

全民玩 博客 BLOG

第一本博客娱乐全书

博客玩、玩博客：娱乐元素一网打尽 图文书、书图文：阅读快感尽在其中

远望图书 编



购买本产品
有机会获取微博
音响、耳机等奖品！
知书达礼
并赠送价值**3元**
换书券



人民交通出版社
China Communications Press

全民玩



博客 BLOG

Quanmin Wan Boke

远望图书 编

人民交通出版社

内 容 提 要

本书以专题形式，一网打尽目前流行的博客玩法。全书先从博客起源谈起，讲述博客与生活的紧密关系，再鉴赏优秀博客，挑选适合自己的博客服务，并建立自己的第一个博客。建立博客后，进行博客个性化，加强博客的管理等。目前流行的图片博客、音乐博客、MSN Space、Q-Zone、移动博客、播客、视频播客等书中均有专题介绍。另外，还对如何发布以及宣传自己的博客、博客赚钱进行了详细介绍。

图书在版编目 (C I P) 数据

全民玩博客 / 远望图书编. —北京: 人民交通出版社,
2006.6
ISBN 7-114-06001-7

I.全... II.远... III.互连网络-传播媒介-研究 IV.G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 045455 号

监 制 / 谢 东 策 划 / 车东林 张仪平
项目主任 / 王 炜 戚 斌
执行编辑 / 莫海雄
正文设计 / 李明忠 谭 娜 陈登碧

全民玩博客

远望图书 编

责任编辑：白倩

出版发行：人民交通出版社

地址: (100011) 北京朝阳区安定门外外馆斜街3号

网址: <http://www.ccpress.com.cn>

销售电话: (010) 85285838, 85285995

总经销：北京中交盛世书刊有限公司

经销：各地新华书店

印刷：重庆科情印务有限公司

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 14

字数: 20 万

版次：2006年6月第1版第1次印刷

印次：2006年6月第1版第1次印刷

ISBN 7-114-06001-7

定价: 19.80 元

如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换



前言

2006年,在IT业历经沉寂的磨砺之后,在“Web2.0时代”光环的闪耀之下,“名人博客”、“草根博客”铺天盖地而来。Web2.0所掀起的风潮,引发了新一轮的互联网“圈地运动”。

只要有网站的地方,我们都无一例外地看到了这两个字:“博客”。在这个追求个性化的时代,人们不禁惊呼:全民玩博客的时代已经到来了!

根据2005年CNNIC(中国互联网络信息中心)的中国互联网络发展状况统计报告中所介绍,有15.5%的上网用户经常使用博客服务,博客用户数量已经超过1000万人。为了推动博客的普及,远望资讯出版事业部特别策划推出这本以博客为主题的图书——《全民玩博客》。

本书采用“博客写、写博客”的写作方式,以图片讲解为主,挖掘博客中的娱乐元素,打造成一本人人都能看得懂、看完之后都想马上玩一把博客的轻松休闲图文书。

本书分为十四个专题,一网打尽目前流行的博客玩法。全书先从博客起源谈起,讲述博客与生活的紧密关系,再鉴赏优秀博客,挑选适合自己的博客服务,并建立自己的第一个博客。建立博客后,进行博客个性化,加强博客的管理等。目前流行的图片博客、音乐博客、MSN Space、Q-Zone、移动博客、播客、视频播客等书中均有专题介绍。另外,还对如何发布以及宣传自己的博客、博客赚钱进行了详细介绍。

本书的顺利出版,感谢以下网站的大力协助(排名不分先后)

	和讯博客	(http://blog.hexun.com)
	BlogBus	(http://www.blogbus.com)
	博啦!	(http://www.bolaa.com)
	神州博客网	(http://www.bloggercn.com)
	博客中国人	(http://www.blogchinese.com)
	又拍网	(http://www.yupoo.com)
	土豆网	(http://www.toodou.com)
	波普播客	(http://www.lifepop.com)
	酷客音乐网	(http://www.kooook.com)
	部落窝	(http://www.blogworld.com.cn)
	Postshow	(http://www.postshow.net)

