New York: Bantam.
- Goleman, D., 2006, **Social intelligence: The new science of human relationships**, 1st, New York: Bantam.
- Goyal, S., 2012, "Blog and Blogging," **Journal of Science**, Vol. 1, No. 1, 1-2.
- Hale, J. L., Burgoon, J. K., and Householder, B. J., 2005, "The relational communication scale" in Manusov, D. (ed.), **The Sourcebook of nonverbal communication measures**, First Edition, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 127-140.
- Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., and Wright, E., 2004, "Bridging the gap: A genre analysis of WeBlogs. ", **37th Hawaii International Conference on System Sciences**, Los Alamitos, USA.
- Hoerr, T. R., Rolheiser-Bennett, N. C., Bower, B., and Stevahn, L., 2000, **Becoming a multiple intelligences school**, 1st, Alexandria, VA: ASCD.
- Hsu, H. Y. and Tsou, H. T., 2011, "Understanding customer experiences in online blog environments," **International Journal of Information Management**, Vol. 31, No. 6, 510-523.
- Huck, S. W., 2007, "Reform in statistical education," **Psychology in the Schools**, Vol. 44, No. 5, 527-533.
- Kavanaugh, A., Kim, H. N., Pérez-Quñones, M., and Isenhour, P., 2007, "Models of government blogging: Design tradeoffs in civic engagement" in Steinfield, C., Pentland, B. T., Ackerman, M., and Contractor, N. (eds.), **Communities and Technologies 2007**, First Edition, London: Springer, 419-438.
- Kerbel, M. R. and Bloom, J. D., 2005, "Blog for America and civic involvement," **The Harvard International Journal of Press/Politics**, Vol. 10, No. 4, 3-27.
- Lazear, D. G. and Stockman, D., 1991, **Seven ways of knowing: teaching for multiple intelligences: a handbook of techniques for expanding intelligence**, 1st, Hood River, OR: Skylight Pub.
- Liu, Y., 2003, "Developing a scale to measure the interactivity of websites," **Journal of Advertising Research**, Vol. 43, No. 2, 207-216.
- Macias, W., Hilyard, K., and Freimuth, V., 2009, "Blog functions as risk and crisis communication during Hurricane Katrina," **Journal of Computer Mediated Communication**, Vol. 15, No. 1, 1-31.
- Marshall, J. and Fitch, T., 2001, "Multiple intelligence and counselor training," **Inquiry: Critical Thinking Across the Disciplines**, Vol. 20, No. 3, 26-32.
- Martindale, T. and Wiley, D. A., 2004, "Using weblogs in scholarship and teaching," **TechTrends**, Vol. 49, No. 2, 55-61.
- Miura, A. and Yamashita, K., 2007, "Psychological and Social Influences on Blog Writing: An Online Survey of Blog Authors in Japan," **Journal of Computer-Mediated**

- Communication**, Vol. 12, No. 4, 1452-1471.
- Nakajima, S., Tatemura, J., Hino, Y., Hara, Y., and Tanaka, K., 2005, "Discovering important bloggers based on analyzing blog threads. ", **Proceedings of the 14th international Conference on World Wide Web**, Chiba, Japan.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., and Swartz, L., 2004, "Why we blog," **Communications of the ACM**, Vol. 47, No. 12, 41-46.
- Qazvinian, V., Rasouljan, A., and Adibi, J., 2007, **Observations on Failure in Blogs**, 1st, Cologne, DE: ICWSM.
- Rosen, D. E. and Purinton, E., 2004, "Website design: Viewing the web as a cognitive landscape," **Journal of Business Research**, Vol. 57, No. 7, 787-794.
- Schau, H. J. and Gilly, M. C., 2003, "We are what we post? Self presentation in personal web space," **Journal of consumer research**, Vol. 30, No. 3, 385-404.
- Schmidt, J., 2007, "Blogging practices: An analytical framework," **Journal of Computer Mediated Communication**, Vol. 12, No. 4, 1409-1427.
- Scoble, R. and Israel, S., 2006, **Naked conversations: how blogs are changing the way businesses talk with customers**, 1st, New York: Wiley.
- Silver, N., 2012, **The Signal and the Noise: Why So Many Predictions Fail-but Some Don't**, 1st, New York: Penguin Press.
- Silvera, D., Martinussen, M., and Dahl, T. I., 2001, "The Tromsø Social Intelligence Scale, a self report measure of social intelligence," **Scandinavian Journal of Psychology**, Vol. 42, No. 4, 313-319.
- Sternberg, R., 1994, "Commentary: Reforming School Reform: Comments on Multiple Intelligence: The Theory in Practice," **The Teachers College Record**, Vol. 95, No. 4, 561-569.
- Yalmançı, S. G., 2011, "The relation between the types of multiple intelligences and the training departments of candidate teachers," **International Journal of Human Sciences**, Vol. 8, No. 1, 1269-1289.
- Zhao, D. and Rosson, M. B., 2009, "How and why people Twitter: the role that micro-blogging plays in informal communication at work. ", **Proceedings of the ACM 2009 International Conference on Supporting Group Work**, New York, USA.

作者簡介

林子銘

目前為國立中央大學資訊管理學系專任教授，加拿大西安大略大學資訊管理博士，研究領域為國際資訊系統、資訊社會與文化、資訊與經濟發展、謀略與決策、企業財務管理、個人投資。近年著作可見於The International Journal of Knowledge, Culture and Change Management、管理學報、計算器與現代化等國內外期刊。

E-mail: prof.jm.lin2@gmail.com

李牧衡

國立中央大學資訊管理學系博士研究生，研究領域為資訊社會、企業策略管理。

E-mail: enoch.mh.lee@gmail.com

陳韻如

國立中央大學資訊管理學系碩士研究生

E-mail: S910073@gmail.com

賴美娟

國立中央大學資訊管理學系碩士研究生

E-mail: wenhua60127@yahoo.com.tw

