

Wejście do Blogosfery

Jeśli umieścisz coś na publicznym blogu, każdy może to przeczytać. Blogi, podobnie jak wszystkie publiczne witryny internetowe, są dostępne w dowolnym miejscu na świecie w dowolnym czasie i każdy, kto ma nieograniczony dostęp do Internetu, może je czytać. (Wiele platform blogowych zezwala na ustawienia prywatności lub ochronę hasłem; jeśli korzystasz z tych opcji, masz większą - ale nie niezawodną - gwarancję prywatności). Podobnie jak w przypadku wszystkich publicznych witryn internetowych, ludzie mogą drukować, kopiować i faksować posty na blogach przyklejając je do latarni, rozdawać w klasie lub publikować na portalach społecznościowych, takich jak Facebook. Czytelnik Twojego bloga może nawet skopiować i wkleić tekst z Twojego bloga do edytora tekstu lub wiadomości e-mail, wysyłając ten tekst dookoła świata w mgnieniu oka. Nawet przy dostępnym oprogramowaniu śledzącym nie masz pewności, kto czyta Twojego bloga, dlaczego go czyta lub co może zrobić z tym, co publikujesz. Często blogerzy uważają, że tylko ich przyjaciele i rodzina czytają ich witryny, więc nie przejmują się zbyt tym, co piszą. Nie popełnij błędu zakładając, że wiesz, kto jest, a kto nie czyta Twojego bloga! Nawet jeśli uważasz, że Twój blog jest widoczny tylko dla znajomych i rodziny, nie ma sposobu, aby to wiedzieć na pewno. Niektóre witryny obsługujące blogi wymagają zarejestrowania się, aby z nich korzystać i ograniczają czytelnictwo do tych, którzy się zarejestrowali. Takie blogi mogą wyglądać tak, jakby oferowały więcej prywatności, ale nie dają się zwieść fałszywemu poczuciu bezpieczeństwa. Ogólnie rzecz biorąc, bariery związane z rejestracją w usłudze są bardzo niskie: wystarczy adres e-mail. Te blogi równie dobrze mogą być publiczne. W rzadkich przypadkach cały blog jest chroniony hasłem i dlatego może być odczytany tylko przez odwiedzających, którzy znają dane logowania do witryny. Dopóki dane logowania pozostają prywatne, blog jest prywatny. Wszystkie kwestie dotyczące możliwości kopiowania i wklejania lub drukowania postów są jednak nadal aktualne. Ponadto, jeśli ktoś udostępni hasło lub czyta Twojego bloga z publicznego komputera, możesz mieć nieproszonych gości. W tym rozdziale stwierdzam, że nie powinieneś publikować na swoim blogu niczego, czego nie chcesz, aby ktokolwiek na świecie czytał - i tak, obejmuje to twojego najlepszego przyjaciela, drugą połowę, twoją matkę, twoich współpracowników, twój szef, twój właściciel, twój chłopak z liceum, twój sąsiad. . . Masz pomysły. Po podzieleniu się przemyśleniami w przestrzeni cyfrowej nie masz żadnej gwarancji prywatności, niezależnie od ustawień bloga

Ocena Twojego zaangażowania

Każdy guru produktywności powie ci, że osoby, które szukają porady, myślą krótkoterminowo. Rozpoczynając nowy projekt, rzadko myślisz o zakończeniu roku kalendarzowego - i nawet to może być nieco hojnym założeniem. Nowi blogerzy niczym się nie różnią. Myślenie o tym, gdzie chcesz, aby Twój blog był za pięć lat, jest trudnym przedsięwzięciem. W rzeczywistości większość blogerów powie ci, że lata online są trochę jak psie lata. Najbardziej ołd-schoolowi blogerzy istnieją dopiero od ponad dekady! Świat blogowania szybko się zmienia. Mając to na uwadze, czy masz nadzieję, że za pięć lat nadal będziesz aktywnie blogować, czy też blogowanie będzie prawdopodobnie zajęciem krótkoterminowym? Czy chcesz wykorzystać swój blog do zapisywania swoich wczesnych lat rodzicielstwa, czy może Twoim celem jest uzyskanie pełnego zapisu życia Twojego dziecka od urodzenia do 18 roku życia? Rozpoznanie swojego poziomu zaangażowania pomoże ustalić jasną wizję zasobów, które powinieneś umieścić na blogu. Podejmowanie decyzji dotyczących przyszłości bloga może być trudnym zadaniem. W poniższych sekcjach przedstawiono kilka pytań, na które należy odpowiedzieć (być może na nowym blogu!), Dotyczących tego, dokąd zaprowadzi Cię Twój blog.

Jaki poziom zaangażowania chcesz się poświęcić blogowaniu?

Poświęć chwilę, aby zwizualizować swój poziom zaangażowania. Na liście twoich ogólnych priorytetów, gdzie wypada blogowanie? Jeśli jest na samym dole listy, zostanie blogerem może się nie udać. Z

drugiej strony, jeśli zastanawiasz się, na ile sposobów możesz wykorzystać swojego bloga, aby zwiększyć widoczność swojej firmy lub informować rodzinę na bieżąco o tym, co robisz, możesz spróbować blogowania. Najlepszym punktem wyjścia do określenia zaangażowania jest podjęcie decyzji, ile postów planujesz napisać dziennie lub w tygodniu. Wielu popularnych blogerów zazwyczaj publikuje posty raz dziennie, ale na tym etapie blogi zazwyczaj przynoszą blogerowi niewielki dochód. Publikowanie raz w tygodniu jest typowe dla wielu osobistych blogów.