专题一



全民玩博客， 你还等什么？

002 博客时代：千万美元之后的能量

- ☐ 网络创业门槛低
- ☐ 博客创业模式可复制
- ☐ 博客创业商机无限
- ☐ 理性投资掀热潮
- ☐ 在务实中腾飞

004 博客的传说

- ☐ 追溯博客历史
- ☐ 博客在中国
- ☐ 博客发展“钱”景

007 玩博客，需要理由吗？

- ☐ 知名人士为什么玩博客
- ☐ 草根玩博客的十大理由

010 博客就在生活中

- ☐ 战地博客：描述战争的真实细节
- ☐ 博客：游走在草根与名人之间
- ☐ 拆掉篱笆：从博客到书籍出版

014 后记：当博客成为一种习惯

专题二



精彩博客， 先过眼瘾

016 精彩各不同，博客分类

- ☐ 按照博客的形式来分
- ☐ 根据博客的存在方式分
- ☐ 按照博客的类型标准分

018 娱乐休闲类博客

019 电脑网络类博客

020 舆论媒体类博客

021 科技教育类博客

022 商业财经类博客

023 摄影图片类博客

025 个人风采类博客

028 视频播客秀

029 优秀博客是这样炼成的

- ☐ 真实
- ☐ 专注
- ☐ 兴趣
- ☐ 开放
- ☐ 勤奋
- ☐ 积累
- ☐ 社会网络
- ☐ 率性
- ☐ 心态
- ☐ 超链接

专题三



博客服务，你选哪家？

032 门户网站博客

- ☐ 新浪博客——移动的博客
- ☐ 网易博客——“部落”
- ☐ 与音乐搜索结合——搜狐博客
- ☐ 功能略显单调——TOM 博客
- ☐ 绚烂多彩——腾讯 Q-Zone
- ☐ 博客“标杆”——MSN Space
- ☐ “圈子”——和讯博客

036 专业博客网站

- ☐ “半血统”的博客网
- ☐ 娱乐博客——中国博客网
- ☐ 与社区结合——天涯博客
- ☐ 博客就是这么容易——博易博客
- ☐ BlogBus: 借问 Blog 何处有？牧童遥指 Bus 站
- ☐ 专业博客搜索服务——博客中国人
- ☐ 搏击神州——神州博客

039 IT 博客网站

- ☐ 越战越勇的“斗牛士”：DoNews
- ☐ 中文 IT 技术翘楚：CSDN
- ☐ 综合 IT 技术：天极博客
- ☐ Linux 技术先锋：ChinaUnix 博客

041 图片博客网站

- ☐ 1GB 图片空间——Fotolog
- ☐ 拉风生活——拉风网
- ☐ 随时随地发布与分享——Fotoal
- ☐ 酷似 Flickr 的 Fotoblog
- ☐ 人人都来拍图片——又拍网

043 音乐博客网站

- ☐ 酷就一个字——酷客音乐博客
- ☐ 太乐音乐博客
- ☐ 雅燃，音乐博客主题群落
- ☐ 九天音乐博客
- ☐ 原创音乐总攻——A8 音乐网博客

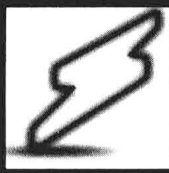
045 移动博客网站

- ☐ 个性博客社区——拍客网 Fzone
- ☐ 空中博客——空中传媒
- ☐ 让博客真正移动起来——万蝶网络
- ☐ 我为交友狂——掌上博客

046 播客网站

- ☐ 波普播客——最大最流行的中国播客网站
- ☐ 中国播客的大剧场——土豆网
- ☐ 有趣并且有用——SeeHaHa
- ☐ 原创影音基地——中国播客网
- ☐ 华聚播客网
- ☐ 手机播客平台——播行天下
- ☐ 播客中国
- ☐ 新广播网

专题四



和讯教你第一次玩博客

050 要玩博客先注册

- ☐ 注册三步走

- ☐ 密码忘了快找回

052 登录、发表超简单

- ☐ 发表第一篇日志
- ☐ 增加引用地址
- ☐ 添加博客标签 (Tag)

