

François-Xavier Bois
Laurence Bois



accès
libre

WordPress 3

pour le blogueur efficace

Installation, personnalisation, administration.
Référencement & marketing. Monétisation.
Usage nomade (iPhone/iPad, Android...).



EYROLLES

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



WordPress 3

pour le blogueur efficace

Le moteur de blog professionnel simple et créatif !

WordPress 3, plate-forme et moteur de blog libre, gratuit et extensible à loisir, est devenu sans aucun doute la solution la plus populaire pour créer et animer un blog esthétique, fonctionnel, ergonomique et bien référencé.

Véritable gestionnaire de contenus (CMS) construit sur PHP et MySQL, il s'impose par sa puissance, sa souplesse, son respect des standards du Web et sa simplicité d'utilisation, de sorte que le blogueur prenne le plus de plaisir à être le plus créatif possible !

François-Xavier Bois est le fondateur de KerniX Software, agence interactive spécialisée dans l'hébergement et le développement d'applications web (e-commerce, portails, gestionnaires de contenus, intranet/extranet, réseaux sociaux), où il est notamment en charge de la R&D autour du framework KerniX Web Object (KWO). Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur PHP et MySQL.

Fondatrice de l'agence de communication Buzz-District, **Laurence Bois** utilise aussi bien les médias traditionnels (presse, télévision, radio) que les nouveaux (blogs, microblogs, réseaux) 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.

Réussir son blog et animer sa communauté : un jeu d'enfant avec WordPress 3 !

- Plongez dans la blogosphère et comprenez les spécificités d'un blog (blogroll, permalien, flux RSS...)
- Créez votre premier blog sur WordPress.com ou installez le moteur de blog WordPress
- 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)
- Bloguez en nomade, par e-mail ou sur un smartphone
- Démarquez-vous par le graphisme (thèmes personnalisés) et l'ajout de fonctionnalités (extensions et widgets)
- Développez votre communauté via les réseaux sociaux, Twitter et autres techniques de webmarketing, pour améliorer votre référencement et monétiser votre blog
- Optimisez les performances et sécurisez votre blog
- Lancez-vous dans le développement de vos propres extensions, thèmes et widgets

À qui s'adresse cet ouvrage ?

- À tous les blogueurs, du néophyte au plus chevronné
- 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

WordPress 3

pour le blogueur efficace

Collection « Accès libre »

Pour que l'informatique soit un outil, pas un ennemi !

Réussir son blog professionnel. Image, communication et influence à la portée de tous

T. PARISOT.

N°12768, 2^e édition, 2010, 312 pages.

Bien rédiger pour le Web et améliorer son référencement naturel.

I. CANIVET.

N°12496, 2^e édition, à paraître 2011, 412 pages.

Lisibilité des sites web. Des choix typographiques au design d'information.

M.-V. BLOND, O. MARCELLIN, M. ZERBIB.

N°12426, 2009, 326 pages.

Ergonomie web. Pour des sites web efficaces.

A. BOUCHER.

N°12479, 2^e édition, 2009, 458 pages.

Conversion web. Améliorer ses taux de conversion web.

S. ROUKINE. préface de P. KOSCIUSKO-MORIZET.

N°12499, 2009, 270 pages.

Réussir un projet de site web.

N. CHU.

N°12742, 6^e édition, 2010, 256 pages.

Réussir son site web avec XHTML et CSS.

M. NEBRA.

N°12485, 3^e édition, 2010, 334 pages.

Premiers pas en CSS et XHTML. CSS 3 et HTML 5.

F. DRAILLARD.

N°12724, 3^e édition, 2010, 342 pages.

Magento. Réussir son site e-commerce.

M. BLANCHARD.

N°12515, 2010, 352 pages.

Joomla et Virtuemart. Réussir sa boutique en ligne.

V. ISAKSEN, T. TARDIF.

N°12487, 2^e édition, 2009, 316 pages.

Concevoir et déployer ses sites web avec Drupal 6 et 7.

Y. BRAULT, préface d'Edwy PLENEL.

N°12780, 2^e édition, 2010, 420 pages.

Réussir un site web d'association... avec des outils libres !

A.-L. QUATRAVAUX ET D. QUATRAVAUX.

N°12000, 2^e édition, 2007, 372 pages.

SPIP 2 – Premiers pas pour créer son site avec Spip 2.0.3.

A.-L. QUATRAVAUX, D. QUATRAVAUX.

N°12502, 2009, 300 pages.

Se protéger sur Internet. Conseils pour la vie en ligne.

X. TANNIER.

N°12774, 2010, 218 pages.

Boostez votre efficacité avec FreeMind, Freeplane et XMind.

Bien débiter avec le Mind Mapping.

X. DELENGAIGNE, P. MONGIN.

N°12696, 2^e édition, 2010, 332 pages.

Montage vidéo et audio libre. Du caméscope au DVD : prise de vue, montage, post-production.

L. BELLEGARDE.

N°12148, 2010, 412 pages avec DVD-Rom.

Scribus. Premières mises en page professionnelles.

C. GÉMY.

N°12547, 2009, 300 pages.

La 3D libre avec Blender 2.49b.

O. SARAJA.

N°12497, 4^e édition, 2010, 486 pages avec DVD-Rom.

Gimp 2.6. Débuter en retouche photo et graphisme libre.

D. ROBERT.

N°12480, 4^e édition, 2009, 352 pages.

Inkscape efficace. Réussir ses dessins vectoriels.

C. GÉMY.

N°12425, 2009, 280 pages

OpenOffice.org 3.2 efficace.

S. GAUTIER, G. BIGNEBAT, C. HARDY, M. PINQUIER.

N°12755, 2010, 412 pages avec CD-Rom.

Linux aux petits oignons.

Les meilleures recettes pour bien débiter !

K. NOVAK.

N°12424, 2009, 524 pages avec DVD-Rom.

Ubuntu efficace.

L. DRICOT, K. NOVAK.

N°12362, 3^e édition, 2009, 360 pages avec CD-Rom.

MediaWiki efficace. Installer, utiliser et administrer un wiki.

D. BARRETT, adapté par S. BLONDEEL.

N°12466, 2009, 374 pages.

Richard Stallman et la révolution du logiciel libre.

R. M. STALLMAN, S. WILLIAMS, C. MASUTTI.

N°12609, 2010, 300 pages.

Économie du logiciel libre.

F. ELIE.

N°12463, 2009, 195 pages.

Chez le même éditeur

O. ITEANU. – **L'identité numérique en question.** N°12255, 2008, 166 pages.

E. SLOÏM. – **Mémento Sites web. Les bonnes pratiques.** N°12456, 2^e édition 2009, 14 pages.

A. BOUCHER. – **Mémento Ergonomie web.** N°12386, 2008, 14 pages.

R. GOETTER. – **CSS 2 : pratique du design web.** N°12461, 3^e édition, 2009, 340 pages.

J.-M. DEFRANCE. – **Premières applications Web avec Ajax, jQuery et PHP.** N°12672, 2010, 474 pages.

G. GETE. – **Mac OS X Snow Leopard efficace.** N°12586, 2010, 370 pages.

S. BORDAGE, D. THÉVENON, L. DUPAQUIER, F. BROUSSE. – **Conduite de projet Web.** N°12665, 5^e édition, 2010, 432 pages.

V. MESSENGER ROTA. – **Gestion de projet agile. Avec Scrum, Lean, eXtreme Programming...** N°12750, 2^e édition, 2010, 272 pages.

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



WordPress 3

pour le blogueur efficace

Installation, personnalisation, administration.
Référencement & marketing. Monétisation.
Usage nomade (iPhone/iPad, Android...).

EYROLLES

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

*Remerciements à Alexis Younes, alias Ayo © (HYPERLINK «<http://www.73lab.com>» www.73lab.com)
pour son illustration de fin de chapitres et à Nicolas Kovacs pour la relecture.*



Le code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée notamment dans les établissements d'enseignement, provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

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 autorisation de l'éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du Droit de Copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2011 pour la présente édition, ISBN : 978-2-212-12829-1

À Marie-Castille et Charles-Louis

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 utilisions 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. Mis à part un chapitre consacré au développement, il ne nécessite aucune connaissance préalable.

- 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, Maxime Kurkdjian, 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.

À propos des auteurs

François-Xavier Bois est fondateur de KerniX Software. Cette agence interactive fondée en 2001 est spécialisée dans l'hébergement et le développement d'applications web (e-commerce, portails, gestionnaires de contenus, intranet/extranet, réseaux sociaux). Il est plus particulièrement en charge de la recherche et développement autour du framework de développement web : KerniX Web Object (KWO). Il est également l'auteur de plusieurs ouvrages consacrés à PHP et MySQL.

Fondatrice de l'agence de communication BuzzDistrict, **Laurence Bois** utilise aussi bien les médias traditionnels (presse, télévision, radio) que les nouveaux (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.

Table des matières

1. POURQUOI CHOISIR WORDPRESS ? 1

Qu'est-ce qu'un blog ? • 2

Pourquoi bloguer ? • 2

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 • 5

Responsabilité • 5

Droit d'auteur et protection des contenus • 6

Anonymat et droit de réponse • 6

Informatique et libertés : la Cnil • 7

Hébergement sur une plate-forme étrangère • 8

Droit de citation et de reproduction • 8

Choix du nom de domaine • 8

Confidentialité • 9

Où trouver des blogs ? • 9

Google Blogs • 9

Technorati • 10

Les agrégateurs : Wikio, OverBlog et PaperBlog • 11

Tendances de la blogosphère • 13

Profil des blogueurs • 13

Évolutions • 14

Qu'est-ce que WordPress ? • 17

Évolutions majeures • 17

Forces et faiblesses • 18

Des qualités nombreuses et variées • 18

Une plate-forme très extensible • 19

Quelques faiblesses • 21

Les deux visages de WordPress • 22

La plate-forme WordPress.com • 22

Avantages • 23

Inconvénients • 24

Le moteur WordPress • 25

Les concurrents de WordPress • 25

Movable Type • 26

Blogger • 26

Dotclear • 26

OverBlog • 28

Perspectives • 28

2. ANATOMIE D'UN BLOG 31

Structure générale • 32

Les articles • 33

Le titre • 33

Le corps • 33

Les tumblelogs au royaume de la concision • 34

Les vlogs pour bloguer en vidéo • 34

Les podcasts, blogs à écouter • 35

Les permaliens • 35

Les commentaires • 36

Les listes • 36

La colonne latérale • 37

La section À propos • 37

Les catégories • 37

Les tags • 38

Le blogroll • 39

Les archives • 40

La navigation • 40

Navigation par pages • 41

Navigation par articles • 41

Filtrage par métadonnées • 41

Moteur de recherche • 41

Les flux de syndication • 41

Principe général • 42

S'abonner à un flux • 45

Les agrégateurs de flux • 45

Procédure d'abonnement • 48

Les formats des flux • 50

RSS • 51

Atom • 53

Podcasts • 53

3. CRÉER SON BLOG..... 57**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 • 61

Téléchargement des sources • 62

Transfert des sources • 63

Installation • 65

Installation sous Windows • 69

Installer WampServer • 69

Modifier la configuration d'Apache • 71

Créer la base de données • 71

Installation sous Mac OS X • 72

Démarrer Apache • 73

Installer MySQL • 75

Installer phpMyAdmin • 76

Installer WordPress • 77

Installation sous GNU/Linux • 78

4. PRENDRE EN MAIN L'ESPACE D'ADMINISTRATION..... 83**L'organisation générale • 85**

L'en-tête • 85

Le pied de page • 85

L'espace central • 86

Les rubriques • 86

L'espace de travail • 87

Le tableau de bord • 88**Les articles • 90**

Écrire un article • 91

Titre et contenu • 91

L'éditeur • 92

État et visibilité • 95

Catégories et mots-clefs • 97

Enregistrement automatique • 99

Blocs d'informations facultatives • 99

La liste des articles • 101

La corbeille • 103

Les différents médias • 104

La bibliothèque • 107

Éditer les images • 109

Les pages • 110**Les commentaires • 111**

Modération • 111

Modération dans l'espace d'administration • 111

Modération en ligne • 113

Modération depuis l'adresse e-mail • 113

Paramétrage • 115

Raccourcis clavier • 116

Les liens • 117

Catégories • 118

Autres propriétés des liens • 119

Cibles • 119

Relations • 119

Le gestionnaire de menus • 120**Les utilisateurs • 123****5. BLOGUER EN NOMADE 127****WordPress.com pour mobiles • 128****Applications smartphone • 129**

Bloguer sur iPhone • 130

Bloguer sous Google Android • 134

Bloguer depuis un BlackBerry • 137

Bloguer par e-mail • 140

Sur une installation autonome de WordPress • 140

Sur WordPress.com • 141

6. MODIFIER L'APPARENCE D'UN BLOG 145**Changer de thème • 146**

Qu'est-ce qu'un thème ? • 146

Thème par défaut • 147

Installer un thème • 149

Choisir un nouveau thème • 151

Installation manuelle • 153

Générer un thème • 155**Adapter les options d'un thème • 157****Modifier les feuilles de style • 160**

Structure d'une page web • 160

Modifier les règles CSS • 161

Thème enfant • 162

7. AJOUTER DES FONCTIONNALITÉS 167**Gérer les extensions • 168**

Statut d'une extension • 169

Modification • 170

Suppression • 170

Configuration • 171

Installer une extension • 172

Installer depuis l'espace d'administration • 172

Installer depuis le portail • 174

Cas pratiques • 176

Installer un formulaire de contact • 176

Ajouter un forum de discussion • 182

8. WIDGETS ET COLONNE LATÉRALE 187**Gérer les widgets • 188**

Configuration • 190

Suppression et désactivation • 191

Les widgets standards • 191

Archives • 192

Articles récents • 192

Calendrier • 192

Catégories • 193

Commentaires récents • 193

Flux • 193

Liens • 194

Méta • 194

Menu personnalisé • 195

Nuage de mots-clefs • 195

Pages • 195

Recherche • 196

Texte • 196

Ajouter un nouveau widget • 196

Installer une extension de type widget • 196

Importer un widget HTML • 198

Des widgets pour afficher son statut • 200

Diffuser ses derniers tweets • 200

Facebook • 202

Google Buzz • 203

Les Google Web Elements • 205

Traduction automatique du blog • 206

Calendrier d'événements • 207

Des widgets pour diffuser ses contenus • 209

Badge Flickr • 209

Videowall Dailymotion • 210

9. PROPOSER DES CONTENUS MULTIMÉDIAS..... 213**Comment inclure un contenu multimédia ? • 214**

Utiliser des shortcodes • 214

Modifier le code HTML • 215

Publier des contenus multimédias via les services en ligne • 217

Insérer une carte via Google Maps • 217

Intégrer une vidéo • 219

Inclure un fichier audio • 222

Ajouter une galerie photo Flickr • 223

Partager un PDF via Issuu • 224

Intégrer un livre depuis Google Livres • 226

Diffuser une présentation via SlideShare • 228

Publier un sondage via PollDaddy • 231

Publier un calendrier d'événements via Google Agenda • 236

10. VISIBILITÉ ET COMMUNAUTÉ 239**Augmenter la visibilité • 240**

L'optimisation du référencement • 240

L'importance du contenu • 240

Modifier le titre de page • 241

L'échange de liens • 243

Les liens sponsorisés • 244

Conseils techniques • 245

L'indexation • 246

La soumission directe • 246

Les services de notification • 247

Le sitemap • 247

Les Webmaster Tools • 248

Le social bookmarking • 250

Les réseaux sociaux • 254

Twitter • 254

Facebook • 257

Le pingback • 259

Développer sa communauté • 259

Facebook • 259

La liste de diffusion (newsletter) • 261

Les extensions • 261

FeedBurner • 262

Google Friend Connect • 266

Mesurer son audience • 270

L'extension WordPress.com Stats • 270

Google Analytics • 271

Installation • 271

Tableau de bord • 272

Sources de trafic • 273

Visiteurs et contenu • 274

11. GAGNER DE L'ARGENT 277**La publicité • 278**

Afficher des liens sponsorisés • 278

Devenir sa propre régie • 280

Placer de la publicité dans le flux RSS • 282

Augmenter le nombre de pages vues • 285

Mettre en place une pagination • 285

Proposer des articles liés • 287

Diviser l'article en parties • 288

L'affiliation à un site e-commerce • 288

Devenir partenaire d'Amazon • 289

Génération d'un widget • 289

Obtenir un lien vers un produit spécifique • 292

Suivi • 293

Devenir partenaire d'eBay • 293

Autres sources de revenus • 295	
Articles sponsorisés • 295	
Recevoir des dons • 296	
Vendre des produits • 297	
12. SPAM ET SÉCURITÉ.....	301
Sécurité : protéger son blog contre les attaques • 302	
Mettre à jour un blog et ses extensions • 302	
Sauvegarder ses données • 306	
L'outil d'export WordPress • 307	
La sauvegarde manuelle • 308	
Autres pistes • 310	
Identifiant et mot de passe • 310	
Utiliser le protocole SSL • 311	
Lutter contre le spam • 311	
Paramétrage des commentaires • 312	
L'extension Akismet • 313	
Captcha • 314	
13. AMÉLIORER LES PERFORMANCES.....	317
Le système de cache • 318	
Les sites dynamiques • 319	
Le principe du cache • 320	
Installer un gestionnaire de cache • 320	
La compression de données • 322	
Installer le mod_deflate • 323	
Contrôler le bon fonctionnement de la compression • 323	
Les optimisations de PHP • 324	
Améliorer les performances de MySQL • 324	
Optimisation des tables • 325	
Mise en cache des requêtes • 326	
Le protocole PuSH • 326	
14. DÉVELOPPER SOUS WORDPRESS.....	329
Développer une extension • 330	
Principe général • 330	
Utiliser un hook d'action • 331	
Utiliser un hook de filtre • 332	
Créer un widget • 334	
Élaborer un thème • 337	
Construction d'un thème • 338	
Les structures de thèmes • 344	
Tester un thème • 346	
Exploiter les services web • 347	
Usage et intérêt des services web • 347	
Protocoles • 347	
LEXIQUE.....	351
WEBOGRAPHIE.....	353
Actualités • 353	
En anglais • 353	
En français • 353	
Pour les développeurs • 353	
Extensions • 353	
Thèmes • 354	
Automatic • 354	
Exemples de blogs WordPress • 354	
INDEX.....	355



1

chapitre

Google blogs **Blogs - Recherche avancée**

Retrouver des messages

tous les mots suivants 10 résultats

cette expression exacte

au moins un des mots suivants

aucun des mots suivants

avec ces mots dans le titre du message

Dans les blogs

avec ces mots dans le titre du blog

à cette URL

Par auteur

blogs et messages rédigés par

Dates

☒ messages rédigés : à tout moment

☐ messages rédigés entre le 1 janv. 2000 et le 2 mai 2010

Langue

messages rédigés en : toutes les langues

SafeSearch

☐ Aucun filtrage ☒ Filtrer [SafeSearch](#)

Pourquoi choisir WordPress ?

Malgré les bouleversements réguliers et profonds que connaît le Web, les blogs, en évoluant et en collant 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

Qu'est-ce qu'un blog ?

Un blog est un site web qui permet à son auteur (le blogueur) de s'exprimer sur sa vie et ses centres d'intérêt, de partager ses réflexions et ses expériences. Chaque texte publié sur le blog 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.

Les blogs se différencient des « sites perso » et autres « E-Zines » par les caractéristiques suivantes qu'ils partagent : un blog est le plus souvent (mais pas toujours) maintenu par un seul auteur (le blogueur) 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 a pour but de faciliter l'accès à l'information.

D'autres fonctionnalités sont communes à la grande majorité des blogs.

- 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 dès qu'un article est publié sur le blog.

Pourquoi bloguer ?

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.

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.

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

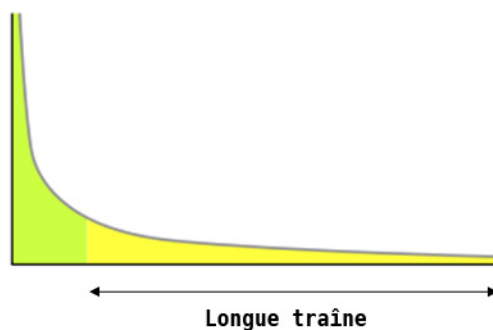
Le besoin de s'exprimer, de partager des expériences ou des connaissances reste la motivation principale des blogueurs. Les trois quarts des blogs correspondent en effet à des blogs personnels. À la différence d'un média traditionnel (journal, radio, télé), la création d'un blog ne coûte presque rien 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 !

La diversité culturelle 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 la somme des « faibles » ventes de produits spécialisés (ou niches) était équivalente (voire supérieure) 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).

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.

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.

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).

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.

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://blog.rtl.fr>

Presse :

► <http://www.lefigaro.fr/blogs/>

Télévision :

► <http://blog.france2.fr/portal.php>



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

Aspects juridiques

En publiant des contenus, le blogueur 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 ;

EN PRATIQUE Copyright

Les mentions de copyright n'ont aucune 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.

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>

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.

- 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.

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).

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 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.

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).

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).


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.

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

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

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 bien 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.

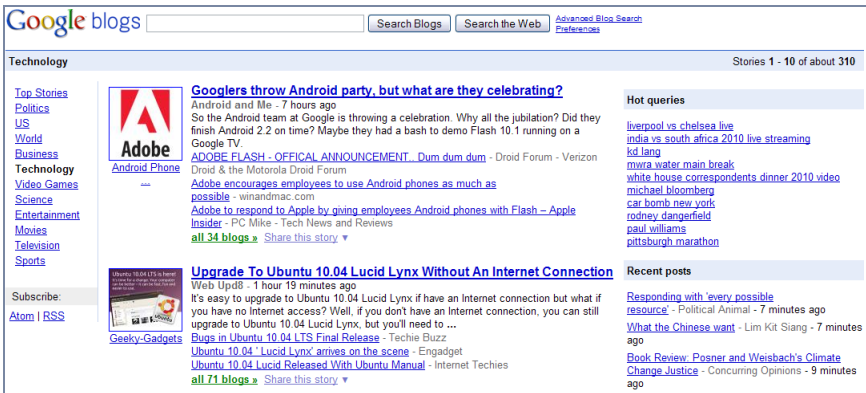


Figure 1-4

La page d'accueil de Google Blogs permet de repérer les sujets chauds de la blogosphère.

► <http://technorati.com>

Technorati

L'autre moteur de recherche d'articles de blogs incontournable est Technorati (technorati.com). Mais à l'inverse de Google Blogs, 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.

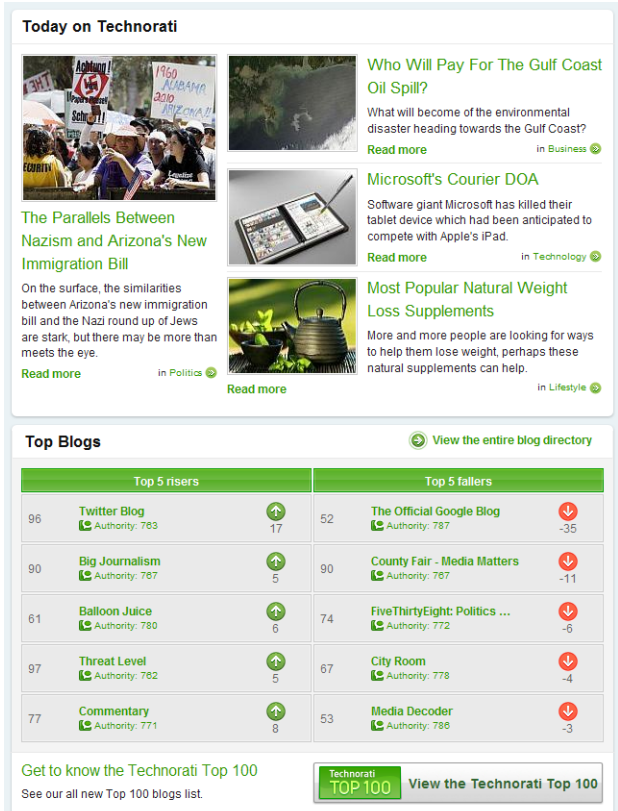


Figure 1-5

Page d'accueil de Technorati



Figure 1–6
Recherche disponible par blogs ou par articles

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.

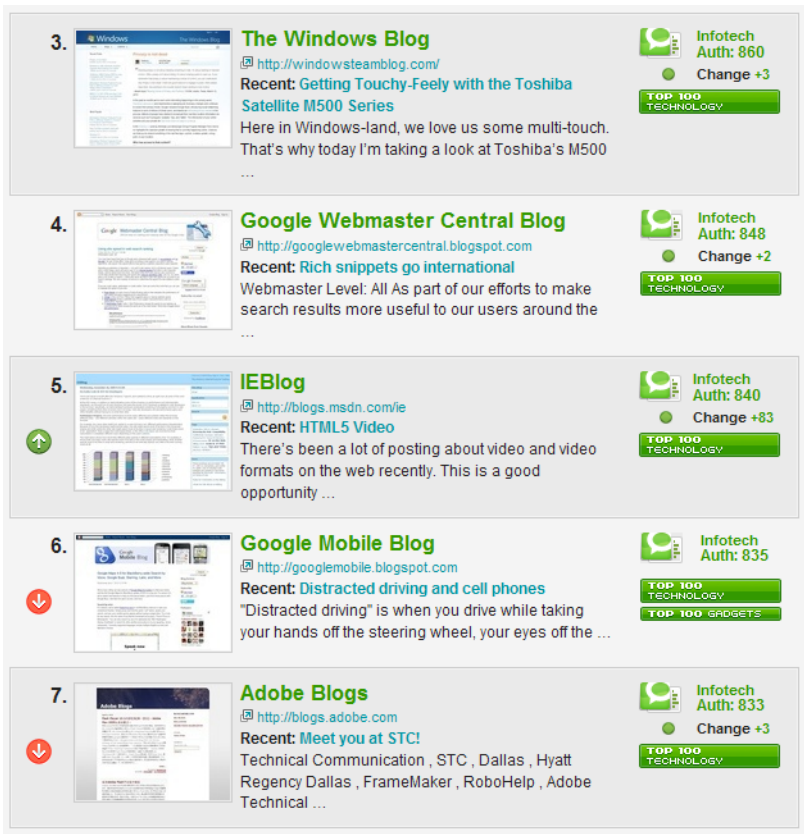


Figure 1–7
Les flèches verte et rouge sur la gauche permettent de visualiser si le blog gagne ou perd en popularité.

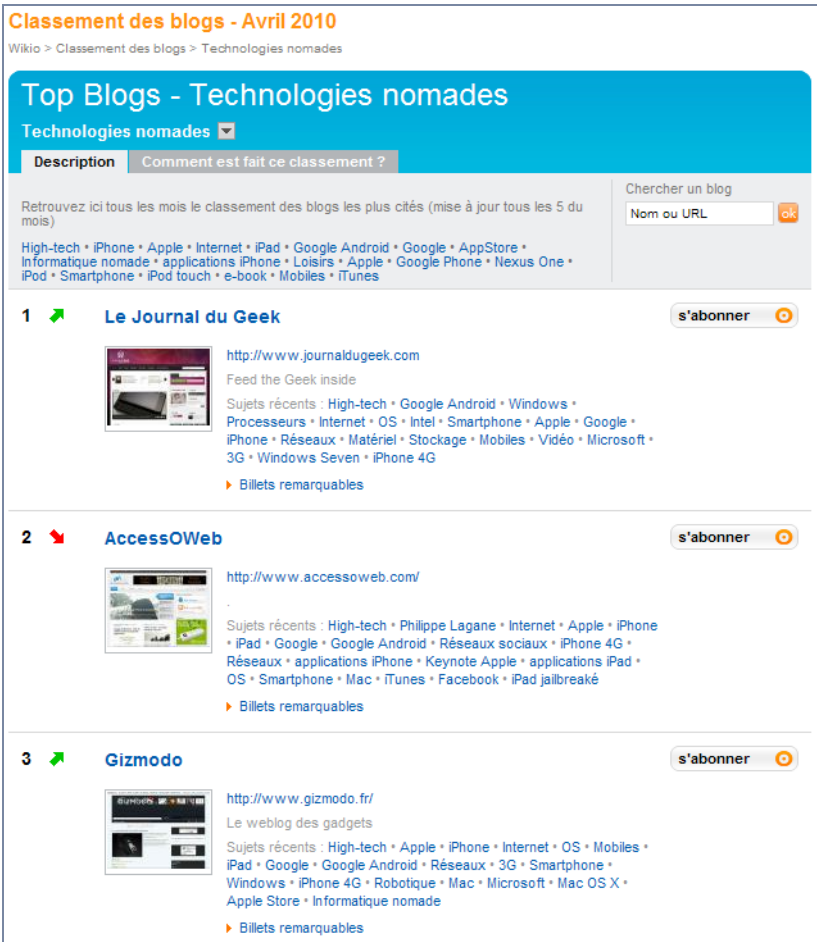
Les agrégateurs : Wikio, OverBlog et PaperBlog

Le site [wikio.fr](http://www.wikio.fr) propose des classements de blogs français regroupés suivant une trentaine de grandes thématiques : <http://www.wikio.fr/blogs/top>. Ce type de site est qualifié d'agrégateur dans la mesure où c'est au blogueur de s'inscrire pour voir ses articles indexés par Wikio.

► <http://www.wikio.fr>

Figure 1–8
Classement des « Top Blogs » de la catégorie
High-Tech (technologies nomades)

- <http://www.over-blog.com>
- <http://www.paperblog.fr>



Les sites OverBlog (over-blog.com) et PaperBlog (paperblog.fr) sont deux autres agrégateurs français d'articles. Tous deux mettent en avant sur leur page d'accueil les articles les plus appréciés du moment, ainsi qu'une sélection de la rédaction.

OverBlog propose à la fois un classement par rubrique et un annuaire de blogs. PaperBlog a, quant à lui, la spécificité de proposer les articles en consultation intégrale. Cette situation n'est d'ailleurs pas optimale pour le blogueur, qui risque de perdre du trafic.



Figure 1-9
Page d'accueil d'OverBlog

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.

TENDANCES **Cocorico !**

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

TENDANCES **Twitter mania**

Les trois quarts des blogueurs utilisent Twitter.

Au niveau sociodémographique :

- deux tiers des blogueurs sont des hommes ;
- 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.

Ainsi, les blogueurs sont ceux qu'on appelle en anglais 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 130 millions de blogs ont été créés dans le monde. Chaque jour, sont créés 100 000 nouveaux blogs et 1,5 millions d'articles publiés.

Évolutions

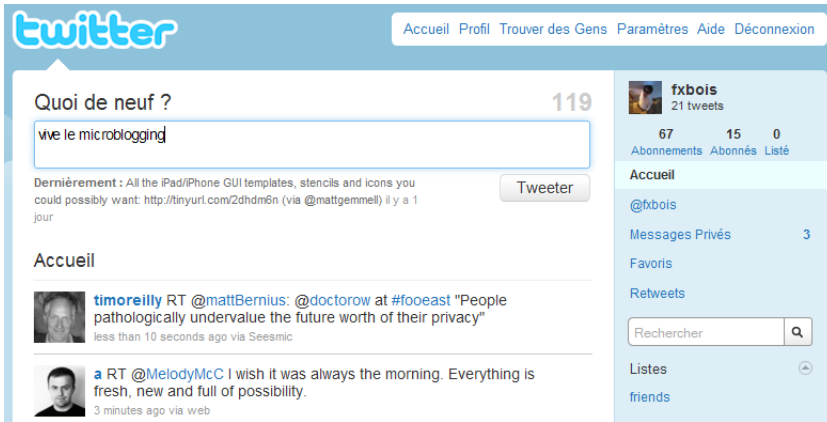
Initiée par les blogs, la publication de contenu grand public a largement évolué ces dernières années. Deux tendances fortes ont émergé : le *microblogging* et les réseaux sociaux.

Leur efficacité réside notamment dans leur caractère « addictif ». Plus de la moitié des membres de Facebook consulte sa 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 en quelques chiffres

110 millions d'utilisateurs. Une croissance de 1500 % sur les trois dernières années. 55 millions de tweets par jour.

Figure 1-10
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.



Figure 1-11
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*).



Figure 1-12
Cliquer sur le hashtag #MayDay déclenche une recherche sur le mot-clef.

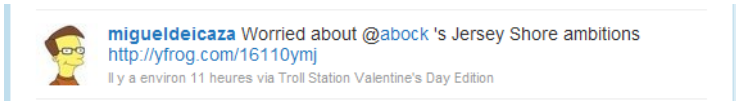


Figure 1-13
Le lien placé sur abock est créé automatiquement, il permet d'accéder à la page de cet utilisateur.

Le succès retentissant du *microblogging* n'a pas laissé indifférent le géant Google. Sa réponse, Google Buzz, vient s'insérer dans l'interface de Gmail en remontant l'activité du réseau d'amis.

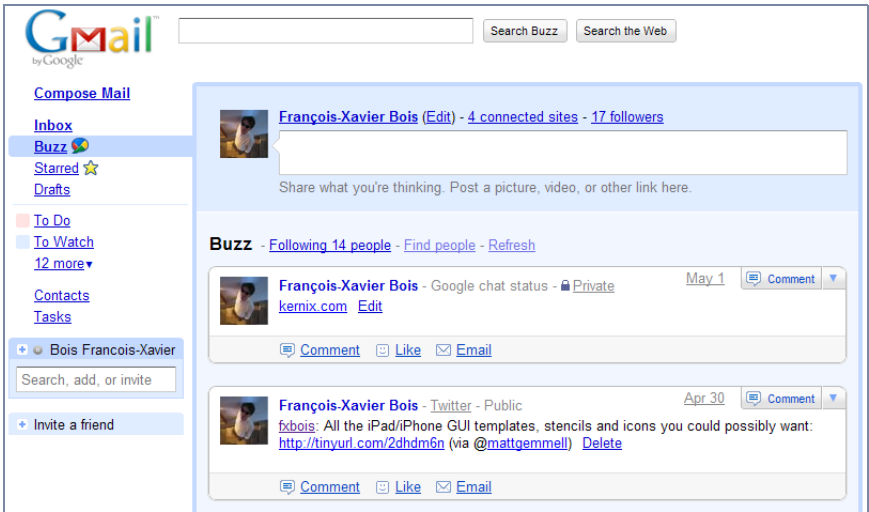


Figure 1-14

L'interface Google Buzz est intégrée à Gmail.



Figure 1-15 Page d'accueil d'identi.ca

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont aujourd'hui les plus grands concurrents des blogs. Les SkyBlogs oubliés, toute la génération *digital native* a vite basculé sur Facebook. Ce réseau propose un grand nombre de fonctionna-

lités 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 de 500 millions 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 aujourd'hui 1,5 millions à disposer d'une Page Facebook. La société Starbucks, par exemple, ne comptabilise pas moins de 7 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-clés, 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/cafelog, 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 1-16 Logo de WordPress

Évolutions majeures

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

/// **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.

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.

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

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).

Forces et faiblesses

Des qualités nombreuses et variées

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.

Un logiciel libre et gratuit

Le logiciel WordPress est 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.

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.

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>

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/>
-

La simplicité d'utilisation

L'espace d'administration a été pensé pour être le plus simple et le plus convivial possible. Écrire un article ne nécessite de renseigner que deux champs (titre, contenu) et de 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>.

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 ;
- 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.

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.

À SUIVRE Optimisation des performances

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

► <http://wordpress.com>

ÉVOLUTION **WordPress MU**

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

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.

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

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 ;
- 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.

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.

Infrastructures solides et scalabilité

WordPress.com héberge plus de 14 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).

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.



Figure 1–17
Le lecteur de vidéos WordPress.com

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.

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.

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.

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.

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.

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 du blogueur de faire évoluer son blog comme il 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, le blogueur 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 principale porte sur l'ergonomie et sur les possibilités d'évolution en termes de thèmes et d'extensions.

► <http://www.movabletype.org>

Figure 1–18

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

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>

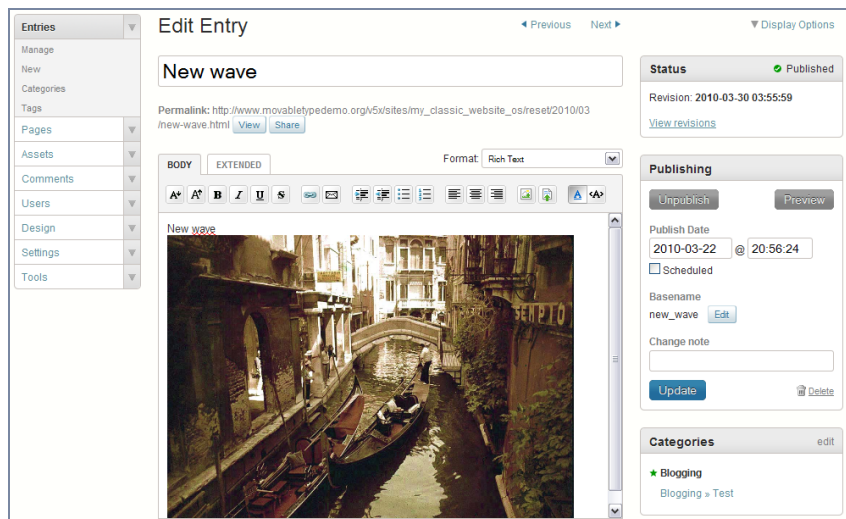
► <http://www.typepad.fr>

► <https://www.blogger.com>

► <http://fr.dotclear.org>

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.



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

Blogger

Bien qu'adossé depuis 2003 au géant du Web Google, Blogger apparaît aujourd'hui légèrement à la traîne. L'interface d'administration est lourde, et l'expérience utilisateur est souvent assez laborieuse.

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

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.

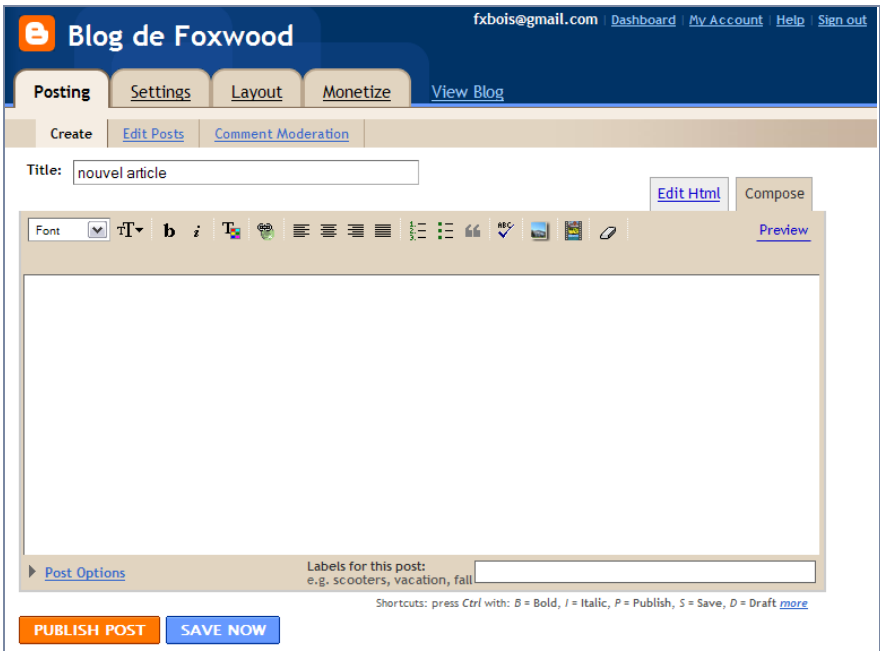


Figure 1–19
Espace d’administration
de la plate-forme Blogger

POUR LA PETITE HISTOIRE Adeptes de Dotclear

Doté d’une équipe de développement et d’une communauté plus res-
treintes, Dotclear manque cependant parfois de dynamisme.

France Télévision, Gandhi ou Free ont fait le choix
de Dotclear pour leurs blogs.

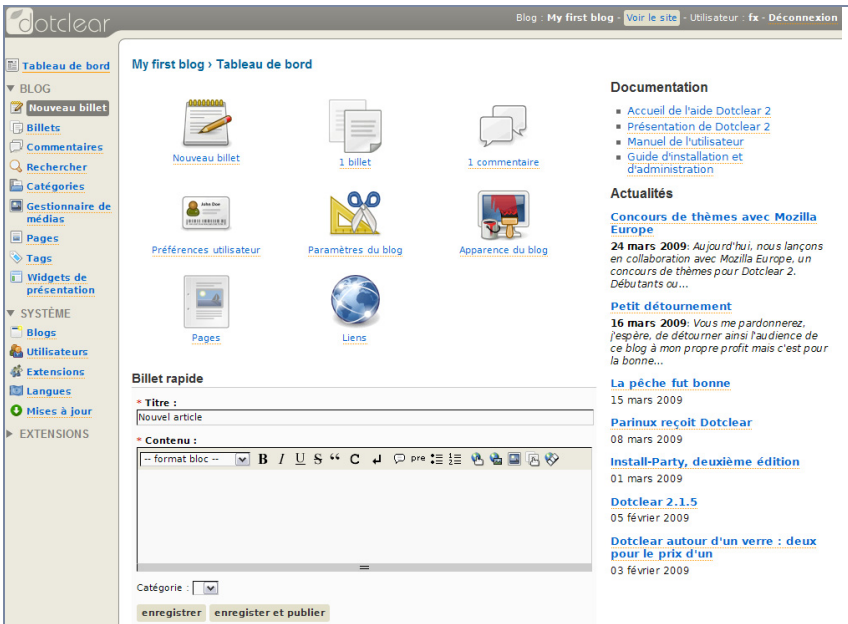


Figure 1–20
Espace d’administration Dotclear

► <http://www.over-blog.com>

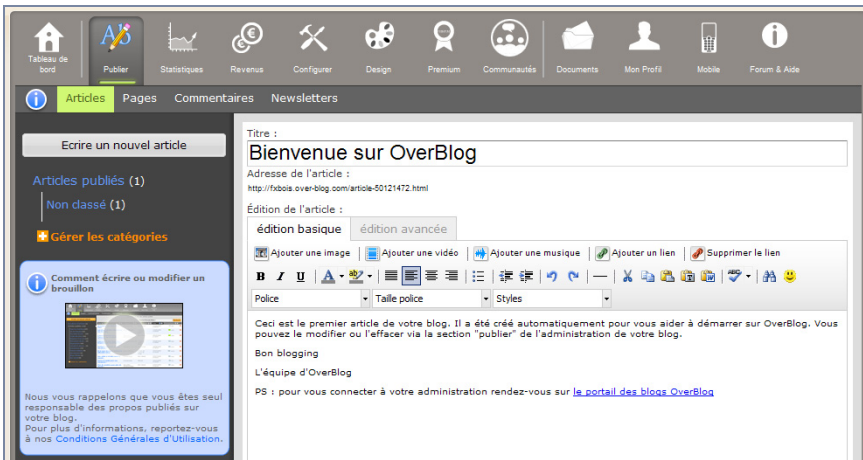
POUR LA PETITE HISTOIRE **TF1**

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

Figure 1–21
Espace d'administration
de la plateforme OverBlog

OverBlog

Plate-forme très connue en France, OverBlog tendait ces dernières années à se rapprocher de plus en plus d'un agrégateur de contenus. Cette tendance s'est confirmée en septembre 2010 avec un rapprochement avec le groupe Wikio.



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>

L'originalité d'OverBlog est de proposer le partage de ses revenus issus de la publicité avec les auteurs des blogs.

Perspectives

L'avenir de WordPress semble radieux. Sa popularité est immense et ce, quel que soient la dimension du blog ou le profil du blogueur (indépendant ou grand groupe international). 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'accélérer 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 en 2010

- 22 millions de téléchargements des sources de WordPress ;
- 70 millions de téléchargements d’extensions et de thèmes ;
- 35 milliards de pages vues (blogs autonomes et plate-forme confondus) ;
- 250 millions de visiteurs par mois (WordPress.com) ;
- 200 millions d’articles publiés (WordPress.com) ;
- 350 000 articles publiés chaque jour (WordPress.com) ;
- 17 000 blogs créés chaque jour (WordPress.com) ;
- 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 Automattic/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.
- After the Deadline (afterthedeathline.com) greffe un correcteur d’orthographe, de style et de grammaire à l’éditeur de texte.

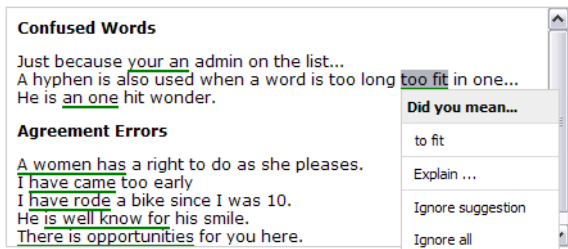


Figure 1–22

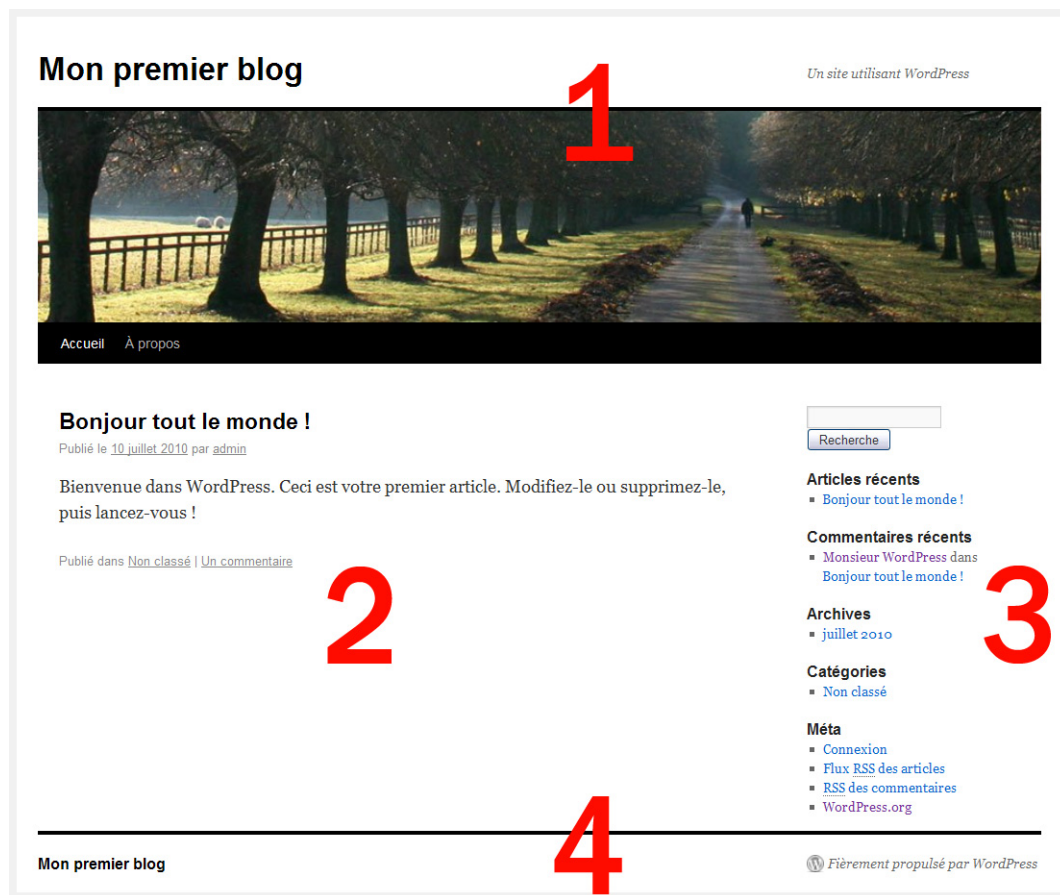
Une suggestion du correcteur After the Deadline

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.

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.

chapitre 2



Anatomie d'un blog

Pour être qualifié de blog, un site web doit respecter un certain nombre de caractéristiques fonctionnelles et structurelles. Leur compréhension permet d'envisager un blog non plus comme une simple liste d'articles, mais comme un véritable système de gestion de contenus socio-collaboratif. Ce chapitre permet de comprendre comment est organisé un blog et de donner un nom aux différents éléments qui composent sa structure.

SOMMAIRE

- ▶ Identifier les différentes composantes d'un blog
- ▶ Naviguer au sein d'un blog
- ▶ Comprendre les flux de syndication

MOTS-CLEFS

- ▶ colonne latérale
- ▶ widget
- ▶ article
- ▶ tag
- ▶ catégorie
- ▶ blogroll
- ▶ syndication
- ▶ flux RSS

Tag, taxonomie (catégories), syndication, maillage, commentaires, tous ces termes liés au Web social sont au cœur des blogs. Passons en revue les différents éléments du blog, depuis l'article et ses commentaires jusqu'aux flux de syndication, sans oublier la navigation, les tags ou les archives.

Structure générale

Un blog est généralement structuré de la manière suivante :

- un bloc d'en-tête ① ;
- deux colonnes ② et ③ ;
- un pied de page ④.

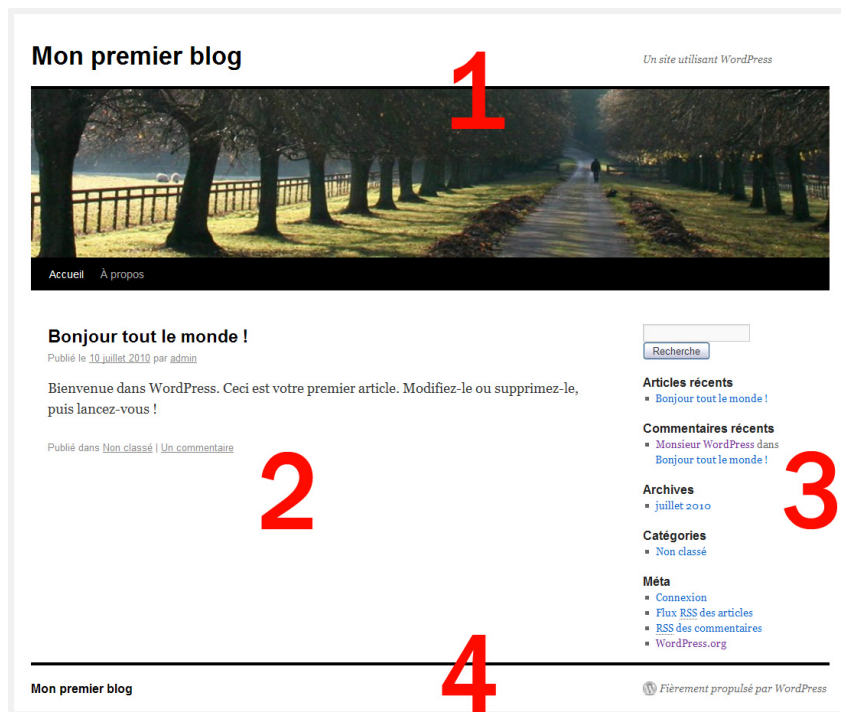


Figure 2-1
Présentation classique d'un blog

L'en-tête ① mentionne le plus souvent le titre du blog, qui est cliquable et permet d'accéder à la page d'accueil. Il accueille également souvent la navigation principale, d'autant plus depuis la version 3 de WordPress, qui propose un gestionnaire de menus de navigation.

La colonne principale, souvent à gauche ② est réservée à l'affichage des contenus : articles, pages, listes de résultats, etc.

Celle de droite ③, appelée colonne latérale ou *sidebar*, est organisée sous forme de sections qu'il est possible de gérer depuis l'espace d'administration.

Enfin, le pied de page ④ accueille généralement des liens et des éléments communs tels qu'une mention de copyright ou une référence au moteur utilisé pour concevoir le blog (WordPress, dans le cas présent).

Les articles

Les articles sont l'ADN du blog, l'élément fondamental qui fera son succès ou sera responsable de son échec. Même si le design a son rôle à jouer pour capter l'attention d'un nouveau lecteur, c'est bien le fond et non la forme qui le fera revenir.

La fréquence de publication, la richesse du contenu, la qualité d'écriture et l'originalité des thèmes abordés sont des caractéristiques liées aux articles qui seront en grande partie responsables de l'intérêt des lecteurs pour le blog.

Le titre

Chaque article dispose d'un titre. Il s'agit de l'élément le plus voyant d'un article. Comme dans l'édition avec les titres de chapitres, les titres des articles peuvent être considérés comme un véritable outil marketing au service de l'auteur. Quoi de mieux en effet que des titres attractifs pour capter l'attention de son futur lecteur ?

Notre époque est plus que jamais celle de l'information. Les téléphones de dernière génération, tels que l'iPhone, deviennent de véritables Web-téléscripteurs personnels qui délivrent un flot ininterrompu d'informations, quels que soient l'heure et le lieu. Se dire qu'un lecteur, dont le temps est précieux, fera l'effort d'aller creuser pour connaître la merveille qui se cache derrière un titre lacunaire est une erreur fondamentale. Titrer un article consacré au dernier iPhone « Un beau joujou ! » est clairement une erreur. Le choix « Les secrets du dernier iPhone 3GS » a beaucoup plus de chance de trouver un public.

Le corps

Un article est généralement composé de plusieurs paragraphes, qui peuvent être enrichis d'éléments multimédias tels que des images ou des vidéos.

À SUIVRE **Référencement**

Le chapitre 10, intitulé « Visibilité et communauté », précise que le titre d'un article est un des éléments clefs du référencement. Par conséquent, il convient également de prendre en compte cette dimension au moment de la rédaction du titre, qui doit comporter l'objet de l'article.

- <http://project.ioni.st>
- <http://tumblr.com>
- <http://identi.ca>
- <http://twitter.com>

Figure 2-2
Le tumblelog Projectionist

Comme tout moyen d'expression, les articles ont subi des mutations. En faisant évoluer leur façon de publier, certains blogueurs ont donné naissance à de nouveaux types de blogs.

Les tumblelogs au royaume de la concision

Les *tumblelogs* correspondent à des blogs dont les articles sont très courts. Le site Projectionist en est un bon exemple. Chaque article est fait d'une seule phrase, d'une image ou d'une vidéo.

La plate-forme Tumblr permet en quelques clics de créer un *tumblelog*. Son interface très simple, depuis l'inscription jusqu'au tableau de bord, ainsi que la qualité de ses thèmes en ont fait une des plates-formes de blogs les plus populaires du moment. Avec sa dimension sociale (boutons *like*, *reblog*...) Tumblr marche également sur les plates-bandes de services de microblogging tels que Twitter ou Identica.

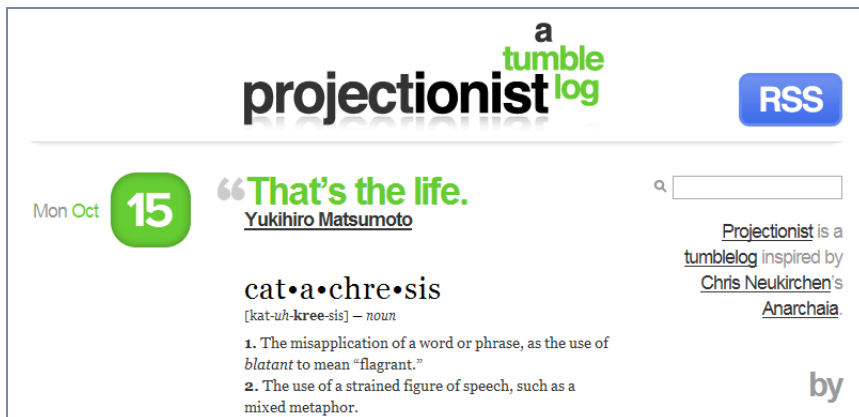
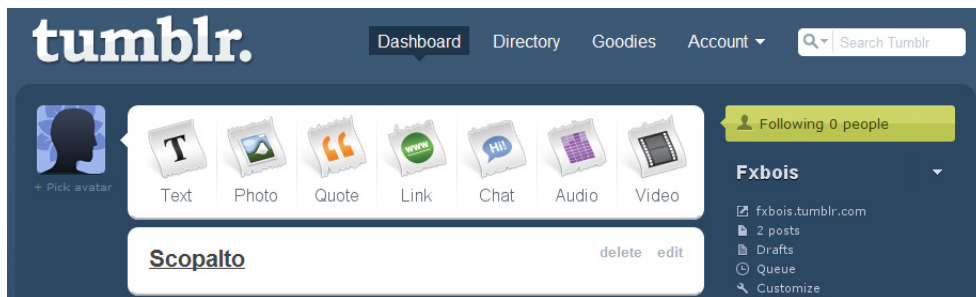


Figure 2-3
Le tableau de bord de Tumblr, aussi simple qu'efficace



Les vlogs pour bloguer en vidéo

Les *vlogs* (vidéoblogs) correspondent quant à eux à des blogs dont les articles sont exclusivement des vidéos. Rocketboom est l'un des plus connus. Les nouveaux smartphones disposant de caméras vidéo devraient remettre au goût du jour cette forme d'expression.

- <http://www.rocketboom.com>

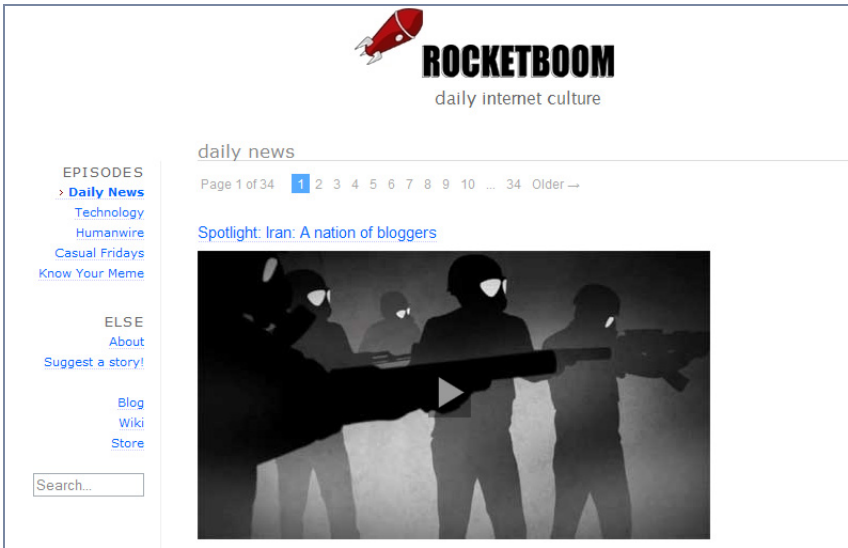


Figure 2–4
Le vlog Rocketboom

Les podcasts, blogs à écouter

En proposant des articles sonores et en respectant une certaine norme au niveau du flux de syndication, un blog prend l'appellation de *podcast*.

Le contenu de l'article est généralement suivi d'une zone proposant un certain nombre de métadonnées : nombre de commentaires, nom de l'auteur, date de publication, catégories et tags associés, outils de partage et permalien.

Les permaliens

Un *permalien* est une URL classique permettant d'accéder directement à la page de l'article. La spécificité de ce lien est qu'il est censé ne pas changer au cours du temps. En utilisant un permalien pour pointer vers un article qu'il souhaite citer, un blogueur ne prend pas le risque de voir son site pollué par un lien mort. Les permaliens assurent la permanence et la cohérence des citations entre différents blogs.

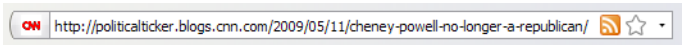


Figure 2–5
Un permalien WordPress

EN PRATIQUE Types de permaliens

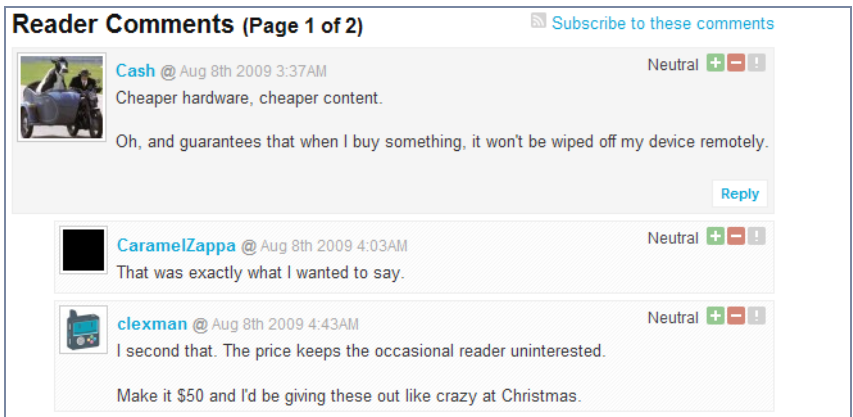
- Movable Type
`http://<utilisateur>.typepad.com/<utilisateur>/<année>/<mois>/<intitulé de l'article>.html`
- Blogger
`http://<utilisateur>.blogspot.com/<année>/<mois>/<intitulé de l'article>.html`
- WordPress
`http://<domaine>/<année>/<mois>/<jour>/<intitulé de l'article>/`

Les commentaires

La plupart des auteurs de blogs autorisent leurs lecteurs à commenter leurs articles. Cette dimension à la fois interactive et collaborative est sans nul doute l'un des facteurs du succès des blogs. Les commentaires permettent de donner un avis, d'ouvrir un débat et d'enrichir un point de vue. Cette fonctionnalité est essentielle pour toute une génération qui ne supporte plus d'être reléguée au seul statut de spectateur vis-à-vis de l'information.

Les commentaires, qui n'apparaissent que dans la vue détaillée, sont listés par ordre chronologique, du plus ancien au plus récent, à l'inverse des articles.

Figure 2-6
Commentaires sur le blog engadget.com

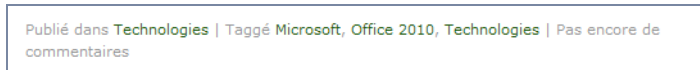


Les listes

La page d'accueil d'un blog dispose les articles en *liste*, triés par ordre chronologique inverse, les derniers publiés apparaissant en premier. Selon le paramétrage choisi par le blogueur, les listes peuvent proposer un résumé de l'article plutôt que l'intégralité de son contenu.

Certaines métadonnées sont affichées sous le contenu : nombre de commentaires, date de publication, nom de l'auteur (lorsque le blog est multiauteur), catégories et tags associés.

Figure 2-7
Métadonnées affichées sous chaque article



En cliquant sur le titre de l'article, l'internaute bascule sur sa vue détaillée. Le contenu apparaît alors dans son intégralité.

La colonne latérale

La colonne latérale est un espace regroupant différentes métadonnées liées au blog. Ces données sont organisées en sections également appelées *widgets*. Les sections les plus courantes sont :

- À propos ;
- Catégories ;
- Archives ;
- Nuage de tags ;
- Blogroll ;
- Accès au flux RSS.

TENDANCES Social bar

L'avènement des réseaux sociaux et des widgets associés tend à faire évoluer la colonne latérale, qui s'élargit de plus en plus et se retrouve souvent divisée en deux. Des blogs très populaires tels que presse-citron.net, loiclemeur.com ou Étreintes digitales (<http://blog.lefigaro.fr/medias/>) ont adopté cette nouvelle présentation. La *sidebar* s'enrichit ainsi d'une *social bar*.



Figure 2-8
Les trois colonnes du blog Étreintes digitales

La section À propos

Le bloc *À propos* est situé en haut de la *sidebar*. Il s'agit d'un bon moyen d'indiquer au lecteur le thème général du blog. Il est également de bon ton que l'auteur se présente et insère sa photo ou un avatar.



Figure 2-9
Section À propos du site presse-citron.net

Les catégories

Chaque article peut être associé à une ou plusieurs *catégories* spécifiques au blog, qui correspondent à des grands thèmes susceptibles de revenir

Figure 2-10
Exemple de section Catégories



Les tags

Les *tags*, aussi appelés *étiquettes*, correspondent à des mots-clefs. Il est possible d'assigner plusieurs tags à un article. Comme nous l'avons vu plus haut, les tags apparaissent souvent en bas de l'article. Cette technique permet de repérer rapidement le sujet général de l'article.

À la différence des catégories, la colonne latérale ne comporte pas une liste exhaustive de *tous* les tags du blog. Une telle liste, potentiellement gigantesque, se révélerait tout à fait inintelligible. Une représentation spéciale des tags les plus populaires est souvent présente dans la colonne latérale : le *nuage de tags* (ou *tagcloud*). Au sein d'un nuage, les tags les plus fréquemment associés aux articles apparaissent en gras et dans un corps plus élevé que les autres.



Figure 2-11
Exemple de nuage de tags classique

À SAVOIR **Pareto**

L'algorithme de Pareto est généralement utilisé pour associer un « poids » à un tag. Cet algorithme permet de niveler les poids et d'éviter ainsi d'afficher un nuage où seuls quelques mots-clefs se différencient des autres.



Figure 2-12
Exemple de nuage de tags plus original
sur le site du gouvernement

Les nuages de tags sont très populaires, car ils permettent d’appréhender en un coup d’œil les sujets évoqués dans un blog. C’est également un moyen de naviguer au sein du blog, la sélection d’un tag permettant de n’afficher que les articles associés à ce tag.

Il est vivement conseillé d’associer systématiquement des tags à un article. Cet « étiquetage » a une réelle valeur à la fois pour le lecteur, pour les moteurs de recherche et pour tous les services qui s’appuient sur les contenus des blogs.

Le blogroll

Le *blogroll* (appelée *blogliste* par les Québécois) correspond à une section de la colonne latérale permettant à l’auteur du blog de lister les différents blogs qu’il apprécie. Cet espace contient aussi bien des blogs « amis » que des blogs traitant de sujets similaires.



Figure 2-13
Blogroll d’Étreintes digitales

Cette fonctionnalité est importante vis-à-vis de la philosophie même du Web, qui tend à faciliter le déplacement d’un internaute d’un site à l’autre. En proposant un *blogroll*, l’auteur ouvre de nouvelles perspectives

CONSEIL Taggez au fur et à mesure

N’attendez pas d’avoir rédigé des dizaines d’articles pour commencer à tagger. Réalisée au fur et à mesure, cette tâche est rapide et naturelle.

PERSPECTIVES Le Web sémantique

L’utilisation des tags est une très bonne chose pour l’avènement du Web sémantique. Associer un tag à un article revient à extraire un concept du contenu. Il s’avère que cette action, naturelle chez l’homme, se révèle difficilement réalisable par un programme informatique. Faire correspondre des articles partageant des tags est une opération infiniment plus simple que de les faire correspondre uniquement sur la base de leur contenu brut.

à son lecteur (notion de partage) et indique quelques-unes de ses sources d'informations (notion de transparence).

ASTUCE Blogroll automatique

Le site [wikio.fr](http://www.wikio.fr) propose un widget permettant de créer un *blogroll* de façon automatique. Ce dernier est composé des blogs que vous citez le plus ou qui vous citent le plus.

```
<a href="http://www.wikio.fr" class="wikio-neighbours">Widget
blogroll par Wikio!</a>
<script type="text/javascript" src="http://widgets.wikio.fr/js/
source/neighbours?style=light&url=URL_DU_BLOG" char set="utf-8">
</script>
```

Les archives

Elles donnent un aperçu dans le temps de la fréquence de publication. Les articles sont regroupés par année et par mois. Ce calendrier est affiché sous forme d'arborescence ou de menu déroulant. Le nombre d'articles publiés au cours d'un mois donné est souvent précisé.

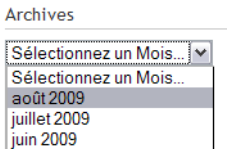


Figure 2-14
Archive sous forme de menu déroulant



Figure 2-15
Archive organisée de manière arborescente

La navigation

Un blog peut, d'une certaine manière, être assimilé à un outil de gestion de contenus, également appelé CMS (*Content Management System*). Certains blogs contiennent plusieurs milliers d'articles. Il est par conséquent essentiel de permettre au lecteur de retrouver et d'accéder facilement à un contenu spécifique.

Un blog propose ainsi plusieurs niveaux de navigation : par pages, par articles, par filtrage des métadonnées ou via un moteur de recherche interne.

Navigation par pages

Ce premier système de navigation apparaît en bas des listes d'articles. Il permet de passer de manière chronologique d'une série d'articles à une autre. Les liens sont généralement intitulés *Page précédente* et *Page suivante*.

BIZARRERIE Sens de la flèche

Est-il plus logique de placer une flèche vers la droite pour dire qu'on remonte dans le temps ? Rien n'est moins sûr...

Navigation par articles

En vue détaillée, un article dispose dans son pied de page des liens *Article précédent* et *Article suivant*. Cette méthode est idéale pour « feuilleter » les derniers articles. WordPress intègre le nom des articles dans les liens *Suivants* et *Précédents*. Les liens peuvent aussi être placés au-dessus de l'article afin de permettre au lecteur de passer un article sans avoir à descendre jusqu'à la fin.

Filtrage par métadonnées

Certaines sections de la colonne latérale permettent de filtrer les articles en fonction de :

- leur date de publication : section *Archives* ;
- leurs catégories associées : section *Catégories* ;
- leurs tags associés : section *Nuage* ou *Tags*.

Moteur de recherche

Le moteur de recherche intégré à WordPress devrait cependant être la méthode privilégiée par les lecteurs pour retrouver un article. Les internautes, habitués à utiliser les moteurs de recherche pour accéder à une information sur le Web, devraient de la même manière adopter ce fonctionnement sur un blog.

Les flux de syndication

Les *flux de syndication* (ou *fils de syndication*) constituent un moyen aussi simple qu'efficace pour un site de partager son contenu. L'indicateur permettant de détecter si un site dispose d'un flux varie d'un navigateur à l'autre.

- Firefox et Chrome placent à droite de la barre de navigation l'icône orange standard des flux de syndication.
- Internet Explorer place cette même icône dans la barre d'onglets. L'icône est grisée si le site ne dispose pas d'un flux associé.
- Safari a, quant à lui, l'étrange d'idée d'utiliser une icône de couleur bleue.

Figure 2–16
Firefox

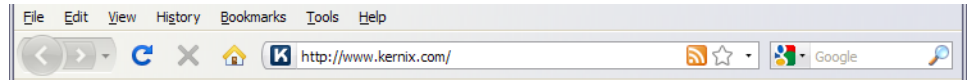


Figure 2–17
Chrome

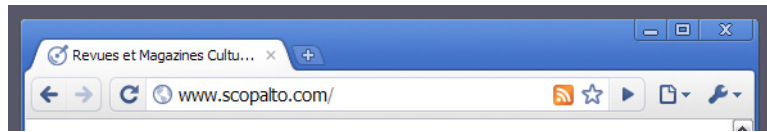
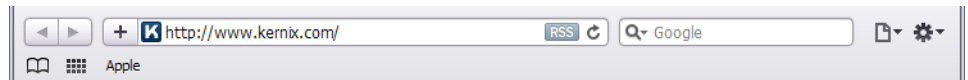


Figure 2–18
Internet Explorer



Figure 2–19
Safari



Responsables en grande partie de la popularité des flux de syndication, les blogs en proposent à peu près systématiquement. Dimension importante d'un blog, il est essentiel de s'attarder sur ce véritable pilier du Web d'aujourd'hui.

Principe général

En proposant un *flux RSS*, un site permet à d'éventuels partenaires d'accéder à une partie de son contenu d'une façon à la fois standard et automatique. À la différence d'une page HTML, où toutes les informations sont mélangées d'un point de vue sémantique (contenu, images, navigation, publicité), le flux RSS permet d'organiser le contenu en isolant chaque élément composant une information ; l'information se retrouve alors « structurée » en respectant un standard.

Une analogie toute simple permet de comprendre la différence entre un contenu brut et un contenu structuré. Une bibliographie écrite dans Word peut être assimilée à du contenu brut. Cette même bibliographie fournie dans un fichier Excel prend alors la forme d'une information structurée.

PRÉCISION De la structure aussi en HTML

En réalité, une page HTML bien construite est elle aussi structurée, même si ses balises indiquaient à l'origine surtout une mise en forme et non un statut et un type d'information. La normalisation W3C, en ayant ensuite séparé la forme du fond avec les CSS (*Cascading Style Sheet*), encourage désormais l'attribution d'une valeur sémantique aux balises, pour plus de structuration. Le flux RSS se distingue alors davantage par la sélection du type d'informations retenues ainsi que par le standard qui définit sa structure.

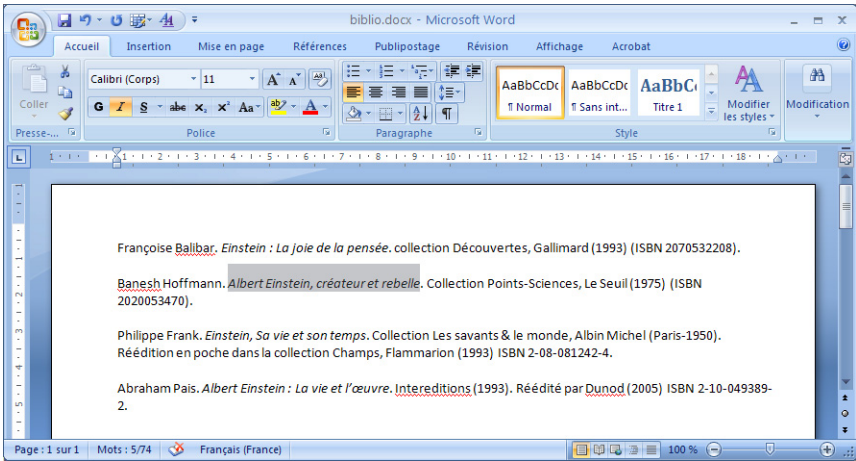


Figure 2-20
Contenu non structuré

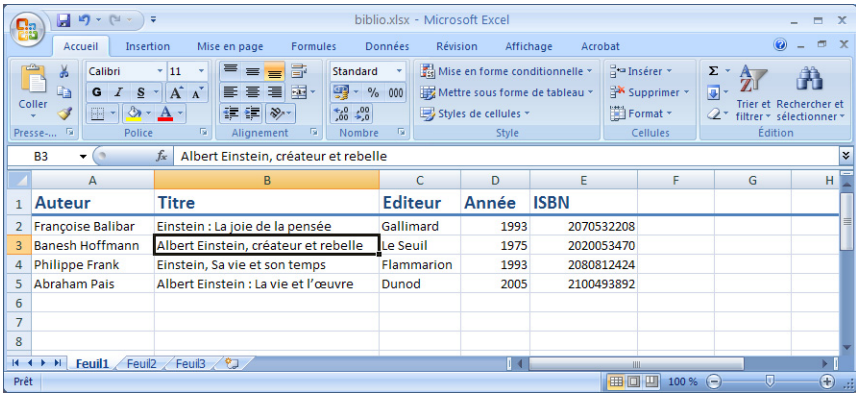


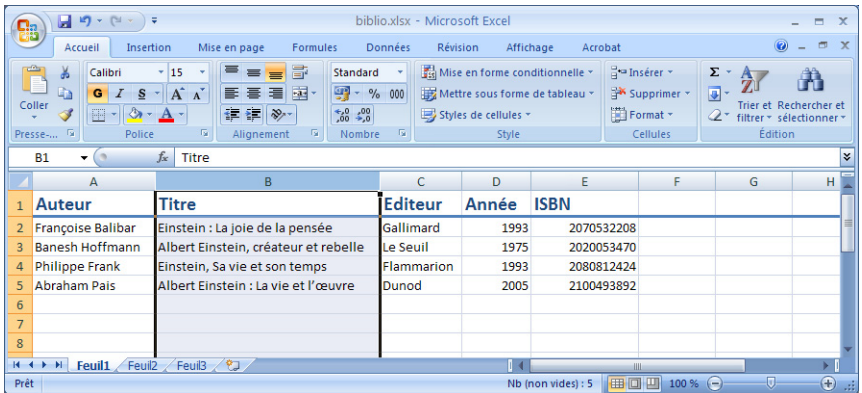
Figure 2-21
Contenu structuré

En ayant accès à un contenu structuré, un partenaire va pouvoir automatiser des opérations à l'aide d'outils informatiques. Un contenu brut imposera quant à lui une intervention humaine, généralement fastidieuse. Dans le cas de notre bibliographie, par exemple, l'extraction de tous les auteurs est extrêmement rapide et simple avec un fichier Excel ; la sélection de la colonne *Auteur* permet d'y parvenir en un seul clic. Sous Word en revanche, un passage en revue scrupuleux de tout le document devient nécessaire afin d'y détecter les zones de texte qui correspondent à des auteurs et essayer ne pas en oublier.

Attention, cependant, à ne pas imaginer qu'un flux RSS correspond à un cheval de Troie qui donnerait accès à l'intégralité du contenu du site. Le créateur du site reste toujours celui qui décide des contenus qu'il désire rendre accessibles par l'intermédiaire de son flux.

► <http://twitervision.com>

Figure 2–22
Sélection d’une colonne

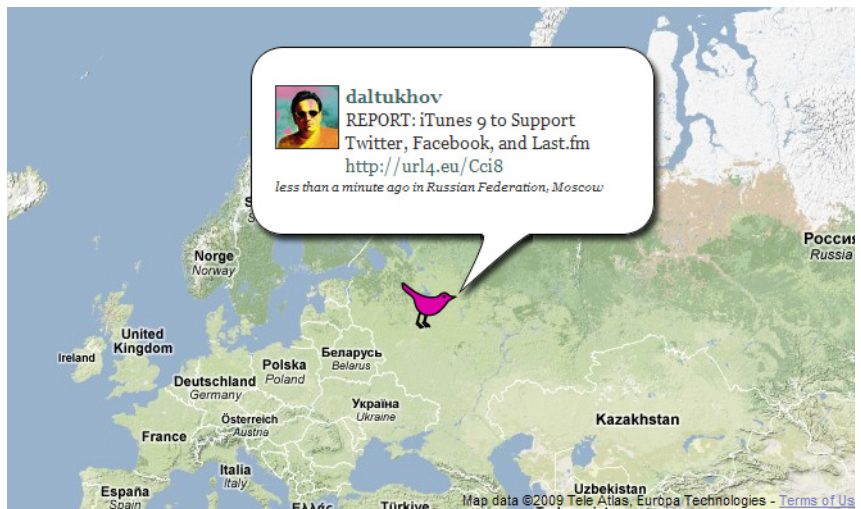


	A	B	C	D	E	F	G	H
	Auteur	Titre	Editeur	Année	ISBN			
1								
2	Françoise Balibar	Einstein : La Joie de la pensée	Gallimard	1993	2070532208			
3	Banesh Hoffmann	Albert Einstein, créateur et rebelle	Le Seuil	1975	2020053470			
4	Philippe Frank	Einstein, Sa vie et son temps	Flammarion	1993	2080812424			
5	Abraham Pais	Albert Einstein : La vie et l'œuvre	Dunod	2005	2100493892			
6								
7								
8								

Le site marmiton.org propose, par exemple, un flux des dernières recettes ajoutées à sa base. L’existence de ce flux peut permettre à un portail consacré à la cuisine de proposer une rubrique *Dernières recettes sur Marmiton*. Cette page afficherait le nom des dernières recettes proposées par le site avec un lien vers la page recette associée. Le portail s’enrichirait ainsi d’une rubrique et marmiton.org gagnerait en visibilité. Ce principe de collaboration entre sites est au cœur du Web actuel.

Certains sites ne doivent d’ailleurs leur existence qu’aux seuls contenus qu’ils glanent et utilisent chez des partenaires. Ces sites composés d’agrégats de contenus et de technologies sont appelés *mashups*. Twitervision en est un bel exemple : son principe est d’afficher en temps réel sur une carte de Google Maps des *tweets* d’auteurs pris au hasard dans le monde entier.

Figure 2–23
Twitervision affiche en temps réel
des tweets du monde entier



Le nombre d'informations contenues dans un flux est également un élément à prendre en compte pour bien comprendre le rôle d'un flux. Un flux n'est en aucun cas là pour être utilisé en tant qu'archive du contenu. Il existe plutôt pour proposer la liste des contenus les plus récents et n'est ainsi généralement composé que d'une dizaine d'éléments.

S'abonner à un flux

Le flux de syndication associé à un blog contient les titres et contenus des derniers articles publiés. En proposant un tel flux, le blogueur offre à ses lecteurs un moyen de s'abonner au blog. Ce système modifie radicalement le rapport entre blog et lecteur. En souscrivant au flux, le lecteur est en effet averti en temps réel et de façon automatique que le blog a été mis à jour et qu'il pourra y trouver un nouvel article. Ce mode de fonctionnement, qualifié de *push*, présente le double avantage d'avertir le lecteur sans être intrusif.

En plus de son rôle d'alerte, le flux permet de consulter les articles sans se rendre sur le blog. Pour y parvenir, le lecteur doit s'abonner au flux du blog à l'aide d'un outil prévu à cet effet. Le grand drame des flux RSS réside justement dans le fait qu'aucun standard n'a pour l'instant émergé en ce qui concerne ce processus d'abonnement. Les novices sont perdus parmi des dizaines de procédures différentes, sans le moindre effort de standardisation en vue.

PERSPECTIVES Le protocole feed

Les navigateurs web savent gérer certains protocoles web par le biais des liens. En cliquant sur le lien ``, par exemple, un navigateur ouvre une fenêtre pour écrire un mail à `bob@domain.com`. En implémentant le protocole `feed`, les navigateurs faciliteraient la vie de l'internaute en ne lui demandant qu'une chose, choisir le logiciel qu'il souhaite utiliser pour s'abonner au flux.

Les agrégateurs de flux

S'abonner à un flux consiste à enregistrer l'adresse du flux dans un outil capable de le lire. Un lecteur de flux porte le nom d'*agrégateur*. Les agrégateurs peuvent être classés en quatre grandes familles.

- Les clients de messagerie sont désormais tous en mesure de lire un flux RSS : les trois principaux, Microsoft Outlook, Mozilla Thunderbird et Apple Mail, disposent de cette fonctionnalité.

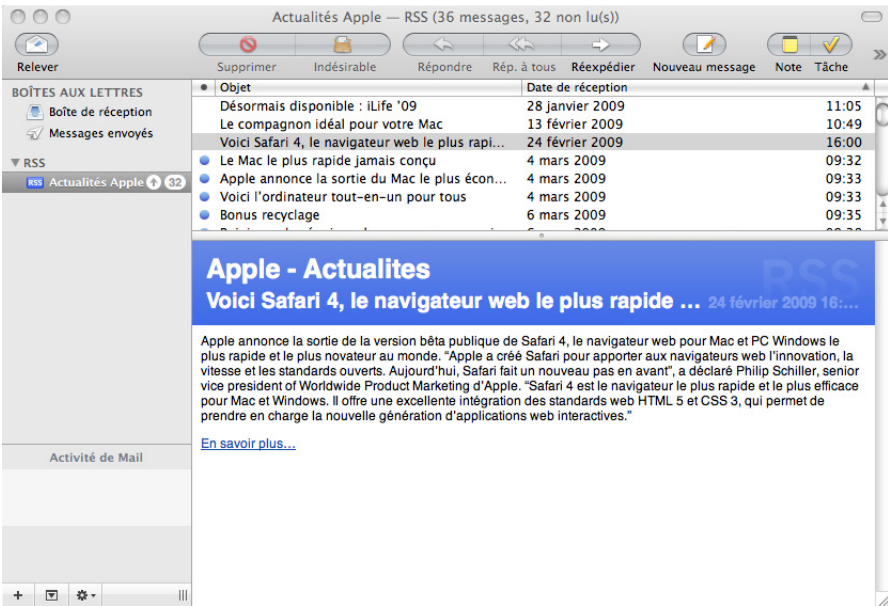


Figure 2–24
Apple Mail

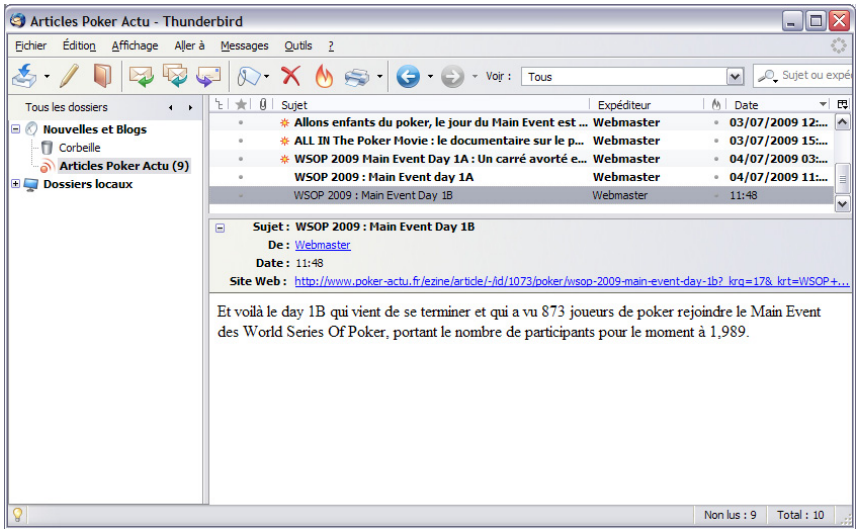


Figure 2–25
Thunderbird

- <http://netnewswireapp.com>
- <http://feeddemon.com>

À SAVOIR Application mobile

Une application telle que Reeder permet de consulter ses flux RSS depuis son iPhone.

- Des outils spécifiques offrent pour seule fonction la souscription aux flux RSS et leur lecture : NetNewsWire et FeedDemon sont les deux leaders sur le marché, le premier fonctionnant sous Mac OS X et le second, sous Windows.

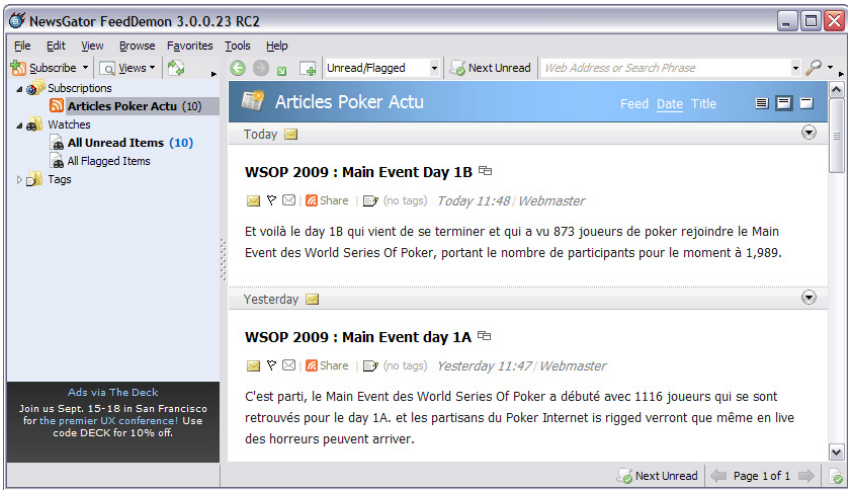


Figure 2–26
NewsGator Feed Demon

- Les pages d'accueil personnalisées, telles que iGoogle, My Yahoo!, Pageflakes ou Netvibes, proposent un lecteur de flux parmi leurs widgets.

- ▶ <http://www.google.com/ig>
- ▶ <http://my.yahoo.com>
- ▶ <http://pageflakes.com>
- ▶ <http://netvibes.com>

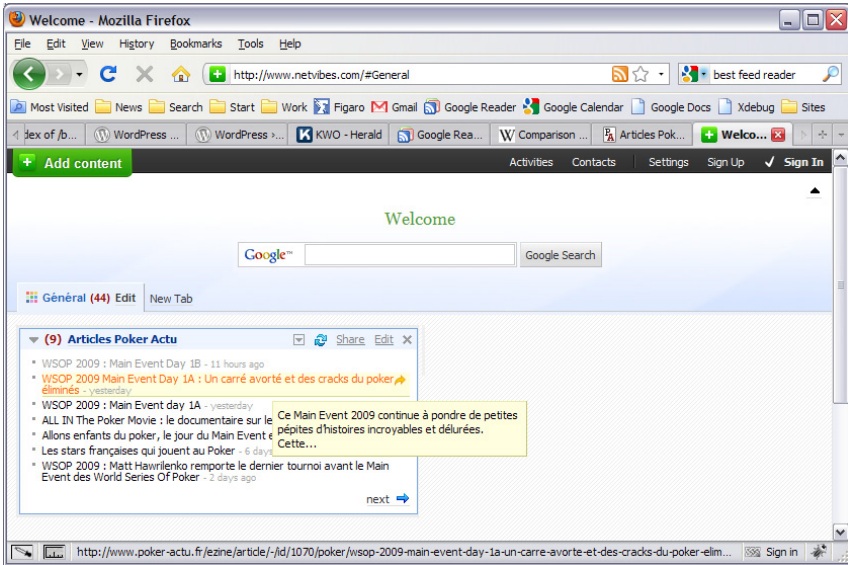


Figure 2–27
Netvibes

- ▶ <http://google.com/reader>

CONSEIL Sauvegarder ses flux

Constituer une liste de flux liés à ses centres d'intérêt est une tâche assez longue. Une sauvegarde régulière est par conséquent vivement conseillée. Google Reader permet de la réaliser en passant par le menu *Paramètres>Importer/Exporter>Exporter*. Le format du fichier de sauvegarde est l'OPML (*Outline Processor Markup Language*), prévu précisément pour des échanges de listes de flux.

- Enfin, les agrégateurs en ligne tels que Bloglines, aujourd'hui disparu, ou Google Reader. Ce dernier est d'ailleurs ce qui se fait de mieux, toutes familles confondues. En plus de disposer d'une ergonomie très aboutie, il a l'avantage, de part sa nature en ligne, d'être consultable aussi bien avec un ordinateur qu'avec un smartphone.

Procédure d'abonnement

Google Reader va nous permettre d'illustrer une phase complète de souscription à un flux RSS. La première étape consiste à vous rendre sur le site dont le flux vous intéresse. Si l'icône orange est bien présente, cliquez dessus pour accéder au flux.



Figure 2–28
Le site www.kernix.com dispose bien d'un flux RSS.

