

François-Xavier Bois
Laurence Bois



accès
libre

WordPress 3.5

pour des sites web efficaces

Administration • personnalisation • référencement •
marketing • e-commerce • publication mobile

2^e édition

EYROLLES

© Groupe Eyrolles, 2010, 2014, ISBN : 978-2-212-13801-6

Pour que **l'informatique**
soit **un outil**
et non *un ennemi* !



WordPress 3.5

pour des sites web efficaces

Un moteur professionnel pour des sites simples et efficaces

WordPress 3.5, plate-forme et moteur de site web libre, gratuit et extensible à loisir, est la solution la plus populaire pour créer et animer un site esthétique, fonctionnel, ergonomique et bien référencé.

Véritable gestionnaire de contenus (CMS) construit sur PHP et MySQL, il s'impose par sa puissance, sa souplesse et son respect des standards du Web, autant de qualités qu'il met au service de la créativité du blogueur.

François-Xavier Bois est le fondateur de Kernix, agence digitale spécialisée dans le développement web et mobile. Il est aujourd'hui en charge du pôle R&D dont les travaux portent sur l'accessibilité et la performance web (tracking, recommandation, graphes). Il est l'auteur de plusieurs ouvrages consacrés à PHP et à MySQL.

Fondatrice de l'agence de communication BuzzDistrict, **Laurence Bois** utilise aussi bien les médias traditionnels (presse, télévision, radio) que les nouveaux médias (blogs, microblogs, réseaux sociaux) pour donner de la visibilité à ses clients. Elle est également créatrice de Scopalto.com, portail consacré aux revues d'art et aux magazines culturels francophones.

Créer et animer son site professionnel avec WordPress 3.5 !

- Installez WordPress ou créez votre site sur WordPress.com
- Publiez des articles, des pages ou du contenu multimédia (images, vidéos, cartes, calendrier, sondage...)
- Modérez et exploitez les commentaires
- Organisez efficacement vos contenus en catégories et choisissez les bons mots-clefs (tags)
- Créez votre site pour smartphone et tablette et gérez-le en nomade, par e-mail ou depuis votre téléphone
- Démarquez-vous par le graphisme (thèmes personnalisés) et l'ajout de fonctionnalités (extensions et widgets)
- Animez votre communauté via les réseaux sociaux, Twitter et autres techniques de webmarketing
- Améliorez votre référencement et monétisez votre site
- Sécurisez votre site et optimisez ses performances
- Développez vos propres extensions, thèmes et widgets

À qui s'adresse cet ouvrage ?

- Aux créateurs de sites et aux blogueurs, des néophytes aux plus chevronnés
- Aux professionnels de la communication web et du e-marketing
- Aux administrateurs et intégrateurs de blogs ou sites WordPress
- Aux développeurs PHP chargés de créer des thèmes et extensions pour WordPress

www.editions-eyrolles.com

Code éditeur : G13801
ISBN : 978-2-212-13801-6

WordPress 3.5

pour des sites web efficaces

Administration • personnalisation • référencement •
marketing • e-commerce • publication mobile

DANS LA MÊME COLLECTION



CHEZ LE MÊME ÉDITEUR



Retrouvez aussi nos livres numériques sur
<http://izibook.eyrolles.com>

François-Xavier **Bois**
Laurence **Bois**



WordPress 3.5

pour des sites web efficaces

Administration • personnalisation • référencement •
marketing • e-commerce • publication mobile

2^e édition

EYROLLES

ÉDITIONS EYROLLES
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Eyrolles, 2007. ISBN 978-2-212-06577-7

Avant-propos

WordPress n'est pas un moteur de blog comme les autres ; il s'agit aujourd'hui de l'outil le plus utilisé au monde pour publier du contenu sur le Web. Ce succès n'est pas uniquement dû à sa gratuité, à sa simplicité (l'installation se fait en quelques clics) ou à son évolutivité extrême (des milliers d'extensions et de thèmes sont disponibles). Cette réussite repose avant tout sur la philosophie qui anime ce projet depuis l'origine : faire en sorte que le blogueur prenne du plaisir à être le plus créatif possible.

Nous sommes ici bien loin des querelles stériles autour de licences ou de langages de programmation. Dans la galaxie WordPress, le logiciel en tant que tel n'est pas une fin en soi, il ne s'agit que d'un outil. Les concepteurs cherchent avant tout à simplifier la vie des blogueurs et à améliorer leur efficacité.

Peut-être y a-t-il d'ailleurs une leçon derrière cette vision. Les nouvelles technologies ne gagnent-elles pas à être portées par des typographes comme Steve Jobs, cofondateur d'Apple, ou des jazzmen comme Matt Mullenweg, cofondateur de WordPress ?

Pourquoi ce livre ?

Ce livre est un travail collectif quelque peu particulier. Mon coauteur, Laurence Bois, a la double spécificité d'être ma femme et de diriger, tout comme moi, une agence liée au Web. Inutile d'avouer que nos soirées sont bien souvent l'occasion d'évoquer nos projets respectifs.

Ce livre est précisément issu d'une discussion qui nous a fait réaliser que nous utilisons tous deux WordPress, mais que nos expertises en la matière étaient radicalement différentes. Alors que mon agence, Kernix, s'intéresse à des sujets techniques liés au développement, à l'hébergement et à la sécurité, Laurence s'intéresse, avec

BuzzDistrict, aux aspects d'ergonomie, de design, de monétisation, de visibilité et de communication.

De ce constat est née l'idée de cet ouvrage : proposer un livre traitant à la fois des différentes dimensions spécifiques et techniques de WordPress, ainsi que des aspects plus généraux liés à l'animation et à l'exploitation d'un blog.

En proposant ce large panorama, notre souhait est avant tout d'éveiller l'attention du lecteur sur la variété des problématiques qui entourent un blog, des plus techniques (hébergement, sécurité) aux plus marketing (référencement, réseaux sociaux). En ayant à l'esprit toutes ces dimensions, le lecteur est mieux équipé pour créer et faire vivre son blog.

À qui s'adresse ce livre ?

Cet ouvrage s'adresse à un large public. En dehors du chapitre consacré au développement, aucune connaissance informatique préalable n'est nécessaire à sa compréhension.

- Un internaute néophyte pourra se familiariser avec la notion de blog, et découvrir comment créer son blog et publier ses premiers articles.
- Les utilisateurs plus avertis pourront parfaire leurs connaissances en e-marketing et découvrir toutes les ressources du Web qui permettent d'enrichir les articles d'éléments multimédias tels que des vidéos, des musiques, des cartes, etc.
- Les blogueurs les plus avancés découvriront les différentes techniques permettant de protéger et d'optimiser leur blog. Les plus aventureux pourront même comprendre comment développer eux-mêmes leurs propres thèmes et extensions.

Structure du livre

Les **chapitres 1 et 2** plus généraux, dressent un large panorama de la blogosphère avant de décrire plus spécifiquement les différents aspects qui font l'intérêt de WordPress.

Le **chapitre 3** détaille les différents moyens de créer et d'installer un blog.

Le **chapitre 4** présente l'espace administration qui permet notamment au blogueur de rédiger ses articles et de modérer les commentaires.

Le **chapitre 5** montre qu'il est tout à fait possible d'animer un blog avec un téléphone mobile.

Le **chapitre 6** présente les différentes techniques qui permettent de modifier l'apparence d'un blog. La notion de thème y est introduite.

Le **chapitre 7** présente la notion d'extensions et montre comment elles peuvent être très facilement ajoutées à un blog.

Le **chapitre 8** propose différents modules qui peuvent venir enrichir la colonne latérale (Facebook, Twitter, etc.).

Le **chapitre 9** décrit comment ajouter un contenu multimédia au sein d'un article. Différents types de contenus (cartes, agendas, photos, musiques) sont présentés.

Le **chapitre 10** propose différentes techniques qui permettent d'accroître le trafic d'un blog. Deux axes sont présentés : le référencement et la création d'une communauté.

Le **chapitre 11** fait un tour d'horizon des solutions qui permettent de gagner de l'argent grâce à un blog.

Le **chapitre 12** indique les différents moyens de protéger son blog contre le spam et les attaques de pirates.

Le **chapitre 13** détaille différentes solutions permettant d'améliorer les performances d'un blog WordPress.

Le **chapitre 14** s'adresse aux développeurs désireux de concevoir des extensions, des widgets ou des thèmes.

Enfin, un petit lexique permet de rappeler les concepts et termes techniques associés aux blogs, tandis que les quelques sites indiqués dans la webographie vous permettront d'aller plus loin si vous vous posez encore des questions après avoir lu cet ouvrage.

Remerciements

Nous avons eu la chance de pouvoir compter sur le soutien de nombreux amis durant la rédaction du présent ouvrage. Nous tenons à leur adresser nos plus vifs remerciements pour leurs remarques et conseils toujours aussi constructifs qu'avisés. Un grand merci donc à Maître Valérie Aumage, Thomas de Barochez, Frédéric-Charles Bois, Pierre-Emmanuel Bois, Danilo Ercoli, Cyril Pierre de Geyer, Ghislain Seguy, Grégoire Toulouse.

Nos remerciements vont également aux différents collaborateurs de la maison d'édition Eyrolles, qui nous ont accompagnés durant cette longue année : Anne-Lise Banéath, Julie Fassler, Sophie Hincelin, Karine Joly, Nicolas Kovacs. Un clin d'œil particulier à Muriel Shan Sei Fan qui a accepté ce projet avec un enthousiasme communicatif.

Un grand merci enfin à la communauté WordPress qui fournit d'année en année un produit toujours plus innovant et performant.

Table des matières

1. POURQUOI CHOISIR WORDPRESS ? 1

Le blog, un puissant outil de création de sites • 2

Publier régulièrement pour fédérer une communauté • 3

Bloguer pour le plaisir • 3

Bloguer pour communiquer • 4

Bloguer pour gagner de l'argent • 4

Bloguer pour gagner en notoriété • 4

Les blogs comme relais des médias traditionnels • 5

Aspects juridiques • 6

Responsabilité • 6

Droit d'auteur et protection des contenus • 6

Anonymat et droit de réponse • 7

Informatique et libertés : la Cnil • 8

Hébergement sur une plate-forme étrangère • 9

Droit de citation et de reproduction • 9

Choix du nom de domaine • 9

Confidentialité • 10

Outils de recherche de blogs • 10

Google Blogsearch • 10

Technorati • 10

Ebuzzing / OverBlog • 12

Tendances de la blogosphère • 12

Profil des blogueurs • 12

Évolutions • 13

Qu'est-ce que WordPress ? • 16

Évolutions majeures • 16

Des technologies populaires et portables • 17

Un logiciel libre et gratuit • 18

Une plate-forme très extensible • 18

Quelques faiblesses • 20

Les deux visages de WordPress • 21

La plate-forme WordPress.com • 22

Avantages • 23

Inconvénients • 25

Le moteur WordPress • 26

Les concurrents de WordPress • 26

Movable Type • 27

Blogger • 28

Dotclear • 28

OverBlog • 29

Perspectives • 30

2. ANATOMIE D'UN BLOG 33

Structure générale • 34

Les articles • 35

Le titre • 35

Le corps • 36

Les tumblelogs au royaume de la concision • 36

Les vlogs pour bloguer en vidéo • 37

Les podcasts, blogs à écouter • 37

Les permaliens • 38

Les commentaires • 38

Les listes d'articles • 39

La colonne latérale • 39

La section À propos • 40

Les catégories • 40

Les tags • 41	
Le blogroll • 42	
Les archives • 43	
La navigation • 43	
Navigation par pages • 43	
Navigation par articles • 44	
Filtrage par métadonnées • 44	
Moteur de recherche • 44	
Les flux de syndication • 44	
Principe général • 45	
S'abonner à un flux • 47	
Les agrégateurs de flux • 48	
Procédure d'abonnement • 50	
Les formats des flux • 50	
RSS • 51	
Atom • 53	
Podcasts • 54	
3. CRÉER SON BLOG57	
Créer un blog sur WordPress.com • 58	
Installer une version autonome de WordPress • 60	
Technologies requises • 60	
Installer WordPress chez un hébergeur • 60	
Comment choisir son hébergeur ? • 60	
Informations transmises par l'hébergeur • 61	
Vérifications concernant les permissions • 62	
Téléchargement des sources • 63	
Transfert des sources • 64	
Installation • 66	
Installation sous Windows • 69	
Installer WampServer • 69	
Modifier la configuration d'Apache • 71	
Créer la base de données • 72	
Installation sous OS X • 73	
Démarrer Apache • 73	
Installer MySQL • 76	
Installer phpMyAdmin • 78	
Installer WordPress • 79	
Installation sous GNU/Linux • 79	
4. PRENDRE EN MAIN	
L'ESPACE D'ADMINISTRATION 83	
L'organisation générale • 84	
L'en-tête • 85	
Le pied de page • 86	
L'espace central • 86	
Les rubriques • 86	
L'espace de travail • 87	
Le tableau de bord • 88	
Les articles • 91	
Écrire un article • 91	
Titre et contenu • 91	
L'éditeur • 92	
État et visibilité • 95	
Catégories et mots-clefs • 98	
Enregistrement automatique • 100	
Blocs d'informations facultatives • 101	
La liste des articles • 103	
La corbeille • 105	
Les différents médias • 106	
La bibliothèque • 110	
Éditer les images • 111	
Les pages • 112	
Les commentaires • 113	
Modération • 114	
Modération dans l'espace d'administration • 114	
Modération en ligne • 115	
Modération depuis l'adresse e-mail • 116	
Paramétrage • 118	
Raccourcis clavier • 119	
Le gestionnaire de menus • 120	
Les utilisateurs • 123	
5. BLOGUER EN NOMADE 125	
WordPress.com pour mobiles • 126	
Applications smartphone • 127	
Sur iPhone • 128	
Sous Google Android • 132	
Bloguer depuis un BlackBerry • 134	

