

<a href="#">Premessa.....</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">La storia del blog.....</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">Social Network Analysis.....</a>	<a href="#">6</a>
<a href="#">Livello Base.....</a>	<a href="#">7</a>
<a href="#">Informazioni di base.....</a>	<a href="#">7</a>
<a href="#">Gli spazi gratuiti.....</a>	<a href="#">7</a>
<a href="#">La struttura.....</a>	<a href="#">11</a>
<a href="#">Immagine di Header.....</a>	<a href="#">12</a>
<a href="#">Navigation Bar.....</a>	<a href="#">13</a>
<a href="#">Categorie.....</a>	<a href="#">15</a>
<a href="#">Ultimi interventi.....</a>	<a href="#">16</a>
<a href="#">Commenti.....</a>	<a href="#">19</a>
<a href="#">Footer.....</a>	<a href="#">19</a>
<a href="#">Contenuti.....</a>	<a href="#">19</a>
<a href="#">Tipologie di Blog.....</a>	<a href="#">21</a>
<a href="#">Licenze Copyleft.....</a>	<a href="#">23</a>
<a href="#">Errori di Usabilità.....</a>	<a href="#">24</a>
<a href="#">Posizionamento.....</a>	<a href="#">24</a>
<a href="#">La popolarità.....</a>	<a href="#">25</a>
<a href="#">Link Inbound .....</a>	<a href="#">25</a>
<a href="#">Trust Rank.....</a>	<a href="#">27</a>
<a href="#">I motori di ricerca e i blog.....</a>	<a href="#">28</a>
<a href="#">Livello Medio.....</a>	<a href="#">29</a>
<a href="#">Open Source CMS.....</a>	<a href="#">29</a>
<a href="#">La concorrenza.....</a>	<a href="#">40</a>
<a href="#">L'interazione con il web: i forum ed i siti.....</a>	<a href="#">41</a>
<a href="#">La diffusione dei contenuti.....</a>	<a href="#">41</a>
<a href="#">Directory e Classifiche.....</a>	<a href="#">42</a>
<a href="#">Avanzato.....</a>	<a href="#">49</a>
<a href="#">Il problema dell'indicizzazione.....</a>	<a href="#">49</a>
<a href="#">Intervallo di pubblicazione.....</a>	<a href="#">49</a>
<a href="#">Struttura interna del blog.....</a>	<a href="#">50</a>
<a href="#">Gestione degli archivi.....</a>	<a href="#">51</a>
<a href="#">I Redirect.....</a>	<a href="#">52</a>
<a href="#">Blogroll.....</a>	<a href="#">53</a>
<a href="#">Permalink.....</a>	<a href="#">54</a>
<a href="#">TrackBack e PingBack.....</a>	<a href="#">54</a>
<a href="#">I Feed e gli aggregatori di contenuti .....</a>	<a href="#">56</a>

