

## 1

# Introduction

Les idées sont faites pour se propager, et aujourd'hui les moyens de propagation n'ont jamais été aussi nombreux, amenant même notre époque à recevoir l'appellation d'ère de la communication. Entre baisse des prix et amélioration des réseaux, Internet autorise aujourd'hui tous ceux qu'une idée anime à la faire entendre plus globalement qu'avec un téléphone, de manière plus abordable qu'avec la télévision, plus rapide qu'avec un livre, plus pérenne qu'avec le bouche-à-oreille... Si vous avez une idée à faire partager, Internet est devenu incontournable.

Au cœur d'Internet se trouve le World Wide Web, fait d'innombrables sites abordant autant de sujets. Et une part toujours plus grande de ces sites web appartient à la catégorie des blogs.

Vous avez ouvert ce livre parce que vous voulez en savoir plus sur la publication en ligne à l'aide de WordPress, CMS spécialisé dans la publication.

## Petit guide du blogueur débutant

### Qu'est-ce qu'un blog ?

Cette introduction est probablement l'occasion idéale pour définir ce qu'est un blog. Sans plonger dans l'explication technique ni la justification "philosophique", on peut simplement dire qu'un blog est une forme particulière de site web, avec des caractéristiques précises, mais qui ne sont pas toujours présentes. La définition la plus large est la suivante : un blog se caractérise par la publication plus ou moins régulière d'articles, généralement classés par ordre chronologique inverse sur la page principale. Les articles sont datés, et chacun dispose d'une URL unique dotée d'une zone de commentaire.

Déjà dans cette définition, certains points sont facultatifs : l'ordre peut ne pas être strictement chronologique, il se peut que les articles n'aient pas d'URL unique, ou l'auteur a pu choisir de refuser les commentaires. Partant de là, de nombreux composants peuvent s'ajouter : présence ou non d'un flux de syndication, utilisation d'un système de gestion de contenus (*Content Management System*, ou CMS), ou écriture à la main du code HTML, etc. Les libertés sont nombreuses, et effectivement il est difficile de donner une définition qui puisse s'appliquer à absolument tous les blogs.

Dans les faits, un blog est davantage défini par son aspect extérieur que par son contenu.

On pourrait ainsi différencier sites web et blogs en précisant simplement que ces derniers sont régulièrement mis à jour. Un site web reste quant à lui statique – même s'il peut inclure une section blog, ce qui est souvent une solution idéale pour faire vivre un site statique...

Il existe toutes sortes de blogs, depuis le blog très personnel axé sur un sujet intime jusqu'au blog d'entreprise servant de média direct entre l'entreprise et ses clients. Certains blogs sont beaucoup lus et même influents auprès des médias traditionnels, tandis que d'autres ne sont lus que par une poignée de personnes proches du blogueur... Politique, promotion produit, couture : tous les sujets sont abordés, et les blogs les plus visités sont souvent ceux qui expriment la passion de leur auteur.

Tenir un blog est aujourd'hui un phénomène reconnu et solidement installé dans les habitudes des internautes. L'influence des blogs est d'ailleurs telle qu'il peut être difficile de différencier blogs et médias traditionnels, tant les journalistes qui tiennent un blog sont nombreux, et tant les caractéristiques du format "blog" sont fréquemment reprises par les sites "classiques". L'expression "avoir un blog" est donc le plus souvent réservée aux personnes qui tiennent un blog personnel, mais l'expression "avoir un site web" est tout aussi valable désormais.

## Qu'est-ce que WordPress ?

WordPress est un logiciel de gestion de blog gratuit et open-source – c'est-à-dire que tout le monde peut participer à son évolution. Âgé aujourd'hui de 5 ans, il est en mesure de gérer bien plus qu'un simple blog : il peut être utilisé pour construire un site dynamique complet.

Mené initialement par deux personnes (Matt Mullenweg et Mike Little), le projet WordPress est désormais essentiellement maintenu par les développeurs de la société Automattic, créée par Mullenweg en août 2005, ainsi que par un grand nombre de développeurs indépendants. Sous l'égide d'Automattic, WordPress a évolué pour exister sous plusieurs formes. C'est pourquoi le nom WordPress désigne trois projets distincts, mais aux racines communes :

- **WordPress, le gestionnaire de blog open-source.** Projet le plus connu, WordPress (ou WP) est un script PHP gratuit, qui peut gérer un blog ou même un site web complet grâce à ses fonctionnalités avancées de gestion de contenus, tels que les pages statiques. Ce projet constitue le sujet principal de ce livre.
- **WordPress MU, le gestionnaire de plate-forme de blogs open-source.** Version multi-utilisateur de WordPress, WPMU permet de mettre en place rapidement une solution logicielle pour gérer un hébergement de blog complet. Il est à réserver aux spécialistes, car sa maintenance n'est pas aussi aisée que pour WordPress : un hébergement mutualisé n'y suffira généralement pas, sauf si on s'en tient à une poignée de blogs. Le site LeMonde.fr utilise WordPress MU pour offrir des blogs à ses lecteurs.
- **WordPress.com, le service d'hébergement de blogs.** C'est un service gratuit d'hébergement de blogs, avec options payantes. Géré par Automattic, ce service est basé sur WordPress MU.

Outsider à l'origine, WordPress est aujourd'hui l'un des outils de gestion de blog les plus populaires : les statistiques actuelles relèvent environ 6 millions de blogs WordPress ; de son côté, le service WordPress.com compte plus de 4 millions de blogs, plus de 140 000 articles publiés chaque mois en moyenne, et voit sa popularité se rapprocher de celle du service gratuit Blogger.com (propriété de Google).

La société Automattic ne fait pas que gérer ces trois incarnations de WordPress : dans son portfolio de projets, on retrouve un outil open-source de gestion de forum (bbPress), un service gratuit de lutte contre le spam (Akismet, inclus par défaut avec WordPress), un service gratuit de gestion des avatars en ligne (Gravatar), un outil open-source de gestion de site communautaire/réseau social (BuddyPress, basé sur WordPress MU), et depuis peu un service gratuit de prise en charge avancée des commentaires de blog (Intense Debate). Automattic était à l'origine un nom générique pour les projets personnels de Matt Mullenweg, et il est devenu aujourd'hui l'un des acteurs les plus puissants du monde du blog ; il compte plus de 30 employés, et a récemment levé plus de 30 millions de dollars d'investissement afin de consolider ses fondations et voir à long terme. L'avenir de WordPress semble donc assuré...

### Qu'est-ce qu'un bon blog ?

Bien qu'il n'existe pas de règles gravées dans le marbre, la blogosphère est aujourd'hui suffisamment mature et variée pour qu'il soit possible de discerner les points communs des blogs de qualité :

- **Il a une voix personnelle.** Écrire un blog sur rien ne vous amènera pas bien loin, tout comme écrire un blog sur tout ce qui se passe ne vous rendra jamais plus intéressant aux yeux des internautes, qui recherchent avant tout l'originalité. Cette originalité, qui sortira votre blog du lot, ne peut s'établir qu'à partir du moment où vous écrivez sur des sujets qui vous touchent profondément ou vous passionnent réellement. L'idée est de faire "votre trou" dans la blogosphère en écrivant avec passion, passion qui trouvera forcément un écho chez certains blogueurs/internautes, si tant est que vos propos soient sincères.
- **Il encourage la conversation.** Tenir un blog est une chose, c'en est une autre que de recevoir des commentaires pertinents, et même de voir se former une véritable communauté d'habitues autour du blog. Cette communauté ne se formera pas du jour au lendemain : il faut non seulement interpeller ses lecteurs (sans pour autant finir chaque article par "qu'en pensez-vous ?"), mais également s'inscrire dans la communauté plus grande de la blogosphère, à savoir laisser des commentaires appropriés sur les autres blogs (ce qui par ailleurs vous ramènera des visiteurs), mais aussi répondre aux articles des autres blogs par vos propres articles bien construits. Bien sûr, cela demande du travail et n'est nullement nécessaire pour être heureux avec son blog : certains blogs n'autorisent pas les commentaires et n'en sont pas moins appréciés.
- **Il sait rester humble.** Votre avis n'est pas toujours plus important ou plus judicieux que celui des autres, et si jouer la provocation peut vous rapporter un lectorat, il sera bien moins fidèle que celui d'un blog sobre et affable. Nombreux sont ceux qui se lancent dans la blogosphère avec pour objectif de s'y faire un nom, voire de devenir un blogueur "influent" (ou un "influenceur", un "buzzeur", *ad nauseam*, etc.). L'idée du blog est d'établir une conversation, pas de convaincre de putatifs lecteurs du bien-fondé de vos arguments.

- **Il respecte ses lecteurs.** Cela suppose de ne pas modifier les articles déjà publiés afin d'en arranger le propos sans l'indiquer clairement, de ne pas effacer les articles que l'on regrette (sauf injonction judiciaire), et de toujours publier les commentaires des lecteurs (sauf cas de force majeure). Avoir une étiquette de publication est essentiel pour établir une relation de confiance avec ses lecteurs.
- **Il respecte le contenu d'autrui.** Un blog doit faire preuve d'une certaine originalité pour sortir du lot. Certains blogs se sont fait une spécialité de reprendre mot pour mot les contenus d'autres sites (images, vidéos, parfois même textes) afin de surfer sur l'éphémère vague de "buzz" que ce contenu peut générer, et profiter des possibles requêtes Google sur le sujet – et, donc, espérer des clics sur leurs bannières publicitaires. Si ces blogs sont certes populaires (dans le sens le moins noble du terme), cela ne présage pas de leur qualité : ils n'apportent rien à la conversation, n'étant qu'un relais vide de sens. Comme pour tout média, le droit de citation existe sur les blogs, et l'exigence de qualité ne doit amener la (courte) citation que pour mieux la discuter, non pour avoir sur son blog les mêmes mots-clés que sur tant d'autres blogs ciblés "buzz". Plus prosaïquement, le contenu d'un site étant une œuvre de l'esprit, il entre dans le cadre de la propriété intellectuelle. De fait, reprendre un contenu sans autorisation explicite de l'auteur peut s'apparenter à du piratage...
- **Il est libre de toute contrainte.** Terminons cette liste en tempérant les points précédents : un bon blog prend ses lecteurs au dépourvu, il sort de sa propre "ligne éditoriale" (si tant est qu'il en ait une), il se met ses lecteurs à dos et les fait réagir – idéalement, en les poussant à bloguer de leur côté plutôt que d'écrire un commentaire. Un bon blog doit donner envie d'ouvrir un blog.