On obtient un affichage brut du flux. Chaque navigateur affiche ce type de page à sa manière.

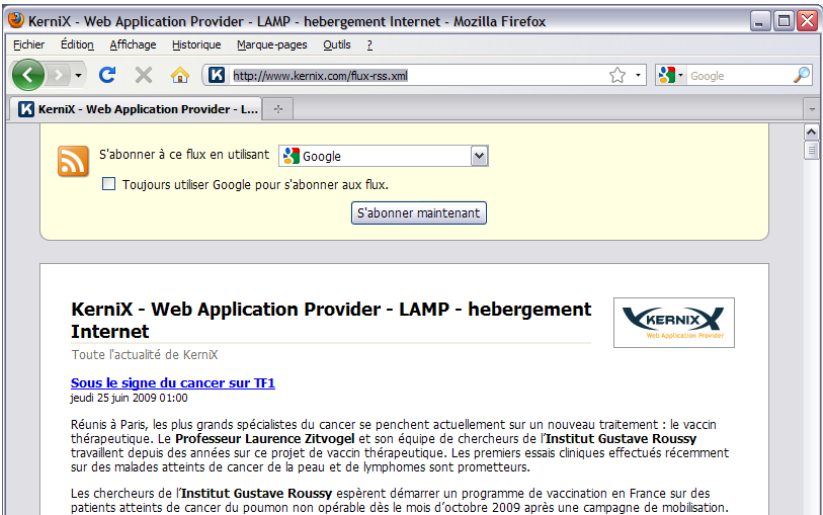


Figure 2–29
Affichage brut d'un flux RSS sous Firefox

L'URL dans la barre de navigation représente l'adresse du flux. L'étape suivante consiste à se rendre sur le site reader.google.com et à s'authentifier. L'URL du flux peut alors être indiquée en cliquant sur le bouton *Ajouter un abonnement*.

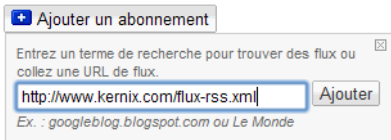


Figure 2-30
Ajouter un flux RSS

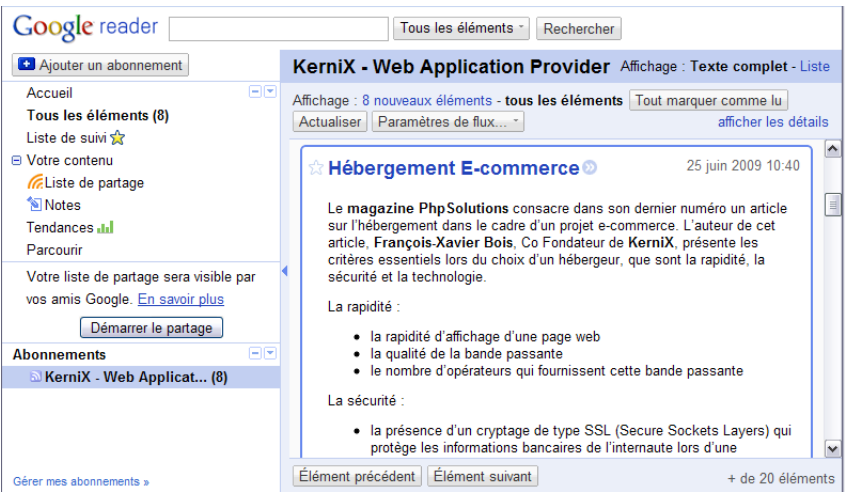


Figure 2-31
Consultation du flux

Ce mode de fonctionnement assez laborieux a l'avantage de bien séparer les différentes étapes.

- 1 Sélection du site.
- 2 Sélection du flux.
- 3 Ouverture de l'agrégateur.
- 4 Ajout du flux dans l'agrégateur.



Figure 2-32
Menu permettant de souscrire à un flux

ASTUCE Firefox

Le navigateur Firefox permet d'aller beaucoup plus vite. La page de visualisation du flux dispose en effet d'un menu déroulant proposant certains agrégateurs par défaut. La sélection de l'option Google fait basculer sur une page permettant de sélectionner le service Google souhaité : Google Reader ou iGoogle.

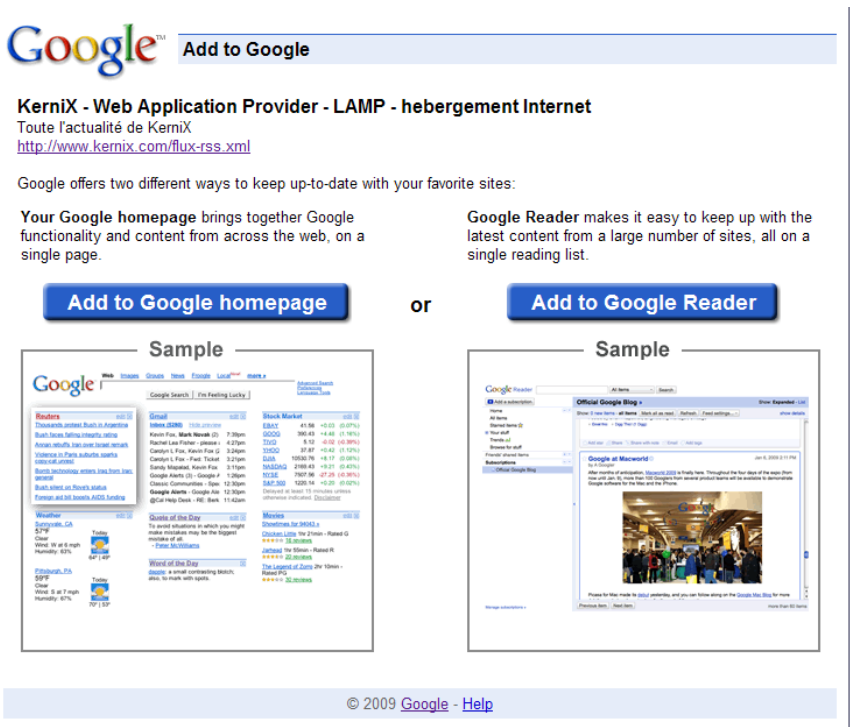


Figure 2-33
Google Reader et iGoogle permettent de s'abonner à un flux.

Les formats des flux

Un flux de syndication correspond à un fichier XML. Reposant sur un langage de balises, le langage XML est à la source de la plupart des grandes révolutions de l'informatique de ces dernières années. Il permet de structurer l'information de manière standardisée. Un fichier XML représentant un livre pourrait avoir la représentation suivante :

Exemple de fichier XML

```
<livre>
  <titre>Le Capitaine Fracasse</titre>
  <auteur>Théophile Gautier</auteur>
  <chapitres>
    <chapitre>Le château de la misère</chapitre>
    <chapitre>La chariot de Thespis</chapitre>
  </chapitres>
</livre>
```

Chaque information est isolée entre des balises qui lui sont propres. Ainsi, un logiciel peut très facilement accéder à une donnée particulière (par exemple, l'auteur).

Le fait de choisir les noms de balises et leur agencement définit un *format* : RSS ou Atom, principalement.

RSS

Le format de flux de syndication le plus populaire est le format RSS. Un fichier RSS est organisé de la manière suivante : une balise `<rss>` contient une balise `<channel>` qui englobe, quant à elle, à la fois les métadonnées et les articles (`<items>`).

Les métadonnées obligatoires sont au nombre de trois :

- le titre du flux : `<title>` ;
- la description : `<description>` ;
- l'URL du site auquel est attaché le flux : `<link>`.

Chaque article `<item>` peut notamment disposer d'un titre `<titre>`, d'une description `<description>`, d'un lien `<link>`, d'une date de publication `<pubDate>` et d'un numéro identifiant unique `<guid>`.

Exemple de flux RSS

```
<?xml version="1.0"?>
<rss version="2.0">
  <channel>
    <title>Mon blog</title>
    <link>http://monblog.com</link>
    <description>Le super blog de JP.</description>
    <pubDate>Fri, 10 Jul 2009 04:00:00 GMT</pubDate>
    <item>
      <title> Mon deuxième article</title>
      <link>http://monblog.com/2009/09/deuxieme-article</link>
      <description> Mon deuxième article. </description>
      <pubDate>Thu, 09 Jun 2000 09:39:21 GMT</pubDate>
      <guid>3843-00a5</guid>
    </item>
    <item>
      <title>Mon premier article</title>
      <link>http://monblog.com/2009/01/premier-article</link>
      <description>Début dans la blogosphère.</description>
      <pubDate>Tue, 01 Jun 2009 21:34:51 GMT</pubDate>
      <guid>046d-ca18</guid>
    </item>
  </channel>
</rss>
```

VOCABULAIRE Abus de langage

Le format RSS est si populaire qu'il est souvent utilisé de manière générique pour qualifier un flux de syndication. Il s'agit d'un abus de langage.

Quant à la signification du sigle RSS, elle a évolué en même temps que le format : de *Rich Site Summary* (RSS 0.91) et *RDF Site Summary* (RSS 0.90 et 1.0), elle est désormais devenue *Really Simple Syndication* (RSS 2.0).

ASTUCE Afficher les sources

Les navigateurs permettent d'afficher les sources d'un flux RSS. Avec Firefox, cliquez sur l'icône d'un flux et utilisez le menu [Afficher>Code source de la page](#).

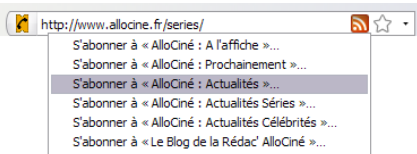


Figure 2–35 Plusieurs flux sont proposés en cliquant sur l'icône orange.

Figure 2–34 Source d'un flux RSS



Pour indiquer qu'il dispose d'un flux associé, un site doit ajouter une balise `<link>` spécifique dans son en-tête (`<head>`). La balise `<link>` dispose d'au minimum trois attributs :

```
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" href="/flux-rss.xml" />
```

L'adresse du flux est précisée par l'attribut `href`.

Un attribut `title` peut également être précisé pour décrire le flux. Il devient indispensable lorsque le site propose plusieurs flux. Les titres apparaissent alors au moment où on clique sur l'icône RSS de la barre de navigation pour sélectionner le flux souhaité.

Figure 2–36 Source HTML de l'en-tête de la page



Atom

Le format RSS n'est pas le seul format de flux d'agrégation. Le format Atom est également assez répandu sur le Web. Sa structure est assez proche de celle du RSS.

Flux Atom

```
<?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
<feed xmlns="http://www.w3.org/2005/Atom">
  <id>http://www.example.org/myfeed</id>
  <title>My Simple Feed</title>
  <updated>2005-07-15T12:00:00Z</updated>
  <link href="/blog" />
  <link rel="self" href="/myfeed" />
  <entry>
    <id>http://www.example.org/entries/1</id>
    <title>A simple blog entry</title>
    <link href="/blog/2005/07/1" />
    <updated>2005-07-15T12:00:00Z</updated>
    <summary>This is a simple blog entry</summary>
  </entry>
  <entry>
    <id>http://www.example.org/entries/2</id>
    <title />
    <link href="/blog/2005/07/2" />
    <updated>2005-07-15T12:00:00Z</updated>
    <summary>This is simple blog entry without a title</summary>
  </entry>
</feed>
```

Un blog peut proposer son flux dans les deux formats (Atom et RSS), en incluant deux éléments `<link>` dans l'en-tête de la page, avec des attributs `type` différents.

Mise à disposition de deux flux : RSS et Atom

```
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" href="/flux-
rss.xml" title="Flux au format RSS" />
<link rel="alternate" type="application/atom+xml" href="/flux-
atom.xml" title="Flux au format ATOM" />
```

Podcasts

Le langage XML rend l'évolution des formats extrêmement facile. Le format RSS peut ainsi être étendu de manière à ajouter un fichier son à chaque élément `<item>`. Le flux porte alors le nom de *podcast* et peut être directement lu avec le logiciel iTunes.

Podcast

```
<item>
  <title>BFM : Atelier Numérique - 01/08</title>
  <enclosure url="http://podcast.bfmradio.fr/channel9/
20090801_atelier16h_bfm.mp3"
              length="23120005" type="audio/mpeg" />
  <guid>http://podcast.bfmradio.fr/channel9/
20090801_atelier16h_bfm.mp3</guid>
  <pubDate> Sat, 01 Aug 2009 12:00:00 GMT</pubDate>
</item>
```

Toutes les radios proposent désormais les podcasts de leurs émissions sur leur site. Les auditeurs peuvent ainsi écouter ou réécouter l'émission quand bon leur semble.

Figure 2-37
Podcast Atelier Numérique

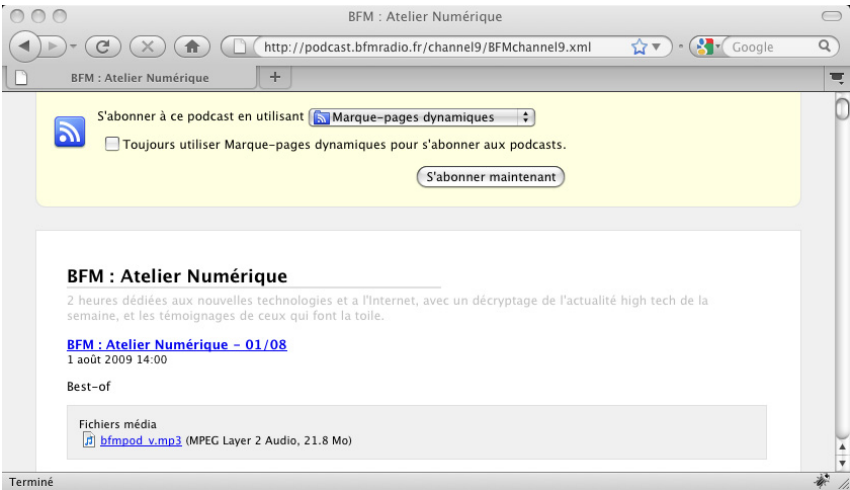
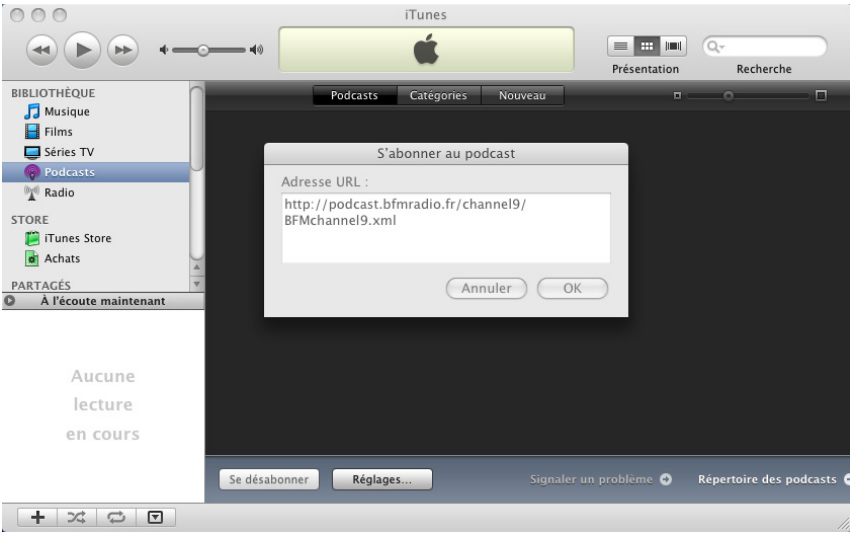


Figure 2-38
Ajout d'un podcast dans iTunes



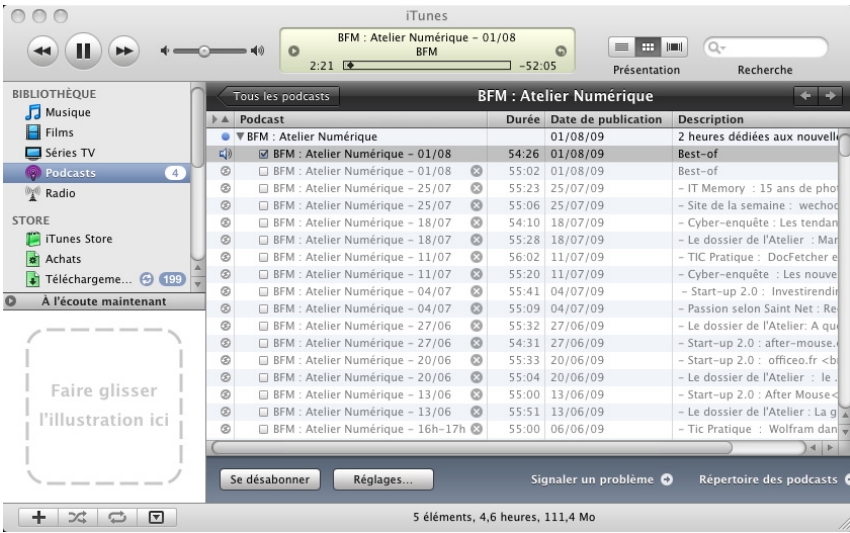


Figure 2–39
Affichage du podcast dans iTunes

Google Reader permet également d’agréger des flux de type podcast. Chaque article dispose alors d’un lecteur audio pour écouter l’émission sans quitter le navigateur.

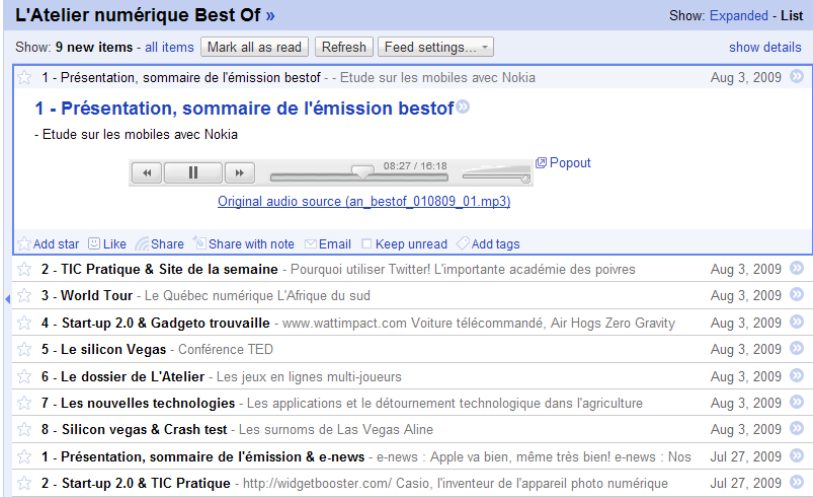


Figure 2–40
Affichage d’un podcast dans Google Reader

chapitre 3



Quel succès !

WordPress est installé. Vous attendiez-vous à d'autres étapes ? Désolé de vous décevoir ;-)

Identifiant	admin
Mot de passe	<i>Le mot de passe que vous avez choisi.</i>

Se connecter

Créer son blog

Deux méthodes permettent de créer un blog WordPress : la plus simple consiste à passer par la plate-forme WordPress.com, tandis que la seconde, plus souple mais plus technique, demande l'installation du moteur WordPress sur son ordinateur ou chez un hébergeur.

SOMMAIRE

- ▶ Créer un blog sur WordPress.com
- ▶ Installer son blog chez un hébergeur
- ▶ Héberger un blog sur son poste de travail

MOTS-CLEFS

- ▶ PHP
- ▶ base de données
- ▶ MySQL
- ▶ serveur web
- ▶ Apache
- ▶ hébergement
- ▶ FTP

► <http://fr.wordpress.com>

ATTENTION **Juste un identifiant**

Veillez à ne pas sélectionner l'option *Juste un identifiant, s'il vous plaît*, vous n'obtiendrez en effet aucun blog suite à votre inscription !

Figure 3-1
Formulaire d'inscription à WordPress.com

Figure 3-2
Le mot de passe doit être suffisamment complexe pour faire passer la jauge du rouge (bad) au vert (good).

Créer un blog sur WordPress.com

La création d'un blog sur WordPress.com est un véritable jeu d'enfants et ne nécessite que quelques minutes.

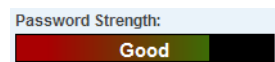
- 1 Le bouton *Inscrivez-vous* présent sur la page d'accueil de fr.wordpress.com permet d'accéder à un premier formulaire qui invite à renseigner différentes informations sur le blogueur.

Obtenez votre compte WordPress.com en quelques secondes

Remplissez ce formulaire "one-step" et bloguez quelques secondes après!

Identifiant	<input type="text"/>
	<small>(Must be at least 4 characters, letters and numbers only.)</small>
Mot de passe	<input type="password"/>
Confirmer	<input type="password"/>
	<small>Utilisez des lettres majuscules et minuscules, des nombres et des symboles comme /'£\$%^&() dans votre mot de passe.</small>
Courriel	<input type="text"/>
	<small>(Nous envoyons d'importantes notifications à cette adresse, veuillez donc à vérifier à trois fois.)</small>
Termes du contrat	<input type="checkbox"/> I have read and agree to the fascinating terms of service .
	<input checked="" type="radio"/> Gimme a blog! (Like username.wordpress.com)
	<input type="radio"/> Juste un identifiant, s'il vous plaît.
<input type="button" value="Suivant"/>	

Le mot de passe ne doit pas être trop simple. L'inclusion d'un chiffre permet généralement de faire passer la jauge de complexité dans le « vert ».



- 2 L'étape suivante permet d'indiquer certains renseignements sur le futur blog.

Domaine du blog

.wordpress.com

(Your address will be domain.wordpress.com. It must be at least 4 characters, letters and numbers only. It cannot be changed so choose carefully!)You may later choose to use your own domain name, such as myblog.com, through our domain mapping upgrade.

Titre du blog

Le titre du blog peut être changé à n'importe quel moment.

Langue

Dans quelle langue bloguerez-vous principalement?

fr - Français

Vie privée

☒ Je veux voir apparaître mon blog dans les moteurs de recherche comme Google et Technorati, ainsi que les listes publiques ayant trait à WordPress.com.

S'inscrire

- Le premier champ correspond au nom de domaine qui sera associé au blog, à condition qu'il ne soit pas déjà utilisé. En renseignant **toto**, le blog aura l'adresse <http://toto.wordpress.com>. Il est vivement conseillé de n'utiliser que des lettres non accentuées et des chiffres afin d'éviter tout problème par la suite. Attention également à choisir un nom de domaine qui vous convienne vraiment. Il est en effet impossible de modifier cette valeur une fois le blog créé.
- La case *Vie privée* doit être décochée dans le cas où le blog doit rester privé.
- La dernière étape rappelle au blogueur de se rendre sur sa messagerie afin d'y trouver un e-mail de confirmation d'ouverture de compte. Celui-ci contient un lien pour confirmer que l'adresse renseignée au moment de l'inscription est bien valide.

Allez vérifier vos courriels pour terminer votre inscription.

Un courriel a été envoyé à **@yahoo.com** pour activer votre compte. Vérifiez votre boîte courriel et cliquez sur le lien se trouvant dans le message. Il devrait arriver dans les 30 minutes. Si vous n'activez pas votre compte dans les 2 jours, vous devrez vous inscrire à nouveau.

Mettez à jour votre profil !

Vous n'avez pas encore reçu votre e-mail d'activation. Profitez-en pour mettre à jour votre profil utilisateur en attendant...

Prénom :

Nom de famille :

A propos de vous :

Figure 3–3
Renseignements sur le blog

ASTUCE Modification de sous-domaine

Dans le cas où vous souhaiteriez absolument modifier le nom de domaine du blog, la seule solution envisageable serait la suivante : réaliser un export complet du blog et importer cet export dans un nouveau blog qui disposerait du nom de domaine souhaité.

ATTENTION Spam

Vérifiez la boîte de spams de votre client e-mail si le message de WordPress.com n'est pas arrivé au bout de cinq minutes.

Figure 3–4
Confirmation de création

À RETENIR Plate-forme multiblog

Une fois inscrit sur WordPress.com, le blogueur peut créer autant de blogs qu'il le souhaite. Il s'agit là de la raison d'être de la version MU de WordPress. Il est donc inutile de créer de nouveaux identifiants pour obtenir un nouveau blog.

Figure 3-5
Zone d'authentification



Installer une version autonome de WordPress

La procédure d'installation de WordPress est la même sur un poste de travail ou chez un hébergeur. Les environnements ont en revanche chacun leurs prérequis spécifiques qu'il convient d'avoir à l'esprit avant de se lancer dans l'installation.

Technologies requises

WordPress fonctionne au moyen des composants suivants :

- PHP en version supérieure ou égale à 4.3 ;
- MySQL en version supérieure ou égale à 4.1.2 ;
- Apache avec le module mod_rewrite.

Installer WordPress chez un hébergeur

Tout blogueur souhaitant un peu d'autonomie aura intérêt à héberger son blog WordPress chez un hébergeur. Comparée à la plate-forme WordPress.com, cette solution lui assure une liberté totale vis-à-vis de l'installation des thèmes et des extensions.

Comment choisir son hébergeur ?

Un certain nombre de points doivent absolument être validés avec l'hébergeur avant de signer le contrat.

- Les versions d'Apache, PHP et MySQL doivent être compatibles avec les prérequis technologiques listés ci-avant.
- La réécriture d'URL (mod_rewrite d'Apache) et la gestion des fichiers `.htaccess` doivent être acceptées.
- La compression de données via le module mod_deflate d'Apache doit être disponible.

- Un accès à l'outil phpMyAdmin doit être fourni.
- Le module PHP APC doit pouvoir être installé.
- Les fichiers journaux (*logs*) du serveur web doivent être conservés pendant une période d'au moins un an pour être en conformité avec la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN).
- La sauvegarde quotidienne de toutes les données (fichiers et bases de données) doit être assurée.

Il peut être également intéressant :

- de vérifier la qualité de la bande passante en allant surfer sur des sites hébergés par l'hébergeur ;
- de contrôler que l'hébergeur a des connaissances dans les domaines de PHP et MySQL pour qu'il puisse, en cas de gros soucis, apporter aide et conseils.

Informations transmises par l'hébergeur

Suite à l'ouverture du compte, l'hébergeur envoie au client différentes informations nécessaires pour mener à bien l'installation de WordPress, notamment des informations relatives au serveur FTP :

- l'adresse du serveur ;
- l'identifiant ;
- le mot de passe.

Les informations relatives à la base de données sont également nécessaires :

- l'adresse du serveur MySQL ;
- l'identifiant MySQL ;
- le mot de passe MySQL ;
- le nom de la base de données ;
- l'URL d'accès à l'outil phpMyAdmin.

Vérifications concernant les permissions

L'installation de WordPress est un processus qui ne prend généralement pas plus de cinq minutes. Les principales sources d'erreurs sont liées à des problématiques de permissions. De nombreuses documentations en ligne proposent des solutions radicales consistant à modifier l'intégralité des permissions des fichiers du répertoire d'installation (passage des permissions en 777). De telles pratiques sont en réalité très dangereuses et doivent absolument être évitées.

FTP

FTP (*File Transfer Protocol*) est le protocole qui permet d'envoyer des fichiers sur le serveur.

BASE DE DONNÉES phpMyAdmin

phpMyAdmin permet de gérer en ligne tous les aspects de la base de données : création de tables, insertion et suppression de données, etc.

À SAVOIR Nom de domaine

En général, c'est l'hébergeur qui est en charge de l'association d'un domaine à un blog.

À SAVOIR Permissions Unix

Le système de permission sous Unix permet de préciser les droits d'accès aux fichiers. Il est ainsi possible d'indiquer pour chaque fichier si ce dernier est accessible en lecture (*r*), en écriture (*w*), et/ou en exécution (*x*). Ces droits d'accès peuvent être précisés pour le propriétaire du fichier (*o*), pour les utilisateurs faisant partie du même groupe que le propriétaire (*g*) et enfin pour tous les autres utilisateurs (*u*). Les trois chiffres représentant une permission correspondent à une représentation binaire de ces droits. La permission 777 (*rwXrwXrwX*) signifie que tous les utilisateurs peuvent avoir accès en lecture/écriture et exécution.

TECHNOLOGIES WEB Administration de serveur

Dans le cadre d'un hébergement dédié, l'hébergeur peut faire en sorte que les fichiers transférés en FTP aient les mêmes permissions que celles du serveur web (avec les directives `User` et `Group` dans le cadre d'Apache). Considéré pendant longtemps comme un luxe, un hébergement dédié est désormais tout à fait accessible en termes de budget et apporte un confort d'utilisation sans commune mesure avec un hébergement mutualisé. Dans le cas d'un hébergement mutualisé (plusieurs sites partagent un serveur), l'hébergeur peut utiliser des technologies telles que suPHP, la combinaison FastCGI/SuEXEC ou le module Apache mpm-itk. Ces technologies permettent d'associer un utilisateur spécifique à chaque site hébergé sur le serveur (via les VirtualHost).

La source des problèmes vient du fait que les permissions HTTP et FTP ne sont pas compatibles. Pour schématiser, lorsque le blogueur envoie un fichier avec un client FTP, ce fichier appartient à un utilisateur U1, et lorsqu'un fichier est transféré en passant par l'interface web de WordPress (pour envoyer une image, installer une extension ou mettre à jour le fichier `.htaccess`), le fichier appartient à un utilisateur U2. Or U2 ne peut écrire sur les fichiers qui appartiennent à U1, et inversement.

Il convient par conséquent, avant de procéder à l'installation de WordPress, de s'assurer que l'hébergeur a mis en place un environnement adéquat.

Téléchargement des sources

Le moteur WordPress est disponible gratuitement sur le site fr.wordpress.org. Cette version est la même qu'il s'agisse d'une installation chez un hébergeur ou sur un poste de travail individuel.



Figure 3–6

Zone de téléchargement du logiciel WordPress

IL ÉTAIT UNE FOIS Archéologie

Les anciennes versions de WordPress peuvent être téléchargées sur la page :

► <http://wordpress.org/download/release-archive/>

La plus ancienne version disponible est la 0.71.

Une fois téléchargée, l'archive doit être décompressée pour obtenir un répertoire nommé `wordpress` qui contient les sources du moteur. Le format `.zip` est désormais géré de façon native sur la plupart des systèmes d'exploitation modernes. Sous Mac OS X, un simple double-clic sur l'archive permet d'extraire le répertoire `wordpress`. Ce même répertoire peut être obtenu sous Windows en double-cliquant sur l'archive et en extrayant le répertoire `wordpress` à l'aide d'un glisser-déposer, d'un copier-coller ou du lien *Extraire tous les fichiers* situé sur la gauche.

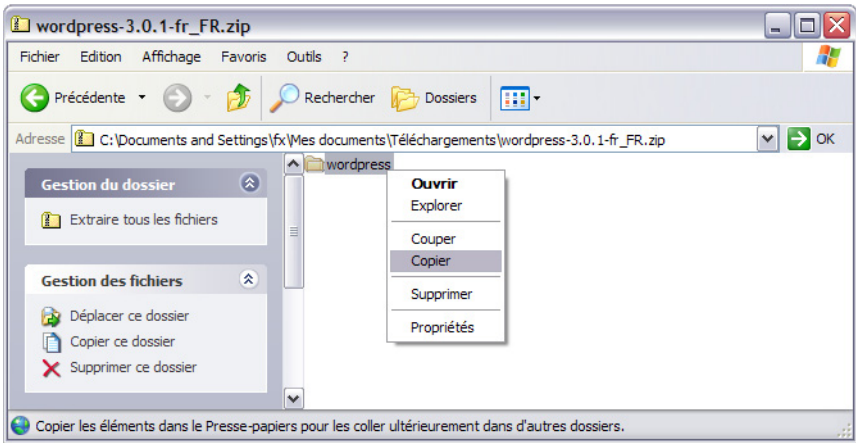


Figure 3–7
Décompression de l'archive

Transfert des sources

Une fois extraits, les fichiers sources peuvent être transférés sur le serveur à l'aide d'un client FTP.

Sous Windows, aussi bien que sous Mac OS X ou sous GNU/Linux, le client FTP FileZilla (filezilla-project.org) a le double avantage d'être libre et gratuit, et de fonctionner parfaitement. Une fois le logiciel installé, la connexion au serveur est réalisée en renseignant les informations transmises par l'hébergeur dans les cases : *Hôte* (serveur FTP), *Identifiant* et *Mot de passe*.

Il devient alors possible de transférer les sources sur le serveur FTP.

► <http://filezilla-project.org/>

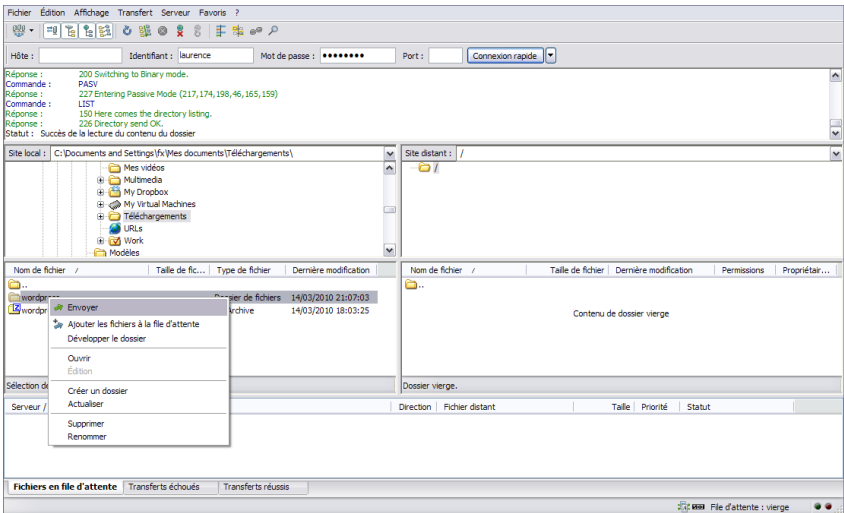


Figure 3–8
Transfert des sources

► cyberduck.ch

Sous Mac OS X, le client FTP de référence est Cyberduck. Également libre et gratuit, ce client profite d'une interface extrêmement conviviale. Une fois installé, une connexion au serveur FTP peut être créée en utilisant le menu *Signet>Nouveau signet*. Cette interface permet de renseigner : le *Nom du signet*, l'adresse du *Serveur* ainsi que le *Nom d'utilisateur*, qui correspond à l'identifiant de connexion.

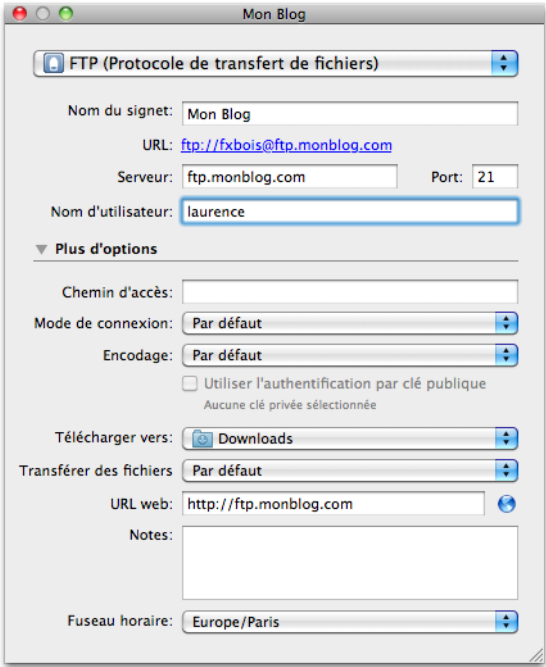


Figure 3–9
Ajout d'un signet

ASTUCE Fichiers commençant par un point

Un client FTP ne liste généralement pas les fichiers commençant par un point, comme *.htaccess*. FileZilla permet de les faire apparaître en cochant l'option *Forcer l'affichage des fichiers cachés*, accessible par le menu *Serveur*. Avec Cyberduck, ils apparaissent en utilisant le menu *Présentation>Afficher les fichiers cachés*.

Le mot de passe est, quant à lui, renseigné dans un second temps, au moment de la première connexion. En laissant cochée la case *Ajouter au trousseau*, l'utilisateur n'aura à renseigner le mot de passe qu'une seule fois. Une fois connecté au serveur, le répertoire *wordpress* peut être glissé-déposé directement dans la fenêtre Cyberduck.

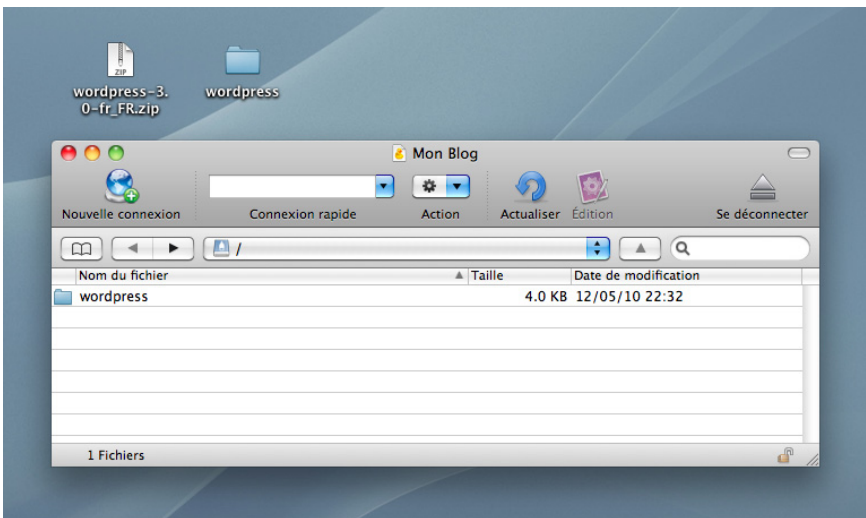


Figure 3–10
Fenêtre Cyberduck

Installation

Si le nom de domaine associé au compte est monblog.com, il est alors possible d’accéder à WordPress par l’URL <http://monblog.com/wordpress>.

- 1 L’installation commence par la création du fichier de configuration (`wp_config.php`). Il est essentiel car il contient les différentes informations qui permettront aux scripts PHP de se connecter à la base de données pour enregistrer et récupérer les contenus du blog (articles, pages, commentaires, etc.).

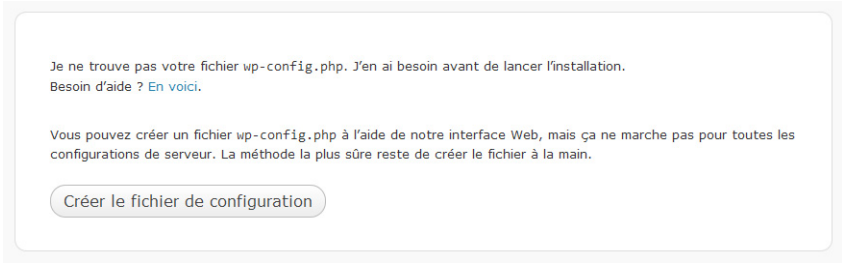


Figure 3–11
Début de l’installation

- 2 Un avertissement préalable indique la marche à suivre en cas de problématique liée aux permissions. C’est précisément pour éviter ce genre de situation fâcheuse qu’il convient d’être vigilant dans ce domaine (voir les conseils donnés dans la section concernant la vérification des permissions, ci-après).

Figure 3-12
Quelques rappels MySQL



3 Toutes les informations relatives à la base de données sont celles fournies par l'hébergeur. Le préfixe de table proposé `wp_` est généralement conservé.

Figure 3-13
Informations liées à la base de données



4 Une fois ces informations validées, WordPress confirme qu’il a pu créer le fichier de configuration et que l’installation va pouvoir débuter.



« Installation » est finalement un bien grand mot dans la mesure où elle se limite à un formulaire qui permet d’indiquer le nom du blog ainsi que des informations relatives au blogueur (identifiant, mot de passe, e-mail).

Bienvenue

Bienvenue dans le célèbre processus d'installation en 5 minutes de WordPress ! Vous pouvez parcourir le [fichier ReadMe](#) à loisir. Autrement, remplissez simplement les champs ci-dessous, et vous serez prêt à installer la plate-forme de publication personnelle la plus puissante et la plus extensible au monde.

Informations nécessaires

Merci de fournir les informations suivantes. Ne vous inquiétez pas, vous pourrez les modifier plus tard.

Titre du site

Le Blog de Laurence

Identifiant

laurence

Les identifiants doivent contenir uniquement des caractères alphanumérique, espaces, tiret bas, tiret, points et le symbole @.

Mot de passe, deux fois

••••••••

••••••••

Un mot de passe vous sera automatiquement généré si vous laissez ce champ vide.

Forte

Conseil : votre mot de passe devrait faire au moins 7 caractères de long. Pour le rendre plus sûr, utilisez un mélange de majuscules, de minuscules, de chiffres et de symboles comme ! " ? \$ % ^ &).

Votre adresse de messagerie

laurence@mail.com

Vérifiez bien cette adresse de messagerie avant de continuer.

☒ Autoriser mon site à apparaître dans les moteurs de recherche comme Google et Technorati.

Installer WordPress

Figure 3–14
Le fichier de configuration a bien été créé.

À SAVOIR Nombre de fichiers

Une installation complète de WordPress contient plus de 750 fichiers répartis dans 80 dossiers.

SÉCURITÉ Bien choisir son mot de passe

Le choix d’un mot de passe sûr est essentiel. Y placer à la fois des lettres et des chiffres est un minimum. Le blogueur doit vraiment faire en sorte d’obtenir un indicateur vert, synonyme d’une bonne qualité de mot de passe.

MARKETING Apparaître dans les moteurs de recherche ?

La case *Autoriser mon site à apparaître dans les moteurs de recherche...* peut être laissée cochée. Le chapitre 10 « *Visibilité et communauté* » entre dans les détails des systèmes de *ping*.

Figure 3–15
Informations sur le blog

5 Une fois le formulaire transmis, le blogueur bascule sur une page de confirmation l'invitant à s'identifier à l'espace d'administration et à écrire son premier article.



Figure 3-16
Le blog est désormais créé.

6 Un e-mail contenant l'adresse du blog est automatiquement envoyé à l'adresse indiquée dans le formulaire d'installation.



Figure 3-17
E-mail de confirmation

7 Il est alors possible de se connecter à l'espace d'administration accessible par l'URL <http://monblog.com/wordpress/wp-login.php>.



Figure 3–18
Connexion à l'espace d'administration

Le blog est enfin prêt à recevoir ses premiers articles !

Installation sous Windows

Installer WampServer

L'installation de WordPress sur un PC sous Windows est intéressante pour expérimenter et « se faire la main ». La solution la plus simple pour obtenir un environnement adapté consiste à utiliser WampServer, logiciel libre et gratuit.

WampServer permet de transformer un ordinateur en un véritable serveur d'hébergement web (l'acronyme WAMP signifie : Windows/ Apache/MySQL/PHP). Une fois installée, la machine dispose d'Apache (serveur HTTP), de PHP (langage de programmation) et de MySQL (serveur de bases de données), les trois technologies sur lesquelles repose WordPress.

L'installation de WampServer est réalisée en quelques clics. Seule l'étape *PHP mail parameters* nécessite une explication. Le champ SMTP correspond au nom de votre serveur d'envoi d'e-mails. Il convient alors de renseigner le nom du serveur SMTP transmis par votre fournisseur d'accès (par exemple smtp.free.fr, smtp.wanadoo.fr, smtp.sfr.fr, etc.).

Une fois WampServer installé, il est possible de vérifier que le serveur web fonctionne correctement en accédant à l'URL <http://localhost>.

► <http://www.wampserver.com/>

ALTERNATIVES EasyPHP et XAMPP

EasyPHP et XAMPP sont d'excellentes alternatives à WampServer.

► <http://www.easyphp.org/>
 ► <http://www.apachefriends.org/fr/xampp.html>

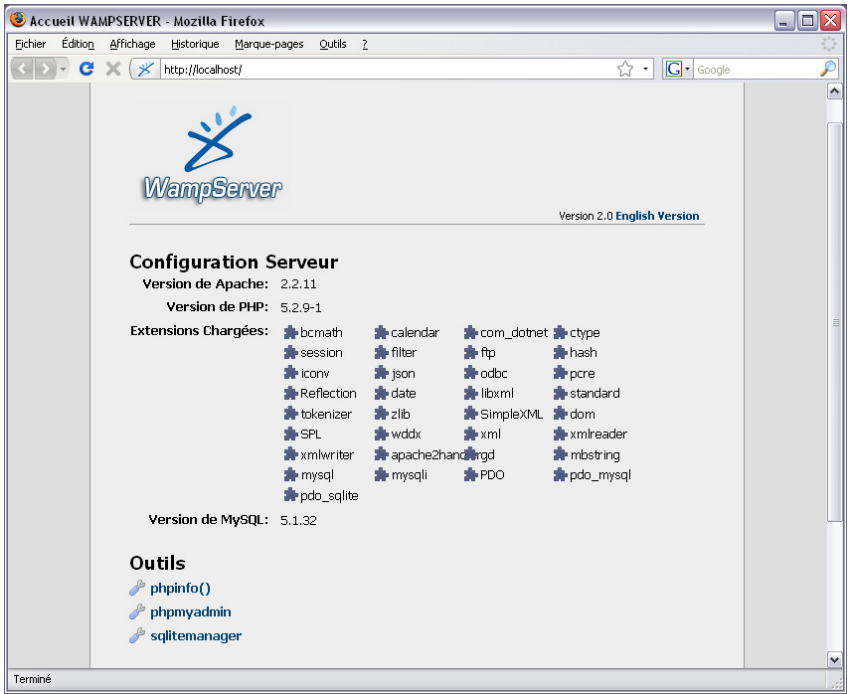
MÉFIANCE Serveur HTTP IIS

Le serveur web de Microsoft, IIS, est également en mesure de faire tourner WordPress. Cette solution est cependant loin d'être optimale.



Figure 3–20
Icône WampServer

Figure 3–19
Page d'accueil



À l'issue de l'installation, une icône vient s'intégrer à la zone de notifications (en bas à droite de l'écran, à côté de l'horloge).

Ce programme donne accès à un menu qui permet :

- de redémarrer les services Apache et MySQL ;
- d'accéder aux fichiers de configuration (`php.ini`, `my.ini`, `httpd.conf`) ;
- d'ouvrir phpMyAdmin ;
- de consulter les différents fichiers de *log*.

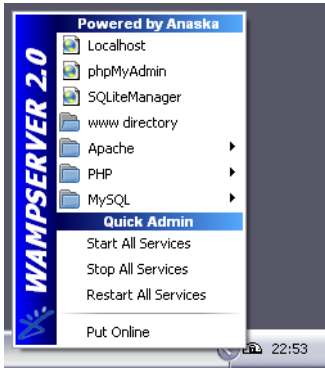


Figure 3–21
Menu WampServer

Modifier la configuration d'Apache

Plusieurs directives de configuration doivent alors être modifiées dans le fichier de configuration d'Apache pour permettre la réécriture d'URL (*URL rewriting*). Le fichier peut être ouvert en passant par le menu *Apache>httpd.conf*.

- 1 La première modification consiste à supprimer le caractère dièse # présent au début de la ligne ressemblant à celle-ci :

```
LoadModule rewrite_module modules/mod_rewrite.so
```

- 2 La valeur *None* doit ensuite être remplacée par *All* au niveau de la directive de configuration *AllowOverride*, présente dans le bloc `<Directory "C:/wamp/www/">`.
- 3 Une fois ces modifications effectuées et le fichier enregistré, Apache doit être redémarré en utilisant la commande *Restart All Services* du menu *WampServer*.
- 4 L'étape suivante consiste à décompresser dans le répertoire `c:\wamp\www` l'archive WordPress téléchargeable sur fr.wordpress.org.
- 5 L'installation débute en accédant à l'URL `http://localhost/wordpress`.

LE SAVIEZ-VOUS ? Réécriture d'URL

L'*URL rewriting* est une fonctionnalité très utile proposée par les serveurs HTTP pour transformer une adresse « virtuelle » en une adresse « physique ». Elle permet par exemple de transformer une adresse `/catalogue/mon-super-produit-112.html` en une adresse de type `/app/product?id=112`. Alors que l'internaute utilise la première pour accéder à la page, le serveur HTTP utilise, quant à lui, la seconde pour identifier le script qui lui permettra de l'afficher. Cette technique est particulièrement utile dans le cadre du référencement où la « structure » des adresses est essentielle.

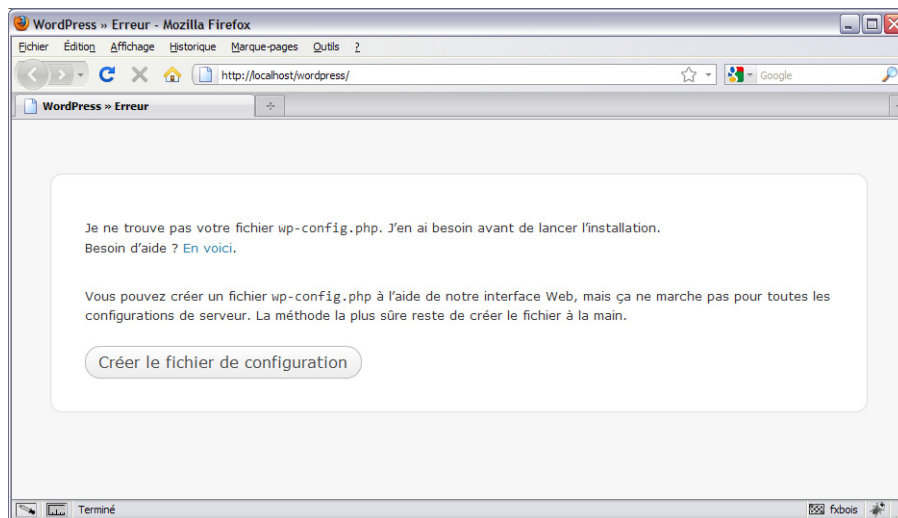
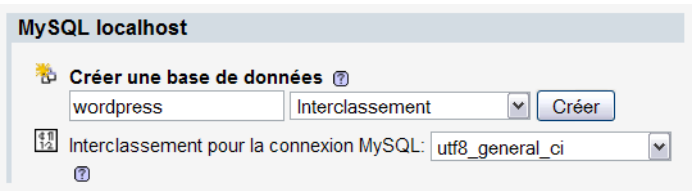


Figure 3–22
Début de l'installation de WordPress sous Windows

Créer la base de données

Avant de poursuivre l'installation, une base de données doit être créée pour accueillir les tables du blog. Cette création est réalisée à l'aide de l'outil phpMyAdmin auquel on peut accéder en utilisant le menu *Wamp-Server*.

Figure 3-23
Création d'une base de données
avec phpMyAdmin



Les renseignements concernant la base de données sont cette fois :

- le nom de la base de données qui vient d'être créée avec phpMyAdmin ;
- l'identifiant : `root` ;
- le mot de passe : `<vide>` ;
- l'hôte : `localhost`.

Figure 3-24
Informations relatives à la base de données



La suite est identique à l'installation chez un hébergeur décrite précédemment.

Installation sous Mac OS X

Le système d'exploitation Mac OS X fait partie, comme son illustre cousin GNU/Linux, de la famille des systèmes Unix. Mac OS dispose par défaut d'un grand nombre d'outils particulièrement adaptés aux développeurs : terminal, *shell*, compilateur, panoplie d'outils en ligne de commande.

Démarrer Apache

L'interpréteur PHP ainsi que le serveur web Apache sont présents sur une installation par défaut de Mac OS X. Deux manipulations doivent cependant être réalisées avant de pouvoir les utiliser.

- 1 Démarrer Apache.
- 2 Autoriser l'interprétation des scripts PHP.

L'activation du serveur web est réalisée de la façon suivante.

- 1 Ouvrir les *Préférences système* en passant par le menu *Pomme* (en haut à gauche).
- 2 Sélectionner *Partage* dans la rubrique *Internet et sans fil*.
- 3 Activer la case à cocher *Partage web*.

ALTERNATIVE Démarrage d'Apache

Il est également possible de lancer Apache depuis un terminal en invoquant la commande :
`sudo apachectl start`

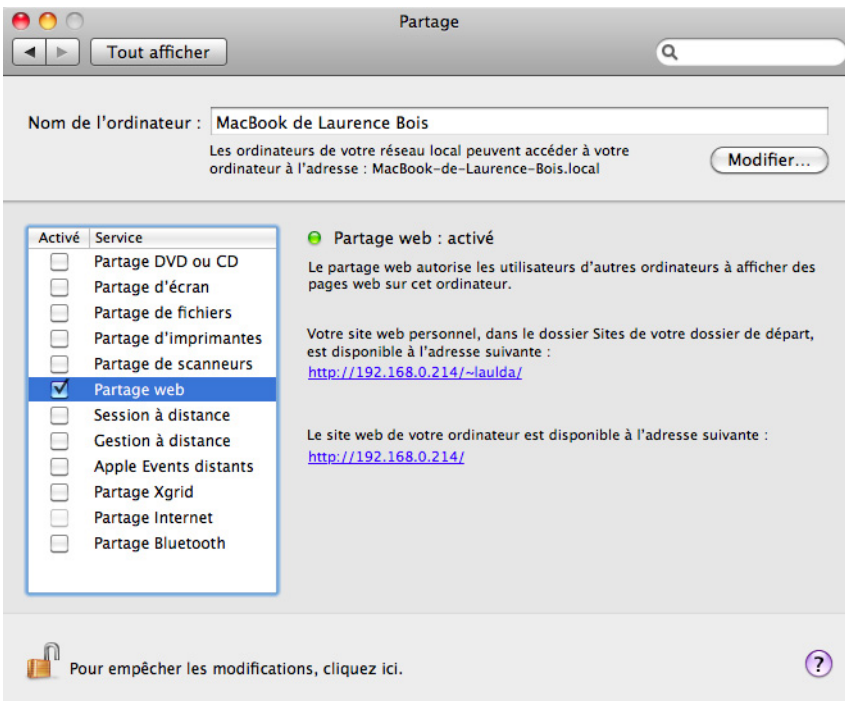
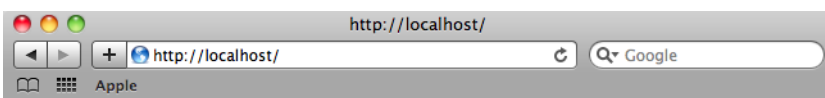


Figure 3–25
Interface présentant tous les partages intégrés par défaut dans Mac OS X

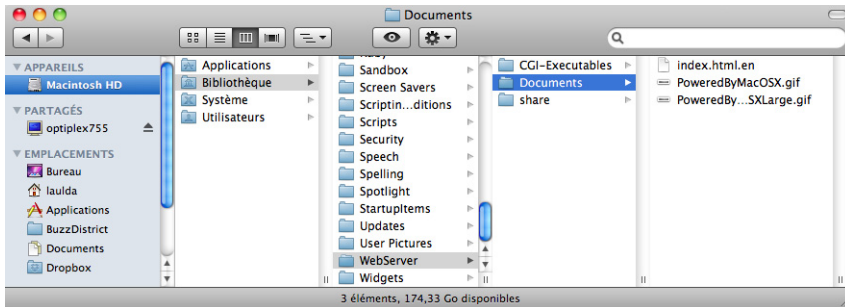
Le bon fonctionnement du serveur web peut être contrôlé en accédant avec un navigateur à l'URL `http://localhost`.



It works!

Figure 3–26
Le serveur HTTP est bien fonctionnel.

Figure 3–27
Emplacement des fichiers d'Apache



Apache n'interprétant pas par défaut les scripts PHP, une modification du fichier de configuration doit être réalisée. Il convient pour cela de passer par l'interpréteur de commandes disponible dans le répertoire *Utilitaires* des *Applications*. L'application s'appelle *Terminal*. Le terminal va permettre d'aller éditer le fichier de configuration d'Apache `httpd.conf`, présent dans le répertoire `/etc/apache`. Les commandes à invoquer sont :

```
cd /etc/apache2
sudo pico httpd.conf
```

Il convient alors de se déplacer dans le fichier à l'aide des flèches jusqu'à trouver la ligne `Loadmodule php5_module` etc. Le caractère `#` présent en début de ligne doit être supprimé.

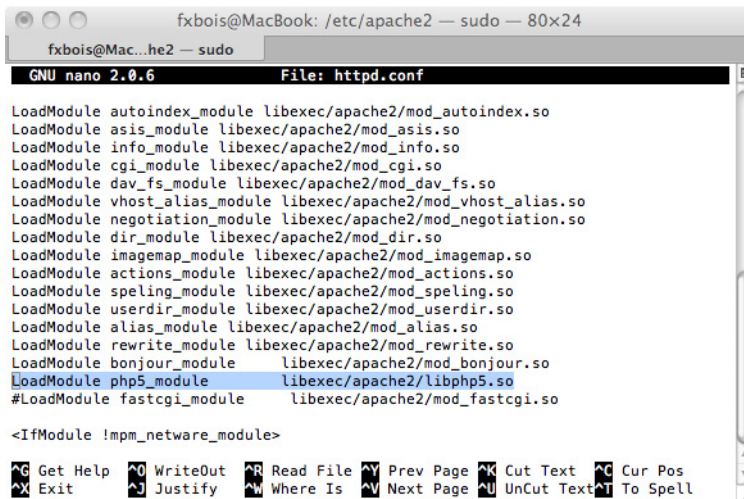


Figure 3–28
Activation de PHP

La directive permettant à WordPress de tirer parti de la réécriture d'URL doit également être modifiée. Il s'agit de `AllowOverride` qui doit passer de la valeur `None` à `All`. C'est la ligne faisant partie du bloc `<Directory "/Library/WebServer/Documents">`.

La commande pour quitter l'éditeur est `Ctrl+X`. L'enregistrement des modifications doit être confirmé en utilisant la touche `Y` (*yes*).

Les modifications ne sont prises en compte qu'après le redémarrage d'Apache :

```
sudo apachectl graceful
```

Installer MySQL

Mac OS X ne dispose pas par défaut du serveur de bases de données MySQL. La procédure d'installation est simple.

- 1 Télécharger l'archive (.dmg) sur <http://www.mysql.com/downloads/mysql> (`osx10.6-x86.dmg` pour la version 10.6 de Mac OS X).
- 2 Double-cliquer sur l'archive.
- 3 Installer MySQL en cliquant sur le paquet `mysql-5` (avec l'extension .pkg).
- 4 Installer `MySQL.prefPane` pour disposer d'un nouveau module dans les *Préférences système*.

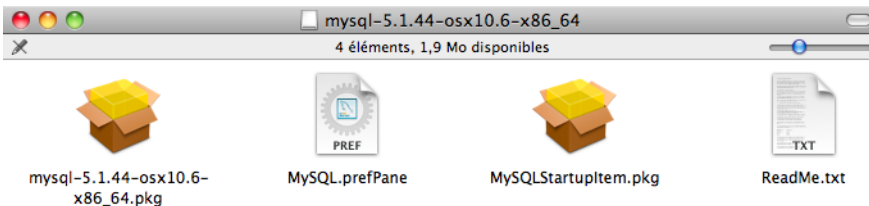


Figure 3-29
Contenu de l'archive MySQL

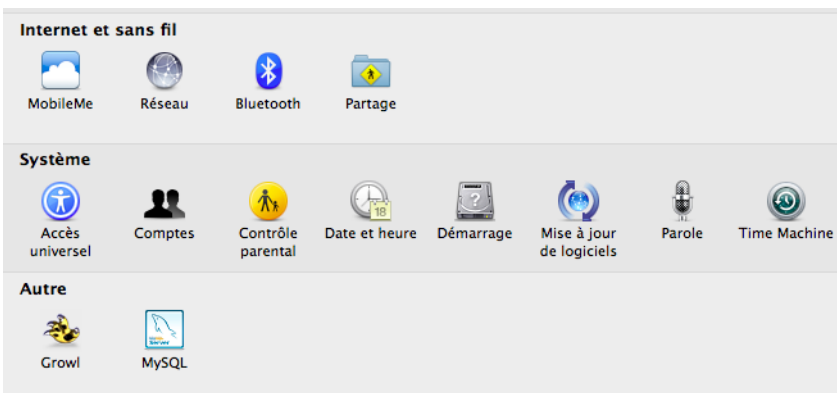


Figure 3-30
Les Préférences système s'enrichissent d'une nouvelle icône dans la rubrique Autre.

5 Cliquer sur le bouton *Start MySQL Server*.

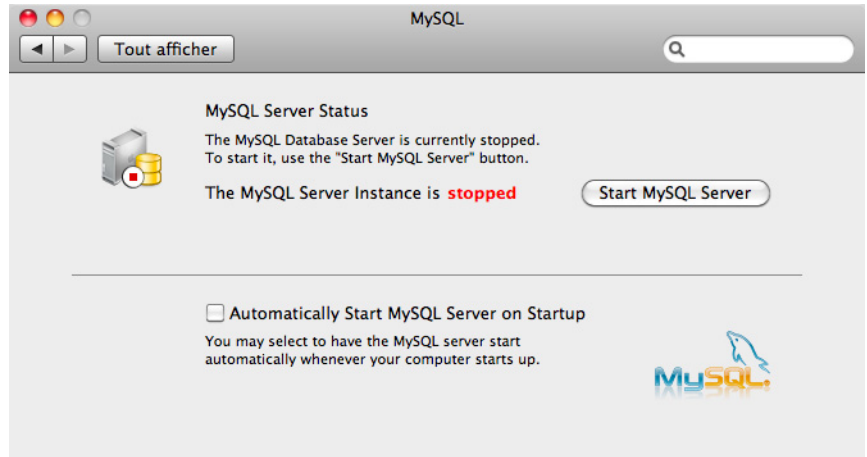


Figure 3–31

Le bouton Start MySQL Server permet de démarrer MySQL.

Installer phpMyAdmin

Les sources de phpMyAdmin peuvent être téléchargés sur le site <http://www.phpmyadmin.net>.

L'archive .zip est conseillée. Décompressez-la, si cela n'a pas été fait automatiquement, et placez ensuite le répertoire dans *Macintosh HD/Bibliothèque/WebServer/Documents*. Renommez le répertoire *phpMyAdmin-xxx* en *pma*.

Deux directives de configuration doivent désormais être modifiées dans le fichier *pma/Libraries/config.default.php*.

L'*auth_type* doit passer de la valeur *cookie* à *http*

```
$cfg['Servers'][$i]['auth_type'] = 'http';
```

Et *AllowNoPassword* passe à *true*

```
$cfg['Servers'][$i]['AllowNoPassword'] = true;
```

phpMyAdmin est accessible via l'URL <http://localhost/pma>. L'identifiant est *root* et le mot de passe doit rester vide (il s'agit de la configuration par défaut de MySQL).

CONSEIL Mot de passe vide

Avoir un mot de passe vide est vivement déconseillé pour des problèmes évidents de sécurité. Cela reste toutefois acceptable dans le cadre d'une installation locale qui n'a pas pour vocation à être accessible à des personnes extérieures.

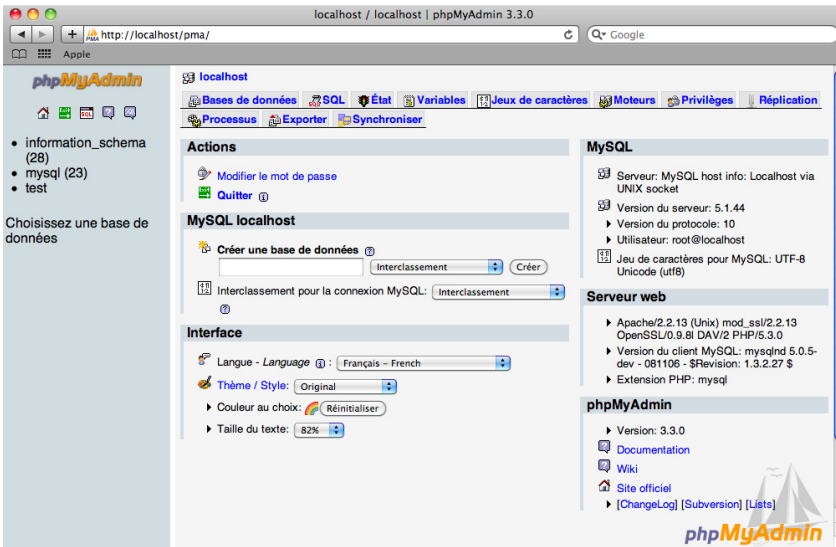


Figure 3–32
phpMyAdmin sous Mac OS X

Installer WordPress

L'archive WordPress doit être décompressée dans le répertoire d'Apache (au même niveau que `pma`).

Comme tout système Unix, Mac OS X dispose d'une politique très fine de droits d'accès aux fichiers. Il est donc recommandé de modifier les droits associés au répertoire `wordpress` afin de se simplifier la vie en évitant toutes les problématiques de permissions. Ces modifications peuvent être réalisées en exécutant les trois commandes suivantes dans un terminal.

Changements de permissions

```
cd /Library/WebServer/Documents
sudo chown -R _www wordpress
sudo chmod -R g+w wordpress
```

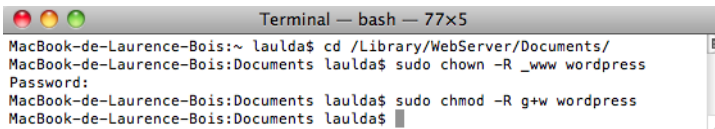
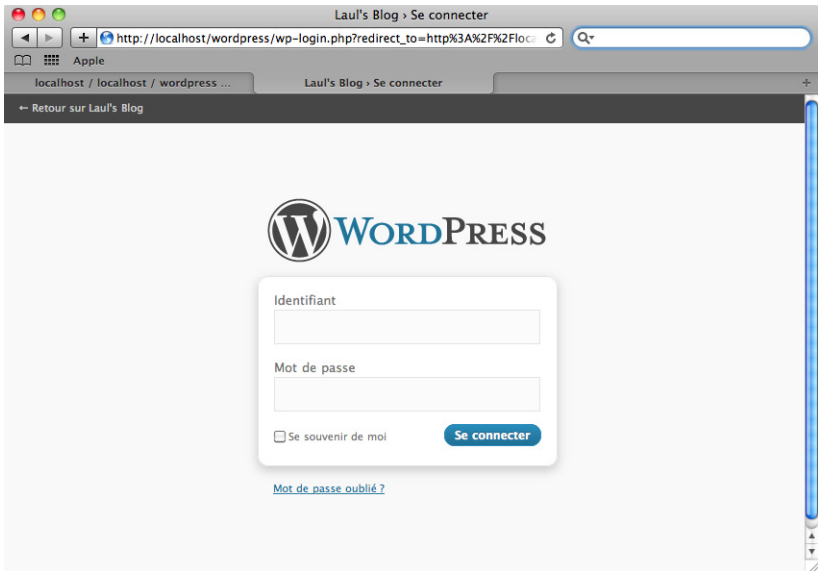


Figure 3–33
Changement de permissions

Une fois la base `wordpress` créée à l'aide de phpMyAdmin, l'installation peut débuter. L'URL d'accès est la suivante : `http://localhost/wordpress`.

Les différentes étapes de l'installation sont alors les mêmes que pour une installation sous Windows.

Figure 3–34
WordPress est désormais installé.



► www.ubuntu.com

VOCABULAIRE Paquet

Un paquet est l'équivalent d'un programme d'installation sous Windows ou d'un *bundle* sous Mac OS X. Les monopoles ne faisant pas bon ménage avec le logiciel libre, deux types de paquets se partagent le marché : les **.rpm* (Redhat, Novell) et les **.deb* (Debian, Ubuntu). Plutôt que d'imposer aux utilisateurs de devoir trouver le paquet puis l'installer, les distributions Linux disposent de gestionnaires de paquets qui permettent, avec une commande, de chercher/télécharger et d'installer des paquets. Le gestionnaire de Redhat est yum et celui de Ubuntu est apt.

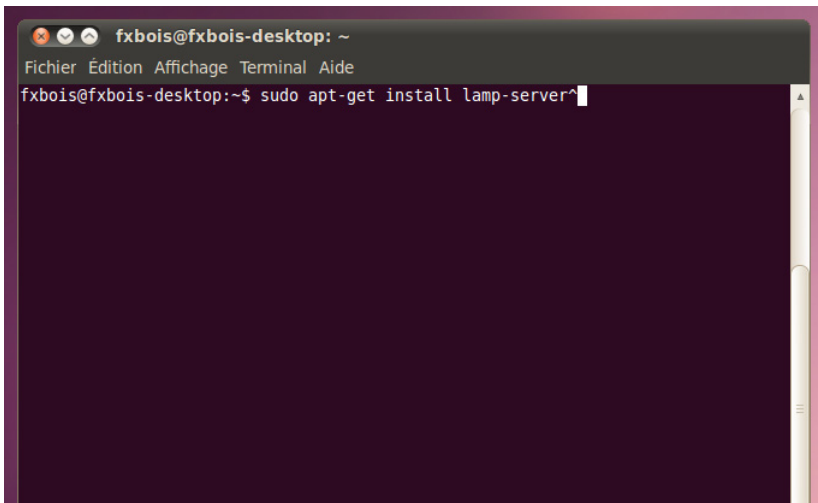
Figure 3–35
La commande est exécutée dans un terminal.

Installation sous GNU/Linux

Système d'exploitation de prédilection des geeks et des développeurs, GNU/Linux nécessite généralement d'installer à la main les différents composants qui permettent de faire fonctionner WordPress.

La distribution Ubuntu propose un paquet très pratique contenant à la fois PHP et MySQL. Il peut être installé de la manière suivante (attention au caractère `^`) :

```
sudo apt-get install lamp-server^
```



L'installation du paquet permet de préciser le mot de passe de l'utilisateur `root` de MySQL.

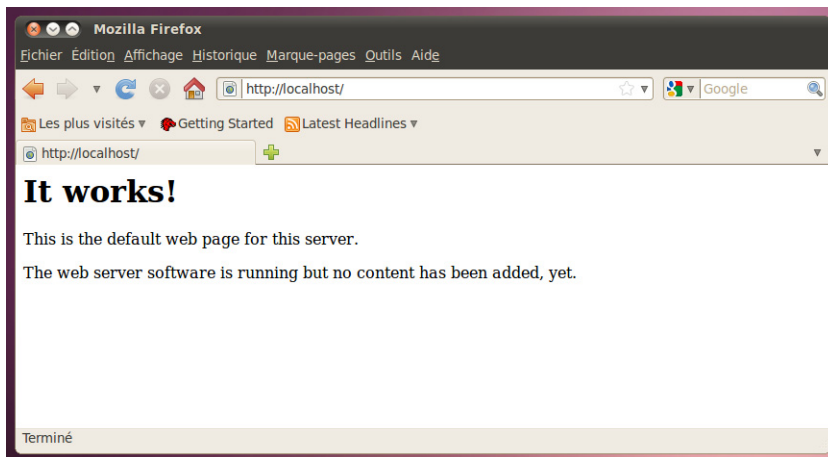


Figure 3–36

L'accès à `http://localhost` permet de vérifier que l'installation s'est bien déroulée.

Ubuntu propose également un paquet pour phpMyAdmin.

```
sudo apt-get install phpmyadmin
```

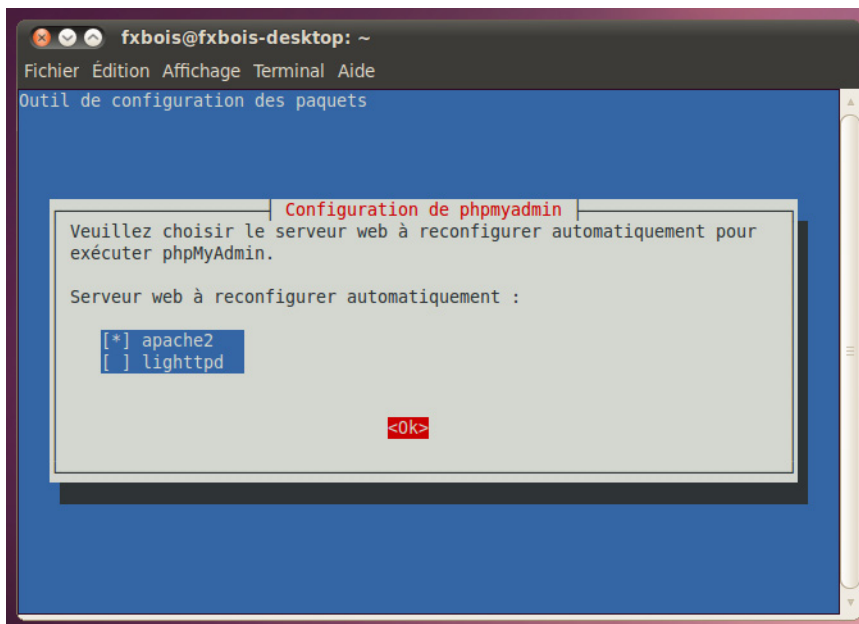


Figure 3–37

Le serveur web à reconfigurer est Apache2.

Il convient de répondre *Non* à la proposition de configuration de phpMyAdmin. Le serveur HTTP doit alors être redémarré.

```
sudo /etc/init.d/apache2 graceful
```

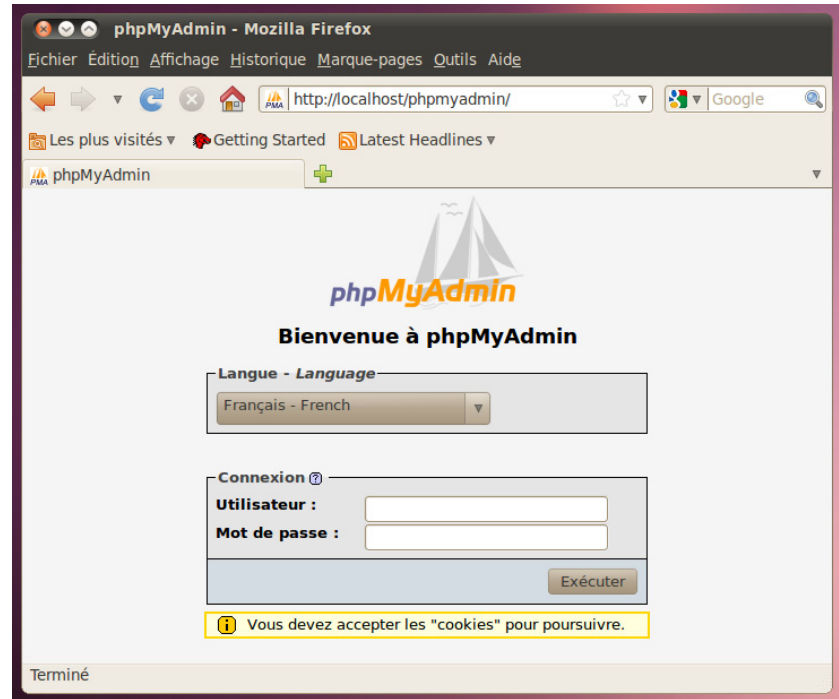


Figure 3-38
phpMyAdmin est accessible sur la page
<http://localhost/phpmyadmin>.

Les sources de WordPress doivent enfin être placées dans le répertoire `/var/www`.

```
sudo wget http://fr.wordpress.org/wordpress-X.X.X-fr_FR.tar.gz
sudo tar zxvf wordpress-X.X.X-fr_FR.tar.gz --directory=/var/
www/
```

Les permissions sont initialisées de la manière suivante :

```
sudo chown -R www-data: /var/www/wordpress/
```

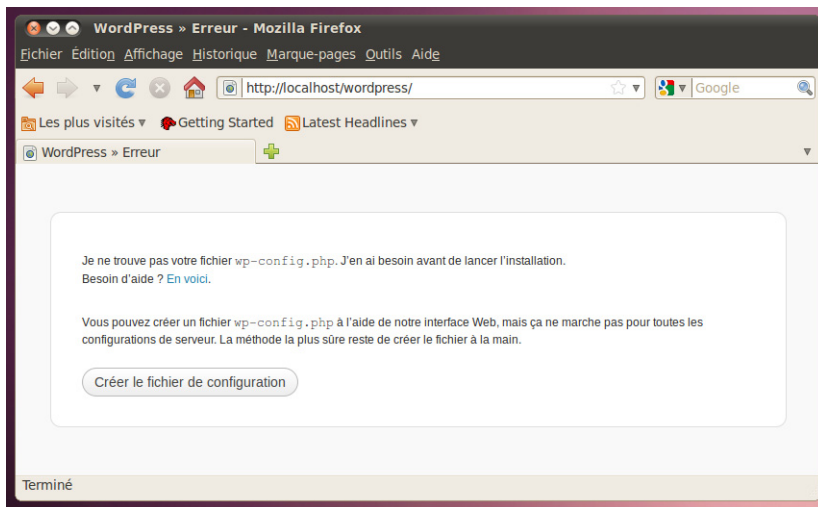



Figure 3–39

L'installation peut commencer en accédant à <http://localhost/wordpress>

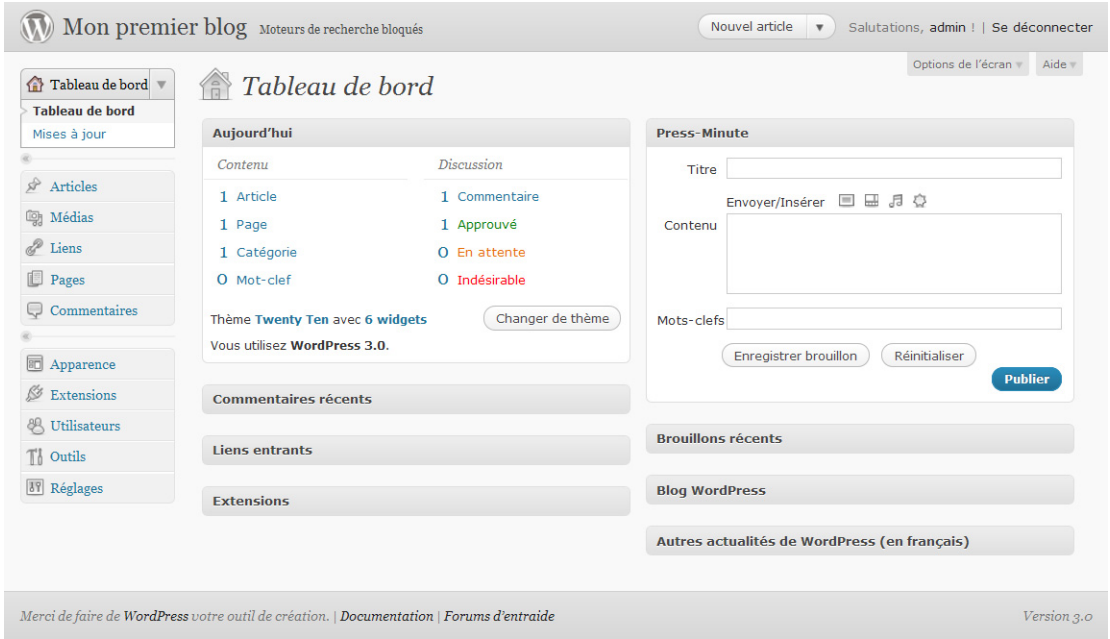
IMPORTANT Conventions pour la suite de l'ouvrage

Nous nous placerons pour la suite de l'ouvrage dans la situation d'un blog autonome hébergé sur un serveur distant où toutes les éventuelles problématiques de permissions ont été résolues.

Nous considérons également que le blog a été installé dans un répertoire appelé **wordpress** et qu'il est accessible via l'adresse suivante : <http://monblog.com/wordpress/>.

Dans le cas où votre site serait directement accessible via l'URL <http://monblog.com/>, il conviendrait d'adapter certaines URL présentées dans la suite de l'ouvrage. L'adresse <http://monblog.com/wordpress/xmlrpc.php> deviendrait par exemple <http://monblog.com/xmlrpc.php>.

chapitre 4



Prendre en main l'espace d'administration

Visuellement très soigné et très ergonomique, l'espace d'administration est sans aucun doute une des plus grandes forces de WordPress. Ce chapitre en donne un aperçu général et décrit plus en détail les interfaces liées à la publication de contenus.

SOMMAIRE

- Organisation générale
- Composer un article
- Mots-clefs et catégories
- Modération et commentaires
- Pages et menus
- Médias

MOTS-CLEFS

- tableau de bord
- éditeur
- article
- page
- menu
- lien
- média
- image
- commentaire
- modération

TECHNOLOGIES WEB **Ajax**

Ajax (*Asynchronous JavaScript and XML*, c'est-à-dire JavaScript et XML asynchrones) désigne une solution libre pour le développement de pages dynamiques.

Dans l'espace d'administration de WordPress, la technologie Ajax est largement mise à contribution pour proposer des interfaces dynamiques et offrir des effets évolués tels que le glisser-déposer ou l'affichage de fenêtres incrustées.

En contrepartie de cette richesse fonctionnelle, l'espace d'administration nécessite de la part d'un blogueur néophyte une période d'adaptation pour se familiariser avec les interfaces et trouver ses repères.

Ce chapitre a pour vocation de détailler les principales rubriques liées aux utilisateurs et à la publication de contenus : articles, pages, commentaires et liens. Les autres rubriques seront décrites au fur et à mesure dans les prochains chapitres.

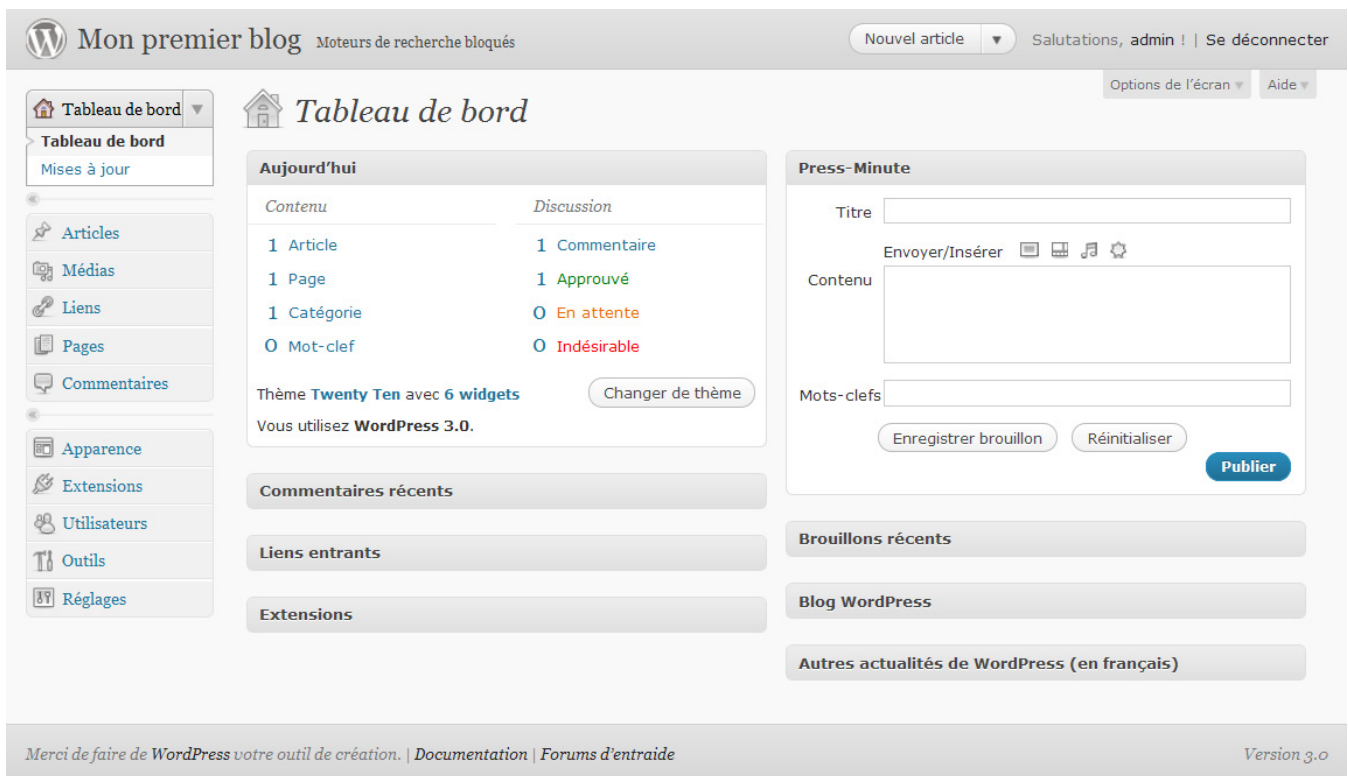


Figure 4-1 Espace d'administration de WordPress

L'organisation générale

L'espace d'administration est accessible via l'URL <http://monblog.com/wordpress/wp-admin>. Il comporte un espace de travail délimité par un en-tête et un pied de page.

L'en-tête

L'en-tête peut être assimilé à une barre de raccourcis. La partie gauche rappelle le nom du blog, qui est cliquable et donne accès au blog.

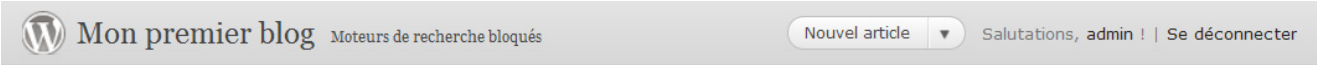


Figure 4-2 En-tête

Le menu déroulant intègre les raccourcis suivants :

- *Nouvel article* et *Nouvelle page*, raccourcis vers *Articles>Ajouter* et *Pages>Ajouter* ;
- *Brouillons*, pour accéder à la liste des articles qui ne sont toujours pas en ligne (raccourci vers *Articles>Modifier>Brouillon*) ;
- *Envoyer*, pour déposer un fichier image ou vidéo (raccourci vers *Médias>Ajouter*) ;
- *Commentaires*, pour accéder à l'interface permettant de valider les commentaires (raccourci vers la rubrique *Commentaires*).

L'en-tête précise également l'identifiant de l'utilisateur actuellement connecté. Le lien associé à l'identifiant est un raccourci vers la rubrique *Utilisateurs>Votre profil*.

Le lien *Se déconnecter* permet de quitter l'espace d'administration.

Le pied de page

Cette zone offre un accès rapide à l'aide en ligne disponible sur les forums d'entraide et dans le Codex. Pour rappel, le Codex est la documentation officielle proposée par WordPress.

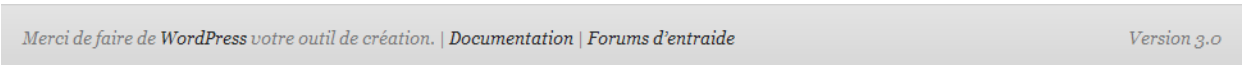


Figure 4-4 Pied de page

Sur la droite du pied de page s'affiche également la version de WordPress utilisée.

CONSEIL Configuration du navigateur

En cas de dysfonctionnement majeur des interfaces de l'espace d'administration, le blogueur doit tout d'abord vérifier que son navigateur accepte bien les cookies ainsi que le JavaScript. Si le problème venait à persister, un changement de navigateur vers Firefox ou Chrome dans leur dernière version serait vivement recommandé.



Figure 4-3 Menu déroulant

DOCUMENTATION Les auteurs du Codex

Bien qu'estampillée officielle, cette documentation est écrite en grande partie par des utilisateurs de WordPress. Le Codex est en réalité un wiki où chacun apporte sa pierre à l'édifice.

CONSEIL Indiquer la version de WordPress

Faire mention de cette version est toujours une bonne idée lorsqu'on demande de l'aide sur un forum. Les experts peuvent ainsi détecter si la version souffre d'un bogue identifié.

L'espace central

L'espace central propose une colonne dédiée à la navigation sur la gauche, ainsi qu'un espace de travail.

Les rubriques

Les différentes rubriques de l'espace d'administration sont réparties en trois groupes.

- le tableau de bord et le gestionnaire de mises à jour ;
- les fonctionnalités liées à la publication de contenus (*Articles*, *Médias*, *Liens*, *Pages*) et à la modération (*Commentaires*) ;
- les aspects de droits (*Utilisateurs*), de paramétrage (*Réglages*), de maintenance (*Outils*), de présentation (*Apparence*), ainsi que le gestionnaire d'extensions (*Extensions*).

Chaque groupe contient des menus qui donnent accès à des rubriques. L'ouvrage utilise la norme suivante pour faire référence à la rubrique *Y* du menu *X* : *Menu X>Rubrique Y*. Les termes *interface* et *rubrique* sont utilisés indifféremment.

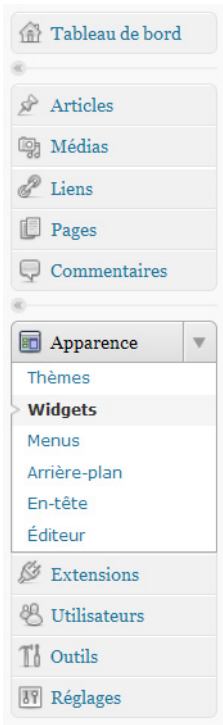


Figure 4–5
Menu Apparence>Widgets



Figure 4–6
Menu en présentation réduite

Les blocs sont séparés par une flèche grise pointant vers la gauche. Cliquez dessus pour réduire la colonne de gauche afin qu'elle n'affiche plus que les icônes associées à chaque rubrique (voir figure 4-6). Cette fonctionnalité est particulièrement intéressante pour les blogueurs ne disposant que d'un petit écran.

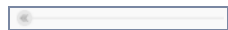


Figure 4-7
Séparation des blocs de l'interface

Le survol d'une icône avec le curseur de la souris fait apparaître les rubriques associées.

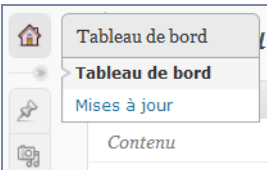


Figure 4-8
Un menu de rubriques est associé à chaque icône.

L'espace de travail

Chaque écran intègre un titre et un bouton d'aide sur la droite. Lorsque la rubrique s'y prête, le titre peut être accompagné d'un raccourci permettant d'ajouter un nouveau contenu.