Blogger par e-mail • 136	Liens • 189
Sur une installation autonome de WordPress • 136	Méta • 190
Sur WordPress.com • 137	Menu personnalisé • 190
6. MODIFIER L'APPARENCE DU SITE..... 139	Nuage de mots-clefs • 190
Changer de thème • 140	Pages • 191
Qu'est-ce qu'un thème ? • 140	Recherche • 191
Thème par défaut • 141	Texte • 191
Installer un thème • 143	Ajouter un nouveau widget • 191
Choisir un nouveau thème • 145	Installer une extension de type widget • 191
Installation manuelle • 147	Importer un widget HTML • 193
Générer un thème • 149	Des widgets pour afficher son statut • 195
Adapter les options d'un thème • 151	Diffuser ses derniers tweets • 195
Modifier les feuilles de styles • 153	Facebook • 197
Structure d'une page web • 154	Google • 198
Modifier les règles CSS • 154	Badge Google+ • 199
Thème enfant • 156	Traduction automatique du site • 201
7. AJOUTER DES FONCTIONNALITÉS 159	Calendrier d'événements • 201
Gérer les extensions • 160	Des widgets pour diffuser ses contenus • 203
Statut d'une extension • 161	Badge Flickr • 203
Modification • 162	Tableaux Pinterest • 204
Suppression • 163	Liste de morceaux de musique • 206
Configuration • 163	Liste de lecture Spotify • 207
Installer une extension • 164	9. PROPOSER DES CONTENUS MULTIMÉDIAS 209
Installer depuis l'espace d'administration • 165	Comment inclure un contenu multimédia ? • 210
Installer depuis le portail • 167	Utiliser des shortcodes • 210
Cas pratiques • 169	Insérer l'URL d'un média • 211
Installer un formulaire de contact • 169	Insérer du code HTML • 212
Ajouter un forum de discussion • 176	Publier directement des fichiers audio et vidéo • 214
8. WIDGETS ET COLONNE LATÉRALE 181	Publier des contenus multimédias via les services en ligne • 216
Gérer les widgets • 182	Insérer une carte via Google Maps • 216
Configuration • 185	Ajouter une galerie photo Imgur • 218
Suppression et désactivation • 186	Partager un PDF via Issuu • 219
Les widgets standards • 187	Intégrer un livre depuis Google Livres • 221
Archives • 187	Diffuser une présentation via SlideShare • 223
Articles récents • 187	Publier un sondage via PollDaddy • 226
Calendrier • 188	10. VISIBILITÉ ET COMMUNAUTÉ 229
Catégories • 188	Augmenter la visibilité • 230
Commentaires récents • 188	L'optimisation du référencement • 230
Flux • 189	

L'importance du contenu • 230	
Modifier le titre de page • 232	
L'échange de liens • 233	
Les liens sponsorisés • 234	
Conseils techniques • 235	
L'indexation • 236	
La soumission directe • 236	
Les services de notification • 237	
Le sitemap • 238	
Les Webmaster Tools • 239	
Le social bookmarking • 241	
Les réseaux sociaux • 244	
Twitter • 244	
Facebook • 247	
Le pingback • 247	
Développer sa communauté • 248	
Facebook • 248	
La liste de diffusion (newsletter) • 250	
Les extensions • 251	
FeedBurner • 252	
Google Analytics • 255	
Installation • 256	
Tableau de bord • 256	
Sources de trafic • 257	
11. GAGNER DE L'ARGENT261	
La publicité • 262	
Afficher des liens sponsorisés • 262	
Devenir sa propre régie • 265	
Augmenter le nombre de pages vues • 266	
Mettre en place une pagination • 266	
Proposer des articles liés • 269	
Diviser l'article en parties • 269	
L'affiliation à un site e-commerce • 270	
Devenir partenaire d'Amazon • 270	
Génération d'un widget • 271	
Obtenir un lien vers un produit spécifique • 273	
Suivi • 275	
Devenir partenaire d'eBay • 275	
Autres sources de revenus • 277	
Articles sponsorisés • 277	
Recevoir des dons • 279	
Vendre des produits • 282	
12. SPAM ET SÉCURITÉ 285	
Sécurité : protéger son blog contre les attaques • 286	
Mettre à jour un blog et ses extensions • 286	
Sauvegarder ses données • 289	
L'outil d'export WordPress • 290	
La sauvegarde manuelle • 291	
Autres pistes • 293	
Identifiant et mot de passe • 294	
Utiliser le protocole SSL • 295	
Lutter contre le spam • 295	
Paramétrage des commentaires • 297	
L'extension Akismet • 298	
Captcha • 299	
13. AMÉLIORER LES PERFORMANCES 301	
Le système de cache • 302	
Les sites dynamiques • 303	
Le principe du cache • 304	
Installer un gestionnaire de cache • 304	
La compression de données • 306	
Installer le mod_deflate • 307	
Contrôler le bon fonctionnement de la compression • 307	
Les optimisations de PHP • 308	
Améliorer les performances de MySQL • 309	
Optimisation des tables • 309	
Mise en cache des requêtes • 310	
Le protocole PuSH • 312	
14. DÉVELOPPER SOUS WORDPRESS 315	
Développer une extension • 316	
Principe général • 316	
Utiliser un hook d'action • 317	
Utiliser un hook de filtre • 319	
Créer un widget • 320	
Définir son shortcode • 324	
Élaborer un thème • 326	
Construction d'un thème • 326	
Les structures de thèmes • 332	

Tester un thème • 334	En anglais • 341
Exploiter les services web • 335	En français • 341
Usage et intérêt des services web • 336	Pour les développeurs • 341
Protocoles • 336	Extensions • 342
LEXIQUE..... 339	Thèmes • 342
WEBOGRAPHIE..... 341	Automatic • 342
Actualités • 341	Exemples de blogs WordPress • 342
	INDEX..... 343

Pourquoi choisir WordPress ?

1

Malgré les bouleversements réguliers et profonds que connaît le Web, les blogs, en évoluant et en répondant aux besoins des internautes, sont parvenus à se maintenir comme une forme d'expression de référence sur la Toile. Voici tout d'abord un panorama rapide de l'univers des blogs – la blogosphère – ainsi qu'une présentation complète de WordPress, en insistant notamment sur les deux notions distinctes qui se cachent derrière ce nom : WordPress.org et WordPress.com.

SOMMAIRE

- ▶ À quoi correspond un blog ?
- ▶ Les tendances de la blogosphère
- ▶ Qu'est-ce que WordPress ?
- ▶ Forces, faiblesses et concurrence

MOTS-CLEFS

- ▶ blog
- ▶ histoire
- ▶ droit
- ▶ WordPress.org
- ▶ WordPress.com
- ▶ microblog
- ▶ réseaux sociaux

Le blog, un puissant outil de création de sites

Un blog est un site web qui permet à son auteur de s'exprimer sur sa vie et ses centres d'intérêt, de partager ses réflexions et ses expériences. Chaque texte publié est appelé un *article* (ou *billet*) et peut aussi bien proposer du contenu textuel que des éléments multimédias tels que des images ou des vidéos.

Un blog est généralement maintenu par un seul auteur autour d'un thème principal ; sa structure est similaire d'un blog à l'autre ; il dispose quasi systématiquement d'une barre de titre en haut et d'une colonne étroite sur le côté.

Les articles sont publiés régulièrement et listés de façon antéchronologique (du plus récent au plus ancien). En plus de l'archivage par date, les articles sont également associés à des catégories et des mots-clefs (souvent appelés *tags*). Cette classification multiple facilite l'accès à l'information.

Par ailleurs :

- Les lecteurs ont la possibilité de réagir aux articles en laissant des *commentaires*. Le débat et l'échange sont deux piliers fondamentaux des blogs.
- Un article dispose d'une adresse fixe appelée *permalien* (*permalink* en anglais). Ce lien permet d'accéder à une page où seul l'article est affiché.
- Un mécanisme de *retrolien* (*pingback/trackback*) permet de tisser de façon automatique un réseau entre les articles et les blogs les citant.
- Un blog dispose d'un *flux RSS* donnant la possibilité aux lecteurs de s'abonner et d'être tenus au courant de façon automatique de la publication d'un nouvel article.
- Des boutons de *partage sur les réseaux sociaux* (Google+, Facebook, Twitter) sont associés à chaque article pour permettre au lecteur de le faire connaître à ses proches.

IL ÉTAIT UNE FOIS Naissance des blogs

Le terme anglais *log* signifie « journal de bord ». Le mot *blog* correspond tout simplement à la fusion des mots *Web* et *log* ; un blog est donc un « journal de bord en ligne ».

Le premier blog est quasi aussi vieux que le Web dans la mesure où le créateur du Web, Sir Tim Berners-Lee, éditait lui-même une page où il tenait informés les premiers internautes des évolutions de la Toile. Jorn Barger fut, quant à lui, le premier internaute, en 1997, à parler de *weblog*. La contraction en *blog* n'apparut que deux ans plus tard suite à une erreur typographique de Peter Merholz.

Les vétérans du journal en ligne concevaient à l'origine leurs pages « à la main » comme de véritables développeurs web. Des « moteurs » firent cependant bien vite leur apparition pour faciliter la vie des internautes novices. La fin des années 1990 vit ainsi l'apparition de plates-formes de gestion de blogs en ligne telles que Open Diary, LiveJournal et Blogger.

Publier régulièrement pour fédérer une communauté

La publication d'un article par semaine est un rythme minimum pour fédérer une communauté de lecteurs autour d'un blog. Entre l'élaboration d'un contenu original, l'écriture et la relecture, la rédaction d'un article nécessite facilement une heure de travail. Il s'agit donc d'un investissement en temps important qui nécessite d'avoir clairement identifié ses motivations avant de se lancer dans l'aventure.

Cela étant dit, il convient de relativiser le « risque » en rappelant que la création d'un blog est souvent gratuite et qu'il peut également être intéressant de se lancer simplement pour voir comment réagissent les premiers lecteurs. La consultation des premières statistiques, la lecture des premiers commentaires parviennent souvent à inciter le blogueur à prolonger l'aventure.

Bloguer pour le plaisir

Le besoin de s'exprimer, de partager des expériences ou des connaissances reste la motivation principale des blogueurs. Les trois quarts des blogs correspondent en effet à des blogs personnels. À la différence d'un média traditionnel (presse, radio, télé), la création d'un blog ne coûte presque rien et ne nécessite généralement pas de retour sur investissement. Cette liberté permet aux blogueurs de couvrir des milliers de sujets, des plus sérieux aux plus spécialisés, voire loufoques !