En définitive, la caractéristique première d'un bon blog reste sans doute sa liberté de ton, aussi les points que nous venons d'évoquer ne sauraient être des vérités scientifiques, mais plutôt des "bonnes pratiques" ; ne pas les suivre à la lettre ne fera probablement pas de vous un mauvais blogueur. Soyez libre !

## Faire ses premiers pas dans la blogosphère

La blogosphère est une communauté très ouverte : il est extrêmement facile d'y entrer, il suffit de créer un blog. En revanche, il est plus difficile d'y rester, de s'y faire remarquer ou même de s'en faire oublier, de comprendre ses dynamiques et ses politiques internes... Devenir membre de la blogosphère, pour celui qui souhaite s'y mettre sérieusement, requiert plus que quelques pensées matinales et des photos de chat en contre-jour.

Si vous vous apprêtez à ouvrir votre premier blog, gardez les points suivants en tête, ils vous éviteront un certain nombre de faux pas !

- **Tout le monde vous lit.** Votre blog sera accessible à tous, notamment aux moteurs de recherche. Évitez donc d'écrire des textes que vous ne souhaiteriez pas voir resurgir dans quelques années. En règle générale, si vous écrivez sous votre nom, il peut être bon de bloguer comme si vous vous adressiez à vos parents, votre grand-mère, votre patron, vos anciens collègues – qui tous, potentiellement, peuvent vous lire. Et si vous écrivez sous un pseudonyme, ne croyez pas être anonyme pour autant...

- **L'anonymat n'existe pas vraiment sur Internet** et n'offre donc qu'une protection toute relative. Plus d'un s'est brûlé les ailes en se croyant en sécurité. À tout prendre, il est même préférable de bloguer sous votre véritable nom, afin de contrôler vous-même votre image sur Internet, plutôt que risquer de voir une recherche sur votre nom renvoyer vers un site que vous ne contrôlez pas. Le blog y perdra sans doute en liberté de ton, mais votre réputation n'en sortira certainement que grandie.
- **Gardez vos secrets, et ceux des autres.** Un blog est un "journal intime pas intime" en ceci que vous pouvez y raconter la vie de votre entourage et que son contenu devient aussitôt public et accessible à tous. Ne parlez donc que de ce qui vous implique vous, et non une autre personne. En général, évitez de citer les noms complets – surtout s'ils n'ont pas déjà un site web officiel, car votre article pourrait alors être le premier résultat d'une recherche sur le nom !
- **Les moteurs de recherche archivent tout, pour toujours.** Les requêtes des moteurs de recherche se font non pas directement sur Internet mais sur une copie de votre site qui est régulièrement faite et stockée sur les serveurs de Google, Yahoo!, Archive.org et tant d'autres. Si vous effacez un article ou fermez le blog, il existera toujours sur les serveurs de ces moteurs, et il ne sera pas évident de l'en supprimer. Soyez donc bien conscient de l'incontrôlable pérennité de vos écrits sur Internet et des implications possibles pour vous ou votre entourage dans un an, cinq ans, dix ans...
- **Respectez les codes de conduite établis.** La blogosphère est très permissive, mais les règles de base de l'échange sur Internet – et dans la "vraie vie" – s'y appliquent toujours. Comme dans toute culture, il existe des codes sociaux, et ce n'est pas parce qu'on est en ligne qu'il faut traiter les gens différemment. La Netiquette, imaginée bien avant la création du Web, est une charte de règles de conduite et de politesse qui tente de décrire le comportement à adopter pour que les relations sur le Net restent courtoises. Sans que la Netiquette soit absolue ou définitive, il faut garder en mémoire que sur Internet la personne en face reste un être humain et que les querelles de clocher n'apportent rien à l'idéal humaniste que représente ce réseau mondial.

Ce ne sont là que quelques règles de base, qui traduisent la bienséance du réseau. En définitive, vous restez seul maître de vos écrits : il n'y a pas et il n'y aura jamais de "déontologie universelle du blogueur".

Le blogueur est donc seul maître à bord, mais également seul responsable devant autrui et devant la loi – ce qui forme un autre thème important, auquel nous consacrons la section suivante.

## **Responsabilité du blogueur**

Si Internet est un vaste lieu de liberté, les internautes n'en sont pas moins soumis aux lois terrestres, qui s'appliquent d'autant plus aux blogueurs, étant donné que leurs sites sont régulièrement mis à jour, et donc très favorisés par les moteurs de recherche. Depuis le début, la justice surveille cet espace, et des blogs se sont déjà fait condamner à cause d'un article qu'ils publiaient, ou même d'un commentaire qu'ils affichaient. La prudence reste donc de mise.



Les auteurs n'étant pas juristes, nous avons tiré une grande partie du contenu de cette section d'un article publié par l'avocat blogueur maître Eolas, article que nous vous encourageons à lire : <http://maitre-eolas.fr/2008/03/24/905-blogueurs-et-responsabilite-reloaded>. Par ailleurs, cette section ne fait référence qu'aux lois applicables en France. Nous demandons aux lecteurs francophones d'autres pays (Suisse, Belgique, Québec, etc.) de bien vouloir nous excuser de ne pas avoir pu prendre en compte leurs lois locales, et les enjoignons à se renseigner.

Légalement, c'est l'éditeur du site qui est responsable de son contenu, et non l'hébergeur du site, comme d'anciennes affaires judiciaires peuvent le faire croire. Cette responsabilité a été établie par la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), et la jurisprudence n'a de cesse d'aller dans ce sens.

Un blog étant un site web à part entière, le blogueur est censé respecter certaines obligations :

- **Déclarer son identité à son hébergeur.** Un hébergement sous un faux nom, même gratuit, est un délit.
- **Faire figurer sur le site le nom du responsable**, ou, en cas de site non professionnel et anonyme, la mention de l'hébergeur qui a les coordonnées du responsable. Ce texte se trouve souvent placé dans la rubrique Mentions légales.
- **Publier gratuitement un droit de réponse** de toute personne nommée ou désignée dans un article ou un commentaire, sous trois jours à compter de la réception.

Il faut bien comprendre qu'un blog entre dans le cadre du droit pénal de la presse et de l'édition, à l'instar de tout écrit mis à la disposition du public, et celui du droit à l'image et de l'intimité de la vie privée. La liberté d'expression perd donc ses droits devant un texte diffamatoire, faisant l'apologie des crimes contre l'humanité, incitant à la haine raciale, contenant de la pornographie infantile, poussant à commettre des crimes ou délits.

Si la plupart de ces actes sont heureusement rares, il est cependant facile d'écrire un texte injurieux ("expression outrageante ne contenant l'imputation d'aucun fait") ou diffamatoire ("allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé") sans forcément se rendre compte des implications – surtout si le propos diffamatoire provient d'un commentaire, dont le blogueur est légalement responsable. Les blogueurs peuvent le plus souvent se reposer sur la prescription, qui s'applique trois mois après la publication de l'article ou du commentaire en cause – mais qui pourrait passer à un an si une récente proposition de loi venait à passer.

Le respect de la vie privée fait également partie intégrante de la responsabilité du blogueur : l'article 9 du Code civil français est sans ambiguïté, "chacun a droit au respect de sa vie privée", et cela s'applique aussi bien aux voisins ou amis qu'aux personnes publiques. Une star de cinéma peut donc légalement se plaindre si vous publiez des photos de sa vie privée...

La loi peut même s'appliquer à un blogueur n'ayant pas commis de délit particulier : des sanctions professionnelles ont déjà été prises à l'égard d'employés ou de fonctionnaires parce qu'ils écrivaient pour leur blog pendant leurs heures de travail, qu'ils divulguaient des informations confidentielles, ou simplement qu'ils parlaient de leurs professions alors qu'ils devaient s'en abstenir – et c'est ici qu'il faut bien comprendre que l'anonymat n'existe pas sur Internet.

Les blogueurs américains ont même une expression pour cela, "to get dooced", tiré du pseudonyme de Heather Armstrong, qui en 2002, un an après avoir ouvert son blog à l'adresse <http://www.dooce.com>, a été renvoyée de sa société pour avoir parlé de ses collègues de manière satirique.

Plus proche de nous, la blogueuse anonyme derrière le site <http://www.petiteanglaise.com/> a été renvoyée pour "faute grave" en 2006, après avoir blogué sur l'ambiance à son travail – l'employeur n'était pourtant jamais identifiable dans les articles, qui ne nuisaient donc pas à l'entreprise. Par ailleurs, le blogueur Garfieldd a été révoqué de l'Éducation nationale en 2006 pour avoir tenu un blog sur sa vie de proviseur et d'homosexuel – sans jamais mélanger les deux ni faire de rapprochement qui puisse tomber sous le coup de la loi pénale.

Certes, ces deux affaires françaises se sont plutôt bien terminées : Petite Anglaise a ensuite gagné son procès devant les Prud'hommes et a écrit des livres ; Garfieldd de son côté a vu sa révocation ramenée à une exclusion pendant un an et une mutation ; mais chaque affaire est unique...

Ce n'est là qu'une approche très succincte de ce thème, que l'on pourrait résumer ainsi : prenez garde à ce que vous publiez sur votre blog. Ce que vous y écrivez pourrait revenir vous hanter dans plusieurs années, soyez donc certain d'assumer totalement, et sur le long terme, vos propos.