专题四

056 我的博客要个性

- ☐ 修改博客设置
- ☐ 更换博客模板
- ☐ 自定义模板

058 博客玩出花样才引人

- ☐ 让音乐滋润你的博客
- ☐ 来个时钟预报时间
- ☐ 心情随天气变化

060 订阅博客，用RSS阅读器

- ☐ RSS阅读器新知
- ☐ 使用“和讯博揽”进行博客订阅
- ☐ 10个问题让你玩转和讯博揽

064 收藏博客，首选网摘

- ☐ 熟悉“和讯网摘”
- ☐ 使用“和讯网摘”来收藏博客
- ☐ 玩转网摘标签

068 流行的博客游戏怎么玩

专题五



人要衣裳花想容： 扮靓博客

070 省时省心，使用网站模板

- ☐ 如何更换模板
- ☐ 取舍功能模块

072 个性十足，自定义模板

- ☐ 下载个性模板
- ☐ DIY个性模板

074 精彩模板推荐

076 为博客添加相册

- ☐ 开通相册
- ☐ 创建个人相册
- ☐ 如何上传照片
- ☐ 管理相册
- ☐ 管理自己的相片
- ☐ 在博客中插入相片
- ☐ 将Yupoo的照片发送到Blog

080 加点音乐做调料

- ☐ 新建一个专辑
- ☐ 向专辑里添加歌曲

082 增加计数器功能

- ☐ 模板自带计数器
- ☐ 使用站外计数器

专题六



井井有条： 管好自己的博客

084 管理基本功

- ☐ 撰写新日志
- ☐ 日志分类
- ☐ 修改个人资料
- ☐ 添加友情链接

086 博客管理进阶

- ☐ 好友管理
- ☐ 团队博客
- ☐ 向博客添加图片
- ☐ 添加背景音乐
- ☐ 添加网摘
- ☐ 向博客添加Logo

089 远程管理博客

- ☐ Robo
- ☐ 远程管理软件 BlogBuddy

092 博客“搬家”

- ☐ 哪些 BSP 提供“搬家”服务
- ☐ 和讯帮你“搬家”

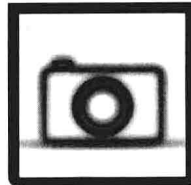
093 博客管理经典技巧

- ☐ 轻松实现博客介绍开头空两格
- ☐ 在首页头部加上自己 banner
- ☐ 在博客摘要设置字体
- ☐ 如何查看博客网站的 CSS 代码

094 博客管理，善用服务

- ☐ 搬家服务（乾坤挪移大法）
- ☐ 群组（北斗七星阵）
- ☐ VIP 服务（九阳神功）

专题七



图行天下： 图片博客

096 有图更精彩

- ☐ 什么是图片博客
- ☐ 如何成为 Yupoo 图片博客
- ☐ 上传图片很简单
- ☐ 图片管理够专业
- ☐ 批量功能更贴心

100 让 Yupoo 图片博客更出色

- ☐ 幻灯片方式浏览
- ☐ 用相册整理图片档案
- ☐ 利用图摘广搜好文

103 与大家一起分享 Yupoo

- ☐ 通过 Blog/BBS 分享
- ☐ 呼朋唤友来同乐

106 Yupoo 群相册，只给好友看

- ☐ 群相册的优点
- ☐ 创建群相册
- ☐ 管理群相册
- ☐ 照片上传到群相册方法 1
- ☐ 照片上传到群相册方法 2
- ☐ 邀请好友加入群相册
- ☐ 在群相册贴吧发表帖子

110 其他网站图片服务

- ☐ 上传图片
- ☐ 创建相册

专题八



Music! 音乐博客也疯狂

112 音乐博客新手上路

- ☐ 前传
- ☐ 成为音乐博客能做什么：入门篇
- ☐ 如何开通音乐博客：起手式
- ☐ 音乐大家听：上传篇
- ☐ 玩转音乐博客：管理篇
- ☐ 梦幻的博客“装扮篇”
- ☐ 我听我精彩：休闲篇
- ☐ 交朋认友乐天下：交流篇

