

# Bloggi

od A do... sławy  
i pieniędzy

Angus McLeod

**Stwórz swoje własne,  
blogowe imperium**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną**.

**Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).**

© Copyright for Polish edition by [ZloteMysli.pl](http://ZloteMysli.pl)

Data: 09.03.2007

Tytuł: Blogi od A do... sławy i pieniędzy

Autor: Angus McLeod

Wydanie II

ISBN: 83-7494-109-X

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli

Złote Myśli s.c.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www.ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: [kontakt@zlotemysli.pl](mailto:kontakt@zlotemysli.pl)

**Wszelkie prawa zastrzeżone.**

**All rights reserved.**

# SPIS TREŚCI

<u>CZEŚĆ I: WPROWADZENIE DO BLOGÓW I BLOGOWANIA</u> .....	5
<u>NOWY ŚRODEK PRZEKAZU</u> .....	6
<u>CZYM JEST BLOG (I CZYM NIE JEST)?</u> .....	9
<u>BLOG JAKO BIZNES</u> .....	12
<u>CZEŚCI SKŁADOWE BLOGOWEGO IMPERIUM</u> .....	14
<u>CZEŚĆ II: BUDOWANIE BLOGOWEGO IMPERIUM</u> .....	17
<u>ZDECYDUJ, JAKI RODZAJ BLOGOWEGO IMPERIUM CHCESZ STWORZYĆ</u> .....	18
<u>TWORZENIE IMPERIUM: WYBÓR WARTOŚCIOWEJ ZAWARTOŚCI</u> .....	20
<u>KONSTRUKCJA BLOGU: NIKT NIE MUSI BLOGOWAĆ SAMOTNIE</u> .....	25
<u>NO DOBRA, WIĘC NA CZYM SIĘ ZNASZ?</u> .....	27
<u>OKREŚL TEMATYKĘ SWOJEGO BLOGU</u> .....	34
<u>BRANDING (BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI)</u> .....	35
<u>CZY NAZWA (TYTUŁ) MUSI MIEĆ ZWIĄZEK Z ZAWARTOŚCIĄ?</u> ...	36
<u>GENERATOR POMYSŁÓW NA DOBRĄ NAZWĘ</u> .....	37
<u>ZDOBYWANIE I UTRZYMYWANIE “MARKI”</u> .....	40
<u>PROJEKTOWANIE STRONY ODPOWIADAJĄCEJ ZAWARTOŚCI TWOJEGO BLOGU</u> .....	42
<u>STRONA GRAFICZNA</u> .....	44
<u>CZCIONKI I KOLORY</u> .....	47
<u>NIECO NA TEMAT LINKÓW</u> .....	49
<u>UKŁAD - FORMAT</u> .....	51
<u>OBIEKTY</u> .....	53
<u>WPISY DO BLOGU</u> .....	55
<u>WNIKLIWOŚĆ I UNIKALNA ZAWARTOŚĆ</u> .....	56
<u>LINKI I KOMENTARZE</u> .....	57
<u>KONSEKWENTNY WYGLĄD</u> .....	59
<u>PRAWA AUTORSKIE</u> .....	62
<u>CZY OBRAZKI SĄ KONIECZNE?</u> .....	65
<u>GDZIE UMIESZCZAĆ PLIKI OBRAZKÓW?</u> .....	68
<u>ARCHIWA</u> .....	71

<u>CO ZROBIĆ, BY TWÓJ BLOG STAŁ SIĘ WAŻNYM PORTALEM.....</u>	73
<u>HOSTING DLA TWOJEG BLOGU.....</u>	75
<u>HOSTING DARMOWY CZY PŁATNY?.....</u>	76
<u>GENEROWANIE RUCHU.....</u>	81
<u>SERWISY WYMIANY ODWIEDZIN.....</u>	82
<u>KATALOGI BLOGÓW.....</u>	87
<u>BLOG-RINGI.....</u>	88
<u>WYMIANA LINKÓW.....</u>	90
<u>SPOTKAJ KONKURENTÓW, CZYLI ODWIEDZANIE INNYCH BLOGÓW.....</u>	93
<u>LINKI TO CENNY KAPITAŁ.....</u>	95
<u>WYSZUKIWARKI I WYSZUKIWARKI NIUSÓW.....</u>	97
<u>WYCHODZENIE W ŚWIAT, CZYLI BLOGOWANIE NA WIELU WITRYNACH.....</u>	100
<u>TWORZENIE ZAWARTOŚCI DLA INNYCH WITRYN.....</u>	102
<u>POZWÓL INNYM PROPAGOWAĆ TWÓJ BLOG.....</u>	104
<u>TO TWOJA KOMPETENCJA UTRZYMUJE CZYTELNIKÓW.....</u>	105
<u>PUBLIKUJ RZECZY ORYGINALNE I WARTOŚCIOWE.....</u>	107
<u>PUBLIKUJ RZECZY AKTUALNE.....</u>	108
<u>KOMENTARZE I GŁOSY CZYTELNIKÓW.....</u>	118
<u>WYKLUCZANIE NIEKTÓRYCH CZYTELNIKÓW.....</u>	112
<u>CO Z WOLNOŚCIĄ SŁOWA?.....</u>	114
<u>XML I KANAŁY RSS.....</u>	116
<u>CZEŚĆ III: ZARABIANIE NA WŁASNYM BLOGU.....</u>	118
<u>GENEROWANIE ZYSKÓW.....</u>	119
<u>GOOGLE ADSENSE I PROGRAMY TYPU PŁAĆ-ZA-KLIKNIECIE... SPRZEDAWANIE ODSŁON I BANNERÓW.....</u>	123
<u>NIECH TWOI CZYTELNICY SAMI CIĘ REKLAMUJĄ.....</u>	129
<u>PROŚCIE, A BĘDZIE WAM DANE!.....</u>	131
<u>SUBSKRYPCJE I SPECJALNE RAPORTY “DLA WTAJEMNICZONYCH”.....</u>	134
<u>TEN PIERWSZY WPIS (I DO CZEGO ON PROWADZI).....</u>	138