## Découvrir la culture blog

### Les origines des blogs

Le monde du blog tel que nous le connaissons aujourd'hui est le résultat d'années d'évolutions, de découvertes et de formalisation. Il est toujours intéressant de se plonger dans ce passé pour comprendre ses conséquences sur la blogosphère actuelle.

Pour commencer, il faut bien savoir que dès sa création le Web a été pensé comme un média où les internautes pouvaient aussi bien lire qu'écrire – le premier navigateur était d'ailleurs une combinaison de lecteur et d'éditeur de sites web. L'idée première de Tim Berners-Lee, inventeur du World Wide Web en 1990, était que quiconque circulant sur le Web disposerait d'un espace personnel sur lequel il pourrait écrire ce qu'il veut, simplement – d'où l'éditeur intégré au navigateur et accessible par un simple clic.

Les évolutions logicielles ont séparé navigateurs et éditeurs de pages web (exception faite d'Amaya), mais l'avènement des blogs et des wikis a permis à la vision initiale de Tim Berners-Lee de se réaliser pleinement : il est aujourd'hui possible, d'un simple clic, de publier ses idées en ligne.

Le mouvement de la communauté "blog" n'a pas eu une naissance spontanée ni une popularité immédiate, mais trouve probablement ses origines dans les BBS, ces machines hébergées chez des particuliers, administrées par des "sysop" (system operators), reliées au réseau téléphonique commuté, et auxquelles les utilisateurs pouvaient se connecter par le biais d'un appel téléphonique au travers d'un modem. Sur ces BBS se sont créées les premières

communautés numériques, forcément disparates mais permettant de partager des fichiers autrement plus facilement qu'en envoyant des disquettes par la Poste, comme c'était l'usage au sein des communautés de pirates informatiques et de créateurs de démos.

De simples dépôts de fichiers, avec de strictes règles de quotas d'envoi et réception de fichiers, les BBS ont rapidement évolué pour inclure des systèmes de messagerie interne et de forums dédiés aux divers sujets sur lesquels le BBS était spécialisé, jusqu'à devenir de simples endroits où les membres pouvaient discuter de tout et n'importe quoi...

En France, les BBS peuvent être comparés aux serveurs RTC, qui exploitaient les possibilités graphiques et réseau du Minitel. Partage de fichiers, forums de discussion, graphisme, gestion par des particuliers passionnés : BBS et serveurs RTC ont beaucoup en commun.

Les BBS sont apparus dans les années 1980, et leur popularité n'a cessé d'augmenter avec l'amélioration des modems, culminant vers la fin des années 1990, au moment où le Web est devenu accessible à tous, notamment avec des offres avantageuses comme celles d'AOL.

L'ouverture au grand public des outils d'Internet, notamment Usenet (les "newsgroups", ou groupes de discussion), du courrier électronique et l'apparition des listes de diffusion (mailing-list) et enfin du Web avec la naissance des forums de discussion, tout cela a participé à montrer qu'il était possible de publier ses idées directement, depuis un ordinateur.

Partant de là, les premiers sites web personnels ont mené à la publication en ligne de journaux personnels, et donc au passage au numérique du diarisme – d'où une définition du terme blog le décrivant comme un "journal intime pas intime", voire un "journal extime"...

## **Apparition et popularité des blogs**

Le prix du premier blog revient sans doute à l'inventeur du Web, Tim Berners-Lee, qui en 1992 avait mis en place une page "What's New" permettant de suivre les évolutions de son projet World Wide Web : nouvelles versions de navigateurs, nouveaux serveurs, nouveaux membres de l'équipe.

Les premiers diaristes du Web, ces particuliers qui se sont lancés dans la description régulière et sur le Web de leur quotidien et/ou de leurs pensées, sont apparus en 1994. Le plus célèbre d'entre eux est Justin Hall, un étudiant américain qui en janvier 1994 s'est mis à lister et commenter ses bons liens du moment au fur et à mesure qu'il les découvrait, puis, en janvier 1996, s'est mis à documenter sa vie intime sur son site links.net (voir Figure 1.01). Il a tenu son blog jusqu'en 2005.

Dans les pays francophones, c'est le Québec qui tire le premier avec Montréal, soleil et pluie de Brigitte Gemme, de juin 1995 à juin 1998, après quoi il faudra attendre août 1999 pour voir l'arrivée du blog collaboratif anonyme Pssst.ca.

On l'aura compris, l'essor des blogs n'a pas été immédiat : tout comme une simple page mise à jour à la main suffisait à lister les nouveaux sites web en 1993, il existait une page recensant les nouveaux blogs, tenue à la main par le blogueur Jesse James Garrett. En janvier 1999, celle-ci en recensait 23. Mais déjà la communauté s'était formalisée, d'une certaine manière, en adoptant le terme "weblog" créé par John Barger en décembre 1997 sur son blog robotwisdom.com – contraction de "web log", littéralement "journal en ligne" –,



**Figure 1.01**

Links.net en décembre 1996.



qui décrivait le fait de "tenir le journal de son activité sur le Web" (logging the Web). Petit à petit, les sites personnels régulièrement mis à jour par leurs auteurs ont été décrits comme des blogs...

Weblog est devenu "blog" suite à une plaisanterie du développeur et blogueur Peter Merholz, qui écrivait en mai 1999 : "Pour ce que ça vaut, j'ai décidé de prononcer le mot weblog comme [wee'-blog]. Ou « blog » pour faire court."

L'évolution de weblog en blog aurait pu rester un simple clin d'œil entre connaisseurs, si quelques mois plus tard, en août 1999, la société Pyra Labs n'avait sorti l'outil en ligne Blogger.com, une interface complète et gratuite de mise à jour de site (voir Figure 1.02). Ce n'était certes pas le premier outil de gestion de blog (Open Diary avait été lancé en octobre 1998, LiveJournal en mars 1999), mais la simplicité d'utilisation de Blogger fera que ce dernier aura un impact important sur le monde de la publication personnelle en ligne ; impact qui, accessoirement, aidera le mot "blog" à entrer dans le langage courant des internautes.

Les quelques mois qui ont précédé le lancement de Blogger.com ont connu une explosion : d'abord amorcée par une poignée d'adopteurs précoces (early adopters) qui souvent se connaissaient, puis les suiveurs ont commencé à lancer leurs propres blogs, enfin l'arrivée de services simples et gratuits comme Blogger.com a véritablement favorisé un déluge de blogs sur Internet. En simplifiant la publication en ligne au point de ne plus devoir écrire de code HTML ni utiliser de client FTP, les services en ligne comme Blogger.com ont véritablement popularisé ce type de site.

À partir de cette ouverture au plus grand nombre, la blogosphère n'a fait que grandir en volume et en diversité, les outils se sont multipliés, la couverture médiatique s'est affolée...

**Figure 1.02**

Blogger.com  
en janvier 2000.



Au niveau politique, l'influence des blogs a commencé véritablement à se faire sentir après les attentats du 11 septembre 2001 et dans le climat politique tendu aux États-Unis après cette date : de nombreux blogueurs se sont lancés, et les médias se sont enfin penchés sur le mouvement. Entre préparatifs de guerre, limitation des droits individuels et unilatéralité des médias, les blogs ont pu donner une opinion alternative de plus en plus forte et omniprésente, allant jusqu'à dénoncer les manquements des politiciens comme des journalistes, avec des conséquences très réelles – démission du sénateur Trent Lott, du journaliste Dan Rather... Dès les élections présidentielles américaines de 2004, les blogueurs étaient traités (bien que de manière expérimentale) comme des journalistes aux conférences.

Désormais, toute personne souhaitant toucher le grand public (du moins ceux ayant accès à Internet) se doit de tenir un blog. Politiciens, chefs d'entreprise ou simple quidam : le blog autorise une immédiateté et une proximité jamais atteintes auparavant, mettant toutes les couches sociales sur un pied d'égalité – celui de la libre publication sur Internet. Nombreux sont ceux qui voient en Internet le plus grand progrès pour l'humanité depuis l'invention de l'imprimerie, et les blogs ne font que simplifier l'exploitation de ce progrès...

## Et dans les pays francophones...

Comme nous l'avons signalé auparavant, le premier blog francophone date de 1995, mais il faudra attendre 1999-2000 pour voir les francophones se lancer en masse, avec des blogs qui sont encore ouverts et actifs aujourd'hui.

La blogosphère francophone a suivi le même chemin que la blogosphère américaine, avec quelques années d'écart : elle dispose de "stars", de communautés, de politiciens et de journalistes, de son propre classement de popularité, et organise même des réunions mensuelles (ParisCarnet à Paris, YULblog à Montréal, Yulbuz à Québec, Strasbourg et Bruxelles,

Bloggy Friday à Lausanne, etc.) où les blogueurs se rencontrent, le plus souvent dans un bar.

Les politiques français ont assez vite compris l'intérêt d'avoir une tribune libre sans devoir passer par les médias traditionnels. Alain Rousset, candidat aux élections régionales en Aquitaine, ouvre le bal en décembre 2003, rapidement suivi par Dominique Strauss-Khan et Jean-François Copé en février 2004.

Parmi les personnages en vue de la blogosphère francophone, on peut sans doute nommer Loïc Le Meur (<http://www.loiclemeur.com>). Entrepreneur infatigable, il s'intéresse aux blogs au moment où les médias commencent à se pencher sur le sujet, en septembre 2003, et très rapidement rachète la plate-forme U-Blog, créée par Stéphane Le Sollic, afin de monter la société du même nom. Dès le mois de mars 2004, U-Blog devient distributeur exclusif des produits Six Apart (Movable Type, TypePad), et Loïc Le Meur devient le premier promoteur des blogs en France. Par son action, puis par un effet d'imitation, nombreux sont les chefs d'entreprise, grands médias et politiciens qui se lanceront dans la blogosphère. En ce sens, Loïc Le Meur a eu une grande influence dans la formation de la blogosphère française actuelle, recevant même le titre de "pape des blogs". Depuis il est plus discret, mais ses quatre années de promotion des blogs dans les médias ont laissé une certaine trace.