117 给别人欣赏的自由

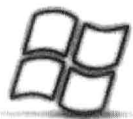
- ☐ 播放器自己做
- ☐ 添加音乐到播放器

118 普通博客也过音乐瘾

- ☐ 攻略一：使用 ASX 列表
- ☐ 攻略二：使用免费网页播放器和博客播放器
- ☐ 攻略三：使用 Flashmp3 播放器
- ☐ 攻略四：制作个性化网页播放器
- ☐ 攻略五：内嵌 Flash 循环播放页面

120 精彩音乐博客推荐

专题九



MSN Space 与 Q-Zone

122 实用为先: MSN Space

- ☐ 申请 MSN Space 空间
- ☐ 添加网络日志

- ☐ 打造绚丽的 MSN Space 空间
- ☐ MSN Space 高级技巧

127 个性地带: Q-Zone

- ☐ 开通 Q-Zone
- ☐ 美化自己的 Q-Zone
- ☐ Q-Zone 使用方法

专题十



博客随身行: 移动博客

134 移动博客看仔细

- ☐ 移动博客的特点
- ☐ 移动博客服务须知
- ☐ 怎么使用 WAP

137 中国博客网的移动博客

- ☐ 开通移动博客
- ☐ 在博客页面中加入移动博客的宣传
- ☐ 在 MRabo 中设置网络接入方式
- ☐ 用 MRabo 发布日志

- ☐ 如何用 MRabo 上传图片
- ☐ 发表“图文并显”的多彩日志
- ☐ 通过 MRabo 注册新用户

141 和讯的移动个人门户

- ☐ 开通移动个人门户
- ☐ 手机上传、下载图片
- ☐ 手机浏览个人门户
- ☐ 手机管理个人门户
- ☐ 手机发表评论

144 精彩移动博客欣赏

- ☐ 阿贝的音乐
- ☐ 爱铃在线
- ☐ ziyuyu 的自我媒体

专题十一



个人电台: 酷玩播客

146 播客成长史

- ☐ 博客的衍生物
- ☐ 成为优秀播客必读

148 一起来播客

- ☐ 必须的工作

- ☐ 制作、上传 Podcast
- ☐ 改善播客的几种方法

153 好播客, 也是好听客

- ☐ 收听 Podcast
- ☐ 用 Winamp 来预订 / 听播客

155 优秀播客推荐

- ☐ 反波 AntiWave.net
- ☐ ESLPod
- ☐ EnglishPod
- ☐ 其他知名播客

专题十二



我是主持： 视频播客

158 视频播客：创意为先

- ☐ 一般新手：随意随心
- ☐ 进阶用户：想法 + 计划 + 实拍

160 粮草先行：视频录制

- ☐ 利用摄像头自带的工具
- ☐ 利用 Windows Movie Maker

163 土豆视频播客新手教程

- ☐ 成为土豆网视频播客
- ☐ 添加好友，播客小组
- ☐ 欣赏、关注视频播客

167 玩转土豆视频播客

- ☐ 在 Blog 里插入土豆的节目
- ☐ 申请 Toodou Ad，实现播客盈利

专题十三



酒香巷深： 博客也要用力“推”