<a href="#">Strumenti Utili ed Interazioni.....</a>	<a href="#">60</a>
<a href="#">Social Bookmarking.....</a>	<a href="#">60</a>
<a href="#">I Tags.....</a>	<a href="#">61</a>
<a href="#">MyBlogLog.....</a>	<a href="#">61</a>
<a href="#">XFN.....</a>	<a href="#">65</a>
<a href="#">FeedBurner.....</a>	<a href="#">66</a>
<a href="#">Technorati.....</a>	<a href="#">66</a>
<a href="#">Mondo Wordpress.....</a>	<a href="#">67</a>
<a href="#">  Installazione di Wordpress.....</a>	<a href="#">67</a>
<a href="#">  Funzionalità generali.....</a>	<a href="#">68</a>
<a href="#">  Protocollo XFN su Wordpress.....</a>	<a href="#">69</a>
<a href="#">  Gestione dei Plugin.....</a>	<a href="#">70</a>
<a href="#">  Mod Rewrite e Permalink.....</a>	<a href="#">70</a>
<a href="#">  Plugin di Wordpress.....</a>	<a href="#">71</a>
<a href="#">  Plugin per l'ottimizzazione.....</a>	<a href="#">71</a>
<a href="#">  Plugin per il pannello di amministrazione.....</a>	<a href="#">73</a>
<a href="#">  Plugin per i widget.....</a>	<a href="#">75</a>
<a href="#">  Plugin Anti Spam.....</a>	<a href="#">76</a>
<a href="#">  Image Catcha Plugin.....</a>	<a href="#">76</a>
<a href="#">  Plugin per la modifica dei post.....</a>	<a href="#">76</a>
<a href="#">  Plugin per i Commenti.....</a>	<a href="#">77</a>
<a href="#">  Plugin per Ads.....</a>	<a href="#">78</a>
<a href="#">  Temi per Wordpress.....</a>	<a href="#">78</a>
<a href="#">  Plugin per la gestione delle mail.....</a>	<a href="#">78</a>
<a href="#">  Plugin per la navigazione.....</a>	<a href="#">79</a>
<a href="#">  Plugin per le statistiche.....</a>	<a href="#">79</a>
<a href="#">  Conclusioni.....</a>	<a href="#">79</a>
<a href="#">SitoGrafia.....</a>	<a href="#">80</a>
<a href="#">  TrackBack.....</a>	<a href="#">80</a>
<a href="#">  Video Blog.....</a>	<a href="#">80</a>
<a href="#">  PhotoBlog.....</a>	<a href="#">80</a>

# Premessa

Considerati l'ultima frontiera in fatto di comunicazione via Internet, i WeBlog (o blog come contrazione naturale del termine), sono un fenomeno di massa, al punto da determinare un'autentica rivoluzione nel modo in cui notizie e informazioni sono raccolte distribuite e scambiate online.

Le comunità elettroniche esistevano già prima che **Tim Berners-Lee** "disegnasse" il WEB, ma solo negli ultimi anni si assiste allo sviluppo di una nuova società che si basa su nuove forme di comunicazione di massa. Questo fenomeno meglio noto come "blogging" è diventato maturo e sembra destinato a modificare l'equilibrio di poteri fra gli utenti-consumatori-media nell'ambito della distribuzione e delle informazioni da un capo all'altro della Terra.

## La storia del blog

Blog letteralmente è il diminutivo di Weblog che indica "tracce dalla rete", dall'inglese, **log** significa "giornale di bordo", mentre il verbo **to log** dà l'idea del registrare, del tenere traccia.

Lo scopo era quello di creare una pagina internet auto-costruita ed auto-gestita all'interno del quale esprimere la propria opinione lasciando una traccia. Il blog non ha un data di inizio precisa, molte persone, giornalisti e non solo, iniziavano a tenere traccia giorno dopo giorno delle proprie attività e dei propri pensieri.

Nel 1993 Justin Hall tentò di dar vita ai primi tentativi di gestire un diario in Rete. Non fu il solo, la pagina "What New" di Mosaic, sempre del 1993, veniva aggiornata con cadenza giornaliera, indicando ai visitatori quali siti Web avrebbero potuto trovare interessanti.

**Dapprima il web era lineare e pulito** e questo tipo di elenco giornaliero era fruibile anche per la velocità della connessione molto bassa. Ma l'affollamento delle pagine web creò il problema di non riuscire a trovare l'informazione desiderata in tempi accettabili.

Nacquero siti che avevo il solo intento di memorizzare i proprio viaggi su Internet proprio come un diario di bordo, con link descrittivi del sito e informazioni aggiuntive. Questi siti non si chiamano ancora blog ma venivano definiti come "news site" o "filters":

- **Steve Bogart** agli inizi 1997 creò News Pointer, chiamato in seguito Now This proprio per questo tipo di necessità;
- **Dave Winer** lanciò Scripting News nell'aprile dello stesso anno;
- **Michael Sippey** diede inizio a The Obvious Filter (poi Filtered for Purity) in maggio.

Il termine Weblog fu coniato da **Jorn Barger** il 17 dicembre 1997 nel suo sito Robot Wisdom. Nel novembre del 1998 Jesse James Garrett, redattore di Infosift, un altro dei primi weblog, stilò una lista di "siti come il mio" e li inviò a **Cameron Barrett**, curatore di Camworld.