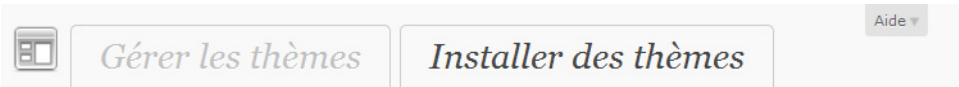


Figure 4-9
Titre et bouton d'aide



Figure 4-10
Titre accompagné d'une action

La zone qui apparaît, suite à l'utilisation du bouton *Aide*, propose une aide spécifique à la rubrique en cours ainsi qu'un lien vers les pages correspondantes du Codex. Le bouton *Aide* est parfois précédé d'un bouton *Options de l'écran* utilisé pour paramétrer l'interface en cours d'utilisation. Les options portent le plus souvent sur la disposition des colonnes ou le nombre d'éléments à afficher dans une liste.

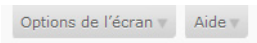


Figure 4-11
Aide et options

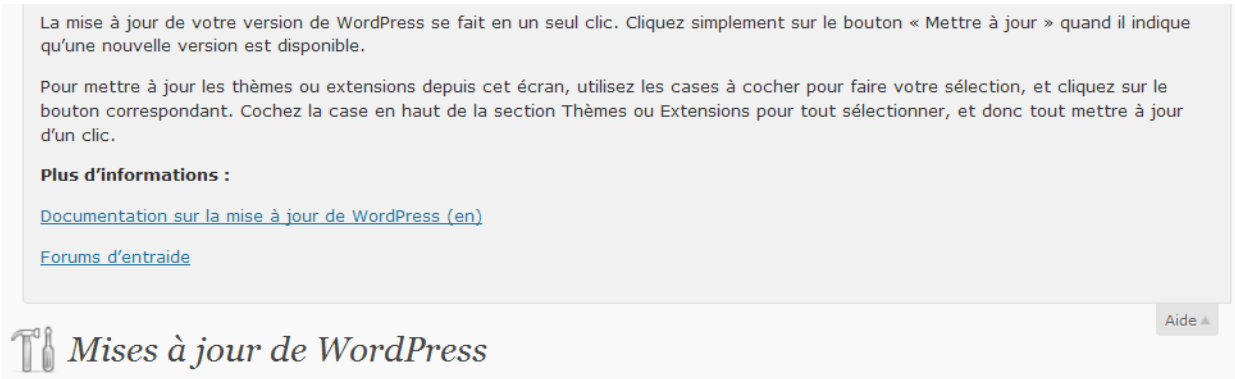


Figure 4-12 Rubrique d'aide déployée

Le tableau de bord

Il s'agit de la page d'accueil à laquelle l'administrateur accède après s'être authentifié. Elle propose différentes sections réparties sur deux colonnes.

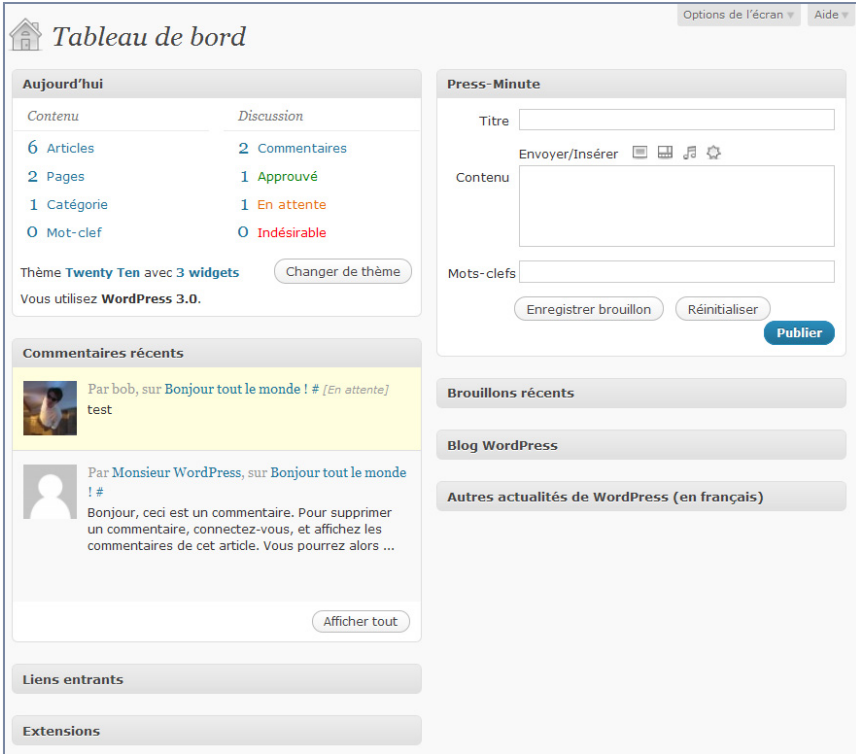


Figure 4-13
Le tableau de bord de WordPress

Dans sa version par défaut, le tableau de bord permet au blogueur :

- d'obtenir un aperçu rapide de l'état du blog : nombre de commentaires, de publications, thème en cours d'utilisation, etc. ;
- d'accéder rapidement aux fonctionnalités les plus courantes : modération des commentaires, création d'articles, raccourci vers les articles non publiés (*Brouillons récents*) ;
- de se tenir informé des dernières nouveautés du monde WordPress.

Le tableau de bord peut être personnalisé en utilisant le bouton *Options de l'écran*, situé sous la barre d'en-tête à droite de l'écran. Il devient possible de retirer des modules et d'augmenter le nombre de colonnes.

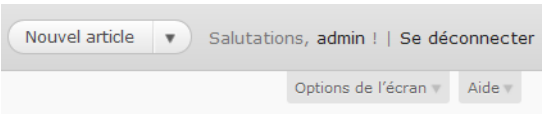


Figure 4-14
Menu en présentation réduite

À SAVOIR Évolution du nombre de sections

Le nombre de sections présentes dans le tableau de bord peut évoluer en fonction des extensions installées. L'extension WordPress.com Stats ajoute par exemple une section présentant l'évolution du nombre de visites sur le blog.

CONSEIL Optimisez votre espace de travail

Le tableau de bord étant la page d'accueil de l'espace d'administration, il est vivement conseillé de n'y laisser que les *widgets* vraiment utiles. Cela permet de profiter d'un chargement plus rapide de l'écran.

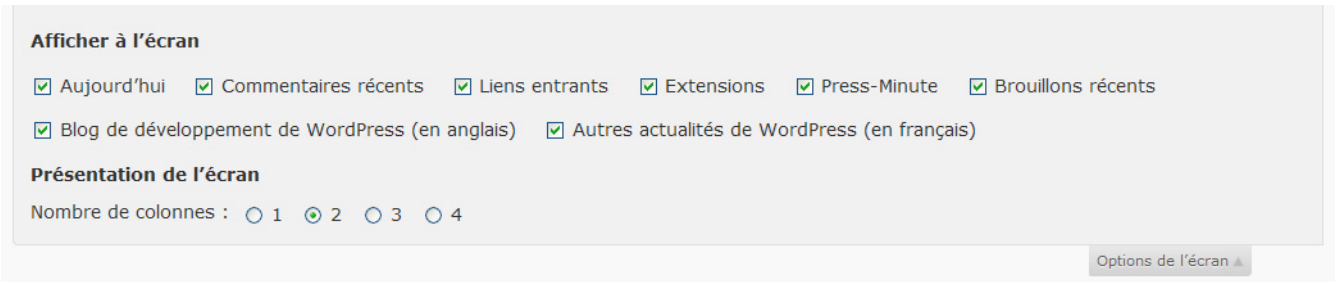


Figure 4-15 Personnalisation du tableau de bord

Placer le curseur de la souris sur la barre de titre du module fait apparaître une petite flèche sur la droite. Un simple clic dessus permet de replier ou de déplier le module.

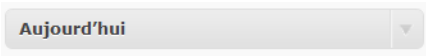


Figure 4-16
Vue réduite de la section Aujourd'hui

Comme la plupart des modules dans l'espace d'administration WordPress, les sections du tableau de bord peuvent être déplacées d'une colonne à l'autre ou réordonnées au sein d'une même colonne à l'aide d'un simple glisser-déposer (*drag- \mathcal{E} -drop*) en sélectionnant la barre de titre.

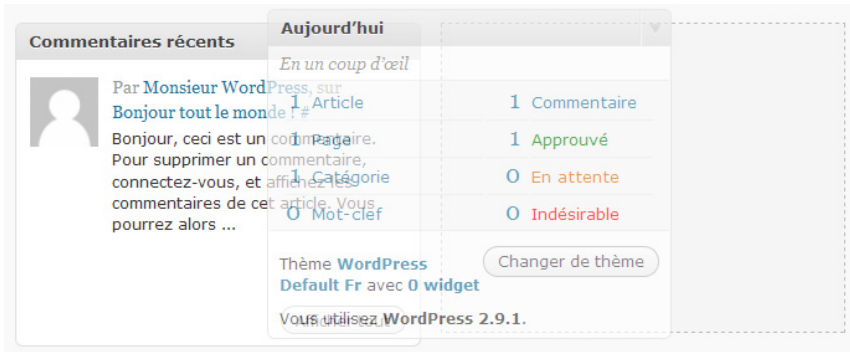
Figure 4-17
Déplacement d'une section

SÉCURITÉ Mises à jour

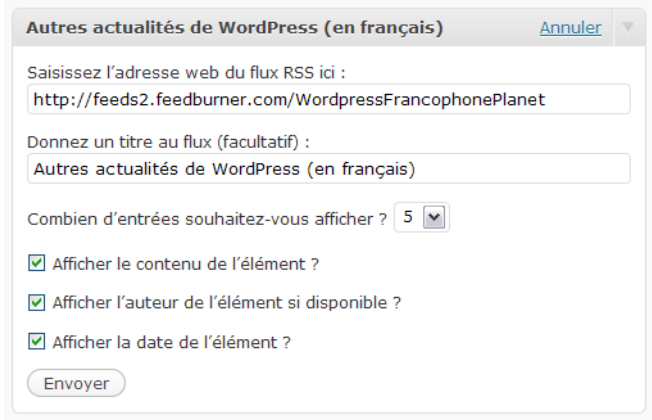
Le menu *Tableau de bord* propose également l'option *Mises à jour*. Cette fonctionnalité est décrite dans le chapitre consacré à la sécurité.

Figure 4-18
Affichage du lien pour configurer la section

Figure 4-19
Paramétrage de la section Actualités



Le passage de la souris sur la barre de titre fait également apparaître, dans certains cas, un lien qui permet de paramétrer la section.



Les articles

Créer un nouvel article est la fonctionnalité centrale d'un gestionnaire de blog. WordPress ne propose pas moins de quatre méthodes pour y parvenir :

- le bouton *Nouvel article* situé dans le menu déroulant de la barre d'entête ;
- la section *Press-Minute* présent dans le tableau de bord ;
- le bouton *Ajouter* situé à droite du titre de la rubrique *Articles* ;

- la rubrique *Articles>Ajouter*.



Figure 4–20
Le widget Press-Minute du tableau de bord

Écrire un article

Titre et contenu

Le titre et le contenu sont les deux principaux éléments d'un article. WordPress utilise le titre de l'article pour construire le titre de la page. Sachant que le titre de page est l'élément qui apparaîtra dans les résultats de recherche, il est important de proposer des titres d'articles aussi évocateurs que possible.

ATTENTION **Caractères déconseillés**

Le champ *Titre* accepte tous les caractères. Il est cependant vivement conseillé d'éviter les caractères `<` et `>` qui sont au cœur du langage HTML et peuvent entraîner des problèmes d'affichage.

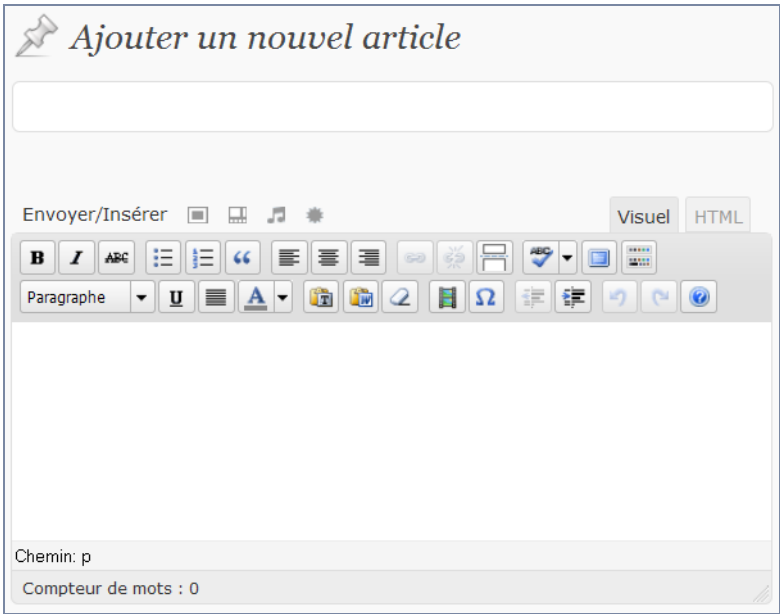


Figure 4–21
Titre et contenu

ASTUCE Lien court

Le bouton *Obtenir le lien court* permet d'obtenir une URL courte pour l'article. Ce type d'URL est utile pour la rédaction d'un *tweet* dont la taille est limitée en nombre de caractères.

Figure 4-22
Permalien associé à l'article

À SUIVRE Référencement

La notion de permalien est également abordée dans le chapitre 10 « Visibilité et communauté ».

Figure 4-23
Génération d'un lien court

Wysiwyg

Wysiwyg est l'acronyme de la locution anglaise *What You See Is What You Get*, c'est-à-dire « ce que vous voyez est ce que vous obtenez », autrement dit « tel affichage, tel résultat ». Une interface utilisateur Wysiwyg est une interface intuitive, qui permet de composer visuellement le résultat voulu.

Figure 4-24
Mise en gras du mot
« WordPress » avec l'éditeur visuel

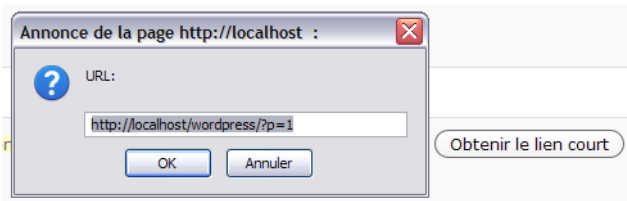
Figure 4-25
Le même contenu affiché dans l'éditeur HTML

Une fois l'article enregistré, l'interface s'enrichit d'un espace consacré au permalien de l'article c'est-à-dire à son URL. La structure de l'URL dépend du paramètre défini dans la rubrique *Réglages>Permalien*.

Modifier l'article

Bonjour tout le monde !

Permalien : <http://localhost/wordpress/2010/06/20/bonjour-tout-le-monde/> [Modifier](#) [Afficher l'article](#) [Obtenir le lien court](#)

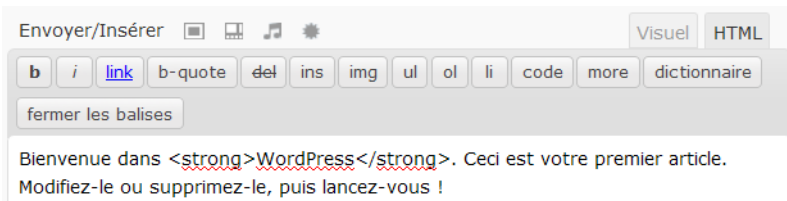


L'éditeur

Mode d'édition visuel ou HTML

L'éditeur dispose de deux modes d'édition : *Visuel* et *HTML*. Le mode *Visuel* est un mode Wysiwyg, qui permet de contrôler visuellement les modifications apportées au contenu.

Dans le cadre du mode *HTML*, les styles n'apparaissent pas ; ils sont remplacés par des balises HTML. Un blogueur novice en HTML aura par conséquent tout intérêt à utiliser le mode *Visuel*. Un blogueur plus expert pourra quant à lui alterner les modes d'édition, afin d'enrichir d'autant plus finement le code source de son article.



Fonctionnalités

La barre d'outils donne accès aux fonctionnalités principales suivantes :

- enrichissements typographiques : gras, italique, barré ;
- listes à puces et numérotée ;
- citation ;
- alignement à gauche, centré et à droite ;
- création et suppression d'un lien ;
- insertion de la balise *More* ;
- vérification de l'orthographe ;
- mode plein écran ;
- affichage de la barre d'outils secondaire.



Figure 4-26
Barre d'outils principale

La barre d'outils secondaire (qui s'affiche donc au moyen du dernier bouton de la barre d'outils principale) dispose des fonctionnalités suivantes :

- style de paragraphe (Titre 1, Titre 2, etc.) ;
- souligné, alignement justifié et couleur du texte ;
- copier-coller d'un contenu intégrant des styles ou d'un contenu provenant de Microsoft Word ;
- suppression de la mise en forme ;
- insertion d'une animation multimédia (Flash, Quicktime, etc.) ;
- insertion d'un caractère spécial ;
- désindenter et indenter (retrait du paragraphe) ;
- annuler et rétablir ;
- aide.



Figure 4-27
Barre d'outils secondaire

Affichage

Disposer d'une zone d'édition suffisamment grande est important pour le confort de rédaction. Deux méthodes permettent de redimensionner la taille de l'éditeur :

- utiliser le coin en bas à droite de l'éditeur ;
- modifier le paramètre *Taille de saisie*, accessible via la rubrique *Réglages > Écriture*.



Figure 4-28 Le coin permet de redimensionner la taille de l'éditeur.

ASTUCE WordPress et les émoticônes

WordPress remplace par défaut les émoticônes (smileys) par des petites icônes. Ce comportement peut être désactivé en utilisant la rubrique *Réglages > Écriture*.

Figure 4-29
Insertion d’une balise More sous la première strophe

La balise *More* permet de restreindre la taille du contenu qui sera affiché en mode liste. Seul le contenu situé au-dessus de cette ligne apparaîtra.

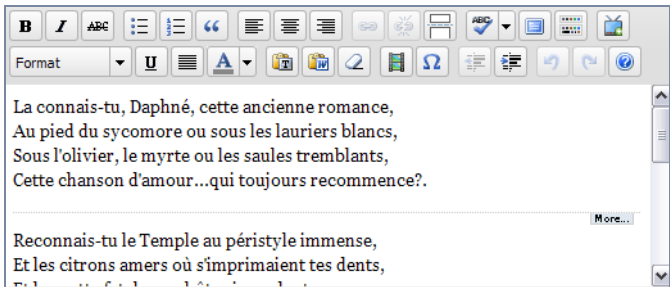
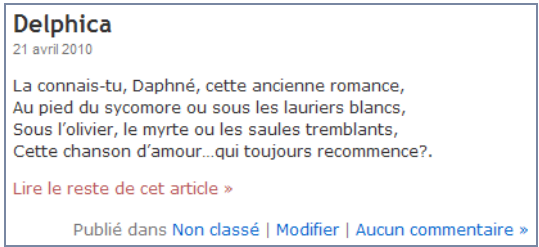


Figure 4-30
Le contenu se retrouve tronqué. Le lien « Lire le reste de cet article » donne accès à l'article dans son intégralité.



TECHNOLOGIE WEB TinyMCE

WordPress utilise l'éditeur JavaScript TinyMCE :
► <http://tinymce.moxiecode.com>

Figure 4-31
L'indication du titre aidera à améliorer l'accessibilité.

Accessibilité

L'éditeur permet de produire des pages *accessibles*. L'accessibilité vise à simplifier l'utilisation et la compréhension des contenus web pour les personnes handicapées. Un des fondements de l'accessibilité web est la description des éléments non textuels insérés dans le contenu, comme les images. Les interfaces proposées par WordPress disposent de champs (*Titre* ou *Texte alternatif*) qui permettent de décrire ces objets.



État et visibilité

À la manière des outils de gestion électronique des documents (GED), WordPress associe à chaque article un état et une visibilité. La visibilité permet de restreindre l'accès à certains articles publiés sur le blog. Trois niveaux d'accès sont proposés :

- **Public** : l'article est accessible à tous (par défaut) ;
- **Protégé par mot de passe** : l'internaute doit disposer du mot de passe associé à l'article pour pouvoir consulter le contenu ;
- **Privé** : l'article n'apparaît pas sur le blog ; seuls les administrateurs et les éditeurs peuvent le consulter. De tels profils peuvent être créés via la rubrique *Utilisateurs>Ajouter*.

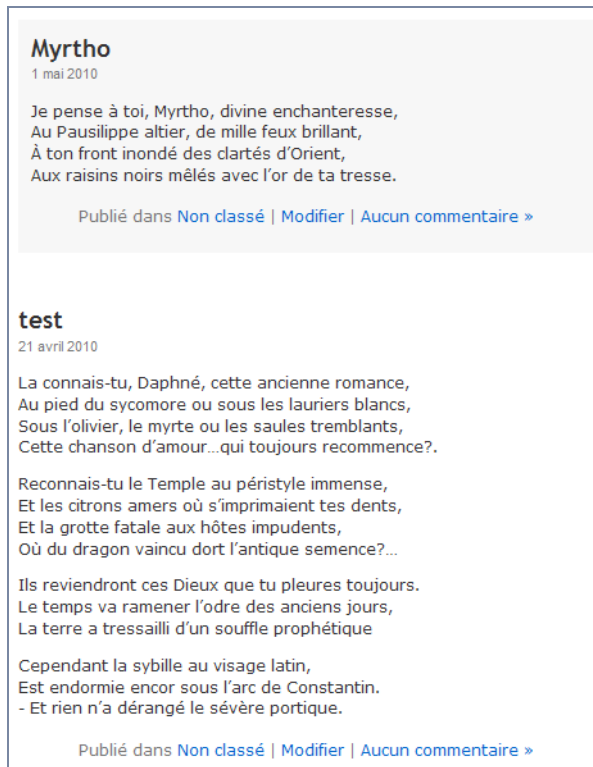
ASTUCE Article épinglé

Le blogueur peut décider de mettre en avant un article en le forçant à rester en tête de la page d'accueil. Cette option dépend de la visibilité « publique ».

Figure 4–32
Association d'un état et d'une visibilité

Figure 4–33
Affichage d'un article dont la visibilité est « privée »

Figure 4-34
L'article mis en avant dispose
d'un style différent.



L'état sert, quant à lui, à indiquer où en est l'article dans son processus de publication. Seuls les articles dont l'état est *Publié* apparaissent sur le blog. Les deux autres états permettent aux rédacteurs de se souvenir à quel stade ils en sont dans la rédaction de leur article.

1 Phase de rédaction (*Brouillon*).

2 Phase de relecture (*En attente de relecture*).

Tant que l'article n'est pas publié, l'interface propose un bouton *Aperçu* qui permet au blogueur d'obtenir un affichage de l'article dans sa mise en page finale.

Lorsque l'état d'un article est *Publié*, tout enregistrement réalisé avec le bouton *Mettre à jour* rend les modifications directement visibles en ligne. Cette solution n'est pas optimale lorsque le blogueur doit réaliser des modifications importantes, d'autant plus que mettre en ligne un contenu dans une version non aboutie est vivement déconseillé. Le bouton *Prévisualiser les modifications* peut alors être utilisé pour contrôler et valider les modifications avant de les enregistrer.



Figure 4-35
Article dont l'état est « Brouillon »

Un quatrième état est disponible lorsque la date de publication est initialisée dans le futur. L'état devient alors *Planifié*. Une fois la date de publication atteinte, l'article passe en *Publié* et apparaît alors sur le blog. Le bouton *Aperçu* est également disponible dans le cadre de l'état *Planifié*.

Catégories et mots-clefs

Classer et organiser les articles est une dimension importante d'un blog. Le terme de *taxonomie* est souvent utilisé pour qualifier cette démarche de classement systématique. WordPress permet d'associer à chaque article deux types de données : des catégories et des mots-clefs (ou tags). L'association systématique d'au moins une catégorie et de plusieurs mots-clefs permet de faciliter la navigation de l'internaute au sein du blog. En sélectionnant une de ces informations dans la barre latérale, l'internaute pourra obtenir une liste restreinte d'articles liés au thème sélectionné.

ATTENTION Enregistrement/publication

Il convient de ne pas utiliser le bouton *Publier* pour enregistrer les modifications d'un article dont l'état est *Brouillon* ou *En attente de relecture*. Les boutons *Enregistrer brouillon* ou *Mettre à relire* sont prévus pour ce genre de sauvegarde. Le bouton *Publier* passera l'article en état *publié*.

Mots-clefs

Ajouter un mot-clef

Ajouter

Séparez les mots-clefs par des virgules.

sondage

Choisir parmi les mots-clefs les plus utilisés dans Mots-clefs

sondage

Catégories

Toutes

Les plus utilisées

☐ Non classé

☒ iPad

☒ iPod

☐ Apple

+ Ajouter une nouvelle catégorie

Catégorie parente

Ajouter

Figure 4-36
Association d'une catégorie à un article

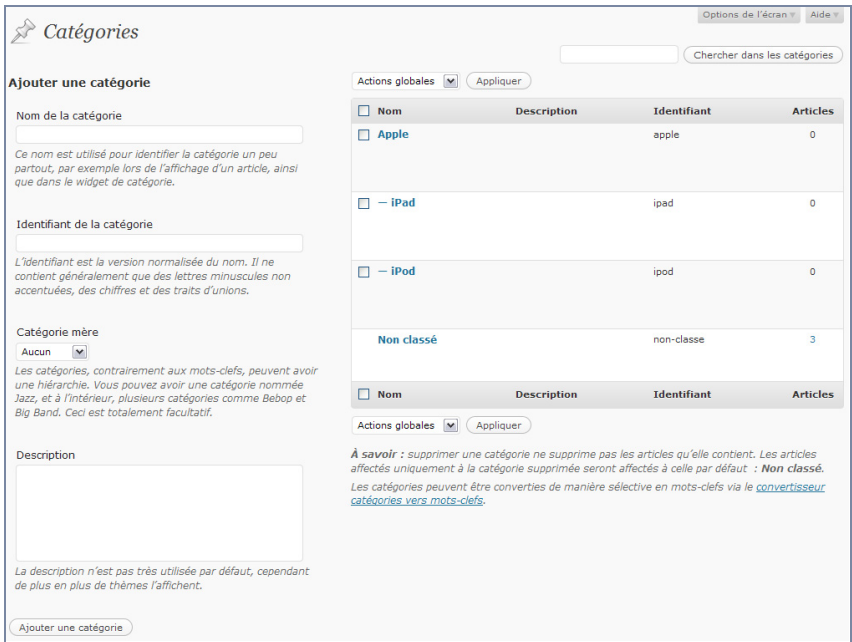
Les catégories peuvent s'organiser de manière hiérarchique sur plusieurs niveaux. Une catégorie devient *fille* d'une autre catégorie en utilisant le menu *Catégorie parente*.

ASTUCE Définir la catégorie par défaut

La rubrique [Réglages](#) > [Écriture](#) permet de définir la catégorie par défaut associée aux nouveaux articles.

Figure 4-37
Rubrique Articles > Catégories

La rubrique [Articles](#) > [Catégories](#) donne un accès complet aux catégories et notamment à la suppression d’une catégorie.



NÉOLOGISME Folksonomie

Une *folksonomie* désigne un système de classification collaborative décentralisée spontanée, basé sur une indexation effectuée par des non-spécialistes. Ce terme n’est pas adapté dans le cadre des blogs car la tâche de classification n’est pas confiée aux lecteurs. Seul le blogueur a la possibilité d’associer des mots-clefs à l’article.

Figure 4-38
Association de mots-clefs

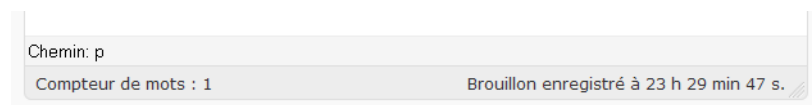
Alors qu’un article n’est généralement associé qu’à deux ou trois catégories, il peut disposer de beaucoup plus de mots-clefs. Associer quatre mots-clefs à chaque article est un bon début.

L’interface propose un lien qui permet de remonter les mots-clefs les plus fréquemment utilisés. Cette fonctionnalité est intéressante vis-à-vis des nuages de tags. Étant donné que ce type de présentation associe une police plus grande aux mots-clefs les plus fréquemment utilisés, en faisant l’effort de réutiliser des mots-clefs, le blogueur rendra le nuage de tags plus pertinent et permettra à l’internaute de détecter en un clin d’œil les principaux thèmes du blog.



Enregistrement automatique

La rédaction d'un article est un exercice long et parfois fastidieux. L'espace d'administration inclut une mesure de protection pour éviter toute perte de données : l'enregistrement automatique. Dès le début de la rédaction, WordPress enregistre automatiquement le nouvel article en tant que brouillon. En cas de dysfonctionnement du navigateur, du système ou de la machine, le blogueur peut ainsi le retrouver dans la liste des articles et reprendre sa rédaction. L'enregistrement automatique est également disponible dans le cadre de la rédaction d'une page.



PIÈGE Connexion à Internet

WordPress a besoin de l'accès à Internet pour réaliser ces sauvegardes.

Figure 4-39

Enregistrement de l'article dès le début de la rédaction

Blocs d'informations facultatives

L'écran propose d'autres sections qui permettent de renseigner des informations facultatives.

Extrait

Lorsque l'extrait est renseigné, il est utilisé dans certaines situations à la place du contenu. La rubrique [Réglages > Écriture](#) permet, par exemple, de spécifier si le flux RSS intègre le contenu des articles ou uniquement des extraits. Certains thèmes exploitent également cet extrait dans le cadre des listes d'articles.

Discussion

La première case à cocher autorise les utilisateurs à laisser des commentaires à propos de l'article. La seconde permet de définir la politique à adopter vis-à-vis des rétroliens et des *pings*. Ces deux technologies permettent aux blogueurs d'être avertis des citations mutuelles. En cochant cette case, la page de l'article disposera d'un espace répertoriant les blogs l'ayant citée.

Ces deux options prennent le pas sur le paramétrage général défini dans la rubrique [Réglages > Discussion](#).

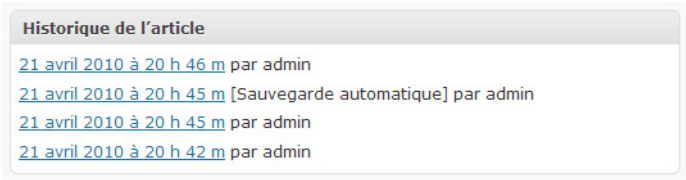
Historique de l'article

Ce bloc permet d'obtenir les dates des dernières modifications de l'article. Le nom de l'utilisateur à l'origine de la mise à jour est également affiché dans la liste.

À SUIVRE Pings

Les pings sont traités plus en détail dans le chapitre 10 qui aborde la question du référencement.

Figure 4-40
Dernières modifications de l'article

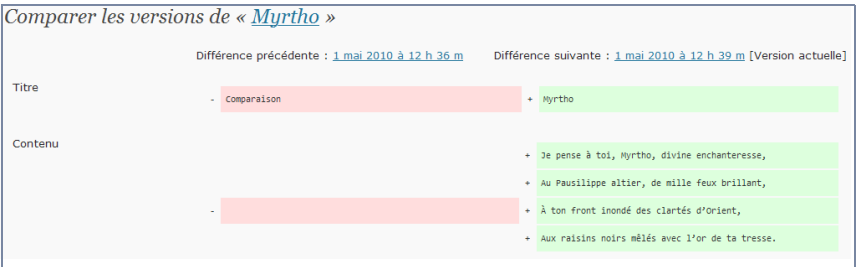


La sélection d'une date donne accès à une interface qui permet de restaurer une version précédente de l'article. Cette interface est également utilisée pour comparer deux versions et de visualiser les différences.

Figure 4-41
Le lien Restaurer permet de récupérer une version plus ancienne de l'article.



Figure 4-42
Comparaison de deux versions



Champs personnalisés

Les champs personnalisés (*custom fields*) permettent d'associer des informations structurées aux articles qui peuvent être assimilées à des métadonnées libres. Chacune d'elles est composée d'un nom (*key*) et d'une valeur (*value*).

Ces données sont le plus souvent utilisées au moment de l'affichage d'un article. Le thème ou l'extension peuvent les prendre en compte pour enrichir le contenu de l'article ou modifier la structure de la page. Le plus souvent, les sources du thème doivent être modifiés pour que les champs personnalisés soient pris en compte.



Figure 4–43
Association de deux champs personnalisés :
auteur et année

La liste des articles

La rubrique *Articles* donne accès à la liste des articles, qu'on peut filtrer par différents moyens : par mot-clef, statut, date ou catégorie.



Figure 4–44
Modifier les articles

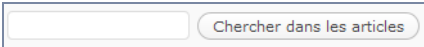


Figure 4–45
Filtrage par mot-clef



Figure 4–46
Filtrage par statut

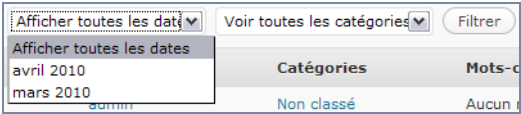


Figure 4–47
Filtrage par date ou par catégorie

Figure 4-48
Configuration de la liste


Figure 4-49
Changement de présentation

Certaines informations contenues dans la liste sont cliquables et permettent notamment de filtrer les articles : clic sur le nom d'un auteur, une catégorie ou un mot-clef. La liste est composée par défaut de six colonnes :

- le titre associé à l'état de publication ;
- l'auteur ;
- les catégories ;
- les mots-clefs ;
- le nombre de commentaires ;
- la date de création.

Le bouton *Options de l'écran*, situé à gauche du bouton d'aide, sert à réduire le nombre de colonnes et à préciser le nombre maximum d'articles à afficher dans la liste.



Les deux icônes situées sur la droite servent à modifier la présentation de la liste d'articles. Celle la plus à droite permet d'obtenir un affichage plus détaillé, proposant un résumé de l'article (colonne *Titre*) ainsi que son heure de publication (colonne *Date*).

De nombreux éléments de la liste sont cliquables :

- dans la colonne *Titre*, le nom de l'article fait basculer en mode édition ;
- la colonne *Auteur* autorise le tri par auteur ;
- dans les colonnes *Catégories* et *Mots-clefs*, la sélection d'un mot-clef ou d'une catégorie permet de filtrer sur ce mot-clef ou cette catégorie (utiliser le lien *Tous* pour revenir à la liste complète) ;
- la colonne *Commentaires* affiche les commentaires de l'article associé.

En plaçant le curseur de la souris au-dessus d'une ligne, des liens apparaissent pour réaliser des actions sur l'article associé :

- *Modifier* ;
- *Modification rapide* ;
- *Mettre à la corbeille* ;
- *Afficher*, pour ouvrir le blog sur la page associée à l'article.

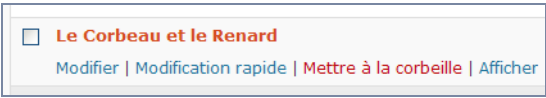


Figure 4–50
Barre d'actions associées à l'article

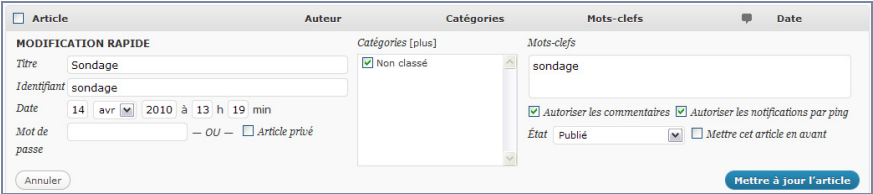


Figure 4–51
Interface liée à l'action Modification rapide

Le menu déroulant présent au-dessus et au-dessous de la liste est utilisé pour réaliser certaines actions sur plusieurs articles en même temps. Les articles doivent au préalable avoir été sélectionnés à l'aide de la case à cocher située en début de ligne. Les deux actions disponibles sont : *Modifier* et *Déplacer dans la corbeille*. L'option *Modifier* ouvre une interface en haut de la liste, qui permet de forcer certaines propriétés des articles : catégories, mots-clefs, état de publication, gestion des commentaires, etc.

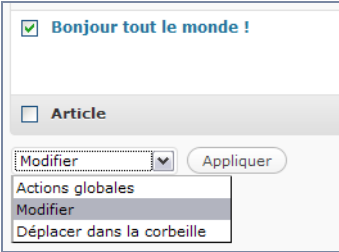


Figure 4–52
Actions sur plusieurs articles

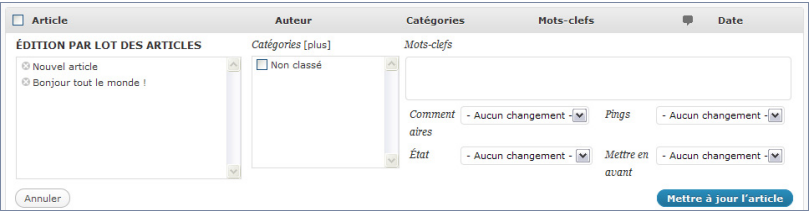


Figure 4–53
Interface de modification par lots

La corbeille

WordPress propose de déplacer les articles dans une corbeille plutôt que de les supprimer directement. Cette politique permet de restaurer un article supprimé par erreur.

ATTENTION Une corbeille unique

La corbeille centralise les pages, commentaires et articles supprimés. Dans le cas des liens, en revanche, la suppression est définitive.

Figure 4-54
Actions associées à un article
placé dans la corbeille

Envoyer/Insérer

Figure 4-55
Insertion de fichiers multimédias

À SUIVRE Insertion d'éléments multimédias

Le chapitre 9 « Proposer des contenus multimédias » décrit différentes méthodes pour insérer des éléments multimédias (vidéos, documents PDF, présentations PowerPoint ou autres diaporamas) directement au sein du contenu des articles.

Figure 4-56
Sélection du fichier

Il est possible de retrouver les articles placés dans la corbeille en cliquant sur [Articles](#) puis sur le lien [Corbeille](#). Le passage de la souris sur une ligne fait apparaître différentes actions :

- [Restaurer](#), pour replacer l'article dans la liste des articles en cours ;
- [Supprimer définitivement](#), pour effacer l'article de la base de données. L'article est alors définitivement perdu.



Les différents médias

Articles et pages peuvent être enrichis d'éléments multimédias. Quatre icônes situées au-dessus de l'éditeur permettent d'insérer ces différents types de fichiers : images, vidéos, sons et autres formats.

Seuls les fichiers images peuvent être visualisés directement dans le corps de l'article. Pour les autres formats, un lien vers le fichier multimédia est proposé. La page affichée suite au clic peut varier en fonction du navigateur et des plug-ins installés. L'avènement du HTML 5 devrait cependant améliorer cette situation en autorisant la visualisation d'une vidéo ou l'écoute d'une musique directement au sein de la page HTML.



Pour insérer une image dans un article, le blogueur commence par cliquer sur l'icône symbolisant une image. Il lui est alors possible de préciser la source de l'image :

- le disque dur de l'ordinateur ;
- l'URL d'une image sur le Web ;
- une image déjà envoyée et présente dans la bibliothèque de WordPress.

Dans la plupart des cas, un fichier présent sur l'ordinateur est envoyé. Il convient alors d'utiliser le bouton *Parcourir* pour sélectionner le fichier et l'envoyer.



Nom du fichier : fable.png

Type du fichier : image/png

Date de mise en ligne : 7 février 2010

Tailles : 800 × 642

[Modifier l'image](#)

Titre *

Texte alternatif

Texte alternatif de l'image, exemple : « La Joconde »

Légende

Description

Cible du lien

[Aucun](#) [Adresse web du fichier](#) [Adresse web de l'article](#)

Saisissez une adresse web ou cliquez sur l'un des pré-réglages ci-dessus

Alignement ☒ **Aucun** ☐ **Gauche** ☐ **Centre** ☐ **Droite**

Taille ☐ **Miniature** (150 × 150) ☒ **Moyenne** (300 × 240) ☐ **Large** ☐ **Taille originale** (800 × 642)

[Insérer dans l'article](#) [Supprimer](#)

Le saviez-vous ? Transfert multiple

Le module de téléchargement (*upload*) de WordPress, basé sur la technologie Flash, est en mesure de gérer le transfert multiple de fichiers.

ATTENTION Formats supportés


Les formats suivants doivent être utilisés pour obtenir un maximum de compatibilité : JPEG, GIF, PNG.

Une fois l'image envoyée, WordPress propose de préciser un certain nombre d'informations relatives à l'image :

- le titre de l'image ;
- un texte alternatif, indispensable pour l'accessibilité ;
- une légende, qui apparaît sous l'image dans le corps de l'article ;
- une description ;
- la cible du lien : laisser le lien tel qu'il est permettra au visiteur d'accéder au fichier image d'origine (non redimensionné le cas échéant) ;

Figure 4-57
Ajout d'informations

- l'alignement par rapport au contenu de l'article ;
- la taille, pour insérer une version « réduite » de l'image afin que la présentation du contenu de l'article soit cohérente. Les dimensions proposées pour les tailles miniature, moyenne et large peuvent être configurées avec l'interface de paramétrage *Réglages>Médias*.



Réglages des médias

Aide

Taille des images

Les tailles précisées ci-dessous déterminent les dimensions maximales (en pixels) à utiliser lors de l'insertion d'une image dans le corps d'un article.

Taille des miniatures	Largeur <input type="text" value="150"/>	Hauteur <input type="text" value="150"/>
	<input checked="" type="checkbox"/> Recadrer les images pour parvenir aux dimensions exactes (normalement, les miniatures sont proportionnées)	
Taille moyenne	Largeur maximale <input type="text" value="300"/>	Hauteur maximale <input type="text" value="300"/>
Grande taille	Largeur maximale <input type="text" value="1024"/>	Hauteur maximale <input type="text" value="1024"/>

Affichages distants

Affichage automatique	<input checked="" type="checkbox"/> Tenter d'afficher automatiquement toutes les adresses Web écrite en direct
Taille maximale d'affichage	Largeur <input type="text"/> Hauteur <input type="text" value="600"/>
	Si la largeur est laissée vide, les affichages utiliseront par défaut la largeur maximale de votre thème.

Enregistrer les modifications

Figure 4-58
Réglages liés aux images

À SAVOIR Répertoire de stockage

Les fichiers envoyés sont placés par défaut dans le répertoire `wp-content/uploads`. Ce répertoire de destination peut être modifié en passant par l'interface *Réglages>Médias*, qui permet également d'indiquer si l'organisation par défaut des fichiers (`wp-content/uploads/<annee>/<mois>`) convient au blogueur.

Un clic sur une image insérée dans le contenu de l'article fait apparaître deux icônes. Celle de droite, semblable à un panneau de stationnement interdit, permet de retirer l'image. Celle de gauche ouvre une fenêtre permettant d'éditer différentes propriétés de l'image.

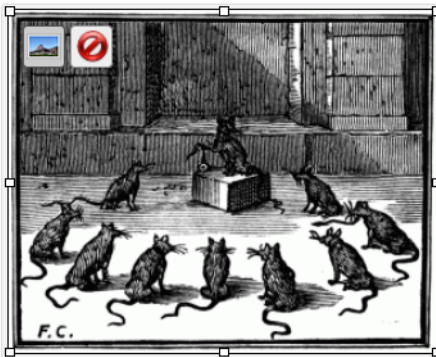


Figure 4-59
Aperçu de l'image dans l'éditeur

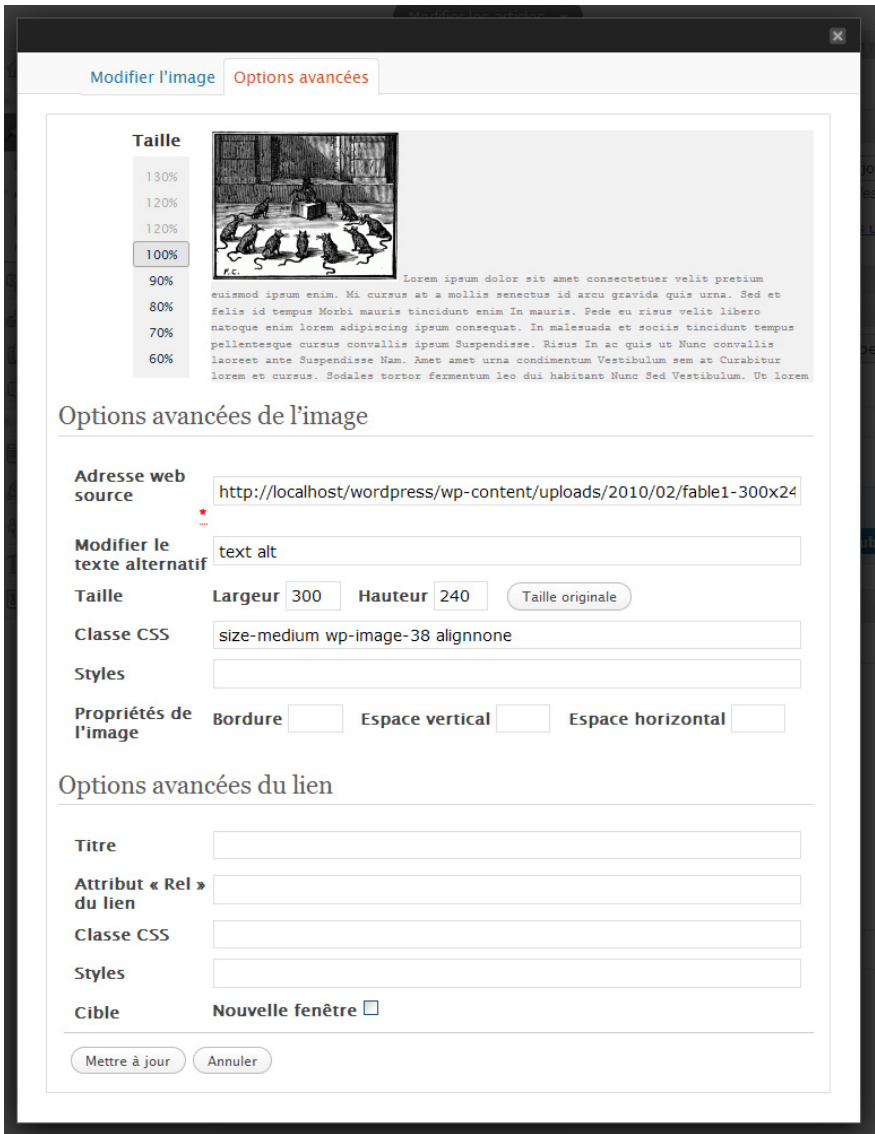


Figure 4–60
Affichage des propriétés avancées

La bibliothèque

Le transfert d'un fichier peut être déclenché :

- à partir de l'éditeur ;
- via l'interface *Médias>Ajouter*.

La rubrique *Médias>Bibliothèque* met également à disposition le bouton *Ajouter*. Cette bibliothèque liste tous les fichiers qui ont été envoyés sur le serveur.

Figure 4–61
Bibliothèque de médias



Figure 4–62
Actions associées à chaque média



LE SAVIEZ-VOUS ? **Métadonnées**

WordPress est en mesure d'associer des informations à des fichiers statiques car chaque fichier, suite au transfert, dispose d'un enregistrement associé dans la table `wp_posts` (le `post_type` associé est `attachment`).

Figure 4–63
Interface de modification



Éditer les images

WordPress permet de réaliser un certain nombre d'opérations sur les images qui ont été transférées.

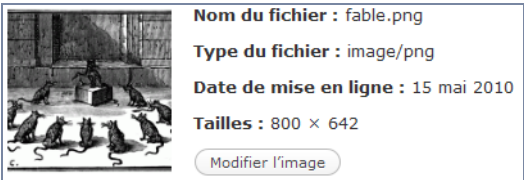


Figure 4-64
Le bouton « Modifier l'image » pour accéder à l'interface d'édition

L'interface d'édition permet :

- de recadrer l'image (en sélectionnant la zone sur l'image et en cliquant sur la première icône) ;
- de réaliser des rotations (icônes 2, 3, 4 et 5) ;
- de modifier les dimensions (lien *Modifier l'échelle*).

Le bloc *Recadrage de l'image* permet de modifier la sélection en lui donnant une taille fixe ou en lui imposant un ratio (par exemple 16:9 ou 1:1 pour obtenir une sélection carrée).

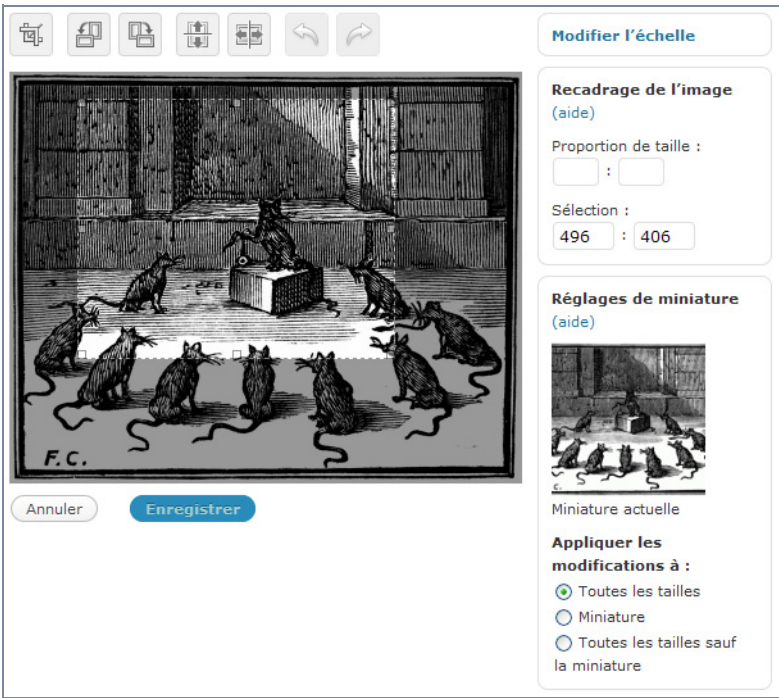


Figure 4-65
Interface de modification d'image

BON À SAVOIR Résolution

Inutile de transmettre des images trop lourdes dans le cadre d'une utilisation web. Une résolution de 72 dpi est suffisante.

À SUIVRE Galerie photo

Au-delà de la simple insertion d'image dans un article, plusieurs moyens existent pour ajouter une véritable galerie photo à son blog, que cela passe par une extension (voir chapitre 7, p. 173) ou l'intégration d'un service web extérieur (Flickr ou Picasa, voir chapitre 9).

Les pages

Les pages constituent l'autre moyen pour le blogueur de publier du contenu sur son blog. Souvent d'ordre plus général, ces contenus ne s'inscrivent ni dans la chronologie des articles ni dans la thématique principal du blog.

Les pages les plus couramment rencontrées sont les suivantes :

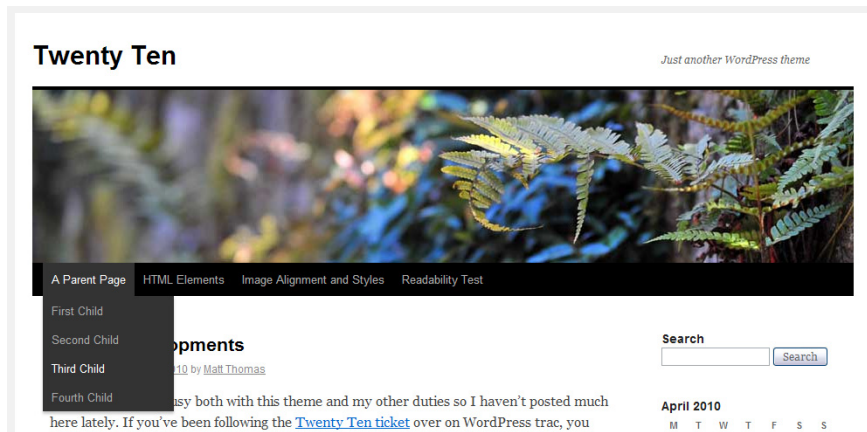
- *À propos*, consacré au blog et au blogueur ;
- *Contact* ;
- *Mentions légales* ;
- *Informations pour les annonceurs*.

Figure 4-66
Le blog d'Ericsson France propose plusieurs pages dans sa barre de titre.



Certains thèmes mettent les pages plus en avant que d'autres. Le blog se dote alors d'une véritable dimension de gestionnaire de contenus (CMS).

Figure 4-67
Le thème par défaut de WordPress, Twenty Ten, place les pages directement sous la barre de titre.



Au niveau visuel, les pages ont le plus souvent la même présentation que les articles.

L'interface d'administration liée aux pages fonctionne globalement de la même manière que celle des articles. Une différence importante réside dans la possibilité de modifier l'ordre d'apparition des pages à l'aide du champ *Ordre*. Le classement par défaut est l'ordre alphabétique.

Les commentaires

Les commentaires sont une dimension essentielle d'un blog. Ils permettent de faire vivre le site et de constituer, au cours du temps, une véritable communauté.

Laisser une réponse

Bob

Nom (obligatoire)

bob@mail.com

Adresse e-mail (ne sera pas publiée) (obligatoire)

Site Web

Excellente suggestion ...

Valider le commentaire

Figure 4–68
Interface de dépôt de commentaires sur le blog

Modération

L'inconvénient majeur des commentaires est le temps qu'ils font perdre en modération. WordPress propose heureusement au blogueur trois méthodes de modération :

- directement sur le blog ;
- dans l'espace d'administration ;
- par e-mail.

L'idée est de faciliter au maximum la vie du blogueur.

Modération dans l'espace d'administration

Les derniers commentaires apparaissent à la fois dans la section *Commentaires récents* du tableau de bord et dans la rubrique *Commentaires*. Un indicateur apparaît au niveau de la rubrique *Commentaires* pour préciser le nombre de commentaires qui n'ont pas été approuvés. Ceux en attente de validation peuvent être repérés par leur fond jaune.

BON À SAVOIR Adresse IP de l'utilisateur

Dans la rubrique *Commentaires*, les chiffres (par exemple 65 . 52 . 22 . 222) qui apparaissent sous l'avatar de l'auteur du commentaire correspondent à l'adresse IP de la machine utilisée pour déposer le commentaire. Cette information n'a pas grand intérêt en tant que telle. Elle permet surtout de faire des recherches en cas d'abus. En effet, un clic sur l'adresse IP affiche la liste des commentaires écrits depuis cette même adresse IP.

Figure 4-69
Le commentaire de Bob est en attente de validation.



Figure 4-70
Un commentaire doit être approuvé.

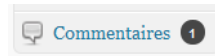
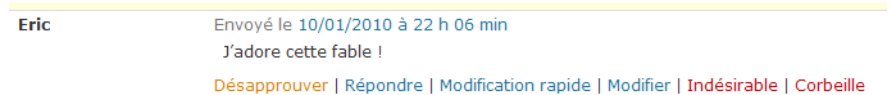


Figure 4-71
Actions associées au commentaire



Le passage du curseur de la souris sur un commentaire fait apparaître différentes actions. Ces liens permettent :

- d'accepter ou de refuser le commentaire (*Approuver/Désapprouver*) ;
- de marquer le commentaire en tant que spam (*Indésirable*) ;
- de répondre au commentaire (*Répondre*) ;
- de modifier le commentaire sans changer de page (*Modification rapide*) ou en se rendant sur une interface spécifique (*Modifier*) ;
- de supprimer le commentaire (*Corbeille*).

Le réglage par défaut de WordPress autorise la publication automatique d'un commentaire quand l'un des commentaires de l'auteur a déjà été approuvé. Ce réglage est modifiable dans la rubrique *Réglages>Discussions*. Un blogueur préoccupé des risques de dérive peut cocher la case *Un administrateur doit toujours approuver le commentaire* pour passer dans un véritable mode de modération a priori.

Modération en ligne

L'affichage des commentaires varie en fonction du rôle de l'internaute qui consulte le site. L'auteur d'un commentaire non validé peut visualiser son commentaire agrémenté d'un message d'avertissement indiquant que le commentaire est en attente de validation.

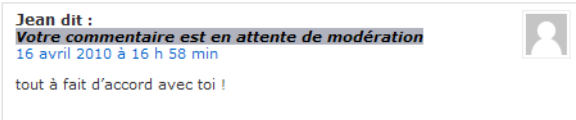


Figure 4-72
Seul l'auteur peut voir ce commentaire.

S'il est authentifié et bénéficie des permissions suffisantes, le blogueur dispose d'un lien *Modifier* pour accéder directement à l'interface d'édition du commentaire dans l'espace d'administration.



Figure 4-73
Le blogueur dispose d'un lien direct pour corriger ou supprimer le commentaire.

Modération depuis l'adresse e-mail

WordPress permet aux blogueurs de recevoir par e-mail une copie des commentaires déposés sur le blog. En plus de sa fonction d'avertissement, le grand intérêt de cet e-mail est d'offrir la possibilité au blogueur de modérer le commentaire d'un simple clic ; il peut ainsi l'approuver, le supprimer ou le marquer comme indésirable.

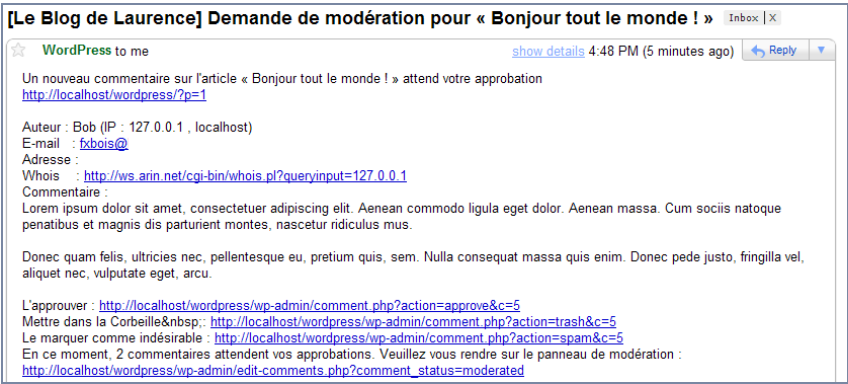


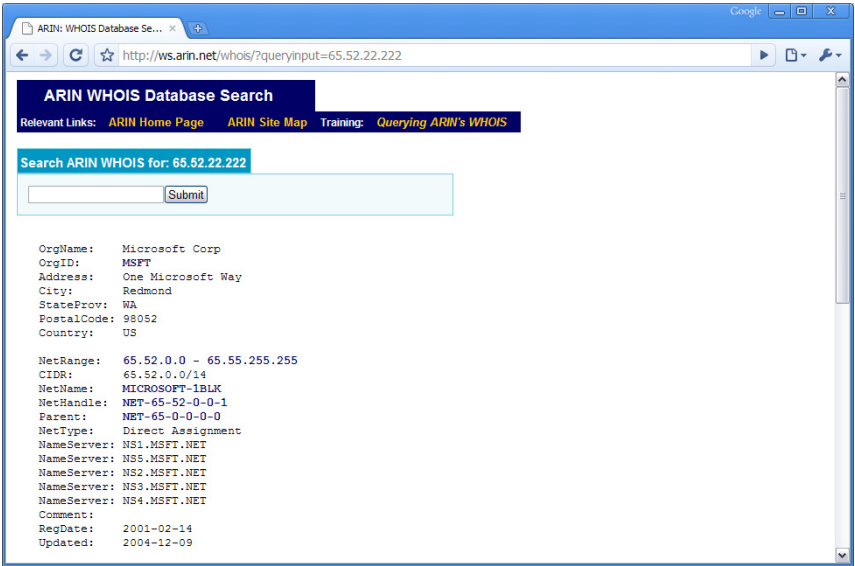
Figure 4-74
E-mail reçu par le blogueur dès qu'un nouveau commentaire est déposé

Figure 4-75
Interface sur laquelle arrive le blogueur en cliquant sur le lien « L'approuver »



Le lien associé à Whois donne accès à de nombreuses informations sur l'origine de l'auteur. Une recherche sur l'IP 65.52.22.222 permet ainsi de savoir que cette adresse IP appartient à Microsoft.

Figure 4-76
Informations liées à l'adresse IP



L'envoi d'e-mails d'alerte peut être paramétré dans la rubrique *Réglages>Discussion*. Deux cases à cocher spécifient dans quel cas le blogueur souhaite recevoir un e-mail.

M'envoyer un e-mail lorsque	<input checked="" type="checkbox"/> Un nouveau commentaire est publié
	<input checked="" type="checkbox"/> Un commentaire est en attente de modération

Figure 4–77
Administration des alertes

Paramétrage

Cette rubrique de l'espace d'administration propose d'autres paramètres relatifs aux commentaires.

Autres réglages des commentaires	<input checked="" type="checkbox"/> L'auteur d'un commentaire doit renseigner son nom et son e-mail
	<input type="checkbox"/> Un utilisateur doit être enregistré et connecté pour publier des commentaires
	<input type="checkbox"/> Fermer automatiquement les commentaires pour les articles vieux de plus de 14 jours
	<input type="checkbox"/> Activer les commentaires imbriqués jusqu'à 5 niveaux
	<input checked="" type="checkbox"/> Diviser les commentaires en pages, avec 50 commentaires de premier niveau par page et la dernière page affichée par défaut
Les commentaires doivent être affichés avec le plus ancien en premier	
M'envoyer un e-mail lorsque	<input checked="" type="checkbox"/> Un nouveau commentaire est publié
	<input checked="" type="checkbox"/> Un commentaire est en attente de modération
Avant la publication d'un commentaire	<input type="checkbox"/> Un administrateur doit toujours approuver le commentaire
	<input checked="" type="checkbox"/> L'auteur d'un commentaire doit avoir déjà publié un commentaire approuvé

Figure 4–78
Paramétrage des commentaires

Comme évoqué dans le premier chapitre, il est conseillé d'activer l'option imposant à l'auteur d'un commentaire de renseigner son nom et son adresse e-mail. Le blog se retrouve ainsi en règle vis-à-vis de la LCEN. L'adresse e-mail n'étant pas publiée, les internautes n'ont finalement pas réellement de raison de s'y opposer.

La présentation par défaut des commentaires, du plus ancien au plus récent, est pertinente dans la mesure où elle aide l'internaute à détecter très vite l'apparition d'un nouveau commentaire. L'interface d'administration permet de modifier cette présentation de deux manières :

- en inversant cet ordre ;
- en activant le mode *Discussion*.

Dans le cadre de ce mode de présentation, les commentaires et les réponses se retrouvent imbriqués. Un lien *Répondre* est présent sous chaque commentaire, ce qui permet à l'internaute de répondre précisément à un commentaire donné. Cette présentation a l'avantage de faciliter la lecture des échanges entre internautes, mais il est plus difficile de détecter la publication d'un nouveau commentaire. Le menu déroulant associé à l'option augmente le niveau maximal d'imbrication à 10.

Figure 4-79
Apparition du lien Répondre

The screenshot shows a comment box for a user named Jean. The comment text is "commentaire 1". Below the comment, there is a blue link labeled "Répondre". Underneath the link, there is a section titled "Laisser une réponse" with a sub-link "Cliquer ici pour annuler la réponse.". Below this, there are three input fields: "Nom" (containing "Jean"), "Adresse e-mail (ne sera pas publiée)", and "Site Web". A large text area for the response is labeled "réponse à commentaire 1". At the bottom right of the text area is a button labeled "Valider le commentaire".

Figure 4-80
Les commentaires sont regroupés par fils de discussion.

The screenshot shows a threaded discussion of comments. The first comment is by Jean, dated "12 mai 2010 à 19 h 08 min", with the text "commentaire 1" and a blue "Répondre" link. Below it, a second comment by Bob, dated "12 mai 2010 à 19 h 18 min", is shown as a response to Jean's comment, with the text "réponse à commentaire 1" and a blue "Répondre" link. Below Bob's comment, a third comment by Bob, dated "12 mai 2010 à 19 h 15 min", is shown as a separate comment, with the text "commentaire 2" and a blue "Répondre" link. Each comment has a small profile picture icon to its right.

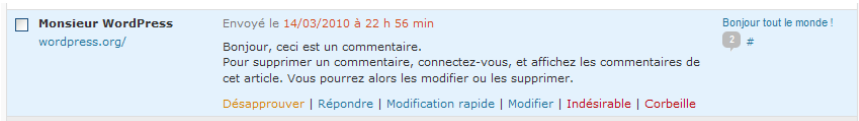
Raccourcis clavier

La modération peut très vite devenir fastidieuse lorsque le blog rencontre un certain succès et que les commentaires s'accumulent. L'utilisation de la souris pour ce genre de tâche répétitive est loin d'être optimale. Depuis la version 2.7, les blogueurs ont la possibilité de réaliser la modération en utilisant leur clavier. Ces raccourcis permettent de passer d'un commentaire à l'autre, de changer leur statut, de les modifier, d'y répondre ou encore de les supprimer.

Les raccourcis ne peuvent être utilisés qu'à partir du moment où l'option *Activer les raccourcis clavier pour la modération de commentaires* est cochée dans la rubrique *Utilisateurs > Votre profil*.

Les touches *J* et *K* permettent de passer d'un commentaire à l'autre (et d'une page à l'autre en début et en fin de liste). Le commentaire en cours peut être repéré par son fond bleu. Les actions suivantes sont disponibles sur le commentaire en cours :

- accepter le commentaire : touche *A* ;
- marquer comme spam : touche *S* ;
- supprimer : touche *D* ;
- éditer : touche *Q* ;
- répondre : touche *R*.



POUR ALLER PLUS LOIN **Raccourcis clavier**

La liste complète des raccourcis clavier, avec notamment le traitement par lots, est disponible sur la page :

► http://codex.wordpress.org/Keyboard_Shortcuts

Les liens

La rubrique *Liens* permet de gérer votre *blogroll*. Comme nous l'avons vu précédemment, il s'agit d'une liste de sites que vous souhaitez faire connaître. Il peut s'agir de sites d'amis ou de partenaires, ou tout simplement de sites de référence dans le secteur d'activité du blog.

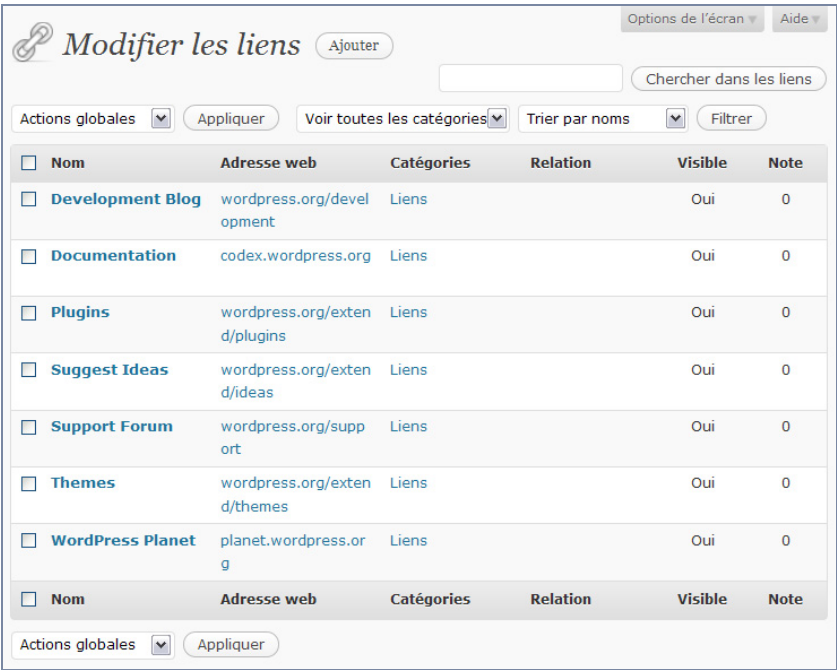


Figure 4–81
Lorsqu'il est sélectionné,
le fond du commentaire devient bleu.

Figure 4–82
Gestion des liens

À SAVOIR **La catégorie Liens**

La catégorie *Liens* ne peut pas être supprimée. Renommez-la plutôt si elle ne convient vraiment pas.



Figure 4–83
Exemple de blogroll

Figure 4–84
Ajout d'un lien

Un lien peut être modifié en cliquant sur son nom. Si vous cliquez sur l'adresse web, vous accédez directement au site ciblé par le lien.

Catégories

Les liens sont présentés sous la forme d'une liste dans la barre latérale. Le titre du blogroll (*Liens*) correspond à la catégorie associée à tous les liens. Il est possible de créer une nouvelle catégorie en utilisant l'interface *Liens>Catégories des liens*. Dès qu'un lien est associé à cette catégorie, un nouveau blogroll apparaît automatiquement dans la barre latérale.



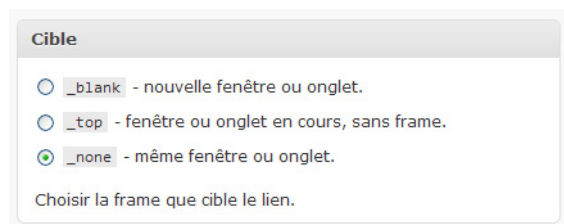
**Figure 4–85**

Le passage de la souris sur le lien fait apparaître l'infobulle correspondante.

Autres propriétés des liens

Cibles

La cible associée à un lien indique le mode d'ouverture d'un lien.

**Figure 4–86**

Cibles du lien

Les deux valeurs intéressantes sont `_blank` et `_none`. Cette dernière est la valeur par défaut ; elle signifie que le site associé au lien va remplacer le blog et que l'internaute devra donc utiliser le bouton *Page précédente* de son navigateur pour revenir sur le blog. Il s'agit par conséquent d'un risque de perdre le visiteur.

En sélectionnant l'option `_blank`, le site s'ouvrira dans un nouvel onglet ou une nouvelle fenêtre du navigateur. En fermant l'onglet, le visiteur a de grandes chances de retomber directement sur le blog.

Relations

Les liens d'un *blogroll* peuvent être de types tout à fait différents. Certains pointeront vers les blogs d'amis, d'autres vers des sites partenaires ou des sites de référence.

Le bloc *Relation avec le propriétaire du site lié (XFN)* permet d'associer une information cachée aux liens pour indiquer le type de relation qui lie le propriétaire du site avec l'auteur du blog. Ce type d'information n'est pas essentiel et peut tout à fait être mis de côté.

Figure 4-87
Relation XFN

Relation avec le propriétaire du site lié (XFN)

rel :

identité

☐ Une autre de mes adresses Web

amitié

☐ contact ☐ connaissance ☐ ami(e) ☒ aucune

physique

☐ rencontré(e)

professionnel

☐ collègue de travail ☐ confrère

géographique

☐ colocataire ☐ voisin ☒ aucune

famille

☐ enfant ☐ apparenté ☐ parent ☐ frère/sœur ☐ conjoint ☒ aucune

romantique

☐ muse ☐ coup de foudre ☐ petit(e)-ami(e) ☐ être aimé

Si le lien pointe sur une personne, vous pouvez préciser la relation que vous entretenez avec elle via le formulaire ci-dessus. Si vous souhaitez en apprendre plus sur ce système, consultez le [site de XFN](#).

Le gestionnaire de menus

Le gestionnaire de menus est une des grandes nouveautés proposées par WordPress 3. Il rapproche encore un peu plus WordPress d'un véritable outil de gestion de contenus (CMS).

Les menus permettent au blogueur d'organiser de façon très ergonomique et structurée l'accès aux différents contenus du blog. Un menu peut en effet tout aussi bien donner accès à des pages, des catégories ou des liens (internes ou externes).

La rubrique [Apparence > Menus](#) favorise la création et l'organisation des menus. L'interface est composée de deux espaces :

- celui de droite représente le menu ;
- celui de gauche, les différents éléments qui peuvent venir s'insérer dans le menu.

Toute action réalisée au niveau du menu doit être suivie d'un enregistrement à l'aide du bouton [Enregistrer le menu](#).

La hiérarchisation du menu est réalisée en décalant légèrement, à l'aide de la souris, un élément du menu sur la droite, ce qui crée automatiquement un sous-menu. Tous les éléments décalés au même niveau appartiennent au même sous-menu.

ATTENTION Compatibilité

Peu de thèmes supportent pour l'instant les menus de façon native. Ceux qui ne les supportent pas peuvent utiliser le *widget* Menu.

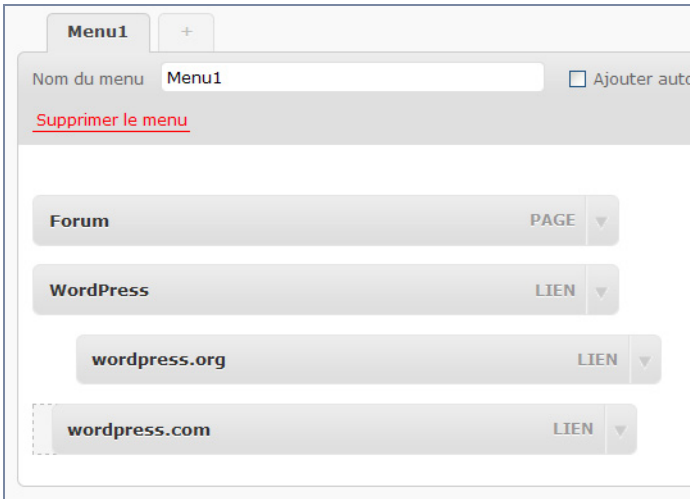


Figure 4–88
Déplacement vers la droite du lien WordPress.com afin qu’il intègre le sous-menu WordPress.

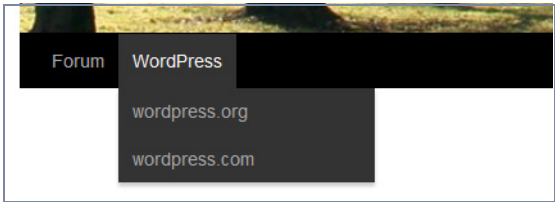


Figure 4–89
Le menu WordPress dispose bien de deux éléments.

Un menu peut venir s’insérer à différents emplacements d’un blog.

- La première catégorie d’emplacements correspond à ceux définis par le thème actif. Ces emplacements sont ceux proposés dans la section *Emplacements du thème*. Le thème *Twenty Ten* ne propose qu’un seul emplacement, situé sous l’image d’en-tête.
- Le second type d’emplacements correspond aux *widgets*. Le widget *Menu personnalisé* permet de placer un menu dans toutes les zones de widgets du thème.

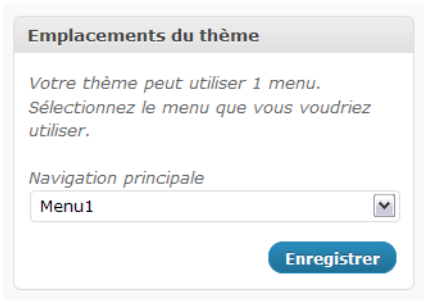


Figure 4–90
Association du menu avec un emplacement de thème

PIÈGE Modification du thème

Toute modification de thème doit être accompagnée d’une réassociation des menus aux emplacements spécifiques du nouveau thème.

À SAVOIR Menu par défaut

Tant qu’aucun élément n’a été ajouté au menu, le thème *Twenty Ten* liste les différentes pages du blog.

Figure 4–91
Ajout d'un widget proposant le Menu1
dans la zone principale de widgets

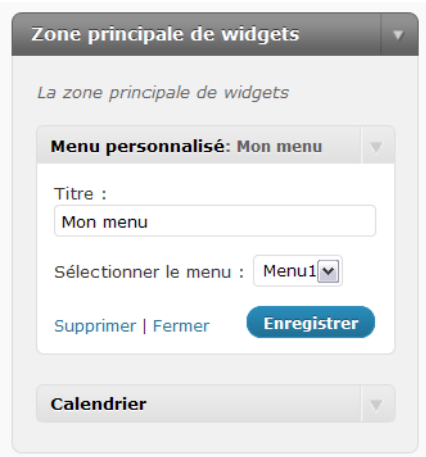


Figure 4–92
Apparition du menu dans
la colonne latérale du blog

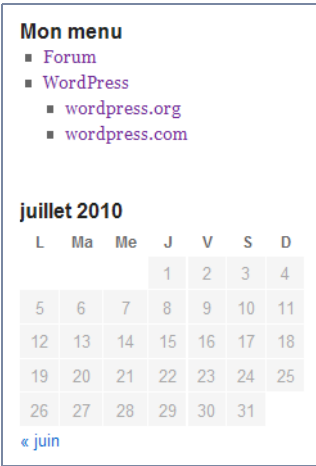


Figure 4–93
Le menu est cette fois placé
dans un widget de pied de page.



Les éléments placés dans le menu peuvent être renommés. L'interface d'édition est disponible en cliquant sur la petite flèche située à droite de l'élément correspondant.



The screenshot shows the 'Forum' menu item configuration box in WordPress. It has a title 'Forum' and a 'PAGE' dropdown. Below, there are two input fields: 'Titre de la navigation' (Navigation title) with the value 'Mon forum', and 'Attribut de titre' (Title attribute). Below these is a text field 'Original : Forum'. At the bottom, there are two links: 'Supprimer' (Delete) in red and 'Annuler' (Cancel) in blue.

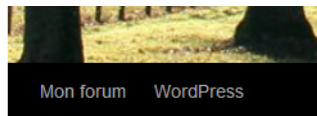
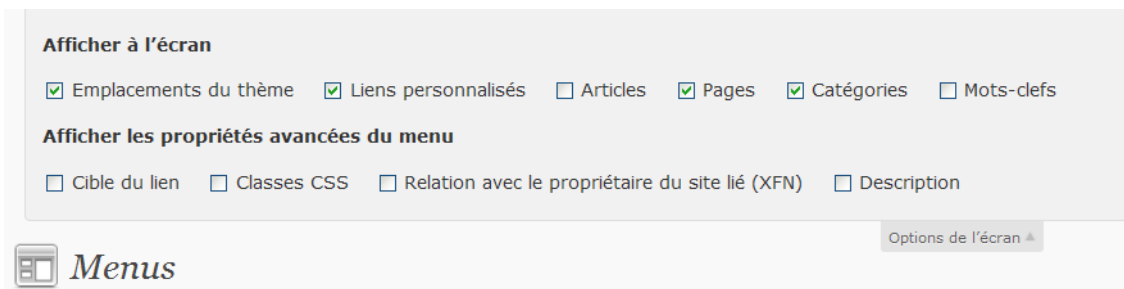


Figure 4-94
La page Forum a pour intitulé Mon forum dans le menu.

L'onglet *Options de l'écran* permet d'ajouter :

- des types de contenus à insérer dans les menus (*Articles*, *Mots-clefs*) ;
- des propriétés aux éléments des menus (*Classes CSS*, *Cible du lien*).




The screenshot shows the 'Options de l'écran' (Screen Options) panel in the WordPress 'Menus' screen. It is divided into two sections. The first section, 'Afficher à l'écran' (Display on screen), contains several checkboxes: 'Emplacements du thème' (checked), 'Liens personnalisés' (checked), 'Articles' (unchecked), 'Pages' (checked), 'Catégories' (checked), and 'Mots-clefs' (unchecked). The second section, 'Afficher les propriétés avancées du menu' (Display advanced menu properties), contains four checkboxes: 'Cible du lien' (unchecked), 'Classes CSS' (unchecked), 'Relation avec le propriétaire du site lié (XFN)' (unchecked), and 'Description' (unchecked). At the bottom right of the panel is a button labeled 'Options de l'écran ▲'.

Figure 4-95 Options de l'écran de la rubrique Apparence>Menus

Les utilisateurs

WordPress donne la possibilité à plusieurs utilisateurs de travailler en parallèle sur un même blog. La rubrique *Utilisateurs* sert à créer de nouveaux utilisateurs. En plus des informations standards, telles que nom, prénom, adresse e-mail, biographie etc., chaque utilisateur dispose également d'un rôle associé.

Ajouter un utilisateur

Les utilisateurs ne peuvent pas [s'enregistrer eux-mêmes](#), mais vous pouvez créer manuellement des utilisateurs ici.

Identifiant *(obligatoire)*

Prénom

Nom

E-mail *(obligatoire)*

Site web

Mot de passe *(deux fois, obligatoire)*

Indicateur de sûreté

Conseil : votre mot de passe devrait faire au moins 7 caractères de long. Pour le rendre plus sûr, utilisez un mélange de majuscules, de minuscules, de chiffres et de symboles comme ! " ? \$ % ^ &).

Envoyer le mot de passe ?

☒ Envoi ce mot de passe au nouvel utilisateur par e-mail.

Rôle

Abonné

Abonné

Administrateur

Éditeur

Auteur

Contributeur

Ajouter un utilisateur

Figure 4–96
Interface de création d'un compte utilisateur

Ce rôle définit les droits de l'utilisateur vis-à-vis de la publication et de la modération :

- l'*administrateur* accède à toutes les fonctionnalités de paramétrage et de rédaction de l'espace d'administration ;
- l'*éditeur* a la main sur les articles, les pages, les catégories et les commentaires ;
- l'*auteur* n'a accès qu'à la rédaction et à la publication de ses articles ;
- le *contributeur* peut écrire un article mais ne dispose pas des droits de publication ;
- l'*abonné* ne peut accéder qu'à son profil.

La rubrique [Réglages>Général](#) défini le rôle par défaut qui sera associé aux nouveaux utilisateurs.



chapitre 5

Orange F 15:31

WordPress.com Gadget

m.wordpress.com/?ac... Google

Stats Post Bookmark Log out

Blog
Fxbois's Blog ▼

Title

Content

Categories (separated with commas: Cats, Dogs)

Tags (separated with commas: Cats, Dogs)

Save as Draft Publish »

◀ ▶ + 📖 8

Bloguer en nomade

WordPress offre aux utilisateurs nomades une multitude de moyens de gérer leur blog. Les habitudes des blogueurs ont en effet beaucoup évolué ces dernières années. Les articles publiés sont à la fois de plus en plus courts et de plus en plus fréquents. WordPress propose désormais différents outils permettant de rester en liaison permanente avec un blog, notamment via des terminaux mobiles.

SOMMAIRE

- ▶ WordPress.com optimisé pour mobiles
- ▶ Applications WordPress pour iPhone, iPad, Android, et Blackberry
- ▶ Création d'articles par e-mail

MOTS CLEFS

- ▶ smartphone
- ▶ mobilité
- ▶ iPhone
- ▶ iPad
- ▶ Android
- ▶ Blackberry
- ▶ e-mail

Qu'il s'agisse d'une version web optimisée pour les mobiles, d'une passerelle e-mail ou d'applications pour smartphones, plusieurs techniques visent à aider le blogueur à s'affranchir des contraintes matérielles afin qu'il puisse s'exprimer en toute situation.

WordPress.com pour mobiles

Le service WordPress.com est disponible dans une version spécialement adaptée aux terminaux mobiles.

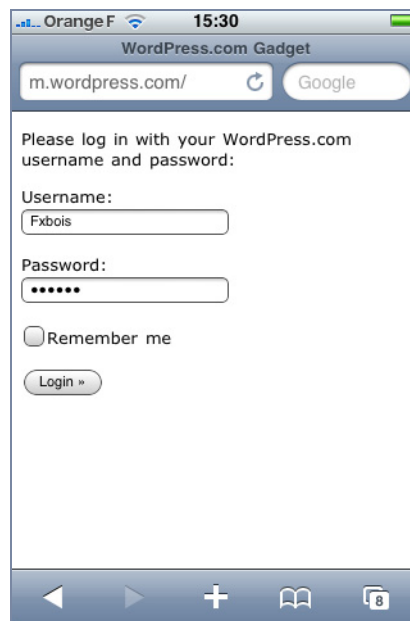


Figure 5-1
Page d'authentification
de la version mobile de WordPress.com

EXTENSION WordPress optimisé pour mobiles

Des extensions telles que WPhone permettent d'obtenir une interface d'administration optimisée pour mobiles.

Accessible sur m.wordpress.com, cette version allégée n'a pas pour ambition de donner accès à l'ensemble des fonctionnalités de l'espace d'administration. Il s'agit plutôt de permettre au blogueur de rédiger des articles et de modérer les commentaires. La simplicité et la vitesse de chargement des pages sont ici les maîtres mots. La faiblesse apparente de cette version est en réalité sa force, dans la mesure où cette interface épurée fonctionne aussi bien avec des smartphones de dernière génération (iOS, Android) qu'avec des téléphones portables plus anciens sur lesquels l'affichage correct d'un site web relève le plus souvent du miracle.



Figure 5-2
Création d'un nouvel article

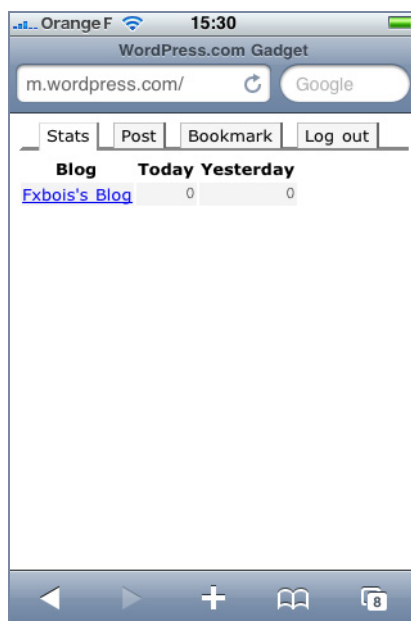


Figure 5-3
Statistiques des blogs associés au compte

Applications smartphone

Les smartphones peuvent être assimilés à des téléphones mobiles enrichis d'une dimension d'assistant personnel. Généralement dotés d'un grand écran tactile, d'un accès à Internet et de nombreux capteurs (GPS, accéléromètre, appareil photo), ils permettent de surfer sur le Web, d'accéder à sa messagerie et de consulter son agenda.

L'avènement de ces appareils est une des révolutions les plus importantes dans l'industrie de l'informatique personnelle. Modèles, habitudes et comportements sont en pleine mutation :

- le grand principe « un ordinateur par foyer » cher à Bill Gates se transforme progressivement en « un smartphone par individu » ;
- accompagnant l'utilisateur partout et tout le temps, le smartphone, associé à une connexion Internet, le libère des contraintes de lieu et de temps ;
- la distribution de logiciels subit une refonte complète grâce aux plateformes de distribution d'applications de type App Store (Apple), Android Market (Google), App World (Blackerry), Ovi Store (Nokia) ou App Catalog (HP/Palm). Centralisées, sécurisées, les applications s'installent en un clic et coûtent rarement plus de quelques euros.

LOGICIEL LIBRE

Le code source de WordPress for iOS

Les sources de l'application sont accessibles à l'adresse suivante :

► <http://iphone.wordpress.org/development>



Figure 5-4

Icône de l'application App Store

Figure 5-5

La première application de la liste est celle qui nous intéresse.

Ce secteur sera sans conteste le plus concurrentiel des années à venir. Les grands noms de l'informatique ne s'y sont pas trompés et ont tous investi massivement dans ce domaine. La situation actuelle est à peu près celle-ci :

- Blackberry se démène pour protéger sa part de marché auprès des hommes d'affaires ;
- Apple, à l'origine d'une véritable révolution avec son iPhone, domine toujours le marché ;
- Google et ses nombreux partenaires grignotent chaque mois un peu plus de terrain avec la plate-forme ouverte Android ;
- Palm espère que son récent rachat par HP permettra de sauver son prometteur webOS ;
- Microsoft tente de combler son retard avec Windows Mobile 7.

Bloguer sur iPhone

Automatic, société éditrice du service WordPress.com, est à l'origine de l'application gratuite et open source WordPress for iOS. Cette application permet au blogueur de gérer ses différents blogs depuis un iPhone.

Elle donne notamment accès aux fonctionnalités suivantes :

- création de contenu : articles, pages ;
- modération des commentaires : suppression, réponse.

L'application peut être installée en quelques clics via l'App Store en recherchant le terme « wordpress ».



Une fois l'application lancée, la première étape consiste à associer un blog à l'application. Les renseignements obligatoires à indiquer sont l'adresse (URL) du blog ainsi que l'identifiant et le mot de passe d'administration.

Dans le cadre d'un blog WordPress.com, la connexion est simple et sans surprise : l'URL est de la forme <monblog>.wordpress.com.

Avec un blog WordPress autonome, le blogueur doit au préalable se rendre dans la rubrique *Réglages>Écriture* de l'espace d'administration et cocher la case *Activer les protocoles XML-RPC*.



Figure 5–6

Icône de l'application WordPress

Publication à distance

Pour publier avec WordPress depuis un client de bureau ou un site distant, vous devez activer la méthode ci-dessous, que ce soit le protocole de publication Atom ou l'une des interfaces de publication XML-RPC.

Protocole de publication Atom ☐ Activer le protocole de publication Atom.

XML-RPC ☒ Activer les protocoles XML-RPC (WordPress, Movable Type, MetaWeblog, Blogger XML-RPC).

Figure 5–7

Activation des services web. L'opération doit être réalisée sur tous les blogs à associer.

Une fois le blog associé, l'interface donne accès à trois groupes de fonctionnalités : commentaires, articles et pages.

L'onglet *Commentaires* liste les derniers commentaires. Le filtre *All / Pending* permet de n'afficher que les commentaires en attente de validation.

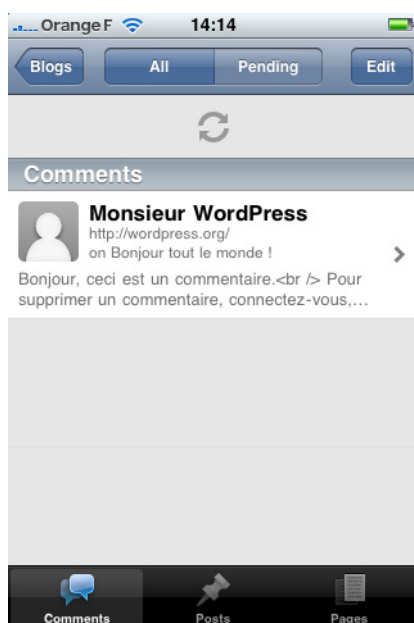


Figure 5–8

Liste des derniers commentaires

En cliquant sur un commentaire, le blogueur peut le supprimer, le marquer comme spam ou le refuser. Il est également possible de réaliser ces opérations sur une sélection de commentaires en cliquant sur le bouton *Edit*, disponible au-dessus de la liste. La sélection d'un commentaire est réalisée en cliquant sur le cercle situé à gauche.