Nie zapomnij o utworzeniu kalendarza treści, jak wspominałem wcześniej, kiedy myślisz o poziomie swojego zaangażowania!

Lubisz pisać? Jak piszesz?

Umiejętność pisania to jedna umiejętność, ale umiejętność pisania interesującej, zabawnej prozy, którą ludzie naprawdę chcą czytać, jest zupełnie inna. Nie możesz zacząć blogować z dnia na dzień; musisz dowiedzieć się, jak to zrobić, ćwicząc. Dobrym sposobem na to jest utworzenie bloga testowego w bezpłatnej usłudze blogowania, takiej jak Blogger (www.blogger.com), i próba publikowania postów przez pewien czas. Jeśli boisz się pisać lub nie wiesz, czy regularne pisanie zadziała, nie musisz inwestować dużo czasu i pieniędzy, dopóki nie poznasz odpowiedzi na te pytania. Umiejętność pisania na maszynie to ważna umiejętność, w której niektórzy nowi blogerzy mogą nie być zbyt dobrzy. Jeśli nie lubisz pisać (lub pisać!), rozważ podcast lub vlogowanie (blogowanie wideo).

O czym będzie blog? Czy Twój blog jest osobisty czy zawodowy?

Jeśli myślisz o swoim blogu jako o przestrzeni osobistej, powinieneś spędzać na nim mniej czasu niż na płatną pracę lub zawód - i zdecydowanie powinieneś utrzymywać budżet na poziomie niższym niż dochody! Wybierz rozwiązanie projektowe i napisz treść dostosowaną do Twojego budżetu i czasu. Jeśli jednak chcesz, aby blog służył celom biznesowym lub tworzył platformę osobistą brandingową, pamiętaj, że firma lub firma konsultingowa musi prezentować w Internecie dopracowany, profesjonalny wizerunek z profesjonalnie wyglądającym projektem - najlepiej takim, który jest zintegrowany z każdą istniejącą marką i tożsamością. Ponadto, zamiast tracić czas - i budżet - na pisanie bloga, przeznacz czas na blogowanie, tak jak w przypadku spotkania, zadania projektowego lub innej odpowiedzialności związanej z pracą.

Czy uważasz, że Twój nowy blog może zaowocować nowymi możliwościami kariery?

Witryny internetowe mogą naprawdę pomóc w nawiązywaniu kontaktów (podobnie jak dołączanie do sieci społecznościowych i tworzenie profilu na LinkedIn) i przypuszczam, że częściowo zaczynasz blogować, aby dotrzeć do społeczności. Jeśli społeczność jest społecznością zawodową lub grupą, na której szacunek musisz zasłużyć, Twój blog może wysyłać niewypowiedziane wiadomości o tym, kim jesteś i za czym się opowiadasz. Ale nie musisz mieć wszystkich firmowych! Wielu popularnych blogerów nieumyślnie rozwinęło kariery w oparciu o swoje blogi, a wszystko to dzięki jakości bloga i głębokiej społeczności internetowej. Blogerzy używali blogów jako punktów wyjścia do ofert książek, programów telewizyjnych, a nawet bezpośrednich źródeł przychodów. Pomyśl o potrzebach swoich odbiorców i o tym, jak do nich dotrzeć, nawet jeśli zastanawiasz się, jakiego oprogramowania użyć. Jeśli chcesz zbudować imperium, wybierz oprogramowanie, które ma dzwonki i gwizdki niezbędne, aby to imperium było możliwe. Rozdział 3 zawiera więcej informacji o oprogramowaniu.

Jak dobrze radzisz sobie z udostępnianiem?

Internet to przestrzeń publiczna. Nie zapominaj, że każdy, nie tylko osoby, do których próbujesz dotrzeć, może przeczytać to, co ujawniasz o sobie lub swojej firmie na swoim blogu. Czasami blogerzy

stają się odbiorcami niechcianej uwagi i odkrywają, że muszą blogować bardziej anonimowo, niż planowali, lub nawet na dobre opuścić blogosferę.

Co się dzieje, gdy publikujesz?

Blogowanie to bardzo bezpośrednie medium: kiedy publikujesz post, zwykle od razu pojawia się on na Twoim blogu. W rzeczywistości po kliknięciu przycisku Opublikuj zazwyczaj dzieje się kilka rzeczy:

- * Post jest wyświetlany u góry strony głównej bloga, na której prawdopodobnie będą wyświetlane posty w odwrotnej kolejności chronologicznej (najnowsze na górze, najstarsze na dole).
- * Oprogramowanie do obsługi blogów dodaje post do archiwum Twojego bloga, zwykle według daty i tematu, oraz do Twojego kanału RSS, który jest aktualizowany w czytnikach grup dyskusyjnych.
- * Każdy, kto zapisał się do otrzymywania powiadomień e-mail, otrzyma wiadomość e-mail o Twoim poście, gdy następnym razem Twój e-mail zostanie wysłany do czytelników.
- * Jeśli Twój blog jest połączony z kontami w mediach społecznościowych, Twoi obserwatorzy zostaną powiadomieni o Twoim poście i przekierowani z powrotem do Twojego bloga za pośrednictwem linku.
- * Jeśli oprogramowanie Twojego bloga pinguje wyszukiwarki i usługi blogów, te wyszukiwarki i usługi otrzymają powiadomienie z oprogramowania Twojego bloga, że zaktualizowałeś swojego bloga i umieściłeś te informacje w ich katalogach. (Ping to po prostu powiadomienie elektroniczne). Użytkownicy witryn internetowych wyszukiwarek mogą wtedy otrzymać Twój wpis na blogu w wyniku wyszukiwania.
- * Robot wyszukiwarki indeksuje post podczas następnej wizyty w Twoim blogu.