**Cameron Barrett** scrisse un saggio intitolato "Anatomy of a Weblog", che descriveva dettagliatamente gli elementi del formato. Cameron inserì la lista in una stretta colonna a destra del suo weblog... e fu così che nacque un movimento.

I curatori di siti analoghi inviarono via email i propri URL perché fossero inclusi nella lista di **Cameron Barrett**, e all'improvviso i lettori si ritrovarono con dodici, poi venti, poi trenta e più weblog da consultare ogni giorno. A nessuno piaceva in modo particolare il nome, ma dopo il saggio di **Cameron Barrett**, "weblog" divenne il termine accettato.

**Perter Merholz**, fondatore dell'agenzia Adaptive Path, l'introduzione dell'abbreviativo tanto famoso "blog" nel 1999, tramite la frase "wee blog" che ha dato origine al verbo "to blog", ossia bloggare scrivere un blog.

La maggior parte dei primi redattori weblog disegnava o curava siti Web per lavoro. Anche chi non lavorava nel mondo del Web utilizzava l'HTML per la stesura di semplici diari on line. Alcuni programmatori pensarono di creare dei sistemi per aiutare gli utenti a gestire i propri siti. **Dave Winer** modificò il proprio programma, Frontier, per aggiornare il suo weblog, distribuendolo in seguito come il primo strumento commerciale per la gestione di weblog.

Alcuni dei weblogger tecnicamente più preparati utilizzavano il software per gestire i propri siti, ma la maggior parte aggiornava i propri weblog manualmente, creando e modificando ogni volta pagine differenti ed associandole in categorie. Alcuni Web designer crearono pagine "artistiche", ma la maggior parte dei weblog era strutturata secondo il principio della massima praticità e senza decorazioni grafiche.

Un'area principale, abbastanza ampia per essere facilmente leggibile, era riservata ai contributi quotidiani. Spesso una sottile colonna laterale si ispirava alla lista originaria di **Cameron Barrett** con "altri weblog", e questa barra laterale esiste ancor oggi in molti weblog.

Nel luglio del 1999, **Andrew Smales**, gestore del popolare Be Nice to Bears, creò Pitas, un servizio che consentiva a chiunque disponesse di un computer con un browser di creare una lista weblog digitando il testo in una casella vuota e poi cliccando un'icona sul proprio schermo.

L'idea innovativa che diede un forte sviluppo al blog venne a ventinovenne **Meg Hourihan** e ventottenne **Evan Williams**, per soddisfare la loro esigenza di comunicare e di poter realizzare una comunicazione molto semplice.

All'inizio si studiò un software in grado di aggiornare i siti personali ma in seguito i due si sono resi conto del potenziale interesse che altri avrebbero potuto avervi e hanno creato il sito Blogger.com nell'agosto del '99. Il tasso di crescita di 400-500 nuovi utenti al giorno ha addirittura costretto i fondatori, che hanno sempre offerto gratuitamente il servizio, a indire una colletta pubblica tra il proprio pubblico per poter comprare nuove macchine e potenziare i server. La piattaforma creata prese il nome di Bloggers creata da Pyra Labs, in questi ultimi anni è stata assorbita da Google.

Con l'introduzione di questi due servizi e degli altri che apparvero rapidamente sulla loro falsariga, chiunque fosse in grado di scrivere e disponesse di un accesso a Internet poteva creare un weblog, e l'idea che aveva acquistato gradualmente credito nel corso dell'estate decollò.

I weblog cambiarono. Ne apparvero di dedicati a brevi descrizioni personali, in genere creati con uno degli intuitivi nuovi strumenti weblog. Quando questi siti includevano dei link, ammesso che lo facessero, rimandavano principalmente ad altri weblog.

In pubblico come in privato, i weblogger si impegnavano in animate discussioni riguardo la definizione di weblog. Steven Streight ha cercato di definire il blog in questo modo:

"A communications, connectivity, and interactivity platform that enables users with no HTML skills to quickly and easily publish web content for a global audience, thus the democratization of web content publishing, the revolutionary rise of universal access to internet content. In short, a blog is like a "thin website"—all of the power of a full website, without having to know all of the technical details."