L'onglet *Posts* donne accès à la liste des articles du blog. En cliquant sur un article ou en en créant un nouveau (grâce à la petite icône représentant un crayon, située en haut à droite de l'interface), la barre d'icônes en bas de l'écran est remplacée par de nouvelles fonctionnalités : *Rédaction*, *Commentaires*, *Photos*, *Prévisualisation*, *Paramètres*.

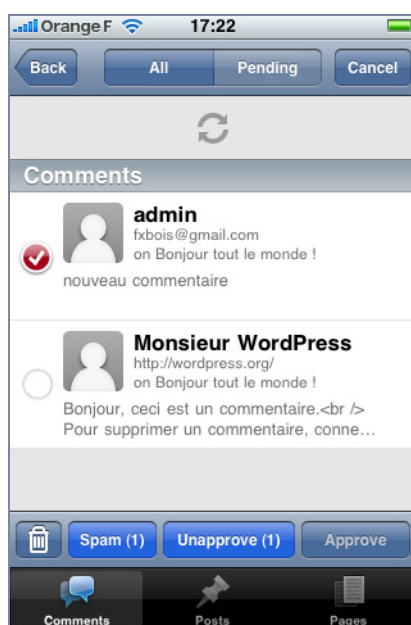


Figure 5-9
Action sur plusieurs commentaires



Figure 5-10
Édition d'un article

La cible située à droite du champ *Titre* permet de géolocaliser l'article.

Le bouton *Photos* propose de prendre une nouvelle photo ou d'en sélectionner une dans la bibliothèque de l'iPhone.

L'application WordPress for iOS est en mesure de gérer plusieurs blogs. Il convient pour cela de passer par l'icône *Blogs* et d'utiliser le bouton +.

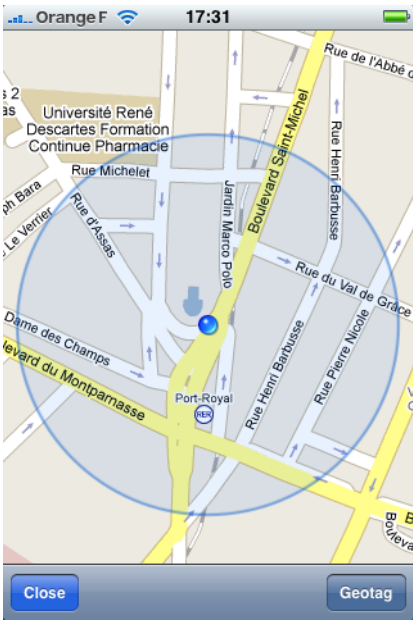


Figure 5-11 Association d'une latitude et d'une longitude à l'article

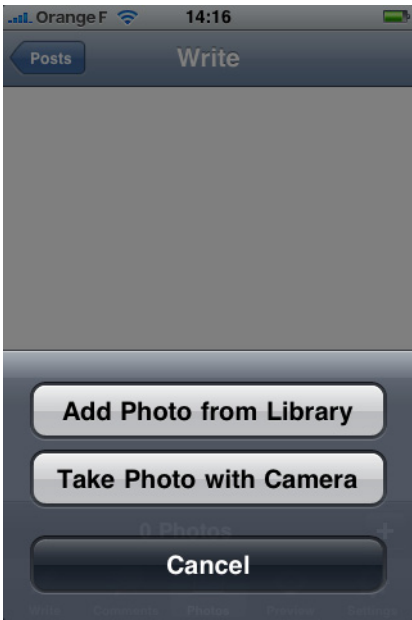


Figure 5-12 Association d'une photo à un article

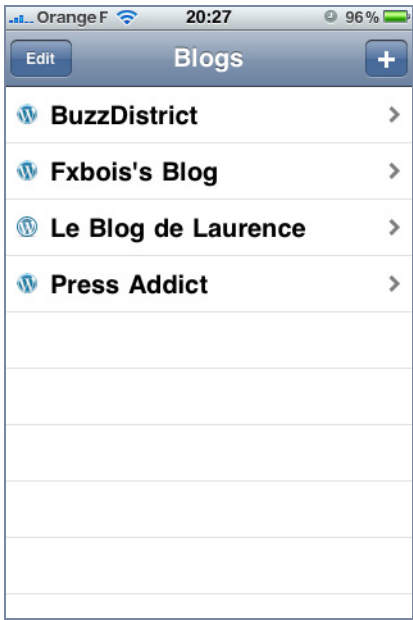


Figure 5-13 Liste des blogs associés à l'application

Le site iphone.wordpress.org propose de nombreuses informations concernant l'application. Celle-ci est appelée WordPress for iOS car elle est également disponible pour la tablette iPad. L'interface tire avantageusement parti de l'espace supplémentaire pour placer des éléments de navigation dans une colonne latérale ; l'ergonomie se trouve ainsi largement améliorée.

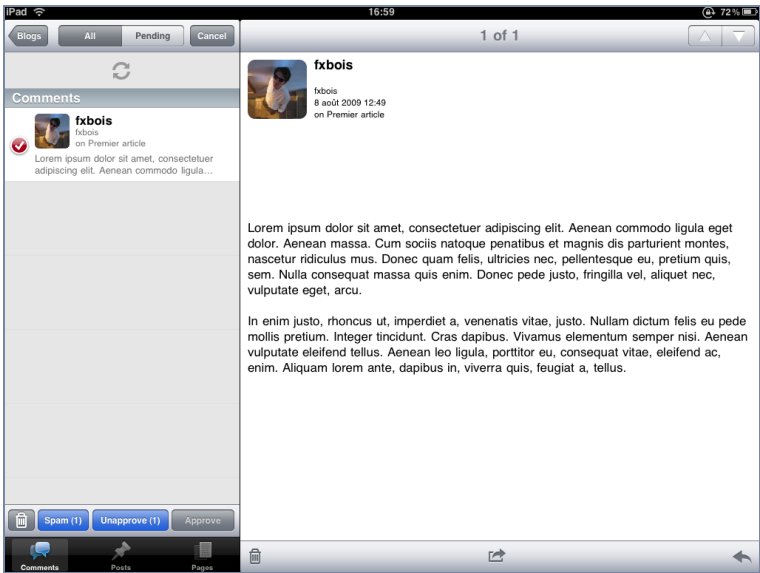


Figure 5-14 Interface WordPress for iOS sur iPad

Bloguer sous Google Android

WordPress for Android est également une application développée par la société Automattic. Elle est disponible sur l'Android Market et peut être installée en quelques clics.

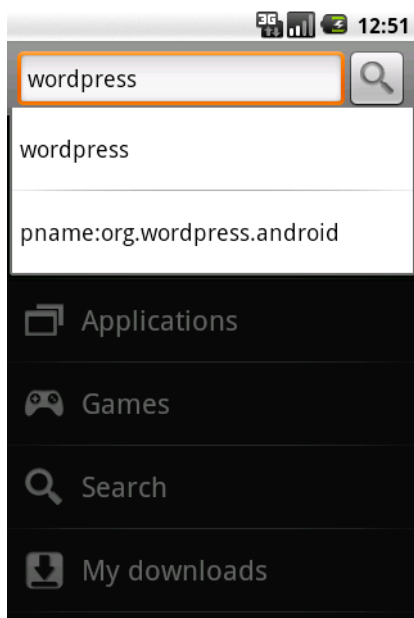


Figure 5-15 Recherche de « wordpress » sur l'Android Market

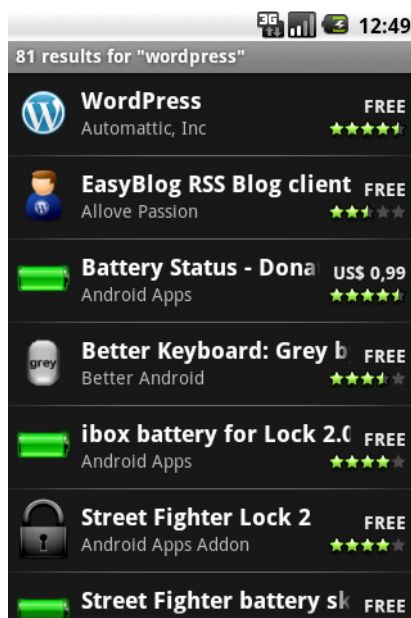


Figure 5-16 WordPress for Android est une application gratuite.

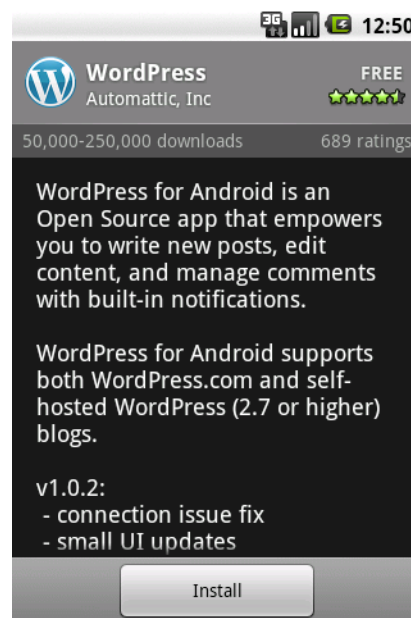


Figure 5-17 Le bouton Install permet de lancer l'installation.

Dans un souci de transparence, l'installation précise les différentes ressources dont elle tirera parti (voir figure 5-18).

Une fois installée, l'application peut être exécutée en cliquant sur l'icône présente sur le bureau (figure 5-19). Le blogueur peut alors préciser l'URL du blog, son identifiant et son mot de passe. (figure 5-20)

Plusieurs blogs peuvent être associés à l'application (figure 5-21).

Une fois connecté, le blogueur dispose de trois onglets principaux qui donnent accès aux commentaires, aux articles et aux pages (figure 5-22). Pages et articles peuvent être créés en cliquant sur le + situé en bas à gauche de l'écran (figure 5-23).

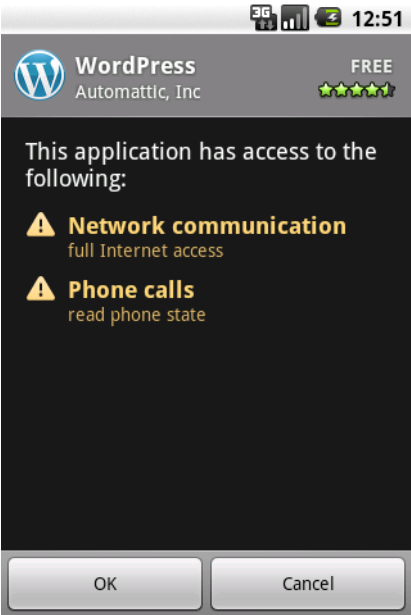


Figure 5–18
L'application nécessite l'accès à Internet.

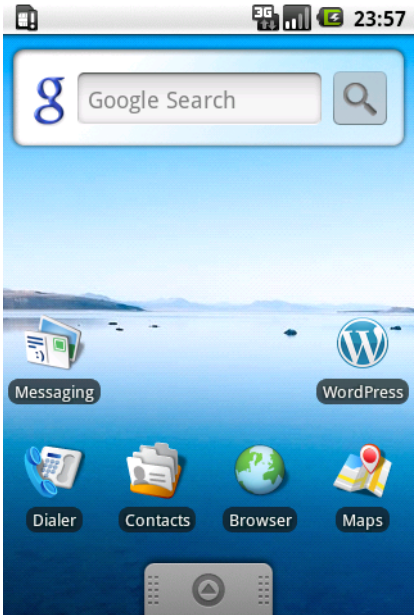


Figure 5–19
L'icône WordPress est disponible sur le bureau.



Figure 5–20
Association du blog à l'application

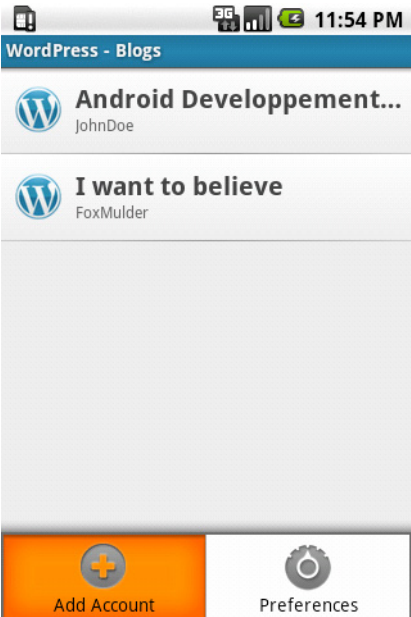


Figure 5–21 L'application WordPress for Android est multiblog.

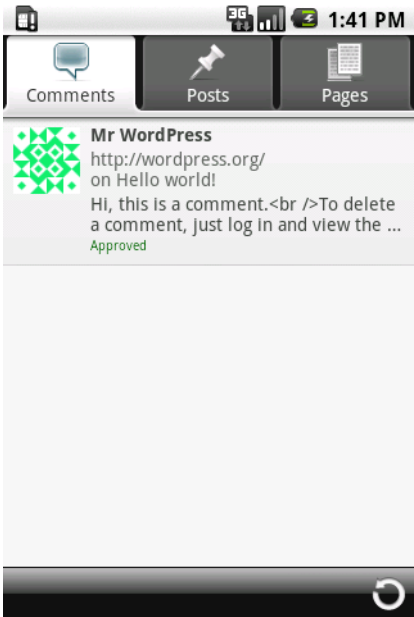


Figure 5–22 Onglets permettent d'accéder aux commentaires, articles et pages

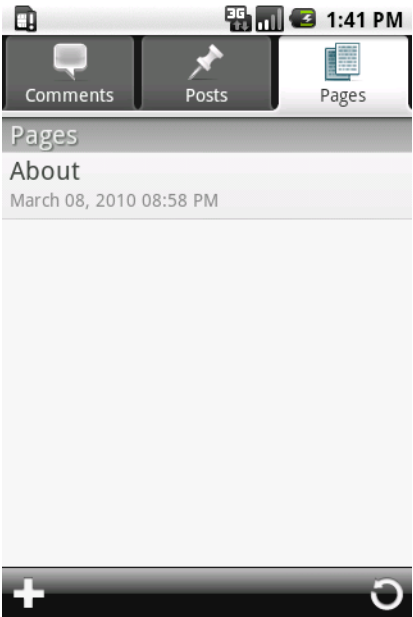


Figure 5–23
Liste de pages

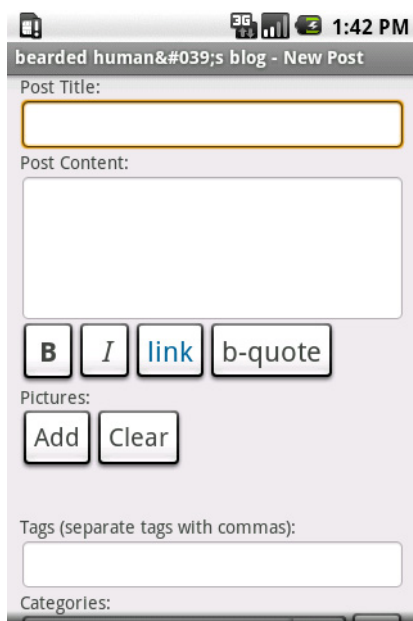


Figure 5-24
L'éditeur d'articles

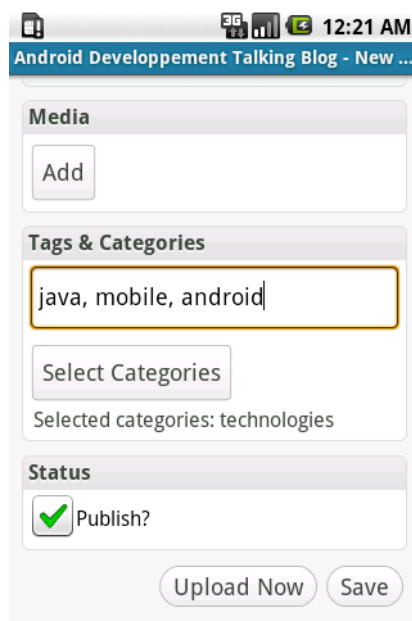


Figure 5-25
Association de différentes métadonnées



Figure 5-26
Notification d'un nouveau commentaire

L'éditeur (figure 5-24) dispose de nombreuses fonctionnalités telles que la gestion de styles, l'insertion de liens ou de photos (prises sur l'appareil).

Avant d'enregistrer l'article, le blogueur peut lui associer une catégorie et des tags et indiquer son état de publication (figure 5-25).

WordPress for Android exploite une dimension très intéressante du système Android : les notifications. Ces dernières permettent d'être averti automatiquement dès qu'un commentaire est laissé sur le blog (figure 5-26).

Les notifications peuvent être activées ou désactivées dans l'espace *Notification Settings* (figure 5-27). Un simple clic sur le commentaire permet au blogueur d'y répondre (figure 5-28 et 5-29).

WordPress for Android est un projet open source extrêmement dynamique. Blog, forums et sources sont disponibles sur le site android.wordpress.org.



Figure 5–27
Configuration des notifications

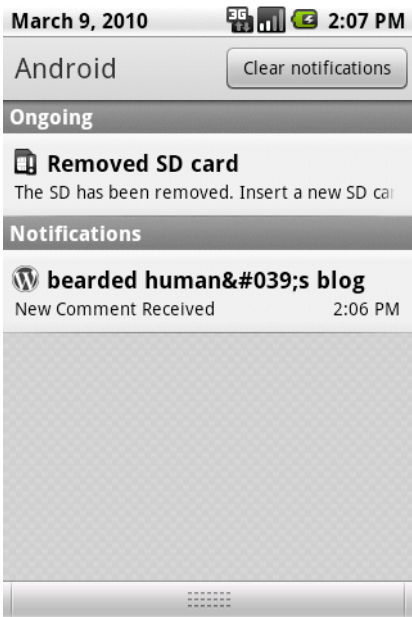


Figure 5–28
Dernières notifications sur l'appareil

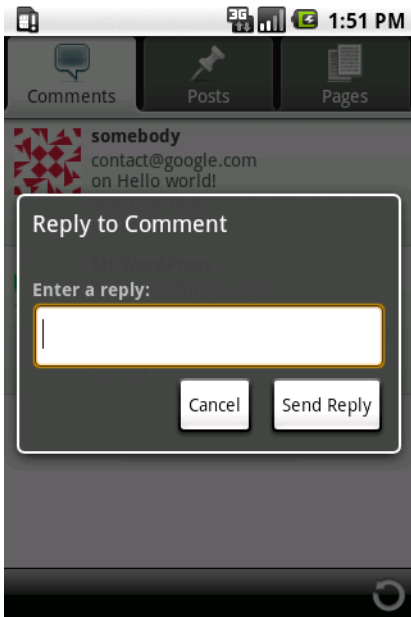


Figure 5–29
Réponse à un commentaire

Bloguer depuis un BlackBerry

Les utilisateurs de BlackBerry disposent également d'une application WordPress. Cette dernière peut être installée en se rendant sur le site blackberry.wordpress.org ou depuis App World.

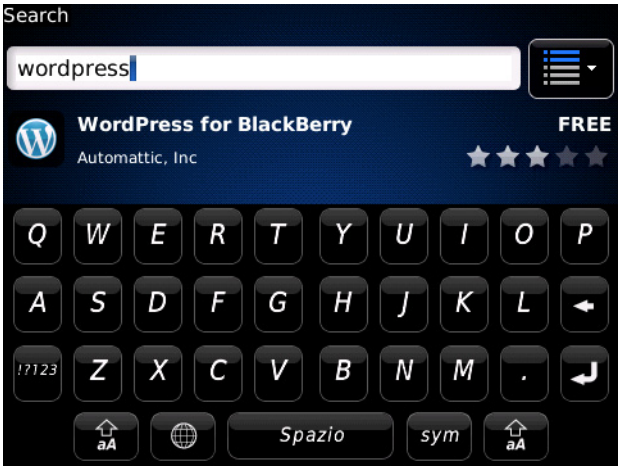


Figure 5–30
Recherche de l'application sur App World



Figure 5-31
L'application est désormais installée.

Comme sur iOS ou Android, l'installation commence par l'association de l'application avec un blog.

A screenshot of the WordPress app setup screen. It features several input fields: 'Url' with 'http://' entered, 'Username', and 'Password'. Below these is a 'Recent Post' section with a dropdown menu set to '10'. There is a checkbox for 'Resize Photos' with a note: 'Resizing will speed up publishing but will result in smaller photos. Resized photos will be no larger than 640 x 480.' At the bottom are 'Ok' and 'Back' buttons, and a link that says 'Get a free blog at WordPress.com'.

Figure 5-32
Association de l'application avec le blog

Les différents écrans de paramétrage permettent notamment de définir les blogs pour lesquels des notifications doivent être émises en cas de réception de commentaires.

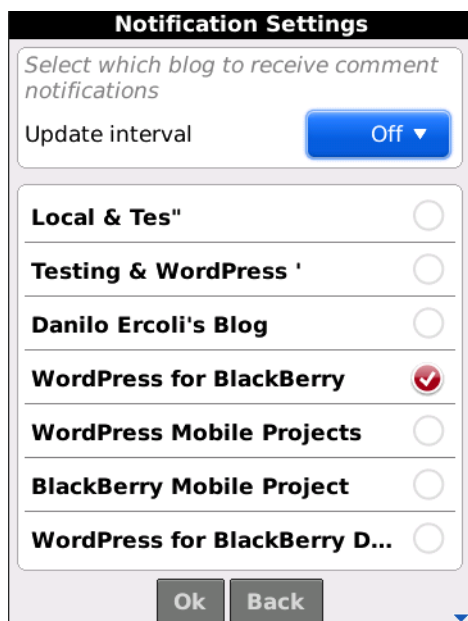


Figure 5–33
Notification de nouveaux commentaires

De façon tout à fait classique, l'application donne accès aux articles, aux commentaires et aux pages.



Figure 5–34
Principales rubriques de l'application

Fonctionnalité sympathique, WordPress for BlackBerry propose de visualiser les statistiques des blogs associés directement dans l'interface. L'extension WordPress.com Stats doit cependant être installée et activée sur le blog.

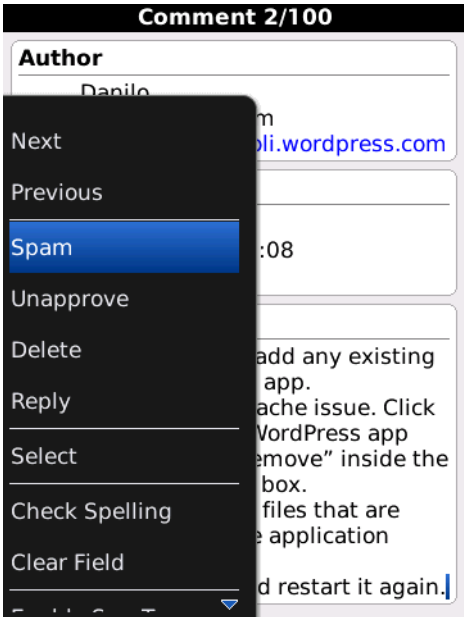


Figure 5-35
Modération d'un commentaire

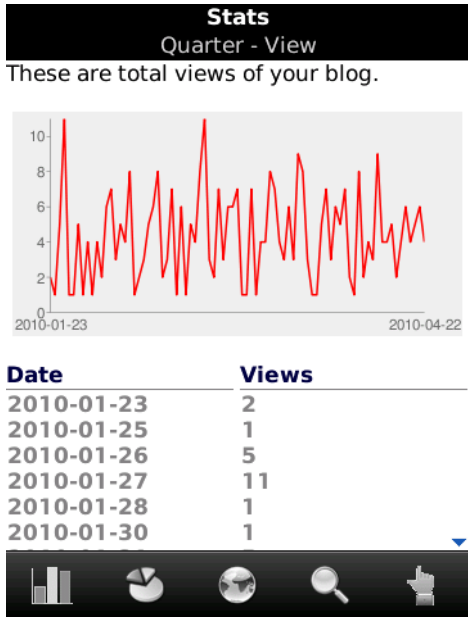


Figure 5-36
Consultation des statistiques d'un blog

Bloguer par e-mail

Le courrier électronique a l'énorme avantage d'être un outil désormais universel, présent sur tous les systèmes et terminaux (ordinateurs, mobiles, bornes). Il est par conséquent particulièrement adapté à un usage nomade.

WordPress donne la possibilité de créer un nouvel article à partir d'un e-mail. Le sujet et le corps du message deviennent respectivement le titre et le contenu de l'article.

La mise en œuvre de cette fonctionnalité varie entre un blog WordPress autonome et un blog WordPress.com.

DILEMME Sécurité ou fonctionnalité ?

Il est préférable de choisir un serveur POP n'imposant pas de se connecter en mode sécurisé SSL. Certaines installations de PHP ont en effet des soucis avec le SSL.

Sur une installation autonome de WordPress

Le blogueur doit disposer d'une adresse e-mail dédiée à la création d'articles par e-mail. La rubrique *Réglages* > *Écriture* permet d'activer cette fonctionnalité en renseignant les différents paramètres liés au compte de l'adresse.

Envoi d'article par e-mail

Pour publier dans WordPress par e-mail, vous devez définir un compte e-mail secret avec une adresse POP3. Tout e-mail reçu à cette adresse sera publié. Il vaut donc mieux garder cette adresse à l'abri des regards. Voici trois chaînes aléatoires que vous pourriez utiliser : `meHxeL4m`, `eRxX6XkN`, `vbHNq08u`.

Serveur de messagerie

pop.free.fr

Port

110

Identifiant

fxb|

Mot de passe

mypass

Catégorie par défaut des articles envoyés par e-mail

Non classé▼

Figure 5-37
Activation de la création d'articles par e-mail

Une fois le compte paramétré, WordPress doit récupérer les messages présents sur le serveur d'e-mail. Cette vérification peut être réalisée en accédant à la page <http://monblog.com/wordpress/wp-mail.php>. Cette solution a cependant l'inconvénient de nécessiter un accès au Web.

Différentes techniques permettent cependant d'automatiser cette vérification :

- passer par des services en ligne tels que webcron.org ou setcronjob.com ;
- paramétrer (ou faire paramétrer) son serveur pour exécuter une tâche automatique (*cron job*) à intervalles réguliers. Une commande telle que `wget -N http://monblog.com/wordpress/wp-mail.php` est envisageable. Elle permet d'utiliser le programme `wget` pour télécharger la page <http://monblog.com/wordpress/wp-mail.php>.

Les articles provenant des messages présents sur la boîte sont créés en tant que brouillons.

Lorsque l'e-mail est envoyé au format HTML, WordPress est en mesure de récupérer un certain nombre d'éléments pour construire le corps de l'article : tableaux, listes, liens et images. Il conserve également certains styles (gras, italique). Les polices de caractères explicitées et les couleurs ont en revanche plus de chance d'être ignorées.

Si l'adresse e-mail de l'auteur du message correspond à celle d'un administrateur du blog, l'article se retrouve automatiquement associé à cet utilisateur.

Sur WordPress.com

La fonctionnalité peut être activée en passant par le menu *Mon Compte>Mes Blogs* et en cliquant sur le bouton *Activer* au niveau de la colonne *Écrire un article par e-mail*. Une adresse e-mail est alors automatiquement générée.

DÉTAIL Si vos e-mails sont signés ?

WordPress est suffisamment intelligent pour supprimer automatiquement la signature des e-mails.

<input type="checkbox"/>	Nom du blog	Adresse	Primary	Tableau de bord	Statistiques	Annoncer	Écrire un article par courriel
<input type="checkbox"/>	Fxbois's Blog	fxbois.wordpress.com		Visible		<input type="checkbox"/> Yahoo! Updates <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Facebook	juca@post.wordpress.com

Figure 5–38 Adresse e-mail permettant la publication d’articles

À la différence de la solution précédente, les messages transmis à cette adresse deviennent instantanément des articles publiés.



Figure 5–39
E-mail d’avertissement
de publication d’article par e-mail

Il convient de ne jamais oublier que l’adresse e-mail de publication est extrêmement sensible. Une personne malintentionnée qui mettrait la main sur cette adresse pourrait poster des articles sur le blog. Les développeurs ont dû prévoir cette situation, car un e-mail de confirmation est automatiquement envoyé à l’administrateur du blog dès qu’un article est créé depuis cette adresse. Cela permet au blogueur de détecter tout comportement suspect. Dans une telle situation, l’adresse e-mail de publication doit être régénérée le plus vite possible à l’aide du lien prévu à cet effet.

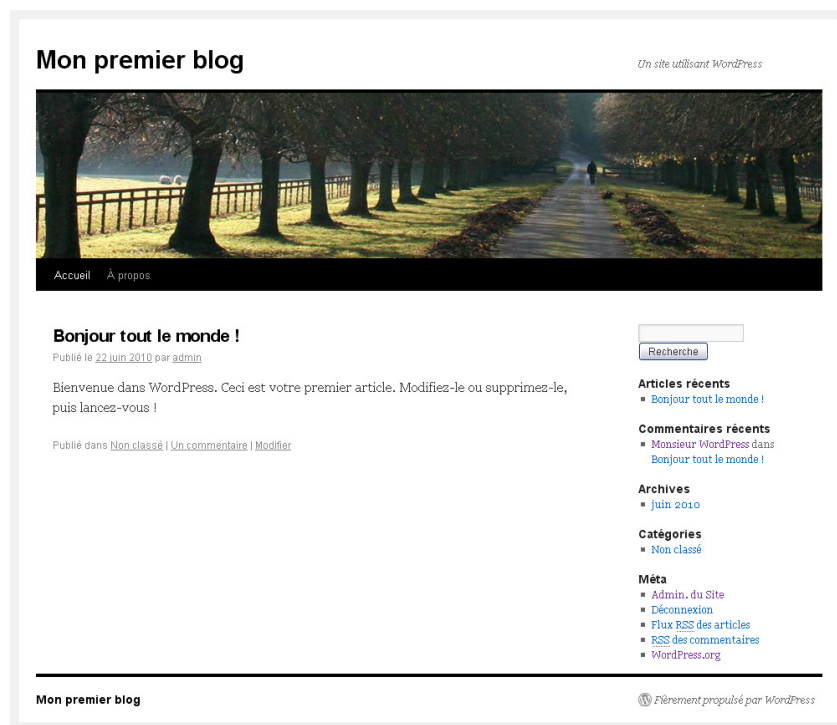


Figure 5–40
Lien permettant de régénérer
l’adresse e-mail de publication



6

chapitre



Modifier l'apparence d'un blog

Avec son système de thèmes, WordPress permet aux blogueurs de modifier très facilement l'apparence de leur blog. Malgré leur structure commune, les blogs parviennent ainsi à proposer des présentations extrêmement variées, ce qui est essentiel pour véhiculer l'identité d'un blog auprès de ses lecteurs.

SOMMAIRE

- ▶ Installer un nouveau thème
- ▶ Modifier les options d'un thème
- ▶ Adapter une feuille de style
- ▶ Faire évoluer un thème

MOTS-CLEFS

- ▶ thème
- ▶ CSS
- ▶ installation
- ▶ présentation
- ▶ habillage
- ▶ personnalisation
- ▶ design

À SUIVRE **Structure d'un thème**

Le chapitre 14 « Développer sous WordPress » détaille la structure technique d'un thème.

Le design est une dimension essentielle d'un blog dans la mesure où il s'agit de la première chose que remarque un nouveau visiteur. Il est par conséquent crucial que ce premier ressenti soit à la fois positif et fidèle à l'identité que souhaite véhiculer le blogueur. Se concentrer sur le fond, c'est-à-dire les contenus, sans se préoccuper de la forme est un parti pris dangereux pour un blogueur.

Différents moyens permettent de modifier l'apparence d'un blog :

- changer de thème ;
- personnaliser le thème ;
- modifier les feuilles de style (CSS).

Changer de thème

WordPress intègre un système très abouti de thèmes qui permet d'un simple clic de modifier la présentation complète d'un blog.

Qu'est-ce qu'un thème ?

Un thème correspond à un ensemble de scripts PHP responsables de la construction et de l'habillage des pages du blog. Dans le cadre d'un thème WordPress, ces scripts sont appelés des *templates*.

Un thème construit aussi bien la structure générale du blog (en-tête, colonne latérale, pied de page) que les différentes vues : listes d'articles, détail d'un article, résultats de recherche, etc.

ATTENTION Incompatibilités

Toutes les plates-formes de blogs disposent d'un système de thèmes. Un thème est cependant spécifique à la plate-forme pour laquelle il a été conçu. Il n'est par conséquent pas possible d'installer un thème Blogger sur WordPress.

Figure 6–1
Blog utilisant le thème LightWord 1.9.9.7





Figure 6–2
Le même blog habillé par le thème Notepad

Thème par défaut

Le thème Kubrick fut le thème par défaut de WordPress de 2005 à 2010. Apprécié pour sa rapidité, sa simplicité et sa clarté, ce thème commençait à être dépassé face aux usages et aux habitudes de la blogosphère actuelle.



Figure 6–3
Kubrick, le thème par défaut pour WordPress de 2005 à 2010

La décision fut donc prise de proposer un nouveau thème par défaut avec le passage de WordPress à la version 3.

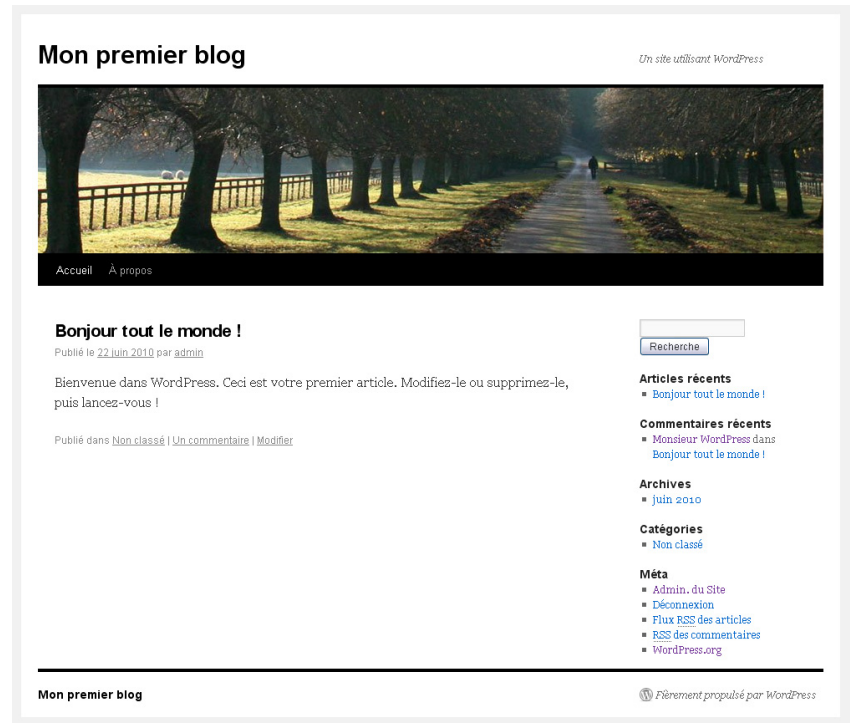


Figure 6-4
Le thème par défaut
pour WordPress 3 : Twenty Ten

LE SAVIEZ-VOUS ? Pourquoi Twenty Ten ?

Matt Mullenweg, créateur de WordPress, décida d'appeler le nouveau thème par défaut Twenty Ten (c'est-à-dire « 2010 ») pour que celui-ci, du fait même de son nom, ne tarde pas trop à devenir obsolète. Avoir maintenu Kubrick aussi longtemps est une erreur que WordPress ne souhaite plus reproduire.

Ce nouveau thème, Twenty Ten, dispose de nombreux avantages :

- une compatibilité technique totale avec les fonctionnalités les plus avancées de WordPress : menus, widgets, etc. ;
- un paramétrage étendu : fond de page (image ou couleur), image d'en-tête ;
- une colonne latérale plus large permettant d'accueillir plus facilement des widgets populaires tels que Facebook ou Twitter ;
- un meilleur respect des styles dans l'éditeur de l'espace d'administration ;
- une évolutivité à la fois facilitée et plus importante.

Installer un thème

WordPress rend l'installation d'un nouveau thème extrêmement simple. L'onglet *Installer des thèmes* disponible dans l'interface *Apparence > Thèmes* propose différents moyens de découvrir et de rechercher de nouveaux thèmes :

- des liens : *Mis en avant*, *Les + récents*, *Mis à jour récemment* ;
- un moteur de recherche permettant de rechercher par mot-clef ou par auteur ;
- un système de filtrage permettant de ne lister que les thèmes correspondant aux critères cochés.

Gérer les thèmes

Installer des thèmes

Recherche | Envoyer | Mis en avant | Les + récents | Mis à jour récemment

Chercher un thème par mot, auteur ou mot-clef.

Mot

Recherche

Filtre de fonctionnalités

Trouver un thème selon des critères spécifiques

Couleurs

☐ Noir

☐ Orange

☐ Argent

☐ Sombre

☐ Bleu

☐ Rose

☐ Ocre

☐ Léger

☐ Marron

☐ Violet

☐ Blanc

☐ Vert

☐ Rouge

☐ Jaune

Colonnes

☐ Une colonne

☐ Colonne latérale gauche

☐ Deux colonnes

☐ Colonne latérale droite

☐ Trois colonnes

☐ Quatre colonnes

Largeur

☐ Largeur fixe

☐ Largeur flexible

Fonctionnalités

☐ Couleurs personnalisées

☐ editor-style

☐ Microformats

☐ buddypress

☐ Personnalisation de l'en-tête

☐ Options du thème

☐ rtl-language-support

☐ custom-background

☐ Commentaires imbriqués

☐ translation-ready

☐ Mise en avant

☐ front-page-post-form

Thème

☐ Vacances

☐ Photoblogging

☐ Saisonnier

Trouver des thèmes

PIÈGE Recherche d'un thème

Le filtrage se base sur les tags que les développeurs associent à leurs thèmes. Il est par conséquent tout à fait envisageable qu'un thème n'apparaisse pas dans une liste alors qu'il dispose bien de la caractéristique recherchée.

Figure 6–5
Interface d'installation de thèmes

Les thèmes correspondant à la recherche sont affichés par liste.

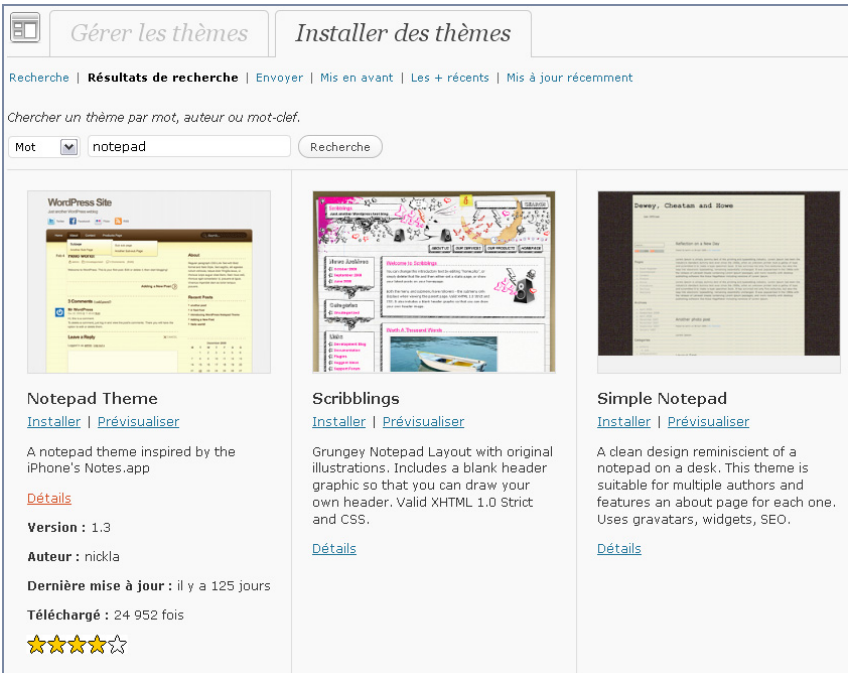


Figure 6–6
Résultat d’une recherche sur le mot
« notepad »

Chaque thème présent dans la liste est accompagné de trois liens qui permettent :

- d’installer le thème (*Installer*) ;
- d’obtenir un aperçu (*Prévisualiser*) ;
- d’afficher plus de détails : auteur, version, date de dernière mise à jour, nombre de téléchargements (*Détails*).

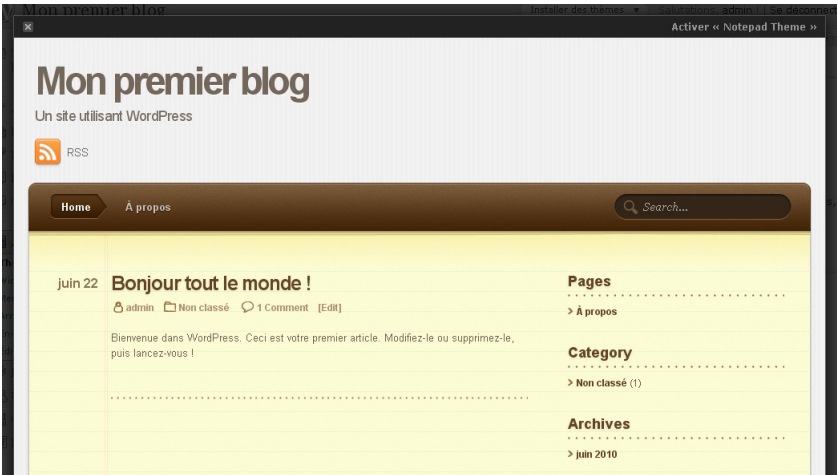


Figure 6–7
Fenêtre de prévisualisation

Le lien *Installer* ouvre une fenêtre qui permet de confirmer l'installation en cliquant sur le bouton *Installer maintenant*.

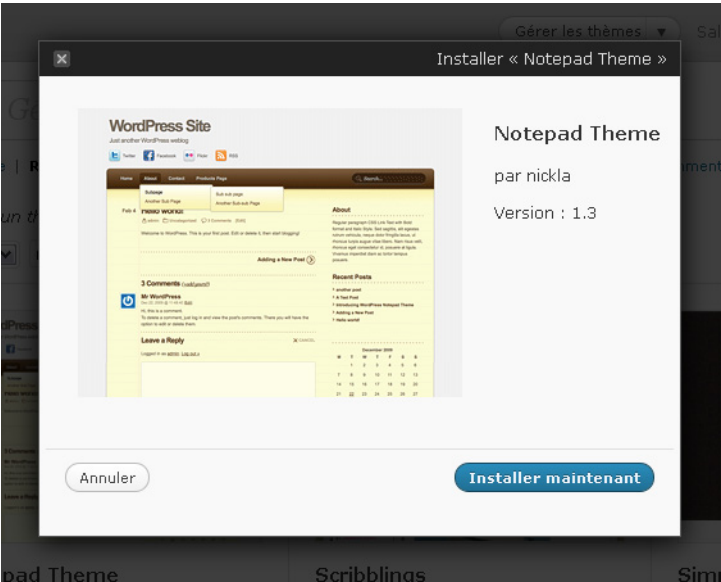


Figure 6–8
Installation du thème Notepad

Une page de confirmation est affichée une fois l'installation réalisée.



Figure 6–9
Confirmation de l'installation
du thème Notepad

Choisir un nouveau thème

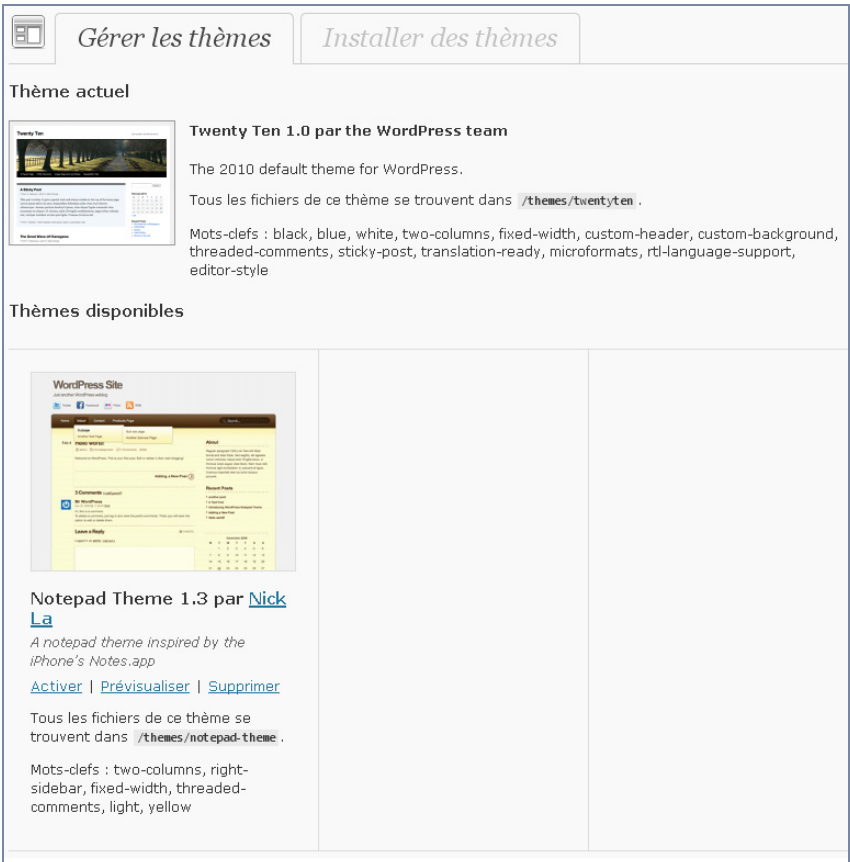
L'interface *Apparence > Thèmes* liste tous les thèmes installés sur le blog.

Chaque thème dispose d'informations associées :

- le nom ;
- la version ;
- l'auteur (avec un lien vers son site) ;
- une description ;
- le répertoire d'installation ;
- les mots-clefs.

Le thème actif est celui présent dans la section *Thème actuel* ; vous pouvez le remplacer par un des autres thèmes installés (*Thèmes disponibles*) en cliquant sur le lien *Activer*.

Figure 6–10
Liste des thèmes installés sur le blog



Trois actions sont disponibles pour chaque thème : *Activer*, *Prévisualiser* et *Supprimer*.

À la différence de la prévisualisation décrite précédemment, celle-ci est accompagnée d'un lien permettant d'activer le thème.

Figure 6–11
La fenêtre de prévisualisation permet d'activer le thème déjà installé.



Supprimer permet d'effacer le répertoire ainsi que tous les fichiers du thème. Il est important de rappeler que cette opération n'aura pas de conséquence sur les différents contenus du blog (articles, catégories, mots-clefs, pages, liens, etc.)



Figure 6–12
Fenêtre incrustée donnant un aperçu du thème

Installation manuelle

Des sites de design tels que Smashing Magazine proposent régulièrement des sélections de thèmes. Certains d'entre eux, bien que gratuits, ne sont pas référencés sur WordPress.org. Il est alors nécessaire de procéder à une installation manuelle.

La première étape d'une telle installation consiste à se rendre sur le site du développeur du thème et à récupérer l'archive du thème sous forme d'un fichier `.zip`. Selon le contenu de l'archive, deux modes d'installation sont alors envisageables.

- Si l'archive contient des scripts PHP et un fichier `style.css` à la racine ou dans un sous-répertoire, le blogueur peut passer par l'action *Envoyer* disponible dans l'interface *Apparence>Ajouter de nouveaux thèmes*.

► <http://www.smashingmagazine.com>

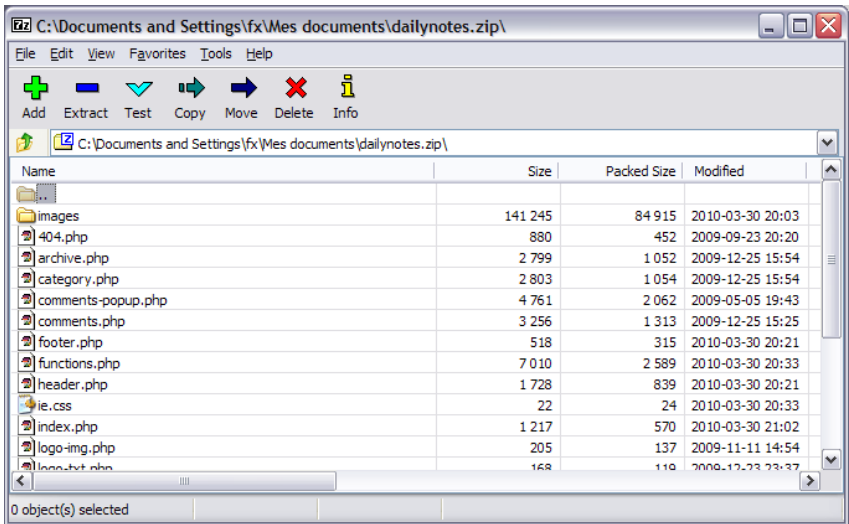


Figure 6-13

Le fichier .zip contient des scripts à la racine.

- Un formulaire permet alors de sélectionner le fichier .zip et de l'envoyer sur le serveur. Dès que le transfert est terminé, la rubrique *Apparence > Thèmes* fait référence au nouveau thème installé, qui peut alors être activé.



Figure 6-14

Installation manuelle d'un thème

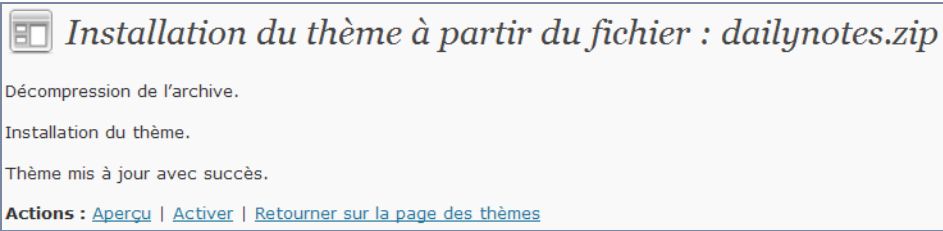


Figure 6-15

L'installation du thème DailyNote s'est bien déroulée.

- Dans le cas où l'archive contient une multitude de répertoires, il convient de la décompresser et d'identifier le répertoire contenant les scripts PHP ainsi que la feuille de style (*style.css*). C'est ce répertoire qui doit ensuite être déposé sur le serveur dans le répertoire *wp-content/themes*.

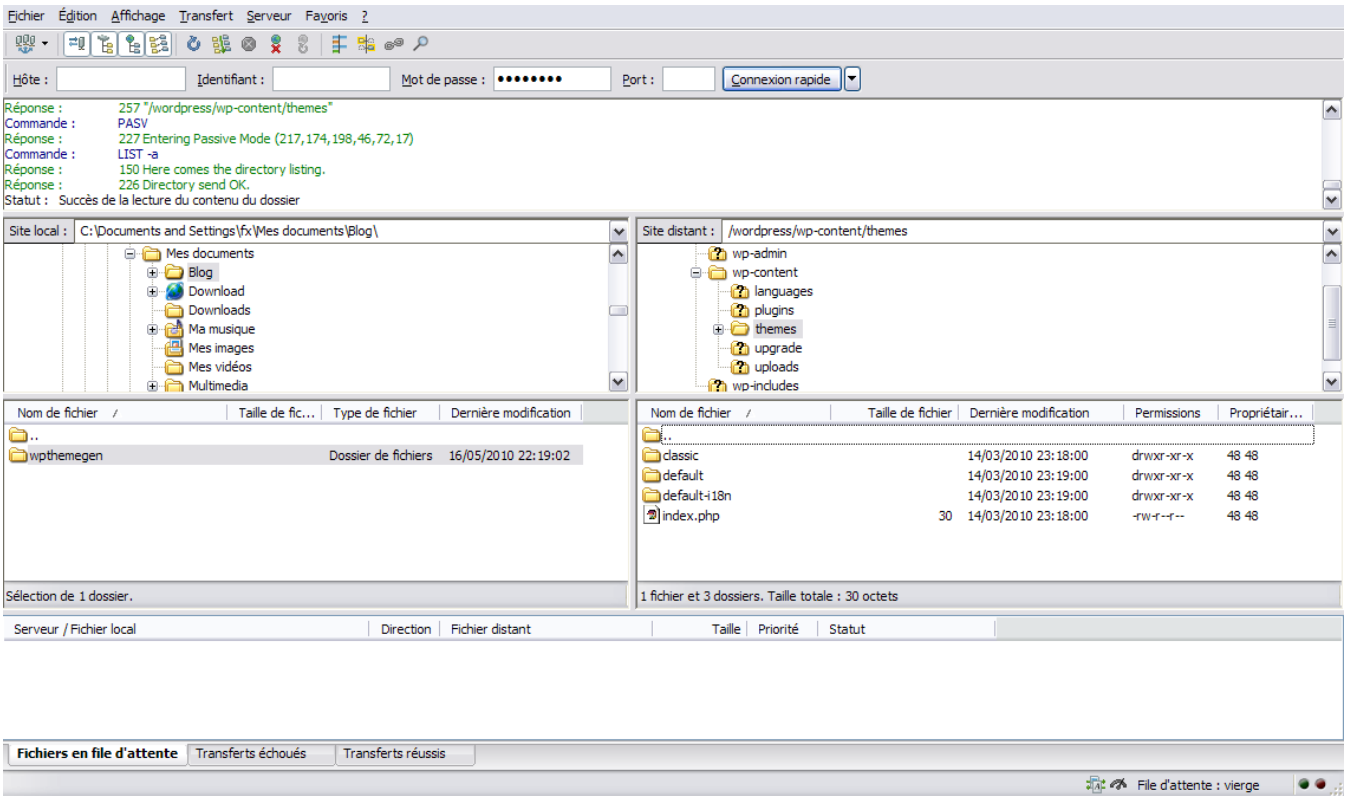


Figure 6–16 Un simple glisser-déposer à l'aide d'un client FTP tel que FileZilla ou Cyberduck permet d'installer un nouveau thème dans le blog.

Générer un thème

Un générateur de thème est une solution particulièrement adaptée pour un blogueur profane qui ne parvient pas à trouver un thème disposant de couleurs qui lui conviennent.

Un tel outil permet de spécifier un nombre important de caractéristiques (couleurs, typographie, largeur de la colonne latérale, etc.) et de télécharger l'archive du thème nouvellement créé.

WordPress Theme Generator, disponible sur le site <http://www.yvoschaap.com/wpthemegen/>, affiche un aperçu en temps réel du thème en cours d'élaboration.

Une fois le paramétrage terminé, l'utilisateur récupère l'archive du thème en utilisant le bouton *Save* disponible en bas à gauche du site.

Site name

#FFFFFF WP Generator Blog

or logo image http://

Body Size

100%

Sidebar Location

Sidebar left 160px

Third Column

No Extra Column

Menu Layout

Inline menu: pages & category

Scheme Overall

Background:

#1A1A1A Flowers

Repeat

Background Item:

#1A1A1A Overlay

Repeat

Border:

#1A1A1A 1px solid

Background Menu:

No background

Repeat

tip #1: make item and menu transparent by entering a space (" ") in the color field.

tip #2: choose background image 'overlay' to make your colorscheme less hard, and more stylish.

WP Generator Blog

About

Gallery

Contact

Movies

Music

News

WP Generator Blog

Hi, my name is W.P. Gen. This weblog is about my daily life in the theme generator. Daily I'll provide information about new themes that people created. Thanks for stopping by!

Search:

Links

Yvo

ThemeGenerator

Fluge! Movie

WordPress Generator for noobs

16 May, 2010

The world is applauding to the wordpress generator launched by yvoschaap.com. It lets you create your own unique wordpress theme easily within minutes.

So if you want a blog, and want to make your own design. Visit the [generator](#) now!

Update 28 Apr: On populair demand also support for a 3rd column with Widget support. And with serveral installed themes, theme version is now date & time of generation.

Update 24 July: Fixed some bugs with custom width of document, comment box beeing too big, and unclear errors generated with pre-wordpress 2.1 versions.

Update 19 Sep: Added support for tags. Changed the color picker, now you have more color options. Also improvements with the comments layout and 'pages' are now without timestamp and category.

Filed under: [Category](#) | [Comments \(2\)](#)

Raise Awareness

16 May, 2010

Today the website [millionsoulsaware.org](#) has been launched. Millionsoulsaware.org is a not for profit project that has the mission to raise awareness by featuring an article on an important topic that needs attention. Millionsoulsaware.org doesn't ask for donations, but asks you to spread the word. The millionsoulsaware.org goal is to get one million souls aware on the current

Figure 6-17 L'interface de WordPress Theme Generator

Wordpress Theme Generator

Done!

Your files have been created. All you have to do (read carefully): Download & unpack the theme ZIP file. Or save all files below in a new folder. And upload the folder with your files to "wp-content/themes/" Go to your wordpress admin with tab "Presentation" and select "WordPressThemeGenerator"

Files packed: [download theme ZIP file](#)

Want to continue later on? Or [share](#) your theme with the world?

Use the theme settings URL: <http://tinyurl.com/246cgj>

Files seperately:

- [style.css](#)
- [reset-fonts-grids-tabs.css](#)
- [index.php](#)
- [header.php](#)
- [footer.php](#)
- [sidebar.php](#)
- [comments.php](#)
- [searchform.php](#)
- [search.php](#)
- [archive.php](#)
- [page.php](#)
- [functions.php](#)
- [screenshot.png](#)
- [images/bg_overlay.png](#)
- [images/bg_gradient.png](#)

Figure 6-18
Page permettant de télécharger
le nouveau thème

Le thème peut alors être installé sur le blog selon la procédure manuelle.



Figure 6–19
Le nouveau thème apparaît bien dans la rubrique Apparence>Thèmes.

Adapter les options d'un thème

Le menu *Apparence* propose par défaut les rubriques suivantes :

- *Thèmes* ;
- *Widgets* ;
- *Menus* ;
- *Arrière-plan* ;
- *En-tête* ;
- *Éditeur*.

Les rubriques *Arrière-plan* et *En-tête* sont spécifiques au thème par défaut, Twenty Ten.

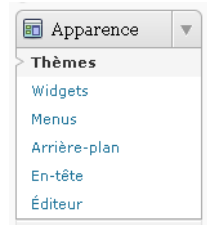
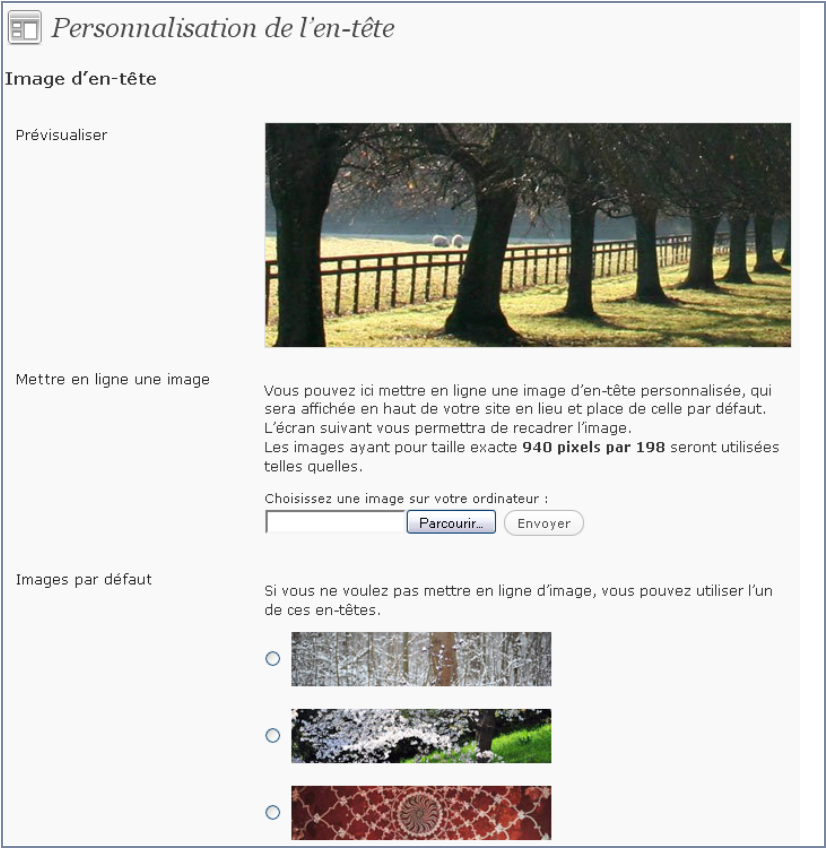


Figure 6–20 Rubrique spécifique associée au thème Twenty Ten

Figure 6–21
Personnalisation de l’arrière-plan



Figure 6–22
Personnalisation de l’en-tête



Un thème tel que Monochrome propose quant à lui la rubrique *Options* du thème qui permet notamment de définir la largeur, l'image d'en-tête, le type de moteur de recherche, etc.

Options Monochrome

Sauver les changements

Select width of monochrome.

☐ 930px.

☒ 1000px

☐ 1100px

Check if you would like to use original image for logo instead of using plain text.
(Don't forget to upload image into, `wp-content/themes/monochrome/img/`)

☐ Oui

Write your logo file name.
Example : **logo.gif**

logo.gif

Montrer les informations dans la barre laterale

☒ Oui

Information title.

Information contents. (HTML tag is available.)

Proposer de telles interfaces de personnalisation est une véritable plus-value pour un thème. Ce type de personnalisation dispose de deux avantages majeurs :

- une grande simplicité pour le blogueur ;
- la conservation des personnalisations suite à une mise à jour du thème.

À SAVOIR Pas de conflits !

Chaque thème enregistre ses options dans un espace qui lui est propre. Vous ne risquez donc pas de modifier celles d'un autre thème.

Figure 6–23 Options du thème Monochrome

CONFIGURATION

Définir le nombre d'articles par page

Le nombre d'articles par page à afficher dans les listes n'est pas défini par le thème mais par une option de la rubrique *Réglages>Lecture>Les pages du site doivent afficher au plus...* Cette rubrique permet également de proposer l'affichage d'une page en tant que page d'accueil plutôt que la liste des derniers articles.

WordPress permet de limiter la recherche de nouveaux thèmes aux seuls thèmes qui disposent de telles interfaces. Il convient pour cela de cocher la case *Options du thème* dans la section *Filtre de fonctionnalités* (rubrique *Thèmes>Installer des thèmes*).

Modifier les feuilles de style

Les templates qui composent un thème sont accompagnés d'au moins une feuille de style CSS responsable de l'habillage du blog. À ce titre, ces fichiers définissent :

- les polices de caractères ;
- la casse (majuscule, minuscule) ;
- l'alignement ;
- les couleurs ;
- les bordures ;
- les tailles et dimensions ;
- les alinéas, etc.

Structure d'une page web

Schématiquement parlant, un site web est constitué de trois catégories de fichiers bien distinctes.

- La première, la plus importante, correspond aux fichiers HTML. Ces derniers définissent le contenu et la structure de la page avec des balises HTML.

Figure 6–24
Le code HTML d'une page peut être visualisé en utilisant le menu du navigateur Affichage>Code source de la page.



- La deuxième catégorie de fichiers correspond aux feuilles de style. Ces dernières sont écrites en CSS (*Cascading Style Sheet*, c'est-à-dire « feuille de style en cascade ») et permettent de définir l'aspect visuel du site.
- La dernière catégorie de fichiers correspond aux scripts JavaScript. Il s'agit de programmes qui gèrent l'interactivité des pages : les affichages d'alertes et de confirmation, les déplacements d'éléments, les effets, les contrôles, etc.

Alors qu'il est possible de placer le CSS et le JavaScript directement au sein de la page HTML, un bon développeur web préférera séparer ces différents éléments dans des fichiers bien distincts.

Modifier les règles CSS

Un thème WordPress intègre à la fois des fichiers PHP qui se chargent de générer le code HTML de la page à partir des informations stockées dans la base de données, ainsi qu'une ou plusieurs feuilles de style en charge de l'habillage graphique du blog.

L'espace d'administration permet d'éditer ces différents fichiers via la rubrique *Apparence > Éditeur*. La colonne de droite liste les templates dans la section *Modèles* et les feuilles de style dans la section *Style*.

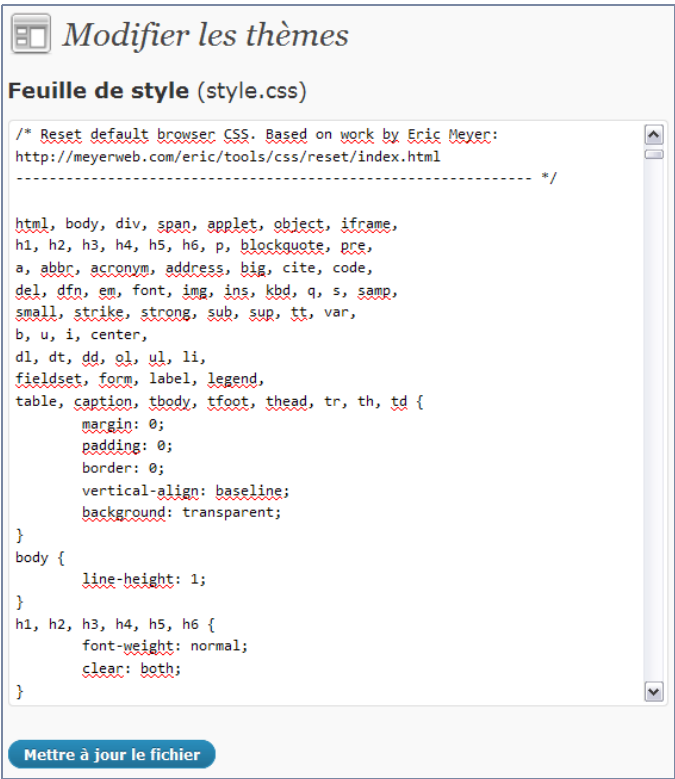


Figure 6–26
Édition de style.css



Figure 6–25 Le thème WordPress Default comporte quatre feuilles de style.

Le principe d'une feuille de style consiste à associer des propriétés regroupées entre accolades à des sélecteurs qui correspondent à des éléments de la page (tables, cellules, paragraphes, etc.).

```
body {
  line-height: 1;
  border: 4px solid red;
}
```

Le sélecteur `body` permet de définir les propriétés de l'intégralité de la page. En y ajoutant la propriété `border: 4px solid red;`, la page se dote d'un cadre rouge de quatre pixels d'épaisseur.

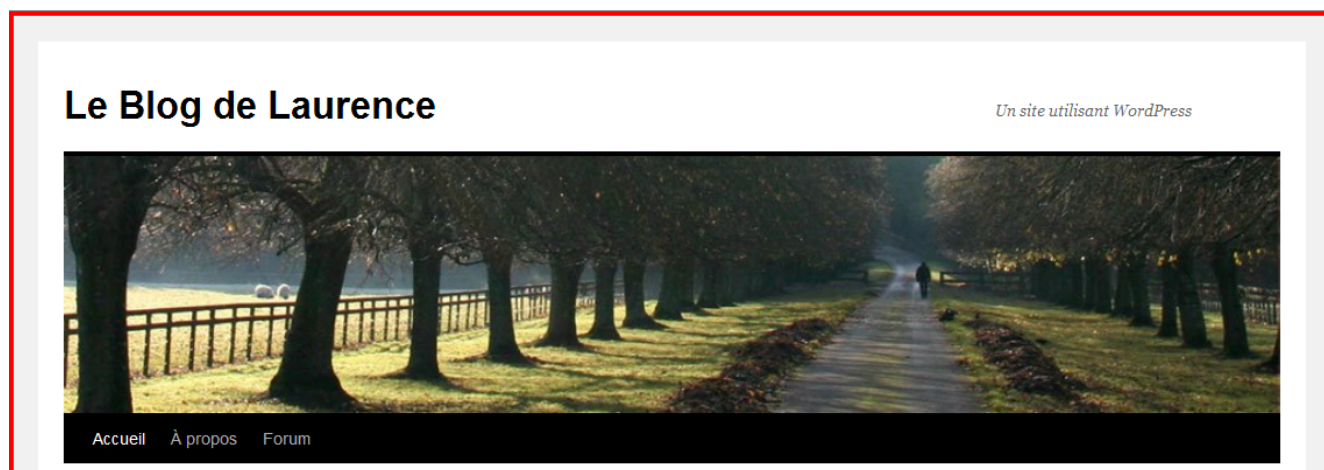


Figure 6–27 Apparition d'une bordure rouge suite à la modification de la feuille de style

EN SAVOIR PLUS **CSS2**

📖 Raphaël Goetter, *CSS2, Pratique du design web*, 2^e édition, Eyrolles, mars 2007

L'accès aux CSS permet donc de modifier certains aspects visuels du blog sans nécessiter le développement d'un nouveau thème.

Thème enfant

Plutôt que de modifier directement le style d'un thème (et de risquer de perdre ces modifications suite à une mise à jour du thème), WordPress, depuis la version 2.7, recommande l'utilisation des thèmes dits *enfants*. Le principe d'un tel thème est de faire référence à un thème *parent* et de ne redéfinir que les éléments qui le nécessitent (styles, templates). On dit que le thème enfant *hérite* des propriétés de son parent.


Dans sa version la plus basique, un thème enfant correspond à un répertoire placé dans `wp-content/theme/<nom_du_thème>` contenant un fichier `style.css` dont le contenu est structuré de la façon suivante :

```
/*
Theme Name: Twenty Ten Italic
Author: Fx
Template: twentyten
*/
```

Ces lignes précisent :

- le nom du thème (`Twenty Ten Italic`) ;
- l'identité du créateur (`Fx`) ;
- le nom du thème parent (il s'agit plus précisément du nom du répertoire du thème parent) ; dans le cas présent, le thème de référence est `Twenty Ten`.

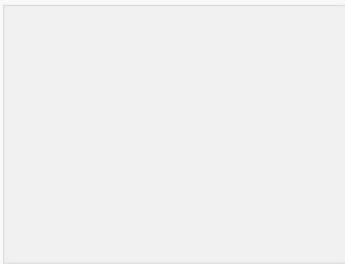
Une fois le fichier `style.css` enregistré, le nouveau thème apparaît automatiquement dans la rubrique `Apparence > Thèmes`.



Twenty Ten 1.0 par the WordPress team
The 2010 default theme for WordPress.
[Activer](#) | [Prévisualiser](#) | [Supprimer](#)

Tous les fichiers de ce thème se trouvent dans `/themes/twentyten`.

Mots-clefs : black, blue, white, two-columns, fixed-width, custom-header, custom-background, threaded-comments, sticky-post, translation-ready, microformats, rtl-language-support, editor-style



Twenty Ten Italic par Fx
[Activer](#) | [Prévisualiser](#) | [Supprimer](#)

Les fichiers du thème se trouvent dans `/themes/twentyten`. Les feuilles de style sont dans `/themes/twentyten-italic`. **Twenty Ten Italic** utilise les modèles de **Twenty Ten**. Tout changement dans les modèles affectera les deux thèmes.

Figure 6–28
Le thème enfant apparaît parmi les autres thèmes.

Le fichier `style.css` peut définir l'intégralité des règles CSS du thème ou se contenter d'en modifier certaines. Pour cela, le thème enfant doit faire référence au thème parent, en utilisant l'instruction `@import url()` pour inclure la feuille de style CSS correspondante.

```
/*  
Theme Name: Twenty Ten Italic  
Author: Fx  
Template: twentyten  
*/  
  
@import url("../twentyten/style.css");  
  
* { font-style:italic !important; }
```

Le Blog de Laurence

Un site utilisant WordPress

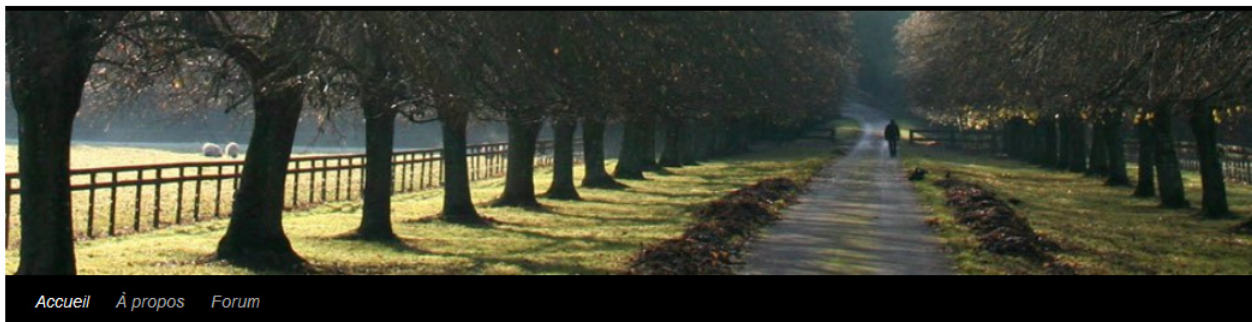


Figure 6–29 Le thème enfant Twenty Ten Italic affiche l'ensemble des textes en italique.





WORDPRESS.ORG

Search WordPress.org

Go

Home

Showcase

Extend

About

Docs

Blog

Forums

Hosting

Download

Plugin Directory

Username

Password

Log in (forgot?) or Register

Extend Home

Plugins

Developer Center

Themes

Ideas

Kvetch!

Popular Tags

More »

widget (1582)

Post (1138)

plugin (952)

admin (853)

posts (828)

sidebar (817)

comments (648)

images (512)

google (487)

links (481)

page (476)

twitter (465)

rss (381)

Plugins can extend WordPress to do almost anything you can imagine. In the directory you can find, download, rate, and comment on all the best plugins the WordPress community has to offer.

9,590 PLUGINS, 90,219,917 DOWNLOADS, AND COUNTING

Search Plugins

Sort by ☒ Relevance ☐ Highest Rated ☐ Newest ☐ Recently Updated ☐ Most Popular

Featured Plugins

WP e-Commerce

WP e-Commerce is a Web 2.0 application designed with usability, aesthetics, and presentation in mind.

Download

WordPress.com Stats

You can have simple, concise stats with no additional load on your server by plugging into WordPress.com's stat system.

Download

BuddyPress

Social networking in a box. Build a social network for your company, school, sports team or niche community all based on the power and flexibility of

Download

WP Super Cache

A very fast caching engine for WordPress that produces static html files.

Download

Most Popular »

- Google XML Sitemaps Downloaded 3,615,865 times
- All in One SEO Pack Downloaded 4,952,977 times
- WPtouch iPhone Theme Downloaded 749,930 times
- Contact Form 7 Downloaded 1,824,506 times
- NextGEN Gallery Downloaded 1,843,509 times
- WP-PagelNavi Downloaded 785,083 times

Newest Plugins »

- Stiqr Added May 14
- Delayed Email Added May 14
- Louder poll Added May 14
- DynamicWP Image Flipper Added May 14
- Safe Report Comments Added May 14
- Auto Image Resizer Added May 14

Recently Updated »

- JR.NoFollow Version 1.4.3
- Stiqr Version 0.1
- JR News Version 1.3.7
- JR Memberlist Version 1.1.8
- JR Last.FM Version 1.5.1

Ajouter des fonctionnalités

Avec près de 10 000 extensions, WordPress permet à ses utilisateurs de trouver une solution à toute une série de problématiques auxquelles un blogueur peut être confronté.

SOMMAIRE

- ▶ Installer, activer et désactiver une extension
- ▶ Proposer un formulaire de contact sur le blog
- ▶ Installer un forum

MOTS-CLEFS

- ▶ extension
- ▶ module
- ▶ formulaire de contact
- ▶ forum

Des plates-formes web open source comme phpBB (forum), Drupal ou Joomla (gestion de contenus), Prestashop ou Magento (e-commerce) doivent une part de leur succès à leur évolutivité. Modules et extensions permettent aux utilisateurs d’enrichir fonctionnellement leur site sans effectuer de développements complémentaires.

Ce chapitre présente certaines des extensions s’appliquant à WordPress, leur fonctionnement et leur installation. Les extensions de WordPress sont protéiformes ; certaines ont des effets visibles, alors que d’autres restent indécélables. Certaines apparaissent sur le blog, d’autres au sein de l’espace d’administration.

Gérer les extensions

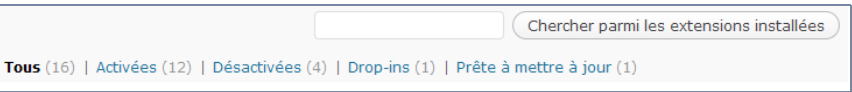
La rubrique *Extensions* centralise la gestion des extensions et permet notamment :

- de rechercher une extension et d’obtenir plus d’informations sur elle ;
- de l’installer ;
- de l’activer ou la désactiver ;
- de la paramétrer ;
- de la mettre à jour ;
- de la supprimer.

Figure 7-1
Liste des différentes extensions installées sur le blog



Figure 7-2
La liste des filtres évolue en fonction des extensions installées.



Toutes les extensions présentes dans la liste ont effectivement été installées sur le blog. Un certain nombre d’informations est associé à chacune d’entre elles :

- le nom de l’extension ;
- une description ;
- la version ;
- le nom de l’auteur (avec un lien vers son site personnel) ;
- le lien vers le site de l’extension.

Les actions associées à chaque extension (*Activer*, *Désactiver*, *Modifier*, *Supprimer*, *Modifier*) varient en fonction du statut de l’extension.

Statut d’une extension

Une extension qui vient d’être installée dispose par défaut du statut *Désactivée*. Cela signifie que l’extension est présente sans être fonctionnelle (c’est-à-dire active).

Le blogueur peut repérer les extensions qui ont été activées à leur fond blanc. Les extensions désactivées apparaissent quant à elle sur fond grisé.

<input type="checkbox"/> Extension	Description
<input type="checkbox"/> Hello Dolly	This is not just a plugin, it symbolizes the hope and enthusiasm of an entire generation summed up in two words sung most famously by Louis Armstrong: Hello, Dolly. When activated you will randomly see a lyric from Hello, Dolly in the upper right of your admin screen on every page. Activer Modifier Supprimer Version 1.5.1 Par Matt Mullenweg Aller sur le site de l’extension
<input type="checkbox"/> NextGEN Gallery	A NextGENeration Photo gallery for the Web 2.0. Désactiver Modifier Version 1.6.1 Par Alex Rabe Aller sur le site de l’extension Overview Get help Contribute Donate
<input type="checkbox"/> Extension	Description

L’activation d’une extension est réalisée en cliquant sur le lien *Activer* situé sous le nom de l’extension. Plusieurs extensions peuvent être activées en même temps, en utilisant le menu *Actions globales* situé au-dessus de la liste. Ce menu permet également de *Désactiver* et de *Supprimer* plusieurs extensions sélectionnées.



Figure 7–4
Traitement par lots

CONFIGURATION Extensions préinstallées

WordPress est livré avec deux extensions préinstallées : Akismet et Hello Dolly. Akismet, qui permet d’améliorer la lutte contre le spam, est traitée en détail dans le chapitre consacré à la sécurité. Hello Dolly est anecdotique et peut tout à fait être supprimée.

À SAVOIR

Répertoire de stockage des extensions

Les extensions sont stockées dans le répertoire `wp-content/plugins`.

Figure 7–3
L’extension NextGEN Gallery est active, alors que Hello Dolly est désactivée.

Modification

Le lien *Modifier* permet d'éditer les sources de l'extension. Cette pratique n'est pas conseillée, dans la mesure où les modifications risquent d'être perdues suite à une mise à jour de l'extension.

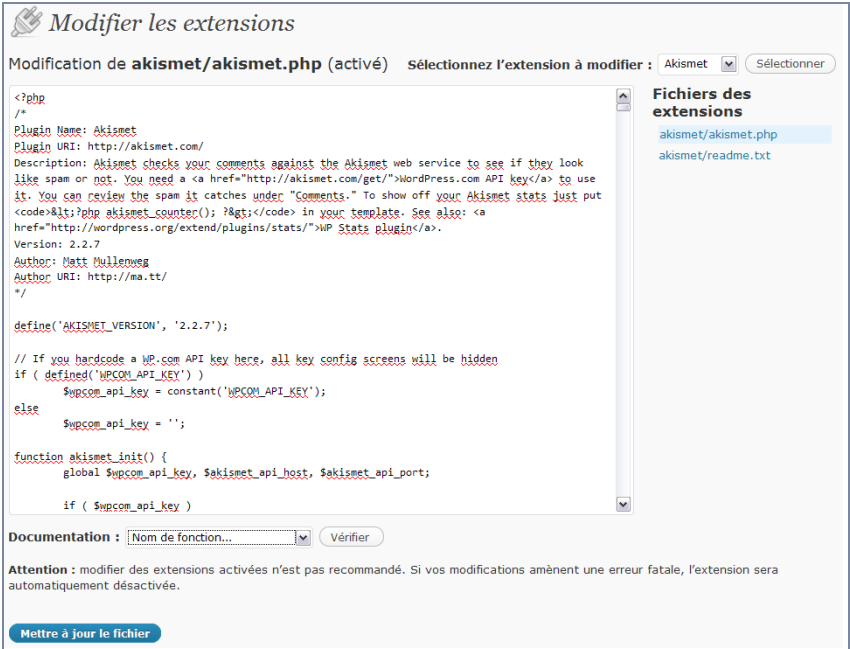


Figure 7-5
Édition du script akismet.php inclus
dans l'extension Akismet

Dans le cas où une extension nécessite absolument une modification (correction de bogue ou ajout de fonctionnalité), deux solutions doivent être privilégiées :

- transmettre la demande (ou un patch) à l'auteur de l'extension, afin qu'il puisse apporter la modification ;
- dupliquer l'extension et lui donner un nouveau nom, afin de pouvoir la faire évoluer à sa guise.

Suppression

Seule une extension désactivée peut être supprimée. Le lien *Supprimer* fait basculer sur une interface de confirmation.

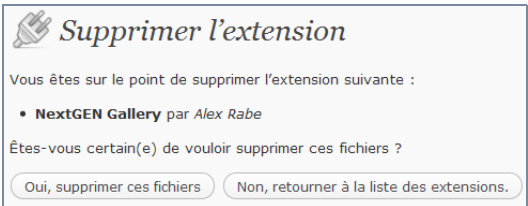


Figure 7-6
Confirmation de suppression

Un lien donne également la possibilité de lister les fichiers qui seront supprimés.



Figure 7-7
Seul le fichier hello.php sera supprimé.

ASTUCE Suppression du répertoire

La suppression du répertoire de l’extension sur le serveur désactive et supprime automatiquement l’extension. Cela peut se révéler particulièrement utile lorsque l’extension est à l’origine d’un dysfonctionnement majeur du blog.

Configuration

De nombreuses extensions donnent la possibilité au blogueur de modifier certains de leurs paramètres.

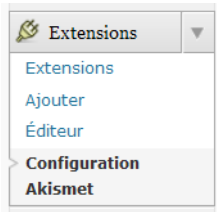


Figure 7-8
Interface de configuration d’Akismet

L’accès à l’interface de configuration diffère d’une extension à l’autre. Certaines ajoutent un lien *Réglages*, alors que d’autres incluent un lien au sein de leur description.



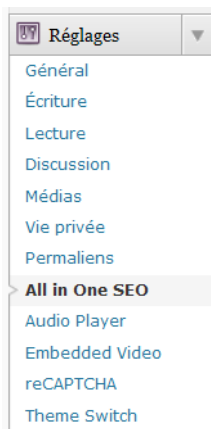
Figure 7-9
Le lien Réglages donne accès au paramétrage de l’extension.



Figure 7-10
Ces deux descriptions disposent chacune d’un lien permettant de configurer l’extension : Options configuration panel et Configure.

Les interfaces de configuration des extensions peuvent venir s’intégrer dans différents menus de l’espace d’administration. On les retrouvera le plus souvent dans le menu *Réglages*.

Figure 7-11
La rubrique Réglages, enrichie de plusieurs interfaces de configuration d’extensions



Installer une extension

Comme pour les thèmes, WordPress a rendu l’installation d’une extension aussi simple que conviviale.

Installer depuis l’espace d’administration

La rubrique *Extensions* > *Ajouter* permet de rechercher une extension en précisant un ou plusieurs termes.

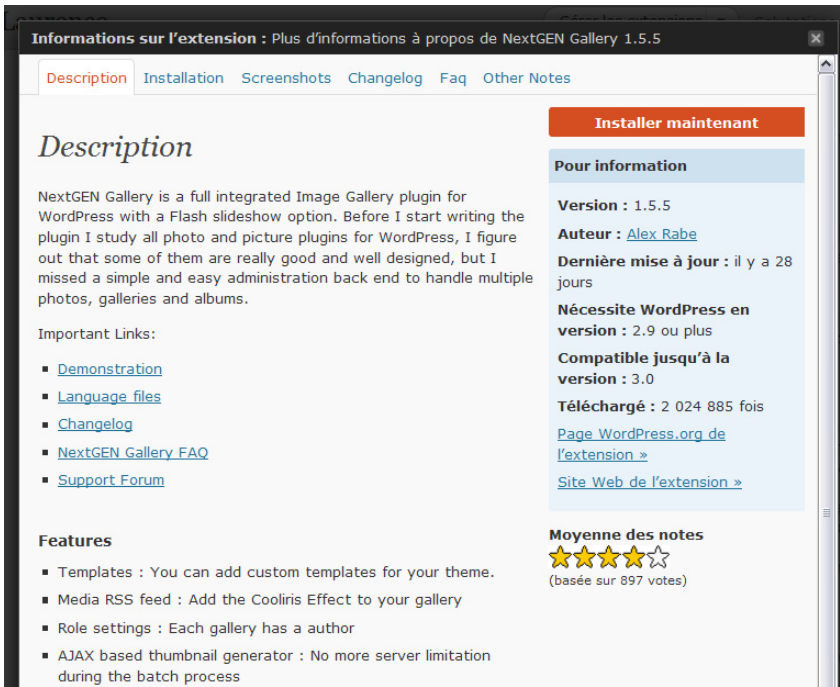
Figure 7-12
Exemple de recherche sur le mot-clef
« Twitter »



Chaque résultat est accompagné d’un lien *Détails* qui donne accès à la fiche technique complète de l’extension.

Cette fiche permet notamment :

- de consulter la description complète de l’extension ;
- de se faire une idée de sa popularité (*Moyenne des notes, Nombre de téléchargements*) ;



EXEMPLE Ajouter une galerie photo

L'extension NextGEN Gallery est sans doute l'une des plus populaires pour ajouter une galerie photo à son blog. Elle permet notamment de gérer aisément de nombreuses images, grâce à un système de galeries et d'albums, mais aussi de publier un diaporama en Flash, ou encore de marquer ses images au moyen de *watermarks* (tatouage numérique). Un widget est également disponible pour présenter sa galerie dans la colonne latérale. De nombreuses autres extensions sont couramment utilisées, comme WP Photo Album Plus, Photo Galleria, Featured Content Gallery, Dynamic Content Gallery, Lightbox Gallery, GRAND Flash Album Gallery, Flickr Gallery, Laziest Gallery, etc.

Figure 7-13
Fiche descriptive
de l'extension NextGEN Gallery

- de lire des commentaires d'utilisateurs ;
- de vérifier la compatibilité vis-à-vis de la version de WordPress ;
- de s'assurer de la cadence du développement (*Dernière mise à jour*) ;
- de visualiser des captures d'écran (*Screenshots*) ;
- de s'informer sur les dernières modifications (*Changelog*) ;
- d'obtenir de l'aide (*FAQ*) et des détails sur la procédure d'installation (*Installation*).

Ces différentes informations permettent de se faire une idée très précise de la qualité et de la pertinence de l'extension.

Le blogueur peut alors fermer la fenêtre s'il n'est pas convaincu, ou procéder à l'installation en cliquant sur le lien *Installer maintenant*. Notez qu'un autre lien *Installer maintenant* se situe à droite de la fenêtre *Détails*.

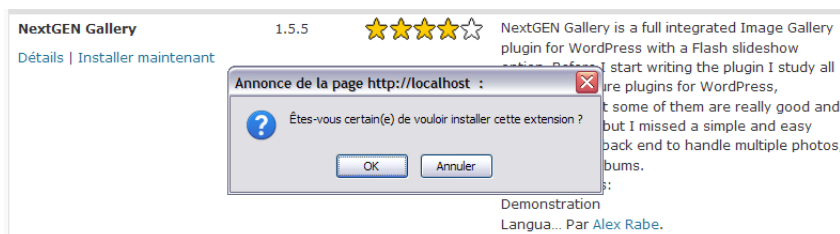


Figure 7-14
Confirmation de l'installation
de l'extension NextGEN Gallery

SÉCURITÉ Installation sans risque

Il est important de se souvenir que l'installation n'entraîne pas une activation automatique ; il n'y a donc aucun risque de dysfonctionnement du blog suite à une simple installation.

Figure 7-15
Confirmation d'installation

Figure 7-16
Message d'avertissement
en cas de risque d'incompatibilité

ASTUCE Fichier .maintenance

Dans le cas où le blog viendrait à dysfonctionner suite à l'activation d'une extension, il est possible de placer le code `<?php $upgrading = time(); ?>` dans un fichier `.maintenance` à la racine du répertoire d'installation de l'extension, afin d'afficher le message d'alerte : « Indisponibilité temporaire pour cause de maintenance. Veuillez revenir dans un instant ».

Figure 7-17
La page consacrée aux extensions
sur Wordpress.org

Une fois l'installation terminée, le blogueur accède à une page de confirmation qui lui permet d'activer l'extension sur-le-champ, s'il le souhaite.