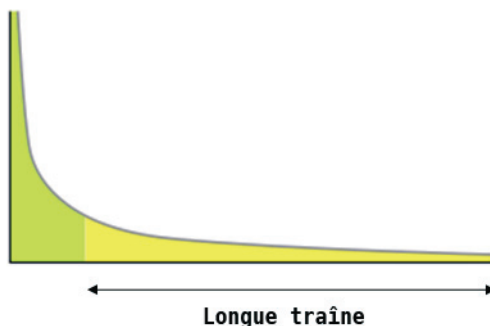
À RETENIR Un outil révolutionnaire

Avec les blogs, l'être humain dispose pour la première fois d'un outil lui permettant facilement, instantanément et gratuitement de s'adresser au reste de l'humanité. Les problématiques d'investissement lourd, de diffusion complexe n'existent plus dans le cadre de ce nouveau média.

La diversité éditoriale proposée par les blogs s'inscrit dans la métaphore de la « longue traîne » (*long tail*) décrite par Chris Anderson en 2004. En analysant les ventes d'Amazon, ce rédacteur en chef du magazine *Wired* s'est en effet aperçu que le cumul des « faibles » ventes de produits spécialisés (ou de niche) était équivalent (voire supérieur) aux ventes massives des quelques produits phares. De la même manière, la blogosphère permet à des millions de blogs de rencontrer un lectorat ciblé et passionné, qui trouve plus d'intérêt dans ce type de contenu spécialisé que dans l'uniformité ambiante des médias traditionnels. En associant à cela les agrégateurs de flux de syndication (RSS ou autre), le Web permet à chaque internaute de se créer son propre média, en sélectionnant exactement les sujets qui lui tiennent à cœur (dans le domaine du travail ou du divertissement).

Figure 1-1

Les millions de blogs spécialisés drainent autant de trafic que les quelques blogs les plus populaires.



Bloguer pour communiquer

Les entreprises ont assez vite perçu l'intérêt du blog. Elles ont notamment compris l'importance de communiquer elles-mêmes plutôt que de laisser le champ libre à des blogueurs sans talent ou, pire, des détracteurs.

Elles ont également pu constater le rejet de la publicité traditionnelle de la part de la jeune génération et se sont bien vite rendu compte qu'il était important de publier fréquemment, sans trop de calcul ni de grandiloquence. Les blogs contribuent dans une certaine mesure à rapprocher les marques de leurs consommateurs.

Bloguer pour gagner de l'argent

50 % des internautes lisent aujourd'hui des blogs de façon régulière. Ce trafic gigantesque peut par conséquent être facilement monétisé grâce à la publicité. Certains blogueurs ont bien compris la situation et ont transformé leur blog en petite entreprise. 50 % des blogs contiennent aujourd'hui de la publicité.

Un blog disposant d'un trafic de 100 000 visites par mois est en mesure de générer jusqu'à 75 000 dollars de chiffre d'affaires annuel.

ATTENTION Spam

100 000 blogs de spam (*splogs*) se créent chaque jour. Ces blogs sont uniquement là pour créer du trafic factice vers d'autres sites et augmenter le chiffre d'affaires des spammeurs.

Bloguer pour gagner en notoriété

En tant que média, un blog donne de la visibilité à son auteur, qui se crée sa propre tribune. Hommes et partis politiques ont très vite exploité cet espace de communication pour présenter leurs idées et attirer de nouveaux sympathisants. La blogosphère

prend également une place de plus en plus importante durant les campagnes électorales, en permettant de collecter des fonds (voir notamment la campagne de Barack Obama aux États-Unis).

Dans un autre registre, un étudiant cherchant du travail aura tout intérêt à mettre en avant son blog sur son CV. Le format est en effet particulièrement adapté pour mettre en valeur ses réalisations et réflexions.

Les blogs comme relais des médias traditionnels

Devant le déclin aussi constant qu'irréversible des médias traditionnels (journaux télévisés, presse quotidienne, radio), de nombreux journalistes ont trouvé dans le blog un format leur permettant de partager leurs analyses et réflexions de manière souple, spontanée et régulière. Les médias traditionnels, conscients de cette tendance, proposent tous sur leur site une rubrique regroupant les blogs de leurs journalistes.

EXEMPLES Le blog, relais des médias

Radio :

▶ <http://www.rtl.fr/blogs>

Presse :

▶ <http://www.lefigaro.fr/blogs/>

Télévision :

▶ <http://lci.tf1.fr/redaction-lci/blogs/>

Figure 1-2
Page regroupant les blogs
des journalistes de RTL



Aspects juridiques

En publiant des contenus, on se retrouve soumis à un certain nombre de lois et d'obligations. Avoir connaissance de ces principes permet de mieux mesurer la responsabilité induite par la possession d'un blog.

Responsabilité

Le blogueur, en tant qu'éditeur, est responsable des articles publiés sur son blog. Toutefois, il n'est pas responsable des commentaires et autres contenus directement postés sur son blog par des tiers, à condition :

- qu'il n'effectue aucun contrôle a priori (c'est-à-dire avant publication effective) sur ces contenus ;
- selon une jurisprudence récente et controversée, qu'il ne tire aucun revenu financier, notamment publicitaire, de la publication de ces contenus ;
- qu'en cas de plainte concernant les contenus postés, il agisse promptement pour retirer les contenus litigieux.

Par ailleurs, le blogueur doit toujours permettre à ses lecteurs de rapporter un abus.

Droit d'auteur et protection des contenus

Il est important de savoir qu'en droit français, comme dans la plupart des pays, le droit d'auteur naît sur la tête de l'auteur en même temps que la création de son œuvre. Un article est ainsi protégé dès sa rédaction et ne peut par conséquent être copié à défaut d'autorisation. L'existence ou l'absence d'une mention de *copyright* au bas d'un contenu ne modifie en rien cette situation.

EN PRATIQUE Copyright

Les mentions de copyright n'ont pas de valeur constitutive en droit français. L'apposition de ces mentions correspond à un usage importé des États-Unis – où cette mention dispose d'une réelle valeur – pour tenter de freiner certaines velléités de plagiat.

Alors qu'il est plus aisé dans un média traditionnel de savoir qui est l'auteur d'un texte publié, cela se révèle plus compliqué sur le Web, où règnent le copier-coller et la publication instantanée. Il peut par conséquent être utile pour des blogueurs soucieux de se voir attribuer avec certitude la paternité de leurs articles (et autres contenus) de s'aménager la preuve de leur création à une date la plus proche possible de leur création effective. Pour cela, le blogueur peut utilement avoir recours au dépôt de ses textes et autres contenus sous enveloppes Soleau (INPI), ou se les adresser par courrier recommandé avec accusé de réception (courrier qu'il conviendra évidemment de ne pas ouvrir).

À SAVOIR Enveloppe Soleau

L'enveloppe Soleau est un produit de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), qui permet aux auteurs de dater de façon certaine la création de leur œuvre et de les identifier comme auteur.

► <http://www.inpi.fr>

Anonymat et droit de réponse

La loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) précise que le blogueur, lorsqu'il écrit en tant que personne physique à titre non professionnel, peut rester anonyme. Sa seule obligation est de fournir ses coordonnées à l'hébergeur, qui sera l'entité vers laquelle se tourneront les plaignants, en cas de litige, pour obtenir l'identité du blogueur.

À SAVOIR WordPress et la LCEN

En stockant, en plus du nom et de l'adresse e-mail, l'adresse IP de l'internaute ainsi que l'heure du dépôt, le système de commentaires de WordPress est en accord avec la LCEN.

À l'inverse, s'il s'agit d'un blog édité à titre professionnel ou par une personne morale, il doit être fait mention sur le site des éléments d'information suivants.

- Si le site est édité par une ou plusieurs personnes physiques : leurs nom, prénom, domicile, adresse e-mail et numéro de téléphone et, si elles sont assujetties aux formalités d'inscription au Registre du commerce et des sociétés (RCS) ou au Répertoire des métiers (RM), le numéro de leur inscription.
- Si le site est édité par une personne morale : sa dénomination ou raison sociale, son siège social, son numéro de téléphone et, s'il s'agit d'une entreprise assujettie aux formalités d'inscription au Registre du commerce et des sociétés ou au Répertoire des métiers, son numéro d'inscription, son capital sociale, l'adresse de son siège social.
- Dans tous les cas : le nom du directeur de la publication (pour une personne morale, ce sera son dirigeant) et le nom, la dénomination ou raison sociale et l'adresse, ainsi que le numéro de téléphone de l'hébergeur du site.

ATTENTION Changements à venir

La différenciation entre blogueurs professionnels et non professionnels étant de plus en plus difficile à établir, le Sénateur Jean-Louis Masson a proposé en mai 2010 une loi visant à interdire l'anonymat des blogueurs non professionnels.

Avec le principe de responsabilité en cascade, le blogueur passe du statut d'éditeur à celui d'hébergeur vis-à-vis des internautes qui laissent des commentaires sur son blog. Ainsi, il appartient au blogueur de recueillir les informations permettant

d'identifier les personnes physiques ayant posté des contenus sur son blog. Il est par conséquent recommandé d'obliger ces personnes à renseigner leurs nom, prénom et adresse e-mail en activant le paramètre adéquat dans l'interface d'administration [Réglages>Discussion](#) de WordPress.

Le droit de réponse est un principe qui permet à toute personne citée au sein d'un texte public de faire une requête à l'éditeur afin qu'il puisse apporter un complément d'information. Cette réponse doit apparaître sous l'article visé. S'il est susceptible de se retrouver dans une telle situation, le blogueur doit absolument avoir prévu un moyen d'être contacté sur son blog (adresse e-mail, formulaire de contact).

CONSEIL Respect de la vie privée : attention, danger!

Le fait qu'un contenu disparaisse du Web ne signifie pas qu'il n'existe plus. Sans nous prévenir, des sociétés sont, sans aucun doute, en train d'archiver l'intégralité du Web. Elles seront par là-même en mesure, dans plusieurs dizaines d'années, de ressortir tout contenu publié sur le Web à un moment donné. Il est par conséquent essentiel de rester vigilant et de toujours prendre en compte les risques vis-à-vis de la vie privée ou professionnelle. Cela est d'autant plus vrai pour la jeune génération qui semble trop souvent incapable de différencier vie publique et vie privée. Signe des temps, les recruteurs (emplois, écoles) ont désormais l'habitude d'aller fouiller sur le Web pour découvrir les « faits d'armes » de leurs postulants.

 Xavier Tannier, [Se protéger sur Internet](#), Eyrolles, Accès libre, 2010

Informatique et libertés : la Cnil

En collectant des informations personnelles relatives aux internautes qui déposent des commentaires, le blogueur se retrouve dans l'obligation de se conformer aux dispositions de la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978. À ce titre, il doit préciser aux utilisateurs dont les données sont collectées : à qui ces données sont destinées, l'objet du traitement entrepris et la façon dont ces utilisateurs peuvent exercer leurs droits d'opposition, d'accès et de rectification concernant les données traitées.

Le blogueur doit également se conformer aux règles de déclaration applicables auprès des services de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil). Cette démarche doit être réalisée par le responsable du site et peut se faire en ligne, sur le site cnil.fr. Compte tenu du développement fulgurant du Web (et notamment des blogs), la Cnil a fait preuve de pragmatisme en décidant en 2005 de dispenser de déclaration les sites web et donc les blogs « diffusant ou collectant des données à caractère personnel mis en œuvre par des particuliers dans le cadre d'une activité exclusivement personnelle » (Dispense n° 6 – Délibération n° 2005-284 du 22 novembre 2005).

► <http://www.cnil.fr/en-savoir-plus/deliberations/deliberation/delib/87/>

 Martin Unterzinger, [Anonymat sur Internet](#), Eyrolles, 2013

 Fabrice Mattatia, [Traitement des données personnelles](#), Eyrolles, 2013

Hébergement sur une plate-forme étrangère

WordPress.com héberge ses serveurs aux États-Unis. Le blogueur français ne doit surtout pas considérer qu'il est protégé d'une quelconque manière par cet état de fait. L'emplacement des serveurs est souvent sans conséquence sur le droit applicable vis-à-vis des utilisateurs français.