Longtemps avant l'arrivée inéluctable de "VRP" comme Loïc Le Meur, la promotion des blogs revenait aux "early adopters", le plus souvent des geeks (ou affiliés) qui n'avaient pas peur des nouvelles idées. Par ironie, ceux qui avaient ouvert un blog avant Loïc Le Meur (donc, avant le 29 septembre 2003) sont parfois surnommés "dino-blogueurs" – à différencier des "néo-blogueurs", apparus après Loïc Le Meur et ne rechignant pas devant les articles sponsorisés (équivalent du publiereportage sur Internet), les encarts publicitaires et le marketing personnel.

Parmi ces pionniers, il faut noter le travail de la Suissesse Stephanie Booth (<http://climbtothestars.com>), qui sans être totalement geek (elle a fait des études de lettres) ni totalement francophone (elle est d'origine anglaise) a été la fondatrice ou partie prenante de nombreux projets fondamentaux pour les blogs en particulier et les standards du Web en général. Ainsi, elle a lancé dès 2001 le wiki Spirolattic pour la promotion en français de ses sujets de prédilection, puis le site Pompage.net pour traduire les articles anglais sur la conception web. Étant bilingue, elle a très tôt lancé des débats sur la terminologie des blogs, et a participé à la promotion des blogs au sein de la communauté des développeurs.

Ils sont nombreux à avoir très tôt défriché le terrain des blogs en francophonie, au profit de tous. Sans être exhaustifs, nous pouvons citer ceux qui sont encore actifs aujourd'hui, comme Laurent Gloaguen (<http://embruns.net/>), Karl Dubost (<http://www.la-grange.net/>), ou encore Delphine Dispa (<http://www.oieldemouche.net/>).

## La blogosphère d'aujourd'hui

La blogosphère fonctionne toujours sur les bases établies en 1999 par la montée en popularité des blogs. Selon l'outil de mesure de blogs Technorati, le nombre de blogs suit une

courbe quasi exponentielle, depuis les premières mesures réalisées en mars 2003. En avril 2007, leur nombre était estimé à 70 millions, avec environ 120 000 blogs créés chaque jour, soit 1,4 chaque seconde. D'après les statistiques de l'outil, le nombre de blogs double tous les cinq à sept mois.

Les communautés francophones sont fortes et ne se mélangent pas toujours. La plus importante est bien entendu celle des blogs Skyrock, qui regroupe plus de 19 millions de blogs, ce qui en fait le plus gros réseau social de France, devant Facebook. La communauté des blogueurs adolescents forme donc une part importante de la blogosphère, mais la communauté des geeks est également très forte, tout comme celles, inattendues, des fans de tricot ou de scrapbooking, très soudées et dont le nombre est insoupçonnable.

Les blogs font désormais partie du paysage familier d'Internet – ils sont même trop présents pour certains, qui préféreraient que des blogs personnels ne surgissent pas en trop haute position pour certains résultats-clefs des moteurs de recherche. En effet, ces derniers ont tendance à donner plus de poids aux sites régulièrement mis à jour ; donc pour un même sujet, les blogs sont souvent gagnants face à un site statique – autre avantage d'utiliser un blog.

Cette forme de publication s'est popularisée très rapidement, et il est impossible de limiter les blogs à une catégorie de gens tant ils sont simples d'utilisation : qu'on soit geek, politicien, artiste (dessinateur, musicien, etc.), ou tout simplement désireux de partager, toutes les passions se retrouvent sur Internet.

Les entreprises elles-mêmes ont bien compris l'intérêt de ce nouveau média, et lancent toutes sortes de blogs : communication interne ou avec la clientèle, promotion d'un produit... Mais il faut accepter de voir ses erreurs pointées du doigt par les lecteurs, ce qui n'est pas forcément donné aux sociétés qui découvrent ce nouveau moyen de diffusion.

Le média blog s'est diversifié pour accueillir plus que du texte et des liens : les photographes présentent leurs travaux sur un photoblog, les vidéastes ont leur vidéoblog, et il est possible de gérer à moindres frais son propre média audio ou vidéo en produisant un podcast. Cette dernière appellation décrit un blog (professionnel ou personnel) proposant régulièrement en téléchargement des émissions audio ou vidéo – chose qui était inimaginable il y a quelques années encore...

Les blogs sont par ailleurs devenus sources de profits pour certains. Beaucoup de blogueurs ont mis en place des publicités (le plus souvent textuelles) sur leurs pages, en laissant le soin à de jeunes régies de gérer les publicités. Google profite ainsi de cette opportunité avec sa régie AdSense, Yahoo! avec son Publisher Network, Microsoft avec adCenter, et un grand nombre de petits acteurs, comme Text-Link-Ads, qui cherchent à exploiter cette nouvelle manne. Certains blogueurs y trouvent un apport léger, mais une poignée peut se permettre de vivre uniquement de leur blog – parfois même en se faisant payer pour publier des articles. Ce dernier point provoque les polémiques habituelles d'un mouvement alternatif dont la notoriété explose : opposition entre pionniers et marchands, entre défricheurs et influenceurs, entre humour de connivence et déballage exclusif du dernier téléphone à la mode...

Les blogs font aujourd'hui partie intégrante du paysage des internautes et deviennent donc le reflet de notre société, où l'excellence croise l'imperfection – et parfois partagent le même hébergeur...

## Les différents systèmes de blog

WordPress est loin d'être la seule solution lorsqu'on souhaite se lancer dans la publication en ligne. Depuis l'avènement de cette forme de site, un trop grand nombre de logiciels et outils ont été créés pour qu'on puisse imaginer en dresser une liste exhaustive.

Bien sûr, nous pensons que WordPress est en mesure de répondre à toutes les attentes d'un blogueur, mais il est toujours bon de savoir dans quoi on s'engage et ce qui existe ailleurs. Aussi, nous allons prendre le temps de parler des autres systèmes de blogs. Ceux-ci se regroupent en deux principales catégories : les services d'hébergement de blogs, et les logiciels à héberger soi-même.

La sélection qui suit n'aborde que les systèmes les plus réputés. Tous ne sont pas gratuits ni open-source, mais chacun dispose d'une large base d'utilisateurs et d'un développement soutenu, ce qui leur assure une certaine pérennité.

### Services d'hébergement de blogs

Nous allons pour cette section faire une séparation : les services créés par des équipes francophones d'un côté, et ceux d'origine anglophone de l'autre. Dans les faits, la plupart des services anglophones disposent d'une interface en français, mais la traduction étant parfois aléatoire, il peut être préférable de se reposer sur un service francophone dès le départ.

#### Les francophones

- **Blogspirit.** Service payant lancé en 2004. Il dispose de deux offres payantes, selon les envies du blogueur.
- **Canalblog.** Service gratuit lancé en 2003.
- **Hautetfort.** Service gratuit, lancé en 2003 par Benoît Desavoye et racheté par Blogspirit l'année suivante. Hautetfort reste l'un des services francophones les plus en vue. Dispose d'offres payantes.
- **Joueb.** Site communautaire gratuit et centré autour des blogs de ses membres, lancé en 2001 par Stéphane "Biz" Gigandet, l'un des premiers blogueurs francophones. Joueb est la contraction de "journal web" et est l'une des traductions possibles de "weblog". Dispose de deux offres payantes.
- **Over-blog.** Service gratuit lancé en 2004, et aujourd'hui l'une des principales plateformes de blog françaises. Il a la particularité de proposer une rémunération en droits d'auteur pour les blogueurs publiant du contenu original et de qualité.
- **Skyrock blog.** Plate-forme gratuite lancée par la radio Skyrock, et connaissant un énorme succès auprès des adolescents. C'est statistiquement le plus gros réseau social francophone, et le plus gros site français respectueux des standards du Web.
- **ViaBloga.** Service payant lancé en 2004 par les créateurs de Joueb.com et disposant de trois offres graduelles. ViaBloga est géré par l'association à but non lucratif du même nom.

### Les anglophones

- **Blogger.** L'un des plus anciens services gratuits toujours en ligne, Blogger a été lancé en 1999 par Pyra Labs et ses fondateurs, Evan Williams et Meg Hourihan. Blogger était un projet annexe mené par Pyra pendant le développement de leur projet principal, un outil de gestion de projet, de contacts et de tâches. Le projet principal a vite été abandonné devant le succès de Blogger. Conçu à l'origine pour mettre à jour un fichier sur un site distant, Blogger est devenu hébergeur à part entière avec le lancement de Blogspot.com ; il est toujours possible de choisir entre les deux modes. Après de nombreuses difficultés financières, le service a été racheté par Google en 2003 et continue d'être développé aujourd'hui.
- **Facebook.** Réseau social lancé en 2004 par Mark Zuckerberg, alors qu'il était étudiant, et aujourd'hui l'un des sites les plus connus sur le Web, avec plus de 100 millions d'utilisateurs actifs. Les membres peuvent écrire des articles et les rendre disponibles *via* un flux RSS.
- **LiveJournal.** Communauté virtuelle gratuite centrée autour du blog, lancée en 1999 par Brad Fitzpatrick, et l'une des plus grandes au monde. Rachetée par la société Six Apart en 2005, LiveJournal a été revendue dès 2007 à SUP, une société russe, la marque LiveJournal étant très populaire en Russie. Elle est gérée par la société LiveJournal, Inc., propriété de SUP, dont Brad Fitzpatrick a rejoint le conseil consultatif. Chaque membre a la possibilité de créer un blog accessible depuis sa page.
- **MySpace.** Réseau social lancé en 2003 par la société eUniverse, spécialisée dans le marketing sur Internet. Racheté en 2005 par le magnat des médias Rupert Murdoch *via* son groupe de médias News Corporation, déjà propriétaire de nombreux journaux et magazines, des studios 20<sup>th</sup> Century Fox, de la chaîne Fox News, etc. Les utilisateurs peuvent tenir un blog et le diffuser *via* un flux RSS.
- **TypePad.** Service payant lancé par Six Apart en octobre 2003 et aujourd'hui l'un des plus importants hébergeurs payants de blogs. TypePad est basé sur le code de Movable Type, autre produit de Six Apart, et dispose de nombreuses offres payantes.
- **Vox.** Communauté virtuelle gratuite centrée autour des blogs, lancée en 2006 par Six Apart. Vox combine le meilleur de LiveJournal avec tout un espace communautaire très fort.
- **Windows Live Spaces.** Communauté virtuelle gratuite centrée autour des blogs, lancée en 2004 par Microsoft, initialement sous le nom de MSN Spaces.
- **WordPress.com.** Service gratuit lancé par Automattic en 2005, sur la base de WordPress MU, la version multiblog de WordPress. Dispose d'une offre payante pour les blogueurs demandeurs.