Extension en cours d'installation : NextGEN Gallery 1.5.3

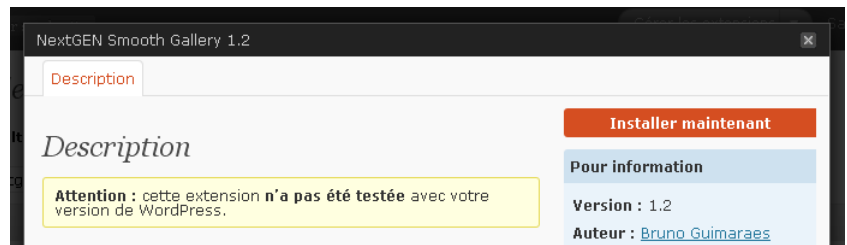
Téléchargement de l'archive d'installation depuis <http://downloads.wordpress.org/plugin/next-gen-gallery.zip>.

Décompression de l'archive.

Installation de l'extension.

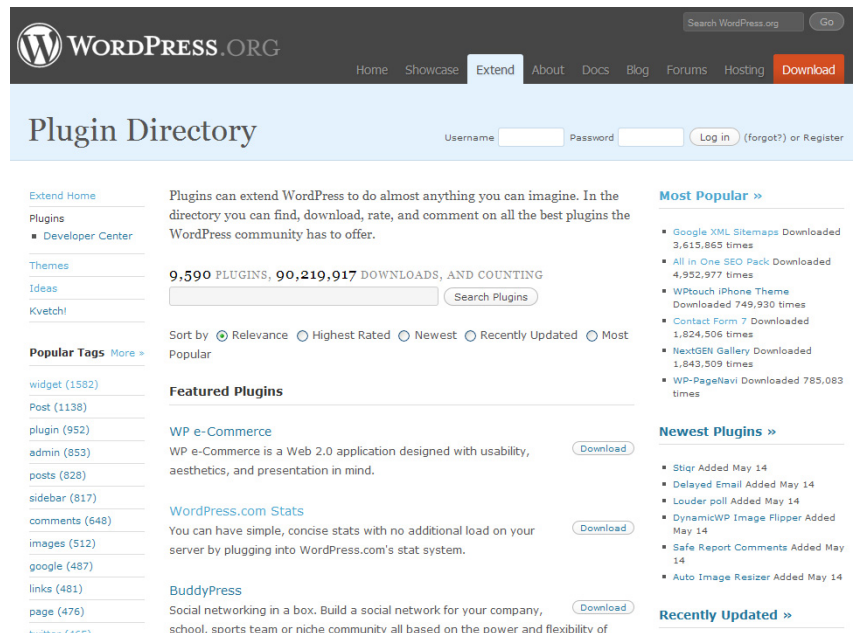
L'extension **NextGEN Gallery 1.5.3** a bien été installée.

Actions : [Activer l'extension](#) | [Retourner à l'installateur d'extensions](#)



Installer depuis le portail

La page <http://wordpress.org/extend/plugins/> inclut, en plus d'un moteur de recherche d'extensions, un certain nombre d'informations intéressantes telles que les tags et les extensions les plus populaires, les nouvelles extensions et celles venant d'être mises à jour.



Les résultats de recherche permettent d'accéder à la fiche détaillée de chaque extension. Le bouton *Installer maintenant* est remplacé par un bouton *Download (Télécharger)*. L'installation se fait alors en deux étapes.

- 1 La première étape consiste à télécharger l'archive (fichier .zip) de l'extension.

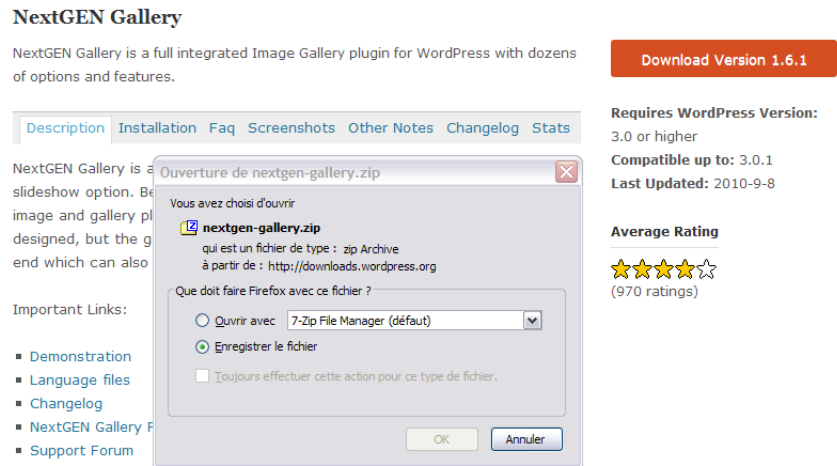


Figure 7-18
Téléchargement de l'extension

- 2 Le blogueur passe ensuite par l'interface *Extension>Ajouter* et le lien *Envoyer* (présent sous le titre) pour transférer le fichier .zip sur le serveur. WordPress se charge alors de décompresser automatiquement l'archive et de déplacer les fichiers dans le répertoire adéquat.

ALTERNATIVE **Installation manuelle**

Le blogueur peut également utiliser son client FTP pour transférer l'archive .zip décompressée vers le répertoire `wp-content/plugins`.



Figure 7-19
Interface de transfert
de l'archive de l'extension

Cas pratiques

Présentons maintenant l'installation de deux extensions : un formulaire de contact et un forum.

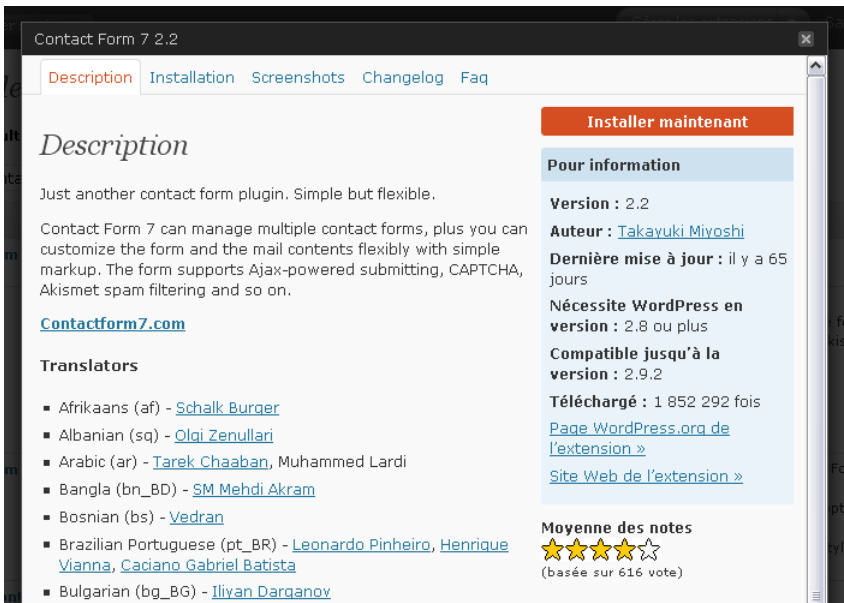
Installer un formulaire de contact

Afficher son adresse e-mail sur le Web doit absolument être évité. Des milliers de robots parcourent en permanence la Toile à la recherche d'adresses e-mail qui iront enrichir les bases de données des spammeurs.

Une alternative consiste à proposer un formulaire de contact qui a l'avantage de ne pas rendre publique l'adresse e-mail du blogueur. L'internaute remplit les champs du formulaire, dont le contenu est automatiquement transmis par e-mail au blogueur.

La création manuelle d'un tel formulaire nécessiterait des compétences en HTML, en JavaScript et en PHP. L'extension Contact Form 7 permet heureusement de concevoir un formulaire de contact en quelques clics.

Figure 7-20
Fiche de l'extension



Une fois l'extension installée et activée, l'espace d'administration s'enrichit d'une nouvelle rubrique : *Contact*.

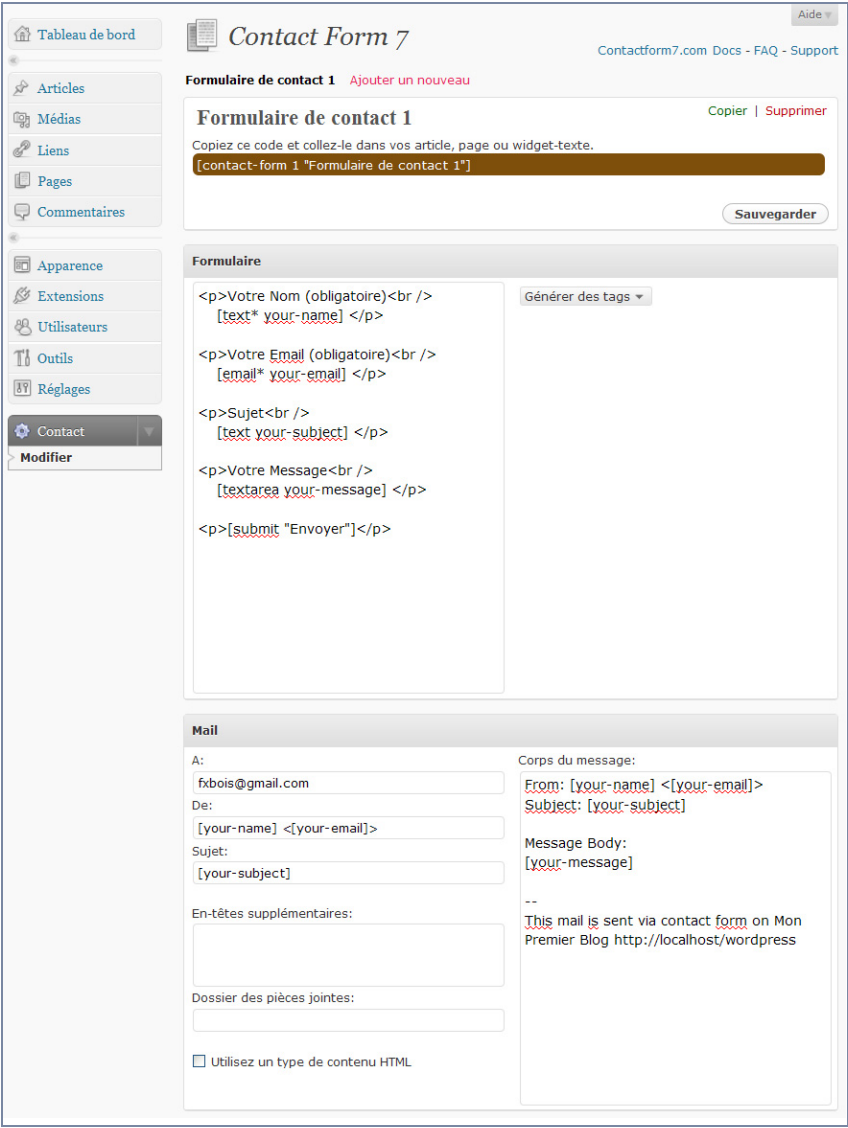


Figure 7–21
Configuration de l'interface

L'extension permet de concevoir autant de formulaires que le blog en requiert. Le lien *Ajouter un nouveau* lance un processus de création de formulaire.

L'interface est composée de plusieurs sections.

- La première donne accès au code à placer dans les articles ou pages pour indiquer l'emplacement du formulaire. Une page *Contact* peut ainsi être créée pour proposer le formulaire de contact.

TRADUCTIONS

Et si mon blog n'est pas en anglais ?

L'extension Contact Form 7 a l'avantage de disposer d'un très grand nombre de traductions.

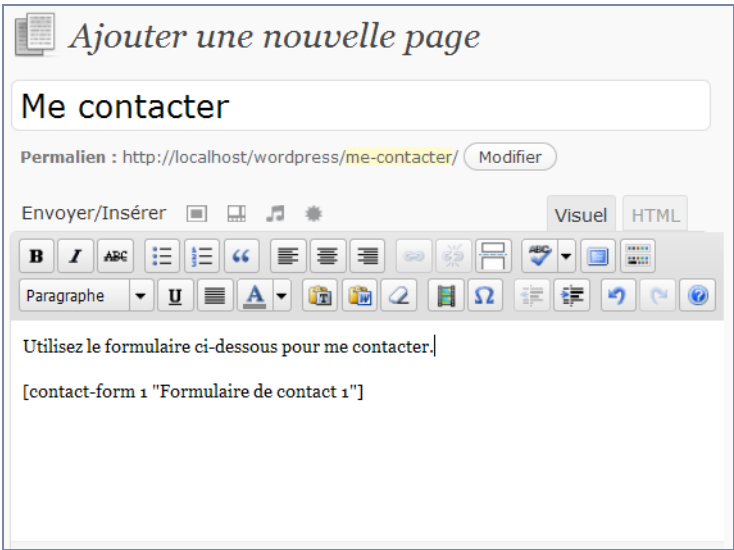


Figure 7-22
Création de la page Contact

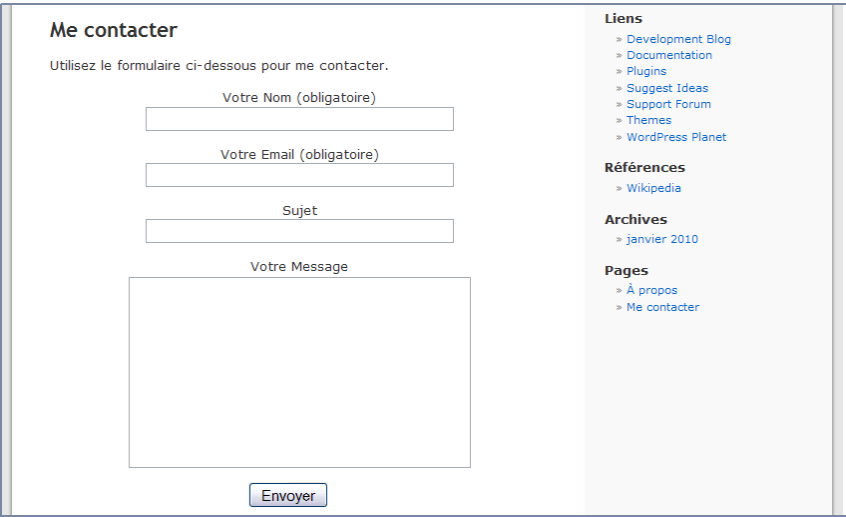


Figure 7-23
Affichage de la page Contact

NETIQUETTE Répondre aux e-mails

L'étiquette du net (la *netiquette*) veut qu'un e-mail ne reste jamais sans réponse C'est par ailleurs le meilleur moyen de satisfaire vos visiteurs et de fidéliser votre communauté.

Dès que le formulaire est rempli, le blogueur reçoit automatiquement un e-mail intégrant les données des différents champs.

- La deuxième section de l'interface permet de modifier la structure du formulaire. Le principe est ici de placer des marqueurs de type `[text* your-name]`, `[textarea your-message]` au sein du code HTML du formulaire. Ce procédé allie simplicité de conception et souplesse pour le placement des champs.

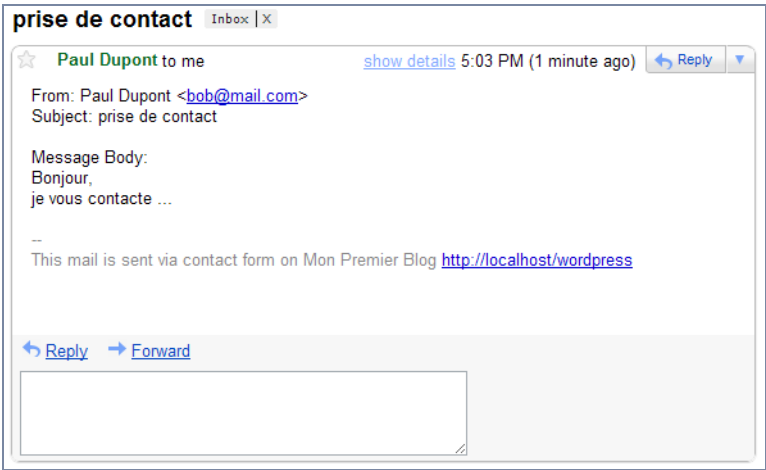


Figure 7-24
Message de contact

Le menu déroulant *Générer des tags* sur la droite permet d'insérer des champs plus complexes tels que des menus déroulants, des cases à cocher, etc.

Le principe d'insertion de ces champs consiste à récupérer le code et à le placer dans l'éditeur situé sur la gauche. Chaque modification doit être enregistrée en cliquant sur le bouton *Sauvegarder*.

L'ajout d'un champ au formulaire doit toujours être accompagné de la modification du message envoyé au blogueur, afin que celui-ci reçoive l'intégralité des informations transmises par le formulaire.

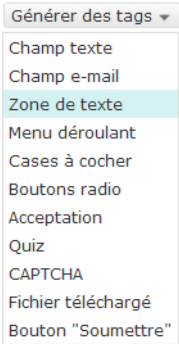


Figure 7-25
Liste des champs disponibles

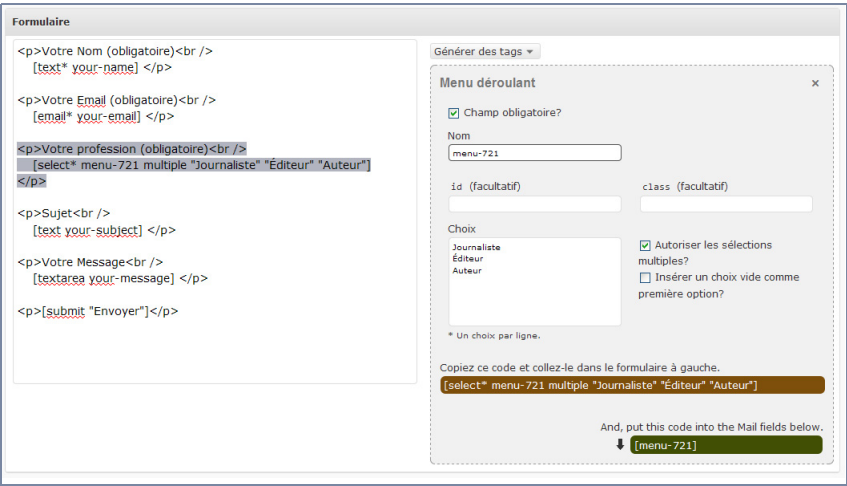


Figure 7-26
Création d'un menu déroulant

Me contacter

Utilisez le formulaire ci-dessous pour me contacter.

Votre Nom (obligatoire)

Votre Email (obligatoire)

Votre profession (obligatoire)

Journaliste

Editeur

Auteur

Sujet

Votre Message

Envoyer

Figure 7–27
Le formulaire intègre désormais le menu déroulant.

- La troisième section est précisément conçue pour le paramétrage de ce message. La partie gauche permet de préciser les informations telles que le destinataire, l'émetteur ou le sujet. L'éditeur de droite donne, quant à lui, la main sur le contenu du message ainsi que les données du formulaire qui vont y apparaître.

Mail

A:

fxbois@gmail.com

De:

[your-name] <[your-email]>

Sujet:

[your-subject]

En-têtes supplémentaires:

Dossier des pièces jointes:

☐ Utilisez un type de contenu HTML

Corps du message:

De: [your-name] <[your-email]>

Sujet: [your-subject]

Profession:

menu-721

Corps du message:

[your-message]

Figure 7–28
Intégration du champ Profession dans le corps du message

- Enfin, la section *E-mail* permet, si la case *Utiliser l'e-mail* est cochée, d'envoyer un accusé de réception à la personne qui a rempli le formulaire. La rubrique *Messages* permet quant à elle de modifier les différents messages de confirmation et d'erreur qui sont susceptibles d'apparaître suite à la transmission du formulaire.

Bien que préférable à une adresse e-mail affichée sur le blog, un formulaire de contact non protégé peut également être exploité par des outils malveillants qui seraient en mesure d'automatiser l'envoi de messages. Les sites web se protègent de ce type d'attaques avec la technique des *captchas*. Un *captcha* correspond à une image qui contient un groupe de caractères. L'internaute doit écrire les lettres (et éventuellement les chiffres) qu'il visualise dans l'image pour être autorisé à transmettre le message.

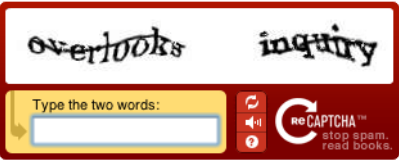


Figure 7-29
Exemple de captcha

L'extension Contact Form 7 permet également de proposer ce type de protection. L'extension Really Simple CAPTCHA doit cependant être installée au préalable.

Deux éléments doivent alors être ajoutés au formulaire : l'un correspondant à l'image et l'autre au champ texte associé.

Formulaire

```
<p>Votre Nom (obligatoire)<br />
[text* your-name] </p>

<p>Votre Email (obligatoire)<br />
[email* your-email] </p>

<p>Votre profession (obligatoire)<br />
[select* menu-721 multiple "Journaliste" "Éditeur" "Auteur"]
</p>

<p>Sujet<br />
[text your-subject] </p>

<p>Votre Message<br />
[textarea your-message] </p>

<p>Indiquez le code suivant : [captcha captcha-855]
[captchar captcha-855]</p>

<p>[submit "Envoyer"]</p>
```

Générer des tags ▼

CAPTCHA

Nom
captcha-855

Paramètres des images

id (facultatif)	class (facultatif)
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Couleur de devant (facultatif)	Couleur d'arrière plan (facultatif)
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Taille de l'image (facultatif)	
<input type="checkbox"/> Petit <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Grand	
Paramètres des Champs de saisie	
id (facultatif)	class (facultatif)
<input type="text"/>	<input type="text"/>
size (facultatif)	maxLength (facultatif)
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Copiez ce code et collez-le dans le formulaire à gauche.

1) Pour l'image
[captcha captcha-855]

2) Pour le champ de saisie
[captchar captcha-855]

Figure 7-30
Ajout d'un captcha au formulaire

Me contacter

Utilisez le formulaire ci-dessous pour me contacter.

Votre Nom (obligatoire)

Votre Email (obligatoire)

Votre profession (obligatoire)

Journaliste

Éditeur

Auteur

Sujet

Votre Message

Indiquez le code suivant : 2 8 M7

Envoyer

Figure 7-31
Le formulaire protégé par un captcha

Ajouter un forum de discussion

WP Forum Server est une extension qui permet de greffer un forum à un blog. L'extension dispose de nombreuses fonctionnalités avancées telles que :

- une organisation hiérarchique des forums (*Catégories>Forums*) ;
- la modération des sujets de discussion et des commentaires sans passer par l'espace d'administration ;
- l'intégration parfaite au sein du blog.

Une fois installée et activée, l'extension ajoute un nouveau menu à l'espace d'administration : *Forum Server*.

Le blogueur utilise l'interface *Forum Server>Catégories & Forum* pour créer une première catégorie.

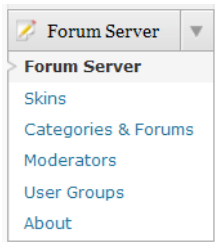


Figure 7-32
Nouvelle rubrique : Forum Server



Figure 7–33
Création de la catégorie Général

Le lien [Add forum](#) permet ensuite d’y associer des forums.

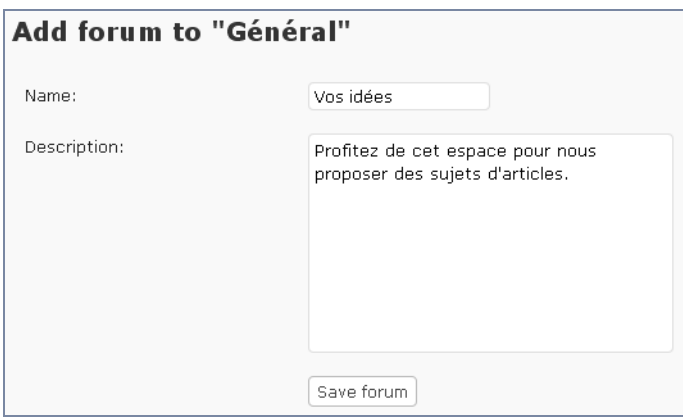


Figure 7–34
Création du forum Vos idées

L’extension donne la possibilité d’habiller le forum en utilisant un système spécifique de thèmes : *Forum Server>Skins*. L’activation d’un thème est obligatoire. L’intégration du forum au blog passe par la création, via l’éditeur HTML, d’une page ayant pour contenu le commentaire HTML suivant : `<!--VASTHTML-->`.

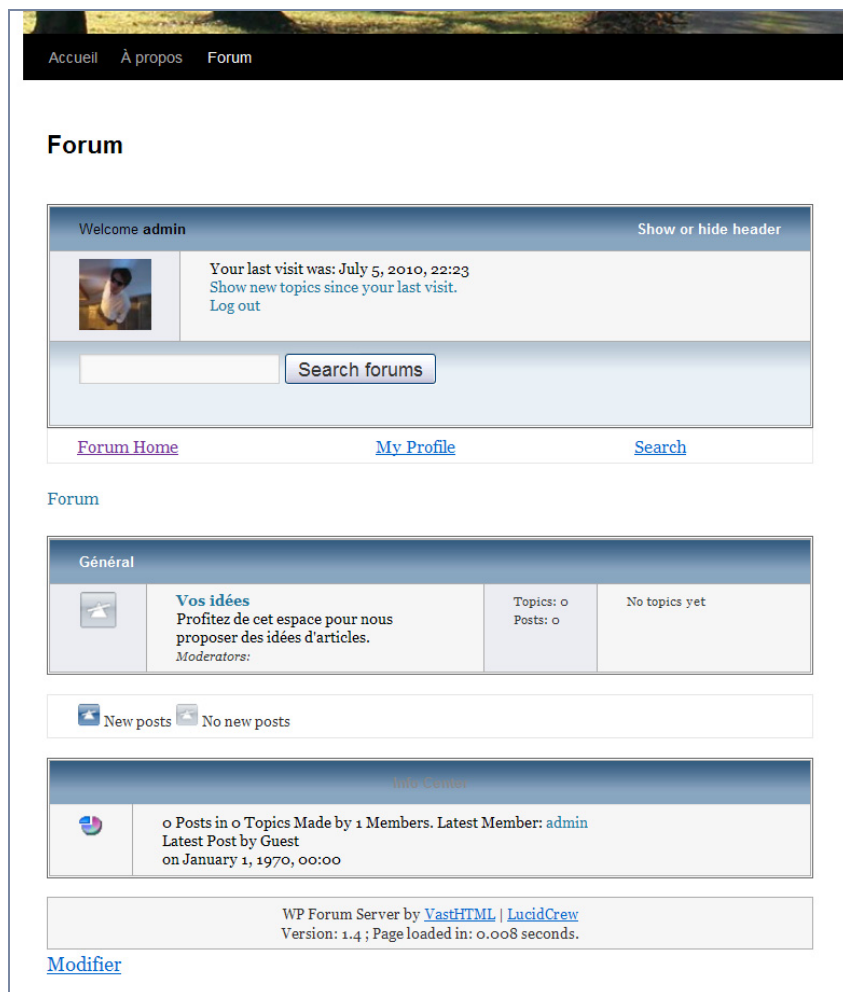


Figure 7–35
Création de la page qui contiendra le forum

Figure 7-36
Présentation du forum

ASTUCE Création de compte

La case *Tout le monde peut s'enregistrer* proposée dans l'interface *Réglages>Général* doit être cochée si le blogueur souhaite que les utilisateurs s'authentifient pour déposer un sujet.



La configuration par défaut n'autorise pas le dépôt anonyme de sujet. Cela est modifiable en décochant la case *Registration required to post* de la rubrique *Forum Server*.

Enfin, l'administrateur peut réaliser la modération en ligne. Chaque sujet du forum dispose de liens associés qui permettent :

- de déplacer le sujet dans un autre forum (*Move Topic*) ;
- de supprimer le sujet (*Delete Topic*).

Forum » New Topic

Post new Topic

Subject:	<input type="text"/>
Message:	<div><div>B I U </div><div></div></div>
<div>Submit</div>	

Figure 7–37
Interface permettant de déposer un sujet de discussion

D’autres utilisateurs peuvent venir compléter l’équipe de modération en utilisant l’interface *Forum Servers>Moderators*.

Add moderator

User	Moderate
<div>bob (2) </div>	<div><input checked="" type="checkbox"/> Global moderator: (User can moderate all forums)</div>
<div>Général</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> Vos idées</div>	
<div>Add moderator</div> <div>Vast HTML</div>	

Figure 7–38
Gestion des modérateurs

8

chapitre

Badges Facebook

Partagez n'importe où sur le web



Badge de profil
Partagez vos informations Facebook sur d'autres sites web.



Badge « J'aime »
Mettez en avant vos pages préférées sur votre site web ou votre blog.



Badge avec photo
Partagez vos photos Facebook sur d'autres sites.



Badge de Page
Partagez les informations de votre Page Facebook sur d'autres sites web.

Widgets et colonne latérale

La colonne latérale est un des éléments les plus caractéristiques d'un blog. Elle peut être enrichie d'une multitude d'applications appelées *widgets*.

SOMMAIRE

- ▶ Ajout d'un widget
- ▶ Gestion de la colonne latérale
- ▶ Importation d'un widget HTML

MOTS-CLEFS

- ▶ widget
- ▶ colonne latérale
- ▶ Twitter
- ▶ Facebook
- ▶ Google Web Element
- ▶ Google Buzz

La colonne latérale est l'espace privilégié pour accueillir les éléments de navigation qui facilitent l'accès aux différents contenus du blog. Elle propose généralement un calendrier, un détail des dernières publications, une liste des catégories et une sélection des mots-clefs les plus populaires.

Il s'agit également d'un espace où le blogueur peut diffuser des informations personnelles comme une courte biographie, une sélection de ses liens préférés ou un aperçu de ses réseaux sociaux.

Les informations proposées dans la colonne latérale sont organisées en sections. Elles sont, pour la plupart, générées par des applications portant le nom de *widgets*.

Gérer les widgets

L'interface *Apparence > Widgets* rend la gestion des widgets extrêmement aisée.

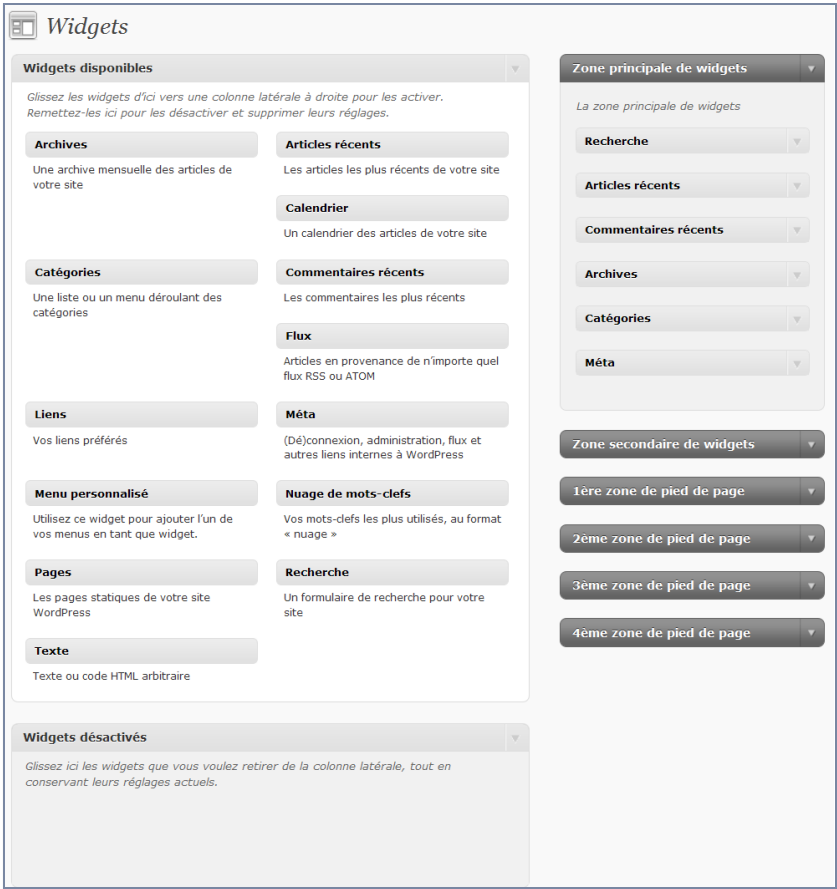


Figure 8–1
Gestionnaire de widgets

L'ajout d'un widget sur le blog ne nécessite rien de plus que le déplacement d'un des widgets présents dans le bloc *Widgets disponibles* vers une des zones de widgets présentes à droite (par exemple *Zone principale de widgets*). Un widget ne peut être déplacé dans une zone de widgets que lorsque celle-ci est dépliée, ce que l'utilisateur obtient en cliquant sur la flèche située à droite du nom.



Figure 8–2
Installation du widget Calendrier dans la colonne latérale

Les zones de widgets sont spécifiques au thème actif. La plupart des thèmes ne proposent qu'une seule zone de widgets : la colonne latérale.



Figure 8–3
Colonne latérale 1 est la seule zone de widgets du thème Default.

Twenty Ten propose quant à lui six de ces zones : deux dans la colonne latérale (*Zone principale/secondaire de widgets*) et quatre dans le pied de page (*Première/Deuxième/Troisième/Quatrième zone de pied de page*).

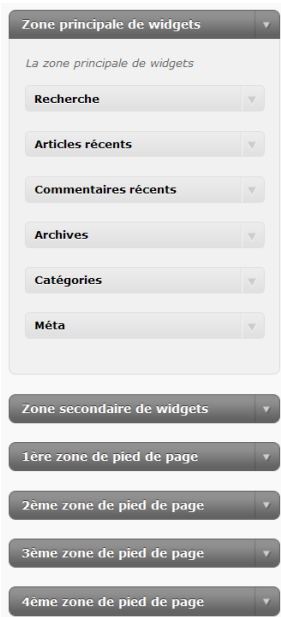


Figure 8–4
Les six zones de Twenty Ten qui peuvent accueillir des widgets



Figure 8–5 Blog dont la colonne latérale ne dispose que du widget Calendrier

ERGONOMIE Glisser-déposer un widget

Le bouton de la souris ne doit être relâché qu'à partir du moment où un petit rectangle noir apparaît dans la zone de widgets.

ASTUCE Installation multiple

Bien que cela ne soit pas forcément pertinent, un même widget peut être installé plusieurs fois dans la colonne latérale. Cette fonctionnalité est surtout très utile pour le widget Text, qui permet de placer tout type de contenu HTML dans la colonne latérale.

Figure 8-6

Le glisser-déposer permet de modifier la position des widgets.

À SAVOIR Widgets par défaut

Certains thèmes remplacent les zones de widgets vides par des sélections spécifiques de widgets par défaut. À titre d'exemple, Twenty Ten place dans une *Zone principale* vide, les widgets suivants : Recherche, Archives et Méta.

Figure 8-7

Configuration du widget Archives

L'ordre d'apparition des widgets dans une zone de widgets est modifiable par simple réorganisation avec la souris.



Configuration

Chaque widget activé dispose d'une interface de configuration, accessible par un simple clic sur la flèche située à droite du nom du widget.



Le titre permet de modifier l'intitulé associé par défaut au widget qui apparaîtra sur le blog. Ne renseigner aucun titre est tout à fait autorisé.

Figure 8-8

Association du titre Mon Calendrier au widget Calendrier

Mon Calendrier
septembre 2010

L	Ma	Me	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

« juil

Suppression et désactivation

Différentes méthodes permettent de retirer un widget de la colonne latérale (ou de toute autre zone de widgets). La première solution consiste à utiliser le lien *Supprimer* qui apparaît lorsque le widget passe en mode déplié.



Figure 8–9
Le lien Supprimer permet de retirer le widget de la colonne latérale.

Il est également possible de supprimer le widget en le remplaçant (avec un glisser-déposer) dans la section *Widgets disponibles*.



Figure 8–10
Désinstallation du widget Calendrier

WordPress permet également de retirer le widget tout en conservant les réglages : on parle alors de désactivation. Le widget doit dans ce cas être déplacé dans la section *Widgets désactivés*.

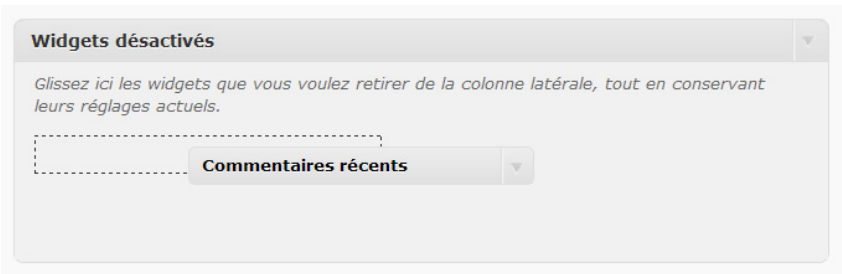


Figure 8–11
Désactivation du widget Commentaires récents

Les widgets standards

WordPress est préinstallé avec les différents widgets standards dont un blog peut avoir besoin.

À SAVOIR Fermer

Le lien *Fermer* permet de refermer le formulaire de configuration du widget.

Archives

Objectif : liste des mois au cours desquels des articles ont été publiés.

Réglages :

- affichage du nombre d'articles publiés dans le mois ;
- présentation des liens sous forme de liste ou de menu déroulant.



Figure 8-12
Widget Archives

Articles récents

Objectif : liste des derniers articles publiés.

Réglages : nombre d'articles à afficher (valeur par défaut : 5, maximum : 15).



Figure 8-13
Widget Articles récents

Calendrier

Objectif : affichage d'un calendrier mettant en avant les jours du mois qui ont vu des articles publiés.



Figure 8-14
Widget Calendrier

Catégories

Objectif : liste des catégories qui ont au moins un article associé.

Réglages :

- présentation sous la forme d'un menu déroulant ;
- affichage du nombre d'articles associés.

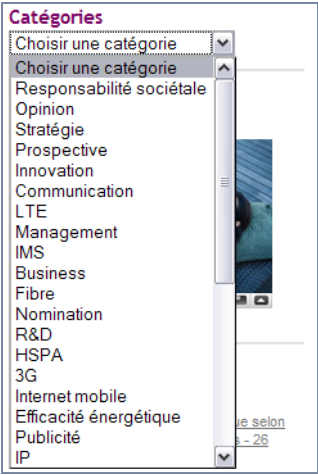


Figure 8–15
Widget Catégories présenté sous la forme d'un menu déroulant

Commentaires récents

Objectif : liste des derniers commentaires déposés sur le blog.

Réglages : nombre de commentaires à afficher.

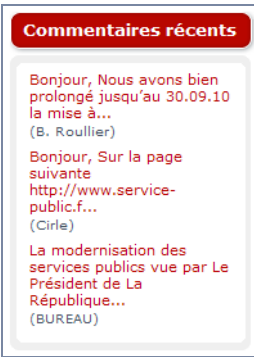


Figure 8–16
Widget Commentaires récents

Flux

Objectif : afficher les éléments d'un flux (RSS ou autre) extérieur.

Réglages : l'adresse du flux est obligatoire. L'affichage du contenu, de l'auteur et de la date sont facultatifs. Il est également possible de préciser le nombre d'éléments à afficher.

Figure 8-17
Widget Flux



Liens

Objectif : afficher une liste de liens sélectionnés par le blogueur. Ce widget est également appelé *blogroll*.

Réglages :

- limitation à une catégorie spécifique ;
- possibilité d'afficher des éléments supplémentaires : image, description, note.

Figure 8-18
Widget Liens



Méta

Objectif : afficher une liste de liens tels qu'un accès au flux RSS, un lien de déconnexion, etc. Ce widget n'est que très rarement utilisé.

Figure 8-19
Widget Méta



Menu personnalisé

Objectif : intégrer un menu créé via *Apparence > Menus*.



Figure 8–20
Widget Menu personnalisé

Nuage de mots-clefs

Objectif : présenter les mots-clefs les plus populaires du blog. La taille du mot-clef varie en fonction de sa fréquence d'utilisation. Ce widget est également appelé *nuage de tags*.



Figure 8–21
Widget Nuage de mots-clefs

Pages

Objectif : afficher une liste des pages disponibles sur le blog. Chaque élément de la liste dispose d'un lien associé donnant accès à la page.

Réglages :

- choix entre trois modes de tri : alphabétique, chronologique ou prise en compte du champ ordre ;
- possibilité d'exclure certaines pages.



Figure 8–22
Widget Pages

Figure 8–23
Widget Recherche



Recherche

Objectif : afficher un champ de recherche qui permet de réaliser une recherche dans l'intégralité des contenus du blog.

Texte

Objectif : placer un texte libre (*À propos*, etc.).

Ajouter un nouveau widget

Le blogueur a tout loisir d'ajouter dans sa colonne latérale des widgets qui ne font pas partie de la sélection standard. Ces nouveaux widgets proviennent principalement :

- de l'installation d'extensions WordPress ;
- de l'importation de modules HTML/JavaScript.

Installer une extension de type widget

Techniquement parlant, un widget WordPress correspond à une extension.

À titre d'exemple, l'extension WP-Cumulus, qui permet d'afficher un nuage de tags en 3D dans la colonne latérale, s'installe de façon tout à fait standard.

- 1 Recherche du terme « wp-cumulus » dans l'interface *Extensions>Ajouter*.
- 2 Installation avec le lien *Installer maintenant*.
- 3 Activation avec le lien *Activer l'extension*.

En tant qu'extension de type widget, WP-Cumulus est disponible dans la rubrique *Apparence>Widgets*. Un simple glisser-déposer permet de l'ajouter à la colonne latérale.

WP-Cumulus dispose également d'options de configuration.

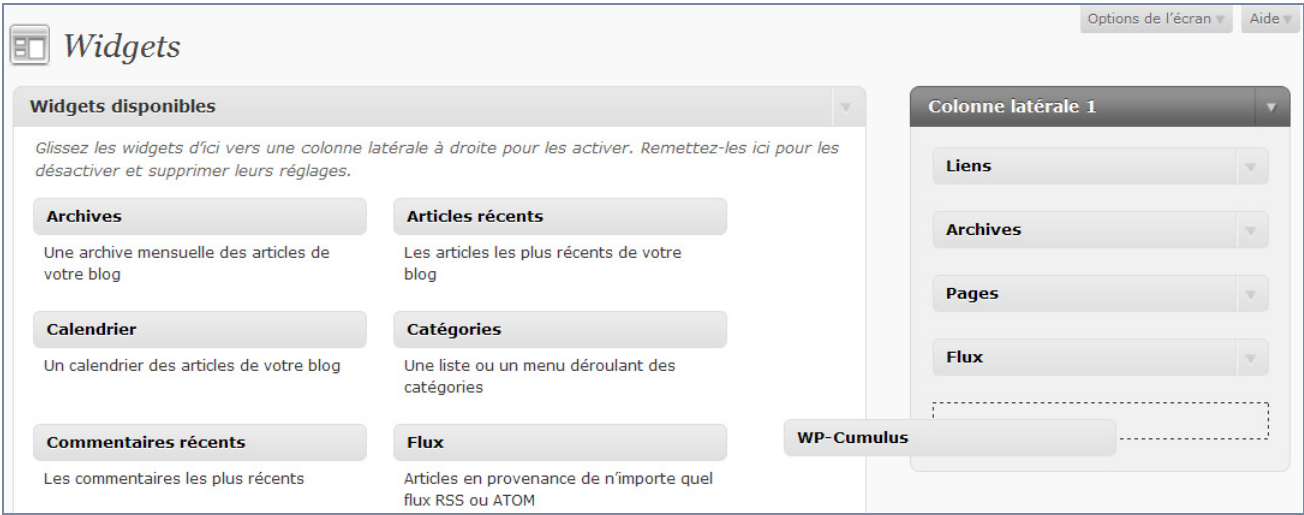


Figure 8–24
Installation de WP-Cumulus
dans la colonne latérale

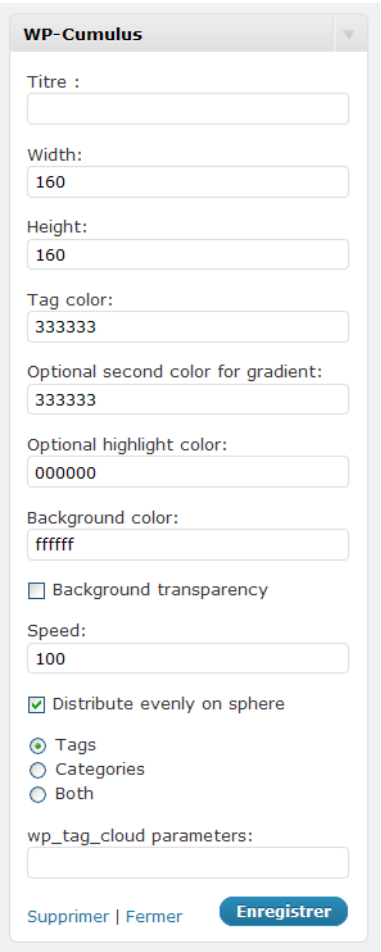


Figure 8–25
Configuration du widget

Une fois le widget installé, la colonne latérale dispose d'une structure 3D animée intégrant les mots-clés les plus importants du blog.



Figure 8–26
WP-Cumulus dans la colonne latérale

Importer un widget HTML

De nombreux sites permettent d'incorporer une partie de leur contenu au sein de pages extérieures. L'utilisateur récupère le plus souvent un code HTML correspondant à une iFrame (*inline frame*, voir chapitre 9), une animation Flash ou un script JavaScript. Ces fragments de code sont souvent qualifiés d'*embeds* (*embedded* signifie « incrusté », en anglais) ou de *widgets*.

Plutôt que de placer le code HTML ou JavaScript directement dans la colonne latérale en éditant le fichier `sidebar.php` du thème (rubrique *Apparence* > *Éditeur*), la solution privilégiée consiste à le placer au sein du champ de saisie d'un widget Text. En procédant ainsi, le blogueur ne risque pas de perdre ses modifications suite à une mise à jour ou un changement de thème.

Illustrons ce processus en ajoutant un bouton Skype *Call me!* dans la colonne latérale. La page <http://www.skype.com/intl/en-us/tell-a-friend/get-a-skype-button/> permet d'indiquer son identifiant Skype et de choisir le format du bouton. Le code HTML généré dans l'espace *Copy & paste this code* peut être copié et placé dans le formulaire de saisie d'un widget Text.

CONFIGURATION Skype

L'internaute qui décide de cliquer sur ce bouton doit disposer du logiciel Skype installé sur sa machine.

Get a Skype button

Skype buttons can be used on your website, blog or even in your email signature to let other people contact you easily.

You can choose from the simple options below, or customise the colours, functions and styles using our [Skype buttons wizard](#).

Enter your Skype Name

bob

Select a button from below

☒

☐

☐

☐

Skype buttons with status

If you choose to show your Skype status, your Skype button will always reflect your availability on Skype, e.g. 'Skype Me!' or 'I'm awaaaay'. This status will be shown to everyone, whether they're in your contact list or not.

☐ ☐

If you're forwarding Skype calls to a landline or mobile, you'll pay the [SkypeOut rate](#) for the call and must have Skype Credit on your account. (Forwarding to another Skype Name is free.)

Preview your button

Copy & paste this code

Show ☒ Web HTML ☐ Email HTML

[Save this html snippet](#) to your computer.

```
<!--
Skype 'Skype Me!' button
http://www.skype.com/go/skypebuttons
-->
<script
type="text/javascript"
src="http://download.skype.com/share/skypebuttons/js/skypeCheck.js"></scrip
```

Figure 8-27
Génération d'un bouton Skype Call me !

Colonne latérale 1

Liens

Texte

Titre :

```
<!--
Skype 'Skype Me!' button
http://www.skype.com/go/skypebuttons
-->
<script type="text/javascript"
src="http://download.skype.com/share/skypebuttons/js/skypeCheck.js"></script>
<a href="skype:bob?call"></a>
```

☐ Créer automatiquement les paragraphes.

Supprimer | Fermer

Enregistrer

Figure 8-28 Le code HTML est placé dans le champ de saisie du widget Text.

Liens

» Development Blog

» Documentation

» Suggest Ideas

» Support Forum

» Themes

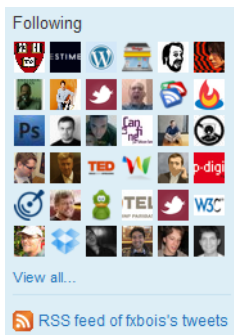
» WordPress Planet

Call me!

Figure 8-29
Bouton Call me ! permettant d'appeler le blogueur

8 – Widgets et colonne latérale

199

**Figure 8-30**

Le flux RSS des tweets est situé sous la liste des abonnés.

À SAVOIR Flux sur WordPress.com

Reposant sur un widget standard, cette solution a l'avantage de fonctionner avec la plate-forme WordPress.com qui, pour rappel, n'autorise pas l'installation d'extensions.

Figure 8-31

Paramétrage du widget Flux

Des widgets pour afficher son statut

La grande tendance du Web de ces dernières années réside dans l'avènement des réseaux sociaux de type Facebook ou Twitter. Ces réseaux permettent de diffuser très rapidement et au plus grand nombre son statut. Pour un adepte des réseaux sociaux, modifier son statut revient à répondre à la question « Que suis-je en train de faire ? ».

Ces outils sont un complément pour le blogueur, qui pourra écrire des articles de fond dans le cadre de son blog et partager son statut, ses états d'âme, ses trouvailles, ses coups de sang et ses coups de cœur sur son Twitter, son Facebook ou son Buzz.

Les widgets sont un excellent moyen de faire apparaître ces informations au sein du blog. Chaque service propose son widget qui peut être intégré dans la colonne latérale à l'aide d'un simple copier-coller.

Diffuser ses derniers tweets

Chaque compte Twitter disposant d'un flux RSS associé, l'affichage des derniers tweets dans la colonne latérale peut être réalisé en utilisant le widget Flux (voir figure 8-32).

Il est alors possible de renseigner l'adresse du flux associé au compte Twitter ainsi que l'intitulé du widget. Le rendu visuel se révèle cependant assez pauvre.

Twitter met à disposition un widget beaucoup plus élégant sur la page <http://twitter.com/goodies/widgets> (voir figure 8-33). Comme tout widget HTML, le widget Twitter peut être placé dans la colonne latérale en utilisant le widget Text.



Figure 8-32

Tweets affichés à l'aide du widget Flux



Figure 8-33

Colonne latérale agrémentée du widget Twitter

L'intégration d'un widget nécessite les étapes suivantes :

- 1 Sélectionner l'onglet *Mon site web*.
- 2 Cliquer sur *Widget de profil*.
- 3 Personnaliser le widget en utilisant les rubriques disponibles sur la gauche (voir figure 8-34). Chaque modification peut être prévisualisée en cliquant sur le bouton *Tester ce réglage*. La rubrique *Dimensions* est particulièrement utile pour accéder à l'option *Ajustement automatique de la largeur*. En cochant cette option, le widget s'étendra sur toute la largeur de la colonne latérale.
- 4 Cliquer sur le bouton *Terminer & récupérer le code* pour récupérer le code HTML et le placer dans un widget Text.

Figure 8–34
Interface de personnalisation
du widget Twitter



Facebook

Leader incontesté des réseaux sociaux, Facebook a très vite compris l'importance d'ouvrir sa plate-forme aux webmasters et aux développeurs. Les possibilités d'interaction avec les données sont aujourd'hui très nombreuses :

- création d'applications qui apparaissent sur le *Profil* ou dans l'onglet *Encarts* ;
- délégation à un site extérieur de l'autorisation de publier en son nom sur le Mur de Facebook (*Facebook Connect*) ;
- génération de widgets qui peuvent être installés sur des sites extérieurs.

Les différents widgets proposés par Facebook sont regroupés sur la page <http://www.facebook.com/facebook-widgets/>.

Figure 8–35
Widgets Facebook



Le widget *Badge de profil* permet de présenter les dernières modifications de son profil Facebook. Le lien *Modifier ce badge* permet de sélectionner les informations qui apparaîtront dans le badge.

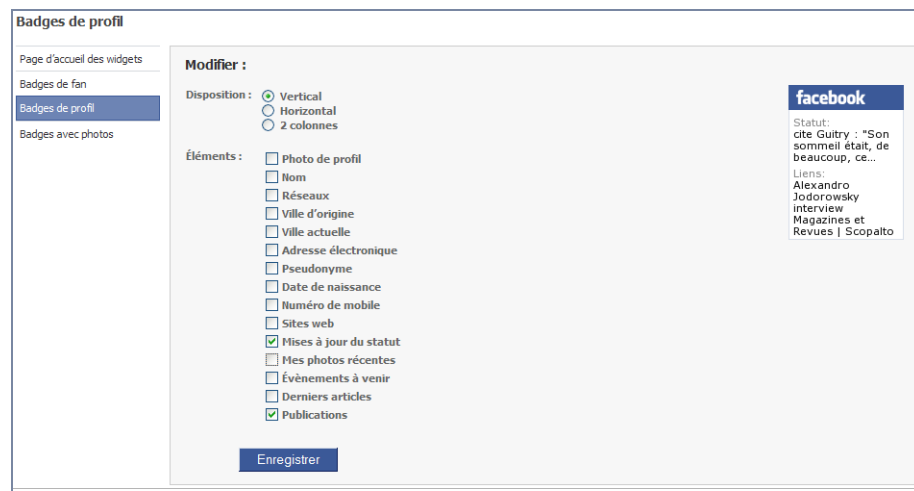


Figure 8–36
Sélection des éléments à intégrer au widget

Une fois les paramètres enregistrés, l'interface met à disposition un code JavaScript qui peut être inclus dans la colonne latérale.

Copiez le code ci-dessous et collez-le sur votre site web.

```
<!-- Facebook Badge START --><a href="http://fr-
```

Figure 8–37
Code HTML du widget Facebook

Google Buzz

Google, qui occupe une position dominante sur le Web, veille à ne jamais délaissier un domaine plébiscité par les internautes. Le gigantesque marché du « Que suis-je en train de faire en ce moment ? », si bien traité par Facebook et Twitter, est un domaine que Google ne pouvait se permettre de négliger. Google Buzz, lancé en février 2010, fut précisément développé pour rattraper ce retard. Ce service a l'avantage de pouvoir s'appuyer sur des produits aussi populaires que Gmail ou Google Reader pour s'imposer auprès des internautes.

Au sein de Google Reader, la rubrique *Votre contenu>Liste de partage* propose sur la droite le lien *Paramètres de partage* qui donne accès, en bas de la page, à *Ajoutez un extrait*. Ce module permet d'obtenir un widget qui affiche tous les éléments de votre Buzz : modifications de statut, partages d'histoires.

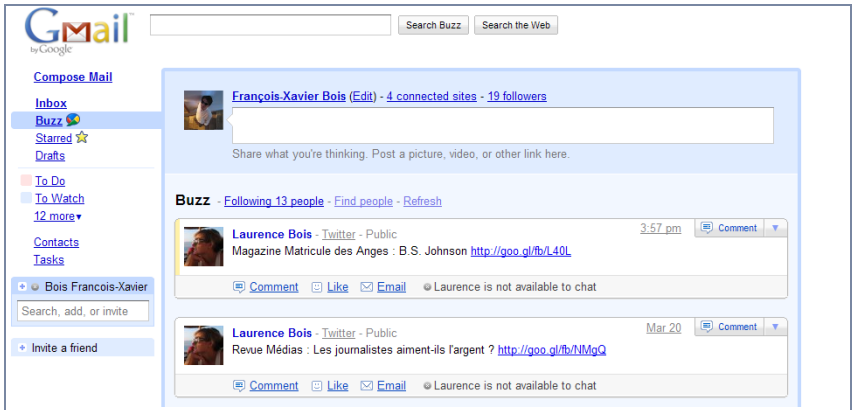


Figure 8–38
Buzz dans Gmail



Figure 8–39
Buzz dans Google Reader



Figure 8–40
Configuration du widget Buzz

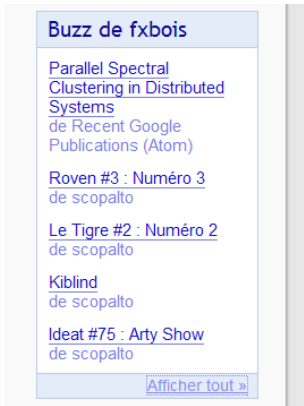


Figure 8–41
Le widget Buzz dans la colonne latérale

Les Google Web Elements

Google propose plusieurs widgets pouvant être inclus librement dans un blog. Ces widgets sont appelés des *Web Elements*. Chaque widget dispose d'une page de configuration spécifique (voir figure 8-43) qui permet de prévisualiser le widget et de générer le code HTML à inclure dans la colonne latérale. Parmi tous ces widgets, certains sont particulièrement adaptés à la colonne latérale d'un blog, tels la traduction automatique du blog ou l'affichage d'événements Google Agenda..

► <http://www.google.com/webelements/>

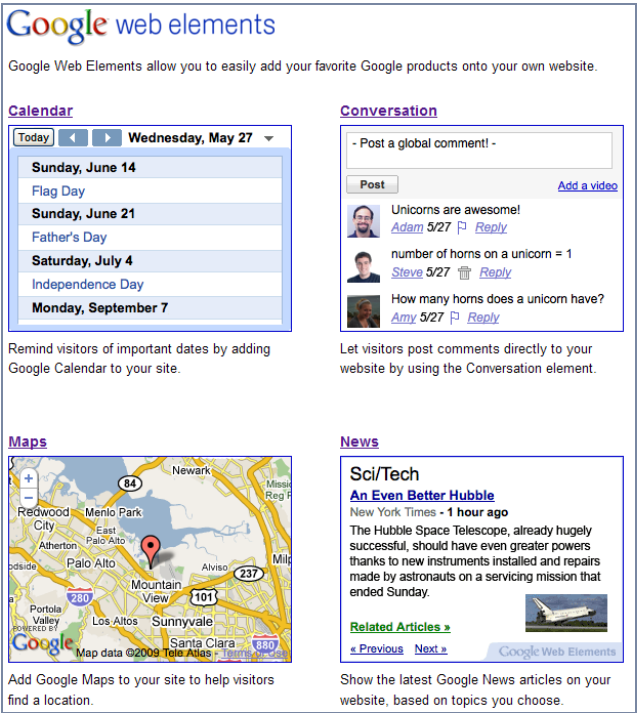


Figure 8–42
Web Elements proposés par Google :
calendrier, conversation, cartes et actualités

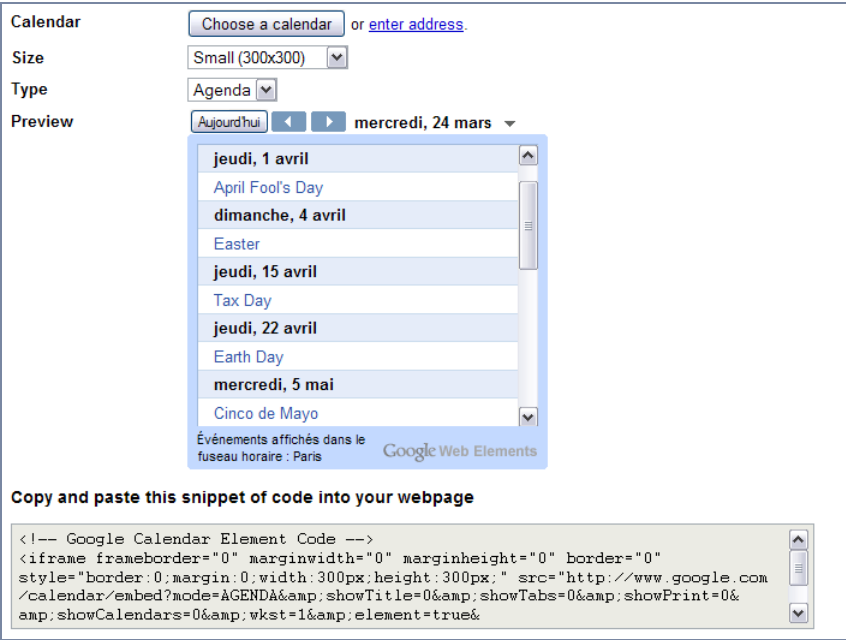


Figure 8-43
Exemple d'interface de configuration

Traduction automatique du blog

Le *Web Element* Translate, qui utilise le programme Google Traduction, permet de traduire d'un simple clic l'intégralité du contenu d'une page dans plus d'une cinquantaine de langues.



Figure 8-44
Différentes langues proposées par le widget

L'installation est simple.

- 1 Choisir la langue du blog : *French*, et laisser *Display* sur la valeur *Always*.
- 2 Récupérer le code source et le coller dans le widget Text.



ATTENTION Traduction automatique

Restez conscient que la traduction fournie par le Web Element Translate est une traduction automatique, avec tout ce que cela implique. Si vous souhaitez gérer un blog réellement multilingue, vous devrez effectuer la traduction vous-même et faire appel à un module d'internationalisation comme WP_Multilingual, ZdMultiLang, Polyglot, xili-language, etc., pour gérer les différentes versions.

Figure 8–45
Résultat de la traduction en japonais par Google Traduction

Calendrier d'événements

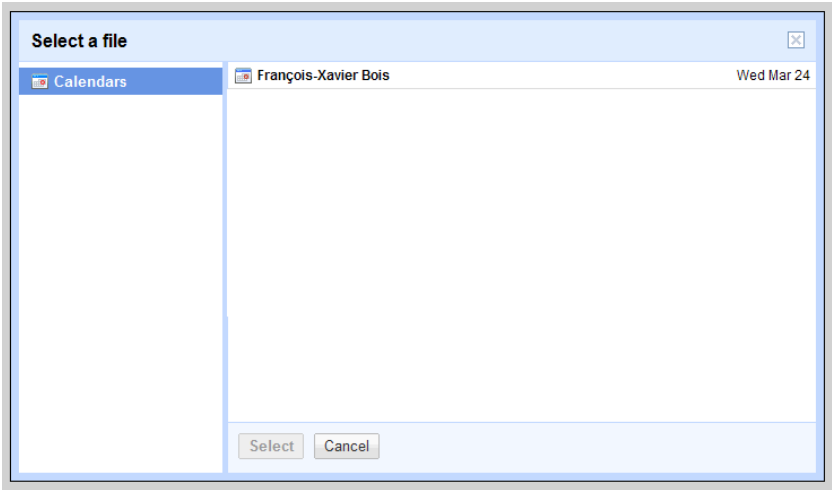
Le *Web Element Calendar* donne la possibilité d'afficher les prochains événements d'un agenda géré par Google Agenda (Google Calendar, en anglais).

Pour pouvoir être affiché, le calendrier doit être public. Le passage d'un agenda en mode public se réalise de la manière suivante.

- 1 Sur <http://www.google.com/calendar>, accéder à l'espace de configuration en utilisant le lien *Paramètres* disponible en haut à gauche du navigateur.
- 2 Dans l'onglet *Agendas*, cliquer sur le lien *Partager cet agenda*.
- 3 Cocher la case *Rendre cet agenda public*.

Une fois rendu public, l'agenda peut être sélectionné en cliquant sur le bouton *Choose a calendar*.

Figure 8–46
Sélection du calendrier



Les autres paramètres permettent de modifier les dimensions et la présentation. Le thème du blog doit disposer d’une largeur de colonne latérale suffisante pour pouvoir accueillir l’agenda, qui mesure au minimum 300 pixels.

Archives

> janvier 2010

Pages

> À propos
> page2



Figure 8–47
Présentation en agenda



Figure 8–48
Présentation en calendrier



Figure 8–49
Calendrier intégré à la colonne latérale

Des widgets pour diffuser ses contenus

Les principaux sites de diffusion de médias (photos, vidéos, musique) permettent d'exporter des sélections qu'il est possible d'intégrer dans la colonne latérale.

Badge Flickr

Flickr donne le nom de *badge* ou *module* au widget qu'il exporte. L'interface de création est disponible sur la page : <http://www.flickr.com/badge.gne>.

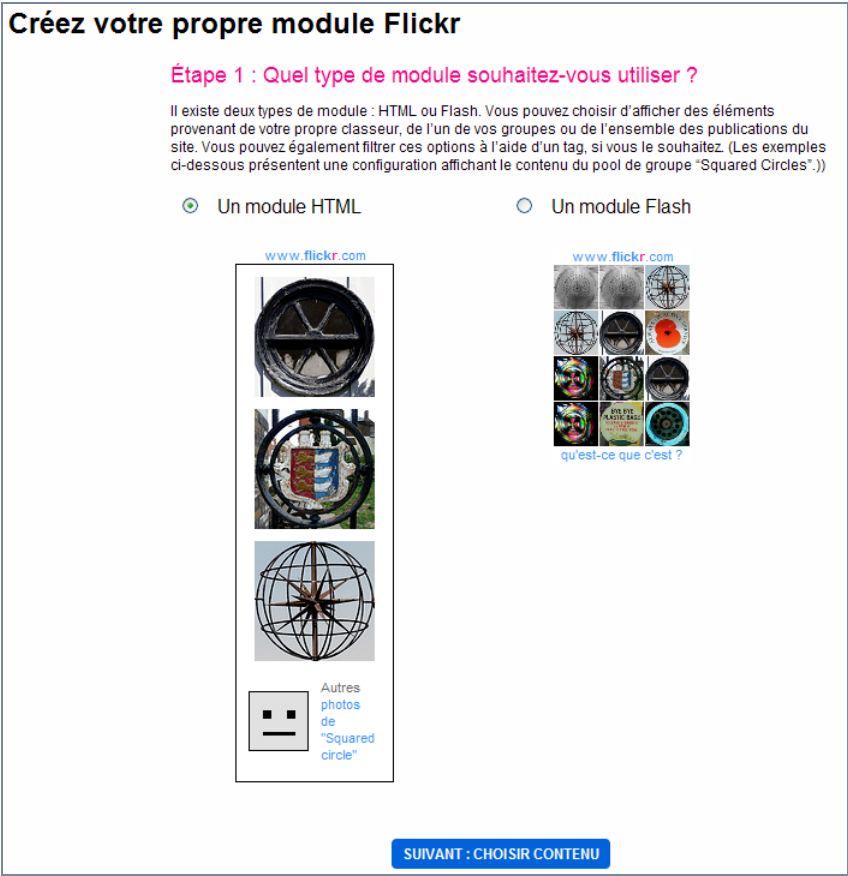


Figure 8–50
Interface de configuration du badge

La création d'un badge se déroule en quatre étapes.

- 1 **Format** : le format Flash a l'avantage d'être esthétique et animé.
- 2 **Sélection** : indiquer quelles sont les photos qui apparaîtront dans le badge. Il est possible de ne sélectionner que les photos publiques qui disposent d'un tag spécifique. Un blog consacré aux jardins pourrait ainsi afficher un badge des photos publiques ayant le tag « jardin » associé.

À SAVOIR **Flash ou HTML ?**

Bien que très populaire sur le Web actuel, le format Flash présente malgré tout le risque de ne pouvoir être lu par tous les systèmes (sur l'iPhone, par exemple). De même, si vous souhaitez respecter les standards d'accessibilité du Web, il vous faudra alors préférer le HTML. Pour en savoir plus, rendez-vous au chapitre 9 sur les contenus multi-médias.

- 3 Présentation : personnaliser visuellement le badge.
- 4 Sources : obtenir le code HTML qui pourra être inclus dans la colonne latérale.

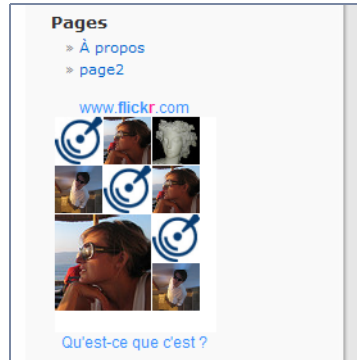


Figure 8-51
Badge Flickr intégré à la colonne latérale

Videowall Dailymotion

Dailymotion offre la possibilité à ses utilisateurs de créer des listes de lecture (*playlists*) et d'y placer leurs vidéos préférées.

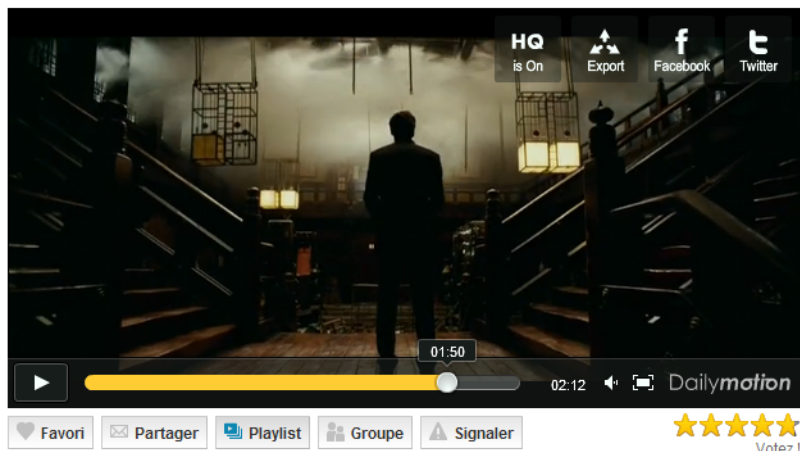


Figure 8-52
Le bouton Playlist permet d'ajouter une vidéo à une playlist.

Ces playlists peuvent ensuite être partagées dans le cadre d'un widget appelé Videowall. La page <http://www.dailymotion.com/factory/videowall/> permet de personnaliser le widget.

Pour partager une des ses playlists, l'utilisateur renseigne, dans le champ *URL Dailymotion*, l'adresse associée à sa playlist (il s'agit de l'adresse présente dans la barre d'adresses du navigateur lorsque l'utilisateur consulte sa playlist).



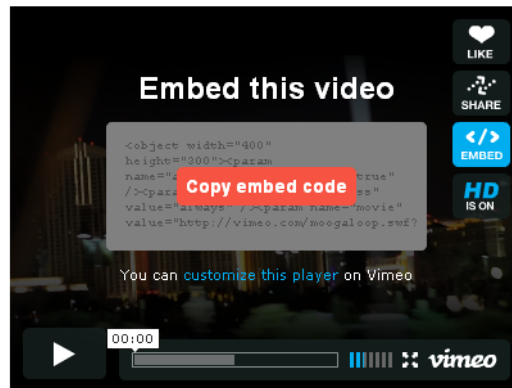
Figure 8–53
Configuration du vidéowall

La taille 2 × 4 est bien adaptée à une intégration dans une colonne latérale. Une fois le paramétrage effectué, le bouton *Générez le code* vous fait récupérer le code du widget.



Figure 8–54
Vidéowall intégré à la colonne latérale

chapitre 9



Proposer des contenus multimédias

WordPress offre différentes techniques pour enrichir les articles d'éléments aussi divers que des vidéos, de la musique, des cartes ou des calendriers.

SOMMAIRE

- ▶ Insérer un contenu multimédia dans un article
- ▶ Tour d'horizon de différents services qui permettent d'exporter leurs contenus vers des blogs

MOTS-CLEFS

- ▶ vidéo
- ▶ musique
- ▶ photo
- ▶ calendrier
- ▶ sondage
- ▶ carte/itinéraire
- ▶ livre
- ▶ PDF
- ▶ présentation

TECHNOLOGIE L'avenir du Flash

Une guerre a commencé entre Apple et Adobe depuis que la firme à la pomme a refusé de fournir la technologie Flash sur ses iPhones et ses iPads. Plus généralement, le Web – qui a toujours préféré les standards aux technologies propriétaires – investit énormément dans la future norme HTML 5, qui disposera de tous les éléments qui faisaient la spécificité du Flash : vidéo, son, socket, dessin bitmap, formes vectorielles, base de données intégrée.

Comme toute page sur le Web, un article de blog est écrit dans un langage informatique appelé le HTML. Parfaitement adapté aux contenus simples (textes, images), ce langage ne proposait, il y a encore peu de temps, aucun moyen d'inclure de façon native des éléments multimédias (vidéos, morceaux musicaux...) au sein de pages web.

Bien que le HTML 5 tende à rattraper le retard, la technologie Flash proposée par Adobe reste aujourd'hui la solution la plus adaptée pour concevoir et diffuser des contenus multimédias sur le Web. En s'appuyant sur cette technologie, de nombreux sites d'hébergement et de diffusion de contenus multimédias mettent à disposition leurs contenus et permettent ainsi aux internautes d'enrichir leurs pages.

Comment inclure un contenu multimédia ?

Deux techniques permettent d'inclure un contenu multimédia au sein d'un article ou d'une page :

- l'utilisation d'un *shortcode* ;
- la modification du code HTML.

Plus complexe, la seconde méthode offre deux avantages :

- être utilisable quelle que ce soit la situation ;
- ne pas nécessiter l'installation d'extensions complémentaires.

Utiliser des shortcodes

Les *shortcodes* permettent d'insérer des contenus multimédias à l'aide de codes textuels courts placés entre crochets.

Ils sont le plus souvent structurés de la manière suivante : `[nom_du_service identifiant_du_contenu]`. À titre d'exemple, l'inclusion d'une vidéo Vimeo dont l'identifiant est 123 s'écrit de la manière suivante : `[vimeo 123]`.

Alors que de nombreux shortcodes sont reconnus par défaut sur WordPress.com, il est nécessaire d'installer des extensions complémentaires sur un blog autonome (par exemple, WordPress SlideShare pour les présentations, ou PollDaddy Polls & Ratings pour les sondages).

Le principe de fonctionnement d'un shortcode est le suivant : avant d'afficher un article, WordPress vérifie son contenu pour y détecter la présence d'un shortcode qu'il est en mesure de traiter. Si tel est le cas, il récupère le ou les paramètres placés entre crochets et remplace le shortcode par une portion de code HTML permettant, le plus souvent, de charger l'animation Flash du service associé.

LE SAVIEZ-VOUS ? Vimeo

Vimeo est un site web communautaire de partage de vidéos qui favorise, contrairement à YouTube ou Dailymotion, les vidéos créatives conçues par ses utilisateurs. Depuis janvier 2010, Vimeo offre de plus l'avantage de permettre aux auteurs de diffuser leurs créations en licence Creative Commons.

- ▶ <http://vimeo.com>
- ▶ <http://fr.creativecommons.org>

Les shortcodes ont l'avantage de garantir une meilleure évolutivité. En effet, un site pourrait tout à fait changer le code de son animation Flash ou les noms des paramètres, etc. Si le site utilise des shortcodes, seule l'extension associée devra être mise à jour et les contenus resteront identiques.

Modifier le code HTML

WordPress donne la possibilité d'accéder au code HTML d'un article en utilisant le mode HTML de l'éditeur de contenu.



Les services exportent principalement trois types d'éléments HTML : des iFrames, des animations Flash et des scripts JavaScript.

- Une iFrame permet d'inclure une page au sein d'une autre page. La balise associée est `<iframe>`. Cette technique est notamment utilisée par Google pour ses plans (Google Maps) ou ses documents (Google Docs).
- Les animations Flash sont, quant à elles, insérées à l'aide de la balise `<object>`.

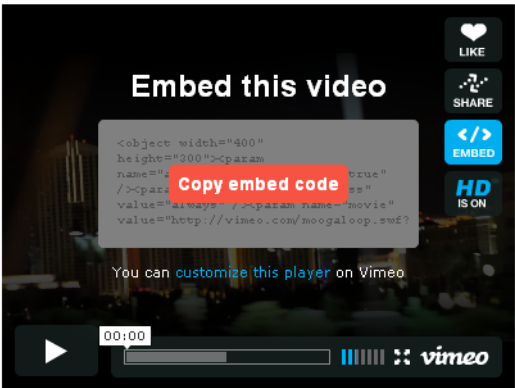


Figure 9-2
En cliquant sur le bouton Embed présent sur une vidéo Vimeo, le blogueur peut récupérer le lecteur Flash.

L'intégration d'un contenu multimédia dans un article ou une page consiste à copier la portion de code HTML mise à disposition par le service et à la coller dans l'éditeur HTML à l'emplacement souhaité.

CONFIGURATION **Gestion des shortcodes sur WordPress.com**

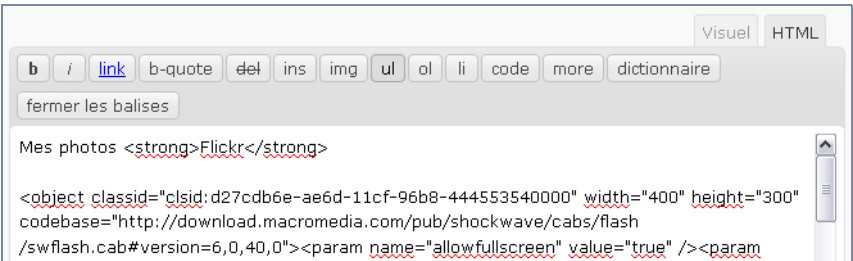
WordPress.com reconnaît par défaut plus d'une vingtaine de shortcodes. Une liste exhaustive est disponible sur cette page :
▶ <http://en.support.wordpress.com/shortcodes/>

Embed

Le terme anglais *embed* est régulièrement utilisé pour qualifier un bloc HTML à inclure dans une page HTML.

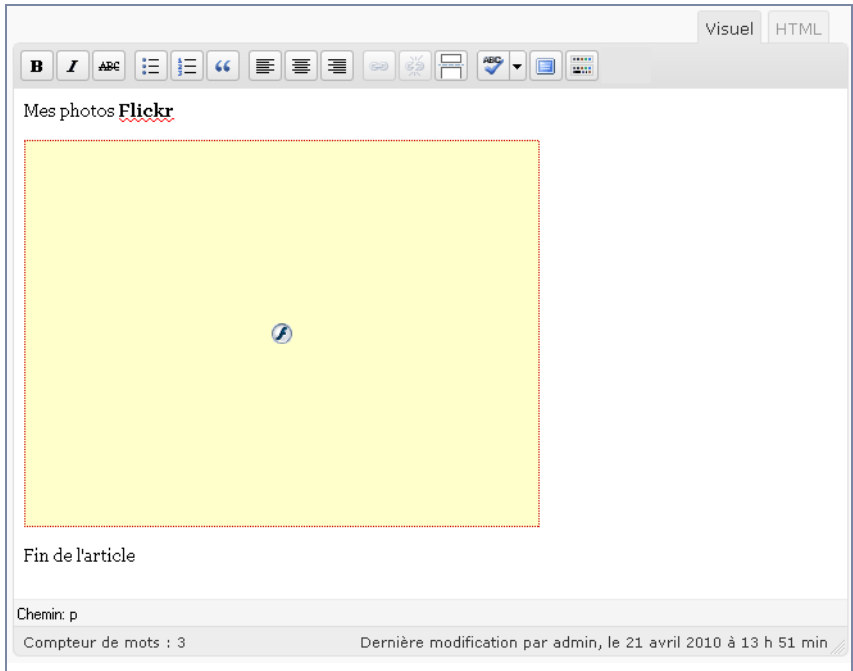
Figure 9-1
Édition d'un contenu en mode HTML

Figure 9–3
Le code HTML correspondant au lecteur Vimeo a été copié-collé dans l’éditeur HTML.



Dans le cas d’une animation Flash, le blogueur peut réaliser des allers-retours entre les modes *Visuel* et *HTML*. Il peut ainsi ajouter du contenu autour de l’animation Flash (qui est représentée, en mode *Visuel*, par un rectangle jaune).

Figure 9–4
Une animation Flash est représentée par un bloc jaune en mode Visuel.



ASTUCE Extension spéciale iFrame

Le chapitre 14, consacré à la programmation, décrit une extension qui évite la disparition de la balise iFrame.

Il en va tout autrement dans le cas d’une iFrame ou d’un script JavaScript. Il convient en effet, dans ce cas, de ne jamais repasser en mode *Visuel*, sous peine de perdre les informations insérées.

Publier des contenus multimédias via les services en ligne

Insérer une carte via Google Maps

Le service Google Maps est une des plus grandes réussites de Google. Il a l'avantage de proposer deux types d'affichage : la carte et l'itinéraire. L'interface Google Maps propose, au-dessus de la carte, une fonctionnalité *Lien* qui permet de récupérer l'iFrame associée à la carte.

► <http://maps.google.fr/>

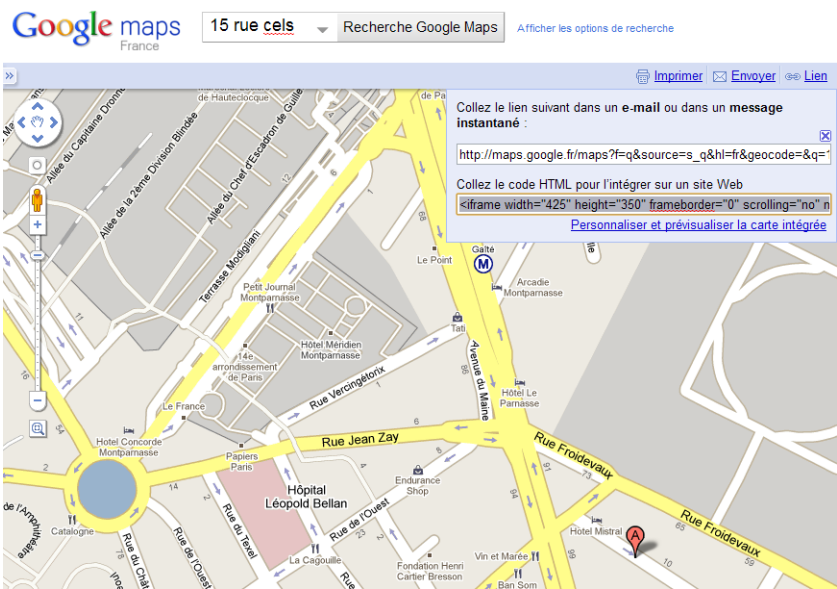


Figure 9-5
Module d'export

Le code HTML associé à l'iFrame peut être inséré tel quel au sein du code HTML de l'article. Google permet également d'adapter ce code en utilisant la fonctionnalité *Personnaliser et prévisualiser la carte intégrée*.

1. Personnalisation
Taille de la carte
☒ Petite
☐ Moyenne
☐ Grande
☐ Personnalisée
Largeur Hauteur

Figure 9-6a
Personnalisation de l'iFrame Google Map



Figure 9-6b
Module permettant de modifier les dimensions
de l'iFrame et d'adapter le zoom

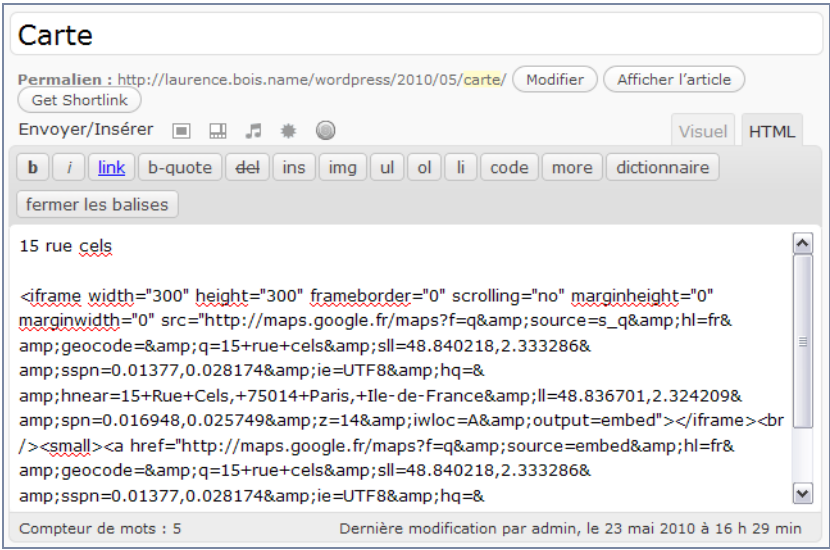


Figure 9-7
Insertion de l'iFrame dans l'éditeur HTML

Le fonctionnement est rigoureusement identique dans le cas d'un itinéraire.

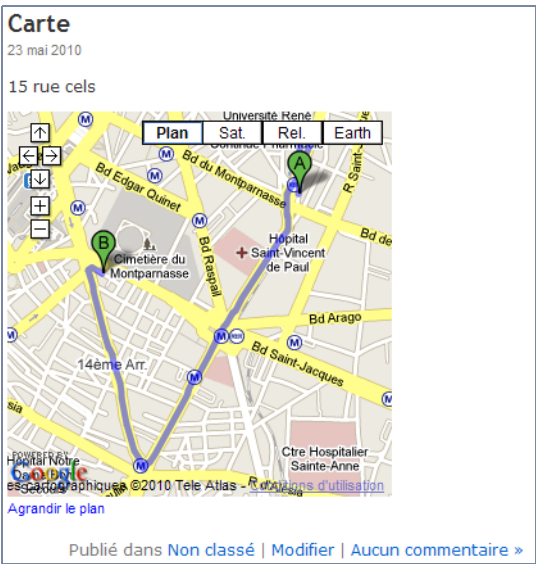


Figure 9–8
Affichage d'un itinéraire au sein d'un article

Intégrer une vidéo

Initiés par YouTube et Dailymotion, les sites de vidéos n'ont cessé de se multiplier depuis quelques années.

L'extension Embedded Video permet, d'un simple clic, d'insérer une vidéo dans un article. Cette extension a l'avantage d'être compatible avec plus d'une dizaine de services.



Figure 9–9
La barre d'icône s'est enrichie, sur la droite, d'une icône représentant une télévision.

En cliquant sur la télévision apparue dans la barre d'outils, une fenêtre incrustée s'ouvre, permettant de renseigner le site qui héberge la vidéo (*Select video portal*) ainsi que l'identifiant de cette dernière (*Insert video ID*). Cet identifiant doit être récupéré au sein de l'URL de la vidéo. Dans le cas de YouTube, une vidéo dont l'adresse est <http://www.youtube.com/watch?v=QND2IFCrIGw> aura pour identifiant associé QND2IFCrIGw. Dans le cadre d'une vidéo Vimeo <http://vimeo.com/10911131>, l'identifiant correspond au chiffre qui se trouve derrière le nom de domaine, en l'occurrence 10911131.

ALTERNATIVE OpenStreetMap

Espace collaboratif par excellence, le Web a permis à des volontaires répartis à travers le monde d'unir leurs forces pour créer un outil de cartographie en ligne ouvert et gratuit. Le projet OpenStreetMap permet, comme Google Maps, l'exportation d'une carte sous la forme d'une iFrame (onglet *Exporter*).
► <http://www.openstreetmap.org>

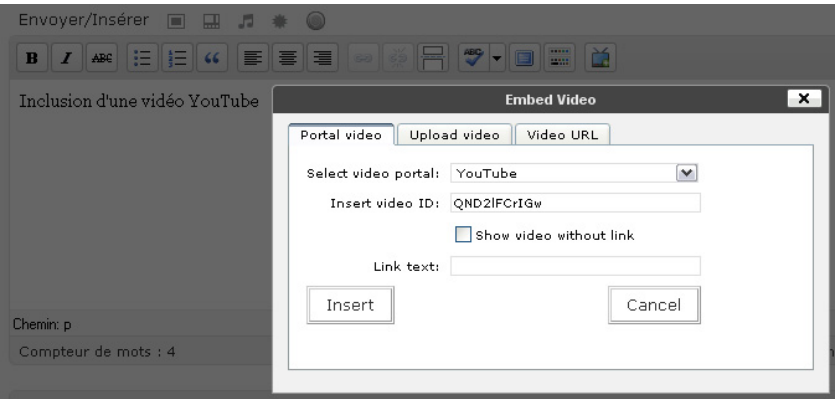
LE SAVIEZ-VOUS ? Transfert de vidéos

La plupart des sites de vidéos permettent aux internautes de déposer leurs propres vidéos. Il s'agit d'un moyen particulièrement intéressant pour diffuser une vidéo personnelle sur un blog : aucune problématique liée au format, aucune dépense liée à la bande passante consommée.

CONFIGURATION Paramétrer l'affichage des vidéos serties

Une interface de paramétrage est accessible via la rubrique *Réglages>Embedded Video*.

Figure 9-10
Insertion d'une vidéo YouTube



vidéo

Inclusion d'une vidéo YouTube



Figure 9-11
Aperçu de l'article auquel
a été associée la vidéo

- ▶ <http://www.youtube.com>
- ▶ <http://www.dailymotion.com/fr>
- ▶ <http://vimeo.com>
- ▶ <http://blip.tv>
- ▶ <http://www.viddler.com>
- ▶ <http://www.hulu.com>
- ▶ <http://qik.com>
- ▶ <http://wordpress.tv>

Depuis la version 2.9, WordPress est également en mesure de remplacer l'URL d'une vidéo par le lecteur associé. L'URL doit toutefois être isolée sur une ligne.

WordPress reconnaît les vidéos provenant des sites suivants : YouTube, Vimeo, Dailymotion, blip.tv, Viddler, Hulu, Qik et WordPress.tv.

Pour profiter de cette fonctionnalité, l'option *Affichage automatique* doit être cochée dans l'interface *Réglages>Médias*.

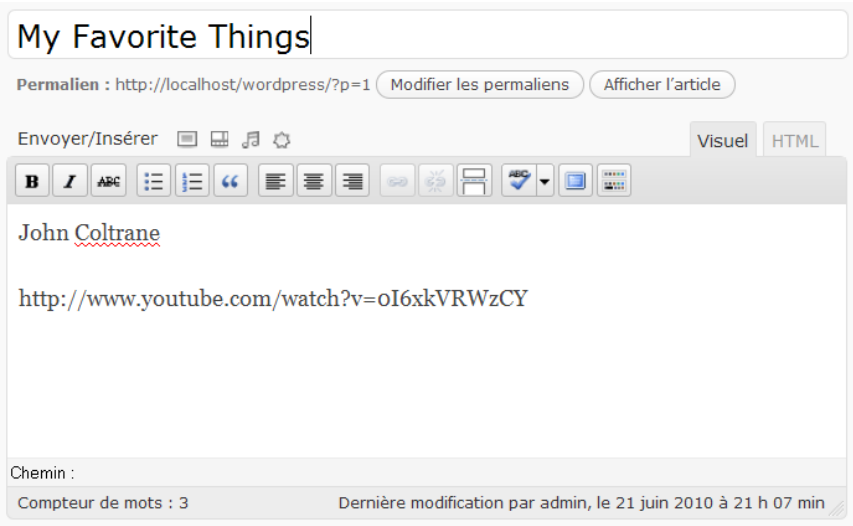


Figure 9–12
L'URL YouTube est incluse directement dans le contenu.