Droit de citation et de reproduction

Le blogueur a le droit de publier une citation courte d'une œuvre artistique textuelle ou musicale. La taille de la citation varie cependant en fonction de l'œuvre originale. Citer un passage d'un livre est envisageable alors que l'extraction d'un paragraphe entier d'un court article ne serait pas acceptable. La notion de courte citation n'est donc pas liée à un nombre de mots ! Le blogueur a en revanche l'obligation de citer ses sources et de faire mention de l'identité (nom, prénom) de l'auteur.

Il en va tout autrement d'une œuvre graphique telle qu'une photo ou un logo. De telles œuvres ne peuvent être reproduites, même en basse résolution. La seule exception est la reproduction d'œuvres tombées dans le domaine public. Si l'auteur de l'œuvre est mort depuis plus de 70 ans, le blogueur peut se permettre de proposer une reproduction de l'œuvre, en veillant néanmoins à ne pas porter atteinte aux droits moraux de l'auteur, qui sont quant à eux imprescriptibles. Il s'agit pour l'essentiel du droit à la paternité (le nom de l'auteur doit être mentionné) et du droit au respect de l'œuvre (l'œuvre ne doit pas être présentée dans des conditions qui lui portent préjudice).

ATTENTION Est-on autorisé à faire des liens?

Éternel sujet de polémiques, un blogueur est autorisé à insérer un lien vers un site. Attention cependant à ne pas porter préjudice au site vers lequel pointe le lien. Par exemple, placer un lien vers le site d'une marque d'alcool au milieu d'une page consacrée à l'alcoolisme pourrait dans certaines conditions être problématique.

Choix du nom de domaine

Pour le choix des noms de domaine, il est vivement déconseillé de « jouer » avec le nom des marques. Cela est d'autant plus vrai avec des marques notoires telles que Coca Cola, Apple ou Chanel. Si, en revanche, un achat de nom de domaine est antérieur à la date de création d'une marque, le blogueur est jusqu'à présent, en principe, protégé par la jurisprudence.

Confidentialité

Un employé a un devoir de loyauté et de discrétion vis-à-vis de son entreprise. Ces devoirs imposés par la loi sont souvent doublés d'engagements de confidentialité très stricts insérés dans les contrats de travail. Il est par conséquent fortement déconseillé de divulguer des informations concernant son employeur sur son blog.

Même le vertueux Google n'a pas supporté que Mark Jen, un de ses employés, divulgue des informations confidentielles sur son blog personnel. La sanction ne se fit pas attendre, il fut licencié sur-le-champ !

TENDANCES Inquiétude

19 % des blogueurs sont désormais préoccupés de ce que leur employeur pourrait penser de leur blog.

Outils de recherche de blogs

Outre les moteurs de recherche classiques, il existe des outils spécialement dédiés à la recherche et au classement de blogs.

Google Blogsearch

Le géant du Web propose un moteur de recherche dédié aux articles de blogs : Google blogsearch.

► <http://www.google.com/blogsearch>

Comme de très nombreux services non stratégiques, Google a cependant tendance à négliger cette offre et à retirer progressivement des fonctionnalités.

Technorati

L'autre moteur de recherche d'articles de blogs incontournable est Technorati (technorati.com). Technorati ne propose plus depuis 2009 que des articles écrits en anglais. Il dispose cependant d'une fonctionnalité intéressante, en permettant de rechercher soit des articles (*posts*), soit des blogs.

► <http://technorati.com>

Technorati est extrêmement connu pour ses classements des blogs les plus populaires : <http://technorati.com/blogs/top100>. Le site propose également des classements par thèmes sur la page <http://technorati.com/blogs/directory>. En plus d'indiquer le classement du blog, la liste propose également l'évolution du positionnement.

1 – Pourquoi choisir WordPress ?

Figure 1–3
Page d'accueil de Technorati

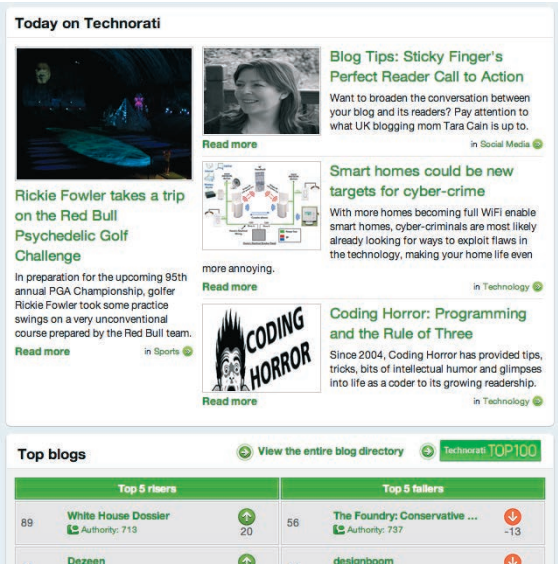


Figure 1–4
Recherche disponible
par blogs ou par articles



Figure 1–5
Les flèches verte et rouge
sur la gauche permettent
de visualiser si le blog gagne
ou perd en popularité.

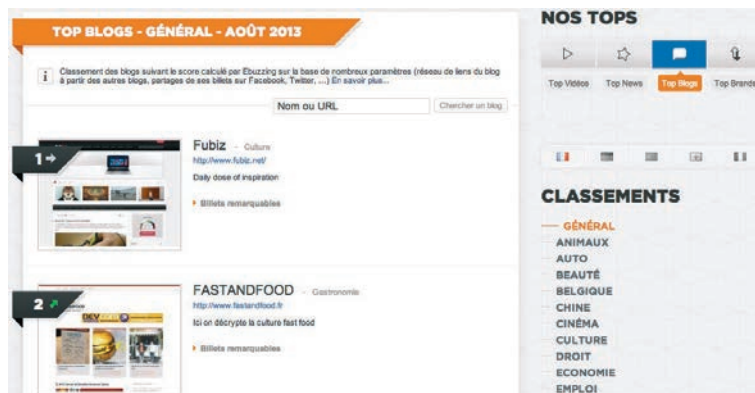
6. Gawker @ http://www.gawker.com Recent: Cable News' Top Zimmerman Defender ...	Technorati Auth: 864 Change +4	TOP 100 ENTERTAINMENT TOP 100 POLITICS
7. TMZ.com Celebrity Gossip ... @ http://www.t TMZ.com Recent: Ransom to Nicki Minaj -- YOU'RE ...	Technorati Auth: 842 Change +2	
8. Deadspin @ http://www.deadspin.com Recent: The Ten Biggest Burnout Falls On ...	Technorati Auth: 837 Change +6	TOP 100 SPORTS TOP 100 TECHNOLOGY
8. Gizmodo @ http://www.gizmodo.com Recent: How Three Months of War Transformed ...	Technorati Auth: 837 Change -1	TOP 100 TECHNOLOGY
10. Engadget @ http://www.engadget.com Recent: Engadget Eurocast 033: Three men and ...	Technorati Auth: 834 Change +5	TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 SPORTS TOP 100 POLITICS
11. TechCrunch @ http://www.techcrunch.com Recent: Club Songza, The Streaming Startup's ...	Technorati Auth: 831 Change +7	TOP 100 ENTERTAINMENT TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 SPORTS
12. Mediaite @ http://www.mediaite.com Recent: Obama's Job Approval Collapses, 52 ...	Technorati Auth: 829 Change +5	TOP 100 ENTERTAINMENT TOP 100 POLITICS TOP 100 US POLITICS
13. GigaOM @ http://gigaom.com Recent: Hsience cuts prices on its already ...	Technorati Auth: 827 Change +3	TOP 100 TECHNOLOGY TOP 100 SPORTS TOP 100 SPORTS

Ebuzzing / OverBlog

Le site ebuzzing.fr propose des classements de blogs regroupés selon une trentaine de grandes thématiques : <http://labs.ebuzzing.fr/top-blogs>.

Le groupe Ebuzzing possède également le comparateur wikio.fr (ex-agrégateur de billets de blogs) et OverBlog. Cette plate-forme de blogs propose un annuaire de blogs : <http://www.over-blog.com/directory>.

Figure 1-6
Classement des « Top Blogs »
sur ebuzzing.fr



Tendances de la blogosphère

Technorati, en publiant chaque année un « état de la blogosphère », permet de détecter certaines tendances.

Profil des blogueurs

Du point de vue de la motivation, près des trois quarts des blogueurs sont des passionnés qui écrivent pour le plaisir, publiant en moyenne un article par semaine. Le quart restant se divise entre les blogueurs occasionnels (15 %), qui espèrent améliorer leurs fins de mois, et les blogueurs professionnels, pour lesquels les blogs sont la principale source de revenus. Ces derniers se répartissent eux-mêmes entre les indépendants, qui écrivent dans le cadre de leur propre blog (9 %), et ceux qui écrivent pour des blogs dont ils ne sont pas les créateurs.

Au niveau sociodémographique :

- les blogueurs sont en majorité des femmes ;
- 60 % ont entre 18 et 44 ans ;
- la majorité a fait des études et dispose de revenus confortables ;
- la moitié n'en est pas à son premier blog ;

- 68 % bloguent depuis plus de deux ans ;
- plus de la moitié passe par des plates-formes de blogs gratuites en ligne ;
- les Américains représentent à peu près la moitié des blogueurs, et les Européens, un quart.

TENDANCES Cocorico !

La France est au premier rang mondial en nombre de blogs par internaute.

Ainsi, les blogueurs sont des *early adopters* ; ils aiment les nouvelles technologies et ont tendance à très vite adopter les outils qui leur sont proposés : flux RSS, commentaires, applications, smartphones.

Plus de 200 millions de blogs ont été créés dans le monde (il n'y en avait que 35 millions en 2006). Chaque jour, sont créés 100 000 nouveaux blogs et 1,5 millions d'articles publiés.

Évolutions

Initiée par les blogs, la publication de contenu grand public a largement évolué ces dernières années. Deux tendances fortes ont émergé : le *microblogging* et les réseaux sociaux.

Leur efficacité réside notamment dans leur caractère « addictif ». Plus de la moitié des membres de Facebook consultent leur page de façon quotidienne.

Ces services profitent de la mise en commun des contenus des utilisateurs pour créer des pages qui s'enrichissent de façon automatique. Cette dimension est un avantage important par rapport aux blogs où, en dehors des commentaires, le blogueur est contraint de produire lui-même des articles pour faire vivre son site et attirer des visiteurs.

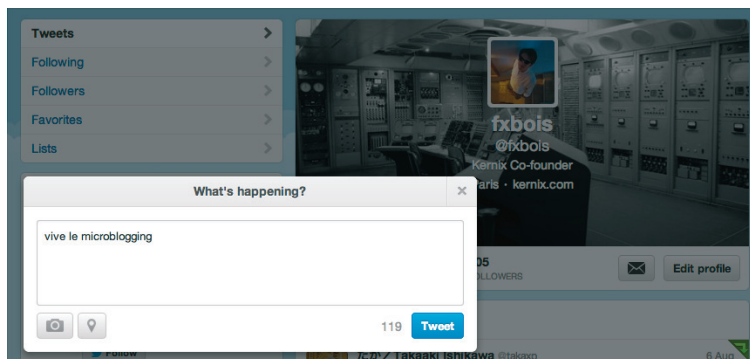
Twitter et le microblogging

Twitter est une plate-forme de *microblog*. Le terme *micro* est directement lié au fait qu'un message Twitter (un *tweet*) ne peut contenir plus de 140 caractères (la taille d'un SMS). De cette contrainte découle un usage spécifique à Twitter : publication fréquente (plusieurs fois par jour) et consultation en continu. Le slogan de Twitter est en quelque sorte : « Que fais-je en ce moment ? »

TENDANCES Twitter mania

Les trois quarts des blogueurs utilisent Twitter.