Wszystkie te zmiany zachodzą niezależnie od tego, czy o nich myślisz. Fakt, że posty na blogu są szybko rozpowszechniane przy niewielkim lub żadnym wysiłku ze strony blogera, jest częścią piękna i skuteczności tego formatu. Oprogramowanie i usługi bloga są zaprojektowane tak, aby dostarczać treści szybko i bez zastanowienia. Oczywiście możesz edytować swoje posty na blogu po ich opublikowaniu, a wielu blogerów wprowadza zmiany, gdy jest to konieczne. Jednak edycja po opublikowaniu jest dość nieskutecznym sposobem kontrolowania wiadomości, ponieważ odwiedzający mogą przeczytać lub wysłać e-mailem oryginalny post przed wprowadzeniem zmian. Treści, które publikujesz na blogu, mogą również żyć w inny niezamierzony sposób:

- * Inni blogerzy mogą zacytować twój post i rozwinąć go na swoich blogach, tworząc częściowe kopie twojej nieśmiertelnej prozy.
- * Usługi blogowe mogą wskazywać, a nawet częściowo fragmentować, Twój post na blogu.
- * Wyszukiwarki mogą buforować lub w inny sposób archiwizować zawartość tymczasowo lub na stałe.
- * Archiwum internetowe, takie jak Wayback Machine (<https://archive.org/web>), może dodać Twój post na blogu do swojej stałej bazy danych.

Nie chcę cię straszyć. W końcu publikowanie na swoim blogu to dobra rzecz! Chcesz, aby każdy z tych procesów miał miejsce, ponieważ przyciągają czytelników do Twojego bloga i prezentują Twoje treści potencjalnym czytelnikom. Ale upewnij się, co publikujesz, zanim zaczniesz się toczyć. Jak to się mówi, nie można odpalić dzwonka!

Blogowanie etyczne

Jak mówią, najlepszą obroną jest dobra ofensywa. Jako bloger powinieneś pomyśleć o tym, co piszesz, zanim to opublikujesz, a także później. To, co za chwilę powiem, może cię zszokować, więc przygotuj się: blogerzy mają kodeks etyczny. Okej, tak naprawdę mam na myśli to, że niektórzy blogerzy mają kodeks etyczny. Etyka blogowania zaczęła się jako luźny zestaw standardów, do których przestrzegają najpoważniejsi blogerzy, a standardy te rozwinęły się, gdy blogi dojrzewały z nowego medium do bardziej ugruntowanego. Dla większości blogerów ze starej szkoły słowo, o którym należy pomyśleć, to przejrzystość, która reprezentuje całą gamę pomysłów. Wprowadzam tutaj przejrzystość i wyjaśniam bardziej szczegółowo w kolejnych sekcjach:

* **Mówienie prawdy i uczciwość:** zgodnie z oryginalnym formatem dziennika bloga, bycie przejrzystym na blogu ma wiele wspólnego z mówieniem prawdy o tym, kim jesteś, dlaczego blogujesz i co chcesz osiągnąć Twój blog. Chcesz otwarcie i szczerze komunikować się na blogu, zajmując się bezpośrednio swoimi tematami i pomysłami oraz czytelnikami. Ta koncepcja uczciwości nie oznacza, że musisz ujawniać informacje, których nie chcesz ujawniać online - wręcz przeciwnie. Ale to oznacza, że nie zamierzasz celowo wprowadzać swoich czytelników w błąd, jak wyjaśnię w nadchodzącej sekcja „Mówienie prawdy”.

* **Przyznawanie się do błędów:** nikt nie jest doskonały, a ostatecznie popełnisz błąd. Niezależnie od tego, czy publikujesz coś, o czym słyszałeś, co okaże się nieprawdą, blogujesz w złości, czy też udostępniasz coś o swoich nastoletkach, które domagają się usunięcia, prawdziwym testem jest to, jak reagujesz na popełnienie błędu. W blogosferze musisz przyznać się do swoich słów, przeproszać, jeśli potrzebujesz, i wprowadzać poprawki, gdy są konieczne.

* **Utrzymywanie dialogu:** Dobry bloger jest świadomy swoich czytelników i reaguje na nich poprzez komentarze, które ci czytelnicy zostawiają w postach na blogu. Blog nie jest tworzony w próżni. W rzeczywistości wielu blogerów uważa, że można używać bloga do budowania prawdziwych relacji z ludźmi.

Pomysł, że można używać bloga do znaczącej interakcji, jest rewolucyjnym elementem blogowania. U podstaw blogowania chodzi o to, aby prawdziwi ludzie rozmawiali ze sobą i dzielili się prawdziwą wiedzą i doświadczeniami. Oczywiście blog niekoniecznie jest wielką literaturą - i to jest w porządku. Ale przejrzystość obejmuje wartościowe pomysły, zwłaszcza jeśli planujesz blogować na osobiste i drażliwe tematy.