Quanto spesso doveva essere aggiornato? Ogni giorno? Più di una volta la settimana? Ma soprattutto: deve includere i link?

Nel tentativo di organizzare la crescente massa dei weblog, **Brigitte Eaton** creò un portale centrale per la nuova comunità. Il suo criterio era semplice: il sito doveva consistere di aggiornamenti corredati da una data. Dato che il portale Eatonweb era l'elenco più completo disponibile, il suo criterio di definizione prevalse.

La comunità weblog si diffuse fino a includere siti nati in Canada, Australia, Gran Bretagna e oltre. Numerosi weblog apparvero in Olanda che, per qualche tempo, fu famosa per avere il maggior numero di weblog pro capite nel mondo.

Dave Winer iniziò la creazione dei primi server che permettevano di collegare fra loro diversi blog, rendendo possibile il funzionamento dei moderni aggregatori di notizie e la disponibilità di messaggi sempre nuovi.

Del resto la capacità dei Weblog di influenzare l'opinione pubblica è innegabile come è stato dimostrato dagli americani dove la pressione politica dei blog ha portato alle dimissioni di un membro del senato e molta influenza i blog e i social network hanno avuto nelle recenti elezioni del presidente degli USA.

Il nuovo modo di comunicare ha attirato anche le testate giornalistiche al punto di non disdegnare l'utilizzo del blog per raggiungere il proprio pubblico e coinvolgerlo nelle notizie. Quotidiani come [la Repubblica](#) e [la Stampa](#) offrono ai lettori la possibilità di divenire editori di se stessi aprendo un diario online e scrivere le proprie opinioni, dialogare con gli utenti e pubblicare le foto.

A queste pagine personali si aggiungono sempre all'interno dei giornali, dei blog di autore, vere e proprie rubriche in formato blog, tenute da giornalisti professionisti e aperte ai commenti dei lettori.

L'impiego dei blog come strumenti di comunicazione politica o dei mass media è solo una piccola parte della realtà, dato che la situazione è molto più complessa ed intricata di quanto possa sembrare.

I numeri parlano chiaro, all'inizio del 2002 in Italia se ne contavano soltanto 300. Dopo sei mesi erano diventati mille. Oggi il numero dei blog cresce con un ritmo di circa 100 nuovi blog al giorno. I fattori che favoriscono la diffusione del blog sono sicuramente le piattaforme molto semplici nell'utilizzo.

Ma questo ebook non vuole raccogliere solo la storia dei blog. Nasce invece per analizzare il fenomeno dei blog: da come e perchè aprirne uno, a quali contenuti scrivere, a quali scelte tecniche fare. Negli anni le soluzioni adottate per i blog sono state diverse tuttavia oggi siamo orientati a usare soluzioni basate su servizi come quelli offerti da Blogger o su piattaforme OpenSource come WordPress.

# Social Network Analysis

Inoltre per comprendere a fondo il fenomeno del blog è nata la Social Network Analysis, una scienza applicata che permette di studiare in modo matematico il fenomeno e tenta di quantificarne l'entità basandosi sulla **teoria dei grafi**.

Questo e-book esula dallo scopo di esporre in modo completo la teoria dei grafi ed applicarla nel blog, ma si vuole tentare un approfondimento per comprendere meglio il fenomeno, e porre le basi per uno sviluppo completo.

Un gruppo di persone connesse con dei legami di amicizia o legami casuali viene chiamata "rete sociale". Questa teoria affermava che il massimo livello di rete sociale che una persona potesse avere era 150 ([legge di Dunbar](#) o dei 150), dovuto ad ovvi problemi materiali di memoria, ma con l'avvento di internet e la diffusione dei blog questo concetto è stato superato.

Le reti sociali spiegano bene il modello che i weblog stanno assumendo, gruppi di persone che si aggregano per interessi comuni. Una volta costruito un blog è possibile invitare degli amici a leggerlo, o segnalare il blog di un amico sul proprio sito creando una reale connessione.