Figure 1-7
Ajout d'un tweet

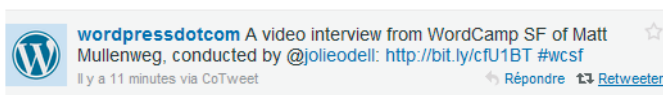


Média du direct par excellence, Twitter est devenu incontournable pour la propagation d'actualités « chaudes ». Le mécanisme de *retweet*, qui permet de reprendre un *tweet* pour le diffuser à son réseau, accentue la dimension virale.

TENDANCES Twitter en quelques chiffres

550 millions d'utilisateurs. 58 millions de tweets par jour.

Figure 1-8
Deux actions peuvent être réalisées sur chaque tweet : répondre à l'auteur et diffuser le tweet à ses abonnés (ou retweeter).



Une page Twitter affiche les *tweets* de l'auteur ainsi que ceux des personnes qu'il suit (*followers*).

Dans un *tweet*, les caractères # et @ ont un rôle particulier lorsqu'ils sont situés au début d'un mot :

- avec un # initial, le terme est qualifié de *hashtag* et peut s'apparenter à un mot-clef associé au *tweet* ;
- le caractère @ permet, quant à lui, de spécifier un compte Twitter (nom d'utilisateur à qui s'adresse ce *tweet*).

Le succès retentissant du *microblogging* n'a pas laissé indifférent le géant Google. Sa réponse, Google+, vient ainsi s'insérer dans tous les produits Google.

Figure 1–9

Cliquer sur le hashtag #MayDay déclenche une recherche sur le mot-clef.



Figure 1–10

Le lien placé sur abock est créé automatiquement, il permet d'accéder à la page de cet utilisateur.

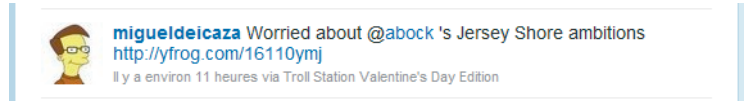
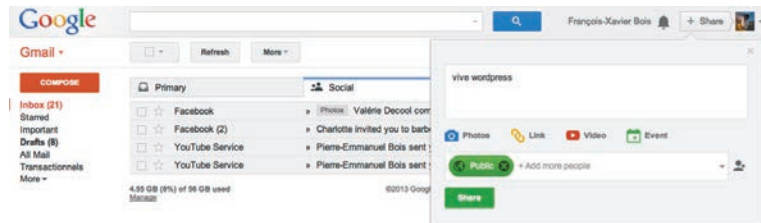


Figure 1–11

Publier un billet sur Google+ depuis Gmail



Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui les plus grands concurrents des blogs. Les Sky-Blogs oubliés, toute la génération *digital native* a vite basculé sur Facebook. Ce réseau propose un grand nombre de fonctionnalités particulièrement adaptées à ce public : mise en ligne rapide de contenus (texte et photos), commentaires, discussion en direct (*chat*), applications et jeux (comme le fameux FarmVille.com).

Avec plus d'un milliard d'utilisateurs dans le monde, Facebook n'a pas fait succomber que les jeunes. La capacité à diffuser rapidement du contenu n'a pas échappé aux marques, qui sont désormais une grande majorité à disposer d'une Page Facebook. La société Starbucks, par exemple, ne comptabilise pas moins de 8 millions de fans sur sa Page Facebook : www.facebook.com/Starbucks. Tous ces fans sont informés dès que Starbucks souhaite diffuser un message ou une offre spéciale. Aucun autre média ne propose une telle efficacité.

POUR ALLER PLUS LOIN Les blogs et leur écosystème

Des conseils pour réussir son blog professionnel et affirmer sa présence en ligne grâce à l'écosystème des médias sociaux :

📖 Thomas Parisot, *Réussir son blog professionnel*, 2^e édition, Eyrolles, 2010

Qu'est-ce que WordPress ?

WordPress est un logiciel qui permet de créer et d'administrer son blog. De tels logiciels sont appelés des *moteurs de blog*.

L'espace d'administration permet au blogueur d'avoir la main sur tous les aspects du blog : la rédaction des articles et des pages, la classification des contenus (mots-clefs, catégories), la modération des commentaires, la gestion des utilisateurs, l'installation d'extensions et de thèmes.

Les différents contenus sont stockés dans une base de données MySQL. Le moteur de rendu a pour rôle de transformer ces données brutes en pages HTML et en flux RSS.

IL ÉTAIT UNE FOIS De b2 à WordPress

WordPress est né d'une mutation (*fork* en anglais) d'un moteur plus ancien appelé b2 (b2/cafeblog, pour être exact). Cette mutation eut lieu en 2003 sous l'impulsion de deux développeurs : Matt Mullenweg et Mike Little. En 2005, Matt Mullenweg créa Automattic, société éditrice de la plate-forme de blogs WordPress.com.

Du côté français, Michel Valdrighi, créateur de b2 (et accessoirement l'un des premiers blogueurs français), ne semble pas envieux du succès de WordPress et y contribue désormais régulièrement. Son blog fonctionne bien évidemment sur WordPress :

► <http://intraordinaire.com>



Figure 1-12
Logo de
WordPress

Évolutions majeures

Disposant d'une communauté de développeurs extrêmement active, WordPress évolue à un rythme soutenu. Les changements portent principalement sur :

- l'ajout de fonctionnalités ;
- la correction de dysfonctionnements ;
- l'optimisation des performances ;
- l'amélioration de l'ergonomie de l'espace d'administration.

NORME XFN, OPML et Unicode

- *XHTML Friends Network* (XFN) est le tout premier microformat (c'est-à-dire un format utilisant des balises sémantiques HTML et XHTML) mis au point, destiné à indiquer les relations entre les personnes via les liens hypertextes établis entre leurs sites.
- *OPML (Outline Processor Markup Language)* est un format XML de données structurées sous forme de listes hiérarchiques, destiné à permettre les échanges de données entre sites web.
- *Unicode* est une norme d'encodage des caractères sur un à quatre octets, destiné à remplacer les tables traditionnelles ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*) et ANSI (*American National Standard Institute*). Elle est censée pouvoir coder tous les caractères existant dans toutes les langues.

Tableau 1-1 Versions successives de WordPress

Version	Nom de la version	Année	Nouveautés
0.7		2003	Première version (succède à b2 version 0.62). Respect du standard XHTML.
1.0	Miles Davis	2004	Amélioration des permaliens, import depuis Blogger, Movable Type, support XFN.
1.2	Mingus	2004	Gestion des plug-ins. Support de l'Unicode. Import/export OPML.
1.5	Strayhorn	2005	Première apparition du <i>template</i> (thème) par défaut : Kubrick.
2.0	Duke	2005	Éditeur de texte riche (<i>rich text</i>).
2.1	Ella	2007	Auto-enregistrement des billets.
2.2	Getz	2007	Amélioration des performances.
2.3	Dexter	2007	Gestion native des <i>tags</i> et réorganisation de la gestion des catégories.
2.6	Tyner	2008	Amélioration de l'outil de gestion de contenus.
2.7	Coltrane	2008	Mise à jour complète de l'interface d'administration.
2.9	Carmen	2009	Corbeille (permettant la récupération d'éléments supprimés), retouche d'images.
3.0	Thelonious	2010	Gestion des menus, multisites, notion de « types » d'article, nouveau thème par défaut (Twenty Ten).
3.5	Elvin	2012	Gestion des images et des galeries de photos.
3.6	Oscar	2013	Amélioration de la gestion des objets multimédias (embeds), de l'auto-enregistrement des billets et de la lecture sur smartphone.

Des technologies populaires et portables

WordPress est basé sur deux des technologies les plus populaires du Web : la base de données MySQL et le langage de programmation PHP. Ces deux technologies ont

l'avantage d'être extrêmement portables. Une technologie est dite portable lorsqu'elle peut s'exécuter sur différents environnements. Il est ainsi possible d'installer WordPress aussi bien sur Windows ou Mac OS X que sur GNU/Linux.

À RETENIR Duo de choc

PHP et MySQL sont de loin les technologies les plus populaires sur le Web. Faire le choix de WordPress permet de s'assurer une certaine facilité pour recruter des développeurs.

Un logiciel libre et gratuit

Le logiciel WordPress est libre et gratuit. Il peut être téléchargé librement sur le site wordpress.org. Les technologies nécessaires à son fonctionnement (PHP et MySQL) sont également libres et gratuites.

WordPress est proposé sous licence GNU GPL (*GNU General Public License*). Cette licence permet à chacun d'étudier les sources du logiciel et de les modifier librement.

RESSOURCES La licence GNU GPL

Le texte intégral de la licence GNU GPL (version 3) est disponible (en anglais) à l'adresse :

► <http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html>

Il existe une traduction en français de la version 2 à la page :

► <http://www.linux-france.org/article/these/gpl.html>

📖 Richard Stallman et al., *Richard Stallman et la révolution du logiciel libre*, Eyrolles, 2013

Une plate-forme très extensible

WordPress n'est pas un logiciel monolithique et figé, mais une plate-forme ouverte pouvant accueillir une multitude de contributions de la part de développeurs passionnés. Ce mode de fonctionnement laisse les utilisateurs profiter d'une quantité gigantesque d'extensions pouvant répondre à tous leurs besoins.

L'extensibilité est également présente dans le domaine du design. Des milliers de graphistes (certes plus ou moins inspirés) partagent des thèmes qu'il est possible de récupérer et d'installer en quelques clics.

Enfin, en proposant des API (voir chapitre 14), WordPress permet à des logiciels extérieurs d'interagir avec le contenu du blog. Ces services web permettent, par exemple, à des applications mobiles d'aller enrichir ou modifier directement le contenu du blog, sans avoir à passer par l'interface d'administration.

Une communauté active

WordPress est aujourd'hui utilisé par plusieurs millions d'internautes dans le monde. Cette communauté échange en permanence des idées et des conseils dans le cadre de forums, de newsletters ou de canaux IRC (discussion en direct). La communauté est prise très au sérieux par l'équipe de développement, qui lui propose régulièrement des sondages afin de mieux identifier les principaux besoins.

Le respect des normes et standards

Les développeurs de WordPress sont extrêmement respectueux des normes et des standards. Les pages web du blog se retrouvent ainsi parfaitement structurées au niveau du code (HTML), des règles de formatage et de typographie.

La simplicité d'utilisation

L'espace d'administration a été pensé pour être le plus simple et le plus convivial possible. Écrire un article consiste à renseigner deux champs (titre, contenu) et à valider.

Une documentation complète et à jour

WordPress dispose d'une documentation en ligne complète et à jour. Cette documentation centrale porte le nom de Codex et est accessible sur codex.wordpress.org.

Un forum permet également d'obtenir de l'aide : <http://wordpress.org/support>.

RESSOURCES Liste de diffusion

Les développeurs de WordPress ont l'habitude d'échanger dans le cadre d'une liste de diffusion appelée *wp-hackers*, dont une archive est disponible sur :

► <http://lists.automattic.com/pipermail/wp-hackers/>

Un logiciel disponible en plusieurs langues

WordPress est disponible dans une multitude de langues. Il n'est ainsi pas obligatoire de connaître l'anglais pour pouvoir utiliser l'espace d'administration.

La page http://codex.wordpress.org/WordPress_in_Your_Language précise les différentes traductions disponibles.

Des fonctionnalités indispensables

WordPress dispose de toutes les fonctionnalités indispensables à un blog :

- la rédaction à auteurs multiples ;
- la rédaction sur une copie de travail ;
- la protection des articles (statuts « protégé », « privé ») ;

- les rétroliens (*pingback*, *trackback*) ;
- les commentaires ;
- la protection contre le spam ;
- la mise à disposition d'un flux de syndication ;
- une interface d'administration adaptée aux mobiles ;
- l'intégration automatique de contenus multimédias (vidéo, audio) ;
- la possibilité d'importer des articles depuis une multitude d'autres plates-formes de blogs (Blogger, DotClear, LiveJournal, TypePad...).

Le soutien de la société Automattic

Enfin, disposer du soutien d'une société commerciale ayant les reins solides est une véritable bénédiction pour un projet open source. Cela est d'autant plus vrai lorsque la société commerciale est dirigée par le créateur du projet lui-même. Automattic, avec les bénéfices qu'elle tire de la plate-forme WordPress.com, est en mesure de rémunérer de nombreux développeurs pour travailler à temps complet sur des évolutions du moteur. Les contraintes d'une société commerciale profitent ainsi au projet en assurant une évolution pragmatique, cohérente et régulière du moteur.