Mówiąc prawdę

Uczciwość w blogowaniu różni się od uczciwości w prawdziwych relacjach, a nawet w dziennikarstwie lub reklamie, ponieważ wiedza o tym, kim jest ktoś lub co reprezentuje w Internecie, jest złożona. Rozważ następujące:

* **Blogowanie anonimowe:** Blogowanie pod pseudonimem jest w porządku. Dla wielu blogerów mówienie prawdy to przede wszystkim szczerść emocjonalna, a po drugie - a może wcale nie - ujawnienie, kim są. Na przykład osobisty bloger może łączyć się ze społecznością w delikatnym temacie i w ten sposób chcieć użyć pseudonimu. Blogosfera nie lubi pozorów. Jeśli zdecydujesz się blogować o swoim życiu i robisz to anonimowo, bądź przygotowany na to, że czytelnicy będą kwestionować, czy jesteś prawdziwą osobą. Wiedz, że Twoja prawdziwa tożsamość może zostać ujawniona publicznie lub wśród osób, które znają Cię w prawdziwym życiu. Przygotuj się, aby bronić swojego pisarstwa jako własnego, zwłaszcza jeśli anonimowy blog może spowodować konflikt w Twoim życiu lub karierze offline. Słynny incydent z 2001 roku dotyczący bloga Kaycee Nicole, młodej nastolatki, która właśnie zmarła na białaczkę, pokazuje, o czym mówię. Ludzie na całym świecie śledzili jej blog, rozmawiali z nią w Internecie, a nawet rozmawiali z nią przez telefon podczas jej choroby. W rzeczywistości życie i

śmierć Kaycee były wytworem wyobraźni. Po pojawieniu się pewnych podejrzanych anomalii, kilku bystrych blogerek znalazło dowody w prawdziwym świecie, że nie tylko nie umarła, ale nawet nie istniała.

* Blogowanie o produktach i usługach na żądanie dostawcy produktu lub usługi: społeczność internetowa piętnuje blogerów za blogowanie o produktach i usługach za pieniądze, nie ujawniając, że im za to płacono. Skandal na blogu w 2003 roku sprawił, że Dr Pepper zwrócił się do opinii publicznej za nakłonienie grupy nastolatków do wpisywania się na blogu na temat nowego produktu o nazwie Raging Cow. Nastolatki otrzymały wycieczki, próbki produktu i bony upominkowe, a także Firma poprosiła ich o promowanie napoju na swoich osobistych blogach. Wiele nastolatków zrobiło to, nie ujawniając, że otrzymali wynagrodzenie za promowanie produktu, a kiedy porozumienie stało się publiczne, nastąpił bojkot firmy przez blogosferę i wiele złości na blogerów. Od tego czasu FTC orzekła, że tego rodzaju relacje poparcia muszą zostać ujawnione, więc nie jest to już tylko kwestia etyki osobistej. Takie jest prawo. Współpracujesz z marką lub firmą, która zapewniła rekompensatę finansową lub towary w zamian za promocję na Twoim blogu? Pamiętaj, aby zapytać, w jaki sposób wolą blogerów od wypowiedzania się i wyświetlania oświadczeń o ujawnieniu.

* Blogowanie jako postać fikcyjna: Co ciekawe, dr Pepper założyła także blog rzekomo napisany przez samą Wściekłą krowę podczas jej podróży po kraju. Blogerzy ostro krytykowali wówczas tego bloga (oczywiście za to, że jest fałszywy). Ale pomysł tworzenia fikcyjnych postaci, które piszą blogi, utknął w pobliżu i od tego czasu wielu blogerów z powodzeniem go używa. Format jest teraz mniej kontrowersyjny, a także bardzo kreatywny i skuteczny!

Ogólnie zalecam przestrzeganie następujących zasad dotyczących uczciwości podczas blogowania:

* Wyjaśnij, kim jesteś i dlaczego blogujesz.

* Jeśli chcesz ukryć swoją tożsamość lub osoby, o których wspominasz, na przykład dzieci, wskaż, że to robisz i dlaczego.

* Jeśli założysz fałszywego bloga, upewnij się, że gdzieś w witrynie ujawnisz, że w rzeczywistości jest on fałszywy. (Można by pomyśleć, że blog prowadzony przez bydło jest oczywiście fałszywy, ale nie zaszkodzi tak powiedzieć).

* Jeśli zarabiasz na swoich postach na blogu, wyjaśnij ustalenia i sposób, w jaki pozwalasz im wpływać (lub nie wpływać) na to, co piszesz.

* Jeśli wspomnisz o fakcie lub historii, którą otrzymałeś od kogoś innego, wyjaśnij, kto. Jeśli możesz połączyć się ze źródłem, zrób. Zawsze przestrzegaj praw autorskich, w tym praw autorskich dotyczących obrazów i grafik. Używaj tylko grafiki i zdjęć, na które uzyskałeś uprawnienie do korzystania. Naśladownictwo nie jest pochlebstwem, a kradzież nigdy nie jest w porządku!

* Weź odpowiedzialność za to, co jest na Twoim blogu, bez względu na to, gdzie jeszcze słyszałeś lub czytałeś o tym, co piszesz.

Tylko dlatego, że inne blogi lub witryny internetowe publikują i ponownie publikują obrazy bez pozwolenia, nie oznacza, że łamanie praw autorskich tego artysty jest legalne. Zachowaj ostrożność podczas korzystania z grafik i zdjęć znalezionych w Internecie, które nie przedstawiają oryginalnego źródła ani nie wskazują, że zdjęcie zostało opublikowane za zgodą!