### Logiciels à héberger soi-même

Les services d'hébergement facilitent grandement la maintenance d'un blog, mais le blogueur qui veut voir par lui-même s'y trouve rapidement limité. Les logiciels à héberger soi-même permettent de maîtriser totalement l'outil : nom de domaine, apparence, extension, taille et nombre des fichiers joints, etc. En contrepartie, le blogueur devra gérer tout seul la maintenance technique du blog...

Notez que, sans prétendre à l'exhaustivité, nous nous efforçons de mentionner tous les logiciels les plus marquants.

- **b2evolution.** Logiciel conçu à partir du code de b2, tout comme WordPress. Créé en 2003 par François Planque, il a dès le départ choisi le support de multiples blogs à partir d'une même installation, ce que WordPress a mis deux ans à mettre en place avec sa version WordPress MU. b2evolution est aujourd'hui toujours en développement, et est utilisé par la plate-forme NRJBlog. Licence open-source.
- **Dotclear.** Logiciel équivalent en de nombreux points à WordPress, conçu par Olivier Meunier en 2003 et très populaire en France. Après une période d'inactivité qui a fait craindre la fin du projet, celui-ci a été remis sur les rails notamment grâce au registrar Gandi, qui a financé le développement de Dotclear 2.0, une version multiblog sur laquelle est conçue la plate-forme gratuite GandiBlogs. Les développeurs de Dotclear se sont depuis affranchis de Gandi, et le développement a gagné en indépendance grâce à la forte communauté de ce logiciel. Licence open-source.
- **Drupal.** Logiciel de gestion de communauté à la base, Drupal permet de créer toutes sortes de sites, donc des blogs. Conçu en 2001 par le Belge Dries Buytaert, Drupal était à l'origine un système de gestion de forum, mais sa grande extensibilité lui a permis d'évoluer en une véritable plate-forme de publication très complète, et gratuite. Licence open-source.
- **ExpressionEngine.** Logiciel de publication très complet, lancé par Rick Ellis en 2004, et successeur du logiciel pMachine du même Rick Ellis. C'est un système robuste, professionnel, et doté de nombreuses fonctionnalités. Il dispose d'une offre gratuite, ainsi que de son propre service payant d'hébergement. Licence propriétaire.
- **Habari.** Lancé en janvier 2007 par des designers et des développeurs mécontents de l'évolution de WordPress. Habari se base sur PHP 5 et MySQL 5 plutôt que de rester compatible avec PHP 4 et MySQL 4, comme WordPress – ce qui lui permet d'être à la pointe de la technologie. Actuellement en version 0.5.1, il est cependant déjà stable et mature. Licence open-source.
- **Mephisto.** Logiciel écrit en Ruby-on-Rails, et de fait très populaire chez les développeurs Rails. Pour autant, il n'a pas vu de nouvelle version depuis avril 2008, et son développement semble ralentir. Licence open-source.
- **Movable Type.** Logiciel de publication lancé en 2001 par le développeur Ben Trott, initialement pour gérer le blog de sa compagne Mena Trott et s'occuper pendant qu'ils cherchaient un emploi tous les deux. Le succès fut tel qu'ils créèrent la société Six Apart dès l'année suivante (le nom désignant le nombre de jours séparant la naissance des deux fondateurs). Six Apart est aujourd'hui l'un des principaux acteurs de la blogosphère, et Movable Type compte parmi les grands concurrents de WordPress. Licence propriétaire, dispose depuis peu d'une version limitée open-source (la question de la licence de Movable Type a longtemps été épineuse, ce qui a bien profité à WordPress).
- **Serendipity.** Surnommé "s9y" et programmé en utilisant PHP et MySQL. Lancé en octobre 2003, ce logiciel qui promettait beaucoup – ses développeurs étant des membres éminents de la communauté – a cependant rapidement été dépassé en popularité par WordPress. s9y a introduit le concept d'extension avec site web centralisé, repris par

WordPress. Bien que sa dernière version (1.3.1) soit stable, celle-ci date d'avril 2008, et depuis le développement semble s'être figé. Licence open-source.

- **TextPattern.** Logiciel de publication lancé en 2001 par le développeur Dean Allen. Ayant la particularité de gérer au mieux les CSS et la sémantique de son code généré (notamment par le biais de la syntaxe Textile) en plus d'être très intuitif, TextPattern est considéré comme un logiciel de grande qualité, mais surpassé par les autres offres. Il reste l'une des inspirations initiales de WordPress, au même titre que le défunt logiciel GreyMatter. Licence open-source.
- **Typo.** Logiciel lancé en 2005 par Tobias Lütke, aujourd'hui maintenu par le Français Frédéric de Villamil. À ne pas confondre avec le CMS TYPO3. Licence open-source.
- **WordPress.** Logiciel lancé en 2003 par Matt Mullenweg et Mike Little. Voir la section ci-après pour plus de détails. Licence open-source.

## Présentation de WordPress

### Prérequis techniques

WordPress est un logiciel écrit en PHP et stockant ses données dans une base MySQL. Les seules conditions qu'un espace d'hébergement doit remplir pour faire fonctionner normalement WordPress sont donc les suivantes :

- PHP en version 4.3 (ou une version supérieure) ;
- MySQL en version 4.0 (ou une version supérieure).

Notez que si votre hébergement ne propose que des versions plus anciennes de ces outils (par exemple, MySQL v3.23.23), vous pouvez toujours bloguer avec WordPress en version 2.0.10. En effet, la branche 2.0.x est stable et doit être maintenue jusqu'en 2010. En revanche, vous ne pourrez pas utiliser les dernières innovations de WordPress, et certains thèmes et extensions ne marcheront probablement pas comme prévu.

WordPress n'est pas un logiciel qui se lance depuis Windows ou OS X, mais un script qui s'installe sur un site web. Il vous faudra donc avant tout disposer d'un hébergement web (gratuit ou payant) remplissant les conditions précédentes et d'un logiciel de transfert de fichier (client FTP), par exemple FileZilla pour Windows ou Transmit pour OS X. Tout est expliqué au Chapitre 2.

Avec ce livre, nous souhaitons vous faire entrer de plain-pied dans la communauté des utilisateurs aguerris de WordPress. Une communauté vieille de cinq ans seulement, mais dont l'histoire remonte à plus loin encore, jalonnée d'événements marquants qui l'ont façonnée telle qu'elle est désormais. En vous plongeant dans son histoire, vous comprendrez mieux les choix qui ont fait de WordPress le logiciel qu'il est aujourd'hui.

### De b2 à WordPress

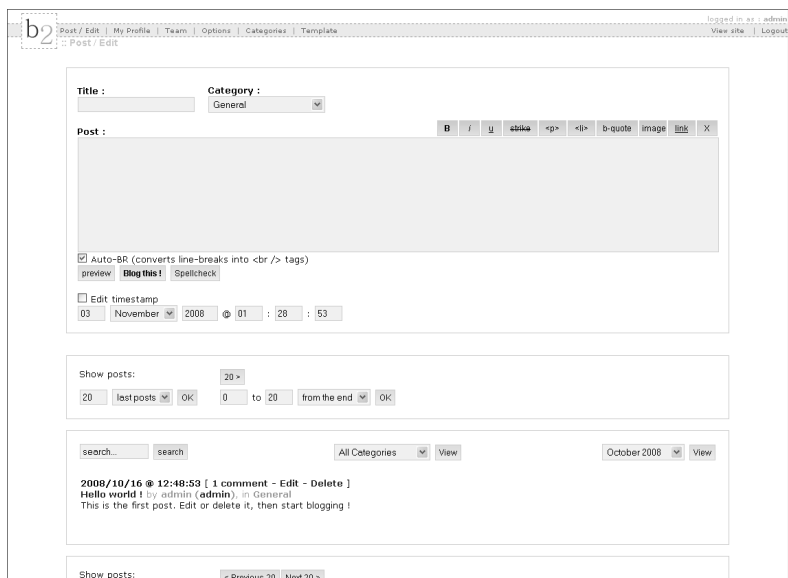
WordPress trouve ses origines en Corse, île de naissance du développeur Michel "michel\_v" Valdrighi, qui le 12 juin 2001 se lança dans le développement de son propre logiciel de publication de blog. Ce logiciel, baptisé b2 en référence à Blogger (qui à l'époque fonctionnait



sporadiquement), fait le pari de se reposer sur une base de données (MySQL) plutôt que sur des fichiers statiques, afin d'éviter le laborieux processus de régénération des pages HTML à chaque publication – processus sur lequel reposait Movable Type à ses débuts.