# **CZEŚĆ I**

## **WPROWADZENIE DO BLOGÓW I BLOGOWANIA**

## Nowy środek przekazu

W sierpniu roku 2004 kanał CBS News nadał specjalne wydanie programu „60 Minutes II”, poświęcone służbie późniejszego prezydenta George'a Busha w Teksasńskiej Powietrznej Gwardii Narodowej (*Texas Air National Guard*) podczas Wojny Wietnamskiej. Pokazano w nim między innymi pewien memoriał, napisany rzekomo przez nieżyjącego już pułkownika Jerry'ego B. Killiana. Skutek był dość nieoczekiwany – wkrótce potem trzy osoby ze ścisłego kierownictwa kanału CBS News straciły pracę, a na zieloną łączkę towarzyszył im znany prowadzący dziennikarz Dan Rather. Dlaczego tak się stało? Ponieważ zaprezentowany w programie dokument był po prostu fałszywy. Co zostało udowodnione przez Nowy Środek Przekazu. Ale po kolei...

Kanał CBS News początkowo oczywiście zapewniał, że memoriał jest jak najbardziej autentyczny. Cytował nawet autorytatywne opinie ekspertów od grafologii i analizy dokumentów. Mimo to, w ciągu 24 godzin Nowy Środek Przekazu udowodnił, że tak nie jest, że po prostu nie mógł być sporządzony na żadnej maszynie znajdującej się w owej epoce w dyspozycji Teksasńskiej Powietrznej Gwardii Narodowej. Po prostu użyta w nim proporcjonalna czcionka i górne indeksy w datach były niemal nie do uzyskania za pomocą technologii dostępnej w latach '70, a układ tekstu nie przypomina niczego z tamtych lat. Nowy Środek Przekazu wykazał w ten sposób

niezbicie, że memoriał nie był napisany na maszynie do pisania będącej w posiadaniu Teksasńskiej Powietrznej Gwardii Narodowej, jak to twierdziła stacja CBS News, tylko na nowoczesnym komputerze za pomocą programu MS Word z domyślnymi ustawieniami, a potem wielokrotnie skserowany lub przefaksowany, aby wyglądał na stary. Udowodniono więc ponad wszelką wątpliwość, że to fałszywka.

Kiedy wiadomość o tym oszustwie obiegła Internet, pojawiły się nowe dane poddające w wątpliwość rzetelność sposobów zdobywania przez CBS News informacji oraz sposobu, w jaki traktuje dokumenty. W ciągu tygodnia inne wielkie media zaczęły wypowiadać się na ten temat, w ciągu dwóch samo CBS przyznało się, iż zostało w sprawie dokumentu oszukane przez swoje źródło. Wkrótce potem CBS poprosiło o zbadanie tej sprawy byłego prokuratora generalnego i byłego prezydenta agencji Associated Press. Rezultat tych dochodzeń wstrząsnął całą strukturą CBS.

Co to był jednak za Nowy Środek Przekazu, który okazał się dość kompetentny w tak mało znanych dziedzinach, jak górne indeksy i formatowanie dokumentów Gwardii Narodowej, by w ciągu zaledwie paru tygodni wstrząsnąć jednym z największych koncernów medialnych na świecie?

Była to sieć niezależnych blogerów, którzy publikowali swoje odkrycia w czasie rzeczywistym, dzielili się informacjami, testowali różne pomysły. To co umieszczali na swoich blogach, było na bieżąco

śledzone przez miliony czytelników, z których wielu publikowało to potem z kolei na swoich stronkach dla własnych czytelników; którzy z kolei dzielili się zdobytymi w ten sposób informacjami ze znajomymi.