Robienie błędów

Jeśli popełnisz błąd na swoim blogu, przyznaj się. W razie potrzeby przeproś. Przede wszystkim nie próbuj temu zaprzeczać ani ukrywać. Błędy, duże i małe, są nieuniknione i zdenerwowane, ale możesz zrobić wiele, aby pomóc sobie i swojej wiarygodności, poprzez sposób, w jaki poradzisz sobie z błędem, gdy ty lub twoi czytelnicy go odkryjesz. Ogólnie rzecz biorąc, większość blogerów stara się unikać edytowania szczegółów posta po jego opublikowaniu, co jest częścią przejrzystości. Czasami jednak musisz poprawić oryginalny post, gdy popełnisz błąd merytoryczny lub gramatyczny. Jeśli uznasz, że musisz dokonać prostej korekty, takiej jak pisownia, gramatyka lub wybór słów, jest całkowicie akceptowalne, aby dokonać tej aktualizacji bez fanfar. Jeśli jednak okaże się, że musisz zmienić fakty w treści, najlepiej zanotować tę zmianę w samym poście. Dodawanie nowej treści do istniejącego posta jest zawsze bardziej akceptowalne i mniej podejrzane niż usuwanie treści, które kiedyś były obecne. Aktualizacje, które chcesz wprowadzić do posta na blogu, możesz obsługiwać na dwa sposoby:

* Rozwiń swój oryginalny post. Jeśli zmienisz zdanie lub po prostu chcesz rozwinąć to, co powiedziałeś na początku, możesz to zrobić w oryginalnym poście na blogu, zamiast zaczynać nowy. Zaktualizowanie oryginalnego posta na blogu zapewnia, że czytelnicy zobaczą Twój oryginalny post w tym samym czasie, co aktualizacja. W przypadku bardzo ważnych aktualizacji, które zmieniają intencję lub znaczenie postu, Amy Oztan, pisarka Selfish Mom (www.selfishmom.com), publikuje aktualizację w oryginalnej treści z frazą „Edytowano w celu dodania”, dodając nowe informacje. Niektórzy blogerzy przed nową treścią akronimem ETA (co oznacza Edited to Add).

* Rozpocznij nowy post. Kiedy naprawdę się pomylisz, możesz również dodać nowy post na blogu, który wyjaśnia, co poszło nie tak i jak możesz uniknąć podobnych błędów w przyszłości (zakładając, że jest to możliwe!) Lub po prostu wyjaśni całą sytuację. Nie zawsze musisz sięgać tak daleko, ale jeśli pomaga to oczyścić powietrze, dlaczego nie? Dodatkowo możesz użyć dodatkowego posta, aby przeprosić, jeśli zajdzie taka potrzeba.

Kiedyś przypadkowo wysłałem mój zestaw kliencki - w tym mój arkusz cenowy - na całą listę subskrypcji mojego bloga. Udało mi się szybko usunąć to z samego bloga, ale nic nie mogłem zrobić z tysiącami ludzi, którzy otrzymali moją listę opłat za pośrednictwem swoich skrzynek pocztowych lub czytników kanałów. Aby odnieść się do tego w komiczny sposób, napisałem wpis na blogu zatytułowany „Hej, spójrz! Jestem nagi!” gdzie wyjaśniłem błąd. Wpis otrzymał dziesiątki komentarzy, udowadniając, że czasami błędy w blogowaniu okazują się najlepsze. Jeśli zaczynasz nowy post, aby wyjaśnić błąd, umieść link do starego posta, a także przejdź do starego, aby utworzyć łącze do nowego, aby wszyscy czytelnicy mieli szansę zobaczyć wszystkie szczegóły.

Prowadzenie dialogu

Większość blogerów pisze swoje blogi z nadzieją, że inni nie tylko przeczytają ich treść, ale także odpowiedzą. Jak wspomniano wcześniej, jednym z mechanizmów interakcji z czytelnikami są komentarze do postów na blogu. Wielu blogerów łączy miłość / nienawiść z sekcją komentarzy na swoim blogu. Zapewniają one źródło informacji zwrotnych i wsparcia, ale mogą również stanowić miejsce, w którym ludzie mogą publikować spam lub inne niechciane materiały, a także celowo podburzające uwagi. Być może słyszałeś o trollach internetowych. Możesz nie wiedzieć, że trolle w Internecie nie żyją pod mostami; żyją w sekcji komentarzy na blogach i w mediach społecznościowych. Pamiętaj, że Twój blog należy do Ciebie! Można usuwać komentarze, które zostały pozostawione w wyraźnym celu, aby zamieszać w garnku lub spowodować problemy. Bloger, który zaniedbuje czytanie komentarzy i odpowiadanie na nie w odpowiednim czasie, ryzykuje utratę tej społeczności czytelników, gdy są sfrustrowani i czują, że nikt ich nie słyszy. Z drugiej strony czytanie i odpowiadanie komentatorom pomaga blogerowi zbudować większą, bardziej zaangażowaną publiczność. Nie musisz jednak przechowywać wszystkich komentarzy na blogu. Zwróć uwagę na konwersację, którą inni

generują na Twoim blogu; w razie potrzeby dokonaj oceny usunięcia ataków osobistych, zniesławienia, nieprzyzwoitości, spamu lub innych niepożądanych treści. Pamiętaj, że Twój blog to Twoja przestrzeń. To Ty decydujesz, jakie zachowanie jest właściwe i jakie typy komentarzy będą tolerowane. Możesz chcieć ustalić jasne wytyczne dla czytelników przed akceptowaniem komentarzy i używać narzędzi moderacyjnych, które różnią się w zależności od platformy, jako sposobu zatwierdzania komentarzy, zanim pojawią się w Twojej witrynie. W rozdziale 10 omówię budowanie silnego dialogu społeczności za pomocą komentarzy na Twoim blogu. Omawiam również alternatywne sposoby budowania zaangażowania na swoim blogu poprzez komentarze, w tym wtyczki mediów społecznościowych, które przenoszą komentarze z innych platform do Twojej witryny.