Questo tipo di connessione in base alla [teoria dei 6 gradi di separazione](#) di Stanley Migram del 1967, estesa ad internet grazie a dei ricercatori della Columbia University, può arrivare a comprendere tutto il mondo.

Ultimamente lo sviluppo di internet e del tanto blasonato aggettivo "web 2.0" hanno favorito la nascita di numerosi social network aggregator, come Facebook e Myspace, che fondano la loro teoria di sviluppo proprio sulla teoria del social network analysis.

L'oggetto che fa da collante a tutti i social network aggregator è il blog, infatti in ciascuno di essi è possibile avere, mantenere aggiornato un blog e una propria community di contatti. Per questo motivo il blog sta diventando sempre più importante nella scena internazionale.

# Livello Base

## Informazioni di base

Prima di addentrarsi nello studio del blog è giusto chiarire un po' di concetti che stanno alla sua base, ovvero:

- **Il post** è un articolo o un messaggio pubblicato in un blog;
- **La categoria** racchiude più post assieme;
- **Gli archivi** sono elenchi di post di una singola categoria;
- **Le pagine** sono come pagine statiche di un sito web ma a sé stanti (non si vedranno mai inserite negli archivi o in categorie);
- **Il permalink** permette di indicare in maniera univoca un articolo pubblicato sul blog attraverso la sua URL (cioè è un link che punta direttamente a quell'articolo).

## Gli spazi gratuiti

Esistono molti servizi gratuiti che permettono di creare un blog in 5 minuti. Le informazioni che queste piattaforme richiedono sono all'incirca sempre le stesse e cioè:

- l'iscrizione al servizio;
- la scelta di un titolo del blog;
- la descrizione e gli argomenti di cui si andrà a parlare;
- la scelta di un template di base.

Dopo aver fornito questi dati viene dato l'accesso a un blog, in parte complesso ma il vero problema sta nel fatto che questi spazi hanno caratteristiche che possono essere considerate a tutti gli effetti dei colli di bottiglia.

I servizi offerti sono i più vari e cambiano da piattaforma a piattaforma. Di solito si ha a disposizione:

- la gestione dei commenti, delle categorie, dei permalink;
- un editor semplificato per l'inserimento dei messaggi;
- la creazione dei link in modo semplificato;
- la gestione e creazione di archivi;
- la coordinazione dei RSS FeedM;
- il mobile blogging.

Alcuni servizi offrono spazio illimitato ma questo non esatto, dato che lo spazio è condiviso con gli altri blogger.

**Blogger.com** - Permette la creazione di un sistema blog, è il primo CMS free sviluppato. Al momento è stata rilasciata una versione Blogger Buzzer, con nuove funzioni. Il sistema permette numerose personalizzazioni e l'iscrizione e il setup-up di base sono molto veloci. Inoltre sono state introdotte nuove funzioni che mirano a una personalizzazione completa del template, la creazione di un blog con accesso privato, gestione più completa dei FEED RSS, creazione di una bacheca all'interno del blog, pubblicazione immediata dei post e degli articoli.

**Life Dada Blog** - Dada offre la possibilità di aprire gratuitamente uno spazio blog, scegliendo tra diversi modelli, pecca un po' la possibilità di non modificare i template, ma fornisce interessanti strumenti come un motore di ricerca interno, spazio illimitato ma condiviso con gli altri blogger, nessun obbligo di banner pubblicitario, archivio messaggi, possibilità d'invio immagini e files e altro ancora. L'unica nota di demerito è l'invasione della pubblicità e degli ultimi post di tutta la piattaforma.

**Splinder.com** - Splinder è la prima piattaforma in Europa che consente di creare il proprio blog gratuitamente e in pochi minuti. Splinder vuole rappresentare uno stimolo allo sviluppo del fenomeno weblog in Italia. All'interno del progetto Splinder è inoltre presente [Bloggando](#), la directory dei blog italiani e un magazine sul mondo dei blog.

**Blog 3000 Italia** - Questo è uno dei tanti servizi gratuiti di fascia medio bassa che promette di creare il proprio sito web (da notare l'incoerenza utilizzata dagli stessi creatori tra blog e sito web) in pochi minuti senza conoscere il codice HTML.