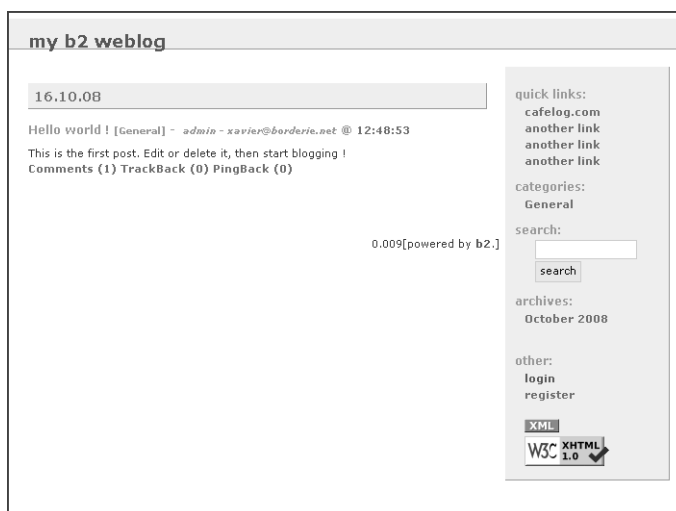
**Figure 1.03**

Interface d'administration de b2 0.6.2.2.



**Figure 1.04**

Thème par défaut de b2.



Le développement de b2 est open-source et se fait donc publiquement par le biais du blog de test hébergé sur cafeblog.com (ce qui donne au logiciel l'appellation de b2/cafeblog), introduisant le concept de marqueurs de modèle dès le 16 juin (the\_content(), the\_title(), the\_author()...), système qui est toujours en vigueur dans WordPress, sept ans après.

Plongé dans le développement, michel\_v ajoutait de nombreuses fonctionnalités, jusqu'à ce qu'il disparaisse de la surface d'Internet en novembre 2002 (date de la dernière version de b2, la 0.6.1) pour des raisons personnelles.

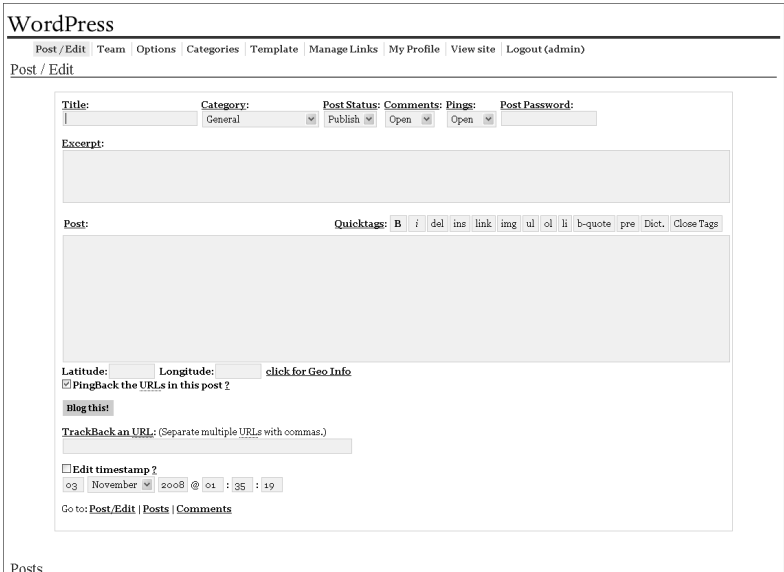
Étant le seul développeur du projet, l'absence prolongée de michel\_v a commencé à inquiéter sérieusement les utilisateurs de b2, qui ont été jusqu'à lancer des appels à information. Parmi ces développeurs inquiets, certains prirent les choses en main pour corriger les problèmes découverts dans b2. C'est là l'une des grandes forces du mouvement Open Source : si un projet est abandonné par son auteur, n'importe qui peut reprendre le flambeau. Ainsi, François Planque se mit à retoucher le code pour son propre usage, en avril 2003, ce qui l'amena à sortir publiquement sa version, b2evolution, dès le mois de mai 2003.

De son côté, Matt Mullenweg lançait dès janvier 2003 un appel à suggestions, auquel répondit aussitôt Mike Little. Tous deux se lancèrent dans la correction des bogues et l'ajout de fonctionnalités. L'idée initiale de Matt était de profiter de la licence open-source de b2 pour en faire un logiciel combinant "la flexibilité de Movable Type, la sémantique de TextPattern, l'extensibilité de b2 et la simplicité d'installation de Blogger". Le logiciel GreyMatter, de Noah Grey, tient également une place importante dans les inspirations de WordPress.

Leur évolution de b2, baptisée WordPress par une amie de Matt, sortit le 27 mai 2003, en version 0.70. Cette première version de WordPress suivait de quelques jours l'annonce par Michel lui-même, revenu à la surface, que WordPress devenait le successeur officiel de b2. Michel allait d'ailleurs rejoindre l'équipe de développement peu après. Le code de WordPress, tout comme son interface d'administration et son thème par défaut, seront grandement revus et stabilisés avec la version 0.72 (voir Figures 1.05 et 1.06).

**Figure 1.05**

Administration de WordPress 0.72.

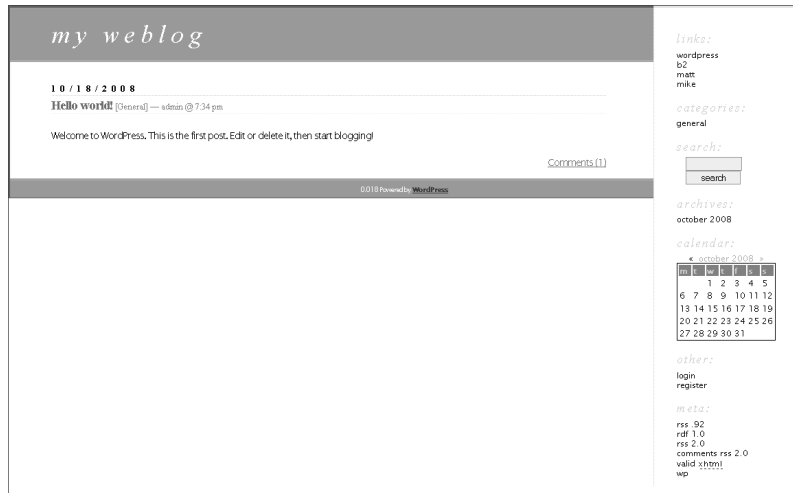


The screenshot shows the WordPress 0.72 administration interface for a post. The browser window title is "WordPress". The navigation bar includes links for "Post / Edit", "Team", "Options", "Categories", "Template", "Manage Links", "My Profile", "View site", and "Logout (admin)". The main content area is titled "Post / Edit" and contains several form fields: "Title:" (with a text input), "Category:" (with a dropdown menu set to "General"), "Post Status:" (with a dropdown menu set to "Publish"), "Comments:" (with a dropdown menu set to "Open"), "Pings:" (with a dropdown menu set to "Open"), and "Post Password:" (with a text input). Below these is an "Excerpt:" text area. The "Post:" section features a large text area and a "Quicktags" toolbar with buttons for "B", "i", "del", "ins", "link", "img", "ul", "ol", "li", "b-quote", "pre", "Dict.", and "Close Tags". Further down are "Latitude:" and "Longitude:" fields with a "click for Geo Info" link, a checked checkbox for "PingBack the URLs in this post 2", a "blog this!" button, and a "TrackBack an URL:" field with a note "(Separate multiple URLs with commas.)". At the bottom, there is an unchecked checkbox for "Edit timestamp ?" and a date/time selector showing "03 November 2008 @ 01:35:19". A "Go to:" link is provided for "Post/Edit | Posts | Comments". The footer of the window says "Posts".

Pour autant, le projet b2evolution continue d'être développé à ce jour, en ayant son petit succès.

**Figure 1.06**

Thème par défaut, créé par Dave Shea pour la version 0.72, aujourd'hui nommé Classic.



## Évolutions de WordPress

Comme il se doit, le projet WordPress a bien évolué depuis cette première version, dans de nombreux domaines, et il serait impossible de lister l'ensemble de ces évolutions. Nous n'en donnerons qu'un aperçu ici.

L'année 2003 a été consacrée principalement à consolider le code, à corriger de nombreux bogues, ainsi qu'à introduire de nouvelles fonctionnalités. Toutes ces modifications ont donné la version 1.0 le 3 janvier 2004, très rapidement suivie par la version 1.0.1, qui corrigeait de nombreux bogues et fut baptisée "Miles" en hommage à Miles Davis.

**Figure 1.07**

Administration de WordPress 1.0.1.



C'est avec la version 1.0.1 (voir Figure 1.07) que l'habitude a été prise de baptiser les versions de WordPress en hommage aux grands musiciens de jazz, musique dont Matt Mullenweg est friand, lui-même étant un joueur de saxophone. Cet usage a été appliqué à la version mineure suivante (la version 1.0.2 de mars 2004, baptisée "Blakey" pour Arthur Blakey), puis a été réservé aux seules versions majeures.

C'est d'ailleurs avec la version majeure suivante, WordPress 1.2 "Mingus" diffusé le 22 mai 2004, que le projet a connu de grands bouleversements (voir Figure 1.08). Tout d'abord, cette version présentait pour la première fois des avancées notables sur la concurrence du moment : architecture d'extension (auparavant, l'extensibilité de WordPress reposait sur un fichier tiers, wp-hacks.php), internationalisation (les premières équipes de traduction s'étaient formées dans les pays non anglophones), sous-catégories, outil intégré de lutte contre le spam (un système de liste noire), etc.

**Figure 1.08**

Administration  
de WordPress 1.2.