170 Blog 推广必读

- ☐ 推广 Blog 就是推广自己
- ☐ 访问量并不重要
- ☐ 提高 Blog 质量才是终极之道

171 推广首选：登录博客互动平台

- ☐ 注册博啦！
- ☐ 推荐自己的博客

172 宣传工具要用好

- ☐ 聊天软件最省力
- ☐ 热闹的论坛
- ☐ 呼朋唤友 SNS

- ☐ 新式武器网摘
- ☐ Email 方式订阅

177 搜索引擎别忘掉

- ☐ 博客搜索有特色
- ☐ “奇波”建奇功

178 RSS 工具最重要

- ☐ 专业的“飞客”
- ☐ 可爱的“狗狗”
- ☐ 另类的 FeedSky

180 后记：提高 Blog 质量有诀窍

- ☐ 坚持原创最重要
- ☐ 优化页面结构
- ☐ 态度真诚、文字洗练
- ☐ 图文并茂是王道
- ☐ 加链接、多回复
- ☐ 尽量发送引用通知

专题十四



玩博客， 也能挖出一桶金！

184 Blog 凭啥能挣钱？

- ☐ 老徐与新浪的争议
- ☐ Blog 凭啥挣钱

186 草根的点“金”指 —— Google AdSense

- ☐ Google AdSense 是什么
- ☐ Google AdSense 有什么优点
- ☐ Google AdSense 实战
- ☐ Google AdSense 收款方法
- ☐ 一些忠告和技巧

专题十四

189 挖出第一桶金的 Blogger

- ☐ keso 的 Blog 特点
- ☐ keso 的 Blog 广告事件始末
- ☐ 其他获得广告的博客

191 “百万格子” 博客版

- ☐ 风生水起的“百万格子” 经济
- ☐ “百万格子” Blog 版
- ☐ 其他一些新奇的挣钱点子

193 加入博客广告联盟

- ☐ 博客广告联盟资格
- ☐ 实战博客广告联盟

194 Blogger 如何练就“点金术”

- ☐ 不要指望 Google AdSense 致富
- ☐ 恰当选择广告投放方式
- ☐ 不要亦步亦趋
- ☐ 常见的 Blog 赚钱方法

附录



漫谈博客

196 从 Web2.0 谈起

- ☐ 从 Web1.0 到 Web2.0
- ☐ Web2.0 的运行机制
- ☐ Web2.0 的黏合剂

199 Blogbus 搬家服务, 吹皱一池春水

- ☐ 博客属于谁?
- ☐ 搬家与 Web2.0

200 博客的传播特性及其应用

- ☐ 博客的三重传播属性
- ☐ 博客传播的特点
- ☐ 利用博客进行网络推广
- ☐ 总结



INTERNET

FORUMS WEB 2.0 VISION

WORLD WIDE WEB

首 页 日 志 相 册 档 案



全民玩博客 你还等什么?



潮起潮落，浪淘尽网络英雄。用这句话来描述互联网的发展，恐怕再合适不过了。2006年，在IT业历经沉寂的磨砺之后，在“Web2.0时代”光环的闪耀之下，“名人博客”、“草根博客”铺天盖地而来。Web2.0所掀起的风潮，引发了新一轮的互联网“圈地运动”。三大门户网站中，除了早在2003年便已推出博客服务的网易之外，新浪、搜狐也纷纷推出博客频道；在专业博客站点中，号称“全球第一博客门户”的博客中国也“改旗易帜”，正式更换域名。只要有网站的地方，我们都无一例外地看到了这两个字：“博客”。在这个追求个性化的时代，人们不禁惊呼：全民玩博客的时代已经到来了！



博客时代：

千万美元之后的能量

2005年，博客服务提供商 Bokee 吸纳到1000多万美元的投资，在这千万美元背后，到底蕴藏了多大的能量？

从众多博客网站管理层迷人的微笑中，我们可以窥见其后的资本实力。2005年，中国人气最高的五家 Web2.0 网站先后获得巨额风险投资。其中，博客服务提供商 Bokee 以约25%的股份换取 SAIF、BVP、GGV 和 Mobius 等注资1000多万美元；Blogcn 也于11月获得 GGV、DFJ 和 IDGVC 等投资1000万美元；社区网站猫扑 MOP 则获得 DCM 和 Accel 等约1000万美元的投资。另外，天涯社区也获得了约500万美元的注资，社区门户 ChinaBBS 则于2006年初获得了 Google 投资的3000万美元。