Utrzymanie pracy podczas blogowania

Chociaż przekształcenie blogowania w pracę na pełny etat jest możliwe, to nadal jest osiągnięciem niewielkiego odsetka blogerów, biorąc pod uwagę ogromną liczbę osób, które blogują. Według popularnej platformy blogowej WordPress, każdego dnia na samym WordPressie powstaje około 50 000 nowych blogów. Większość blogerów musi utrzymywać pracę poza blogowaniem, aby uzyskać dochód. Ponieważ spędzasz dużo czasu w pracy, umieszczanie historii z pracy na swoim blogu może wydawać się naturalne. W rzeczywistości postacie i chaos, na które napotykasz każdego dnia, mogą stanowić świetne pożywienie dla bloga! Pamiętaj jednak, że blogowanie o pracy może przysporzyć Ci kłopotów, a nawet blogi, które mają być anonimowe, nie mogą tak naprawdę zagwarantować ochrony ani anonimowości. Powinieneś także dowiedzieć się, czy Twoje miejsce pracy ma politykę prywatności, która obejmuje blogowanie i media społecznościowe, zanim zaczniesz blogować, zwłaszcza jeśli rozważasz umieszczenie artykułów z pracy w swojej witrynie. Jeśli zdecydujesz się porozmawiać na swoim blogu o osobach, z którymi pracujesz, ktoś może to zrobić aby je zidentyfikować, nawet jeśli nie identyfikujesz ich po imieniu. Może to spowodować kłopoty zarówno ze współpracownikami, jak i szefem. Blogowanie jest świetne, ale to nie jest dobry powód do utraty pracy! Niektórzy blogerzy identyfikują siebie i swoich pracodawców na swoich osobistych blogach. Takie postępowanie jest z pewnością przejrzyste - w końcu praca to duża część twojego życia - ale niekoniecznie jest to mądre. Jak wspomniano wcześniej, w niektórych miejscach prowadzenia działalności obowiązują zasady dotyczące blogowania pracowników i korzystania z mediów społecznościowych. Dołączanie informacji o swojej pracy i miejscu pracy może również sprawiać czytelnikom złe wrażenie, że blogujesz w imieniu swojego pracodawcy. Rozsądnie jest zamieścić na swojej stronie wyłączenie odpowiedzialności stwierdzające, że wszystkie opinie są Twoją własną, a nie pracodawcą. Ogólnie rzecz biorąc, pracodawcy nie chcą, aby ludzie kojarzyli firmę z programami politycznymi, relacjami rodzinnymi lub nawykami randkowymi ich pracowników. Pracodawcy wiedzą dziś, że blogi istnieją i są w pełni zdolni do wpisania Twojego imienia i nazwiska, nazwiska lub nazwy firmy w wyszukiwarce i znalezienia blogów, które mówią o nich lub o ich firmie. Blogowanie anonimowe - chociaż jest to dobry pomysł, jeśli chcesz skrytykować swojego pracodawcę - tak naprawdę nie gwarantuje, że nie zostaniesz złapany, zwłaszcza jeśli inne osoby w Twoim biurze wiedzą o Twoim blogu. Zachęcam do blogowania o tym, co pływa na Twojej łodzi, ale jeśli chcesz blogować o pracy, musisz robić to bezpiecznie. Oto kilka wskazówek, których możesz użyć, aby pozostać po dobrej stronie swojego pracodawcy:

* Niezależnie od tego, o czym piszesz, nie bloguj w pracy. Wykorzystanie czasu i zasobów firmy do napisania osobistego bloga jest wyraźnym naruszeniem większości umów o pracę i może skutkować zdyscyplinowaniem lub zwolnieniem, nawet jeśli wszystko, co robisz na swoim blogu, to wychwalanie szefa.

* Dowiedz się, czy w Twoim miejscu pracy obowiązują zasady dotyczące blogowania. Jeśli Twój szef nie wie, skonsultuj się z działem HR. W niektórych przypadkach mogą obowiązywać zasady, które zawierają

określone żądania dotyczące Twojego zachowania na blogu i możesz zdecydować, czy chcesz ich przestrzegać.

* Zadawaj pytania dotyczące zasad Twojego pracodawcy dotyczących blogowania, jeśli są niejasne lub niekompletne. Dowiedz się, czy określone tematy są zabronione i czy możesz zidentyfikować się jako pracownik.

* Mądrze podchodź do tego, co zdecydujesz się powiedzieć o swojej pracy i współpracownikach. Jeśli nie czujesz się komfortowo, mówiąc publicznie o tym, co piszesz, nie umieszczaj tego na swoim blogu. Pamiętaj, anonimowość nigdy nie jest gwarantowana!

* Nie ujawniaj tajemnic handlowych. Tajemnice handlowe obejmują poufne informacje o tym, jak Twój pracodawca prowadzi interesy, które mogą mieć wpływ na przychody lub reputację. Jeśli nie masz pewności, czy możesz o czymś blogować, poprowadź to najpierw przez swojego szefa.

* Zapoznaj się z innymi zasadami i przepisami, które mogą mieć wpływ na to, o czym możesz pisać na blogu. Na przykład niektórzy pracodawcy mają zasady dotyczące fotografowania miejsca pracy lub ujawniania adresów budynków.