Figure 9–13
Le lecteur YouTube remplace bien l'URL.

Inclure un fichier audio

L'extension Audio Player donne la possibilité d'écouter un morceau de musique ou tout autre fichier audio transféré sur le serveur directement au sein d'un article.

Cette extension s'intègre parfaitement au processus standard d'insertion d'un fichier audio. La première étape consiste à utiliser l'icône symbolisant une note de musique, située au-dessus de l'éditeur visuel. Une fois le fichier transféré, le bouton *Audio Player* permet de modifier le champ *Cible du lien*.

Figure 9–14
Shortcode pour Audio Player

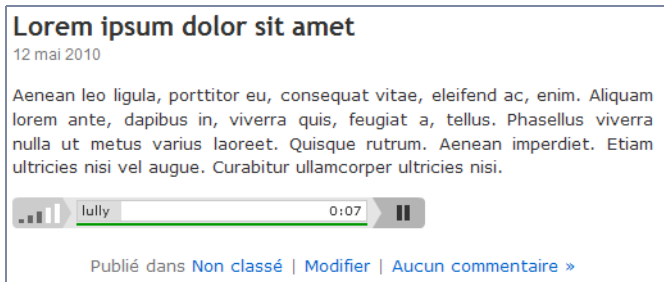


The screenshot shows the 'Audio Player' settings form in WordPress. It includes a music note icon, fields for 'Nom du fichier' (lully.mp3), 'Type du fichier' (audio/mpeg), and 'Date de mise en ligne' (16 mai 2010). There are input fields for 'Titre' (lully), 'Légende', and 'Description'. The 'Cible du lien' field contains the URL [audio:http://localhost/wordpress/wp-content/uploads/2010/05/lully.mp3]. Below this are buttons for 'Aucun', 'Adresse web du fichier', 'Adresse web de l'article', and 'Audio Player'. A note says 'Saisissez une adresse web ou cliquez sur l'un des préreglages ci-dessus'. At the bottom are buttons for 'Insérer dans l'article' and 'Supprimer'.

Audio Player reconnaît des shortcodes du type `[audio:<chemin_du_fichier>]`. Le shortcode généré peut ensuite être placé dans le contenu à l'aide du bouton *Insérer dans l'article*.

L'apparence du lecteur est modifiable via le menu *Réglages>Audio Player*.

Figure 9–15
Un lecteur audio Flash Audio Player est à la fois simple et convivial.



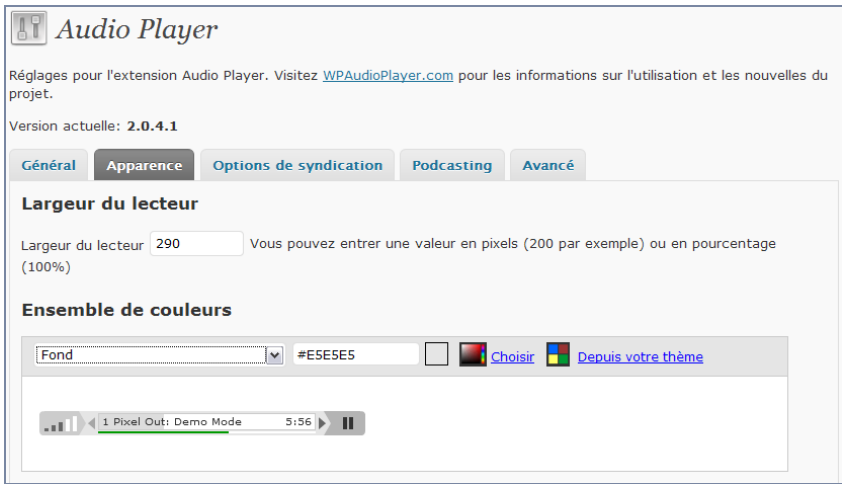


Figure 9-16
Paramétrer l'apparence du lecteur

Ajouter une galerie photo Flickr

Flickr est un portail de partage de photos, avec des fonctions intéressantes de gestion de photothèque en ligne. Une fois le compte créé et les photos transférées, Flickr permet de consulter les photos en mode plein écran en cliquant sur l'icône *Diaporama*.
L'interface propose un lien *Partager* qui permet de récupérer le code HTML de l'animation Flash associée au diaporama.

► <http://www.flickr.com>

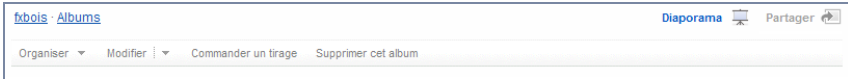


Figure 9-17
Icône permettant de passer en mode Diaporama



Figure 9-18
Consultation d'une galerie Flickr en mode Diaporama

ALTERNATIVE **Picasa**

Présent sur tous les fronts du Web, Google propose son propre gestionnaire de photos en ligne : l'outil Picasa Web Albums permet notamment d'exporter toute une galerie de photos sous forme de diaporama au format Flash. Une fois la galerie sélectionnée, l'interface propose sur la droite [Lien vers cet album>Insérer un diaporama dans une page web.](#)

► <http://picasaweb.google.fr>

Grand avantage de Picasa sur Flickr, Google propose, en plus de la version web, un logiciel de gestion de photos pouvant être installé aussi bien sur Windows que sur Mac OS X. Un tel outil est particulièrement utile de nos jours, où tout photographe amateur doit gérer plusieurs milliers de photos sur son disque dur. Il permet, entre autres, de sélectionner, classer, annoter et éditer ses photos, avant de les exporter d'un clic sur Picasa Web Albums. Ce logiciel peut être téléchargé sur :

► <http://picasa.google.com>

► <http://issuu.com>

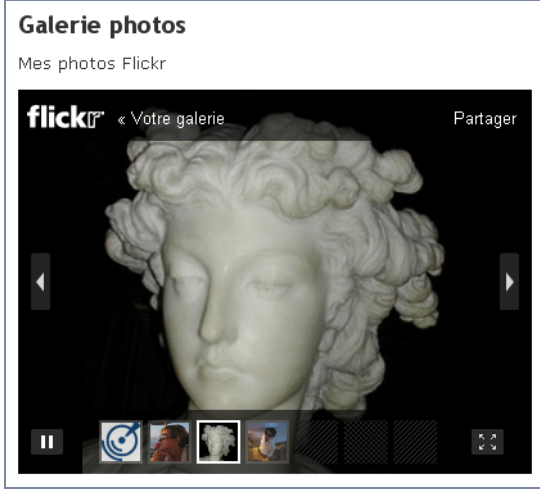


Figure 9-19 Intégration d'un projecteur de photos au sein d'un article

Partager un PDF via Issuu

Le site américain Issuu.com référence des millions de documents PDF. La consultation d'un document peut être réalisée de deux manières différentes :

- sur le site Issuu.com ;
- sur un site extérieur, dans un module de lecture.

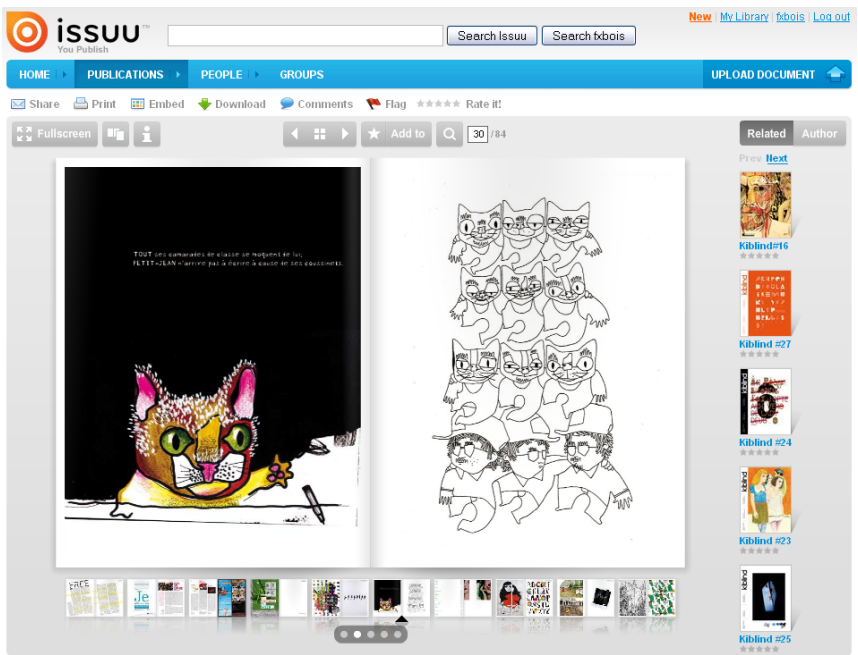


Figure 9-20
Le magazine Kibind visualisé
sur le site Issuu.com

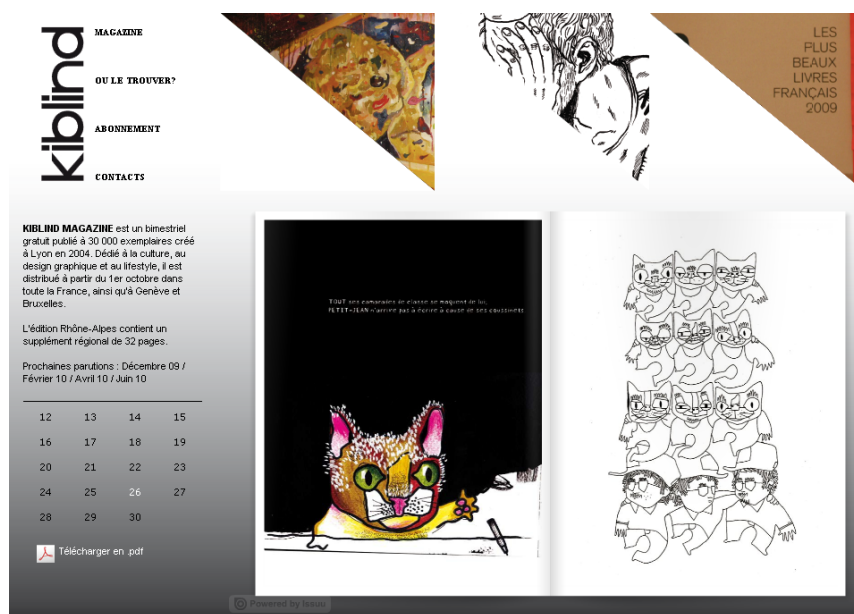


Figure 9–21
Le même magazine visualisé sur le site kibлинд.com

Le site offre la possibilité de déposer gratuitement des documents via l'interface <http://issuu.com/user/upload>. Une fois le compte créé et le fichier transféré, l'internaute dispose d'un espace lui permettant de gérer tous ses documents.

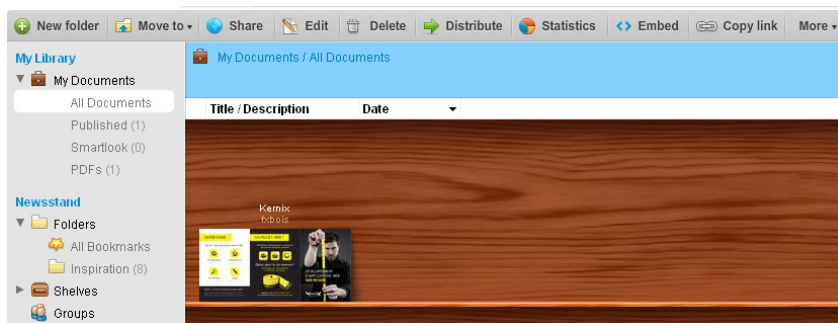


Figure 9–22
Gestionnaire de PDF sur Issuu.com

Le bouton **Embed** permet d'ouvrir l'interface de paramétrage du lecteur de PDF. L'onglet **WordPress** donne accès au shortcode qui sera reconnu une fois l'extension WP Issuu installée et activée (voir figures 9-23 et 9-24 page suivante).

ALTERNATIVE Scribd

Le site Scribd permet également d'exporter un module de consultation de PDF en ligne. L'extension **Simpler iPaper** doit être installée pour faire fonctionner le shortcode.

► <http://www.scribd.com>

Figure 9–23
Paramétrage du shortcode

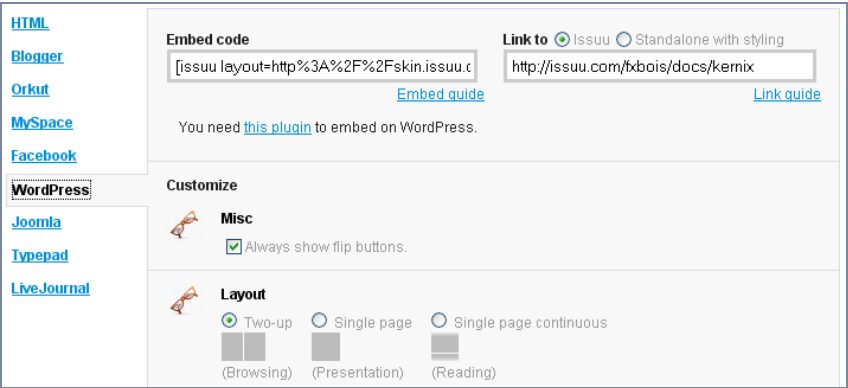


Figure 9–24
Inclusion au sein d'un article



Intégrer un livre depuis Google Livres

Le service Google Livres (aussi connu sous le nom de Google Books) permet de réaliser des recherches dans un fonds de plusieurs millions de livres et de revues. Le moteur de recherche avancé propose de nombreux filtres, tels que la langue de l'ouvrage, les livres tombés dans le domaine public, etc.

► <http://books.google.fr/>

Figure 9–25
Moteur de recherche avancé de Google Livres

Pages contenant	<input checked="" type="radio"/> tous les mots suivants <input type="radio"/> cette expression exacte <input type="radio"/> au moins un des mots suivants <input type="radio"/> aucun des mots suivants	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	10 résultats ▼ Recherche Google
Rechercher dans :	<input type="radio"/> Tous les livres <input type="radio"/> Livres entiers ou en aperçu limité <input type="radio"/> Affichage du livre entier uniquement <input checked="" type="radio"/> Du domaine public uniquement		
Contenu :	<input checked="" type="radio"/> Tout le contenu <input type="radio"/> Livres <input type="radio"/> Magazines		
Langue	Résultats pour les pages écrites en	toutes les langues ▼	
Titre	Rechercher les livres dont le titre est	<input type="text"/> par exemple, Books and Culture	
Auteur	Rechercher les livres écrits par	<input type="text"/> par exemple, Hamilton Mabie ou "Hamilton Wright Mabie"	
Éditeur	Rechercher les livres publiés par	<input type="text"/> par exemple, O'Reilly	
Date de publication	<input checked="" type="radio"/> Afficher du contenu publié n'importe quand <input type="radio"/> Afficher du contenu publié entre		
		<input type="text"/> et <input type="text"/> Ex : 1999 et 2000 ou janv. 1999 et déc. 2000	
ISBN	Rechercher les livres dont le numéro ISBN est	<input type="text"/> par exemple, 0060930314	
ISSN	Afficher les magazines avec le numéro ISSN	<input type="text"/> par exemple, 0161-7370	

Google Livres offre la possibilité de consulter les livres en ligne. À la différence des ouvrages récents, les livres libres de droit sont consultables dans leur intégralité. L'interface de consultation intègre des fonctionnalités de recherche et la possibilité de télécharger l'ouvrage (lorsqu'il est libre de droit).

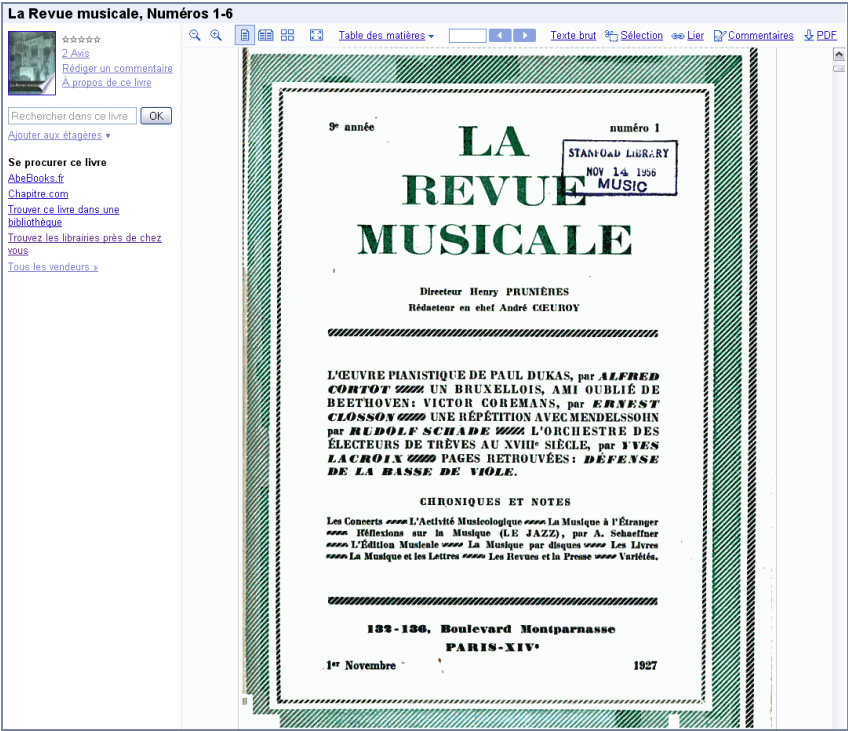


Figure 9–26
Interface de consultation de Google Livres

Google permet également d'intégrer le lecteur au sein de pages web. Le lien [Lier](#) doit alors être utilisé pour récupérer le code HTML de l'iFrame. Une fois intégré dans le contenu de l'article, le lecteur propose des fonctionnalités intéressantes, telles que la recherche au sein du contenu du texte.

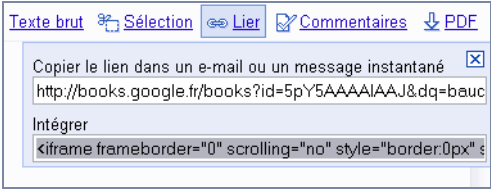


Figure 9–27
Le contenu de l'iFrame est disponible dans le champ Intégrer.

Figure 9–28
Livre intégré dans le contenu de l'article



Diffuser une présentation via SlideShare

Le site SlideShare permet de partager des présentations multimédias (de type PowerPoint) sur le Web.

Une fois son compte créé, l'utilisateur envoie sa première présentation en utilisant le formulaire disponible à l'adresse <http://www.slideshare.net/upload/>.

Upload your files [View your uploads](#)

[Browse and select files...](#)

Use Ctrl key to select multiple files

Trouble uploading? [Try single upload.](#)

Your file **presentation.pptx** is queued for conversion. Meanwhile you can add details and save.

Title *

Description

Tags

Category

Privacy (who can see this)

☒ Allow file download

[Saved details](#)

[Delete](#)

Figure 9–29
Interface de transfert

Le transfert effectué, l'interface permet d'associer des métadonnées au fichier : catégorie, tags, description, visibilité (*Privacy*). Cette dernière est importante dans la mesure où elle permet de préciser si le document doit être intégré au moteur de recherche général (et visible par tous) ou s'il doit rester privé. Seuls les documents publics peuvent être partagés et intégrés dans d'autres pages.

L'utilisateur peut afficher la liste de ses documents en cliquant sur le lien *View your uploads* (figure 9-30). La page de détail du document est obtenue en cliquant sur le titre du document. La présentation est suivie d'une barre proposant les différents exports possibles. L'export WordPress met à disposition un shortcode. L'extension WordPress SlideShare doit être installée et activée pour que le moteur reconnaisse ce shortcode.

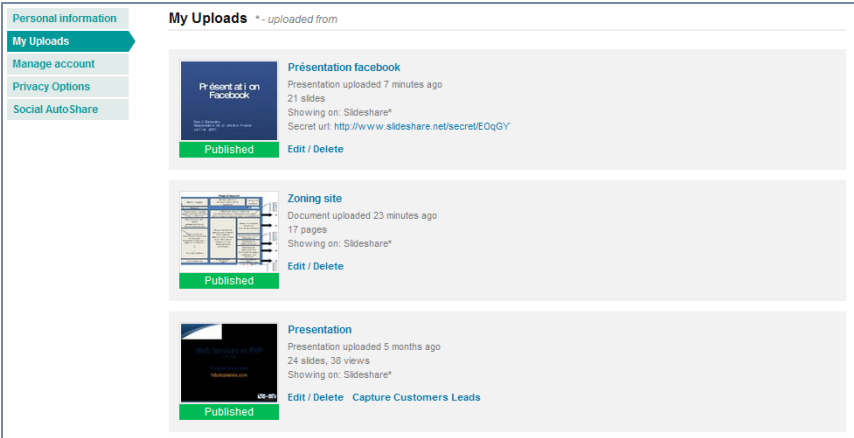


Figure 9–30
Liste des documents

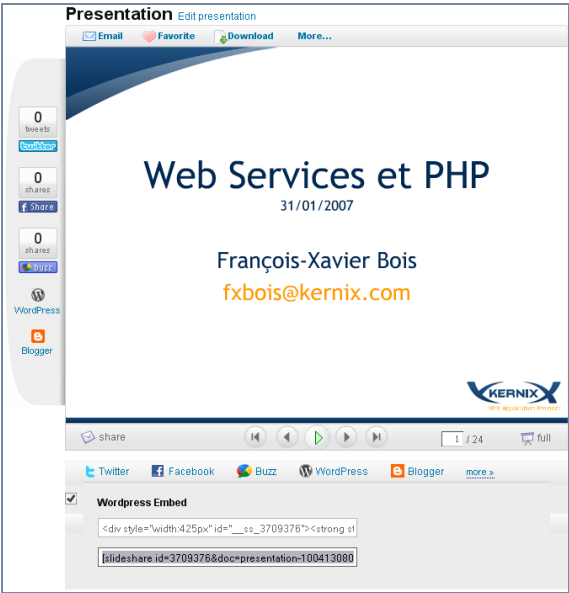


Figure 9–31
Détail du document permettant d'obtenir le shortcode WordPress

Figure 9–32
Utilisation du shortcode
dans le contenu de l'article

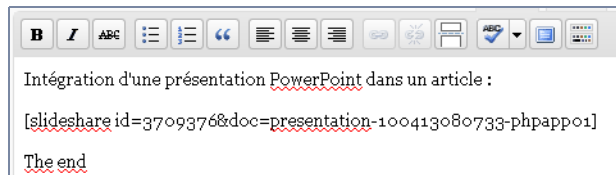
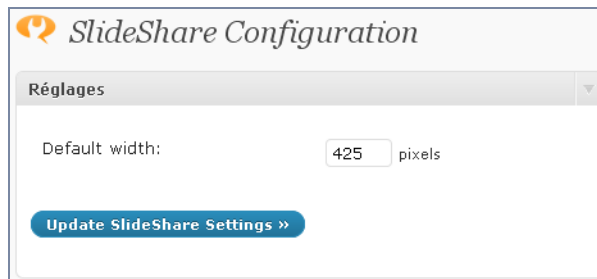


Figure 9–33
L'article intègre la présentation PowerPoint.



L'extension dispose d'une interface de configuration permettant de définir la largeur des présentations dans les articles. Cette interface est accessible via la rubrique *Réglages*>*SlideShare*.

Figure 9–34
Configuration de l'interface SlideShare



Publier un sondage via PollDaddy

Le site PollDaddy donne la possibilité de créer en ligne un sondage qui peut être inséré dans un article. Ce site a la particularité d’avoir été racheté par Automatic, ce qui a permis l’intégration d’une interface au sein de l’espace d’administration WordPress.com. Rendez-vous dans la rubrique *Sondages*.

► <http://polldaddy.com>

Figure 9–35
Interface de création de sondage sur WordPress.com

Figure 9–36
Le bouton « Create a New Poll » permet de créer un nouveau sondage.

Une fois son compte créé sur PollDaddy, le blogueur peut se rendre dans son espace membre pour créer de nouveau sondages. La création ne nécessite que quelques secondes.

- 1 Indiquer le titre.
- 2 Préciser les différents choix.
- 3 Sélectionner une présentation.
- 4 Choisir les options.

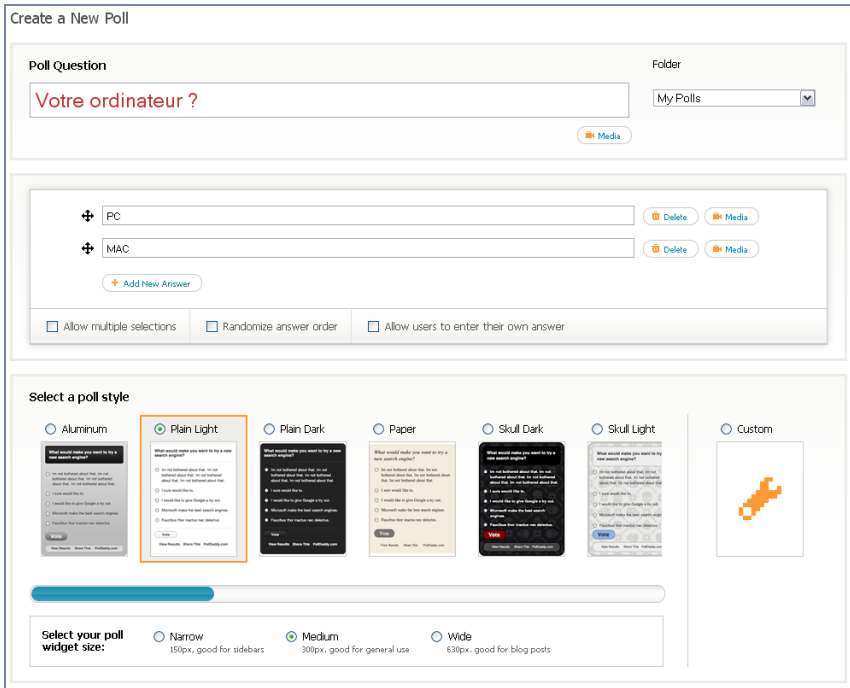


Figure 9–37
Préparation d'un sondage

Une fois le sondage créé, une fenêtre permet de récupérer le shortcode WordPress à intégrer dans l'article.

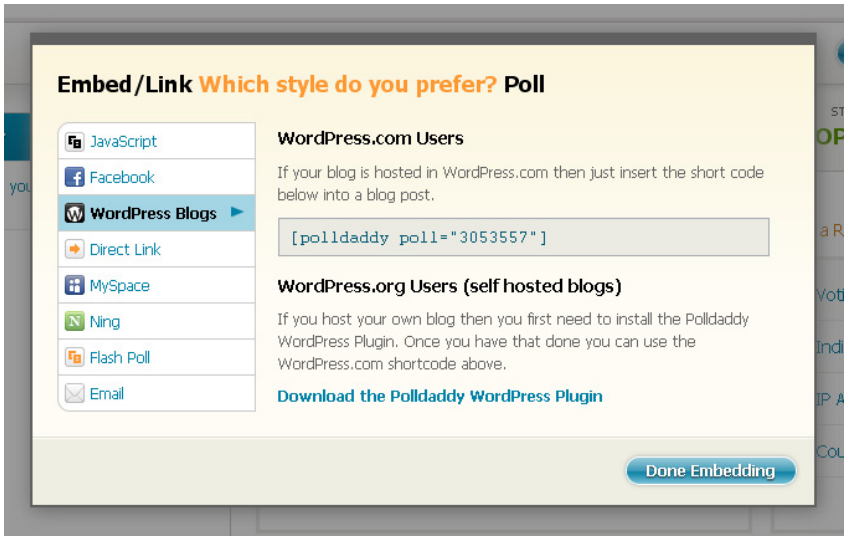


Figure 9–38
Récupération du shortcode

L'extension PollDaddy Polls & Ratings doit être installée pour que le short-code soit reconnu. En renseignant les informations du compte PollDaddy, il devient possible, comme sur WordPress.com, de créer des sondages et de suivre les résultats directement depuis l'espace d'administration.



Figure 9–39
Affichage du sondage au sein d'un article

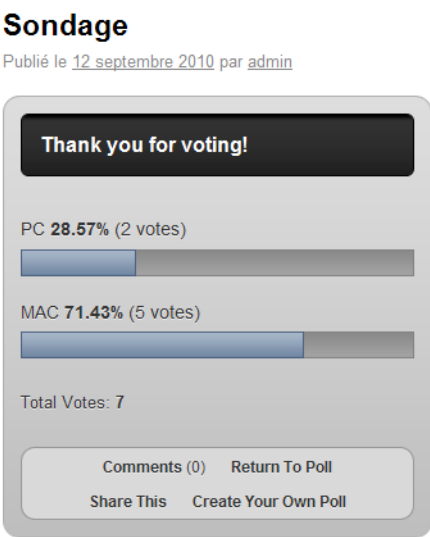


Figure 9–40
Affichage de statistiques suite à la sélection d'une réponse

La consultation des résultats peut également être réalisée dans l'espace membre de PollDaddy ou au sein de l'espace d'administration de WordPress. Les statistiques proposées sur PollDaddy sont à la fois plus agréables à l'œil et plus complètes.

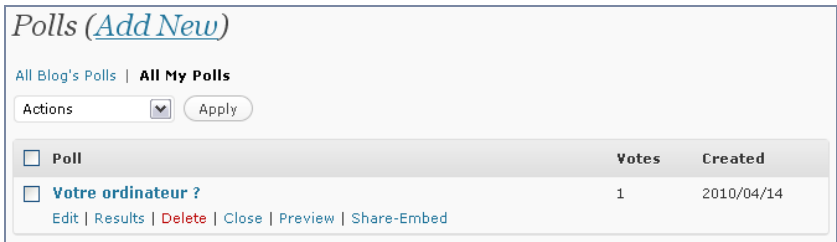
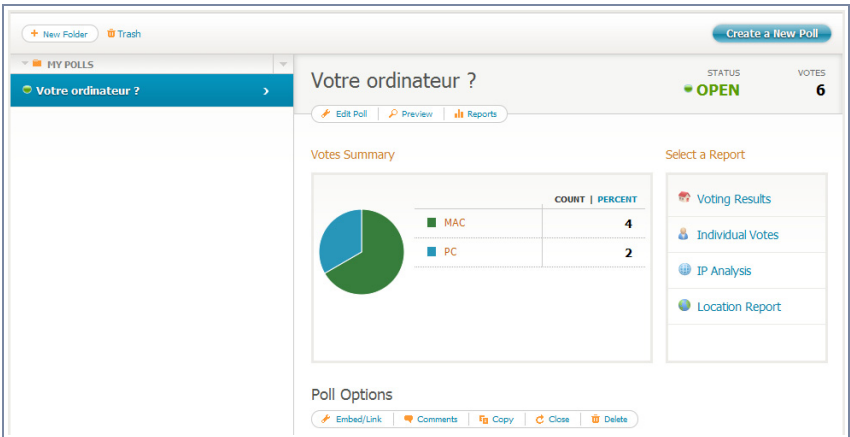


Figure 9–41
Statistiques dans WordPress

Figure 9–42
Statistiques sur PollDaddy



PollDaddy permet également de créer des formulaires complets (*Surveys*). Ces formulaires peuvent contenir différents types de champs : champ libre, cases à choix multiples, etc. Chaque champ peut être rendu obligatoire en cochant la case *Mandatory*. Un nouveau shortcode peut être récupéré suite à l’enregistrement de l’enquête.

Figure 9–43
Création d’une enquête

The screenshot shows the "Questions" interface for creating a survey. It includes a sidebar with question types: Page Header, Free Text, Multiple Choice, Matrix, Name, Email Address, Address, Date/Time, URL, and HTML Snippet. The main area shows three questions being created:

- Question 01:** FREE TEXT *
Label: Nom
Input field: []
- Question 03:** FREE TEXT
Label: Please enter your question here.
Input field: []
- Question 04:** MULTIPLE CHOICE *
Label: Sexe
Options: Homme, Femme
Buttons: + Add New Answer, Delete (for each option)

At the bottom, there are checkboxes for "Include a note", "Mandatory" (checked), and "Other". There are also dropdowns for "Choose one (radio)" and "None", and buttons for "Cancel" and "Done Editing".

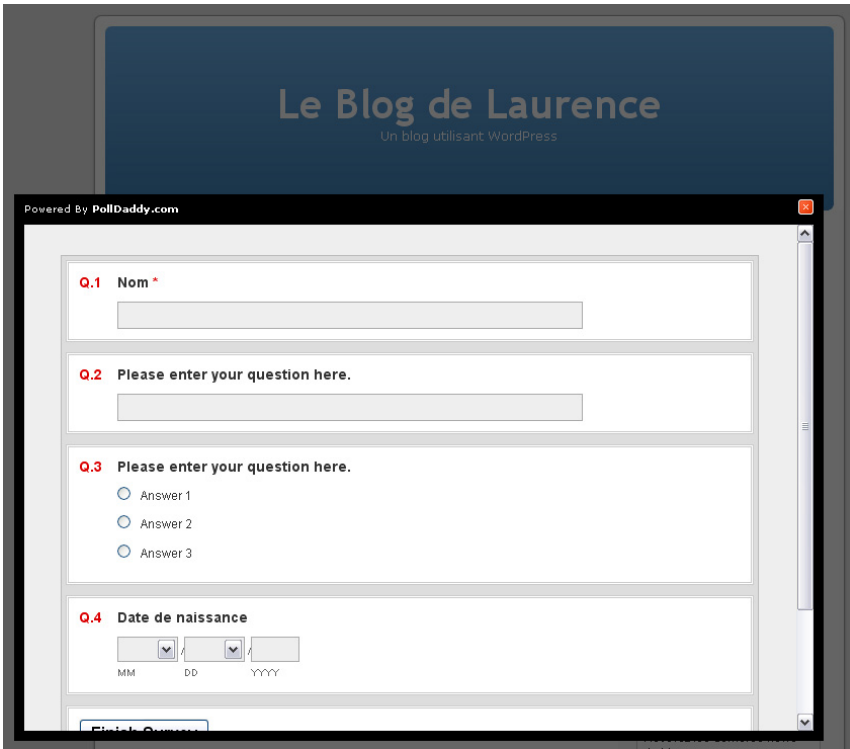


Figure 9–44
L'enquête s'affiche dans une fenêtre modale.

L'espace membre de PollDaddy propose de visualiser des statistiques et de consulter les réponses individuelles (*Respondents*). Certaines fonctionnalités avancées, telles que l'exportation de données, nécessitent cependant de disposer d'un compte payant.

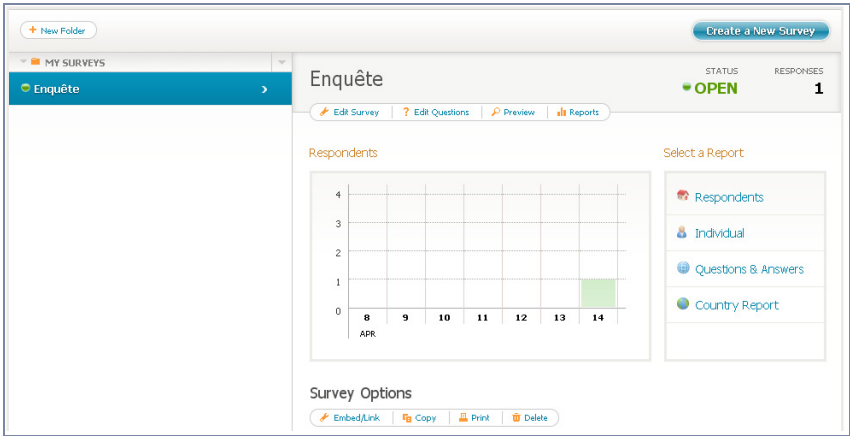


Figure 9–45
Statistiques sur les enquêtes

► <http://www.google.com/calendar/>

Publier un calendrier d'événements via Google Agenda

Google Agenda est une solution qui permet à ses utilisateurs de gérer leur agenda en ligne. L'utilisation la plus courante consiste à conserver cet agenda privé ou à le partager avec quelques personnes de confiance.

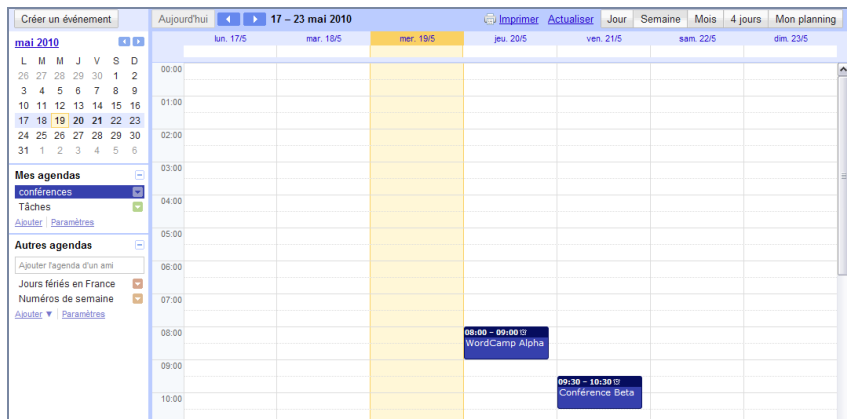


Figure 9-46
Google Agenda

Google autorise cependant à rendre un agenda public au moment de sa création, en cliquant sur l'option *Rendre cet agenda public*, ce qui se révèle intéressant pour un blogueur nomade. Plutôt que d'annoncer chacun de ses voyages ou conférences, le blogueur peut créer une page affichant son agenda public.

Le code HTML en charge de l'affichage de l'agenda est récupéré en accédant aux paramètres de l'agenda, dans la partie *Insérez cet agenda*. L'iFrame peut alors être insérée en utilisant l'éditeur HTML.

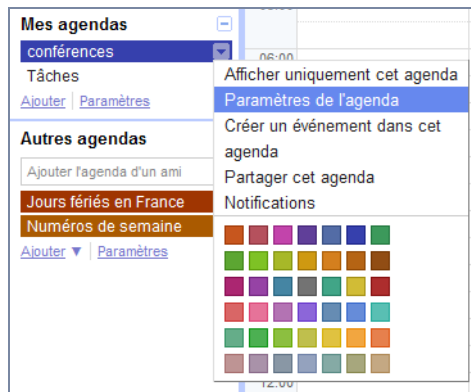


Figure 9-47
Accès aux paramètres de l'agenda

Insérez cet agenda

Insérez cet agenda dans votre site Web ou votre blog en collant ce code dans votre page Web. Pour ajouter plusieurs agendas, cliquez sur le lien Personnaliser.



Collez ce code dans votre site.

[Personnalisez la couleur, la taille et d'autres options](#)

```
<iframe src="http://www.google.com/calendar/embed?src=112ps2uhf524nfsv4v0%40group.calendar.google.com&ctz=Europe/Paris" style="border: 0" width="800" height="600" frameborder="0" scrolling="no"></iframe>
```

Figure 9–48
Récupération du code HTML

Mon Google Agenda

Publié le 19 octobre 2010

conférences

Aujourd'hui

◀ ▶

17 – 23 mai 2010

▼

Imprimer

Semaine

Mois

lun. 17/5

mar. 18/5

mer. 19/5

jeu. 20/5

ven. 21/5

sam. 22/5

dim. 23/5

04:00

05:00

06:00

07:00

08:00

09:00

10:00

11:00

12:00

13:00

14:00

WordCamp Alpha

Date

jeu., 20 mai, 08:00 – 09:00

[plus d'infos»](#) [copier dans mon agenda»](#)

WordCamp

09:30 – Conférence

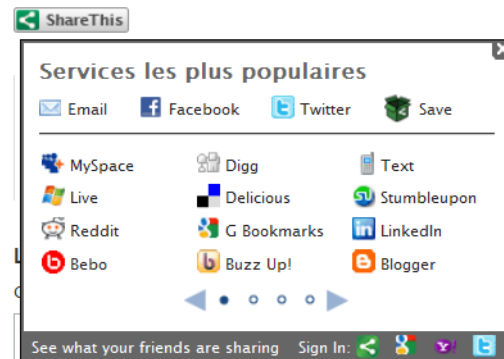
Événements affichés dans le fuseau horaire : Paris

Figure 9–49
L'agenda public intégré dans un article

chapitre 10

Vive Wordpress !

Vive Wordpress !



est classé dans
du flux RSS 2.0.
puis votre propre

Visibilité et communauté

Que ce soit pour augmenter sa rentabilité ou son lectorat, tout blogueur a un intérêt direct à travailler son référencement et à développer son audience. Il existe différents outils et techniques pour y parvenir.

SOMMAIRE

- ▶ Augmenter son trafic
- ▶ Réussir son référencement
- ▶ Créer une communauté
- ▶ Exploiter les réseaux sociaux

MOTS-CLEFS

- ▶ référencement
- ▶ moteur de recherche
- ▶ analyse d'audience
- ▶ réseaux sociaux
- ▶ Google Friend Connect
- ▶ Facebook
- ▶ social bookmark
- ▶ liste de diffusion

Certains principes simples permettent d'obtenir un bon référencement. Associés à différents outils utilisés pour créer et animer une communauté autour d'un blog, ils offrent la possibilité d'augmenter de manière significative son trafic.

Augmenter la visibilité

Le « recrutement » de nouveaux lecteurs dépend en grande partie de la visibilité du blog. Moteurs de recherche, *social bookmarks* et réseaux sociaux sont des outils dont le blogueur doit absolument tirer parti pour améliorer sa notoriété.

L'optimisation du référencement

Le référencement consiste à faire apparaître un site web dans les moteurs de recherche, ainsi qu'à obtenir le meilleur classement possible des pages dans les résultats de recherche. Ce processus n'est pas une science exacte : les techniques ne cessent d'évoluer et les paramètres pris en compte pour évaluer un site se comptent aujourd'hui en milliers.

Lointaine est l'époque où le seul fait de glisser « Pamela Anderson » dans les mots-clefs de la page suffisait à lui assurer un bon positionnement. Le référencement est un domaine où les mythes sont nombreux et les règles absolues, inexistantes.

Un référenceur ne doit jamais oublier que Google, qui occupe 80 % du marché de la recherche en ligne, est une société qui emploie des milliers de génies de l'informatique et qui dispose de milliards de dollars en banque. Les petites astuces visant à flouer les moteurs de recherche ne fonctionnent jamais très longtemps et se révèlent souvent très risquées.

Ces avertissements donnés, il n'en reste pas moins qu'un certain nombre de bonnes pratiques permettent d'améliorer de façon significative le positionnement d'un blog dans les moteurs de recherche.

L'importance du contenu

Un référencement de qualité met en œuvre des dizaines de bonnes pratiques. La plus importante consiste à toujours avoir en tête qu'il est impossible de référencer un site en s'appuyant sur des termes qui n'apparaissent pas dans son contenu. Au moment où il crée son blog, le blogueur doit identifier les résultats de recherche dans lesquels il souhaite que celui-ci apparaisse. Son objectif sera ensuite d'obtenir une fréquence importante d'apparition de ces termes dans les différents contenus du blog.

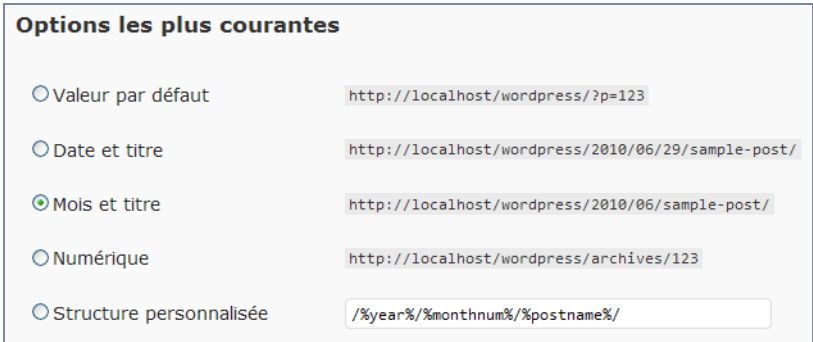
EN SAVOIR PLUS Référencement

 Olivier Andrieu, *Réussir son référencement web*, 3^e édition, Eyrolles, 2011

Il est en revanche inutile et dangereux d'augmenter de façon factice l'occurrence d'un terme dans une même page. Il convient de faire preuve d'imagination et de multiplier les supports. Un terme important peut par exemple apparaître :

- parmi les mots-clefs et les catégories ;
- dans le contenu des pages et des articles ;
- au sein du nom des images (appeler une image qui représente un iPad `ipad.jpg` est plus judicieux que `XXSCD2134.jpg`) ;
- dans l'URL de l'article.

Le dernier point nécessite de configurer WordPress de manière à ce que les URL des articles intègrent les termes du titre. Pour cela, utilisez [Réglages > Permalinks](#), en choisissant une des deux options faisant mention du titre (*Date et titre* ou *Mois et titre*).



CONFIGURATION Réécriture d'adresses

Les structures autres que celle proposée par défaut nécessitent que le serveur web dispose d'un module de réécriture d'adresses (*URL rewriting*). Rendez-vous au chapitre 3 pour en savoir plus sur la configuration de ces options.

Figure 10–1
Choix de la structure des adresses



Figure 10–2
La structure d'adresse proposée par défaut par WordPress n'est pas propice au référencement.

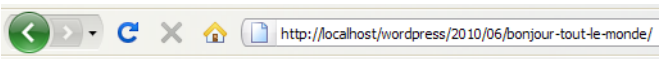


Figure 10–3
L'intégration du titre de l'article dans l'URL est préférable.

Des indicateurs sémantiques tels que les balises `` ou `` permettent également d'insister sur l'importance d'un terme. Les mots mis en gras sont considérés comme plus importants pour un moteur de recherche que le reste du texte en style courant.

Modifier le titre de page

En plus de leur fréquence d'apparition, l'emplacement des termes au sein d'une page est un aspect important à prendre en compte. Placé dans le titre, un terme aura plus d'importance que s'il est placé dans le corps

de l'article. WordPress ne permet pas au blogueur de spécifier le titre de la page. Il est en effet généré automatiquement à partir du nom de l'article et du titre du blog.

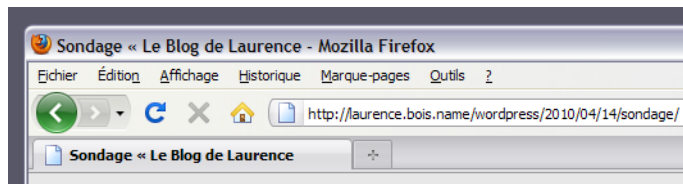


Figure 10-4
Le titre contient le nom de l'article et le titre du blog.

Le titre d'une page apparaît dans la barre de titre du navigateur. Il est également utilisé dans les pages de résultats de recherche des navigateurs. L'affichage des sources permet de repérer le titre dans l'en-tête de la page (balise <head>).



Figure 10-5
La page www.scopalto.com a pour titre « Revues et Magazines Culturels ».

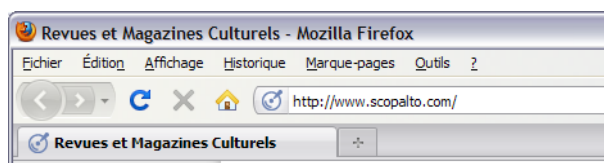


Figure 10-6
Le titre « Revues et Magazines Culturels » apparaît dans la barre de titre du navigateur.



Figure 10-7
Le titre apparaît dans l'en-tête <head> de la page.

Rédiger des titres de qualité est un des éléments les plus importants du référencement. L'extension All in One SEO Pack permet au blogueur d'avoir la main sur toutes les informations cachées d'une page : le titre, les mots-clefs, la description.

All in One SEO Pack

[Click here for Support](#)

Title: Sondage informatique
20 characters. Most search engines use a maximum of 60 chars for the title.

Description:
0 characters. Most search engines use a maximum of 160 chars for the description.

Keywords (comma separated): sondage, mac, pc

Disable on this page/post: ☐

Figure 10–8

L'interface d'édition d'articles et de pages s'enrichit d'une section permettant de préciser le titre, la description et les mots-clefs associés à la page.

La rubrique *Réglages* > *All in One SEO* sert à définir le titre, la description et les mots-clefs de la page d'accueil du blog. Elle permet également de préciser comment les titres doivent être construits. L'extension utilise par défaut la norme suivante : *titre de l'article* | *titre du blog*.

L'échange de liens

Google fut à l'origine du renouveau des moteurs de recherche à la fin des années 1990. Son succès soudain reposait en partie sur sa rapidité, sa simplicité (à l'opposé des pages portail de l'époque) et surtout sur la pertinence des résultats de recherche qu'il proposait. Cette précision résultait des travaux de recherche menés à Stanford par les deux fondateurs : Larry Page et Sergey Brin. Le classement (*ranking*), principe à la fois simple et génial, mesure l'importance d'un site en fonction du nombre de liens qui pointent vers lui. En étant la cible de nombreux liens, un site augmente son *ranking* et se retrouve mieux classé dans les résultats de recherche. Le principe est finalement très logique et peut s'apparenter au système des citations dans le domaine de l'édition : un livre souvent cité est généralement plus pertinent qu'un ouvrage ignoré de tous.

Lorsque l'on sait à quel point un bon positionnement dans un moteur de recherche peut être source de trafic, il est facile d'imaginer que certains ont vite détourné l'algorithme en mettant en place une série de liens entrants factices, afin de faire grimper le *ranking* de leurs sites. Ce type de pratiques, qualifiées de *Google Bombing*, doit être proscrit : il peut se révéler très dangereux et entraîner un bannissement par le moteur de recherche.

Avoir une démarche proactive vis-à-vis de sites du même secteur pour obtenir des citations sous forme de liens est en revanche tout à fait autorisé, et même vivement conseillé. Le blogroll est un emplacement particulièrement adapté pour insérer des références à des sites extérieurs.

► <http://adwords.google.fr>

Les liens sponsorisés

L'achat de liens sponsorisés sur des services tels que Google Adwords reste le moyen le plus sûr d'obtenir des liens entrants et du trafic. Le lien apparaît alors sur la colonne de droite des pages de résultats de recherche (appelées aussi SERP, pour *Search Engine Results Page*) ainsi que sur les sites partenaires (voir le chapitre 11 « Gagner de l'argent »).

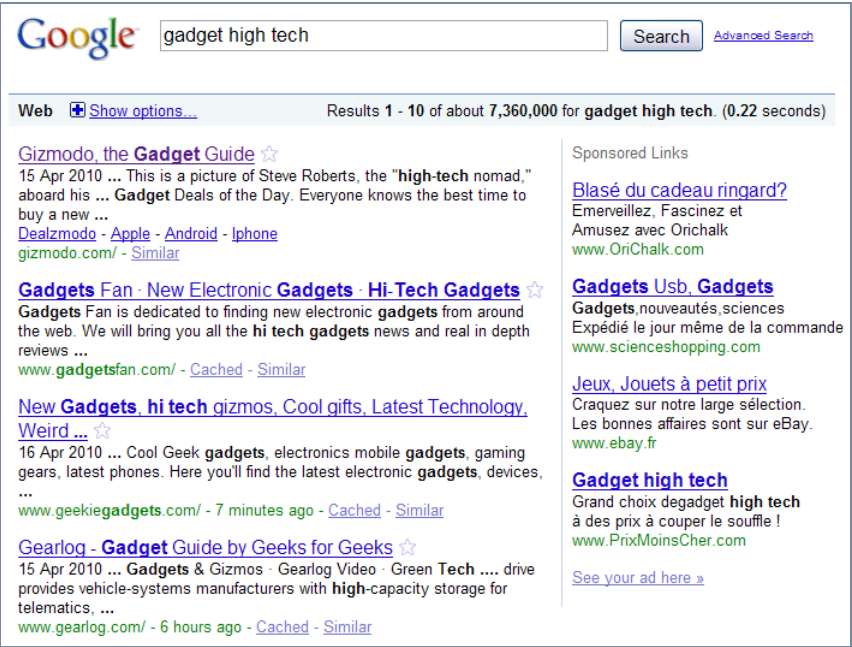


Figure 10-9

Cette page de résultats propose quatre liens sponsorisés sur la droite.

Pour obtenir ces liens, le blogueur doit créer une campagne (un titre, une description et un lien) qu'il associe à des mots-clefs de recherche. Ce système a l'avantage d'autoriser l'apparition d'un lien dans le cadre d'une recherche qui n'a pourtant rien à voir avec le contenu du blog.

Titre	<input type="text" value="Blog High Tech"/>	Aperçu de l'annonce Blog High Tech Un super blog avec plein de news monblog.com
Ligne de description 1	<input type="text" value="Un super blog"/>	
Ligne de description 2	<input type="text" value="avec plein de news"/>	
URL à afficher	<input type="text" value="monblog.com"/>	
URL de destination ?	<input type="text" value="http://www.monblog.com"/>	

Figure 10-10

Création d'une campagne

Chaque clic est ensuite facturé à l'annonceur suivant un montant qui varie en fonction de la popularité du mot-clef acheté. Certains clics associés à des mots-clefs très populaires, tels que « hôtel paris », peuvent atteindre une dizaine d'euros alors qu'un clic lambda tourne autour d'une dizaine de centimes.

Cette solution n'est cependant pas très adaptée aux blogs, dont le chiffre d'affaires, lorsqu'il existe, ne permet généralement pas d'investir dans la publicité.

Conseils techniques

La stabilité du site

Les moteurs de recherche n'apprécient pas les modifications massives et soudaines qui portent sur l'intégralité d'un site. Il est par conséquent déconseillé de multiplier :

- les changements de nom de domaine ;
- les modifications de structure des liens ;
- les modifications de thèmes qui altèrent la structure des pages.

Ces règles sont particulièrement difficiles à respecter pendant la phase de conception d'un blog. Il est dans ce cas conseillé de bloquer temporairement l'indexation du blog par les moteurs de recherche en passant par la rubrique *Réglages>Vie privée*.

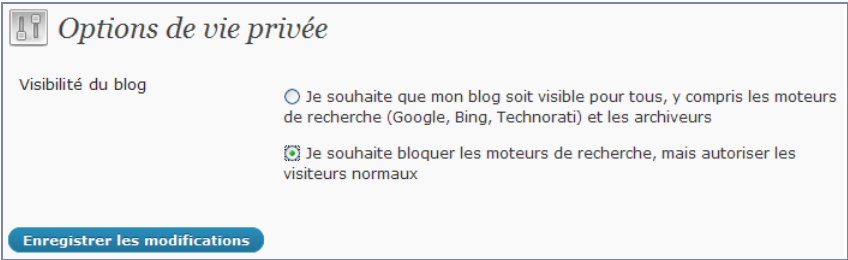


Figure 10–11
Option permettant de bloquer les moteurs de recherche

La directive `<meta name='robots' content='noindex,nofollow' />` est alors incluse dans l'en-tête des pages (balise `<head>`).

La rapidité de chargement

La vitesse de chargement d'une page est une dimension de plus en plus prise en compte par Google dans le calcul du PageRank. Le chapitre 13, consacré aux optimisations, présente différentes techniques pour augmenter cette vitesse.

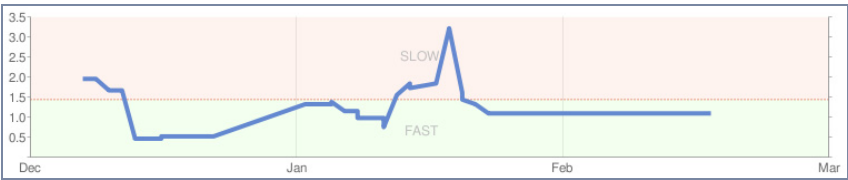


Figure 10–12
Ce graphique, proposé par Google dans ses Webmaster Tools, permet de visualiser la vitesse moyenne de chargement des pages.

L'indexation

L'apparition d'un site web dans un moteur de recherche suit un processus très précis. Le moteur de recherche commence par prendre connaissance de l'apparition d'un nouveau site sur la Toile. Des programmes appelés « robots » se chargent alors de récupérer le contenu des différentes pages du site ; il s'agit de la phase de *crawl*.

Une fois le contenu du site transféré sur les serveurs, le moteur passe à la phase d'indexation en procédant à un certain nombre d'analyses : structure des pages, fréquence des mots-clés, origine des liens entrants, etc.

La soumission directe

Un moteur de recherche prend connaissance de l'apparition d'un nouveau site de différentes manières. Le plus souvent, un lien présent sur un site déjà indexé par le moteur l'aiguille vers le nouveau site.

Il est également possible de passer par des formulaires spécialement conçus par chaque moteur pour soumettre l'adresse du nouveau site :

- Google : <http://www.google.com/addurl/>
- Bing : <http://www.bing.com/webmaster/SubmitSitePage.aspx>
- Yahoo : <http://siteexplorer.search.yahoo.com/submit/>
- Wiki : <http://www.wikio.fr/addsource>

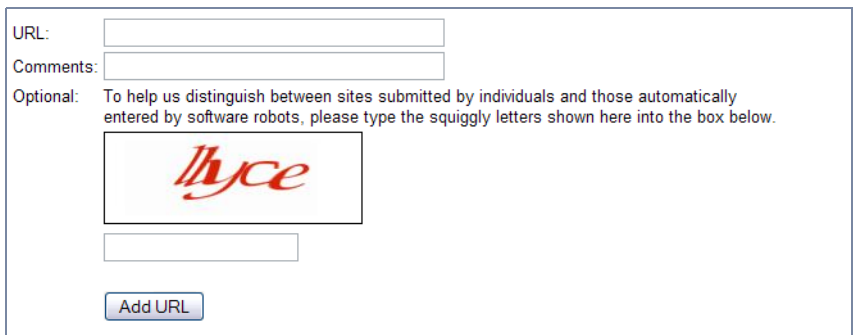


Figure 10-13
Formulaire de soumission
d'une nouvelle adresse

ASTUCE Rapidité de l'indexation

Plus le nombre de liens entrants est important, plus l'indexation sera rapide.

L'apparition de la page d'accueil du blog dans les moteurs prend ensuite quelques jours. L'indexation complète du contenu peut, quant à elle, prendre jusqu'à quelques semaines.

Dans le cas où le blog n'apparaîtrait pas dans les moteurs de recherche au bout de plusieurs semaines, il conviendrait de vérifier dans l'interface *Réglages > Vie Privée* que l'option *Bloquer les moteurs de recherche* n'est pas cochée !

Les services de notification

Agrégateurs d'articles et moteurs de recherche de blogs (Google Blogs, Technorati) sont des sources importantes de trafic. Chaque moteur dispose d'un service spécifique permettant au blog de l'avertir dès qu'un nouvel article est publié. Un avertissement, également appelé un *ping*, repose sur le protocole XML-RPC.

WordPress peut être paramétré pour avertir lui-même ces sites. Le champ *Services de mise à jour*, accessible via la rubrique *Réglages > Écriture*, intègre par défaut le service Ping-O-Matic. Ce service, qui dépend de la Fondation WordPress, se charge de propager les annonces à une vingtaine de sites.

- ▶ <http://blogsearch.google.fr>
- ▶ <http://technorati.com>

- ▶ <http://pingomatic.com>

POUR ALLER PLUS LOIN Services de ping

Le champ *Services de mise à jour* peut être enrichi d'autres services, dont un certain nombre sont proposés sur la page suivante :

- ▶ http://codex.wordpress.org/Update_Services

Blog Details

Blog Name:

Blog Home Page:

RSS URL (optional):

Services to Ping

Common Services (Check All)	Specialized Services
<input type="checkbox"/> Weblogs.com ↗	<input type="checkbox"/> Audio.Weblogs ↗
<input type="checkbox"/> Feed Burner ↗	<input type="checkbox"/> RubHub ↗
<input type="checkbox"/> My Yahoo! ↗	<input type="checkbox"/> GeoURL ↗
<input type="checkbox"/> BlogStreet ↗	<input type="checkbox"/> A2B GeoLocation ↗
<input type="checkbox"/> Icerocket ↗	<input type="checkbox"/> BlogShares ↗
<input type="checkbox"/> Google Blog Search ↗	
<input type="checkbox"/> PostRank ↗	
<input type="checkbox"/> Superfeedr ↗	
<input type="checkbox"/> Blo.gs ↗	
<input type="checkbox"/> Syndic8 ↗	
<input type="checkbox"/> PubSub.com ↗	
<input type="checkbox"/> Moreover ↗	
<input type="checkbox"/> News Is Free ↗	
<input type="checkbox"/> Spinn3r ↗	
<input type="checkbox"/> SkyGrid ↗	
<input type="checkbox"/> Technorati ↗	
<input type="checkbox"/> NewsGator ↗	
<input type="checkbox"/> Blogdigger ↗	
<input type="checkbox"/> Weblogalot ↗	
<input type="checkbox"/> Topic Exchange ↗	
<input type="checkbox"/> Bloglines ↗	
<input type="checkbox"/> Collecta ↗	

Send Pings »

Le sitemap

Un *sitemap* (plan d'un site web) est un fichier au format XML qui peut être assimilé à un plan de site. Ce fichier contient en permanence la liste des dernières pages créées sur le site, avec un lien vers chacune d'elles. Ce système, totalement invisible sur le site, évite au webmaster de devoir

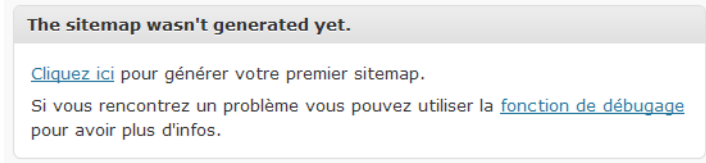
Figure 10-14
L'interface web de Ping-O-Matic

concevoir une page plan dont la seule utilité serait de faciliter la vie des robots en leur proposant un lien vers les différentes pages du site.

La structure d'un fichier *sitemap* est un standard partagé par les plus grands moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo!). La norme est disponible sur le site sitemap.org.

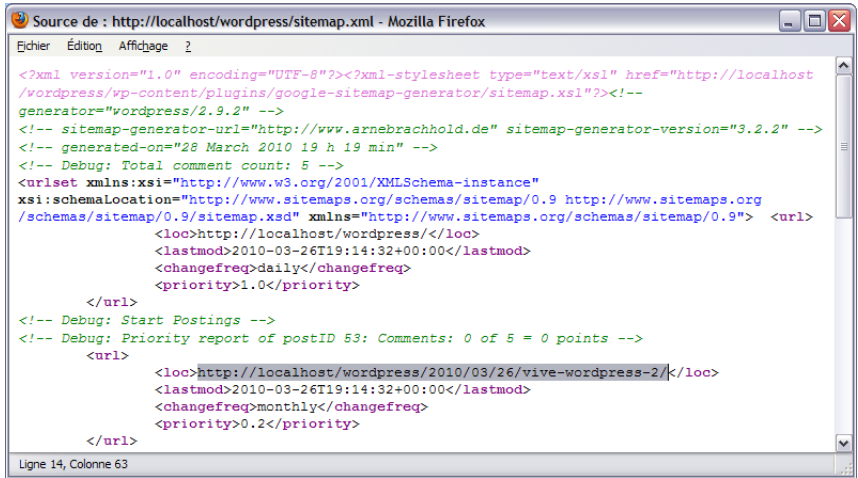
L'extension Google XML Sitemaps permet de générer automatiquement un fichier *sitemap.xml* à la racine du site, mis à jour en même temps que le site. Une fois l'extension installée et activée, le blogueur accède à l'interface *Réglages > XML-Sitemap* pour générer le premier fichier *sitemap.xml*.

Figure 10-15
Première génération manuelle



Deux fichiers apparaissent alors à la racine du blog : *sitemap.xml* et *sitemap.xml.gz*. Le fichier XML contient des entrées pour chaque article du blog. L'extension Google XML Sitemaps précise dans son interface de configuration qu'elle est en mesure d'avertir les moteurs dès que le fichier *sitemap.xml* est mis à jour.

Figure 10-16
Contenu du fichier *sitemap.xml*



Les Webmaster Tools

L'interface de configuration de Google XML Sitemaps fait également référence aux espaces que les différents moteurs de recherche mettent à disposition des webmasters.

- ▶ <https://www.google.com/webmasters/tools/home>
- ▶ <http://www.bing.com/webmaster/WebmasterManageSitesPage.aspx>
- ▶ <https://siteexplorer.search.yahoo.com>

- Google Webmaster Tools ;
- Bing Webmaster Tools ;
- Yahoo! Site Explorer.

Ces outils offrent la possibilité aux webmasters de suivre précisément l'évolution du référencement de leur site et permettent notamment de :

- soumettre un fichier *sitemap* ;
- suivre l'évolution de l'indexation ;
- surveiller les erreurs d'indexation ;
- lister les mots-clefs pour lesquels le site apparaît dans le moteur de recherche.



Figure 10–17
Évolution de l'indexation des pages du site

L'inscription à ces services est gratuite. Une phase de validation est cependant nécessaire pour contrôler que la personne qui souhaite suivre le référencement du site en est bien responsable. Chaque service utilise le même principe de validation : une clef d'authentification générée automatiquement doit être insérée au sein du site. Cette insertion est réalisée à l'aide d'un fichier placé à la racine du site ou avec une balise `<meta>` spécifique dans l'en-tête de la page.

L'extension Webmaster Tools Verification permet de renseigner très facilement les différentes clefs de vérification via l'interface *Outils>Webmaster Tools*.

Aide

Webmaster Tools Verification

Enter your meta key "content" value to verify your blog with [Google Webmaster Tools](#), [Yahoo Site Explorer](#), and [Bing Webmaster Center](#)

Google Webmaster Tools

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Example: `<meta name='google-site-verification' content='dBw5CvburAxi537Rp9qi5uG2174Vb6JwHwIRwPSLIK8'>`

Yahoo Site Explorer

yyyyyyyyyyyyyyyyyy

Example: `<meta name='y_key' content='3236dee82aabe064'>`

Bing Webmaster Center

zzzzzzzzzzzzzzzzzzzzzz

Example: `<meta name='msvalidate.01' content='12C1203B5086AECE94EB3A3D9830B2E'>`

Save Changes

Figure 10-18
Clefs des différents moteurs de recherche

```
22 <link rel="EditURI" type="application/rsd+xml" title="RSD" href="http://localhost/wordpress/xmlrpc.php/
23 <link rel="wlwmanifest" type="application/wlwmanifest+xml" href="http://localhost/wordpress/wp-
24 <link rel="index" title="Mon Premier Blog" href="http://localhost/wordpress" />
25 <meta name="generator" content="WordPress 2.9.2" />
26
27 <link rel="stylesheet" type="text/css"
28 href="http://localhost/wordpress/index.php?ak_action=aktt_css" />
29 <script type="text/javascript" src="http://localhost/wordpress/index.php?
30 ak_action=aktt_js"></script>
31 <meta name="google-site-verification" content="xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx" />
32 <meta name="y_key" content="yyyyyyyyyyyyyyyyyy" />
33 <meta name="msvalidate.01" content="zzzzzzzzzzzzzzzzzzzzzz" />
34 </head>
```

Figure 10-19
L'affichage des sources du blog fait bien apparaître les trois clefs.

Une fois le formulaire validé, les pages du blog intègrent bien les différentes clefs au sein de l'en-tête, ce qui permet de poursuivre le processus d'inscription.

Le social bookmarking

Tout navigateur dispose d'un système de marque-pages (*bookmarks*). Grâce à cet outil l'utilisateur peut enregistrer et organiser les adresses de ses sites web préférés.

Pendant longtemps, les navigateurs ne donnaient pas à l'utilisateur la possibilité de synchroniser ses marque-pages entre ses différents ordinateurs. Cette situation fut à l'origine de l'émergence de sites tels que Delicious, Digg ou Google Bookmarks. Ces sites offrent à leurs utilisateurs la possibilité de créer un marque-page non pas au sein du navigateur, mais en ligne, de manière à pouvoir y accéder depuis n'importe où.

- ▶ <http://www.delicious.com>
- ▶ <http://digg.com>
- ▶ <https://www.google.com/bookmarks/>

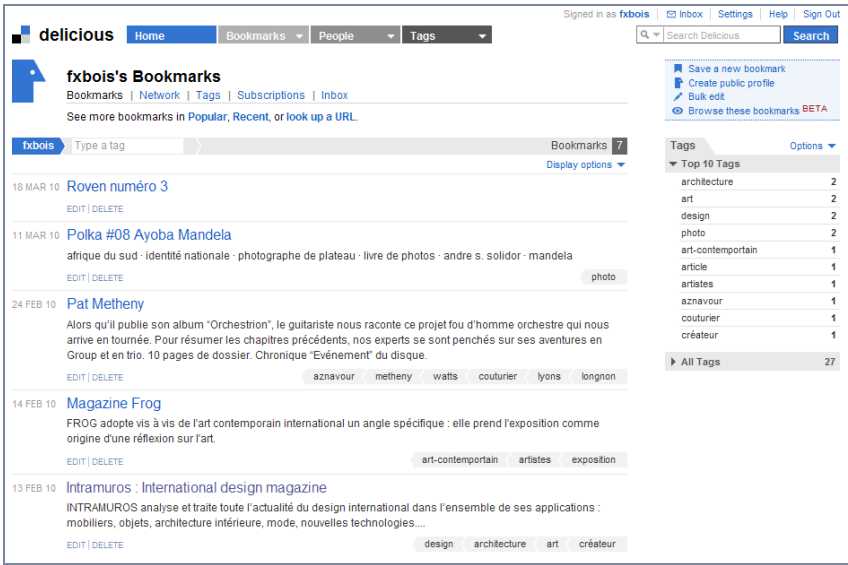


Figure 10–20
Marque-pages en ligne sur le site Delicious

ASTUCE Navigateurs et marque-pages

Les navigateurs disposent désormais de solutions permettant de synchroniser les marque-pages entre différentes installations.

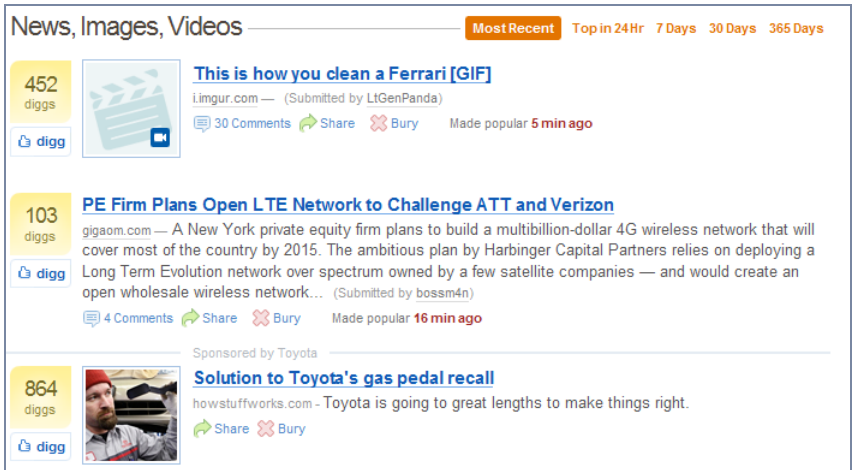
- Google Chrome permet d'activer cette fonctionnalité en passant par le panneau de configuration (*Options>Données Personnelles>Synchronisation*).
- Sous Firefox l'utilisateur peut installer l'extension Firefox Sync en passant par le menu *Outils>Modules Complémentaires*.

En plus de cette fonction d'enregistrement de signets, ces services se sont très vite dotés d'une dimension sociale en offrant la possibilité aux utilisateurs de partager leurs listes de sites préférés. Le terme de *social bookmarking* était né. En étant en mesure à tout moment de détecter qu'un site est plus *bookmarké* qu'un autre, ces services sont retrouvés particulièrement bien placés pour détecter des tendances et lancer de nouveaux services.

Pour ajouter un site à un marque-page en ligne, l'internaute peut :

- utiliser les formulaires proposés au sein des espaces membres des différents services ;
- installer une extension au sein du navigateur (par exemple, l'extension Delicious Bookmarks pour Firefox : <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3615>) ;

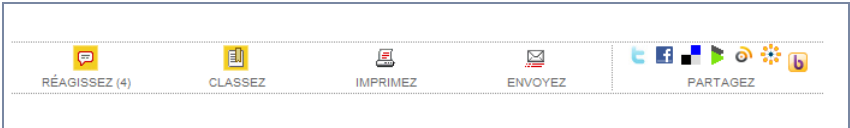
Figure 10-21
Digg est en mesure de faire remonter en temps réel les contenus les plus populaires du Web.



- utiliser un code JavaScript placé dans la barre personnelle du navigateur pour bookmarker la page en cours (ce type de script est qualifié de scriptlet) ;
- utiliser, sur la page à bookmarker, un bouton redirigeant vers le service.

Cette dernière solution, qui n'impose aucune installation de la part de l'internaute, est la plus répandue.

Figure 10-22
Chaque article sur le monde.fr est suivi d'une barre utilisée notamment pour partager le lien sur différents sites : Twitter, Facebook, Digg, etc.



► <http://sharethis.com>

Plutôt que de proposer une icône par site de partage, le site ShareThis offre la possibilité de créer un bouton de partage générique. En cliquant sur ce bouton, l'internaute ouvre une petite fenêtre incrustée qui lui permet de sélectionner son service de bookmarking préféré.

Pour créer un tel bouton et paramétrer la fenêtre de partage qu'il souhaite proposer à ses visiteurs, le webmaster utilise l'interface <http://sharethis.com/publishers/getbutton> qui permet :

- de modifier l'apparence du bouton et les intitulés ;
- de sélectionner les services de partage à intégrer dans la fenêtre ;
- de choisir une couleur ;
- de préciser la plate-forme sur laquelle sera utilisé le bouton (le logo WordPress est proposé).

Figure 10-25
Insertion du code JavaScript

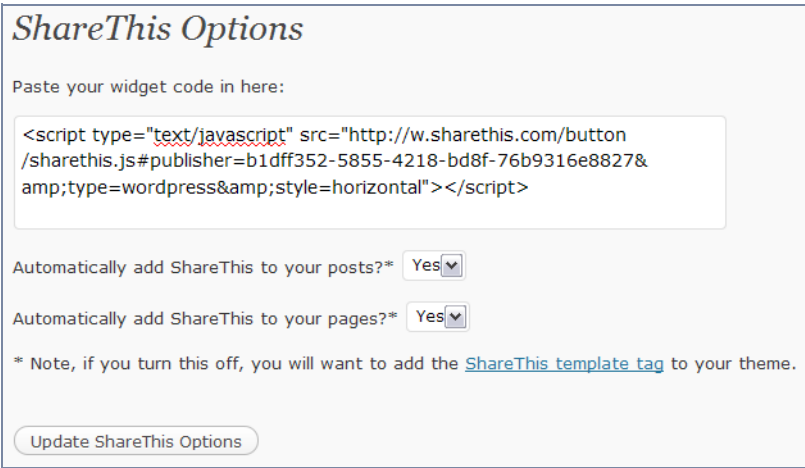
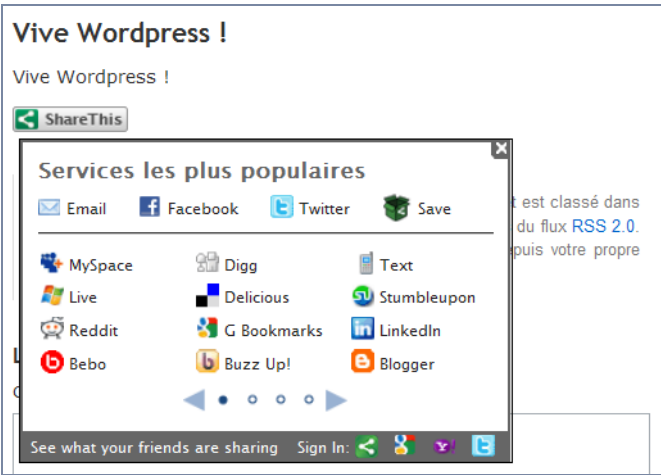


Figure 10-26
Fenêtre ShareThis



Les réseaux sociaux

Les sites Facebook et Twitter, de par leur dimension sociovirale, sont un excellent moyen pour un blogueur d'annoncer la publication d'un nouvel article.

Twitter

Depuis les changements profonds opérés par Twitter au niveau de son système d'authentification, la solution la plus simple pour publier un *tweet* dès qu'un nouvel article est mis en ligne repose sur le site Twitter-feed.

► <http://twitterfeed.com>

Ce service utilise le flux RSS du blog pour détecter les mises à jour et extraire l'information qui sera nécessaire à la création du *tweet*.

- 1 Une fois authentifié, l'utilisateur commence par indiquer le nom de son flux (*Feed Name*) ainsi que l'adresse de ce dernier (*RSS Feed URL*). L'option *Check for new posts* disponible dans les options avancées (*Advanced Settings*) peut être passée à *Every 30 mins*. Ce changement permet d'augmenter la fréquence de vérification du flux par Twitterfeed.

Step 1: Create Feed Step 2: Configure Publishing Services Step 3: Done

Step 1: Name Feed & Add Source URL

Feed Name
Mon flux

RSS Feed URL
 http://monblog.com/wordpress/feed/ test rss feed

☒ Active

► Advanced Settings

Update Frequency
Check for new posts: Every 30 mins And post up to: 1 new update(s) at a time.

Post Content
Include: title & description ☒ Post Link
Shorten link through: bit.ly ► bit.ly settings

Post Sorting
Post new items based on: pubDate

Post Prefix
Prefix each tweet with: (max. 20 characters)

Post Suffix
Suffix each tweet with: (max. 20 characters)

Keyword Filter
Separate multiple words with a space (for example, "apple orange" will match any posts that contain the term "apple" OR "orange")
☐ Filter your posts by using keywords to auto-approve new posts.

Figure 10–27
Paramétrage d'un nouveau flux

- 2 La seconde étape consiste à sélectionner le service Twitter (*Available Services*) et à s'y authentifier en utilisant le bouton *Authenticate Twitter*.
- 3 Une fois cette authentification réalisée, l'utilisateur est redirigé sur Twitterfeed et finalise l'inscription en cliquant tout d'abord sur les boutons *Create Service* et celui *All Done!*.



Figure 10–28
Authentification à Twitter



Figure 10–29
L'utilisateur renseigne son identifiant et son mot de passe sur Twitter.



Figure 10–30
L'inscription s'est bien déroulée.

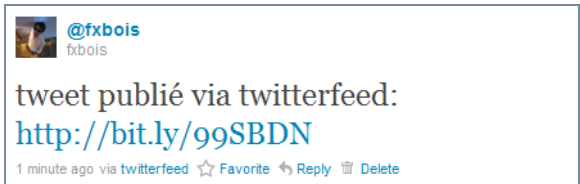


Figure 10–31
Tweet publié par Twitterfeed

Facebook

Avertir son réseau d'amis Facebook qu'un nouvel article a été publié sur son blog peut être réalisé via une mise à jour de statut (*Exprimez-vous*) ou une création d'article (par l'intermédiaire de l'onglet *Articles* présent dans la rubrique *Profil*).

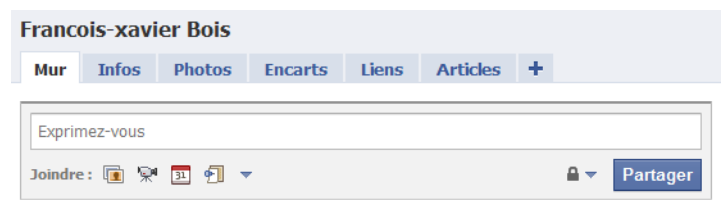


Figure 10-32
Interface de mise à jour du statut

Le service Twitterfeed décrit plus haut est un moyen simple de mettre à jour son statut de façon automatique.



Figure 10-33
Authentification à Facebook

La création automatique d'articles repose, quant à elle, sur la technique suivante : la page <http://www.facebook.com/notes.php> intègre sur la droite un encart invitant à importer un blog (voir la procédure pages suivantes). La dernière étape consiste à confirmer l'importation du flux. Le réseau social du blogueur se retrouve ainsi automatiquement informé dans son fil d'actualités dès qu'un nouvel article est publié sur le blog.



Figure 10-34
Import de blog

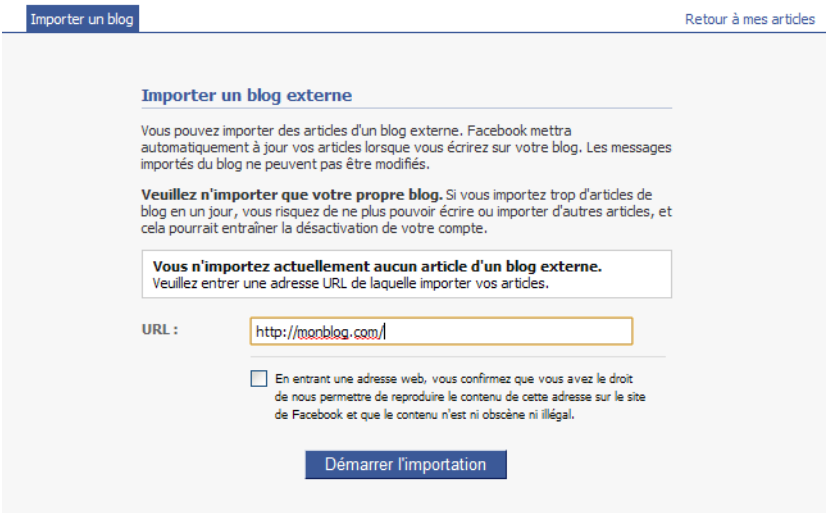


Figure 10-35
Adresse du blog



Figure 10-36
Confirmation



Figure 10–37
Fil d'actualités

Le pingback

Le mécanisme des *pingbacks* sert à avertir un blog A qu'il vient d'être cité par un blog B. Ce processus est intéressant pour le blog B qui, à son tour, apparaîtra parmi les commentaires de l'article cité dans le blog A (rétrolien).

Le pingback est une fonctionnalité disponible par défaut sur WordPress. L'option peut cependant être désactivée en passant par l'interface *Réglages>Discussions*, options *Tenter de notifier les blogs liés à cet article* et *Autoriser les notifications depuis les autres blogs*.



Développer sa communauté

Disposer d'une communauté est un gage de trafic récurrent pour un blog. Différentes méthodes en accélèrent la constitution.

Facebook

De nombreux blogs et webzines disposent désormais d'une Page Facebook associée. En plus de la visibilité qu'elle apporte dans un réseau social de plusieurs centaines de millions de membres, celle-ci a surtout l'avantage de permettre de constituer une véritable communauté de fans.

COMPATIBILITÉ

Le pingback selon les plates-formes

Toutes les plates-formes de blog ne répondent pas aux *pingbacks*. Il n'est donc pas étonnant qu'une citation ne soit pas mentionnée sur le blog cité.

UN PEU D'HISTOIRE

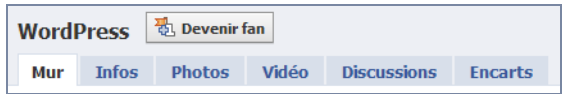
Trackback

Les *trackbacks* sont une autre forme de rétro-liens, plus ancienne et plus sensible au spam.

Figure 10–38

Sept blogs ont fait référence à cet article du blog <http://wordpress.org/development>.

Figure 10–39
Bouton Devenir fan de la Page Facebook



► <http://www.facebook.com/facebook-widgets/>

L'adresse <http://www.facebook.com/pages/create.php> donne la possibilité de créer une Page en quelques clics.

Figure 10–40
Description de Page comportant l'adresse du site associé



CONSEIL Description

Il est important d'inclure l'URL du blog dans la description de la page.

La page des widgets Facebook propose le widget Espace Fans qui permet d'afficher une sélection de fans ainsi qu'un bouton *Devenir fan* (ou *J'aime*). Ce bouton permet de rejoindre en un clic la communauté des fans du blog.

Le bouton *Other* génère le script pouvant être inclus dans la colonne latérale. Attention, avec 300 pixels de largeur, le widget nécessite d'avoir choisi un thème disposant d'une colonne latérale suffisamment étendue.

Figure 10–41
Configuration du widget





Figure 10-42
Le widget est affiché dans la colonne latérale, qui doit être suffisamment étendue.

Une fois la communauté constituée, le blogueur doit prévenir les fans dès que le blog est mis à jour. Plutôt que de publier un article Facebook pour signaler chaque nouvel article du blog, il peut utiliser le flux RSS du blog. Les fans sont ainsi automatiquement avertis dès qu'un nouvel article du blog est publié. L'association du flux à la Page Facebook peut être réalisée de la manière suivante : une fois le premier article rédigé, la rubrique [Articles](#) se dote d'un lien [Voir les articles plus anciens](#) ; un lien [Modifier les paramètres d'importation](#) donne alors accès à une interface permettant de renseigner l'adresse du flux.



Figure 10-43
Bouton « I like » disponible lorsqu'un blog rejoint l'Open Graph

LE SAVIEZ-VOUS ? Open Graph

Facebook s'est vite rendu compte de la prolifération de pages associées à des sites web. En installant le widget Devenir fan sur son site web, un webmaster assure à Facebook une publicité à la fois visible et gratuite. L'*Open Graph Protocol* est le moyen pour Facebook de conserver son avance dans le domaine de la gestion de communauté autour des sites web. Ce protocole simplifie la vie du webmaster en lui demandant simplement d'insérer quelques informations cachées dans l'entête du site et d'inclure un bouton *I Like (j'aime)*. De nombreuses extensions WordPress permettent dès à présent de rendre un blog compatible avec l'Open Graph.

La liste de diffusion (newsletter)

Une des techniques les plus anciennes pour créer une communauté autour d'un site est de proposer l'inscription à une liste de diffusion (*newsletter*). À la différence de la souscription à un flux RSS, l'inscription à une liste de diffusion est simple et accessible à tous.

Les extensions

Plusieurs extensions WordPress permettent de doter le blog d'une newsletter : Newsletter, MailPress et MeeNews.

L'extension MailPress a le double avantage d'être simple à configurer et de disposer d'une traduction complète en français. Une fois activée, elle enrichit l'espace d'administration d'un menu dédié [Mails](#), d'une rubrique [MailPress](#) située dans la rubrique [Réglages](#) et d'un widget MailPress dans [Apparence > Widgets](#).

RACCOURCI **Shortcode**

MailPress offre la possibilité d'utiliser le shortcode `[mailpress]` pour proposer le formulaire d'inscription directement au sein du contenu d'un article.

Figure 10-44
Menu MailPress

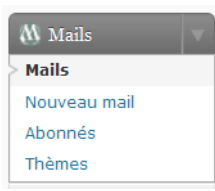


Figure 10-45
Inscription à la liste de diffusion

Liste de diffusion

Votre email

Votre nom

S'abonner

ASTUCE S'abonner aux commentaires

L'extension Subscribe To Comments ajoute une case à cocher sous le formulaire de dépôt de commentaires pour permettre à l'auteur du commentaire d'être mis au courant automatiquement dès qu'un nouveau commentaire est déposé sur l'article en cours. Il s'agit d'une fonctionnalité utile pour l'internaute qui souhaite suivre le débat et intéressante pour le blogueur qui augmente naturellement son nombre de visites.

► feedburner.google.com

À SAVOIR **Traduction**

Le service FeedBurner n'est pas disponible en français.

Figure 10-46
Indication du titre et du nom unique associé au flux

FeedBurner

FeedBurner est un service de Google qui permet d'enregistrer des adresses de flux de syndication, afin de disposer d'une multitude de services. Une fois identifié, le blogueur peut indiquer l'adresse de son flux et lui associer un nom unique.

Feed Title:

Enter a title to help identify your new feed in your account.

Feed Address:

The address above is where people can find your new feed.

En choisissant le nom `blog-de-laul`, l'adresse de ce flux chez Feedburner devient `http://feeds.feedburner.com/blog-de-laul`.

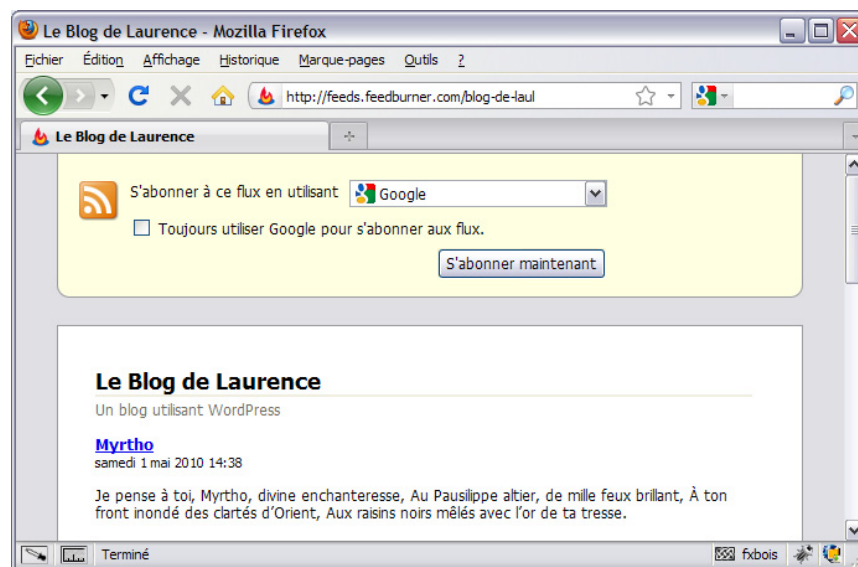


Figure 10–47
Les contenus des flux
`http://feeds.feedburner.com/blog-de-laul` et
`http://laurence.bois.name/wordpress/feed/`
sont identiques.

La sélection du nom du flux sur la page d'accueil de FeedBurner donne accès à différentes fonctionnalités. FeedBurner est surtout connu pour les statistiques qu'il fournit sur l'utilisation du flux. Celles-ci renseignent notamment sur :

- le nombre de personnes qui utilisent le flux ;
- le nombre de clics ;
- les agrégateurs utilisés, etc.