这一系列的投资意味着什么？资本的回报！君不见，1999年，约翰·杜尔（John Doerr）代表 KPCB（Kleiner Perkins Caufield & Byres）公司为 Google 注入1250万美元股本金，这笔投资在 Google 公开上市之后，增值到30亿美元；他对 Amazon 注入的800万美元，上市之后增值到6000万美元。而对网景公司500万美元的投资则为 KPCB 带来了4亿美元的回报！

融资成功后，博客网站将会爆发出怎样的能量？毫无疑问，以网民个人为中心的博客网站创新，必将为苏醒之后的互联网注入一剂强心针。

网络创业门槛低

如今，在全民创业的热潮之下，两三个创业者甚至通过网络办公共同创建并自主经营的网站数量逐渐增多，只要有想法人们就会马上考虑付诸实施。现在，10~20人规模的 Web2.0 互联网企业逐渐成为主流，加之远离办公成本相对较高的中心城市，网站运营成本远低于第一代网站。在这肥沃的土壤中，预计未来1~2年中，Web2.0 网站的存活率也要高于通

过风险投资实现创业的第一代互联网企业。

博客创业模式可复制

Web2.0 具有广泛的群众基础，中国的网民基数很大，多样的商业模式和盈利模式使得更多的创业者可以投身其间，这也是2005年和2006年 Web2.0 创业持续升温的主要原因。

博客创业商机无限

如果说第一代互联网把机会给了一部分精英人士，那么，具有草根特征的 Web2.0 所受到的关注远远超过 Web1.0 时代。在企业博客上，人们可以自由地询问商机，企业可以自由地展示自己的商品。Web2.0 在互联网产业和用户中引发的热潮不仅令众多错过 Web1.0 的互联网创业者看到了希望，而让用户欣喜的是，全新的商业模式和服务产品则意味着全新的市场空间。

理性投资掀热潮

如果说，Web1.0 时代的创业者对于互联网企业的商业模式和市场前景还比较模糊，那么 Web2.0 时代的创业者无论在对互联网技术的掌握和对中国本土市场的认知水平上都远远超过了那一代创业者。Web2.0 时代的创业者从草根中成长，从缝隙中发现市场机会，他们的目光更敏锐，对于互联网产业和互联网的未来具有更为清晰和深刻的认知。方兴东在《博客网千万美元融资到位，新的征程开始》中说，“博客网首轮融资就超过千万美元，而且有投



资意向的资金超过4~5倍”,这既反映了国外风险投资界对于博客网发展历史的肯定,也反映了其对于中国web2.0领域市场、投资回报和巨大前景的高度信心。可以说,中国2006年以Web2.0为主题的互联网创业热潮是热情、理性和规律的,而不是盲目和投机的。

在务实中腾飞

纵观中国互联网的发展过程,在第一代泡沫破灭之后,互联网企业逐步走向务实,并不断地创造

出年度商业模式特色。2003年的短信,为新浪等门户网站在纳斯达克扭转败局起到了决定性作用,是为短信年;2004年,网络游戏的成功又让原本还默默无闻的盛大陈天桥成为纳市新富,是为网络游戏年;2005年,继Google之后,李彦宏用百度诠释了互联网的搜索也能创造真金白银,是为搜索年。狗年伊始,巨额投资纷纷寻找博客项目,2006年应该算是博客年。

方兴东在他的《IT史记》一书中曾感叹:“10年一梦。”2006年良好的发展态势,也许正是博客们好梦的开始,或者说是一个传说的开始。

博客的传说

英文 Blog 起源于 Weblog，而博客（Blogger）就是使用特定的软件，在网络上出版、发表和张贴个人文章的人。追溯博客的发展历程，我们掩卷沉思。

英文 Blog 起源于 Weblog，意思是网络日志，后来缩写为 Blog。而博客（Blogger）就是使用特定的软件，在网络上出版、发表和张贴个人文章的人。一个 Blog 其实就是一个网页，它通常是由简短且经常更新的帖子所构成，张贴的文章都按照年份和日期倒序排列。随着其互动特征的逐步体现，Blog 已成为家庭、公司、部门和团队之间越来越盛行的沟通工具。