Quelques faiblesses

Une sécurité à renforcer

La sécurité est de loin la plus grosse faiblesse de WordPress. De très nombreuses failles ont ainsi été révélées ces dernières années. Les dernières versions tendent néanmoins à devenir beaucoup plus fiables.

Des performances à optimiser

Sans optimisation, les performances d'un blog à fort trafic peuvent très vite laisser à désirer. Cette situation découle directement de l'aspect extensible du moteur, qui doit multiplier les vérifications nécessaires à l'exécution des différents thèmes et extensions.

À SUIVRE Optimisation des performances

Le chapitre 13 est consacré aux différentes optimisations qui permettent l'amélioration des performances d'un blog.

Une seule base de données

À la différence de ses concurrents, WordPress ne fonctionne qu'avec la base de données MySQL. Ce serveur de bases de données étant de loin le plus utilisé et le plus plébiscité sur le Web, cette faiblesse ne dérange toutefois qu'un nombre infime de personnes.

Le code

Le code source de WordPress n'est pas une référence en matière de modélisation et de programmation. L'utilisation de la programmation procédurale plutôt que celle de l'orientée objet, ainsi qu'un certain manque de séparation entre les différentes couches applicatives du programme (traitement de données/présentation) rendent la compréhension du code quelque peu ardue. Ce manque de cloisonnement est d'ailleurs responsable d'un grand nombre de failles de sécurité qui ont légèrement terni la réputation de WordPress ces dernières années.

COMPRENDRE Programmation procédurale versus programmation orientée objet

La programmation procédurale organise le code sous forme de variables et de fonctions. Une fonction peut être assimilée à un module auquel il est possible de faire appel pour réaliser une opération. Concevoir un programme avec un langage procédural consiste à écrire des fonctions qui font appel les unes aux autres. La programmation orientée objet manipule, quant à elle, des briques logicielles de plus haut niveau : les objets. Un objet dispose à la fois de propriétés (les attributs) et de compétences (les méthodes). La conception d'un programme consiste alors à faire communiquer les objets entre eux par l'intermédiaire de leurs méthodes respectives.

 P. Alexis et H. Bersini, *Apprendre la programmation web avec Python et Django*, Eyrolles, 2012

Plutôt que de risquer de ralentir l'évolution du moteur en cherchant à obtenir un code « parfait », les développeurs de WordPress ont toujours préféré placer l'expérience utilisateur et l'extensibilité du moteur au cœur de leurs préoccupations. Ce choix explique certainement le fait que WordPress soit l'outil de gestion de contenus (*Content Management System* ou CMS) le plus utilisé au monde.

Les deux visages de WordPress

Un blog WordPress peut être créé de deux façons radicalement différentes. La première consiste à passer par la plate-forme en ligne WordPress.com, tandis que la seconde nécessite le téléchargement des sources du moteur sur le site fr.wordpress.org et leur installation chez un hébergeur (qui peut d'ailleurs très bien être l'utilisateur lui-même). On parle alors d'un blog WordPress autonome.

La plate-forme WordPress.com

► <http://wordpress.com>

ÉVOLUTION WordPressMU

Les versions standard et MU de WordPress ont fusionné dans le cadre de WordPress version 3.

Créée en 2005 par la société Automattic, WordPress.com est une plate-forme en ligne qui propose d'héberger gratuitement des blogs WordPress. Le service repose sur la version MU (*Multi-User*, ou multiutilisateur) du moteur WordPress. Cette version, elle aussi open source et gratuite, peut être téléchargée sur le site mu.wordpress.org.

WordPress.com donne la possibilité de créer en quelques clics un véritable blog. Le blogueur dispose alors d'un blog dont l'adresse est de la forme : http://<nom_du_blog>.wordpress.com.

Le financement de cette plate-forme repose d'une part sur l'affichage de liens publicitaires au sein des pages des blogs gratuits et, d'autre part, sur la vente de fonctionnalités complémentaires telles que :

- la mise à disposition d'un espace de stockage plus important ;
- la liberté de définir ses propres styles CSS ;
- le droit d'avoir plus de 35 utilisateurs ;
- la possibilité d'associer le nom de domaine de son choix au blog (depuis 2010, la société Automattic est officiellement enregistrée en tant que Registrar) ;
- un service « VIP » pour les blogs à très fort trafic (vip.wordpress.com).

WordPress.com est un cas typique de *freemium*. Ce type de modèle économique consiste à offrir un service de base gratuit (*free*) avec la possibilité d'acheter des options évoluées payantes (*premium*). Très répandu sur le Web, ce modèle est notamment utilisé par Flickr, LinkedIn, Google Apps, etc.

TENDANCES Le succès !

Véritable réussite, WordPress.com fait aujourd'hui partie des vingt sites les plus visités au monde ! À noter, Microsoft a fait le choix, en septembre 2010, de migrer sa plate-forme de blogs Windows Live Spaces vers WordPress.com. Plusieurs dizaines de millions de blogueurs ont ainsi rejoint la planète WordPress. En octobre 2010, Adobe emboîtait le pas en migrant ses blogs de Movable Type vers WordPress.

Avantages

Les forces du service WordPress.com sont particulièrement évidentes pour des blogueurs occasionnels et néophytes.

Gratuité

L'offre de base est gratuite. Elle inclut la mise à disposition d'un espace de stockage de trois gigaoctets, ainsi que de la bande passante liée au trafic du blog. Pour des blogs à fort trafic, cette offre se révèle particulièrement intéressante.

EN PRATIQUE Pas de fausses économies

Certains blogueurs ne font pas toujours le bon calcul en s'effrayant du montant que la bande passante leur coûterait s'ils étaient hébergés chez un hébergeur classique. La bande passante ne coûte cher qu'à partir du moment où un très grand nombre de visiteurs consultent le site. Or, disposer d'un fort trafic assure une monétisation facile qui permet de financer son infrastructure.

Infrastructures solides et scalabilité

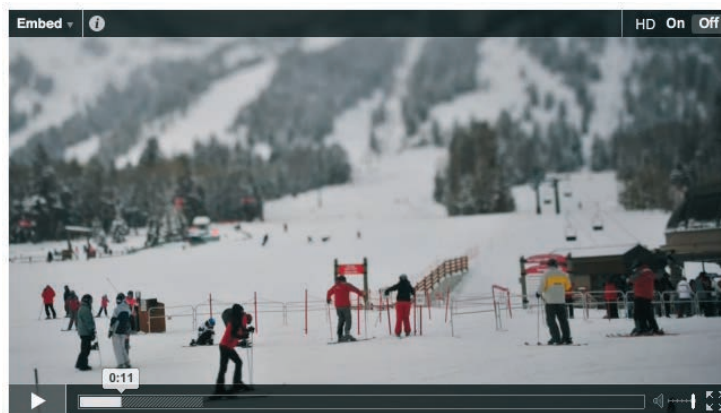
WordPress.com héberge plus de 50 millions de blogs. Les infrastructures, qu'il s'agisse du nombre de serveurs ou de la bande passante, sont à la hauteur du succès rencontré. Elles permettent de supporter des pics de trafic importants qui se retrouvent dilués dans le trafic général. Des pics de trafic, tels que ceux qui font suite à un passage télévisé, ne sont que très rarement supportés chez un hébergeur lambda, qui n'alloue jamais plus d'un serveur par blog. Cette capacité de la plate-forme WordPress.com à résister aux augmentations de trafic s'appelle la *scalabilité*.

Des fonctionnalités intéressantes

Un blog WordPress.com dispose, dès sa création de fonctionnalités intéressantes telles qu'un outil de statistiques, la gestion de l'antispam pour les commentaires, la disponibilité d'extensions de notation ou de sondage, la possibilité de créer des billets ou de répondre à des commentaires par e-mail.

La prise en charge des vidéos est une option payante. Cette fonctionnalité permet d'envoyer des vidéos qui sont automatiquement converties dans différents formats (dont le format HD, haute définition). Une fois encodées, ces vidéos peuvent être directement incluses au sein des articles. Cette option a l'avantage de ne pas obliger le blogueur à utiliser un service de diffusion de vidéo extérieur comme YouTube, DailyMotion ou Vimeo pour inclure une vidéo au sein d'un article (voir aussi le chapitre 9).

Figure 1–13
Le lecteur de vidéos
WordPress.com



Simplicité d'utilisation

Utiliser WordPress.com évite d'avoir à se soucier des problématiques de sauvegarde, d'installation et d'hébergement. Ces différents aspects de la vie d'un blog peuvent en effet devenir un véritable casse-tête pour un internaute néophyte, qui a généralement mieux à faire que d'essayer de comprendre les propositions techniques d'un hébergeur.

Simplicité et gratuité permettent à un aspirant blogueur de tester l'interface WordPress pour découvrir la richesse de cet environnement.

Intégration aux réseaux sociaux

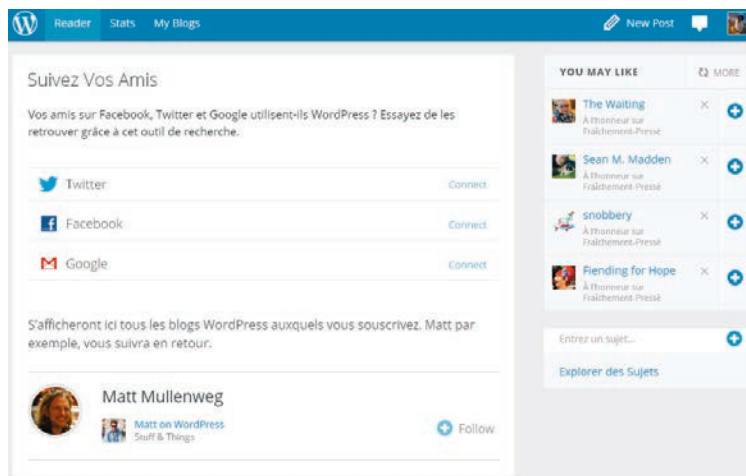
WordPress.com intègre des outils sociaux qui permettent de « suivre » d'autres blogueurs WordPress.com, de « partager » ou de « liker » leurs articles. Ces différentes interactions augmentent simplement et efficacement le trafic du blog.

Sécurité

Les mises à jour fonctionnelles et de sécurité sont réalisées automatiquement. Cela évite d'avoir à gérer les problématiques de migration de versions et de veille vis-à-vis des failles de sécurité.

Détail non négligeable, WordPress.com propose un accès sécurisé de type SSL : <https://wordpress.com>. Un tel accès est particulièrement utile lorsque la connexion à Internet est réalisée dans une zone non sécurisée telle qu'une borne Wi-Fi publique ou un cybercafé. La technologie SSL est le seul moyen d'être sûr de ne pas se faire pirater son accès.

Figure 1–14
La dimension sociale
de WordPress.com



B.A.-BA SSL

La technologie dite SSL (*Secure Socket Layer*) assure la sécurité des échanges en authentifiant les connectés (machines et utilisateurs) et en chiffrant les données.

Inconvénients

Malgré ses nombreuses qualités, la plate-forme WordPress.com souffre de quelques défauts, qu'il convient de ne pas perdre de vue lors du choix du type d'installation.

Manque de réactivité

En hébergeant son blog sur WordPress.com, le blogueur n'est plus tout à fait maître de la situation. Alors qu'un incident technique peut se régler rapidement avec un hébergeur réactif, un dysfonctionnement de la plate-forme peut s'avérer beaucoup plus problématique.

POUR LA PETITE HISTOIRE Une panne ennuyeuse

En février 2010, en raison d'une panne sur la plate-forme WordPress.com, plus de 10 millions de blogs se sont retrouvés inaccessibles pendant plus d'une heure.

Choix de domaine restreint

Dans sa version gratuite, seul un sous-domaine de type <nom_du_blog>.wordpress.com peut être associé au blog.

Accès aux ressources limité

L'accès aux sources PHP ainsi qu'aux tables de la base de données n'est pas autorisé, et seules quelques dizaines de thèmes et d'extensions sont proposées.