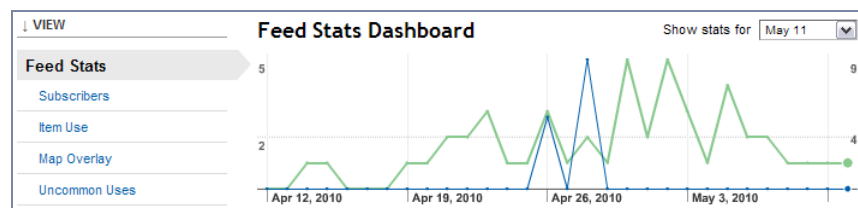


Figure 10–48
Évolution du nombre d'utilisateurs du flux

Autre fonctionnalité intéressante, FeedBurner donne la possibilité de s'abonner au flux par e-mail. L'internaute est alors automatiquement informé dès qu'un nouveau contenu est publié. La rubrique *Publiscize* > *Email Subscriptions*, une fois activée, permet de récupérer le code HTML du formulaire de souscription qui peut être placé dans la colonne latérale.

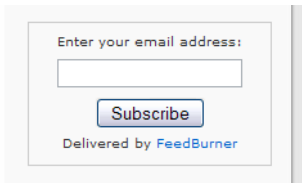
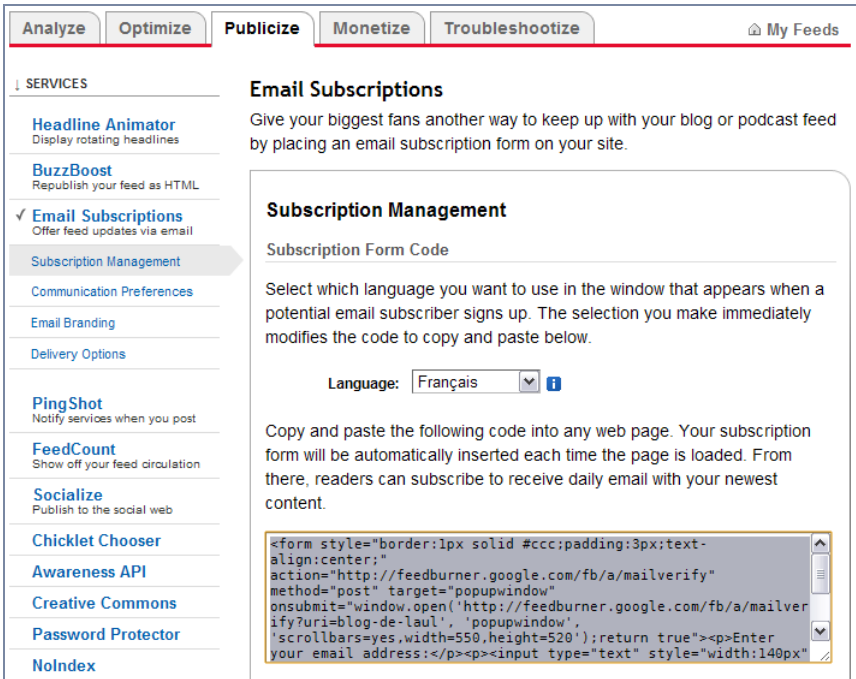


Figure 10–50
Le formulaire permet aux internautes d’enregistrer leur adresse e-mail pour être avertis dès qu’un nouvel article est publié.



L’inscription à FeedBurner est de type *opt-in* (littéralement « choisir d’adhérer à... »). Chaque nouvel inscrit doit cliquer sur un lien présent au sein de l’e-mail de bienvenue pour confirmer son inscription. Ce mode de fonctionnement évite que des adresses e-mail de personnes qui n’en ont pas fait la demande soient inscrites.

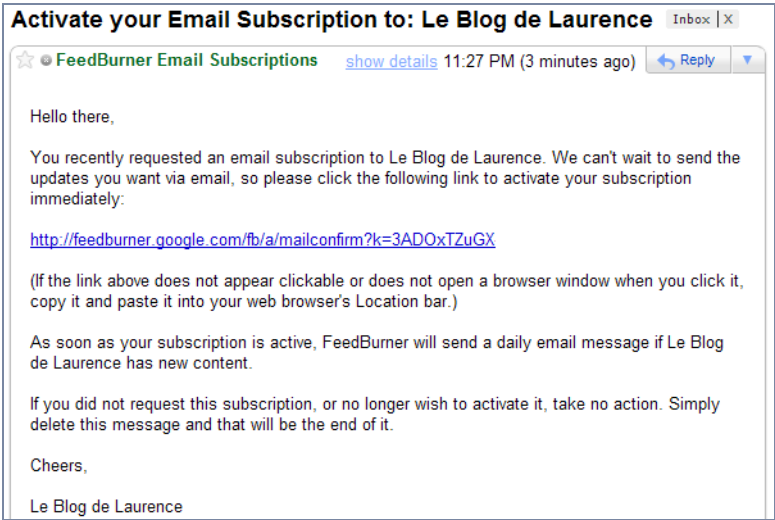


Figure 10–51
E-mail permettant de confirmer l’inscription

L'e-mail de confirmation d'inscription peut être paramétré (adresse d'origine, sujet, contenu) dans la sous-rubrique *Communication Preferences*.

Le blogueur peut à tout moment récupérer les adresses des inscrits en utilisant le lien *View Subscriber Details* présent en bas de la sous-rubrique *Subscription Management*. Le lien *CSV* déclenche le téléchargement d'un fichier contenant les adresses e-mail des abonnés.



Figure 10-52
Extraction des adresses e-mail des inscrits

Le fichier téléchargé peut être ouvert sous Excel (menu *Données>À partir du texte*) ou sous le tableur OpenOffice.org Calc. Les informations de date et de statut d'inscription (confirmé, en attente de confirmation) sont associées à chaque adresse e-mail.

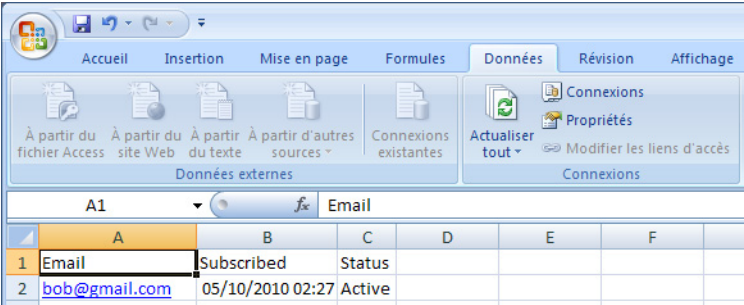


Figure 10-53
Liste des inscrits

La sous-rubrique *Email branding* permet de paramétrer le sujet et certains styles de l'e-mail d'alerte qui est envoyé à l'ensemble des inscrits dès que le flux RSS est mis à jour. L'heure de l'envoi est, quant elle, paramétrable dans la sous-rubrique *Delivery Options*. Il convient de modifier le fuseau horaire en fonction du lieu de résidence (la France se trouve dans la zone GMT +1).

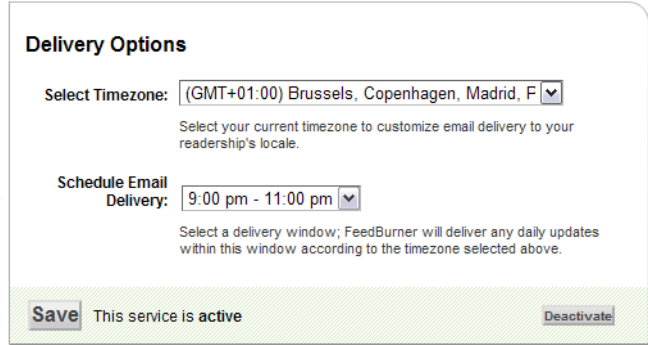


Figure 10-54
L'e-mail d'alerte, s'il y a lieu, est paramétré pour être envoyé entre 9 h et 11 h.

► <http://www.google.com/friendconnect/>

Google Friend Connect

Google Friend Connect (GFC) est une technologie proposée par Google qui donne la possibilité de créer une communauté de membres autour d'un blog.



Figure 10-55
Page d'accueil de Google Friend Connect

Gadget

Gadget est le nom donné aux widgets Google Friend Connect.

Les forces de cette solution sont :

- la capacité d'associer la communauté directement au blog et non à une page extérieure, comme c'est le cas pour Facebook, où la communauté est associée à une page ;
- la possibilité d'accepter des membres provenant d'une multitude de services (Gmail, Twitter, OpenID, etc.) ;
- la mise à disposition de nombreux gadgets (liste de diffusion, flux de commentaires).

Pour pouvoir disposer d'un réseau Friend Connect, le blogueur doit commencer par associer un site à son compte sur la page <http://www.google.com/friendconnect/>. L'étape suivante lui permet de configurer le gadget Membres qui affiche les avatars des membres. Le code JavaScript généré peut ensuite être placé dans la colonne latérale.

GFC permet également de créer des sondages en sélectionnant *Centres d'intérêt* dans le menu de gauche. Ce gadget peut à son tour être placé dans la colonne latérale.

Ajouter un site

Parlez-nous de votre site Web

Nom du site Web

Nom de votre site Web

URL du site Web

Adresse complète de votre site Web (par exemple, http://www.example.com)

Langue du site Web

Automatique

Il s'agit de la langue utilisée dans les gadgets Google Friend Connect.

Continuer

Figure 10–56
Création d'un nouveau site

Gadgets / Membres

1

Choisissez la taille du gadget

Définissez ici la largeur et la hauteur du gadget pour l'ajuster à la taille de votre page. La largeur minimale des gadgets Membres est de 200 pixels et ils doivent contenir au moins 2 lignes de photos.

Largeur :

Lignes de photos :

3

2

Choisissez des couleurs

Sélectionnez les couleurs que vous souhaitez appliquer à votre gadget.

Arière-plan de l'habillage* n° e0ecff

Texte de l'habillage n° 333333

Liens de l'habillage n° 0000cc

Bordure* n° cccccc

Titres du contenu n° 333333

Arière-plan du contenu* n° ffffff

Autre arrière-plan* n° ffffff

Texte du contenu n° 333333

Texte secondaire du contenu n° 666666

Liens du contenu n° 0000cc

Liens secondaires du contenu n° 7777cc

* Si vous ne remplissez pas ce champ, la couleur sera transparente.

Police :

Arial

fx

Options

Il n'y a aucun membre pour l'instant.

[Soyez le premier !](#)

[Invitez vos amis](#)

Remarque : Les couleurs ne sont pas toutes utilisées dans ce gadget.

3

Créez le code HTML

Nous allons générer quelques lignes de code HTML afin de créer et d'afficher le gadget Membres. Pour que Google Friend Connect puisse fonctionner, intégrez ce code à votre site.

Générer le code

Figure 10–57
Configuration du gadget Membres

267

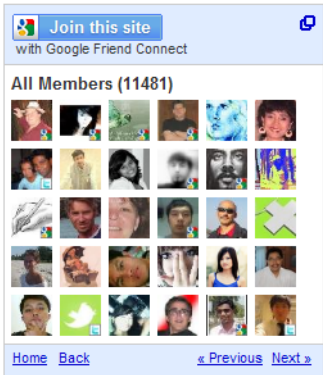


Figure 10–58
Présentation du gadget Membres

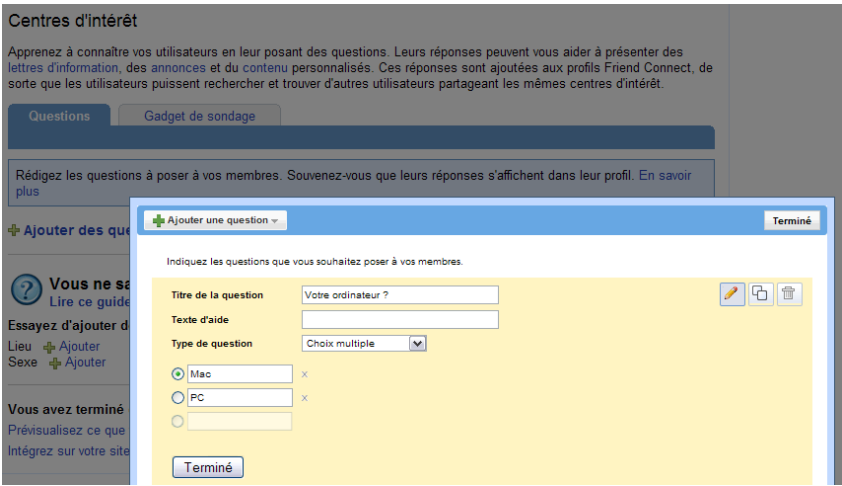


Figure 10–59
Création d'un sondage

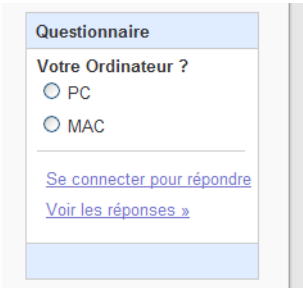


Figure 10–60
Présentation du sondage

La rubrique *Lettre d'information* permet d'envoyer des messages aux membres de la communauté. La force de ce module réside dans la possibilité de filtrer les destinataires en fonction des centres d'intérêt décrits précédemment (voir page 266). Dans le ca279

TENDANCES Google versus Facebook

Google et Facebook se livrent une guerre acharnée autour des réseaux sociaux. Facebook a pour l'instant une longueur d'avance et dispose du plus grand réseau social mondial. Google et ses partenaires ont très vite réagi en unissant leurs forces autour d'OpenSocial. Cette technologie permet aux sites compatibles de rendre leurs réseaux interopérables. En refusant de faire un effort d'ouverture, Facebook ne pourra résister indéfiniment à une alliance comprenant des membres aussi puissants que Google, Yahoo!, MySpace, LinkedIn, etc.

L'extension WordPress.com Stats

WordPress.com Stats est l'extension de statistiques proposée par défaut sur la plate-forme WordPress.com. Cette extension a le double avantage de s'intégrer parfaitement à l'espace d'administration et de proposer des indicateurs très simples d'accès.

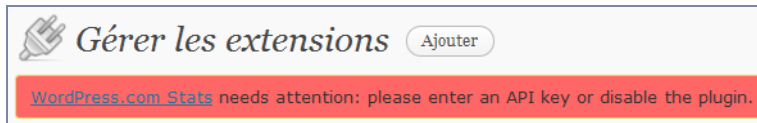
L'extension donne notamment accès :

- au nombre de visites ;
- à l'origine du trafic : quels sites amènent des visiteurs, quels mots-clés sont saisis dans les moteurs de recherche pour arriver jusqu'au blog ;
- au classement des articles les plus vus.

Les statistiques sont organisées par jours, semaines et mois.

Dans le cadre d'un blog autonome, l'extension doit être installée et activée. L'activation nécessite une clef API (*API Key*) qui peut être assimilée à un identifiant secret donnant le droit d'utiliser différents services proposés par WordPress.com (WordPress.com Stats, Akismet).

Figure 10-63
Message d'avertissement



Un compte sur WordPress.com doit être créé pour récupérer cette clef dans la rubrique *Utilisateurs > Paramètres personnels*. Une fois la clef renseignée, une dernière étape consiste à associer le blog à la clef API en utilisant le bouton *Add to WordPress.com account*.

Figure 10-64
Clef API



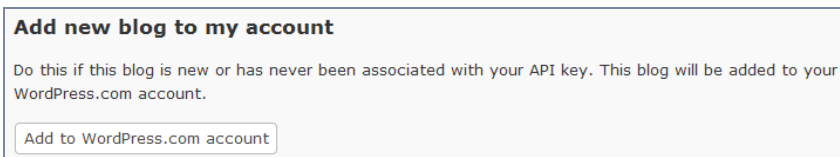


Figure 10–65
Confirmation d'association

Les statistiques sont disponibles dans la rubrique *Tableau de bord > Site Stats*. Un résumé est également visible sur la page d'accueil du tableau de bord.



Figure 10–66
Statistiques intégrées au tableau de bord

Google Analytics

Google Analytics est la solution gratuite d'analyse de trafic proposée par Google. Moins facile d'accès que WordPress.com Stats, ce service offre une richesse d'informations tout à fait impressionnante.

► www.Google.com/Analytics

Installation

L'authentification sur <http://www.google.com/analytics/> nécessite d'avoir une adresse Gmail. Après avoir associé l'adresse de son blog, l'utilisateur accède à une page contenant l'identifiant (ID) de site web ainsi que le code JavaScript qui se charge de transmettre à Google tous les événements qui ont lieu sur le site. Ce type de script est appelé un *tracker*.

Dans le cadre d'un site lambda, l'utilisateur récupère le tracker qu'il place en bas de chaque page du site. Dans le cas d'un blog WordPress, il doit une nouvelle fois faire appel à une extension qui assurera le bon fonctionnement du tracker, quelles que soient les mises à jour de moteurs ou de thèmes.

L'extension Google Analytics for WordPress est précisément prévue pour insérer le tracker dans chaque page du site. L'association du blog avec le compte Google Analytics est réalisée en passant par l'interface *Régler > Google Analytics* qui permet d'indiquer l'ID de site web dans le champ *Analytics Account ID*.


Figure 10-67
Page donnant accès au tracker


Code de suivi

Informations relatives à l'état du suivi

Nom du profil :

URL du site Web :

ID de site Web  : UA-15594207-2

État du suivi :  **Suivi non configuré** (Dernière vérification : 23 mai 2010 13:35:22)

Le code de suivi Google Analytics n'a pas été détecté sur la page d'accueil de votre site Web. Pour que Google Analytics fonctionne, vous devez ajouter le code de suivi à toutes les pages de votre site. Vous pouvez l'ajouter vous-même ou par l'intermédiaire de votre administrateur Web.

Instructions relatives à la mise en œuvre du suivi

Standard Avancée Personnalisé

1 Sur quoi votre suivi porte-t-il ?

☒ **Un seul domaine (paramètre par défaut)**

Domaine :

☐ Un seul domaine associé à plusieurs sous-domaines

☐ Plusieurs extensions de domaine

☐ Je souhaite effectuer le suivi de mes campagnes AdWords.

2 Collez ce code sur votre site.


Copy the following code, then paste it onto every page you want to track immediately after the opening <body> tag. [En savoir plus](#)

```
<script type="text/javascript">

var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-15594207-2']);
_gaq.push(['_trackPageview']);

(function() {
  var ga = document.createElement('script'); ga.type =
  ga.src = ('https:' == document.location.protocol ?
  var s = document.getElementsByTagName('script')[0];
  })();
}</script>
```

► **Facultatif : envoyez ces instructions par e-mail.**

 We recommend that you do not use both new and old tracking code snippets together on any given page. Doing so might generate inaccurate report data. You can, however, migrate select pages of your site to the new tracking code while the older tracking code remains on others.

[Enregistrer et terminer](#)

Tableau de bord

Au bout de quelques heures, les premières données commencent à apparaître dans Google Analytics. Le tableau de bord résume les informations importantes :

- un graphique présentant l'évolution du nombre de visites ;
- une carte avec la géolocalisation des visiteurs ;
- un camembert représentant les principales sources de trafic ;
- les pages les plus vues.

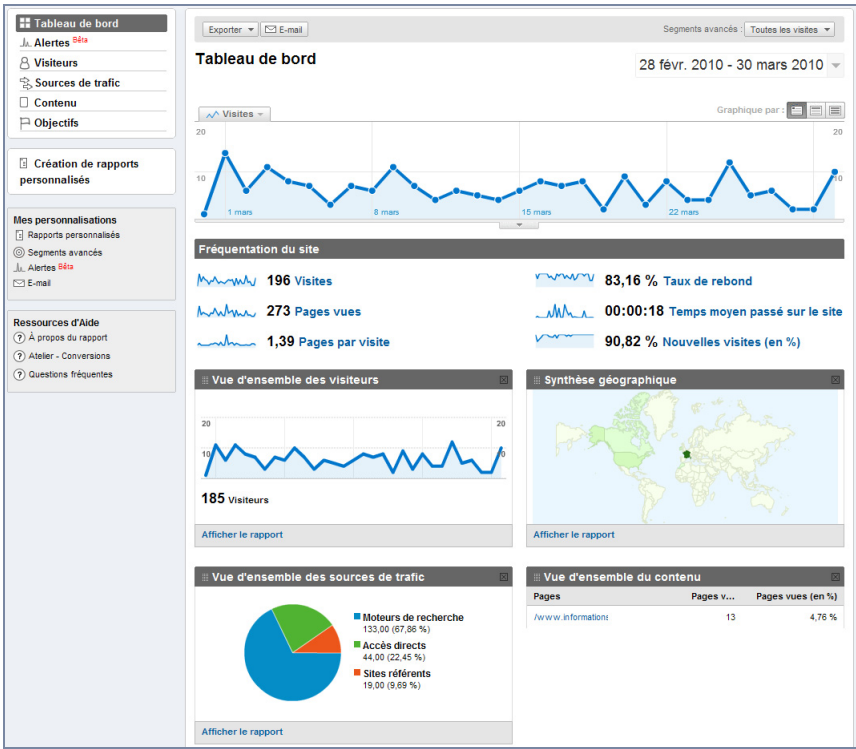


Figure 10–68
Tableau de bord de Google Analytics

Parmi les cinq rubriques proposées dans le menu de gauche, trois sont particulièrement adaptées à l’usage du blogueur : *Sources de trafic*, *Visiteurs* et *Contenu*.

Sources de trafic

La rubrique *Sources de trafic* indique d’où viennent les internautes qui arrivent sur le blog. Le trafic se répartit en trois grandes familles :

- *Moteur de recherche* : le visiteur arrive sur le blog suite à une recherche sur Google, Bing ou tout autre moteur de recherche ;
- *Sites référents* : le visiteur passe par un autre site pour accéder au blog ;
- *Accès direct* : le visiteur utilise son marque-pages ou saisit l’adresse du blog directement dans la barre d’adresse.

La rubrique *Sources de trafic* > *Toutes les sources de trafic* donne encore plus de détails, en précisant également les visites issues d’un clic sur un lien sponsorisé. Le support de la source est alors *CPC* (coût par clic).

Les sous-rubriques *Sites référents* et *Mots-clés* indiquent les sites et les mots-clés qui génèrent le plus de trafic.

Figure 10–69
Détail des sources de trafic



Visiteurs et contenu

La *Vue d'ensemble des visiteurs* précise des valeurs aussi essentielles que le nombre de visites et de pages vues ou le taux de rebond.

- Le taux de rebond indique le nombre de personnes qui accèdent au blog et le quittent aussitôt, sans avoir visité une page supplémentaire. Il est essentiel de minimiser ce taux, surtout si le blog cherche à se rentabiliser avec l'affichage de publicités. En effet, plus un internaute consulte d'articles, plus le nombre de publicités affichées est important. Le défi consiste donc à pousser l'internaute à consulter d'autres articles.
- La sous-rubrique *Fidélité des visiteurs* donne des informations importantes sur la façon dont est consulté le blog, notamment la durée des visites ou le nombre de pages vues.

La rubrique *Contenu* est surtout utile pour sa rubrique *Détail des pages par titre*, qui permet de détecter quels sont les sujets les plus plébiscités par les lecteurs.



chapitre 11

KerniX fête ses 9 ans

Newsletters | X



KerniX to me

[show details](#) Apr 14

[Reply](#)



Si le message ci-dessous ne s'affiche pas correctement, [cliquez-ici](#)



KerniX fête ses 9 ans !

Depuis 2001, **KerniX** travaille sans relâche pour satisfaire les professionnels. Aujourd'hui, KerniX c'est plus de **200 clients fidèles**, 25 collaborateurs passionnés, 120 serveurs d'hébergement, des dizaines d'applications en ligne réalisant des millions d'euros de chiffre d'affaires... et bientôt votre projet : **appelez-nous au 01 53 98 73 40**, nous sommes à votre disposition pour l'étudier !

[En savoir plus >](#)



Les dessous par dessus tout

KerniX est fier de vous présenter sa nouvelle réalisation e-commerce : 911avenue.com. Le site vous offre un choix incomparable de grandes marques de lingerie, maillots de bain et accessoires de mode pour homme et femme. 911 avenue a fait appel à KerniX pour réaliser intégralement ce site : webdesign, développement sur le framework **KWO** et hébergement.

[En savoir plus >](#)

[New window](#)

[Print all](#)

Sponsored Links ([feedback](#))

[CIR 2010](#)

Bénéficier totalement, en toute sécurité au juste prix du CIR 2010 www.cir-2010.fr

[Site E-commerce Magento](#)

Réalisation de boutiques en ligne
Les Experts E-commerce Open Source
www.businessshop.com

[Création Site Internet](#)

Du 100% sur mesure à petit prix !
Tout type de site et campagne web
www.websiting.fr

[E-Commerce Gratuit](#)

Solution : Complète, facile, rapide
Essayez-là dès maintenant !
Weezbe.com/Solution-Gratuite

[More about...](#)

[Entreprises Internet >](#)

[Site Entreprise >](#)

[Entreprise à Vendre >](#)

[Reprise D Entreprise >](#)

Gagner de l'argent

Gagner de l'argent est une motivation importante pour un grand nombre de blogueurs. Ils sont chaque année de plus en plus nombreux à parvenir à en vivre. Si la publicité est la source la plus sûre et la plus évidente de revenus, le Web permet toutefois de diversifier ces sources en proposant l'affiliation, la vente de produits et le recours aux dons.

SOMMAIRE

- ▶ Les différentes sources de revenus
- ▶ Placer de la publicité sur son blog
- ▶ Se financer avec l'affiliation

MOTS-CLEFS

- ▶ monétisation
- ▶ liens sponsorisés
- ▶ publicité
- ▶ sponsor
- ▶ don
- ▶ vente de produits
- ▶ affiliation

- ▶ <http://www.google.fr/AdWords>
- ▶ <http://www.google.com/adsense>

Figure 11–1
Annonces AdWords placées dans Gmail

- ▶ <http://adsense.google.com>

Ce chapitre vise à présenter les différentes techniques qui permettent de monétiser un blog, de la publicité à l’affiliation, en passant par les articles sponsorisés, les dons ou la vente de produits.

La publicité

La publicité est la première méthode qui vient à l’esprit pour monétiser un blog. Ce système a l’avantage d’être simple à mettre en place.

Afficher des liens sponsorisés

Google, avec ses offres AdWords et AdSense, est de loin le leader incontesté de la publicité sur le Web. AdWords est un service qui permet aux annonceurs de diffuser leurs publicités sur le Web. Limitées à l’origine à des annonces textuelles (d’où le nom *AdWord*, composé de *ad*, « publicité », et *word*, « mot »), les publicités peuvent être aujourd’hui au format image et vidéo (animations Flash).

Les annonces AdWords apparaissent sur les différents sites de Google : le moteur de recherche Google, le webmail Gmail, le portail vidéo YouTube, etc.



La grande idée de Google fut d’étendre son réseau en permettant à tout éditeur de contenu en ligne (blog, portails, webzine) de diffuser des annonces également au sein de son site. En plaçant ces encarts publicitaires, les éditeurs de sites sont rémunérés dès qu’un visiteur clique sur un lien sponsorisé ou une publicité.

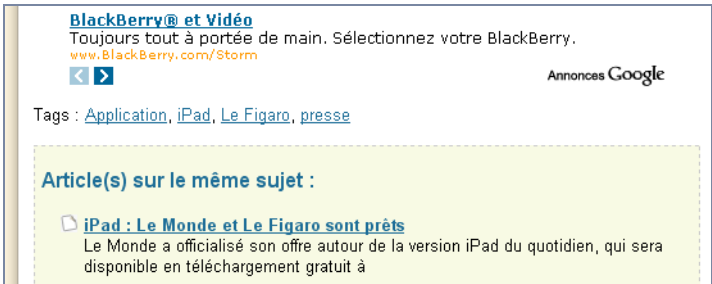
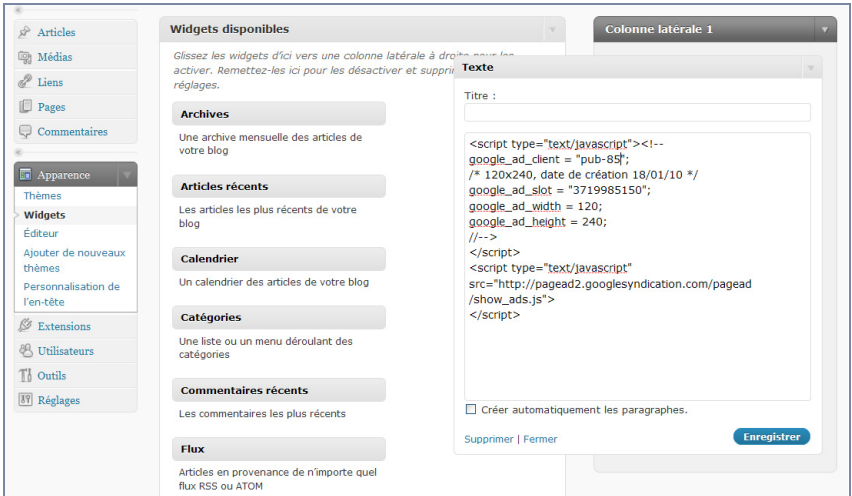


Figure 11-2
Annonce AdWords au sein d'un article de blog

Le service qui offre aux éditeurs la possibilité de diffuser les annonces AdWords sur leur site s'appelle AdSense. Le processus d'inscription impose de préciser l'adresse du site sur lequel apparaîtront les annonces. Une vérification est alors réalisée par Google, qui s'assure que le blog est bien en conformité avec la législation française. Les sites de promotion de jeux en ligne ou de vente de médicaments sont par exemple interdits.

Une fois le site accepté et le compte validé, l'onglet *Configuration AdSense* permet de préciser le format des publicités. Les annonces peuvent en effet être textuelles ou illustrées. De nombreux réglages permettent d'adapter les couleurs, l'orientation et la taille des annonces.

À l'issue du paramétrage, Google génère une portion de code JavaScript en charge de l'affichage des annonces (ce script est souvent appelé *tracker*) est généralement insérée à l'aide d'un widget Text dans la colonne latérale du blog. Une dizaine de minutes d'attente sont nécessaires pour que les premières annonces s'affichent.



LE SAVIEZ-VOUS ? **Transparence**

Le sujet a longtemps été tabou, mais nous savons désormais que Google reverse 68 % des revenus AdWords à ses partenaires AdSense.

Rappel **WordPress.com**

La diffusion d'annonces AdSense n'est pas autorisée sur WordPress.com.

CONSEIL **Où placer les publicités ?**

Au moment de placer le code JavaScript, il est bon de se rappeler cette règle marketing : une publicité est d'autant plus vue, et fait l'objet d'un nombre plus important de clics, qu'elle est située en haut et à gauche de la page. Un choix doit alors être fait entre l'esthétique et la rentabilité.

Figure 11-3
Utilisation du widget Text pour insérer le script AdSense

Figure 11-4
Liens sponsorisés AdSense
dans la colonne latérale



Devenir sa propre régie

À partir d'un certain niveau de trafic, il devient envisageable pour un blogueur de proposer lui-même des emplacements publicitaires à des annonceurs présents sur le même secteur d'activité. Ce mode de fonctionnement permet au blogueur :

- de s'assurer une source de revenus plus pérenne ;
- de bénéficier d'un chiffre d'affaires souvent plus important ;
- de préserver une présentation homogène en évitant la multiplication des supports (bannières, liens sponsorisés, etc.).

Le blog reste le moyen le plus sûr de rechercher de nouveaux partenaires. Le blogueur a donc tout intérêt à placer dans la colonne latérale un bloc indiquant les emplacements publicitaires disponibles.



Figure 11-5
Emplacement publicitaire pour des annonceurs

Ce bloc peut être accompagné d'un lien vers une page *Partenaires* détaillant les coordonnées du blogueur ainsi que certains aspects du partenariat (durée, garanties, emplacements).

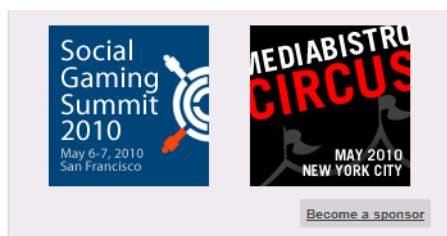


Figure 11-6
Lien destiné aux partenaires

De nombreux emplacements peuvent accueillir de la publicité sur un blog :

- la colonne latérale ;
- les articles ;
- l'en-tête ;
- le flux RSS ;
- la liste de diffusion.

Le blogueur doit cependant rester vigilant et éviter de transformer son blog en espace publicitaire. Il risquerait alors de dégoûter le visiteur et de voir le trafic de son blog baisser, ce qui serait désastreux tant au niveau économique qu'au niveau de l'image. La satisfaction du lecteur doit rester la priorité numéro un du blogueur : un lecteur satisfait aura tendance à pro-

CONSEIL PRATIQUE **Statistiques**

Il est important que les blogueurs gérant eux-mêmes les partenariats disposent de statistiques fiables. Google Analytics ou Xiti sont des outils de mesure d'audience certifiés qui offrent des indications très précises sur le nombre de pages vues, et par conséquent, sur le nombre d'encarts publicitaires affichés.

- ▶ <http://www.google.com/analytics/>
- ▶ <http://www.atinternet.com/Produits/Solutions-XiTi.aspx>

mouvoir le blog (bouche-à-oreille, *tweets*, partage...) et à participer au développement du trafic. En augmentant sa fréquentation par tous les moyens, le blogueur sera en mesure d'augmenter le prix de vente de ses encarts et pourra, petit à petit, diminuer leur nombre.

Placer de la publicité dans le flux RSS

Les flux RSS alliés aux agrégateurs sont des outils merveilleux pour accéder aux contenus des sites et présentent de nombreux avantages : centralisation des informations, gain en temps et en efficacité, facilité d'archivage, etc. L'inconvénient majeur de cette façon de consulter l'information réside dans le fait que l'internaute accède directement au contenu sans se rendre sur le site d'origine. Il s'agit par conséquent d'un véritable manque à gagner pour un site dont le modèle économique repose sur la publicité.


Ars Technica

Sharing 3G on the cheap with a mobile broadband router - 5:12 PM

Sharing 3G on the cheap with a mobile broadband router

from Ars Technica by eric@arstechnica.com (Eric Bangeman)

When you're on the go, 3G wireless broadband can be a wonderful thing. What if you need to share the 3G love with others? Both Windows 7 and Mac OS X offer built-in Internet sharing capabilities—a decent solution in a pinch, but lacking in the ability to manage who connects and how. A handful of mobile broadband routers have hit the market in recent years, with the Cradlepoint CTR350 positioning itself in the small and cheap end of the market.



The Ars Technica staff recently held an off-site at a Chicago-area hotel. When we found that the hotel wanted to charge us \$250 for a broadband connection to the conference room, we decided to do it ourselves on the cheap. We found the CTR350 at Amazon for \$99, ordered it, and had it in hand two days later.

[Read the rest of this article...](#)

Wireless Connection


Struggling to Connect Your Devices Profitably?
www.jaspervireless.com

Free - Bandwidth Monitor

Monitor bandwidth & network usage.
Download now. (Freeware available)
www.Paessler.com

Wireless Distributor IRL

Ireland's leading stockist for all wireless networking equipment
www.irishwireless.net



Ads by Google

[Digg This!](#)

[Save to del.icio.us](#)

[Share on Facebook](#)

[Email this](#)

[Add star](#)

[Like](#)

[Share](#)

[Share with note](#)

[Email](#)

[Edit tags: geek](#)

[Send to](#)

Figure 11-7
Trois liens sponsorisés sont disposés en dessous du contenu.

La première solution à ce problème consiste à ne proposer dans le flux RSS qu'un extrait du contenu afin d'inciter l'internaute à se rendre sur le blog pour lire la suite. Ce paramétrage est réalisé via l'interface *Réglages>Lecture* en choisissant l'option *Pour chaque article, fournir l'extrait*.

La deuxième solution consiste à placer de la publicité directement au sein des contenus des différents éléments du flux. L'insertion automatique de publicités peut être réalisée simplement en utilisant FeedBurner (voir le chapitre précédent), qui s'appuie tout naturellement sur le service de publicité du groupe, AdSense. La gestion des publicités est disponible dans l'onglet *Monetize*.

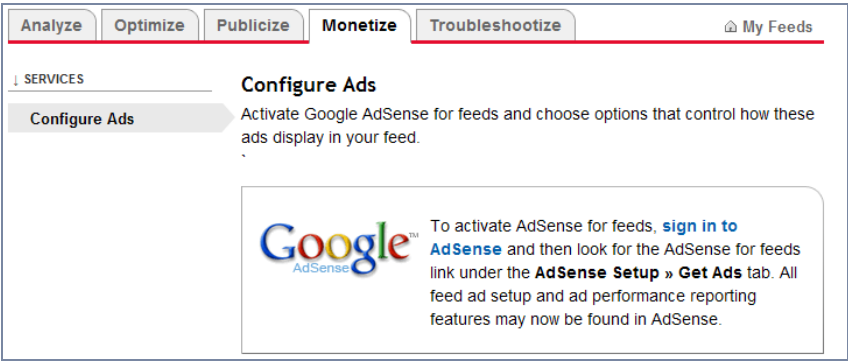


Figure 11–8
FeedBurner s'appuie tout naturellement sur Google AdSense.

Cet onglet ne correspond en réalité qu'à une invitation à poursuivre le paramétrage sur le site AdSense (lien *Sign in to AdSense*). L'interface AdSense *Configuration AdSense>Obtenir des annonces* permet d'adapter un certain nombre de paramètres liés aux publicités : format, fréquence d'apparition, position par rapport au contenu, etc.

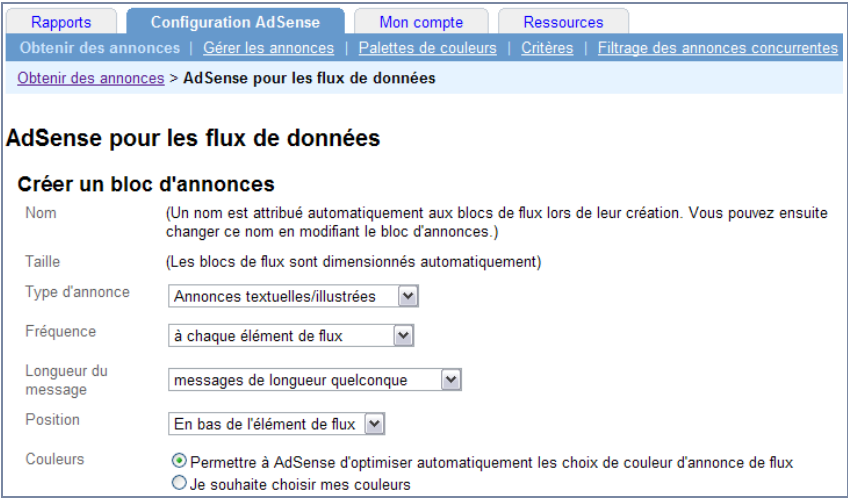


Figure 11–9
Paramétrage des publicités qui apparaîtront dans les contenus du flux

La dernière étape consiste à faire en sorte que le flux RSS proposé nativement par le blog ne soit pas celui de WordPress, mais celui de FeedBurner. Pour y parvenir, le blogueur peut utiliser l'extension *FD Feedburner Plugin* qui permet de préciser l'adresse du flux FeedBurner dans l'interface de configuration *Extensions > FeedBurner Configuration*.

Feedburner Configuration

Redirect my feeds here:

Redirect my comments feed here:


Advanced Options

☒ Do not redirect category or tag feeds

☐ Append category/tag to URL for category/tag feeds (*http://url_category*)

☐ Do not redirect search result feeds

Figure 11-10
L'extension FD Feedburner Plugin remplace le flux natif de WordPress par celui de FeedBurner.


S'abonner à ce flux en utilisant  Google

☐ Toujours utiliser Google pour s'abonner aux flux.

Le Blog de Laurence
Un blog utilisant WordPress

[test feedburner](#)
lundi 10 mai 2010 23:56

ce mail de test pour visualiser une alerte feedburner



Monétisez votre site sous Wordpress avec le plugin AdFever


Myrtho
samedi 1 mai 2010 14:38

Je pense à toi, Myrtho, divine enchanteresse, Au Pausilippe altier, de mille feux brillant, À ton front inondé des clartés d'Orient, Aux raisins noirs mêlés avec l'or de ta tresse.

[Hotels in Rosny-sous-Bois](#)
Book your French hotel online. All hotels with special offers.
www.Booking.com/Rosny-sous-Bois Annonces Google

test
mercredi 21 avril 2010 22:47

La connais-tu, Daphné, cette ancienne romance, Au pied du sycomore ou sous les lauriers blancs, Sous l'olivier, le myrte ou les saules tremblants, Cette chanson d'amour...qui toujours recommence?



Monétisez votre site sous Wordpress avec le plugin AdFever

Figure 11-11
Le flux est bien redirigé vers celui de FeedBurner qui contient les publicités.

Enfin, la troisième solution, plus technique, consiste à ajouter les lignes suivantes au fichier `.htaccess` :

Configuration Apache permettant d'utiliser le flux FeedBurner

```
<IfModule mod_rewrite.c>
RewriteEngine on
RewriteCond %{HTTP_USER_AGENT} !^.*(FeedBurner|FeedValidator) [NC]
RewriteRule (^/)/feed http://feeds.feedburner.com/blog-de-lau1 [R=302,NC,L]
</IfModule>
```

Augmenter le nombre de pages vues

Mesurer le succès d'un blog à son seul trafic n'est pas suffisant. Le nombre de pages vues par visite est un autre indicateur très important à prendre en compte dans une analyse de performance. Un blogueur proposant de la publicité aura tout intérêt à pousser le visiteur à consulter un maximum de pages. S'il fonctionne au CPC (Coût par clic), le nombre de clics sur une publicité dépend forcément du nombre de pages consultées. S'il est rémunéré au CPM (Coût par mille), le blogueur reçoit une certaine somme pour mille affichages d'une publicité. L'intérêt d'augmenter le nombre de pages vues est dans ce cas encore plus évident. Différentes techniques et extensions permettent d'y parvenir.

Mettre en place une pagination

La navigation par défaut proposée par WordPress repose sur les deux liens *Articles plus anciens* et *Articles plus récents*. Une alternative, la pagination, consiste à proposer des numéros de pages pour naviguer parmi les résultats.




Figure 11-12

Google utilise un système de pagination pour la consultation des résultats de recherche.

Des études ayant prouvé que la pagination incitait l'internaute à consulter plus de pages, le blogueur a tout intérêt à mettre ce système en œuvre. L'extension WP-Pagination est prévue pour répondre à ce besoin. Sa mise en place est hélas un peu complexe, dans la mesure où elle oblige le blogueur à modifier des fichiers du thème.

La rubrique *Réglages > WP-Paginate* sert à paramétrer différents aspects de la pagination.

Figure 11-13
Paramétrage des différents aspects
de la pagination

 **WP-Paginate**

Pagination Label: The text/HTML to display before the list of pages.

Previous Page: The text/HTML to display for the previous page link.

Next Page: The text/HTML to display for the next page link.

Advanced Settings

Before Markup: The HTML markup to display before the pagination code.

After Markup: The HTML markup to display after the pagination code.

Markup Display: ☒ Show Before Markup and After Markup, even if the page list is empty?

WP-Paginate CSS File: ☒ Include the default stylesheet wp-paginate.css?

Page Range: The number of page links to show before and after the current page. Recommended value: 3

Page Anchors: The number of links to always show at beginning and end of pagination. Recommended value: 1

Page Gap: The minimum number of pages in a gap before an ellipsis (...) is added. Recommended value: 3

La première étape consiste à trouver le *template* du thème responsable de l’affichage des liens *Articles plus anciens* et *Articles plus récents*, c’est-à dire celui qui fait appel aux fonctions `previous_posts_link()` et `next_posts_link()`. Il s’agit de `loop.php` dans le cas du thème Twenty Ten.

La seconde étape consiste à modifier ce template en utilisant la rubrique *Apparence>Éditeur* et à remplacer l’ancien système de navigation par la fonction `wp_paginate()`.

Version initiale de loop.php

```
<?php if ( $wp_query->max_num_pages > 1 ) : ?>
<div id="nav-below" class="navigation">
  <div class="nav-previous"><?php next_posts_link(
    __ ( '<span class="meta-nav">&larr;</span> Older posts',
    'twentyten' ) ); ?></div>
  <div class="nav-next"><?php previous_posts_link(
    __ ( 'Newer posts <span class="meta-nav">&rarr;</span>',
    'twentyten' ) ); ?></div>
</div><!-- #nav-below -->
<?php endif; ?>
```

Version modifiée

```
<?php if ( $wp_query->max_num_pages > 1 ) : ?>
<div id="nav-below" class="navigation">
<?php wp_pagenate(); ?>
</div>
<?php endif; ?>
```

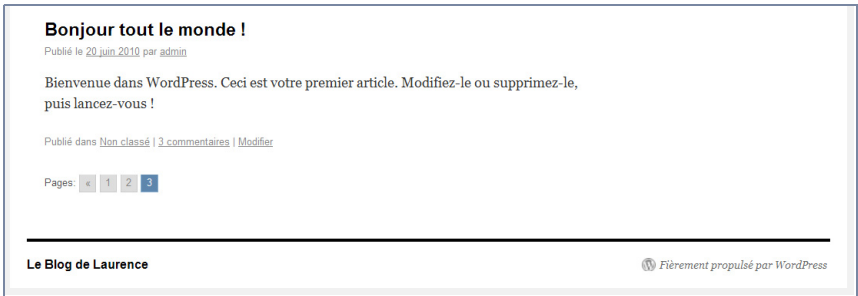


Figure 11–14
Système de pagination mis en œuvre
sur le thème Twenty Ten

Proposer des articles liés

La majorité des visiteurs d'un blog ne consulte généralement que l'article le plus récent. Le blogueur doit, par conséquent, trouver des moyens de les inciter à prolonger leur visite en consultant d'autres articles.

La technique des articles liés est intéressante : elle consiste à proposer à la fin d'un article d'autres articles du blog en rapport avec le thème abordé. Une telle solution peut être mise en place en installant l'extension Yet Another Related Posts Plugin (YARPP).

Une interface de configuration très complète permet d'indiquer les éléments (catégories, mots-clefs, titre, contenu) à prendre en compte dans l'algorithme d'appariement. La présentation ainsi que les intitulés (par exemple *Related posts*) sont paramétrables dans cette même interface (*Réglages* > *Related Posts*).



Figure 11–15
Deux articles liés sont proposés.

Diviser l'article en parties

La division d'un article en plusieurs parties est une excellente technique pour augmenter le nombre de pages vues. La mise en œuvre d'une telle présentation est extrêmement simple : le blogueur utilise l'éditeur HTML et sépare chaque partie par la balise `<!--nextpage-->`.

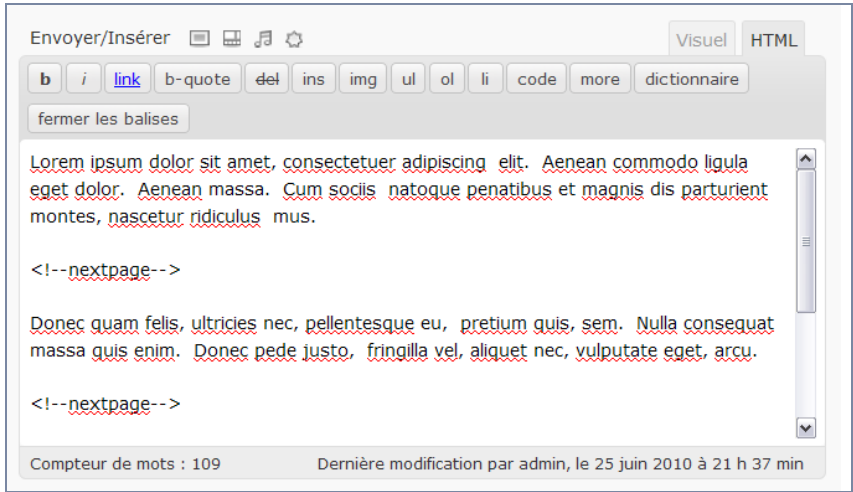


Figure 11-16

La balise `<!--nextpage-->` permet de séparer les parties.

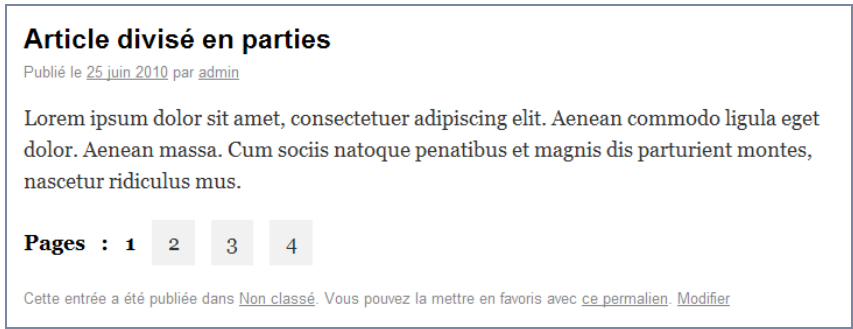


Figure 11-17

L'article est divisé en quatre parties.

L'affiliation à un site e-commerce

Inventée par Amazon, l'affiliation est une technique e-marketing ingénieuse qui repose sur le principe de l'apport d'affaires. Le principe est assez simple : Amazon permet à des sites de devenir partenaires et de proposer eux-mêmes des offres Amazon. Les internautes qui cliquent sur ces offres basculent sur le site d'Amazon et peuvent éventuellement passer une commande. Amazon est alors en mesure de remonter jusqu'à

► <http://www.amazon.fr>

l'affilié et de le rémunérer d'un pourcentage pouvant aller jusqu'à 10 % du montant total de la commande.

De très nombreux sites de vente en ligne proposent des politiques d'affiliation. Rares sont en revanche ceux qui offrent des outils ergonomiques adaptés aux blogueurs.

Devenir partenaire d'Amazon

L'inscription au programme d'affiliation d'Amazon peut être réalisée à partir de l'adresse suivante : partenaires.amazon.fr. Pour devenir partenaire, le blogueur doit disposer d'un compte Amazon. Cette démarche gratuite peut être réalisée en utilisant le lien [Inscription GRATUITE !](#). La création de compte nécessite de répondre aux questions concernant le blog, son marché, son trafic et ses sources de rémunération. Amazon demande également les informations bancaires du partenaire afin de lui transmettre sa commission lorsqu'un certain plafond est atteint. Plusieurs méthodes sont offertes pour le règlement : les chèques cadeaux, le virement et le chèque. Cette troisième solution peut être choisie dès lors que le partenaire dispose d'au moins 50 euros de commissions. Cette limite ne s'élève qu'à 10 euros pour les deux premiers moyens de paiement.

Une fois le compte créé, un identifiant d'affilié se terminant par -21 est associé au compte Amazon. Cet identifiant devra toujours être placé dans les liens pointant vers les offres Amazon.

Génération d'un widget

L'intégration d'offres Amazon au sein d'un blog est simple. Amazon a développé des outils pour rendre cette démarche la plus facile possible pour ses affiliés. Il s'agit, la plupart du temps, de choisir le format d'affichage des offres, le nombre d'offres et une catégorie de produits.

Amazon propose différents types de widgets pour mettre en avant ses offres : carousels, playlists, etc. Chaque widget dispose d'une interface de configuration associée pour modifier certains paramètres de présentation et la catégorie des produits mis en avant. Il est essentiel de sélectionner la catégorie la plus proche de l'univers du blog.



Figure 11-18
Différents widgets proposés par Amazon



Figure 11-19
Paramétrage du widget Bonnes Affaires

SOUS LE CAPOT Identifiant d'affilié

Tous ces widgets intègrent dans leur code une référence à l'identifiant de l'affilié.

Une fois le widget paramétré, Amazon propose de générer un code HTML qu'il est possible d'insérer dans le blog, au sein d'un billet ou dans la barre latérale.



Figure 11-20
La balise <OBJECT> correspond au code du widget.



Figure 11-21
Widget Amazon placé dans la colonne latérale

CONFIGURATION Barre d'outils

La barre d'outils *Partenaires* n'est disponible que lorsque l'utilisateur dispose d'un compte partenaire et qu'il est authentifié.

Figure 11–22
Barre d'outils Partenaires

Obtenir un lien vers un produit spécifique

Plutôt que d'utiliser des widgets proposant des produits sans cohérence avec le contenu du blog, le blogueur peut avec Amazon créer des liens vers des produits spécifiques. Ce mode de fonctionnement permet à un blogueur de proposer systématiquement l'achat des produits qui sont évoqués dans un article.

Pour obtenir ces liens, le blogueur doit se rendre sur la page produit d'Amazon et utiliser la barre d'outils *Partenaires* située en haut du navigateur.



Le bouton *Faire un lien vers cette page* ouvre une fenêtre qui permet de paramétrer le lien et d'obtenir le code HTML associé.

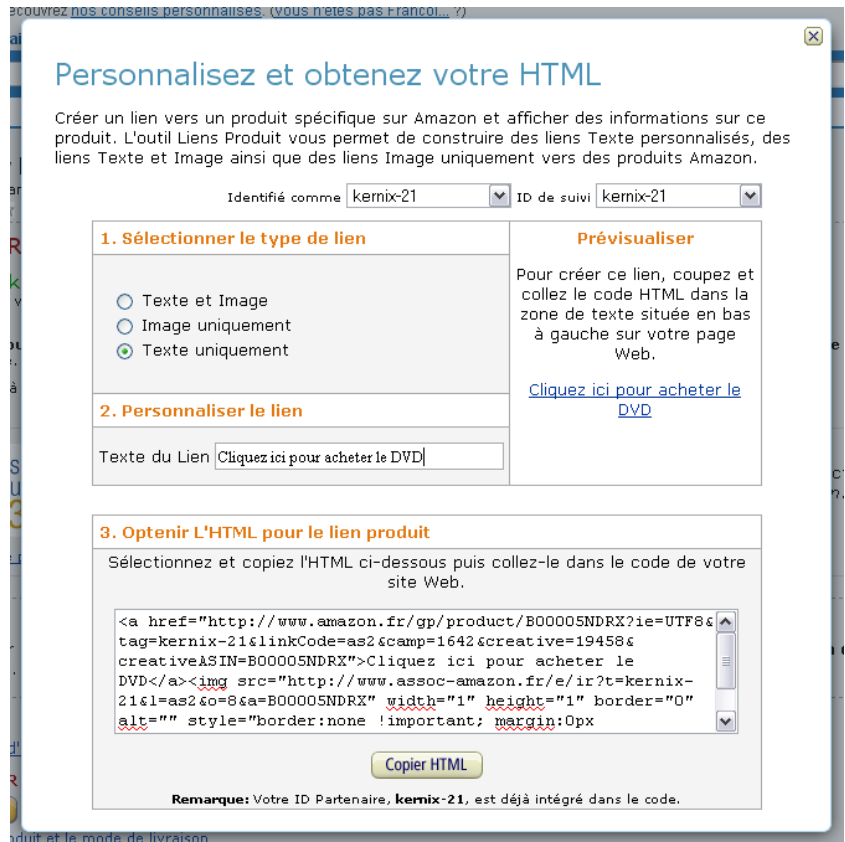



Figure 11–23
Interface de paramétrage du lien

Le code HTML peut ensuite être intégré au contenu d'un article en utilisant l'éditeur HTML.

Barry Lindon



STANLEY KUBRICK COLLECTION
BARRY LYNDON

Une splendeur plastique rarement égalée depuis. Que ce soit le traitement pictural des éclairages et des couleurs, qui s'inspire des maîtres français, flamands et anglais (La Tour, Hals, Gainsborough), obtenus grâce au tournage en intérieurs à la seule lumière des chandelles (formidable travail de John Alcott) ou la somptuosité des décors et des costumes, *Barry Lyndon* est une merveille. Mais, au-delà de la splendeur de la reconstitution, Stanley Kubrick reste fidèle à ses figures et thématiques.

[Cliquez ici pour acheter le DVD](#)

Figure 11-24
Le lien est directement placé dans le contenu de l'article.

Suivi

L'affiliation est impossible sans une transparence et une rigueur absolues de la part de l'affilieur. Rien de plus simple en effet pour Amazon que de dire qu'un client X n'est pas passé par le site d'un affilié avant d'acheter. Ce genre de comportement serait cependant suicidaire de la part d'Amazon qui a, au contraire, tout intérêt à ce que ses affiliés fassent le plus de chiffre possible.

Amazon propose par conséquent des outils de *reporting* très précis, qui permettent à l'affilié de savoir en permanence où en sont les commandes, les clics et les conversions. Ces informations sont présentes sur la droite de l'onglet [Accueil](#). Des rapports plus complets sont également disponibles en cliquant sur l'onglet [Rapports](#). Il devient alors possible de filtrer sur une certaine période et de réaliser des exports.

Devenir partenaire d'eBay

Il est possible de devenir partenaire d'eBay en créant un compte sur ebaypartnernetwork.com. En plus des renseignements habituels, le partenaire doit indiquer la méthode de reversement qu'il souhaite utiliser : compte bancaire classique ou compte PayPal. La mise à disposition de cette dernière option n'est pas étonnante lorsque l'on sait qu'eBay est propriétaire de ce système de paiement en ligne.

Une fois l'inscription réalisée, eBay vérifie que le nouveau partenaire est bien responsable du blog qu'il a indiqué. Ce contrôle commence par l'envoi d'un e-mail contenant un code unique qui doit ensuite être enregistré dans un fichier portant le nom `epndomain.txt`, à placer à la racine du blog (avec un client FTP).

-
- ▶ <http://ebay.fr>
 - ▶ <http://www.paypal.fr>
-

La rubrique *Outils>Widgets>Bannière personnalisée* permet de concevoir un widget qui peut être placé dans la colonne latérale. Les réglages importants sont :

- la taille ;
- le programme (*eBay FR*) ;
- l'identifiant de la campagne ;
- le terme de recherche.



Figure 11-25
Interface de configuration du widget eBay

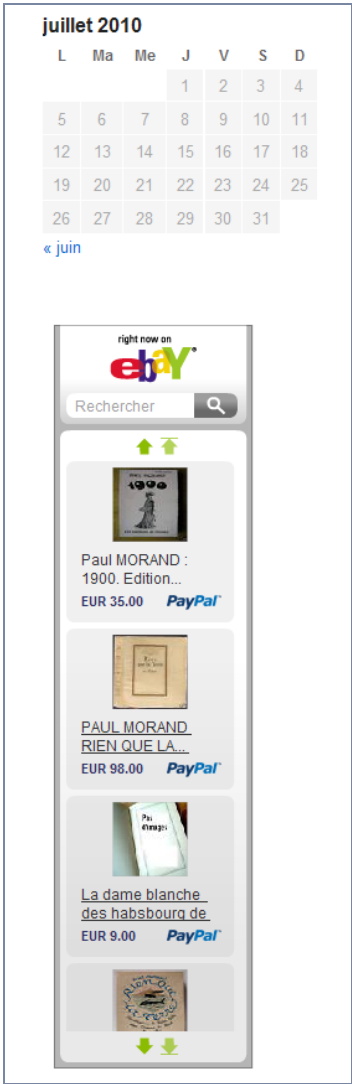


Figure 11-26
Le widget eBay présente des produits en rapport avec le terme de recherche indiqué dans l'interface de configuration.

Une fois tous les champs obligatoires renseignés, la section *Code généré* donne accès au code JavaScript à placer dans la colonne latérale.

Autres sources de revenus

Articles sponsorisés

Sujet parfois tabou, la sponsorship d'articles est une pratique désormais répandue sur la blogosphère. Ayant perçu l'importance et l'influence de ce média auprès des jeunes et des cadres supérieurs, les marques ont élargi le spectre de leurs relations presse en y incluant les blogs. Les blogueurs se retrouvent ainsi invités aux présentations et reçoivent les dossiers de presse.

Les blogueurs peuvent alors adopter différentes attitudes en recevant ces offres :

- les ignorer ;
- en parler s'ils sont convaincus par le produit ;
- les critiquer s'ils n'adhèrent pas au concept ;
- diffuser l'information car ils y trouvent leur compte.

Cette dernière possibilité, qui peut sembler choquante a priori, devient acceptable lorsqu'elle est réalisée dans les règles de l'art. Indiquer clairement que l'article est la reprise d'un communiqué de presse en utilisant le terme « article sponsorisé » dans le titre, parmi les mots-clefs ou les catégories est une marque de transparence indispensable vis-à-vis d'un lectorat souvent désabusé par le manque d'objectivité des médias traditionnels. Le pourcentage d'articles sponsorisés dans le flot d'articles doit bien évidemment rester suffisamment faible pour ne pas risquer d'altérer l'image du blog.

TENDANCES Le blogueur à la mode

Preuve incontestable des transferts d'influence, les blogueurs en vue de la planète « fashion » (Tavi Gevinson, Bryan Boy, etc.) commencent à obtenir les sacro-saintes places aux premiers rangs des défilés.

COMMUNICATION E-Relations Presse

Toutes les grandes agences de communication disposent aujourd'hui d'un pôle spécialisé dans la diffusion de communiqués (kits interactifs) auprès des blogueurs considérés comme influents.



[Article Sponsorisé]: Réservez votre domaine .tel avec Digitrad

dimanche 05 avril 2009 à 20:24 PDT - by Aziz Haddad

3 Commentaires

Digitrad, opérateur de services télécom vient de lancer le 24 mars dernier sa nouvelle offre centrée sur la nouvelle [technologie .tel](#).

Dans son offre de services **yes.tel**, Digitrad associe donc désormais à une identité numérique un service de convergence novateur en matière de télécommunications. Convergence dans la mesure où chaque nouvelle abonné Yes.tel bénéficie également d'un numéro de téléphone dans le pays de son choix ainsi que d'une adresse email personnalisée (bénéficiant d'un filtre anti spam évolué)

Votre **.tel** devient ainsi votre carte de visite définitive et évolutive, un véritable agrégateur de votre identité (virtuelle: MySpace, Facebook, LinkedIn,... mais aussi réelle: tél, adresse,...). Il suffit de communiquer votre adresse .tel à vos contacts et peu importe que changiez ou pas d'adresse email, de numéro de téléphone ou encore de coordonnées géographiques, les informations sont automatiquement répercutées en temps réel pour l'ensemble de vos contacts.

Figure 11-27
Article sponsorisé sur <http://fr.mashable.fr>

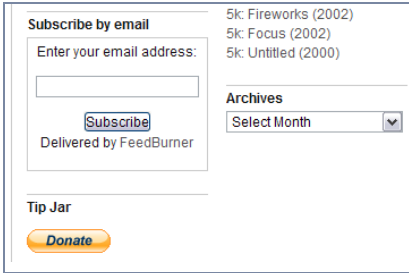


Figure 11-29
Le bouton Donate permet de faire un don à l’auteur du blog.

Figure 11-30
L’interface PayPal permet de préciser le montant du don.

Recevoir des dons

La culture du don est un mouvement (*Love money*) très ancré et répandu sur le Web. Wikipédia préfère, par exemple, faire appel chaque année à la générosité de ses lecteurs plutôt que de dégrader ses pages avec de la publicité. Dans le domaine du logiciel, de nombreux développeurs se passent de licences commerciales en faisant le choix de solliciter une aide financière de leurs utilisateurs, comme c’est le cas pour le logiciel gratuit Xming. Ce mode de fonctionnement permet d’assurer une notoriété et une diffusion maximales.

Donations

Without updating equipment my Xming development can't continue or advance, hence this hardware funding initiative...

[Make a Donation](#)

Dans le cadre d’un blog disposant d’une communauté suffisamment importante, les dons peuvent représenter un revenu complémentaire non négligeable.

Cette solution est d’autant plus intéressante que le service de paiement en ligne PayPal rend sa mise en œuvre extrêmement simple. Une fois inscrit sur le site paypal.com, le blogueur peut accéder à la rubrique [Dons](#) en

passant par l'onglet *Solutions e-commerce*. Il dispose alors d'une interface pour personnaliser le don.

▼ Etape 1 : Choisissez le type de bouton et saisissez les détails du paiement

Accepter des paiements pour

Dons

[Afficher un exemple de bouton](#)

Nom/service de l'organisation

ID du don (facultatif) [Qu'est-ce que c'est ?](#)

Personnaliser le bouton

Vue de l'acheteur

Personnaliser l'apparence

☒ Bouton PayPal

☒ Utiliser un bouton plus petit

☐ Afficher les logos des cartes

Pays et langue du bouton

France - Français

☐ Utiliser votre propre image de bouton

[Qu'est-ce que c'est ?](#)

Faire un don

Devise

EUR

Montant de la cotisation

☒ Les donateurs saisissent le montant de leur cotisation.

☐ Les donateurs offrent un montant fixe.

Notifications de transaction [En savoir plus](#)

☒ Utiliser mon identifiant de compte marchand sécurisé

☐ Utiliser mon adresse email PayPal txbois@gmail.com

► Etape 2 : Enregistrez vos boutons (facultatif)

► Etape 3 : Fonctions de paiement (facultatif)

Figure 11–31
L'interface permet, par exemple, de définir si le don est libre ou d'un montant fixe.

Une fois le paramétrage terminé, le bouton *Créer le bouton* permet de récupérer le code HTML qui peut être placé, à l'aide du widget Text, en bas de la barre latérale.



Figure 11–32
Ajout du bouton de don dans la barre latérale

Vendre des produits

De nombreuses extensions permettent de transformer un blog Word-Press en une boutique e-commerce. Cette solution est particulièrement intéressante pour un blogueur qui souhaite mettre en vente quelques produits et qui n'a pas les moyens d'investir dans le développement d'un site e-commerce dédié.

► <http://www.instinct.co.nz/e-commerce/>

L'extension la plus avancée dans ce domaine est WP e-Commerce. Une fois cette extension installée et activée, l'espace d'administration se dote d'une rubrique *Products* utilisée pour enregistrer les produits mis en vente sur le site.

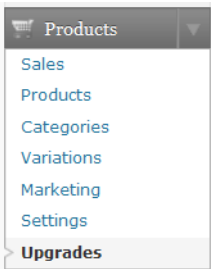


Figure 11-33
Menu WP e-Commerce

L'extension tire parti de la colonne latérale en proposant de nombreux widgets.

- Latests products, pour mettre en avant les derniers produits ajoutés à la boutique ;
- Shopping cart, responsable de l'affichage du panier ;
- Product categories, pour lister les différentes catégories associées aux produits.

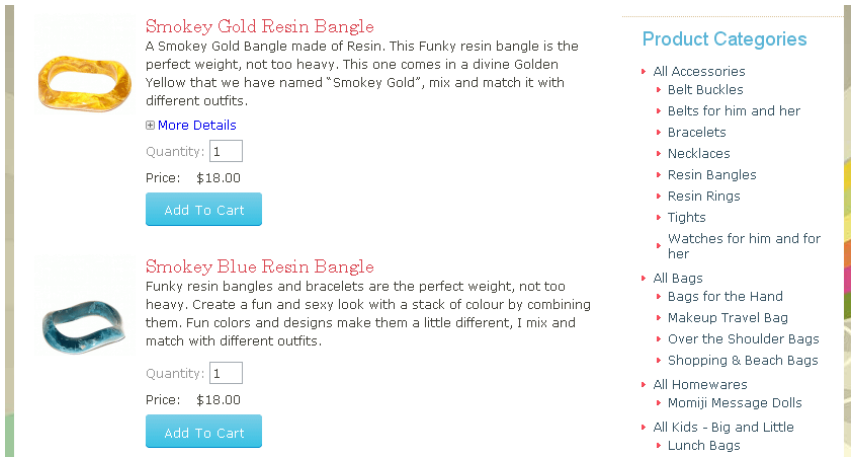


Figure 11-34
Le bouton Add To Cart permet d'ajouter l'article au panier.



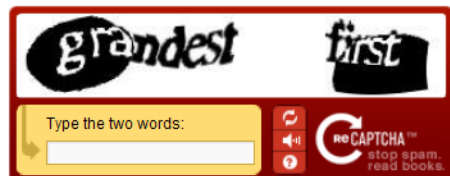
chapitre 12

Laisser un commentaire

Connecté en tant que [admin](#). [Se déconnecter ?](#)

Commentaire

Vous pouvez utiliser ces balises et attributs HTML : `` `<abbr title="">` `<acronym title="">` `` `<blockquote cite="">` `<cite>` `<code>` `<del datetime="">` `` `<i>` `<q cite="">` `<strike>` ``



Laisser un commentaire

Spam et sécurité

La sécurité a longtemps été un point faible de WordPress. Il convient encore aujourd'hui d'être vigilant et de mettre en œuvre toutes les bonnes pratiques pour bien protéger son blog.

SOMMAIRE

- ▶ Mettre à jour WordPress
- ▶ Se protéger contre les pirates
- ▶ Réaliser une sauvegarde
- ▶ Lutter contre le spam

MOTS-CLEFS

- ▶ sécurité
- ▶ spam
- ▶ mot de passe
- ▶ mise à jour
- ▶ sauvegarde
- ▶ captcha
- ▶ cryptographie
- ▶ SSL
- ▶ Akismet

Mises à jour WordPress.com

Les utilisateurs de WordPress.com n'ont pas à se soucier des problématiques de mise à jour dans la mesure où ces dernières sont réalisées automatiquement.

Les virus informatiques n'avaient à l'origine qu'un seul objectif : bloquer l'ordinateur de la victime. Depuis quelques années, les pirates ont changé de terrain de jeux pour s'attaquer au Web. L'intérêt pour eux est bien supérieur, car leurs exactions sont désormais synonymes de profits. Plutôt que de détruire les serveurs sur lesquels ils se sont introduits, les pirates du Web préfèrent y installer des outils espions pour les contrôler à distance. Ces serveurs compromis (qualifiés de « zombies ») peuvent alors être utilisés pour relayer des millions d'e-mails (*spams*) ou lancer des attaques contre des sites ou des infrastructures informatiques (attaques par déni de service).

Sécurité : protéger son blog contre les attaques

Les pirates n'identifient pas leurs proies de façon laborieuse en testant manuellement les serveurs les uns après les autres. Ils préfèrent utiliser des outils capables de tester en quelques minutes des centaines de vulnérabilités sur des milliers de serveurs. Les pirates ne prêtent finalement aucune attention aux serveurs et aux sites auxquels ils s'attaquent. Tout serveur sur le Web peut ainsi devenir leur cible.


Espérer passivement que le blog ne sera pas la cible d'une attaque est illusoire. Une attitude plus constructive consiste à mettre en œuvre la meilleure des protections : maintenir son installation de WordPress à jour et sauvegarder régulièrement ses données. À ce titre, il est vivement conseillé d'effectuer toutes les mises à jour existantes, car chacune d'elles apporte son lot de corrections et d'évolutions.

Mettre à jour un blog et ses extensions

Le blogueur peut très facilement vérifier que son blog est à jour en accédant à la rubrique *Tableau de bord > Mises à jour*. Elle regroupe les mises à jour du moteur ainsi que celles des extensions et des thèmes.

Dès qu'une mise à jour du moteur est disponible, WordPress affiche automatiquement un message d'alerte sur tous les écrans de l'espace d'administration.

Le lien *Pensez à faire la mise à jour* amène vers l'écran *Tableau de bord > Mises à jour*.



Mises à jour de WordPress

Vous avez la dernière version de WordPress.

Vous utilisez la dernière version de WordPress. Vous n'avez pas besoin de faire de mise à jour. Cependant, si vous souhaitez réinstaller la version 3.0.1-fr_FR, vous pouvez le faire automatiquement, ou télécharger l'archive pour l'installer vous-même :

[Réinstaller automatiquement](#) [Télécharger la version 3.0.1-fr_FR](#) [Masquer cette mise à jour](#)

Vous utilisez la dernière version de WordPress. Vous n'avez pas besoin de faire de mise à jour. Cependant, si vous souhaitez réinstaller la version 3.0.1-en_US, vous pouvez le faire automatiquement, ou télécharger l'archive pour l'installer vous-même :

[Réinstaller automatiquement](#) [Télécharger la version 3.0.1-en_US](#)

Vous êtes sur le point d'installer WordPress 3.0.1 **en anglais**. Il se peut que cette mise à jour ne fonctionne pas avec la traduction de WordPress dont vous disposez. Vous devriez sans doute patienter, le temps que la mise à jour soit officiellement traduite en français.

Durant le processus de mise à jour, votre site sera en mode de maintenance. Dès que le processus sera achevé, votre site sera à nouveau accessible.

Extensions

Vos extensions sont déjà toutes à jour.

Thèmes

Vos thèmes sont tous à jour.

Figure 12-1
L'installation de WordPress est à jour.

[WordPress 3.0.1](#) est disponible ! [Pensez à faire la mise à jour.](#) [Options de l'écran](#) [Aide](#)




Tableau de bord

Figure 12-2
Une mise à jour est disponible.

Aujourd'hui

Contenu	Discussion
6 Articles	5 Commentaires
2 Pages	2 Approuvés
1 Catégorie	2 En attente
0 Mot-clef	1 Indésirable

Thème **Twenty Ten** avec 3 widgets [Changer de thème](#)

Vous utilisez **WordPress 3.0.** [Mettre à jour vers la version 3.0.1](#)

Figure 12-3
La section Aujourd'hui indique qu'une mise à jour est disponible.

Figure 12–4
Le moteur, deux extensions ainsi qu’un thème peuvent être mis à jour.

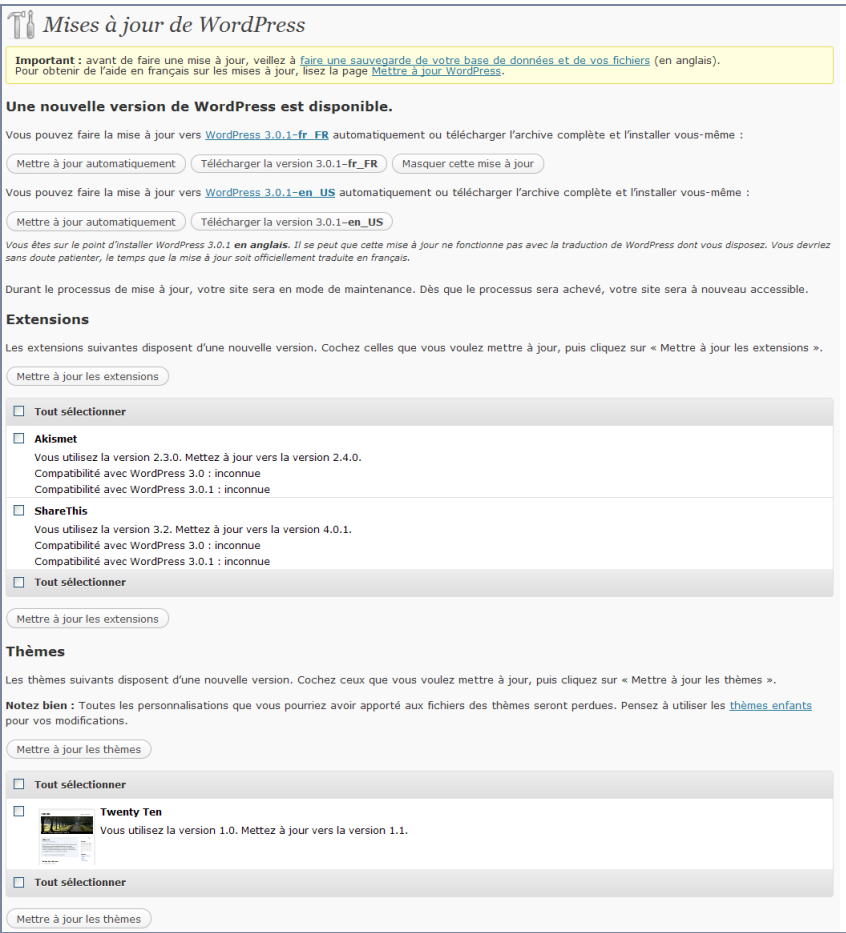
CONSEIL Migration 2.X vers 3

Une sauvegarde de données est d’autant plus conseillée dans le cas d’une mise à jour majeure (par exemple, lors du passage de WordPress 2.X à WordPress 3).

ASTUCE Avertissements

La page suivante propose aux blogueurs deux moyens complémentaires d’être avertis de la disponibilité de nouvelles versions de WordPress : une lettre de diffusion et un flux RSS spécifiques.

► <http://wordpress.org/download/>



WordPress conseille à très juste titre de sauvegarder les données avant de procéder à la mise à jour (les problématiques de sauvegarde sont détaillées ci-dessous). Une fois cette sauvegarde effectuée, la mise à jour est réalisée d’un simple clic sur le bouton *Mettre à jour automatiquement* (version *fr_FR* s’il s’agit d’une version française de WordPress). L’opération est assez longue et ne doit surtout pas être interrompue : il convient par conséquent de ne pas changer de page et de ne pas cliquer sur les boutons *Arrêter* ou *Actualiser* du navigateur.

Les mises à jour de thèmes et d’extensions sont tout aussi importantes, dans la mesure où une faille de sécurité dans un thème ou une extension peut faire autant de dégâts qu’une faille du moteur.



Mettre à jour WordPress

Téléchargement de la mise à jour depuis http://fr.wordpress.org/wordpress-3.0.1-fr_FR.zip...

Décompression de la mise à jour...

Vérification des fichiers décompressés...


Installation de la dernière version...

Mise à jour de la base de données...

WordPress a bien été mis à jour

Actions : [Aller sur le tableau de bord](#)

Figure 12–5
WordPress affiche un message de confirmation présentant les opérations réalisées pendant la mise à jour.



Mettre à jour les extensions

Le processus de mise à jour se lance. Il peut prendre un certain temps chez certains hébergeurs, merci donc pour votre patience.

Activation du mode maintenance...

Mise à jour de l'extension Akismet (1/8)

Akismet a bien été mis à jour. [Afficher les détails.](#)

Mise à jour de l'extension All in One SEO Pack (2/8)

All in One SEO Pack a bien été mis à jour. [Afficher les détails.](#)

Mise à jour de l'extension Contact Form 7 (3/8)

Figure 12–6
Mise à jour de plusieurs extensions

Lorsqu'une extension dispose d'une nouvelle version, un indicateur apparaît au niveau du menu *Extensions*. L'extension périmée est accompagnée d'un message d'avertissement ainsi que de deux liens permettant de visualiser la page de l'extension et de la mettre à jour.

Extension	Description
<input type="checkbox"/> Akismet	Akismet checks your comments against the Akismet web service to see if they look like spam or not. You need an API key to use it. You can review the spam it catches under "Comments." To show off your Akismet stats just put <code><?php akismet_counter(); ?></code> in your template. See also: WP Stats plugin .

Activer | Modifier | Supprimer

Version 2.3.0 | Par Automattic | [Aller sur le site de l'extension](#)

Une nouvelle version de Akismet est disponible. [Afficher les détails de la version 2.4.0](#) ou [lancer la mise à jour automatique.](#)

Figure 12–7 Sept mises à jour d'extensions sont disponibles.

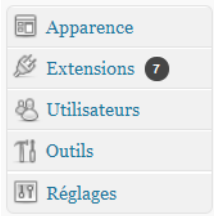


Figure 12–8
L'extension Akismet peut être mise à jour.

Figure 12-9
L'onglet Changelog permet de suivre les évolutions de l'extension.



Sauvegarder ses données

Un principe essentiel de l'informatique consiste à réaliser des sauvegardes régulières de ses données. Un blog, qui représente une somme très importante de travail, ne doit surtout pas déroger à cette règle.

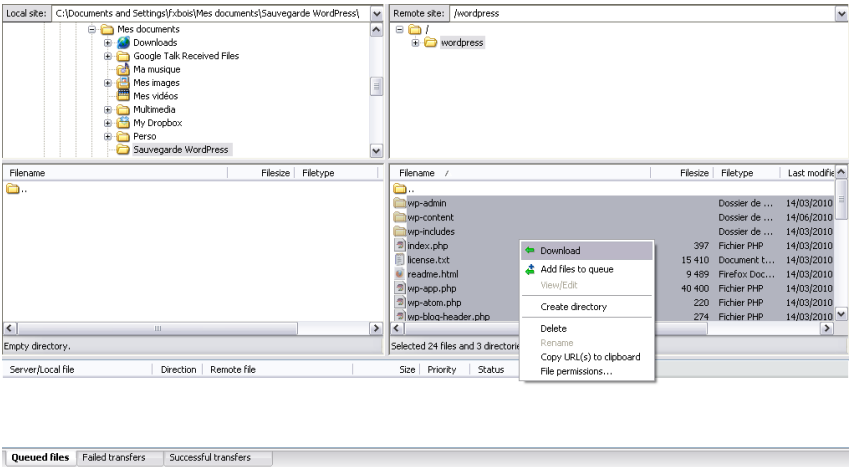


Figure 12-10
Sauvegarde de l'intégralité des fichiers du blog

Deux types de données sensibles doivent plus particulièrement être sauvegardées :

- le contenu de la base de données (articles, pages, menus, catégories, tags, etc.) ;

- les fichiers transférés sur le serveur (images, vidéos, thèmes, extensions, etc.).

La sauvegarde des fichiers est une opération simple. En utilisant son client FTP, le blogueur peut récupérer sur son disque dur l'intégralité des fichiers contenus dans le répertoire d'installation de WordPress.

Il existe deux méthodes pour sauvegarder les données de la base.

L'outil d'export WordPress

La solution la plus simple pour sauvegarder le contenu de la base consiste à passer par l'interface d'export *Outils>Exporter*. Le bouton *Télécharger le fichier d'export* déclenche le téléchargement d'une archive de l'intégralité des contenus : articles, pages, commentaires, catégories, mots-clefs. Des filtres permettent toutefois de restreindre l'étendue de la sauvegarde.

Filtres

Date de début

Toutes les dates

Date de fin

Toutes les dates

Auteurs

Tous les auteurs

Catégories

Tous les termes

Types de contenu

Tout le contenu


États

Tous les états

Télécharger le fichier d'export

Figure 12–11
Export des données au format XML

Depuis la version 3 de WordPress, la restauration des données nécessite l'installation de l'extension WordPress Importer. Une fois l'option *WordPress* sélectionnée dans la rubrique *Outils>Importer*, un formulaire permet d'importer l'archive précédemment téléchargée.



Importation depuis WordPress

Salutations ! Mettez en ligne votre fichier WordPress eXtended RSS (WXR), et nous importerons vos articles, pages, commentaires, champs personnalisés, catégories et mots-clefs dans ce blog.

Choisissez un fichier WordPress WXR à utiliser, puis cliquez sur Envoyer le fichier et l'importer.

Choisissez un fichier sur votre ordinateur : (Taille maximale : 2MB)

Parcourir...

Envoyer le fichier et l'importer

Figure 12–12
Importation d'un fichier
de sauvegarde WordPress

Rappel Quelle base de données ?

La base de données liée au blog est celle qui avait été indiquée au moment de l’installation de WordPress.

Piège Exporter une base de données

Le menu d’export de base de données n’est présent que si une base (et non une table) est sélectionnée dans le menu de gauche.

La sauvegarde manuelle

Cette solution est légèrement plus complexe mais présente l’avantage de sauvegarder absolument toute la base de données, qu’il s’agisse des contenus (articles, pages, commentaires, etc.) ou des éléments plus atypiques tels que les paramètres de configuration ou les comptes d’utilisateurs. Une restauration du blog à l’identique devient alors possible.

Ce type de sauvegarde repose sur l’utilisation de phpMyAdmin. L’accès à cet outil en ligne fait partie des éléments transmis par l’hébergeur au moment de l’ouverture du compte.

La colonne de gauche présente toutes les bases de données auxquelles le blogueur a accès. La sélection de la base liée au blog affiche sur la droite la liste des tables qu’elle contient.

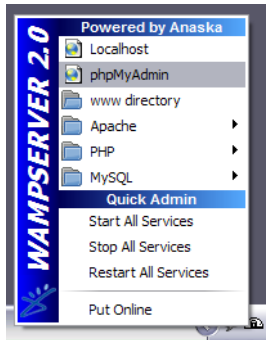


Figure 12–13
Ouverture de phpMyAdmin

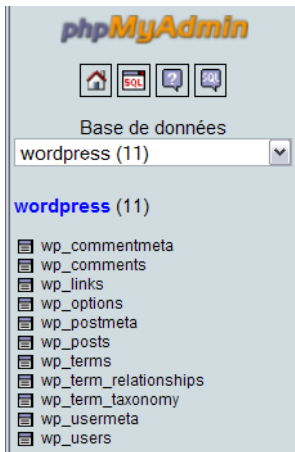


Figure 12–14
Tables utilisées par WordPress

Le menu horizontal situé au-dessus de la liste propose un onglet *Exporter*.

Figure 12–15
Onglet Exporter



Différents paramètres doivent être adaptés avant de procéder à l’export. Toutes les tables commençant par *wp_* doivent être sélectionnées. Le mode d’export privilégié est *SQL*. Dans l’espace *Options*, les cases *Structure*, *Ajouter DROP TABLE/VIEW/PROCEDURE/FUNCTION/EVENT* et *Données* doivent être cochées alors que *Ajouter IF NOT EXISTS* doit être décoché. La case à cocher *Transmettre*, dans le bloc du bas, doit également être cochée et la compression *zippé* activée. L’outil permet alors de récupérer une archive complète de la base.

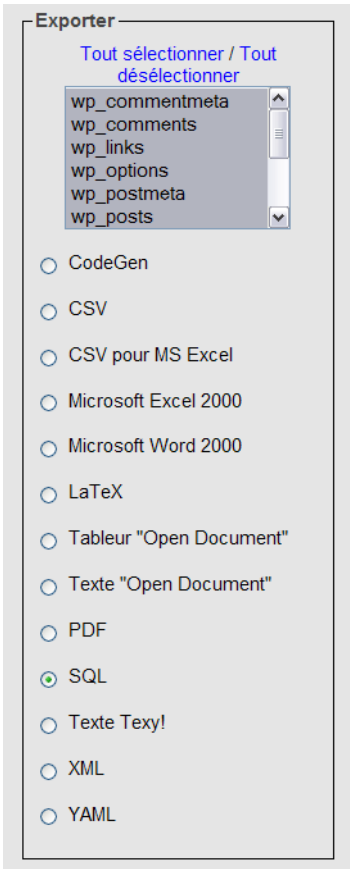


Figure 12-16
Sélection des tables et du format d'export

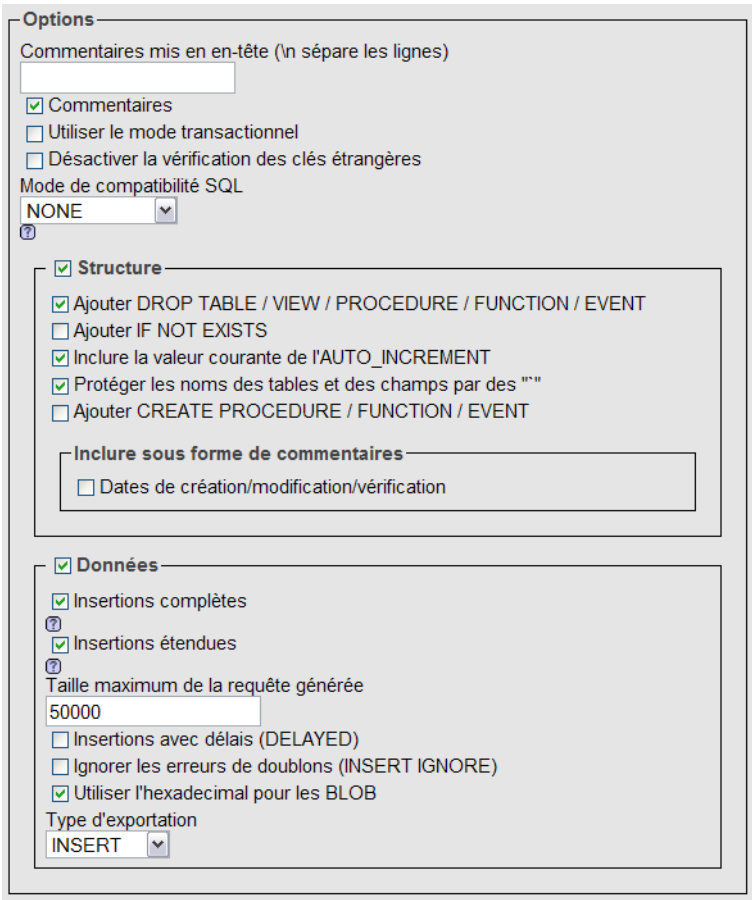


Figure 12-17
Précisions sur l'export

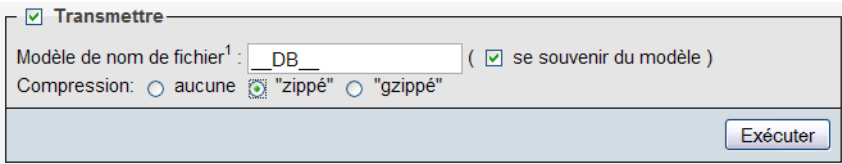
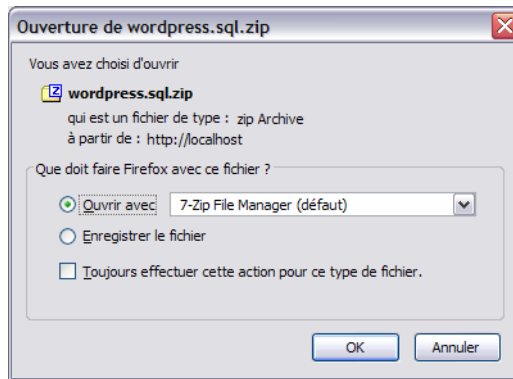


Figure 12-18
La compression des données accélère le transfert.