**Blog Libero** - Libero mette a disposizione gratuitamente agli utenti iscritti alla Community un servizio per creare in modo semplice dei blog. Il blog creato con il servizio di Libero avrà poi un indirizzo del tipo <http://blog.libero.it/tuouser/>, dove al posto di 'tuouser' ci sarà l'username che hai scelto. Libero offre poi anche della visibilità ai blog ospitati.

Ogni giorno viene segnalato il "Blog del giorno", sono segnalati i migliori ed i più avventurosi in apposite classifiche, è presente il catalogo dei Blog dove sono archiviati in categorie tematiche. C'è infine il motore di ricerca che permette di ricercare limitando il campo d'azione ai soli blog.

**Blog Spot** - Chi non possiede un proprio sito, tramite questo strumento gratuito potrà avere il proprio weblog su internet raggiungibile da tutti tramite un indirizzo personale del tipo <http://tuonome.blogspot.com>. Blog Spot può anche essere utilizzato come strumento complementare di Blogger.com.

**Blog Tiscali** - Un servizio, uno spazio gratuito sul web offerto da Tiscali, dove poter raccontare storie, esperienze e pensieri, una sorta di diario di bordo che ognuno di noi può "tenere" e condividere con gli altri.

**Blog Virgilio** - Il blog è un modo semplice per pubblicare materiale in rete gratis, anche se non sapete come pubblicare un sito web. Grazie alle tante funzionalità di Virgilio Blog potrete scegliere tra molti modelli grafici, fare modifiche, abilitare i commenti o i voti riguardanti i vostri post dagli altri navigatori. La funzione audio blog è a pagamento.

**Blog-zine.it** permette di creare online un blog personale. Iscrivendoti a Blog-Zine.it avrai il tuo blog raggiungibile con indirizzo <http://nomedelblog.blog-zine.it> e la possibilità di gestirlo da un comodo pannello di amministrazione.

**BloggerBash** - Servizio gratuito di Blog Hosting. Potrai creare i tuoi blog personali e quindi pubblicare on line il tuo pensiero in un modo semplice e veloce. Basta una registrazione, scegliere il template e avviare il tuo blog con il primo post.

**Bloggers** - Servizio in italiano che permette di creare e gestire un blog gratuitamente. Si troveranno online informazioni su tutte le caratteristiche e gli strumenti messi a disposizione, con una tabella di comparazione dei servizi offerti dalle altre piattaforme.

**Bloglines** - Bloglines è un servizio online gratuito per la ricerca, la sottoscrizione, la creazione e la condivisione di newsfeed, blog e contenuti web complessi.

Per utilizzare Bloglines non è necessario scaricare o installare alcun software, è sufficiente registrarsi come nuovo utente per accedere immediatamente al proprio account in qualsiasi momento, da qualsiasi computer o dispositivo portatile.

È possibile creare pagine di notizie personalizzate in base ai propri interessi sfruttando un indice di decine di milioni di Feed di contenuti Internet, tra cui articoli, blog, immagini e audio. Bloglines risolve ogni dubbio sugli standard di newsfeed da utilizzare: RSS, Atom e altri ancora.

In Bloglines è possibile ricercare, leggere e condividere gli aggiornamenti dei propri newsfeed o blog preferiti, indipendentemente dalla tecnologia utilizzata per la redazione dei testi. Tutto questo in modo completamente gratuito.

**Blogsome.com** - Blogsome.com mette a disposizione uno spazio web gratuito e gli strumenti necessari per crearsi un proprio blog del tipo: <http://proprioNome.blogsome.com>. In inglese.

**Createblog** - Un servizio per tutti quelli che vogliono realizzare un proprio blog. Createblog mette a disposizione risorse e supporto, fornendo layouts, scripts, tutorials per Xanga, MySpace, LiveJournal, e Blogger. Il database, ricco di contenuti, è consultabile navigando le categorie o eseguendo ricerche specifiche attraverso motore interno.