* Rozważ umieszczenie na swoim blogu oświadczenia informującego, że blogujesz dla osobistego wyrażenia, a nie jako przedstawiciel swojego pracodawcy. Chociaż nie ma gwarancji, że udostępnienie takiego ujawnienia na swoim blogu ochroni Cię, jeśli pracodawca nie zgadza się z treścią Twojej witryny, zachowanie pełnej przejrzystości dla czytelników jest działaniem w dobrej wierze.

Blogowanie bez zawstydzania matki i utraty przyjaciół

Możesz pomyśleć, że jest rzeczą oczywistą, że jeśli możesz stracić pracę z powodu opinii, które wyrażasz na swoim blogu, możesz również zniszczyć swoje osobiste relacje z przyjaciółmi i rodziną. Mimo wszystko warto to powiedzieć. Wielu blogerów wpada w wyznaniowy nastrój i publikuje treści, których później żałują - choć być może nie tak bardzo, jak żałuje ich znajomy lub krewny.

Zrozumieć, o co toczy się gra

Heather Armstrong, odnosząca sukcesy blogerka, zraziła swoją rodzinę na początku swojej kariery blogerskiej, kiedy opublikowała swoje poglądy na temat religii, w której się wychowała. Jej rodzice, wciąż mocno wierzący w tę religię, przeczytali post i zostali zranieni, podobnie jak jej dalsza rodzina i społeczność, w której żyli. (Jestem pewien, że otrzymała również wiele e-maili od osób spoza rodziny, które również silnie czuły na temat swojej religii). Dooce (www.dooce.com), jeden z pierwszych blogów odnoszących szalone sukcesy, który do dziś pozostaje zarówno dobrze znany, jak i przynoszący zyski. w wywiadzie z Rebeccą Blood (która studiuje blogi) Heather ostrzega, że krytykowanie innych może być świetnymi postami, ale istnieje duża szansa, że osoba, którą krytykujesz, przeczyta to, co napisałeś i poczuje się zraniona. Możesz przeczytać cały wywiad na stronie Rebecca Blood pod adresem www.rebeccablood.net/bloggerson/heatherarmstrong.html. Nawet jeśli nigdy nie krytykujesz innych, możesz ujawnić informacje o innych - ich rozmowach z tobą lub interakcjach w twoim życiu. Niemożliwe jest blogowanie o swoim życiu osobistym bez przynajmniej niejasnego odniesienia się do innych.

Chroniąc innych w swoim życiu

Niektórzy blogerzy decydują się na zastosowanie testu mamy do posta przed kliknięciem przycisku Opublikuj: czy mama zaakceptuje Twój post? Chociaż to podejście działa w przypadku wielu blogerów, szczerze mówiąc, bardziej martwię się o lokalnych przyjaciół, klientów z pracy i moje dzieci, decydując się na publikację posta. W końcu post, który jest uroczy, gdy moje dzieci mają dwa i cztery lata, jest

zdecydowanie mniej uroczy, gdy mają dwanaście i czternaście lat! Zanim zaczniesz blogować, zdecyduj, jaki papier lakmusowy sprawdza się w Twoim przypadku, a nawet zdecyduj, czy chcesz przyjąć podejście bez żadnych ograniczeń do blogowania i opublikować to wszystko. Jeśli chcesz wziąć pod uwagę innych przed utworzeniem treści na swoim blogu, pomyśl o następujących kwestiach:

- * Nie bloguj na tematy, które Twoim zdaniem mogą zranić innych.
- * Nie bloguj o innych bez ich zgody, nawet na tematy, które uważasz za nieistotne. Nie identyfikuj znajomych, rodziny ani romantycznych zainteresowań bez ich zgody.
- * Pamiętaj, że oprogramowanie do tworzenia blogów archiwizuje posty na blogu, więc ktoś może przeczytać to, co dziś powiesz, w późniejszym czasie. Na przykład, jeśli napiszesz raport o nieudanym związku, następną osobą, z którą chcesz się umówić, może go przeczytać.

Zanim naciśniesz przycisk Publikuj, zatrzymaj się na chwilę i postaw się w sytuacji swojego czytelnika: Piszesz dla czytelnika, czy piszesz dla siebie? Jeśli Twoja odpowiedź jest druga, być może lepiej będzie prowadzić prawdziwy dziennik w formie, do którego cały świat nie ma publicznego dostępu