Skutkiem powyższych wydarzeń ogromnie wzrosło także powszechne zainteresowanie Nowym Środkiem Przekazu, jak też skłonność wielu ludzi do weryfikowania informacji publikowanych w mediach z innymi, niezależnymi źródłami. Wszystko to nabrało to jeszcze większego przyspieszenia, kiedy Matt Drudge na swoim blogu opublikował pogłoski, które wkrótce miały doprowadzić do skandalu z Moniką Lewinski – na kilka miesięcy wcześniej, niż którykolwiek z Dawnych Środków Przekazu szepnął na ten temat choćby słówko...



## Czym jest blog (i czym nie jest)?

Nazwa „blog” to zbitka dwóch angielskich słów: *web* (czyli „sieć”) i *log* (czyli „dziennik”, w sensie „zapis”). Czyli „sieciowy dzienniczek”. Taki pamiętnik XXI wieku.

Dobra robocza definicja blogu, to byłoby coś w stylu: „internetowy dziennik lub biuletyn, często uaktualniany i przeznaczony do czytania”. Dodać by można, że blogi najczęściej umożliwiają swoich czytelnikom wypowiedanie się na poruszane tam tematy oraz że przeważnie są bardzo nieformalne, nierzadko wyraźnie stronicze, a do tego znacznie bardziej bezpośrednie i osobiste pod względem stylu, niż tradycyjna prasa.

Blogi istnieją dzisiaj we wszelkich możliwych kształtach i umaszczeniach – od tych poświęconych drobiazgowym opisom cierpień udęczonej duszy nastolatka, po te skoncentrowane na adoracji najnowszej gwiazdki pop. Z takimi, które zajmują się podawaniem i komentowaniem światowych wydarzeń pośrodku włącznie.

Blog może być zabezpieczonym hasłem dziennikiem, dostępnym tylko kilku zaufanym przyjaciółom albo może zawierać setki stron kodu źródłowego użytecznych i dostępnych dla wszystkich zainteresowanych programów. Może być dołączony do firmowej witryny i pozwalać użytkownikom produktów danej firmy na

Czym jest blog (i czym nie jest)?

przedstawianie swoich opinii i prośby o pomoc. Może być umieszczony na prywatnym serwerze albo na jednym z serwerów któregoś z wyspecjalizowanych serwisów, darmowych albo płatnych. Może być wypieszczony pod względem graficznym, z użyciem wyszukanych szablonów, albo całkowicie ręcznie, może jednak być całkiem bezpretensjonalny i przypominać bulletin bard (a jest to serwis komputerowy, który pozwoli czytać i odpowiadać na ogłoszenia oraz obsługiwać własną skrzynkę pocztową).

Jest to więc swego rodzaju prasa dostępna w Internecie, jednak prasa całkiem specjalnego rodzaju. Najważniejsza różnica to nastawienie: gazeta czy czasopismo prezentuje wszelkie wiadomości nadające się do publikacji i teksty napisane przez względnie obiektywnych profesjonalistów, podczas gdy bloger prezentuje fragment własnego świata i swoją osobistą znajomość tematu.

Jednak blog to nie jest po prostu umieszczony w sieci „wstępniak” jakiejś istniejącej „w realu” gazety, albo nawet cała taka gazeta. Obecnie wiele środków przekazu udostępnia swoje treści online, a nawet pozwala czytelnikom na ich komentowanie. Tyle że to nie zmieniło wcale zasadniczo samej istoty prasowej działalności. Dziennikarze wciąż wykonują tam te same zadania, co przed pojawieniem się Internetu, gazety także się wiele nie zmieniły.

Z drugiej strony, faktem jest, że wraz ze wzrostem popularności blogowania coraz więcej publicystów staje się blogerami, a coraz więcej blogerów osiąga profesjonalizm uznanych publicystów. Być

Czym jest blog (i czym nie jest)?

może za kilka lat różnica pomiędzy Nowym Środkiem Przekazu, a Starymi Środkami Przekazu całkiem się w oczach ludzi w nich piszących zatrze. Dla wielu czytelników tak już się zresztą stało.

Liczba istniejących na świecie blogów przekroczyła już 20 milionów, a ich czytelnictwo wzrasta lawinowo. Branżowy magazyn poświęcony reklamie [Ad Age](#) podało, że tylko w samym tylko roku 2005 amerykańscy pracownicy spędzili równowartość 551 tysięcy lat na czytaniu blogów, pamiętników online i witryn poświęconych różnym pogłoskom. Już dzisiaj miliony czytelników na całym świecie czerpie dużą część aktualnych informacji i rozrywki z tego rodzaju niezależnych źródeł, wspierając je dotacjami pieniężnymi, klikaniem na płatne linki oraz kupowaniem związanych z nimi pamiątek.