**Diablogando** - Per aspiranti scrittori, DiaBlogando.it offre l'opportunità previa registrazione, di creare e gestire gratis un vostro blog personale.

**Excite Blog** - Servizio Blog gratuito offerto da Excite. Avrete il vostro diario personale online pronto in pochi minuti senza conoscere html. Sono numerosi stili grafici predefiniti, massima possibilità di personalizzazione per i più esperti.

**Forum4you.it** - Forum4You.it ti offre la possibilità di creare Gratis il tuo Forum Online e di averlo pronto da usare in breve tempo. Un Forum phpBB, dedicato sia ai principianti che i più esperti che vogliono un Forum Professionale, veloce e con centinaia di Template, Emoticons e Avatar pronti all'uso.

Inoltre Forum4You.it offre un WordPress Blog Gratis. Facilissimo da utilizzare e da gestire, con molte funzioni innovative, completamente tradotto in italiano e soprattutto con 200 template già installati e pronti all'uso.

Altro servizio offerto gratuitamente da Forum4You.it è il Free Image Hosting, ovvero spazio gratuito per le tue immagini, utile ad esempio se hai delle immagini che vuoi inserire in un forum o vuoi far vedere le tue fotografie a parenti e amici in modo semplice.

**Freewordpress.it** - Iscrivendoti gratuitamente a FreeWordpress.it avrai il tuo blog WordPress raggiungibile all'indirizzo <http://nomeDelBlog.freewordpress.it> e la possibilità di amministrarlo attraverso un comodo pannello di amministrazione.

**Il Cannocchiale** - Il Cannocchiale è un laboratorio di ricerca e sperimentazione sulla rete dedicato al mondo dell'informazione. Basta registrarsi gratuitamente su questo sito, quindi scegliere un nome breve da utilizzare anche come indirizzo internet del proprio Blog. Il Cannocchiale creerà in pochi secondi il dominio Internet così chiamato: <http://nomeBlog.ilcannocchiale.it> Da quel momento, tramite delle pagine riservate ai blogger, potrete aggiornare il vostro blog, personalizzarlo con colori, schemi grafici (template) e immagini, corredarlo di link utili e altre informazioni.

**Kataweb Blog** - L'offerta del portale Kataweb per creare un blog gratis. Dopo la prassi dell'iscrizione potrete pubblicare facilmente dei testi e delle foto, creare dei link, accogliere i commenti dei vostri lettori e suddividere i vostri post per categorie. Potrete determinare l'aspetto del vostro blog scegliendo fra una serie di proposte grafiche già pronte.

**MakeMyBlog** - Con MakeMyBlog puoi ottenere in poco tempo e senza spendere soldi il vostro Blog gratuito basato sulla tecnologia WordPress, gestibile e versatile. Entrerete così a far parte, senza grosso sforzo, della comunità dei bloggers. Avrete inoltre, sempre gratis, un indirizzo di posta elettronica personale (utilizzabile solo in scrittura) e accesso FTP a uno spazio web di complessivi 10 megabyte.

**MegaBlog.it** - Piattaforma italiana che permette di gestire una community completa di articoli, gallery, forum e sistema di iscrizione. Si può pubblicare in pochi minuti articoli con immagini, commenti, sondaggi, trackback. Il sistema è dotato di due editor grafici che permettono di scrivere ed impaginare articoli senza conoscere il codice HTML.

**MessageMonster blogging** - Servizio che permette di creare il proprio blog istantaneamente senza conoscere particolari nozioni tecniche o di programmazione. La creazione è istantanea e prende l'indirizzo di secondo livello tuonome.messagemonster.com. Si può modificare l'aspetto del blog con vari template, è a disposizione un editor visuale HTML, ed ogni nuovo commento viene notificato via mail, creando dei filtri anti spam.

**Mioblog.net** - Permette di creare il proprio blog gratuitamente, offrendo spazio web, un sottodominio del tipo tuonome.mioblog.net, scelta tra templates pronti, personalizzazione grafica, possibilità di inserire immagini, smilies, icone ecc. Amministrazione completamente in italiano.