Lenteur

Le principe de WordPress.com est de mutualiser un très grand nombre de blogs sur leurs serveurs. Un blog partage par conséquent les ressources des serveurs (puissance machine, bande passante) avec des millions d'autres. Inutile de dire que des ralentissements sont inévitables et même fréquents.

Limitation de l'espace disque

Là encore, WordPress.com permet d'acheter une mise à jour pour augmenter l'espace de stockage de plusieurs dizaines de gigaoctets de données. L'achat d'un espace supplémentaire rend également possible le chargement de fichiers musicaux (interdits dans la version basique).

Publicités

Dans le cadre de la version gratuite, WordPress.com se réserve le droit de placer de la publicité sur les blogs. Bien que cela soit généralement fait avec discrétion, une telle perspective n'est pas toujours acceptable.

Le moteur WordPress

Les forces de la plate-forme WordPress.com correspondent le plus souvent aux faiblesses du moteur. Installer un moteur WordPress chez un hébergeur représente un coût financier et nécessite généralement davantage de temps et de compétences.

Le gros avantage de la version moteur réside en revanche dans la liberté totale de faire évoluer le site comme on l'entend, que ce soit en termes d'installation d'extensions, de thèmes ou de modifications des sources.

En se retrouvant seul maître à bord, on hérite cependant de l'énorme responsabilité de maintenir son blog à jour, afin de corriger les dysfonctionnements (bogues) et autres failles de sécurité.

Les concurrents de WordPress

Des dizaines de solutions permettent de gérer un blog. Toutes proposent des fonctionnalités avancées telles qu'une interface d'administration évoluée, la gestion des commentaires, la mise à disposition d'API via des *Web services*. La différence princi-

pale porte sur l'ergonomie et sur les possibilités d'évolution en termes de thèmes et d'extensions.

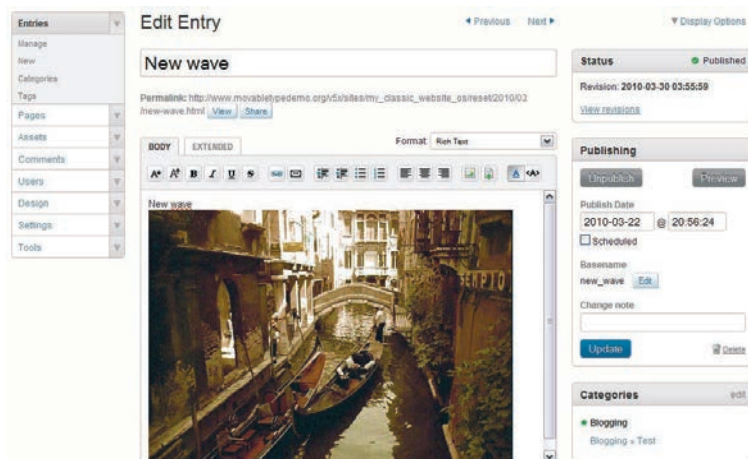
Movable Type

Il s'agit de l'autre grand moteur de blog gratuitement téléchargeable. Malgré toutes ses qualités, Movable Type a un énorme défaut : celui d'être écrit en langage Perl. Langage très en vogue il y a une dizaine d'années, il est aujourd'hui beaucoup moins populaire chez les développeurs web. Les hébergeurs étant généralement frileux vis-à-vis de ce langage, l'installation peut se révéler complexe.

► <http://www.movabletype.org>

Figure 1–15

La version 5 de Movable Type est un véritable « hommage » à l'interface d'administration de WordPress.



Tout comme WordPress.com pour WordPress, MovableType dispose d'une plateforme en ligne associée : TypePad. Cette plateforme ne présente cependant que peu d'intérêt dans sa version gratuite.

POUR LA PETITE HISTOIRE **And the winner is...**

The Huffington Post, le blog le plus consulté au monde, repose sur Movable Type :

- <http://www.huffingtonpost.com>
- <http://www.typepad.fr>

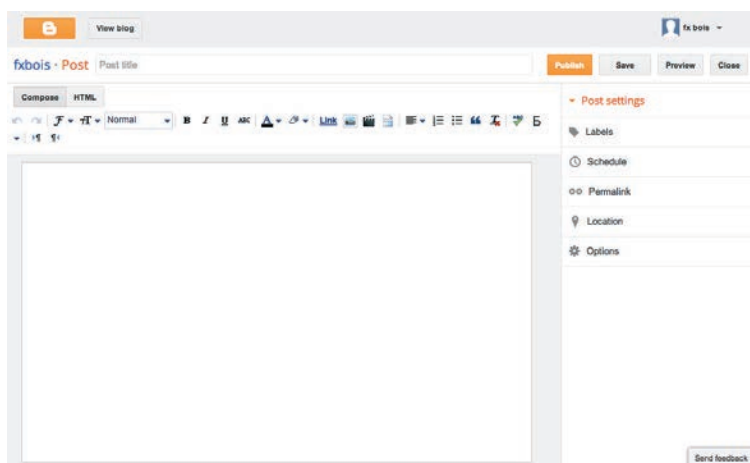
Blogger

Adossé depuis 2003 à Google, Blogger a su remanier ses interfaces à plusieurs reprises et tirer profit des autres services offerts par sa maison mère. L'interaction avec le réseau social Google+ se révèle ainsi particulièrement pertinente (partage d'articles, centralisation des commentaires, mise en avant du profil de l'auteur).

► <https://www.blogger.com>

Sa force, comme pour tous les produits de Google, est de disposer d'API permettant à des développeurs de créer des outils qui pourront interagir directement avec la plate-forme centrale.

Figure 1-16
Espace d'administration
de la plate-forme Blogger



Dotclear

Le logiciel Dotclear est une solution particulièrement populaire en France (son créateur étant lui-même français). Comme WordPress, il est libre, gratuit et construit sur le langage PHP. Dotclear est une association depuis 2009.

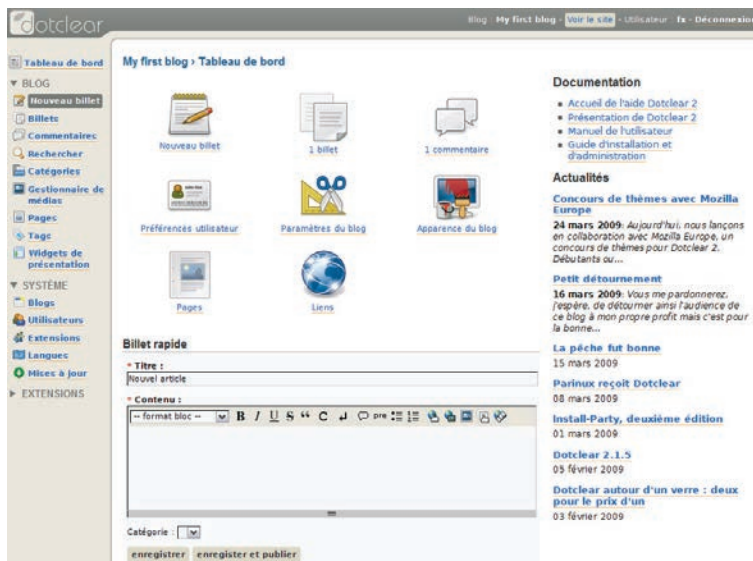
► <http://fr.dotclear.org>

Doté d'une équipe de développement et d'une communauté plus restreintes, Dotclear manque cependant parfois de dynamisme.

POUR LA PETITE HISTOIRE Adeptes de Dotclear

Gandi et Free ont fait le choix de Dotclear pour leur service de gestion de blogs.

Figure 1–17
Espace d'administration
Dotclear



OverBlog

Populaire en France, la plate-forme OverBlog est un des services proposés par Ebuz-zing, groupe spécialisé dans le marketing social.

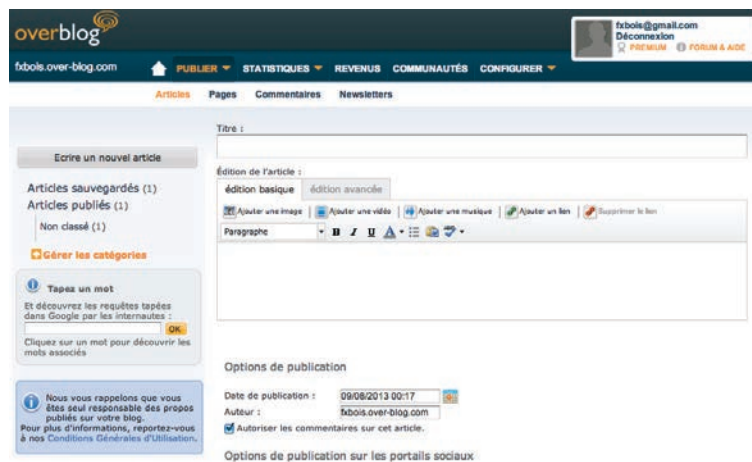
► <http://www.over-blog.com>

POUR LA PETITE HISTOIRE TF1

La chaîne TF1 détient une part significative du capital de la plate-forme OverBlog.

L'originalité d'OverBlog est de proposer le partage de ses revenus issus de la publicité avec les auteurs des blogs. Les fonctionnalités proposées sont en revanche particulièrement limitées par rapport à la concurrence.

Figure 1–18
Espace d'administration
de la plateforme OverBlog



POUR LA PETITE HISTOIRE **Blog monGenie**

Le site blog.monGenie.com fut la première plate-forme à proposer un partage de revenus entre la plate-forme et le blogueur.

► <http://blog.mongenie.com>

Perspectives

L'avenir de WordPress semble radieux. Un tiers des cent blogs les plus populaires au monde utilise aujourd'hui WordPress, dans sa version autonome ou comme plate-forme. Selon certaines sources, WordPress serait même l'outil de gestion de contenus (CMS) le plus utilisé au monde, avec plus de 200 millions d'utilisateurs.

La communauté augmente très vite, et le rythme des contributions ne fait que s'accroître d'année en année. Les réunions de développeurs (WordCamp) ont désormais lieu chaque année partout dans le monde.

Dans le domaine du mobile, la communauté de développeurs a parfaitement su surfer sur la révolution smartphone. Des applications sont disponibles sur toutes les plates-formes majeures : WordPress pour iPhone (qui fonctionne aussi bien avec l'iPhone qu'avec l'iPad), WordPress pour Android, WordPress pour BlackBerry.

TENDANCES Quelques chiffres sur WordPress

- 19 % des sites web reposent sur WordPress ;
- 11 milliards d'articles vus par mois ;
- 365 millions de visiteurs par mois ;
- Plus de la moitié des 100 blogs les plus visités au monde utilisent WordPress ;
- 47 millions d'articles et 70 millions de commentaires publiés chaque mois ;
- 100 000 blogs WordPress créés chaque jour ;
- 220 développeurs ayant participé au développement de WordPress 3.

D'autres chiffres sont disponibles sur la page :

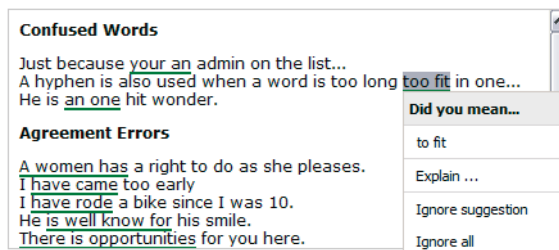
► <http://en.wordpress.com/stats/>

En outre, de nouveaux services viennent régulièrement enrichir la galaxie Automatic/WordPress.

- BuddyPress (buddypress.org) permet de transformer WordPress en un véritable gestionnaire de réseau social.
- Akismet (akismet.com) aide les blogs à lutter contre le spam.
- Gravatar (gravatar.com) centralise la gestion de son avatar.
- PollDaddy (polldaddy.com) permet de concevoir et d'exporter des sondages.
- P2 (p2theme.com) rapproche WordPress du *microblogging*.
- Ping-O-Matic (pingomatic.com) propage un *ping* sur une multitude d'agrégateurs et de moteurs de recherche de blogs.
- WordPress.tv (WordPress.tv) regroupe les vidéos du monde WordPress.
- Jetpack (jetpack.me) regroupe, au sein d'une extension, différentes fonctionnalités très utiles aux blogueurs : la publication automatique sur les réseaux sociaux, la gestion de formulaire de contact, la souscription à une liste de diffusions, etc. Un certain nombre de ces fonctionnalités n'étaient auparavant accessibles qu'aux utilisateurs de WordPress.com.
- After the Deadline (afterthedeathline.com) greffe un correcteur d'orthographe, de style et de grammaire à l'éditeur de texte.