追溯博客历史

1993 年 6 月：最古老的博客原型——NCSA 的“What's New”网页 (<http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/Software/Mosaic/Docs/whats-new.html>)，主要是罗列 Web 上新兴的网站索引，这个页面从 1993 年 6 月开始，一直更新到 1996 年 6 月为止。

1994 年 1 月：Justin Hall 开办“Justin's Home Page”（Justin 的个人网页），不久里面开始收集各种地下秘密的链接，这个重要的个人网站可以算是最早的博客网站之一。

1997 年 4 月 1 日：Dave Winer 开始出版 Scripting News。这个网站是由早期的 Davenet 演变而来。

1997 年 12 月：Jorn Barger 第一次使用“Weblog”这个术语来描述那些有评论、有链接、而且持续更新的个人网站。

1998 年 12 月：Infosift 的编辑 Jesse J. Garrett 列举了一个类似博客站点的名单，并通过 Jesse 将其公布于众。也就在这一年，个人博客网站“德拉吉报道”率先捅出克林顿与莱温斯基绯闻案。

1999 年：Peter Merholz 首次使用缩略词“blog”，成为今天常用的术语。但是，博客真正开始快速发展的转折点，是在 1999 年 6 月，当时 Pitas 开始提供免

费的博客服务。

1999 年初：Jesse 的“完全博客站点”名单所列的站点已达 23 个，由于既有趣又易于阅读，Peter Merholz 宣称：“作为未来的一个常用词语，Web-blog 将不可避免地被简称为 Blog，而那些编写网络日志的人，也就顺理成章地成为 Blogger——博客”，这代表着博客被正式命名。时隔不久，Brigitte Eaton 也搜集出了一个名叫“Eaton 网络门户”的博客站点名单，并且提出应该以日期为基础组织内容，这也建立了 Blog 分类排列的一大标准。

1999 年 7 月：一个专门制作博客站点的“Pitas”免费工具软件发布了，这对于博客站点的快速搭建起着很关键的作用。随后，上百个同类工具也如雨后春笋般制作出来。这种工具对于加速建立博客站点的数量，是意义重大的。

1999 年 8 月：Pyra lab 推出了现在的 blogger.com。blogger.com 提供了简单易学的说明，以及能通过 FTP 直接将日志发表在个人网站上的功能，这带给使用者很大的方便。随后，GrokSoup 也投入运营，博客站点的数量终于出现了一种爆炸性增长。1999 年末，软件研发商 Dave Winer 向大家推荐 Edit This Page 网站，Jeff A. Campbell 发布了 VelocineWS 网站。所有的这些服务都是免费的，他们的目的也很明确：让更多的人成为博客，来网上发表意见和见解。

2001 年 9 月 11 日：美国世贸大厦遭遇恐怖袭击，博客成为重要信息和灾难亲身体验的重要来源。从此，博客正式步入主流社会的视野。

2002 年 12 月：美国多数党领袖洛特的不慎之言被博客网站揭发出来，并因此下台；

2003 年：伊拉克战争爆发后，美国传统媒体公信力遭遇空前质疑，以记载战地真实情景的战地博



客大获全胜;

2003年6月:《纽约时报》执行主编和总编辑也被“博客”揭开真相而下台,引爆了新闻媒体史上最大的丑闻之一;

2004年4月:轰动一时的Gmail测试者大部分从bloggers中产生;

……

这一系列发源于博客世界的颠覆性力量,塑造了博客自身的全新形象,而且,也在深刻地改变着媒体的传统和未来走向。十年磨一剑,对于一种全新的媒体形式来说,10年实在过于短暂。但是,10年也足以让人们感受到博客势不可挡的力量,以及依然静静潜伏着的冲击力。

博客在中国

在中国,最早关注、追踪并系统阐述“博客”的,是一直研究新媒体的孙坚华。

1998年、1999年:孙坚华的不少文章已经开始涉及许多博客现象。

2002年7月:博客找到了自己的中国知音。此时,Blog的中文名称“博客”由方兴东和王俊秀正式翻译命名,同时,他们起草了《博客宣言》;8月方兴东、王俊秀开通博客中国网站(<http://www.blogchina.com>),开始了博客在中国的全面启蒙和推动。