The screenshot shows the WordPress 1.2 administration interface for creating a new article. The page title is "WordPress" and the navigation menu includes: Écrire, Modifier, Catégories, Liens, Utilisateurs, Options, Plugins, Modèles, Profil, Voir le site, Déconnecter (site admin). The main content area is divided into several sections:

- Titre:** A text input field.
- État de l'article:** Radio buttons for "Publier", "Brouillon", and "Privé".
- Discussion:** Checkboxes for "Autoriser les commentaires" and "Autoriser les Ping".
- Identifiant de l'article:** A text input field.
- Mot de passe de l'article:** A text input field.
- Extrait:** A text input field.
- Article:** A large text area with a toolbar containing icons for "Raccourcis HTML", "str", "em", "link", "b-quote", "del", "ins", "img", "ul", "li", "code", "more", "page", "Diet", and "Close Tags".
- Faire un pingback:** A checkbox labeled "Faire un pingback sur les URL de cet article?". Below it, a text input field for "Envoyer un TrackBack sur une URL (séparez les URL multiples par des espaces)".
- Modifier horodatage:** A date and time selector showing "07 novembre 2008 @ 10:02:14".
- Champs personnalisés:** A section titled "Ajouter un nouveau champ personnalisé:" with two input fields labeled "Clé" and "Valeur", and a "Nouveau champ personnalisé" button.
- Buttons:** "Sauvegarder continue", "Enregistrer", and "Publier".
- Footer:** "Supprimer cet article", "Aperçu de l'article (mis à jour lorsque l'article est sauvegardé)", "Enregistré dans : General - site admin @ 10002", and "WordPress 1.2 - Forums d'entraide 0.24 secondes".

Mais surtout, une lutte politique entoure cette version. En effet, une dizaine de jours avant la sortie de WordPress 1.2, la société Six Apart annonça une nouvelle politique de prix pour son produit Movable Type, ainsi qu'un changement de licence d'utilisation. Auparavant, Movable Type était simplement gratuit pour un usage personnel, et payant pour ceux qui voulaient vendre des services basés sur le logiciel. La nouvelle situation rendait l'utilisation

de Movable Type gratuite pour un auteur et trois sites au maximum, payant au-delà, à partir de 100 dollars. Un très grand nombre de blogueurs impliqués ont donc préféré quitter Movable Type pour WordPress ; notamment, le blogueur et développeur Mark Pilgrim a préféré faire don à WordPress des 535 dollars que lui aurait coûté une licence Movable Type. La version 1.2 marque donc un tournant majeur pour le logiciel, du fait que de nombreux blogueurs de premier ordre ont commencé à utiliser WordPress à ce moment-là : le projet prenait clairement position parmi les principaux outils de blogging.

Il reste que Movable Type permettait de gérer plusieurs blogs distincts à partir d'une même installation, ce que WordPress ne proposait pas. Plusieurs variations de WordPress et b2 proposaient cependant cette capacité multiblog : b2evolution, Lyceum, ou encore b2++. Ce dernier était géré par l'Irlandais Donncha O'Caomh, qui durant l'été 2004 a rejoint l'équipe WordPress pour créer une version multiblog du logiciel à partir du code de b2++. WordPress MU 0.1 sortira dès octobre 2004 et prendra de plus en plus d'importance, tout en restant un projet distinct de WordPress. Ainsi, WPMU profite toujours des innovations de WordPress, mais avec quelques semaines de retard ; les innovations propres à WPMU ne sont jamais appportées à WordPress.

La version majeure suivante de WordPress est la 1.5, sortie en février 2005, baptisée "Strayhorn" en référence au pianiste Billy Strayhorn, et qui introduit le fameux thème Kubrick créé par Michael Heilemann et utilisé par défaut pour toute nouvelle installation de WordPress (voir Figure 1.09) – l'ancien thème par défaut devenant le thème Classic. Kubrick a été créé pour exploiter les nouvelles possibilités de l'API de création de thèmes, entièrement remaniée, à l'instar de l'API de création d'extensions.

**Figure 1.09**

Nouveau thème par défaut, baptisé Kubrick.



WordPress 1.5 introduit par ailleurs le concept de "pages", qui sont des entrées en dehors de la chronologie des articles du blog, et qui font passer WordPress du statut de moteur de blog à celui plus complet de CMS, appellation que les développeurs de WP s'appliqueront à mériter avec les évolutions suivantes (voir Figure 1.10).

**Figure 1.10**

Administration  
de WordPress 1.5.



Cependant, ce remaniement du fonctionnement interne de WordPress apportera son lot de problèmes de sécurité, avec pas moins de quatre versions mineures en deux mois (la fameuse série 1.5.1, 1.5.1.1, 1.5.1.2 et 1.5.1.3). WordPress gardera de cette période une réputation de logiciel aux mises à jour trop nombreuses et rapprochées.

En même temps que sortait WordPress 1.5, le projet Shuttle démarrait, dont l'objectif était d'accorder à l'interface d'administration la même qualité graphique que le thème Kubrick – le créateur de ce dernier faisant d'ailleurs partie de l'équipe. Le projet Shuttle était mené par des indépendants habitués de WordPress, mais ne faisant pas partie de l'équipe principale de développement. Une fois leur projet terminé, sur la base de WordPress 1.5, les modifications apportées au code de la version majeure à venir de WordPress étaient telles que seuls quelques éléments furent incorporés ici et là. Dépités, les développeurs en charge de Shuttle se lancèrent dans le développement d'Habari, un logiciel de blogging dont l'objectif était d'utiliser les dernières technologies (PHP 5, MySQL 5, etc.).

Cette version majeure était WordPress 2.0 "Duke" (pour Duke Ellington), sortie en décembre 2005 après de longs mois d'attente. En plus d'une zone d'administration entièrement remaniée (voir Figure 1.11), en partie grâce au projet Shuttle, WordPress 2.0 offrait de vastes améliorations et modifications, justifiant ce saut de version (à l'origine ce devait être la version 1.6). Entre autres choses, le blogueur disposait désormais d'une interface d'écriture dite "WYSIWYG" basée sur TinyMCE, d'une installation par défaut de la célèbre extension antis-pam Akismet, d'un gestionnaire de rôles pour les utilisateurs, d'un système interne de cache...

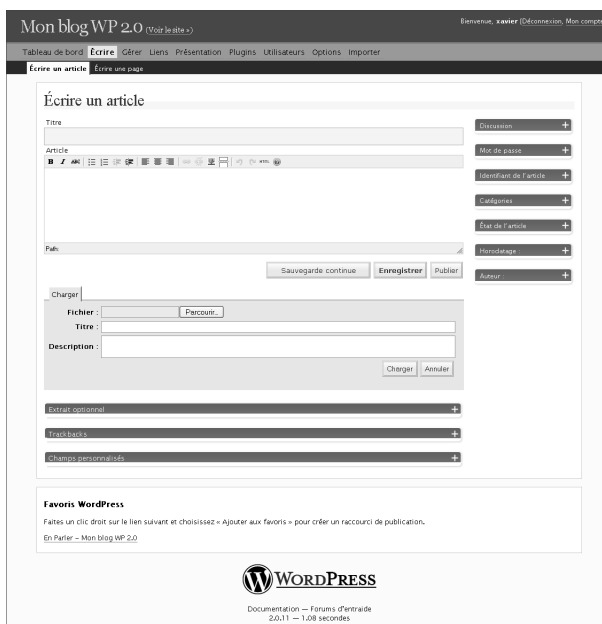
Les longs mois passés entre les versions 1.5 et 2.0 n'ont cependant pas eu comme seul résultat qu'une nouvelle version majeure de WordPress, aussi importante fût-elle. En août 2005, Matt Mullenweg, le principal responsable de WordPress, créa Automattic, une structure officielle pour héberger les divers projets qu'il chapeautait, et qui deviendra une société à part entière peu avant la sortie de WP 2.0.

C'est que les projets menés par Matt sont nombreux : outre WordPress et le service antis-pam Akismet, Automattic héberge également le projet bbPress, un outil simple de gestion de forum créé fin 2004, et surtout le service WordPress.com, mis en ligne en août 2005 et

ouvert à tous en novembre de la même année. WordPress.com est une version hébergée de WordPress, ou plutôt de WordPress MU, qui a fait bien du chemin depuis son lancement moins de dix mois plus tôt.

**Figure 1.11**

Administration  
de WordPress 2.0.



Tous les projets menés par Automattic sont disponibles en open-source, mis à part Akismet pour des raisons compréhensibles de protection des algorithmes utilisés...

Suivront régulièrement des mises à jour de sécurité et de correction de bogues pour la branche 2.0.x, tandis que l'équipe travaillait à la prochaine version majeure. Parvenue à la version 2.0.9, elle est considérée comme très stable, et l'équipe de développement a annoncé que cette version serait maintenue jusqu'en 2010 par Automattic. Dans les faits, c'est la dernière version de WordPress à fonctionner avec MySQL 3.23.

Janvier 2007 a vu la sortie d'une nouvelle version majeure, la 2.1, baptisée "Ella" pour Ella Fitzgerald. Celle-ci introduit quelques fonctionnalités intéressantes comme la sauvegarde automatique, un nouveau format interne d'import-export et un vérificateur d'orthographe. Mais avec la 2.1, l'équipe prend la décision de se baser sur un nouveau cycle de développement, proche de celui du système Ubuntu Linux : faire au moins une version majeure tous les quatre mois, avec de possibles versions mineures ici et là.