Figure 1–19

Une suggestion du correcteur
After the Deadline



WordPress 3.5 pour des sites web efficaces

En plus des fonctionnalités qu'ils apportent aux blogueurs, ces services ont également l'avantage de diversifier les sources de revenus de la société, qui dépend ainsi d'autant moins de la publicité.

POUR LA PETITE HISTOIRE Noms de domaine

Disposant d'une excellente santé financière, Automattic a fait ses emplettes auprès de Yahoo! en leur rachetant les noms de domaine wp.com et blo.gs. Yahoo! a dû regretter ce choix en 2013 au moment du rachat de la plate-forme de blogs Tumblr.

Lexique

Agrégateur	Logiciel permettant de suivre différents flux de syndications (RSS, Atom) en même temps.
API (Application Programming Interface)	Ensemble de fonctionnalités proposées par un système informatique. WordPress propose une API accessible via des webservice.
Avatar	Élément graphique qui sert à représenter un utilisateur. Un avatar est généralement affiché au sein d'un commentaire, associé au nom de l'auteur.
Blogosphère	Écosystème regroupant les blogs et les blogueurs.
Blogroll	Espace situé dans la barre latérale et proposant une liste de liens sélectionnés par le blogueur.
Chiclet	Terme utilisé pour qualifier le petit bouton allongé souvent présent dans la colonne latérale pour accéder au flux RSS.
Codex	Nom de la documentation générale de WordPress accessible sur : http://codex.wordpress.org/fr:Accueil
Colonne latérale	Colonne généralement située sur la droite du blog, regroupant des petits modules appelés widgets.
Extension	Système permettant d'enrichir les fonctionnalités d'un blog (plug-in).
Page	Une page est un contenu lié à un blog qui ne correspond pas à un article. Une page peut être utilisée pour proposer une biographie du blogueur ou des mentions légales.
Permalien	URL permettant d'accéder directement à un article et qui ne devra jamais changer au cours du temps (<i>permalink</i>).
Flux de syndication	Fichier lié à un blog qui permet à un lecteur de s'abonner aux articles du blog et d'être averti automatiquement dès que le blog est mis à jour. Les deux formats les plus connus sont RSS et Atom.

Folksonomie	Taxonomie collaborative.
Microblog	Type de blog dont les articles sont limités à 140 caractères. Twitter en est le représentant le plus connu.
Ping	Signal automatique envoyé par un blog à un agrégateur ou à un moteur de recherche pour avertir de la publication d'un nouvel article.
Podcast	Blog sonore.
Poster	Anglicisme souvent employé dans la blogosphère pour qualifier le fait de publier un article (un <i>post</i> en anglais).
Rétrolien	Procédure permettant à un blog d'avertir un autre blog qu'il le cite au sein d'un article. <i>Pingbacks</i> et <i>trackbacks</i> sont les deux types de rétro-liens les plus répandus.
Shortcode	Portion de code entourée de crochets permettant d'inclure un élément multimédia au sein d'un article.
Taxonomie	Action de classer des informations, que ce soit avec des catégories ou des mots-clefs.
Thème	Ensemble de fichiers qui permettent de définir l'apparence d'un blog.
Troll	Type de commentaire polémique ayant pour objectif de provoquer les autres internautes.
Tumblelog	Blog ayant la spécificité de proposer des articles courts.
Widget	Petit programme situé dans la colonne latérale du blog (par exemple Calendrier, Derniers tweets, Nuage de mots-clefs).
WordCamp	<i>BarCamp</i> dédié à WordPress. Un <i>BarCamp</i> est un atelier participatif où se retrouvent les développeurs pour faire avancer le projet qui les fédère.

Webographie

Actualités

En anglais

<http://en.blog.wordpress.com>

<http://weblogtoolscollection.com>

<http://planet.wordpress.org>

<http://www.wpjedi.com>

<https://twitter.com/wordpress>

En français

<http://www.wordpress-fr.net>

<http://www.fran6art.com>

Pour les développeurs

<http://wordpress.org/news/>

<http://digwp.com>

<http://www.wptavern.com/>

<http://wpengineer.com>

Extensions

<http://wordpress.org/extend/plugins/>

Thèmes

<http://wordpress.org/extend/themes/>

<http://themeshaper.com>

Automattic

<http://ma.tt> (Monsieur WordPress)

<https://twitter.com/mikellittlezed1> (cocréateur de WordPress)

<http://toni.org> (le blog du PDG de Automattic)

<http://automattic.com/about/> (blogs des employés d'Automattic)

Exemples de blogs WordPress

<http://wordpress.org/showcase/>

Index

A

- abonné 123
- accessibilité 94
- administrateur 123
- affiliation 270
- agrégateur 48, 339
 - XE 339
- aide 85, 87
- Ajax 84
- Akismet 298
- Amazon 270
- Android 132
- anonymat 7
- Apache 60, 71, 73
- API (Application Programming Interface) 335, 339
 - API Key 298
- apparence 139
- archive 43
 - widget 187
- article 2, 35, 91
 - écrire 91
 - lié 269
 - liste 103
 - sponsorisé 277
 - widget 187
- Atom 53
- auteur 123
- avatar 339

B

- base de données 61, 72, 303, 309
- bibliothèque 110
- BlackBerry 134
- blog 2
 - création 58
- Blogger 28
- blogosphère 1, 339
- blogroll 42, 339
 - widget 189

C

- cache 302, 304, 309
 - d'opcode 308
- calendrier
 - widget 188
- captcha 174, 299
- carte 216
- catégorie 40, 98
 - widget 188
- chiclet 339
- clef d'API 298
- CMS (Content Management System) 43
- Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) 8
- Codex 339
- colonne latérale 35, 39, 182, 339
- commentaire 2, 38, 113
 - lutte contre le spam 297

- modération 114

- widget 188
- communauté 248
- compression 306
- confidentialité 10
- Contact Form 7 170
- contenu dynamique 324
- contributeur 123
- copyright 6
- corbeille 105
- CPC (coût par clic) 266
- CPM (coût par mille) 266
- CSS (Cascading Style Sheet) 153–154

D

- Delicious 241
- développement 315
- Digg 241
- don 279
- Dotclear 28
- droit
 - d'auteur 6
 - de citation 9
 - de réponse 8
 - de reproduction 9

E

- eBay 275
- e-commerce 282
- éditeur 123
 - de contenu 92

- HTML 93
- e-mail 136
- embed 193, 212
- encodage 318
- enregistrement automatique 100
- espace d'administration 83–84
- état 95
- export 290
- extension 18, 160, 339
 - Akismet 298
 - All in One SEO Pack 233
 - automatique 165
 - configuration 163
 - Contact Form 7 169, 174
 - développement 316
 - gestionnaire 86
 - Google XML Sitemaps 238
 - Hello Dolly 161
 - Hyper Cache 305
 - Insert Headers and Footers 256
 - installation 164
 - MailPress 251
 - manuelle 167
 - MeeNews 251
 - Newsletter 251
 - PuSHPress 312
 - Really Simple CAPTCHA 174
 - recherche 165
 - ShareThis 243
 - Simpler iPaper 220
 - Subscribe To Comments 251
 - suppression 163
 - W3 Total Cache 305
 - Webmaster Tools
 - Verification 240
 - widget 191
 - WordPress.com Stats 89
 - WP e-Commerce 283
 - WP Forum Server 176
 - WP Super Cache 304
 - WP-Cumulus 192
 - WP-PageNavi 267
 - WP-reCAPTCHA 299
 - YARPP 269

F

- Facebook 197, 247
 - page 248
- FeedBurner 252
- feuille de style 326
- feuille de styles 153
- fichier
 - audio 214
 - multimédia 210
 - vidéo 214
- fil de syndication 44
 - Voir aussi* flux de syndication
- Firebug 307
- Flash 212
- flattr 281
- Flickr
 - badge 203
- flux de syndication 3, 250, 252, 312, 339
 - agrégateur 48
 - widget 189
- flux RSS 2
- folksonomie 100, 340
- formulaire de contact 169
- forum 176
- framework 316
- FTP (File Transfer Protocol) 61, 64, 290

G

- galerie photo 218
- Google 198, 230, 299
- Google AdSense 262–263
- Google AdWords 234, 262
- Google Analytics 255, 266
- Google Blogsearch 10
- Google Livres 221
- Google Maps 216

H

- hébergement 60
- hébergeur 60
- hook 317
- HTML 154, 210
 - code 212

I

- identifiant 294
- iFrame 193, 212
- image (éditer) 111
- imgur 218
- import 290
- indexation 236
- installation 60, 66
 - sous OS X 73
- iPad 130
- iPhone 128
- Issuu.com 219
- itinéraire 216

J

- JavaScript 193, 212

L

- lien 295
 - sponsorisé 262
 - widget 189
- Linux 79
- liste 39
 - de diffusion 250
- livre 221

M

- marque-pages 241
- mashup 336
- média 106
- menu
 - gestionnaire 120
 - widget 190
- métadonnée 37, 44
- microblog 13, 340
- microformat 17
- mise à jour 286
- mobile 126
- mod_deflate 307
- modération 115
- mot de passe 294
- mot-clef 41
 - widget 190
- moteur de blog 16
- moteur de recherche 44
- Movable Type 27
- MySQL 76, 303

N

navigation 43
 newsletter 250
 NextGEN Gallery 166
 nom de domaine 9
 nuage de mots-clefs 192
 nuage de tags 41
 widget 190

O

opcode 308
 OPML (Outline Processor
 Markup Language) 17
 OverBlog 29

P

page 112, 339
 widget 191
 pagination 266
 PDF 219
 permalien 2, 38, 339
 permission 62
 PHP 303
 optimisation 308
 phpMyAdmin 72, 78, 291, 309
 ping 237, 340
 pingback 247
 Ping-O-Matic 237
 Pinterest 204
 podcast 37, 54, 340
 PollDaddy 226
 post 340
 présentation 223
 publicité 262
 PuSH (PubSubHubbub) 312
 Push/Pull 312

R

raccourci clavier 119
 reCAPTCHA 299
 recherche (widget) 191
 réécriture d'URL 305

référencement 229–230, 302
 réseau social 15, 244
 réseaux sociaux 2
 responsabilité 6
 responsive design 127
 REST (Representational State
 Transfer) 336
 rétrolien 2, 247, 340
 RSS 51

S

sauvegarde 288–289
 sécurité 174, 286
 service web 335
 ShareThis 243
 shortcode 210, 324, 340
 site dynamique 303
 sitemap 238
 Skype 193
 SlideShare 223
 social bookmarking 241
 Soundcloud 206
 spam 4, 169, 295
 splog 4
 SSL (Secure Sockets Layer) 295
 statut 195
 syndication (fil ou flux) 44

T

tableau de bord 88
 tag 41, 98
 taxonomie 98, 340
 Technorati 10, 237
 template 140
 thème 139–140, 340
 développement 326
 générateur 149
 Kubrick 141
 Twenty Thirteen 268
 Traduction 201
 troll 340
 tumblelog 36, 340

Twitter 13, 244
 Twitterfeed 244
 TypePad 27

U

Unicode 17
 URL
 réécriture/rewriting 71
 utilisateur 123

V

vente 282
 vidéoblog 37
 visibilité 230
 vitesse de chargement 301
 vlog 37

W

WampServer 69
 widget 39, 181–182, 249, 340
 Amazon 271
 développement 320
 Text 191
 Windows
 installation 69
 WordCamp 340
 WordPress
 communauté 19
 installation 60
 moteur 26
 téléchargement 63
 versions 17
 WordPress.com 22
 version mobile 126

X

XFN (XHTML Friends
 Network) 17
 Xiti 266
 XML-RPC (XML Remote
 Procedure Call) 337