2002年8月:孙坚华完成《博客论》,这是国内第一篇系统和全面阐述博客革命的文章

2003年6月:博客中国网发起互联网反对传播黄色内容运动,引发巨大社会影响。中国博客的媒体影响力第一次获得社会认知。之后,中国博客网(<http://www.blogcn.com>)用户“木子美”发表的网络性爱日记,给中文Blog网站带来了巨大访问量。

2003年8月:国内第一本博客专著,48万字的《博客——e时代盗火者》由中国方正出版社出版,作者为方兴东、王俊秀。

2004年:网易、Tom等门户网站相继酝酿并推出了博客托管服务。

2005年2月:博客王吉鹏爆料盛大入股新浪网,引发了《盛大收购新浪19.5%股份》博客传播事件,引起业内轰动。同年8月,百度上市事件也引发博客探讨的汹涌浪潮。

2005年7月:国内第一部博客电影诞生。博客网与中博传媒合作开发博客电影,形成博客电影群体。

2005年9~10月:搜狐、新浪和网易等推出一系列博客活动。同时,博客网站的融资活动一浪盖过一浪。甚至出现关于“2005年或许可以被看成是中国的博客元年”之争。同年,中国人气最高的五家Web2.0网站先后获得巨额风险投资。

经过几年发展,博客已经从小群体应用走向大众,由一种新型的网上信息内容的组织和传播形式变成了使用者在虚拟社会的标签和缩影,从一种工具理性升华为一种价值理性。博客呈现给世界的不仅仅是简单的日记和枯燥日志,而是个人的思想精华和成长轨迹。

博客发展“钱”景

要考察博客的发展,我们可以从它的三个阶段着手。根据博客网的划分,可将其分为:萌芽期、崛起期、成长发展期。

1. 第一阶段(90年代中期到90年代末期):萌芽期

从万维网的发明人蒂姆·伯纳斯-李(Tim Berners-Lee)开设的第一个网站<http://info.cern.ch>到网景的“What's New”栏目,都有着博客网站的雏形。不过,大多数人认为博客最正宗的源头还是Pyra(就是现在Blogger.com的前身)软件公司,三位创始人于1999年8月在网上免费发布了Blogger软件,并引发了博客狂潮。总的来说,这个阶段主要是一批技术钻研



全球最大的博客网站

者、网站设计者和媒体爱好者的个人自发行为。而在此时的中国，博客则处于一种相对沉寂的状态。

2. 第二阶段(2000~2006 年左右): 崛起期

到2000年，博客开始涌现。“9.11”事件的发生，使战争博客(WarBlog)开始发展起来。时至今日，全世界自觉实践的博客数量已经达到50~100万之众。这些博客作为一个新的群体，开始引起主流媒体的强烈关注。同时，风险投资逐渐开始青睐博客网站，各个专业领域的博客如雨后春笋般出现。这个时候，博客也开始在中国扎根，并逐步为人们所接受。

3. 第三阶段(2006 年~): 成长发展期

如今，无论在国内还是国外，博客已经进入了

一个全新的时代，没有任何人会否认互联网对传统媒体带来的革命。现在，全世界每天传播的媒体内容，有一半是由6大媒体巨头所控制，那些经过严重加工处理的内容已经越来越不适应人们的需求。媒体的工业化，内容出口的工厂化，都在严重影响其发展。而博客出版完全满足“五零”条件，即零编辑、零技术、零体制、零成本和零形式，完全可以实现“零进入壁垒”的网上个人出版。其内在的道德规范、运作机制和经济规律等内容，也将使未来媒体世界完成从大教堂模式到集市模式的根本转变。这种转变，使博客以一种无可阻挡的力量，涌向大众，甚至不需要铺天盖地的广告来推动。

试想，在这样一个共享的环境里，每个博客都可以“各尽所能”的生产信息，“各取所需”的享受信息，谁又能说博客不会走向我们每一个人呢？