Ochrona prywatności i reputacji

Twój blog może nie odzwierciedlać punktu widzenia Twojego pracodawcy lub Twojej rodziny, ale z pewnością odzwierciedla Twój własny. Nie zapominaj, że to, co umieścisz dzisiaj na swoim blogu, może pozostać w pobliżu przez długi czas, a czytelnikowi nie zawsze zależy na Twoim najlepszym interesie. Nigdy nie umieszczaj w Internecie żadnych danych umożliwiających identyfikację, które narażają Cię na kradzież tożsamości lub fizyczną konfrontację. Nie publikuj swojego numeru PESEL, adresu domowego, daty urodzenia ani miejsca urodzenia, nazwiska panieńskiego matki, hasła, numerów kont bankowych ani żadnych informacji, których używasz jako przypomnienia hasła lub informacji umożliwiających identyfikację w instytucjach finansowych. Większość blogerów woli również zachować prywatność numerów telefonów. Nie ujawniaj też tych informacji o osobach, o których blogujesz. Wielu blogerów rozwiązuje problemy omówione tutaj, wybierając blogowanie anonimowo lub używając uchwytu - wyrażenia lub przydomka, które nie identyfikują osobiście autora. Nie zapominaj, że wiele z Twoich tożsamości online jest połączonych. Na przykład, jeśli używasz pseudonimu, gdy zostawiasz komentarze na innych blogach, a następnie używasz tego samego pseudonimu na tablicy ogłoszeń lub rejestrujesz się w serwisie społecznościowym, ludzie mogą łatwo łączyć kropki. W rzeczywistości wiele z tych usług już ze sobą współpracuje. Większość platform mediów społecznościowych jest teraz połączona. Na przykład posty na Instagramie mogą pojawiać się jednocześnie na Facebooku i Twitterze. Jeśli zidentyfikujesz się na którejkolwiek z tych witryn lub narzędzi, a następnie powiążesz je w jakiś sposób, inni mogą łatwo podążać tropem, aby dowiedzieć się, kim jesteś. Anonimowość to świetny sposób na ochronę własnego bloga, ale nie powstrzymuje Cię przed wyświetlaniem się na blogach innych osób ani w strumieniach zdjęć w serwisie Flickr. Jeśli Twoi znajomi i rodzina mają blogi, rozważ ustalenie z nimi podstawowych zasad dotyczących sytuacji i tematów, które chcesz wykluczyć jako tematy na ich blogach. Bądź gotów przyjmować takie same prośby o pisanie własnego bloga. Jednym z najlepszych sposobów na przejęcie kontroli nad własną tożsamością online jest samodzielne założenie strony internetowej lub bloga. Jeśli inne osoby wspominają o Tobie w Internecie, posiadanie oficjalnej witryny internetowej zawierającej dokładne informacje może pomóc w zastąpieniu lub zbagatelizowaniu mniej pożądanego materiału. Przejmij kontrolę nad własnym cyfrowym śladem!

Tworzenie swojej marki

Możesz zauważyć, że w tej książce często wspominam o określeniu marka. Branding osobisty nie był czymś, co blogerzy kiedykolwiek rozważali we wczesnych dniach blogowania, ale teraz słowo branding jest używane przynajmniej tak często, jak można by się odnieść do głosu lub stylu blogera. Marka osoby odnosi się do tego, jak pamiętają ją inni: czytelnicy, potencjalni klienci, koledzy blogerzy. Marka może zawierać slogan bloga, logo witryny, tematykę bloga, a nawet sposób, w jaki czytelnicy postrzegają osobowość autora. Dla blogerów, którzy chcą zaistnieć na platformie internetowej, branding ma kluczowe znaczenie!

Komunikowanie się, kim jesteś

Twój blog powinien informować czytelników, kim jesteś i o czym jest Twój blog, bez zbytniego kopania. Branding obejmuje również spójność wyglądu i stylu na Twoim blogu i powiązanych z nim właściwościach mediów społecznościowych. Teachmama (www.teachmama.com), blog nauczycielki i autorki Amy Mascott, wyjaśnia czytelnikom, że celem bloga jest edukacja. Nazwa bloga, Teachmama, nie tylko jasno komunikuje, ale slogan „uczenie się na co dzień” potwierdza, że celem witryny jest dzielenie się wskazówkami, narzędziami i najlepszymi praktykami. Pamiętasz czytanie o nagłówku bloga w rozdziale 1? Mascott pięknie wykorzystuje tę atrakcyjną nieruchomość, aby nadal pokazywać czytelnikom, że Teachmama jest domem dla wszystkich rzeczy związanych z edukacją. Poziomy pasek nawigacji zawiera następujące nagłówki: wczesna umiejętność czytania i pisanie, czytanie, pisanie, matematyka, nauka, zajęcia i umiejętności cyfrowe

Uderzam w restart

Więc co się stanie, jeśli stworzysz swoją markę online, a następnie zdecydujesz, że nie chcesz już być znany jako marka, którą stworzyłeś? Być może zaczęłeś blogować jako bloger dla rodziców z małymi dziećmi, a teraz, gdy Twoje dzieci są starsze, wolisz pisać o rozwoju osobistym lub sprawności. Może po raz pierwszy pisałeś na blogu o edukacji, przez lata stałeś się ekspertem od mediów społecznościowych, a teraz chciałbyś przekształcić tę wiedzę w występy z przemówieniami. Prawdziwa historia: kiedy wyszedłem z łazienki Walt Disney World, usłyszałem nieznanego krzyżącego: „Zaradna mamusia!” nazwa mojego bloga. Oddzielenie marki Twojego bloga od siebie może być trudne! Dobra wiadomość jest taka, że możliwości w świecie online są nieograniczone i możesz absolutnie zacząć od nowa, jeśli zdecydujesz się to zrobić. Wielu odnoszących sukcesy blogerów rozpoczęło swoją karierę pod jednym nazwiskiem i nadal odnosili sukcesy - lub nawet osiągnęli nowe wyżyny - po ponownym uruchomieniu pod inną nazwą i pod inną nazwą. Blogger Carol Cain jest doskonałym przykładem niezwykle udanego ponownego uruchomienia budowania marki bloga. Carol zaczęła blogować pod nazwą NYCity Mama podczas eksplozji blogowania mam na początku 2000 roku. Podczas gdy blog Carol z pewnością obejmował podróże, marka była zdecydowanie bardziej blogiem dla mam niż blogiem podróżniczym. Gotowa na ponowne uruchomienie Carol porzuciła adres URL NYCity Mama i branding i stworzyła Girl Gone Travel, internetowy autorytet w branży turystycznej (patrz Rysunek 2-5). Tak więc, podczas gdy marka Twojego bloga wymaga przemyślenia i planowania, możesz uzyskać drugą - trzecią lub czwartą - szansę na podjęcie decyzji, kim chcesz być w świecie blogowania!