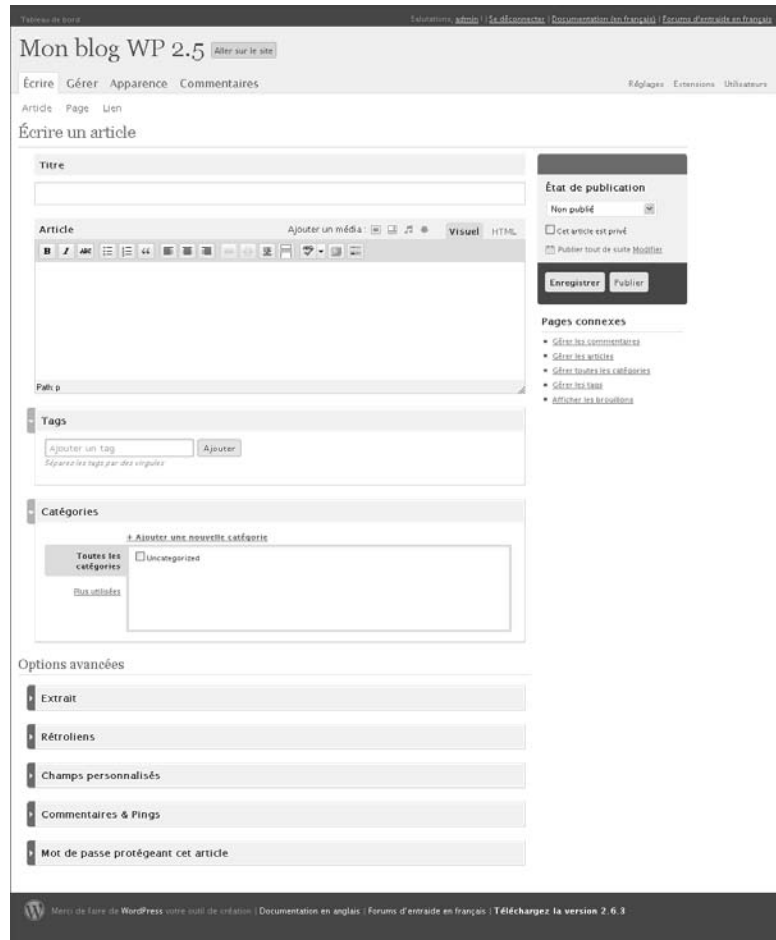
Suivront ainsi, en mai 2007, WordPress 2.2 "Getz" (pour Stan Getz) et la 2.3 "Dexter" en septembre 2007 (pour Dexter Gordon). Ces deux versions apportent comme on peut l'attendre des innovations certaines : support des widgets, support Atom complet, options de configuration avancée (DB\_CHARSET, DB\_COLLATE, WP\_SITEURL et WP\_HOME), système de gestion de mots-clefs (tags), notification de nouvelle version, révision graphique de l'éditeur de texte, système de taxinomie interne, etc.

La version 2.4 était normalement prévue pour décembre 2007, puis janvier 2008, du fait du grand nombre de modifications et des vacances des développeurs. Finalement, la version 2.4 fit place à la version 2.5 "Brecker" (pour Michael Brecker), sortie en mars 2008, six mois après la version 2.3. Le cycle de développement a donc évolué pour prendre en compte les ralentissements dus aux congés d'hiver : l'équipe en restera désormais à trois versions majeures par an.

Six mois entre deux versions majeures, mais les différences sont notables. La plus importante est le tout nouvel aspect de l'interface d'administration, créée en collaboration avec les designers de Happy Cog (dont le fameux Jeffrey Zeldman, gourou du design web) [voir Figure 1.12]. Cette interface cherche à mettre en avant les principales fonctionnalités de publication, au risque de déboussoler certains utilisateurs habitués à la précédente interface, en place depuis de nombreuses années.

**Figure 1.12**

Administration  
de WordPress 2.5.



Mais la version 2.5 n'est pas qu'une nouvelle interface : elle profite d'un tout nouveau système de gestion de médias (images, sons, vidéos) et de création de galeries, d'une notification de



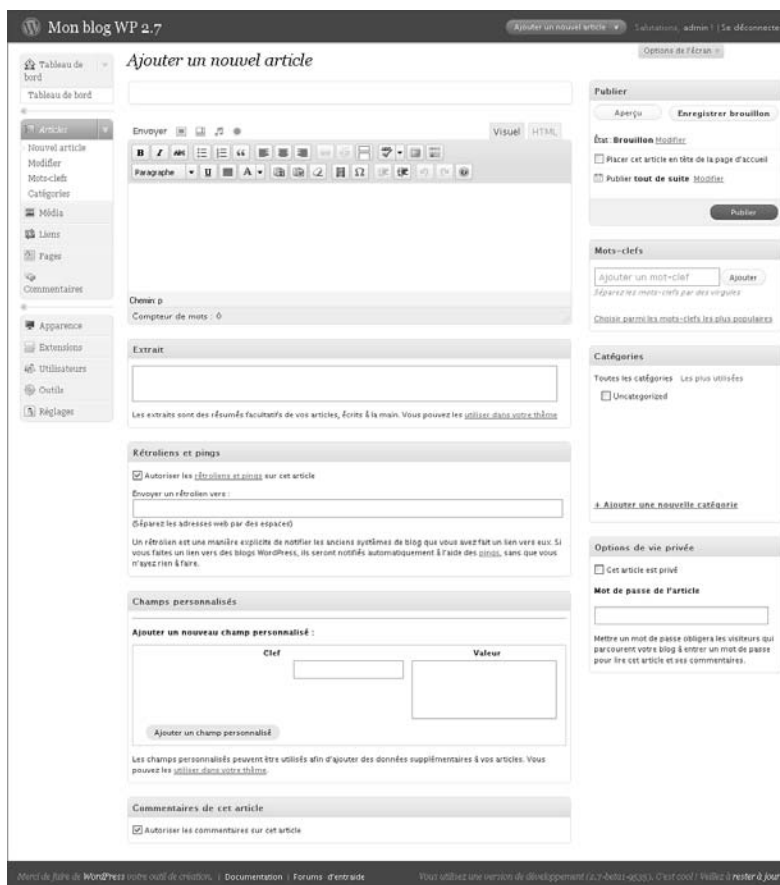
mise à jour pour les extensions ainsi que d'une API de "shortcode", d'une forte emphase donnée à la sécurisation de la connexion, et bien d'autres ajouts et corrections.

WordPress 2.6 "Tyner" (pour McCoy Tyner) est sorti de son côté un mois avant la date prévue, mi-juillet 2008, et est construit sur les avancées de la version 2.5 : parcours de l'historique d'un article (comme dans un wiki), implémentation de Gears pour accélérer l'administration, prévisualisation du thème choisi, révision du gestionnaire d'image, support SSL...

L'aventure continue avec WordPress 2.7, diffusé en novembre 2008, et qui est une nouvelle révolution, de la taille de la version 2.5. En effet, la nouvelle interface de cette dernière version n'a pas été si bien reçue par les utilisateurs, et les développeurs ont donc cherché à voir si en repartant de zéro ils pouvaient créer une meilleure interface, plus accessible et agréable à l'usage (voir Figure 1.13). Conçue sous le nom de code CrazyHorse, cette nouvelle interface déplace le menu principal de WordPress depuis le haut vers la gauche, dans une colonne. Pour bien faire, Automattic a financé des tests oculométriques pour comparer les deux versions. Ces derniers ont révélé que CrazyHorse était plus efficace, aussi cette nouvelle interface a été intégrée à WordPress.

**Figure 1.13**

Administration de WordPress 2.7, issue du projet CrazyHorse.



Mais WordPress 2.7 va également très loin dans les fonctionnalités : mise à jour automatique de WordPress, des thèmes et des extensions ; intégration d'un moteur de recherche et d'installation automatique d'extensions et de thèmes ; nouvelle API pour gérer ses commentaires en dehors de WordPress ; commentaires hiérarchisés et paginés ; mise en avant d'article (Sticky Post)... L'objectif avec cette nouvelle version majeure est véritablement de simplifier la vie du blogueur et de lui éviter de devoir toucher directement aux fichiers de WordPress.

Déjà, l'équipe de développement travaille sur la version suivante...

## La communauté francophone de WordPress

Les francophones ont longtemps dû utiliser WordPress en anglais et n'avaient que les forums officiels (anglophones) où poser leurs questions. De fait, WordPress n'a été accessible pendant longtemps qu'aux personnes bilingues.

WordPress n'a pu être correctement traduit qu'à partir de la version 1.2 (mai 2004), qui ajoutait quelques fonctionnalités allant dans ce sens, et surtout la version 1.5 (février 2005). Effort collectif à l'origine, réalisé par le biais d'un wiki, la traduction a évolué rapidement grâce aux outils normalisés reconnus par WordPress 1.5. C'est avec cette version que la traduction a été entièrement remaniée collectivement, par le biais du logiciel en ligne Rosetta. Enfin sous un format stable (le standard gettext, utilisant des fichiers .po/.mo), l'équipe de développement a laissé la maintenance de la traduction à des volontaires, Myriam Faulkner et Xavier Borderie, rejoints par la suite par Sébastien Erard, puis Amaury Balmer.

Le besoin de forums d'entraide en français se faisant cependant de plus en plus sentir, le site communautaire WordPress Francophone est lancé en août 2005 par une poignée d'utilisateurs : Matthieu Bellon, Damien Gayrard et Xavier Borderie. Cette équipe de bénévoles s'agrandit rapidement avec l'arrivée de volontaires enthousiastes : Amaury Balmer, Benoît Catherineau et Hubert Selliah, puis Arnaud Mangasaryan et Thomas Grim. L'adresse du site également stabilisée est <http://wordpress-fr.net/> (voir Figure 1.14).

La communauté orbite principalement autour du forum géré par les utilisateurs eux-mêmes, avec l'assistance d'une poignée de modérateurs, ainsi que la traduction de WordPress.

La communauté francophone ne se limite heureusement pas au seul site WordPress Francophone : nombreux sont les utilisateurs ou créateurs de thèmes et extensions à lancer de leur côté des initiatives personnelles pour assurer un support plus particulier. Parmi les plus connus, vous trouverez, par ordre alphabétique :

- Amaury Balmer, créateur d'extensions et de thèmes (<http://www.herewithme.fr/>), traducteur de WordPress MU et de bbPress (<http://bbpress.fr/>) ;
- Bruno Bichet, actualités et astuces (<http://www.css4design.com/>) ;
- Francis Chouquet, créateur de thèmes (<http://fran6art.com/>) ;
- Henri Labarre, actualités et astuces (<http://www.2803.fr/>) ;
- Yann L'Hostis, traducteur de thèmes et d'articles (<http://wordpress-tuto.fr/>) ;
- Niss, traducteur de thèmes (<http://www.niss.fr/>).