L'opération d'import est beaucoup plus simple. L'onglet *Importer* du menu horizontal donne accès au formulaire d'importation qui permet de sélectionner le fichier qui avait été généré au moment de l'export. L'importation est déclenchée en cliquant sur le bouton *Exécuter* situé en bas du formulaire.

Figure 12-19
Téléchargement de l'archive



Autres pistes

D'autres techniques peuvent être mises en œuvre pour renforcer la sécurité du blog.

Identifiant et mot de passe

Un autre principe de sécurité très important sur le Web consiste à éviter les mots de passe faciles à deviner. Sachez qu'un mot de passe ne doit jamais correspondre à un terme du langage courant : mot du dictionnaire, prénom, marque, etc.

Il doit idéalement être composé d'au minimum huit caractères et contenir des caractères spéciaux tels que des chiffres ou des signes de ponctuation.

Un utilisateur a toujours la possibilité de modifier son mot de passe en accédant à la rubrique *Utilisateurs > Votre profil*. Un indicateur visuel permet de se rendre compte de la relative sûreté du nouveau mot de passe. Le but est bien évidemment d'obtenir une jauge verte qui indique un niveau de sûreté élevé.



Figure 12-20
Le niveau de sécurité va de « Très faible » (rouge) à « Forte » (vert).

Depuis la version 3, WordPress permet, dès l'installation, de spécifier l'identifiant de l'administrateur principal du blog. Ce changement est important, car très peu de blogueurs prenaient auparavant le temps de modifier l'identifiant proposé par défaut : `admin`. En choisissant un identifiant sortant de l'ordinaire, le blogueur rend d'autant plus difficile toute attaque visant à usurper ses identifiants de connexion.

Identifiant

Les identifiants doivent contenir uniquement des caractères alphanumérique, espaces, tiret bas, tiret, points et le symbole @.

Mot de passe, deux fois

Un mot de passe vous sera automatiquement généré si vous laissez ce champ vide.

Forte

Conseil : votre mot de passe devrait faire au moins 7 caractères de long. Pour le rendre plus sûr, utilisez un mélange de majuscules, de minuscules, de chiffres et de symboles comme ! " ? \$ % ^ &).

Figure 12–21
Le blogueur peut choisir son identifiant dès la phase d’installation.

Utiliser le protocole SSL

Certaines adresses de sites commencent par [https://](#) plutôt que par un traditionnel [http://](#). Ce mode sécurisé repose sur l’utilisation du protocole SSL (*Secure Sockets Layer*) pour crypter les échanges entre le navigateur et le serveur web. Sans SSL, un pirate qui se trouverait sur le même réseau que le blogueur pourrait espionner ces échanges et observer l’identifiant et le mot de passe. Avec une couche SSL, le pirate se retrouve dans l’incapacité de procéder à ce type d’attaque.

La mise en œuvre du SSL impose :

- de disposer d’un certificat SSL ;
- une modification au niveau de la configuration du serveur HTTP (Apache).

Ces interventions, plutôt délicates, sont généralement confiées à l’hébergeur.

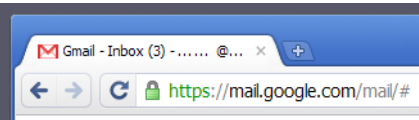


Figure 12–22
Les navigateurs affichent un cadenas lorsque le site dispose du SSL.

Lutter contre le spam

Comme il est mentionné au chapitre 10, le nombre de liens pointant vers un site est extrêmement important pour obtenir un bon *ranking* et un bon référencement. L’une des activités favorites des référenceurs spammeurs consiste à chercher sur le Web tous les emplacements pouvant accueillir leurs liens. Les commentaires de blogs font partie de leurs cibles.

WordPress a réagi à cette dérive en faisant en sorte que ces liens soient automatiquement ignorés par les moteurs de recherche.

EN PRATIQUE Acheter un certificat

Un certificat SSL est payant ; des sites, tels que ceux cités ci-après, proposent des certificats standards autour de 100 euros.

▶ <http://www.verisign.com>

▶ <http://www.thawte.com>

▶ <http://tbs-certificats.com>

LE SAVIEZ-VOUS ? **nofollow**

Un lien peut être ignoré par un moteur de recherche lorsqu’il dispose de l’attribut `rel="nofollow"`.

Figure 12-23
L'interface de dépôt de commentaire permet à l'auteur d'indiquer son site web.

Figure 12-24
Le pseudonyme est cliquable et amène vers le site renseigné dans le formulaire de commentaire.

Laisser un commentaire

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Nom *

Adresse de contact *

Site web


Commentaire

hé hé ... un lien de gagné

Vous pouvez utiliser ces balises et attributs HTML : <abbr title=""> <acronym title=""> <blockquote cite=""> <cite> <code> <del datetime=""> <i> <q cite=""> <strike>

Laisser un commentaire

Bob dit :
5 mai 2010 à 19 h 22 min (Modifier)



hé hé ... un lien de gagné

Au-delà de l'aspect maillage pour le référencement, un commentaire est également une tribune pour un spammeur qui souhaite faire de la publicité pour une offre commerciale. Des robots informatiques sont spécialement conçus pour ajouter de façon automatique un même message sur des centaines de milliers de blogs.

Le blogueur doit rester extrêmement vigilant face à cette menace et mettre en œuvre toutes les techniques possibles pour protéger son blog.

Paramétrage des commentaires

Une des techniques les plus triviales pour détecter le caractère douteux d'un contenu consiste à vérifier si des termes inappropriés sont utilisés. Par exemple, si le mot « viagra » apparaît dans un commentaire, il s'agit très certainement d'un spam.

La rubrique [Réglages > Discussions](#) donne la possibilité au blogueur de renseigner deux listes de mots-clefs inappropriés (*blacklist*). La première passe le statut du commentaire en [À modérer](#) et la seconde en *Indésirable*.

Cette interface propose une seconde heuristique de détection de spam : si au moins deux liens sont détectés dans un commentaire, celui-ci est passé en [À modérer](#). Cette valeur de deux est paramétrable.

Dans le cadre d’une modération a posteriori, un schéma assez pertinent consiste à ne publier automatiquement un commentaire que lorsque son auteur a déjà vu un de ses commentaires préalablement accepté. Les spams sont en effet déposés pour la plupart par des robots qui, de par leur nature, sont incapables de proposer un commentaire cohérent vis-à-vis de l’article.

Avant la publication d'un commentaire

☐ Un administrateur doit toujours approuver le commentaire
☒ L'auteur d'un commentaire doit avoir déjà au moins un commentaire approuvé

Modération de commentaires

Garder un commentaire dans la file d'attente s'il contient plus de lien(s) (une des caractéristiques typiques d'un commentaire indésirable (spam) est son nombre important de liens)

Lorsqu'un commentaire contient l'un de ces mots dans son contenu, son nom, son adresse web, son adresse de messagerie, ou son IP, celui-ci est retenu dans la [file de modération](#). Un seul mot ou une seule IP par ligne. Cette fonction reconnaît l'intérieur des mots, donc « press » suffira pour reconnaître « WordPress ».

casino

Liste noire pour les commentaires

Lorsqu'un commentaire contient l'un de ces mots dans son contenu, nom, adresse web, adresse de messagerie, ou IP, le marquer comme indésirable. Un seul mot ou IP par ligne. Il reconnaît l'intérieur des mots, donc « press » suffira pour reconnaître « WordPress ».

viagra

L'extension Akismet

Akismet est une extension développée par Automattic qui permet de lutter très efficacement contre le spam. Elle est incluse par défaut dans WordPress depuis la version 2.0. L'extension nécessite une clef API pour fonctionner.

Une fois activée, l'extension Akismet transmet automatiquement le contenu de chaque nouveau commentaire sur un serveur central, qui effectue une batterie de tests et retourne son jugement. S'il est détecté comme spam, le message est automatiquement marqué comme *Indésirable*. La

À SAVOIR Le français facilite la lutte contre le spam

Vis-à-vis du spam, le fait d'être écrit en français est un avantage pour un blog. La plupart des messages de spam étant rédigés en anglais, il est possible d'indiquer énormément de termes anglais sans prendre trop de risque d'erreur de détection (ou *faux positifs*).

Figure 12–25
Différents paramètres permettant d'influencer la lutte contre le spam

EN PRATIQUE Un bouclier efficace

Akismet détecte approximativement 17 millions de spams par jour.

CONSEIL Prudence

Il est préférable d'attendre un peu avant d'activer la suppression automatique des spams par Akismet. La façon de rédiger de vos lecteurs et Akismet ne font peut être pas bon ménage.

<http://www.google.com/recaptcha>

TECHNOLOGIES

reCAPTCHA et Google

En faisant l'acquisition de reCAPTCHA en 2009, Google a pu améliorer sensiblement l'outil de reconnaissance optique de caractères (OCR) utilisé notamment dans le cadre des projets Google Livres et de Google Documents. Quoi de mieux en effet que l'avis de millions d'êtres humains sur des mots non reconnus par un logiciel ?

Figure 12-26
Interface de configuration d'Akismet

Clef d'API WordPress.com

Cette clef est valide.

19fc93ba

(Qu'est-ce que c'est ? (en anglais))

☐ Supprimer automatiquement les commentaires indésirables des articles datant de plus d'un mois.

Mettre à jour les options »

Connectivité serveur

Tous les serveurs Akismet sont disponibles.

Akismet fonctionne correctement. Tous les serveurs sont accessibles.

Serveur Akismet	État du réseau
72.233.69.2	Aucun problème
66.135.58.62	Aucun problème
66.135.58.61	Aucun problème
72.233.69.3	Aucun problème

Vérifié pour la dernière fois il y a 1 minute.

Vérifier l'état du réseau »

Captcha

L'ajout d'un captcha au formulaire de dépôt de commentaire est une autre technique efficace pour protéger le blog contre le spam.

Le service reCAPTCHA est une solution de référence dans ce domaine. En plus de sa grande performance, il a l'avantage de disposer de deux fonctionnalités particulièrement intéressantes :

- l'accessibilité pour les malvoyants grâce à un système de lecture des lettres présentes dans l'image ;
- la possibilité d'obtenir une nouvelle image lorsque cette dernière n'est pas suffisamment lisible.

L'extension WP-reCAPTCHA fournit la mise en œuvre de ce type de protection. Une fois installée et activée, l'extension requiert l'indication de deux clefs, qui peuvent être obtenues gratuitement en suivant le lien *free reCAPTCHA key*.

Update Options »

reCAPTCHA Keys

reCAPTCHA requires an API key, consisting of a "public" and a "private" key. You can sign up for a [free reCAPTCHA key](#).

Public Key: 6Lc53LoSAAAAAKMf_XF4PPYnrCh

Private Key: 6Lc53LoSAAAAAOd2b0B4QfwmM

Comment Options

☒ Enable reCAPTCHA for comments.

☐ Hide reCAPTCHA for **registered** users who can: All registered users

Theme: Red

Tab Index (e.g. WP: 5, WPMU: 3): 5

Registration Options

☒ Enable reCAPTCHA on registration form.

Theme: Red

Error Messages

The following are the messages to display when the user does not enter a CAPTCHA response or enters the incorrect CAPTCHA response.

No response entered:
ERROR: Please fill in the reCAPTCHA form.

Incorrect response entered:
ERROR: That reCAPTCHA response was incorrect.

General Settings

Language: English

☐ Be XHTML 1.0 Strict compliant. **Note:** Bad for users who don't have Javascript enabled in their browser (Majority do).

Figure 12–27
Interface de configuration de l’extension reCAPTCHA

L’interface de configuration permet :

- de modifier la langue du captcha (*Language*) ;
- de faire en sorte que les utilisateurs authentifiés (ou disposant d’un rôle particulier) n’aient pas à renseigner le captcha (*Comment Options*).

Laisser un commentaire

Connecté en tant que [admin](#). [Se déconnecter ?](#)

Commentaire

Vous pouvez utiliser ces balises et attributs [HTML](#) : <abbr title=""> <acronym title=""> <blockquote cite=""> <cite> <code> <del datetime=""> <i> <q cite=""> <strike>

grandest

first

Type the two words:

no CAPTCHA

stop spam.
read books.

Laisser un commentaire














































































Figure 12–28
Formulaire de dépôt de commentaire protégé par un captcha

315

13

chapitre

StructureSQLRechercherRequêteExporterImporterOpérationsPrivilègesSupprimer

	Table	Action	Enregistrements ¹	Type	Interclassement	Taille	Perte
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_commentmeta	      	2	MyISAM	utf8_general_ci	10,1 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_comments	      	6	MyISAM	utf8_general_ci	7,1 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_links	      	8	MyISAM	utf8_general_ci	3,8 Kio	52 o
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_options	      	152	MyISAM	utf8_general_ci	493,1 Kio	218,2 Kio
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_postmeta	      	39	MyISAM	utf8_general_ci	17,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_posts	      	34	MyISAM	utf8_general_ci	34,3 Kio	14,1 Kio
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_terms	      	5	MyISAM	utf8_general_ci	11,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_term_relationships	      	45	MyISAM	utf8_general_ci	3,9 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_term_taxonomy	      	5	MyISAM	utf8_general_ci	4,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_usermeta	      	20	MyISAM	utf8_general_ci	11,8 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/>	wp_users	      	1	MyISAM	utf8_general_ci	4,1 Kio	-
11 table(s)		Somme	317	MyISAM	latin1_swedish_ci	600,6 Kio	232,3 Kio

Tout cocher / Tout décocher / Cocher tables avec pertes

Version imprimable

Dictionnaire de données

Créer une nouvelle table sur la base **wordpress**

Nom: Nombre de champs:

Pour la sélection :

Pour la sélection :

Vider

Supprimer

Version imprimable

Vérifier la table

Optimiser la table

Réparer la table

Analyser la table

Exécuter

Améliorer les performances

La satisfaction d'un nouveau visiteur dépend de façon non négligeable de la vitesse de chargement des pages du blog. Or, utilisé dans le cadre d'un blog à fort trafic, WordPress peut vite souffrir de certaines lenteurs. Voyons les différentes techniques qui permettent d'améliorer ses performances.

SOMMAIRE

- ▶ Politique de cache
- ▶ Compression de données
- ▶ Optimisation PHP et MySQL

MOTS-CLEFS

- ▶ performance
- ▶ optimisation
- ▶ base de données
- ▶ compression de données
- ▶ cache

EN CHIFFRES Répercussions de la vitesse de chargement sur le trafic

- **Amazon** : une augmentation de 100 millisecondes provoque une baisse des ventes de 1 %.
- **Yahoo!** : une augmentation de 400 millisecondes entraîne une chute de trafic de 5 à 9 %.
- **Google** : 500 millisecondes peuvent entraîner jusqu'à 20 % de recherches en moins.

À une époque où l'instantanéité est essentielle, les internautes ne supportent pas de patienter pour accéder à un contenu. Les statistiques ci-contre permettent de constater à quel point l'optimisation de la vitesse d'affichage peut avoir des répercussions importantes.

Le référencement du blog peut également pâtir d'une lenteur d'affichage. C'est pourquoi Google prend désormais cet aspect en compte pour calculer la qualité d'un site en termes de réactivité.

Il ne s'agit pas dans ce chapitre d'entrer dans les détails techniques liés à ces optimisations, mais de présenter les différentes techniques existantes. Ces opérations étant le plus souvent complexes, il est vivement conseillé de faire appel à l'hébergeur pour réaliser ces modifications de paramétrage.

Le système de cache

Toute page web est écrite en langage HTML. Un webmaster qui souhaite concevoir une page aura la possibilité d'écrire sa page directement en HTML dans un éditeur ou de passer par un logiciel de composition de pages web tel qu'Adobe Dreamweaver.

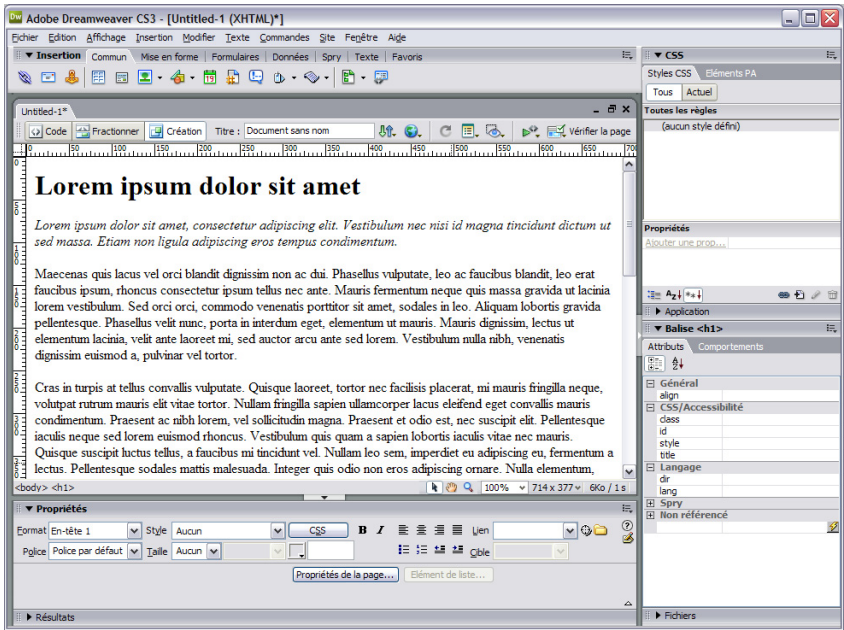


Figure 13-1
Interface de Dreamweaver

Envisageable dans le cadre de petits sites événementiels ou personnels, la conception manuelle de pages devient tout à fait inadaptée pour des sites disposant de milliers de pages.

Les sites dynamiques

C'est à ce moment qu'intervient le couple le plus séduisant du web : MySQL et PHP. MySQL est un serveur de bases de données ; son rôle est d'enregistrer et de restituer des données de la façon la plus rapide possible.

Dans le cadre de WordPress, MySQL stocke les différents contenus du blog : articles, catégories, mots-clefs, etc. Chaque type d'information est enregistré dans une table spécifique qui peut être assimilée à un classeur Excel. Un classeur représente un type de données (par exemple, les articles) et les colonnes désignent les attributs des articles : leur titre, leur contenu, leur description. Il ne s'agit en aucun cas de stocker des informations liées à la présentation. L'important est, par exemple, d'enregistrer le titre d'un article et non pas de savoir s'il apparaît en italique ou en gras.

Le langage de programmation PHP intervient, quant à lui, pour faire la liaison entre les données stockées dans la base de données et le code HTML responsable de l'affichage de la page.

Pour afficher l'article dont le numéro est 39, l'internaute renseigne dans son navigateur l'URL suivante : <http://monblog.com/wordpress/?p=39>. Le navigateur interroge, en utilisant le protocole HTTP, le serveur `monblog.com` pour lui demander de lui retourner la page `/wordpress/?p=39`. Un script PHP s'exécute au niveau du serveur et détecte qu'on lui demande d'afficher un article dont l'identifiant est 39 (`p=39`). Il se connecte alors à la base de données associée au blog, sélectionne la table contenant les articles (`wp_posts`) et récupère les différentes informations associées à la ligne 39 (titre, contenu, auteur, etc.). Le script construit la page à partir de ces informations et retourne le contenu HTML. Le navigateur reçoit alors ce contenu HTML et se trouve en mesure d'afficher la page.

Ce *modus operandi* faisant intervenir des scripts et une base de données a l'avantage de rendre les sites beaucoup plus évolutifs. Un changement intégral de présentation du site se limite ainsi à la modification du script responsable de la génération du HTML. Le nombre d'articles publiés n'a aucune incidence. Les données stockées dans la base restent les mêmes et n'ont pas à être modifiées.

Cette façon d'envisager une séparation claire entre le contenu et la présentation est devenue un des fondements du Web moderne. On parle alors de site *dynamique*, par opposition au site *statique*.

ALTERNATIVES Gestion du cache

Deux autres extensions méritent d'être mentionnées : Hyper Cache et W3 Total Cache. Cette dernière va plus loin que la seule mise en cache, en implémentant un grand nombre de techniques permettant d'accélérer l'affichage de pages : cache HTTP (*Etag*), combinaison et minimisation des fichiers JavaScript et CSS.

Le principe du cache

Les sites dynamiques ont l'inconvénient d'être beaucoup plus gourmands en ressources au niveau du serveur. Alors qu'avec un site statique le serveur se contente de retourner directement le contenu de la page HTML, il doit, dans le cadre d'un site dynamique, se connecter à la base de données et construire la page pour chaque requête.

La mise en œuvre d'un système de cache est un moyen d'alléger considérablement la charge du serveur. Il s'agit d'éviter au script PHP d'avoir à reconstruire systématiquement les mêmes pages HTML. Le principe est le suivant : lorsque le script est exécuté pour générer la page associée à l'article X, il commence par regarder si un fichier de cache correspondant à cet article existe :

- si c'est le cas, le script récupère le contenu et le retourne directement au navigateur ;
- dans le cas contraire, le script génère la page et en enregistre une copie pour pouvoir l'utiliser lors d'un prochain appel.

Ce fichier intermédiaire enregistré sur le disque est qualifié de « fichier de cache ». Lorsqu'il est présent, l'économie est double puisque le script n'a pas besoin de se connecter à la base de données et de construire une page. Ce principe est d'autant plus intéressant dans le cadre d'un blog qui ne comporte généralement pas plus de quelques milliers d'articles avec un accès concentré sur les deux ou trois articles les plus récents.

Appliquer un système de cache ne se limite bien évidemment pas à la mise en cache des seuls articles. Toutes les pages du blog doivent pouvoir en profiter.

Basé sur un principe simple, un système de cache est en réalité extrêmement complexe à réaliser. Il convient en effet de prendre en compte le fait qu'un article qui était disponible peut très bien disparaître au bout d'un certains temps : il peut avoir été supprimé ou sa visibilité avoir été passée en *Privé*. Ces changements ont lieu au niveau de la base de données et le système de cache, qui évite de s'y connecter, risque de continuer à fournir un contenu qui ne devrait plus être en ligne. Le système doit par conséquent être suffisamment intelligent pour invalider les fichiers de cache afin de maintenir une cohérence entre les pages du blog et la base de données.

Installer un gestionnaire de cache

WordPress dispose d'un grand nombre d'extensions permettant de mettre en œuvre une politique de cache. Le gestionnaire le plus plébiscité à l'heure actuelle est WP Super Cache.

Une fois l'extension installée, un message indique qu'il convient de se rendre dans la rubrique *Réglages > WP Super Cache* pour activer véritablement la gestion de cache.

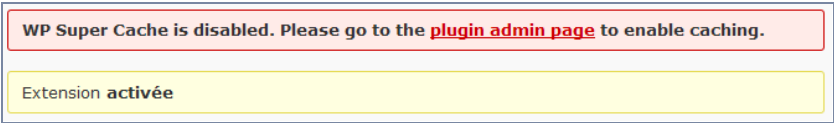


Figure 13–2
Avertissement

Le statut de WP Super Cache doit être passé à *On* pour devenir fonctionnel. Le changement de paramétrage est pris en compte en activant le bouton *Update Status*. Une fois le statut mis à jour, l'interface propose un bouton permettant de mettre à jour les règles de réécriture (*Rewrite Rules*).

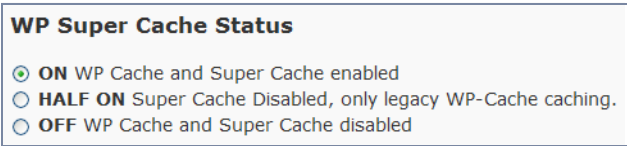


Figure 13–3
Activation du cache



Figure 13–4
Mise à jour des règles de réécriture

Comme indiqué plus haut, la gestion du cache peut entraîner des incohérences au niveau de la présentation du blog. La rubrique *Cache Contents* dispose d'un bouton *Delete Cache* pour supprimer tous les fichiers de cache afin de repartir sur une version actualisée.

La suppression de l'extension WP Super Cache nécessite de modifier le fichier `wp-content/plugins/wp-super-cache/uninstall.php`. La constante `UNINSTALL_WPSUPERCACHE` doit contenir une valeur non vide (par exemple `define('UNINSTALL_WPSUPERCACHE', '1')`).

RÉÉCRITURE Fichier .htaccess

Les règles de réécriture d'URL nécessitent la présence d'un fichier `.htaccess` à la racine du blog. Ce fichier est généralement créé en procédant à un enregistrement dans la rubrique *Réglages > Permalien*s.

DÉTAIL TECHNIQUE

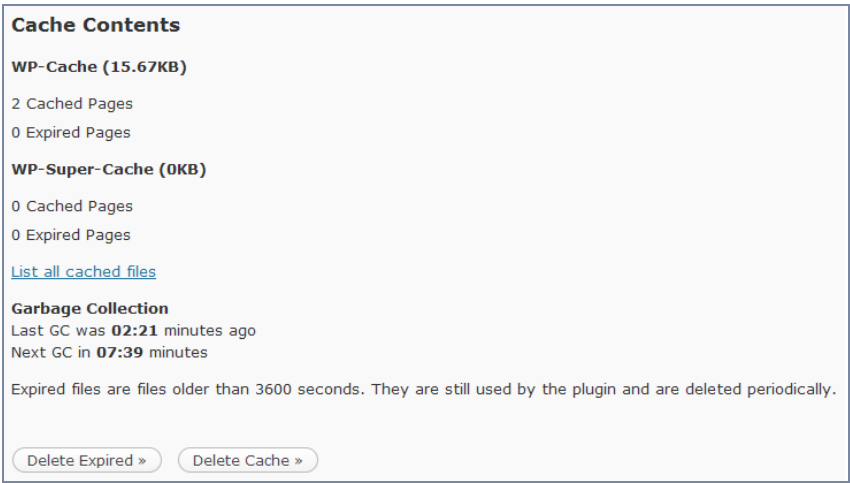
Emplacement des fichiers de cache

Les fichiers de cache sont stockés dans `wp-content/cache`. Ils portent des noms tels que `wp-cache-3f2abc8e6a099d3913f37e423e1f7b71.html` et contiennent bien l'intégralité du contenu HTML de la page.

UN PEU D'HISTOIRE Constante ENABLE_CACHE

Avant la version 2.5, WordPress disposait d'un système intégré de cache qui pouvait être activé en ajoutant la directive de configuration `define('ENABLE_CACHE', true);` dans le fichier `wp-config.php` présent à la racine du répertoire WP.

Figure 13-5
Statistiques



La compression de données

Le temps de chargement d'une page dépend d'une quantité très importante de facteurs :

- les performances de l'ordinateur de l'internaute ;
- la rapidité de la liaison entre l'internaute et le serveur ;
- la complexité de la page (structure HTML, JavaScript) ;
- le poids de la page ;
- la quantité de fichiers liés à la page (images, CSS, JavaScript) ;
- la puissance du serveur.

Le poids de la page, c'est-à-dire la quantité d'informations à transférer entre le serveur et le client, est un élément sur lequel le blogueur peut directement influencer.

Pour afficher une page, le navigateur envoie une requête au serveur, qui lui répond en lui retournant le contenu de la page. Ce contenu correspond au code HTML de la page et à différentes informations liées au protocole HTTP : les en-têtes HTTP. Un des en-têtes peut indiquer que le contenu envoyé par le serveur est compressé. En recevant cet en-tête, le navigateur comprend qu'il doit par conséquent décompresser le contenu qu'il a reçu avant de l'afficher.

Cette technique est particulièrement intéressante, car le temps de transfert des données entre le serveur et le navigateur représente un pourcentage important du temps de chargement global d'une page. En transférant moins de données, le temps de chargement se trouve réduit.

DÉTAIL TECHNIQUE Compression de texte

Les données compressées étant textuelles, le taux de compression se retrouve particulièrement élevé et la quantité de données à transférer peut être réduite d'au moins 60 % !

Installer le mod_deflate

L'activation de la compression des pages (voir chapitre 3, page 60) est généralement de la responsabilité de l'hébergeur. S'il feint de ne pas comprendre, l'évocation du terme `mod_deflate` devrait mettre tout le monde d'accord.

TECHNIQUE Activation de mod_deflate

L'utilisateur averti pourra activer le `mod_deflate` en plaçant les directives ci-dessous dans le fichier de configuration de Apache ou dans le `virtualhost` associé au blog.

```
<IfModule !mod_deflate.c>
  LoadModule deflate_module modules/mod_deflate.so
</IfModule>
<IfModule !mod_setenvif.c>
  LoadModule setenvif_module modules/mod_setenvif.so
</IfModule>
AddOutputFilterByType DEFLATE text/css
AddOutputFilterByType DEFLATE text/html
AddOutputFilterByType DEFLATE text/plain
AddOutputFilterByType DEFLATE text/xml
AddOutputFilterByType DEFLATE application/javascript
AddOutputFilterByType DEFLATE application/x-javascript
BrowserMatch "MSIE [456]" gzip-only-text/html
DeflateCompressionLevel 5
```

Contrôler le bon fonctionnement de la compression

Tout le processus de compression-décompression étant réalisé de façon transparente, il est important de contrôler qu'il est bien actif. Cette vérification peut être réalisée en utilisant l'une des extensions Firefox préférées des développeurs web : Firebug. Cette dernière s'installe à partir du site <http://getfirebug.com>.

Une fois l'extension installée et Firefox redémarré, Firebug peut être activé en cliquant sur le petit insecte (*bug* en anglais) présent en bas du navigateur.

Un panneau s'ouvre alors en bas du navigateur. L'onglet qui nous intéresse dans le cas présent est *Réseau*. Il doit être activé avant sa première utilisation, en cliquant sur la petite flèche présente à droite de l'intitulé. La page doit être rafraîchie afin d'afficher les différentes requêtes échangées entre le navigateur et le serveur. Le bouton *HTML* (dans la barre horizontale présente sous les onglets) filtre la liste et n'affiche que la requête sur la page HTML elle-même.



Figure 13–6

Cet insecte est le symbole de Firebug.

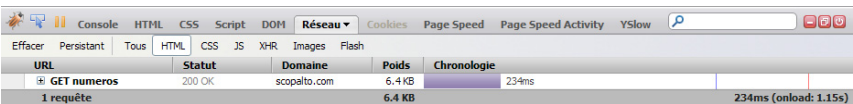


Figure 13–7

Panneau Firebug

ATTENTION Performance

Veillez à fermer le panneau Firebug à l'issue de son utilisation car son fonctionnement ralentit de façon conséquente la vitesse d'affichage des pages.

Figure 13–8
En-têtes de la réponse

Un clic sur l'URL (par exemple *GET numeros*) fait apparaître différents détails sur la requête. La compression des données est active à partir du moment où l'en-tête de réponse contient **Content-Encoding : gzip**.

En-têtes	Réponse	Cache	Cookies
Réponse voir le code source			
Date	Fri, 19 Feb 2010 16:56:10 GMT		
Server	Apache		
Expires	Thu, 19 Nov 1981 08:52:00 GMT		
Cache-Control	no-store, no-cache, must-revalidate, post-check=0, pre-check=0		
Pragma	no-cache		
Vary	Accept-Encoding		
Content-Encoding	gzip		
Content-Length	6524		
Keep-Alive	timeout=5, max=100		
Connection	Keep-Alive		
Content-Type	text/html; charset=UTF-8		

Interprété versus compilé

Les langages *interprétés* (PHP, Python, Ruby) s'opposent aux langages *compilés* (C, C++). Dans le cadre d'un langage compilé, les sources du programme sont convertis une fois pour toutes en une représentation binaire qui pourra être directement exécutée par le processeur. Plus performante, cette façon d'opérer souffre de nombreux inconvénients : lourdeur du développement, non portabilité (un binaire Windows ne fonctionne pas sur Mac).

CONSEIL Limiter les extensions

Une requête est d'autant plus rapide que la quantité de code à interpréter est faible. Il est par conséquent vivement conseillé de désactiver les extensions et widgets inutilisés.

TECHNOLOGIES APC et PHP6

Autre avantage non négligeable, APC sera inclus par défaut dans PHP6.

CONSEIL Mise à jour de PHP

Les performances s'améliorant de version en version, il est vivement recommandé de toujours installer la dernière version de PHP.

Les optimisations de PHP

Le langage PHP est un langage interprété. Cela signifie que pour chaque exécution d'un script, l'interpréteur PHP doit convertir le script dans un langage bas niveau intelligible par le microprocesseur. Cette phase dite d'interprétation représente un pourcentage non négligeable de la durée d'une exécution. Cela est d'autant plus regrettable qu'elle est réalisée des millions de fois d'une façon absolument identique.

Le *cache d'opcode* est une technique évoluée qui permet d'améliorer cette situation. Le principe consiste à mettre en cache la version interprétée du script PHP. Lorsque le script est modifié, une nouvelle interprétation a automatiquement lieu et le nouvel opcode écrase l'ancien.

Différents moteurs de cache d'opcode existent sur le marché : XCache, eAccelerator et APC. Ce dernier est vivement conseillé du fait de ses performances et de sa communauté de développeurs très active. APC peut être paramétré pour utiliser la mémoire du serveur plutôt que le disque dur pour stocker l'opcode. Cela est particulièrement pertinent lorsque l'on sait qu'un accès en RAM est bien plus rapide qu'un accès sur le disque dur.

La mise en œuvre du moteur APC est réalisée au niveau du serveur. L'hébergeur doit à la fois installer une extension de PHP et ajouter des directives dans le fichier de configuration `php.ini`.

Améliorer les performances de MySQL

Lorsque le blog ne dispose pas d'un système de cache, chaque affichage de page nécessite une requête à la base de données. Tous les moyens sont

bons pour faire en sorte que l'exécution de ces requêtes soient la plus rapide possible.

Optimisation des tables

À force de modifications, d'ajouts et de suppressions, les tables d'une base de données voient leurs performances diminuer. L'outil php-MyAdmin permet en quelques clics d'offrir une nouvelle jeunesse à toutes ces tables soumises à rude épreuve.

Une fois authentifié à phpMyAdmin, la première étape consiste à sélectionner sur la gauche la base de données associée au blog et à cocher toutes les tables WordPress (qui commencent généralement par `wp_`). L'option *Optimiser la table* située dans le menu *Pour la sélection* doit être sélectionnée avant d'activer le bouton *Exécuter*.

Structure

SQL

Rechercher

Requête

Exporter

Importer

Opérations

Privileges

Supprimer

Table	Action	Enregistrements 1	Type	Interclassement	Taille	Perte
<input checked="" type="checkbox"/> wp_commentmeta		2	MyISAM	utf8_general_ci	10,1 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_comments		6	MyISAM	utf8_general_ci	7,1 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_links		8	MyISAM	utf8_general_ci	3,8 Kio	52 o
<input checked="" type="checkbox"/> wp_options		152	MyISAM	utf8_general_ci	493,1 Kio	218,2 Kio
<input checked="" type="checkbox"/> wp_postmeta		39	MyISAM	utf8_general_ci	17,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_posts		34	MyISAM	utf8_general_ci	34,3 Kio	14,1 Kio
<input checked="" type="checkbox"/> wp_terms		5	MyISAM	utf8_general_ci	11,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_term_relationships		45	MyISAM	utf8_general_ci	3,9 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_term_taxonomy		5	MyISAM	utf8_general_ci	4,2 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_usermeta		20	MyISAM	utf8_general_ci	11,8 Kio	-
<input checked="" type="checkbox"/> wp_users		1	MyISAM	utf8_general_ci	4,1 Kio	-
11 table(s)	Somme	317	MyISAM	latin1_swedish_ci	600,6 Kio	232,3 Kio

Tout cocher / Tout décocher / Cocher tables avec pertes

Pour la sélection :
Vider
Supprimer
Version imprimable
Vérifier la table
Optimiser la table
Réparer la table
Analyser la table

Version imprimable

Dictionnaire de données

Créer une nouvelle table sur la base **wordpress**

Nom: Nombre de champs:

Exécuter

PERFORMANCES Quelles tables ont besoin d'être optimisées ?

Le lien *Détails* présent dans l'onglet *Structure* d'une table permet de vérifier si la table a besoin d'être optimisée. Si l'encart *Espace utilisé* affiche une ligne avec des éléments rouges, c'est que la table ne se trouve pas dans un état optimal. php-MyAdmin est suffisamment bien pensé pour vous proposer directement le lien *Optimiser la table*.

Figure 13–9
Toutes les tables sélectionnées seront optimisées.

+ Options

Table	Op	Msg_type	Msg_text
wordpress.wp_commentmeta	optimize	status	OK
wordpress.wp_comments	optimize	status	OK
wordpress.wp_links	optimize	status	OK
wordpress.wp_options	optimize	status	OK
wordpress.wp_postmeta	optimize	status	OK
wordpress.wp_posts	optimize	status	OK
wordpress.wp_terms	optimize	status	OK
wordpress.wp_term_relationships	optimize	status	OK
wordpress.wp_term_taxonomy	optimize	status	OK
wordpress.wp_usermeta	optimize	status	OK
wordpress.wp_users	optimize	status	OK

Figure 13–10
L'optimisation s'est bien déroulée.

Mise en cache des requêtes

Le serveur de bases de données MySQL dispose d'un mode lui permettant de mettre en cache les résultats des requêtes SQL. Cette fonctionnalité est en mesure d'augmenter les performances de MySQL de façon tout à fait impressionnante. Cette option, qui consomme beaucoup de mémoire, n'est généralement pas activée par défaut par les hébergeurs.

Il est possible de vérifier si le serveur est paramétré de façon à tirer parti de cette fonctionnalité en utilisant l'outil phpMyAdmin. L'onglet *Variables* présent sur la page d'accueil liste les différentes variables de configuration du serveur MySQL. Les deux variables à contrôler dans le cas présent sont `query_cache_type` et `query_cache_size`.

Figure 13–11
Variables MySQL dans phpMyAdmin



Variables et réglages du serveur	
Variable	Valeur pour la session / Valeur globale
auto increment increment	1
auto increment offset	1
automatic sp privileges	ON
back log	50
basedir	/usr/
bdb cache size	8 384 512
bdb home	
bdb log buffer size	262 144
bdb logdir	
bdb max lock	10 000
bdb shared data	OFF
bdb tmpdir	
binlog cache size	32 768
bulk insert buffer size	8 388 608
character set client	utf8
(Valeur globale)	latin1
character set connection	utf8
(Valeur globale)	latin1

La variable `query_cache_type` doit contenir la valeur `ON` ; `query_cache_size` doit, quant à elle, avoir une valeur différente de `0`. À titre d'exemple, une valeur de `32000000` signifie que 32 Mo de mémoire vive (RAM) seront utilisés pour stocker les résultats des requêtes. Ces variables doivent être modifiées par l'hébergeur dans le fichier `my.cnf`.

Le protocole PuSH

Pendant longtemps, les moteurs de recherche de blog et les agrégateurs de flux ne pouvaient contrôler la mise à jour d'un flux RSS qu'en se connectant au blog. Ce processus, dans le cadre duquel un consommateur fait des requêtes auprès du producteur, n'est absolument pas efficace dans le cas d'un blog. Des milliers de requêtes sont réalisées, qu'un nouvel article soit publié ou non. Il s'agit d'une communication en mode *Pull* (ou « tirer »).

Pour des plates-formes de blogs telles que WordPress.com ou Blogger.com, cette situation est désastreuse dans la mesure où ce sont des dizaines de millions de requêtes qui sont réalisées pour rien. À cette échelle, le gaspillage de ressources et de bande passante est dramatique.

Pour améliorer la situation, Google a travaillé sur un protocole ouvert qui permet aux blogs d'avertir (*ping*) eux-mêmes les lecteurs dès qu'un article est publié. Cette façon d'opérer est qualifiée de méthode *Push* (du verbe anglais signifiant « pousser »). Le protocole PubSubHubbub (également appelé PuSH) est décrit sur le site <http://code.google.com/p/pubsubhubbub/>.



Figure 13-12
Logo PubSubHubbub

L'extension PuSHPress permet au blog de disposer de ce protocole. Une fois l'extension installée et activée, le flux RSS du blog intègre bien la balise indiquant que le blog est en mesure de gérer le protocole PuSH.

```
<lastBuildDate>Sun, 14 Mar 2010 22:56:53 +0000</lastBuildDate>
<generator>http://wordpress.org/?v=2.9.2</generator>
<language>en</language>
<sy:updatePeriod>hourly</sy:updatePeriod>
<sy:updateFrequency>1</sy:updateFrequency>
<atom:link rel='hub' href='http://laurence.bois.name/wordpress/?pushpress=hub' />
<item>
<title>Bonjour tout le monde !</title>
```

CONSEIL Fréquence de mise à jour

Les flux peuvent indiquer leur fréquence de mise à jour, ce qui est recommandé par la Nétiquette. Nombre de consommateurs ne respectent cependant pas du tout cette indication.

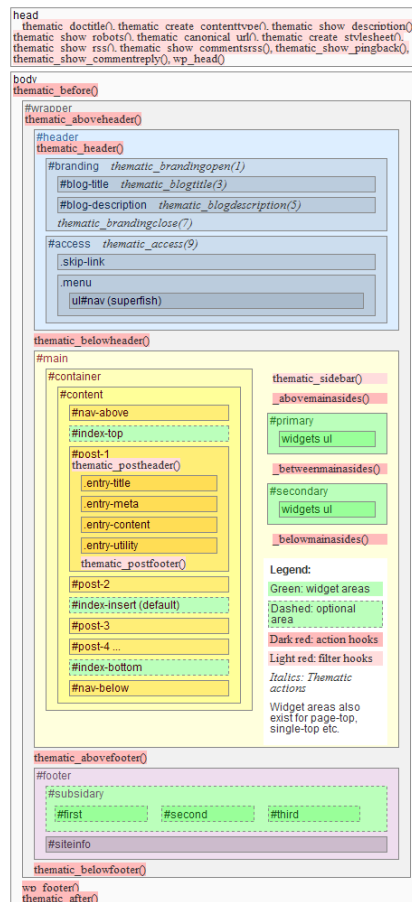
TECHNOLOGIE

PuSH, une technologie encore nouvelle

Tous les consommateurs de flux ne gèrent pas ce protocole. Ils continueront par conséquent à vérifier l'état du flux comme avant.

Figure 13-13
Détail du flux RSS

chapitre 14



Développer sous WordPress

WordPress est un moteur ouvert qui offre la possibilité aux développeurs d'ajouter des fonctionnalités sous la forme d'extensions, de widgets et de thèmes. Sans rentrer dans les détails avancés en développement, présentons, exemples à l'appui, le fonctionnement de ces différents types de modules.

SOMMAIRE

- Développer une extension
- Créer un widget
- Élaborer un thème
- Utiliser les services web

MOTS-CLEFS

- PHP
- MySQL
- extension
- widget
- thème
- structure de thèmes
- API
- service web
- XML-RPC

▄ Plate-forme logicielle

Une plate-forme logicielle (un *framework*) est une brique logicielle dont le but est de permettre aux développeurs de concevoir rapidement et efficacement des logiciels complets. WordPress est tellement ouvert qu'il peut être considéré dans une certaine mesure comme un framework. De nombreuses agences web utilisent désormais WordPress pour concevoir des sites de contenus, des réseaux sociaux ou des boutiques e-commerce disposant de fonctionnalités spécifiques, mais profitant de l'infrastructure générale de WordPress (espace d'administration, système de mise à jour, gestion des utilisateurs).

Ce chapitre décrit, dans les grandes lignes, le fonctionnement des différents types de modules. Un exemple est systématiquement proposé afin d'illustrer les concepts présentés. La connaissance du langage de programmation PHP est nécessaire pour pouvoir suivre les exemples.

Développer une extension

L'architecture de WordPress a été conçue de manière à permettre aux développeurs d'enrichir la plate-forme aussi bien au niveau des fonctionnalités que de la présentation. Ces ajouts peuvent toucher le blog ou l'espace d'administration. Être en mesure de développer une extension est un réel avantage pour un blogueur, qui se trouve ainsi en mesure de faire évoluer son blog et son environnement de travail comme il le souhaite.

Principe général

Dans sa version la plus simple, une extension correspond à un script PHP placé dans le répertoire `wp-content/plugins/`. Le nom du script doit se finir par `.php`. Les informations liées à l'extension sont placées dans un bloc de commentaires situé en haut du script.

Ce bloc est structuré de la façon suivante :

```
/*  
nom: valeur  
*/
```

WordPress reconnaît les métadonnées suivantes :

- **Plugin Name** : nom de l'extension ;
- **Plugin URI** : page web de l'extension ;
- **Description** : détail de la fonctionnalité proposée ;
- **Author** : identité de l'auteur de l'extension ;
- **Version** : numéro de version ;
- **Author URI** : site web de l'auteur.

Le script de l'extension contient des fonctions qui sont appelées grâce à un système de *hooks* (de l'anglais « crochet »). Ces derniers peuvent être assimilés à des branchements qui vont « s'accrocher » à certains emplacements spécifiques et charnières de l'exécution du moteur WordPress.

Pour afficher une page, WordPress exécute son code, ainsi que toutes les fonctions qui ont été répertoriées grâce au système de hooks.

WordPress met à disposition deux familles de hooks :

- les *hooks d'action* permettent de déclencher des opérations lors de certains événements WordPress : enregistrement d'un article, soumission d'un commentaire, changement de thème, etc. ;
- les *hooks de filtre* permettent de modifier le contenu avant l'affichage à l'écran : affichage du contenu de l'article dans le blog, dans le flux RSS, etc.

Utiliser un hook d'action

La première extension présentée (Alerte Email) a pour objectif d'envoyer un e-mail d'alerte dès qu'un article est publié. La page http://codex.wordpress.org/Plugin_API/Action_Reference, qui liste les différents hooks d'action, confirme que le hook `publish_post` répond au présent besoin. La documentation précise que la méthode exécutée reçoit en paramètre l'identifiant du nouvel article publié.

Le branchement d'une fonction à un hook passe par la fonction `add_action()`, qui prend pour premier paramètre le nom du hook et, pour deuxième paramètre, le nom de la fonction à exécuter.

Le code de l'extension doit donc contenir :

- un bloc de commentaires détaillant différentes métadonnées sur l'extension ;
- la fonction responsable de l'envoi de l'e-mail (`onemore_email()`) ;
- l'enregistrement de cette fonction en tant que hook à l'aide de la fonction `add_action()`.

Script `onemore.php`

```
<?php
/*
Plugin Name: Alerte Email
Plugin URI: http://monsite.com/alert-email
Description: Envoie un mail dès qu'un article est publié
Author: François-Xavier Bois
Version: 0.1
Author URI: http://www.kernix.com/
*/

function onemore_email($post_id) {
    $destinataire = 'bob@mail.com';
    $sujet = "Un nouvel article vient d'être publié";
    $contenu = "Rendez-vous sur le blog : http://monblog.com";
    mail($destinataire, $sujet, $contenu);
}

add_action('publish_post', 'onemore_email');
?>
```

EN CHIFFRES Que de hooks !

WordPress dispose d'un peu plus de 1 000 hooks.

À SAVOIR Paramètres supplémentaires

Deux paramètres optionnels peuvent être définis pour la fonction `add_action()` : une priorité d'exécution et le nombre de paramètres qu'accepte la fonction appelée.

Figure 14–1
Affichage des informations présentes dans le bloc de commentaires

ATTENTION Encodage des scripts

Les scripts PHP, comme tous les fichiers textuels présents dans l'arborescence WordPress, doivent être encodés en UTF-8.

Figure 14–2
E-mail d'alerte faisant suite à une publication

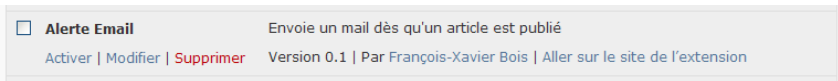
ATTENTION Nommage des fonctions

WordPress n'a pas été écrit avec une vision objet. Il s'agit plutôt d'une collection de fonctions appelées à des moments précis. Il est donc essentiel de choisir des noms de fonctions les moins génériques possibles. Préfixer les noms de fonctions avec le nom de l'extension est un principe souvent utilisé par les développeurs afin d'éviter les collisions de noms.

ATTENTION Espaces et retours à la ligne

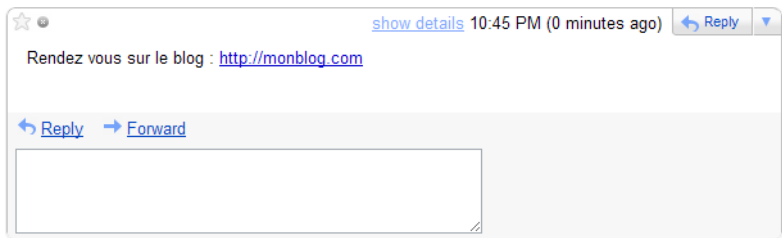
Il convient de veiller à ne pas laisser d'espaces ou de retours à la ligne avant la balise ouvrante `<?php` et après la balise fermante `?>`.

Une fois le script `onemore.php` placé dans le répertoire `wp-content/plugins/`, la rubrique *Extensions* affiche bien la nouvelle extension.



Comme toute extension, Alerte Email doit être activée afin que le hook soit pris en compte par le moteur.

Un nouvel article vient d'être publié Inbox | X



Utiliser un hook de filtre

L'extension NbMots a pour but d'afficher sous chaque article le nombre de mots qu'il contient. Il s'agit d'une modification de contenu et donc d'un hook de filtre. La page http://codex.wordpress.org/Plugin_API/Filter_Reference précise que le filtre donnant accès au contenu de l'article est `the_content()`.

Un filtre peut être ajouté à l'aide de la fonction `add_filter()`. Comme pour `add_action()`, le premier paramètre correspond au nom du hook et le deuxième à la fonction à exécuter. À la différence d'un hook d'action, la fonction doit ici retourner le contenu qu'il crée ou modifie.

Script nbmots.php

```
<?php
/*
Plugin Name: NbMots
Plugin URI: http://monsie.com/nbmots
Description: Affiche le nombre de mots contenus dans l'article
Author: François-Xavier Bois
Version: 0.1
Author URI: http://www.kernix.com/
*/
```

```
function nbmots_count($contenu) {
    $contenu_brut = strip_tags($contenu);
    $n = str_word_count($contenu_brut);
    $contenu .= '<br />Nombre de mots&nbsp; <strong>'.$n.'</strong>';
    return $contenu;
}

add_filter('the_content', 'nbmots_count');
?>
```

Lorem ipsum dolor sit amet

Publié le 27 juin 2010 par admin

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor

Nbre de mots **13**

Publié dans [Non classé](#) | [Laisser un commentaire](#) | [Modifier](#)

Figure 14–3

Chaque article dispose désormais d'une indication sur le nombre de mots qu'il contient.

Les hooks de filtre ne se limitent pas au traitement des contenus du blog. L'espace d'administration dispose également de hooks spécifiques. À titre d'exemple, le hook `tiny_mce_before_init` est appelé avant l'affichage de l'éditeur de texte pour modifier sa configuration. L'extension ci-dessous permet d'indiquer à l'éditeur de ne pas supprimer les balises `IFRAME` lorsque le blogueur passe de l'éditeur HTML à l'éditeur visuel.

Extension Fix IFRAME

```
<?php

/*
Plugin Name: Fix IFRAME
Plugin URI: http://monsite.com/fixiframe
Description: Empêche la disparition des IFRAMEs lors du passage
à l'éditeur Visuel
Author: François-Xavier Bois
Version: 0.1
Author URI: http://www.kernix.com/
*/

function fb_change_mce_options($initArray) {
    $attributes = array('align', 'class', 'frameborder',
                        'height', 'id', 'longdesc',
                        'marginheight', 'marginwidth',
                        'name', 'scrolling', 'src', 'style',
                        'title', 'width');
    $elt = 'iframe['.join('|', $attributes).']';
```

EN PRATIQUE Widgets par défaut

Les widgets par défaut sont disponibles dans le script :
`wordpress/wp-includes/default-widgets.php`

Figure 14-4

Comme toute extension, le widget Cours Action apparaît au sein de la rubrique Extensions.

COMPATIBILITÉ Version de WordPress

Le mode de création d'un widget, qui repose sur de la programmation objet, ne fonctionne que depuis la version 2.8 de WordPress.

```
if (isset($initArray['extended_valid_elements'])) {
    $initArray['extended_valid_elements'] .= ',' . $elt;
}
else {
    $initArray['extended_valid_elements'] .= $elt;
}
return $initArray;
}

add_filter('tiny_mce_before_init', 'fb_change_mce_options');
```

Créer un widget

Techniquement parlant, un widget n'est rien d'autre qu'une extension. Le code associé au widget doit par conséquent être également placé dans le répertoire `wp-content/plugins`.

Le widget développé dans le cadre de cette partie porte le nom Cours Action : son objectif est d'afficher dans la colonne latérale le cours d'une action. Le code de l'action est précisé dans l'espace de configuration associé au widget dans *Apparence > Widgets*. Le service web `finance.yahoo.com` fournit le cours à jour.



Le développement d'un widget fait intervenir à la fois un hook et une classe.

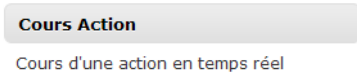
La première étape consiste à utiliser le hook d'action `widgets_init` pour lui associer la fonction en charge de déclarer tous les widgets associés à l'extension : `add_action('widgets_init', 'init_cours_action')`.

La déclaration d'un widget est réalisée à l'aide de la fonction `register_widget`, qui prend en paramètre le nom de la classe PHP qui va se charger de gérer tous les aspects du widget : configuration, affichage.

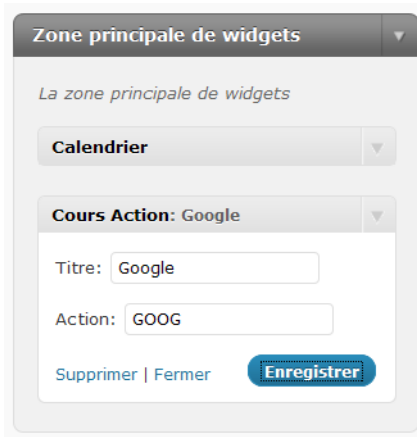
La classe doit hériter de la classe `WP_Widget` et implémenter plusieurs méthodes : `widget()`, `form()`, `update()`, ainsi qu'une quatrième portant le nom de la classe (`CoursAction` dans le cas présent).

- La méthode `widget()` est en charge de l'affichage du widget dans la colonne latérale. Elle reçoit deux paramètres : `$args` et `$instance`. Le premier paramètre est un tableau associatif contenant différents paramètres liés au thème. Le second paramètre contient les attributs du widget.

- La méthode `form()` permet de créer le formulaire de configuration liée au widget. Elle reçoit un paramètre `$instance`. Il s'agit comme pour la méthode précédente des attributs du widget.

**Figure 14-5**

Le widget apparaît bien dans la rubrique Apparence>Widgets.

**Figure 14-6**

Boîte de configuration définie par la méthode `form()`

- La méthode `update()` est responsable de l'enregistrement des attributs du widget. Elle reçoit deux paramètres : le premier est un tableau associatif des attributs qui viennent d'être renseignés par le blogueur dans le formulaire de configuration ; le second correspond aux anciennes valeurs des attributs du widget. La méthode doit retourner un tableau associatif des attributs qui seront enregistrés dans la base de données.
- La dernière méthode, qui porte le nom de la classe, permet de définir les propriétés d'affichage du widget au sein de la rubrique *Apparence>Widgets*.

Les propriétés du widget peuvent être initialisées avec la méthode `WP_Widget()`, qui accepte quatre paramètres :

- le code unique du widget ;
- l'intitulé du widget ;
- un tableau d'options liées à l'affichage widget : `$widget_opts` ;
- un tableau d'options liées à l'affichage de la boîte de configuration du widget : `$control_opts`.

Le tableau `$widget_opts` peut contenir les options suivantes : `classname`, pour associer une classe CSS spéciale au widget, et `description`, pour préciser l'utilité du widget dans la liste des widgets. Le tableau `$control_opts` permet de définir la largeur (`width`) et la hauteur (`height`) de la zone de configuration.

COMPATIBILITÉ PHP 4

La méthode portant le même nom que la classe correspond à son constructeur. Elle est nommée ainsi plutôt que `__construct()` pour maintenir la compatibilité avec PHP 4.

Script : coursaction.php

```

<?php

/*
Plugin Name: CoursAction
Plugin URI: http://monsite.com/coursaction
Description: Affiche le cours d'une action dans la colonne latérale
Author: François-Xavier Bois
Version: 0.1
Author URI: http://www.kernix.com/
*/

add_action('widgets_init', 'init_cours_action');

function init_cours_action() {
    register_widget('CoursAction');
}

class CoursAction extends WP_Widget {

    function CoursAction() {
        $widget_opts = array('classname' => 'cours-action',
                             'description' => 'Cours d\'une action en temps réel');
        $control_opts = array('width' => 200,
                              'height' => 350);
        $this->WP_Widget('cours-action',
                        'Cours Action',
                        $widget_opts,
                        $control_opts);
    }

    function widget($args, $instance) {
        $title = $instance['title'] ? $instance['title'] : 'Action';
        echo $args['before_widget'];
        echo $args['before_title'];
        echo esc_html($title);
        echo $args['after_title'];
        echo '<ul><li>';
        echo '<a href="http://finance.yahoo.com/q?s='.$instance['action'].'">';
        echo $instance['action'].'</a> : ';
        echo file_get_contents('http://finance.yahoo.com/d/quotes.csv?s='.$instance['action'].'&f=11');
        echo '</li></ul>';
        echo $args['after_widget'];
    }

    function update($new_instance, $old_instance) {
        $instance = $old_instance;
        $instance['title'] = $new_instance['title'];
        $instance['action'] = $new_instance['action'];
        return $instance;
    }
}

```



```
function form($instance) {
    $titre = '<p>
<label for="'. $this->get_field_id('title').'">Titre:
<input type="text" id="'. $this->get_field_id('title').'"
name="'. $this->get_field_name('title').'"
value="'. esc_attr($instance['title']).'" /></label>
</p>';
    $action = '<p>
<label for="'. $this->get_field_id('action').'">Action:
<input type="text" id="'. $this->get_field_id('action').'"
name="'. $this->get_field_name('action').'"
value="'. esc_attr($instance['action']).'" /></label>
</p>';
    echo $titre.$action;
}
}
```

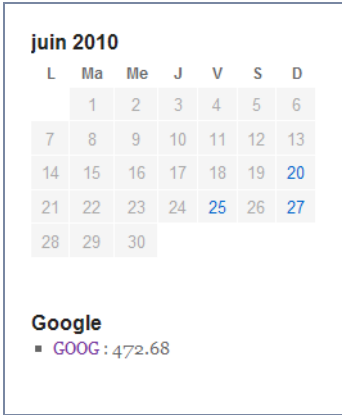


Figure 14–7
Le widget affiche le cours de l’action Google.

Élaborer un thème

Compte tenu de la multitude de thèmes WordPress disponibles sur le Web et de la possibilité de les faire évoluer à l’aide d’un thème enfant, le développement d’un nouveau thème n’est que très rarement nécessaire. Certaines entreprises ou institutions auront cependant tout intérêt à consacrer un peu de temps à ce type de réalisation, afin de se démarquer franchement de la concurrence et de coller très précisément à la charte graphique en vigueur.

Construction d'un thème

Un thème correspond à un répertoire placé dans `wp-content/themes/<nom_du_thème>`. Ce répertoire contient différents types de fichiers : scripts PHP ou JavaScript, feuilles de style, images.

Pour apparaître dans la rubrique *Apparences > Thèmes*, le thème doit disposer d'au moins trois fichiers : `index.php`, `screenshot.png` et `style.css`. Le fichier `index.php` est le seul script PHP obligatoire. L'image `screenshot.png` correspond à l'aperçu du thème qui apparaît dans la liste des thèmes installés ou dans les résultats de recherche. Le style CSS remplit une double fonction : contenir les différentes règles chargées d'habiller le blog et stocker la description du thème au sein d'un bloc commentaire placé en haut du fichier.

Comme celles des extensions, les métadonnées du thème sont définies de la façon suivante :

```
/*
nom1: valeur1
nom2: valeur2
*/
```

WordPress reconnaît les métadonnées suivantes :

- **Theme Name** : nom du thème ;
- **Theme URI** : page web du thème ;
- **Description** : courte description du thème (peut contenir du HTML) ;
- **Version** : version du thème ;
- **Author** : nom de l'auteur ;
- **Author URI** : site de l'auteur ;
- **Tags** : mots-clefs associés au thème.

COMMUNAUTÉ Partager son thème

Les thèmes peuvent être partagés avec la communauté WordPress. La soumission d'un thème nécessite de disposer d'un compte qui peut être créé gratuitement sur la page :

► <http://wordpress.org/extend/themes/register.php>

Une fois identifié, le développeur envoie son thème au format `.zip` via le formulaire disponible sur la page :

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

Il est vivement conseillé de vérifier la *check-list* disponible à l'adresse suivante avant d'envoyer son thème :

► http://codex.wordpress.org/Theme_Development_Checklist

Dans le cas où un thème a pour vocation à être partagé en ligne, les tags prennent une véritable importance. Certains d'entre eux sont en effet devenus des standards. Ainsi, en indiquant le tag `two-columns`, le thème pourra apparaître dans les résultats d'une recherche concernant un thème composé de deux colonnes.

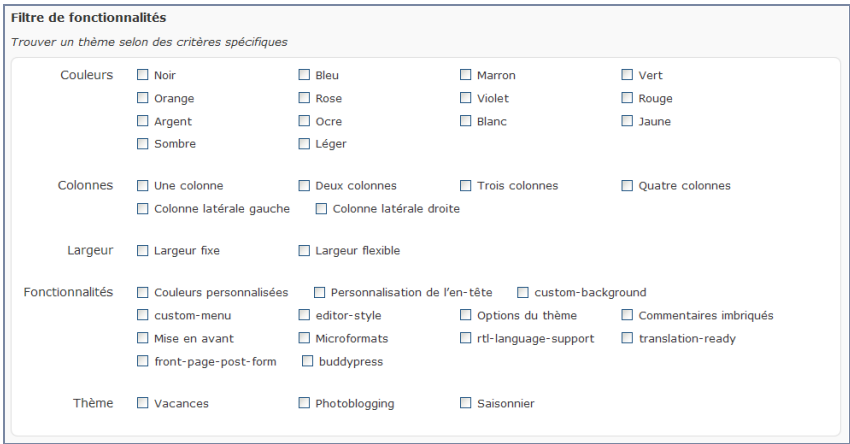


Figure 14–8
Les tags reconnus
sont organisés en cinq familles.

Un thème doit être en mesure d’habiller les différents types de pages du blog :

- la page d’accueil ;
- les articles ;
- les pages (voire les contenus créés dans rubrique *Pages*) ;
- la page d’erreur ;
- la liste d’articles : sélection d’une date, d’un mot-clef ou d’une catégorie.

WordPress met à disposition du développeur différentes fonctions (marqueurs conditionnels) pour connaître le type de la page appelée :

- `is_home()`
- `is_single()`
- `is_page()`
- `is_404()`
- `is_date()`
- `is_tag()`
- `is_search()`
- `is_category()`
- `is_archive()`, qui couvre `is_date()`, `is_tag()` et `is_category()`.

Il ne s’agit cependant pas de coder l’intégralité du thème dans un seul et même script en faisant appel à ces fonctions. Le système de thèmes de WordPress permet au développeur de définir un script par type de page. Ces scripts sont appelés des *templates* et doivent respecter la charte de nommage suivante :

- `comments.php` : commentaires ;
- `home.php` : page d’accueil ;

NORME **Charte de nommage**

Cette norme permet d'obtenir une courte description du template dans l'interface *Apparence > Éditeur*.

- `single.php` : détail d'un article ;
- `page.php` : détail d'une page ;
- `category.php` : sélection d'une catégorie ;
- `tag.php` : sélection d'un mot-clef ;
- `date.php` : sélection d'une date ;
- `search.php` : résultat d'une recherche ;
- `404.php` : page d'erreur.

Le template `index.php` est appelé par défaut lorsque le thème ne dispose pas du template associé au type de la page appelé. À titre d'exemple, pour afficher la page d'accueil, le moteur commence par vérifier si le thème dispose du template `home.php`. S'il existe, le moteur l'exécute et, dans le cas contraire, il utilise `index.php` (la fonction `is_home()` devient dans ce cas particulièrement utile).

Fichiers du thème

Modèles

- `Archives` (`archive.php`)
- `Article seul` (`single.php`)
- `Colonne latérale` (`sidebar.php`)
- `Commentaires` (`comments.php`)
- `Commentaires en popup` (`comments-popup.php`)
- `En-tête` (`header.php`)
- `Fonctions du thème` (`functions.php`)
- `Modèle de page` (`page.php`)
- `Modèle pour l'erreur 404` (`404.php`)
- `Modèle pour la page d'accueil` (`index.php`)
- `Modèle pour les catégories` (`category.php`)
- `Pied de page` (`footer.php`)
- `Résultats de recherche` (`search.php`)
- `logo-img.php` (`logo-img.php`)
- `logo-txt.php` (`logo-txt.php`)

Styles

- `Feuille de style` (`style.css`)

Figure 14–9

Interface d'édition des templates dans l'espace d'administration

Le script `archive.php` est un cas particulier dans la mesure où il est appelé avant `index.php` si `date.php`, `category.php`, ou `tag.php` ne sont pas présents. Il permet ainsi de gérer de façon générique les différents types de pages proposant des listes filtrées d'articles.

Le script `functions.php`, s'il est présent, est systématiquement inclus, quelle que soit la typologie de la page. Ce script est l'emplacement idéal pour placer des constantes, des fonctions génériques ou des hooks.

Chaque template est responsable à la fois de l'affichage spécifique lié à son type de page et de l'élaboration de la structure générale du blog. L'idée n'est bien évidemment pas de placer le code HTML associé à l'en-tête, au pied de page et à la colonne latérale, dans chaque template du thème. WordPress permet de factoriser ces aspects à l'aide des méthodes `get_header()`, `get_sidebar()` et `get_footer()`. Lorsqu'elles sont utilisées, ces fonctions utilisent les templates `header.php`, `sidebar.php` et `footer.php`.

La construction automatique de la colonne latérale en fonction des widgets sélectionnés par le blogueur est réalisée en faisant appel à la fonction `dynamic_sidebar()`. Le fichier `functions.php` doit dans ce cas faire appel à la fonction `register_sidebar()` pour indiquer au thème les widgets actifs.

La construction d'un thème consiste finalement à faire appel à des fonctions spécifiques de WordPress au sein d'une architecture HTML adaptée au type de template. Ces fonctions mises à disposition par WordPress sont appelées *template tags*.

Pour construire la page d'accueil, le développeur utilise les template tags suivants :

- `have_posts()` : indique s'il y a des articles ;
- `the_post()` : passe d'un article à l'autre ;
- `the_title()` : retourne le titre de l'article courant ;
- `the_excerpt()` : retourne l'extrait de l'article courant ;
- `the_permalink()` : retourne le permalien de l'article courant.

Il devient désormais possible d'élaborer un thème de base en mesure d'afficher la page d'accueil.

Le template responsable de l'affichage de la page d'accueil : `home.php`

```
<?php
get_header();

?>
```

COMPATIBILITÉ WordPress 3

Jusqu'à la version 3, l'utilisation des fonctions `get_header()`, `get_footer()` et `get_sidebar()` n'imposait pas la présence des templates associés. S'ils n'étaient pas présents, WordPress récupérait les templates du thème *Default*. Ce comportement n'est plus accepté; le thème doit contenir les templates `header.php`, `footer.php`, `sidebar.php`, `comments.php`, `comments-popup.php` ou être défini comme enfant d'un thème qui dispose de ces fichiers.

EN SAVOIR PLUS Template Tags

Le Codex liste les différentes fonctions disponibles sur la page :

► http://codex.wordpress.org/Template_Tags

CONFIGURATION

Nombre d'articles sur la page d'accueil

Le nombre d'articles à afficher sur la page d'accueil est paramétrable via l'interface *Réglages>Lecture*.

```

<?php while (have_posts()) : the_post(); ?>
<div class="post">
<div class="post-title"><a href="<?php the_permalink(); ?>">
<?php the_title(); ?></a></div>
<div class="post-excerpt"><?php the_excerpt(); ?></div>
</div>
<?php endwhile; ?>

<?php

get_sidebar();
get_footer();

?>

```

Template associé à l'en-tête : header.php

```

<html>
<head>
<style type="text/css" media="screen">
    @import url(<?php bloginfo("stylesheet_url");?>);
</style></head>
<body>

<table id="layout">
<tbody>
<tr><td colspan="2" id="header"><?php bloginfo('name'); ?>
</td></tr>
<tr><td id="content">

```

Template associé au pied de page : footer.php

```

<tr><td colspan="2" id="footer">
Nous suivre sur Twitter</td></tr>

</tbody></table>

</body>
</html>

```

Template associé à la colonne latérale : sidebar.php

```

</td>

<td id="sidebar">
<ul>
    <?php dynamic_sidebar(); ?>
</ul>
</td>

</tr>

```

Template générique : index.php

```
<?php
get_header();

print("contenu par défaut");

get_sidebar();
get_footer();

?>
```

Script regroupant différentes fonctions utilisées par le thème : functions.php

```
<?php

register_sidebar();

?>
```

Feuille de style : style.css

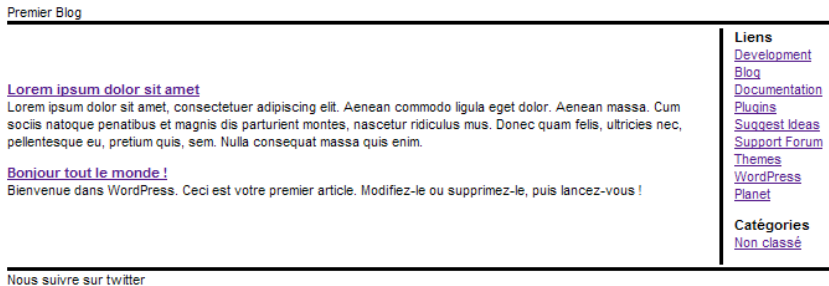
```
/*

Theme Name: Super Basic
Theme URI: http://kernix.com/
Description: Thème de test.
Version: 0.1
Author: Fxbois
Author URI: http://kernix.com/
Tags: fixed width, two columns, widgets

*/

* { font-family:arial; font-size:10px; margin:0; padding:0; }
#layout { width:600px; margin:10px auto; }
#header { border-bottom:3px solid black; }
#footer { border-top:3px solid black; }
#sidebar { border-left:3px solid black; padding-left:8px; }
.post { margin-bottom:10px; }
.post-title { font-weight:bold; }
#sidebar UL { display:block; margin-bottom:10px; list-style: none; }
}
```

Figure 14–10
Le thème Super Basic défini
dans les pages précédentes



Les structures de thèmes

La création d’un thème basique se révèle finalement assez simple et rapide. Concevoir un thème professionnel et complet est, en revanche, une tâche beaucoup plus complexe, dans la mesure où il convient alors de prendre en compte un très grand nombre d’éléments :

- l’intégration complète des widgets et des menus ;
- la sécurité (par exemple, l’échappement de caractères) ;
- l’utilisation de constantes (URL, chemins) et de hooks ;
- l’internationalisation (traductions) ;
- la compatibilité avec certaines extensions populaires ;
- la mise à disposition d’interfaces de paramétrage dans l’espace d’administration.

Plutôt que de concevoir un nouveau thème en partant de zéro, il est possible de se baser sur des structures de thèmes (*theme framework*). Visuellement neutres, ces thèmes ont vocation à être adaptés dans le cadre de thèmes enfants. L’adaptation repose sur le fichier `style.css` ainsi que sur le script `functions.php` qui se charge de définir des différents hooks spécifiques au thème.

Dans le cadre de la structure Thematic (ThemeShaper.com), les hooks de filtres et d’actions sont préfixés `thematic_`. Le diagramme <http://bluemandala.com/thematic/thematic-structure.html> permet de comprendre où sont appelés les hooks spécifiques.

► <http://themeshaper.com>

ALTERNATIVES Carrington et Hybrid

Carrington et Hybrid sont deux autres structures de thèmes populaires :

- <http://carringtontheme.com>
- <http://themehybrid.com>

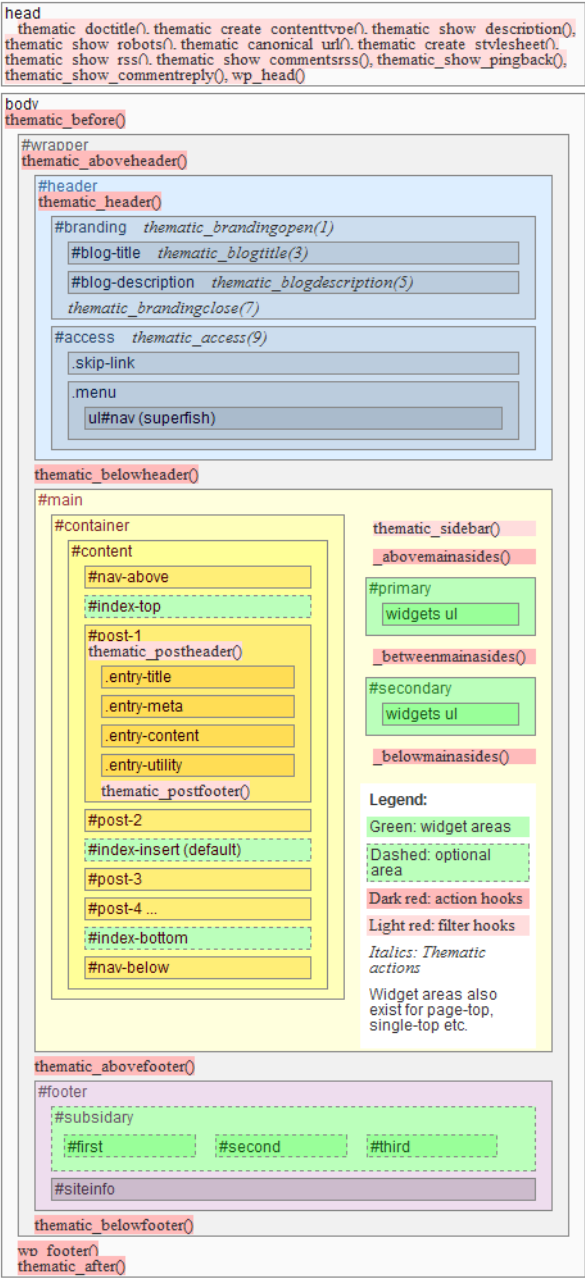


Figure 14-11
Hooks proposés par la structure Thematic

Tester un thème

Theme Switch and Preview est une extension très utile qui permet aux développeurs d'assurer le bon fonctionnement de leur blog durant la phase de conception d'un nouveau thème. Une fois l'extension installée et activée, la nouvelle rubrique *Réglages>Theme Switch* permet d'autoriser (*Enable*) le changement de thème. L'interface propose alors une liste des différents thèmes installés (rubrique *Open theme in new window*). En cliquant sur un thème, le blogueur bascule sur son blog habillé avec le thème sélectionné. La prise en compte du thème alternatif repose sur l'utilisation d'un cookie dont la durée de vie par défaut est limitée à quelques minutes. Le thème initial réapparaît de façon automatique une fois le cookie expiré.

Configuration

Enable theme switching

Enable

Enable theme switching in the admin area (for theme options)

Enable

Who can switch themes

Everybody

Who can see the widget

Only admin

Widget title

Use unordered list for the theme cloud? The default is a flat display

Disable

Passkey for theme preview links

12875292594c0bdca22a24b

Cookie expire (seconds)

300

Exclude default themes

Disable

Save Changes

The default theme is **WordPress Default Fr**.

Open theme in new window

Classic Bis

DailyNotes

Super Basic

WordPress Classic

WordPress Default

WordPress Default Fr

Figure 14-12
Interface Réglages>Theme Switch

Exploiter les services web

Proposer une API (*Application Programming Interface*) est un moyen pour un système informatique d'ouvrir ses ressources (données et fonctionnalités) à des sites et logiciels extérieurs.

Plutôt technique à l'origine, la notion d'API s'est démocratisée avec l'avènement du Web dit 2.0. Les sites web ont alors commencé à mettre à disposition certaines de leurs fonctionnalités dans le cadre des API ouvertes et documentées. Les développeurs ont ainsi pu les exploiter et faire émerger de nouveaux usages.

Usage et intérêt des services web

Il est facile de comprendre l'intérêt d'un tel mode de fonctionnement lorsqu'on sait que Twitter a pendant longtemps reçu plus de tweets provenant d'applications extérieures que de son propre site. En mettant à disposition des API, Twitter a pu voir fleurir des dizaines de logiciels et de passerelles sur toutes les plates-formes possibles et imaginables (Windows, Mac, iPhone, Facebook, etc.). L'émergence de cet écosystème a permis à Twitter d'agrandir de façon très rapide sa communauté d'utilisateurs en limitant ses investissements. Le travail de communication et de recrutement de nouveaux utilisateurs était réparti entre les différents éditeurs d'applications.

Un site met à disposition ses API via des services web. Les API peuvent être assimilées à un protocole de programmation. Proposer une API consiste essentiellement à documenter précisément les fonctionnalités mises à disposition. Pour chaque API, la documentation fournit le nom de l'opération, les paramètres attendus, le résultat retourné, les codes d'erreurs (avec leur signification), les éventuelles constantes, etc.

Dans un souci de maximiser l'ouverture et la compatibilité, les services web veillent à rester indépendants des langages de programmation. Chaque développeur doit pouvoir les exploiter avec son langage de prédilection.

Protocoles

L'appel à un service web repose sur un protocole. Il s'agit d'un support pour l'acheminement de la requête et la récupération de la réponse. Les protocoles les plus répandus aujourd'hui sont REST et XML-RPC.

/// Mashups

Les *mashups* sont des sites reposant sur l'exploitation d'API provenant de différents autres sites.

TENDANCE Google et les API : une réussite !

Les API sont en partie responsables du succès des différents services de Google. Le géant du Web a dès le départ choisi d'ouvrir ses services aux développeurs. Alors que le site de cartographie Mappy interdisait l'incorporation de ses cartes dans des sites extérieurs, Google Maps a, au contraire, offert aux développeurs une multitude d'outils extrêmement puissants pour incorporer ses cartes au sein de pages web.

À SAVOIR **API spécifiques à WordPress**

WordPress propose des API spécifiques dont la documentation est disponible à l'adresse suivante :

► http://codex.wordpress.org/XML-RPC_wp

Figure 14-13

Option pour autoriser la publication à distance

EN SAVOIR PLUS **Documentations en ligne**

Parmi les différentes documentations proposées par les plates-formes de blog, celle fournie par Movable Type est la plus complète.

► http://www.sixapart.com/developers/xmlrpc/movable_type_api/.

CONFIGURATION **XML-RPC et WampServer**

WampServer nécessite l'ajout de l'extension `php_xmlrpc`. Cette extension peut être ajoutée en passant par le menu *WampServer*, rubrique *PHP>PHP Extensions*. La prise en compte de cette modification nécessite le redémarrage d'Apache.

- REST (*Representational State Transfer*) est extrêmement populaire, du fait de sa simplicité de mise en œuvre. L'idée est ici d'exploiter le Web (avec les URL, les différentes méthodes HTTP) pour donner accès à des fonctionnalités.
- XML-RPC (*XML Remote Procedure Call*), utilisé par WordPress, est un protocole dans le cadre duquel les données sont échangées au format XML. Plutôt que d'adopter un protocole différent, WordPress s'est rendu compatible avec les API proposées par d'autres plates-formes de blogs telles que Blogger, MetaWeblog ou Movable Type.

Le script qui suit, par exemple, publie un nouvel article lorsqu'il est exécuté. L'API utilisée est celle de Blogger.

Avant de pouvoir utiliser les services web d'un blog WordPress, l'option *Activer les protocoles XML-RPC* doit être activée via l'interface *Réglages>Écriture*.

Publication à distance

Pour publier avec WordPress depuis un client de bureau ou un site distant, vous devez activer la méthode ci-dessous, que ce soit le protocole de publication Atom ou l'une des interfaces de publication XML-RPC.

Protocole de publication Atom

☐ Activer le protocole de publication Atom.

XML-RPC

☐ Activer les protocoles XML-RPC (WordPress, Movable Type, MetaWeblog, Blogger XML-RPC).

La méthode `blogger.newPost` est utilisée pour créer un nouvel article. Les six arguments qu'attend cette méthode sont :

- une clef d'application (non utilisée) ;
- l'identifiant du blog (non utilisé) ;
- l'identifiant de l'administrateur ;
- son mot de passe ;
- le contenu de l'article ;
- un flag indiquant si l'article doit être publié ou non.

Cette méthode retourne l'identifiant du nouvel article en cas de succès.

Le chemin d'accès aux services web est le suivant :

<http://monblog.com/wordpress/xmlrpc.php>.

Exemple d'utilisation d'une API

```
<?php
```

```
$contenu = "<title>merci les API !</title>bonjour monde ";  
$args = array(' ', ' ', 'admin', 'azerty', $contenu, true);
```

```
$request = xmlrpc_encode_request('blogger.newPost', $args);  
$options = array('http' => array('method' => 'POST',  
                                'header' => 'Content-Type: text/xml',  
                                'content' => $request));  
$context = stream_context_create($options);  
$datas = file_get_contents("http://localhost/wordpress/xmlrpc.php", false, $context);  
$response = xmlrpc_decode($datas);  
  
if (is_array($response) && xmlrpc_is_fault($response)) {  
    die('erreur: '.$response[faultString].' ('.$response[faultCode].')');  
}  
  
print('ID du nouvel article : '.$response);  
?>
```

<input type="checkbox"/> Article	Auteur	Catégories	Mots-clefs		Date
<input type="checkbox"/> merci les API !	admin	Non classé	Aucun mot-clef		il y a 1 minute Publié

Figure 14–14
L’article est bien publié.

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. Les avatars sont généralement affichés au sein des commentaires, 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 rétroliens 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 <i>tweets</i> , 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>

En français

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

<http://www.fran6art.com>

Pour les développeurs

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

<http://digwp.com>

Extensions

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

Thèmes

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

<http://themesaper.com>

Automattic

<http://ma.tt> (blog du créateur 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 124
 accessibilité 94
 administrateur 124
 affiliation 288
 agenda 236
 agrégateur 45, 351
 XE 351
 aide 85, 87
 Ajax 84
 Akismet 313
 Amazon 288
 Android 134
 anonymat 6
 Apache 60, 71, 73
 API (Application Programming
 Interface) 347, 351
 API Key 270, 313
 apparence 145
 archive 40
 widget 192
 article 2, 33, 90
 écrire 91
 lié 287
 liste 101
 sponsorisé 295
 widget 192
 Atom 53
 audience 270
 audio 222
 auteur 124
 avatar 351

B

base de données 61, 71, 319, 325
 bibliothèque 107
 BlackBerry 137
 blog 2
 création 58
 Blogger 26
 blogosphère 1, 351
 blogroll 39, 351
 widget 194

C

cache 318, 320

d'opcode 324
 calendrier 207, 236
 widget 192
 captcha 181, 314
 carte 217
 catégorie 38, 97, 118
 widget 193
 chiclet 351
 clef d'API 270, 313
 CMS (Content Management System) 40
 Cnil (Commission nationale de
 l'informatique et des libertés) 7
 Codex 85, 351
 colonne latérale 33, 37, 188, 351
 commentaire 2, 36, 111
 inscription 262
 lutte contre le spam 312
 modération 111
 widget 193
 communauté 259
 compression 322
 confidentialité 9
 contributeur 124
 copyright 6
 corbeille 103
 CPC (coût par clic) 285
 CPM (coût par mille) 285
 CSS (Cascading Style Sheet) 160, 161

D

Dailymotion 219
 Videowall 210
 Delicious 250
 développement 329
 Digg 250
 don 296
 Dotclear 26
 droit
 d'auteur 6
 de citation 8
 de réponse 7
 de reproduction 8

E

eBay 293
 e-commerce 297

éditeur 124
 de contenu 92
 HTML 92
 e-mail 140
 embed 198, 215
 encodage 332
 enregistrement automatique 99
 espace d'administration 83, 84
 état 95
 export 307
 extension 19, 168, 351
 Akismet 313
 All in One SEO Pack 242
 Audio Player 222
 configuration 171
 Contact Form 7 176, 181
 développement 330
 Embedded Video 219
 Firefox Sync 251
 gestionnaire 86
 Google Analytics for WordPress 271
 Google XML Sitemaps 248
 Hello Dolly 169
 Hyper Cache 320
 installation 172
 automatique 172
 manuelle 174
 MailPress 261
 MeeNews 261
 Newsletter 261
 PollDaddy Polls & Ratings 233
 PuSHPress 327
 Really Simple CAPTCHA 181
 recherche 172
 ShareThis 253
 Simpler iPaper 225
 Subscribe To Comments 262
 suppression 170
 W3 Total Cache 320
 Webmaster Tools Verification 250
 widget 196
 WordPress SlideShare 229
 WordPress.com Stats 89, 139, 270
 WP e-Commerce 298
 WP Forum Server 182
 WP Issuu 225

WP Super Cache 320
 WP-Cumulus 196
 WPhone 128
 WP-Pagination 285
 WP-reCAPTCHA 314
 YARPP 287

F

Facebook 202, 257, 269
 page 259
 FeedBurner 262
 feuille de style 160, 338
 fichier
 audio 222
 multimédia 214
 fil de syndication 41
 Voir aussi flux de syndication
 Firebug 323
 Firefox 49
 Flash 215
 Flickr 223
 badge 209
 flux de syndication 3, 41, 261, 262, 326,
 351
 agrégateur 45
 publicité 282
 widget 193
 flux RSS 2
 folksonomie 98, 351
 formulaire de contact 176
 forum 182
 framework 330
 FTP (File Transfer Protocol) 61, 63, 307

G

galerie photo 173, 223
 Google 240, 269, 314, 347
 Google AdSense 278, 279
 Google AdWords 244, 278
 Google Agenda 207, 236
 Google Analytics 271, 281
 Google Blogs 9, 247
 Google Bookmarks 250
 Google Buzz 203
 Google Friend Connect 266
 Google Livres 226
 Google Maps 217
 Google Traduction 206
 Google Web Elements 205

H

hébergement 60

hébergeur 60
 hook 330
 HTML 160, 214
 code 215

I

identi.ca 16
 identifiant 310
 iFrame 198, 215
 image (éditer) 109
 import 307
 indexation 246
 installation 60, 65
 sous Mac OS X 72
 iPad 133
 iPhone 130
 Issuu.com 224
 itinéraire 217

J

JavaScript 198

L

lien 117, 311
 sponsorisé 278
 widget 194
 Linux 78
 liste 36
 de diffusion 261
 livre 226

M

marque-pages 250
 mashup 347
 média 104
 menu
 gestionnaire 120
 widget 195
 métadonnée 35, 41
 microblog 14, 352
 microformat 18
 migration de version 304
 mise à jour 302
 mobile 128
 mod_deflate 323
 modération 113
 monétisation 277
 mot de passe 310
 mot-clef 38
 widget 195
 moteur de blog 17
 moteur de recherche 41

Movable Type 26
 multimédia 213
 musique 222
 MySQL 60, 75, 319

N

navigateur (configuration) 85
 navigation 40
 newsletter 261
 NextGEN Gallery 173
 nom de domaine 8
 nuage de mots-clefs 196
 nuage de tags 38
 widget 195

O

opcode 324
 Open Graph Protocol 261
 OpenStreetMap 219
 OPML (Outline Processor Markup
 Language) 18
 OverBlog 12, 28

P

page 110, 351
 widget 195
 pagination 285
 PaperBlog 12
 paquet 78
 PDF 224
 performance 317
 permalien 2, 35, 351
 permission 61
 PHP 60, 319
 optimisation 324
 phpMyAdmin 71, 76, 308, 325
 Picasa 224
 ping 247, 352
 pingback 259
 Ping-O-Matic 247
 podcast 35, 53, 352
 PollDaddy 231
 post 352
 présentation 228
 publicité 278
 PuSH (PubSubHubbub) 327
 Push/Pull 326

R

raccourci clavier 116
 reCAPTCHA 314
 recherche (widget) 196

réécriture d'URL 321
 référencement 239, 240, 318
 réseau social 16, 254
 responsabilité 5
 REST (Representational State
 Transfer) 348
 rétrolien 2, 259, 352
 RSS 51

S
 sauvegarde 304, 306
 sécurité 181, 302
 service web 347
 ShareThis 252
 shortcode 214, 352
 site dynamique 319
 sitemap 247
 Skype 198
 SlideShare 228
 smartphone 129
 social bookmarking 250
 Socialbar 37
 spam 4, 176, 311
 splog 4
 SSL (Secure Sockets Layer) 311
 statistiques 270
 statut 200
 syndication (fil ou flux) 41

T
 tableau de bord 88

tag 38, 97
 taxonomie 97, 352
 Technorati 10, 247
 template 146
 thème 145, 146, 352
 développement 337
 générateur 155
 Kubrick 147
 Twenty Ten 148, 286
 traceback 259
 traduction 206
 troll 352
 tumblelog 34, 352
 Twitter 14, 200, 254
 Twitterfeed 254
 TypePad 26

U
 Unicode 18
 URL
 réécriture/rewriting 71
 utilisateur 123

V
 vente 297
 vidéo 219
 vidéoblog 34
 Vimeo 214
 visibilité 240
 vitesse de chargement 317
 vlog 34

W
 WampServer 69
 widget 37, 187, 188, 260, 352
 Amazon 289
 développement 334
 Text 196
 Wikio 11
 Windows
 installation 69
 WordCamp 352
 WordPress
 communauté 19
 installation 60
 moteur 25
 téléchargement 62
 versions 18
 WordPress.com 22
 version mobile 128
 Wysiwyg 92

X
 XFN (XHTML Friends Network) 18
 Xiti 281
 XML-RPC (XML Remote Procedure
 Call) 348

Y
 YouTube 219