**Newtella.it** - Permette di creare in modo gratuito, semplice e veloce un proprio blog dove potrai pubblicare i tuoi pensieri, ricevere i commenti dei visitatori, pubblicare le tue foto. Non necessita di competenze tecniche particolari.

**PePa blog** - PePa Blog è stato concepito con il primo obiettivo di creare una piattaforma semplicissima da utilizzare, in modo che chiunque fosse in grado di usarla e permettendo anche a chi di Pc non ne capisce nulla di poter condividere idee, parole e pensieri attraverso il proprio blog personale. Per creare il proprio Blog è necessaria la registrazione.

**PianetaBlog** - Pianetablog.com offre un servizio gratuito di spazio e blog dove potrai in pochi secondi e con estrema facilità creare il tuo Weblog. Un comodo e completo pannello di Amministrazione permetterà di gestire in modo semplicissimo i contenuti del Blog. E' possibile scrivere, modificare e cancellare argomenti, catalogarli, personalizzarli in ogni sua parte.

**RisBlog** - Un servizio gratuito in italiano che permette di creare in pochi minuti un blog, senza nessuna spesa aggiuntiva. Effettuando la registrazione al servizio e seguendo i semplici passi per la personalizzazione delle tue pagine, è possibile creare un blog personale, semplice da aggiornare, senza problemi di spazio e raggiungibile ad un indirizzo tipo <http://tuonome.risblog.com>.

**TuoBlog.it** - TuoBlog.it offre spazio gratuito per creare il tuo blog personale.

**Windows Live Spaces** - Windows Live Spaces è un servizio che permette di creare blog, condividere immagini e connettersi ad altre persone (o con il mondo intero), creando uno spazio in linea personalizzato.

E' possibile condividere gli album di foto, ordinare, caricare fino a 500 foto al mese gratuitamente; esprimere la propria creatività tramite oltre 100 temi colorati; personalizzare il Windows Live Spaces con gadget di Live.com; includere un "power toy" di Windows Media Player per proiettare i propri video. Per utilizzare il servizio occorre attivare un account gratuito oppure possederne già uno con MSN Hotmail, MSN Messenger, o Microsoft Passport.

## La struttura

In termini generali, la struttura di un blog è costituita da un programma di pubblicazione guidata che consente di creare pagine web **senza conoscere molto i linguaggi di programmazione** e avvalendosi di template messi a disposizione dai programmatori.

Tutte le cose che luccicano non sono oro, infatti queste piattaforme presentano **numerosi problemi** a livello di indicizzazione, il codice che generano non è ottimizzato per l'indicizzazione sui motori di ricerca.

Lo scopo dell'e-book è proprio quello di creare un percorso ragionato affinché si possa comprendere i concetti per mantenere un blog da indicizzare nei motori di ricerca. In questo e-book non si prenderanno in considerazione piattaforme di questo tipo ma solo prodotti CMS che permettono di modificare ed ottimizzare il codice del proprio blog.

**Per capire che struttura deve assumere un blog**, è necessario comprendere la differenza con i forum. Ciò che rende i blog simili ai forum è la possibilità di dare vita a veri e propri thread di discussione tramite i commenti.

Una differenza sostanziale sta nella struttura che assumono, nei forum il posizionamento dei messaggi dipende dall'ultima risposta, nel blog l'ultimo intervento si trova in cima all'elenco rimane fino al sopraggiungere di un nuovo articolo.

Diversa è anche la "filosofia" che sottende i due strumenti, il forum è sviluppato per discutere su argomenti specifici, il blog, invece, è un "diario privato" che tutti possono leggere ed eventualmente commentare.

Per analizzare la struttura si analizzeranno strutture di blog molto importanti per cercare di capire come operano e quale sia la loro struttura.

Uno dei blog molto popolari è quello di Beppe Grillo ([www.beppegrillo.com](http://www.beppegrillo.com)) , punto di partenza dell'analisi della struttura di blog. L'home page, riportata nell'immagine seguente, appare semplice ed essenziale (stile che caratterizza la maggior parte dei blog presenti su internet):



Come si può notare le parti base che compongono il blog sono l'header con un'immagine esplicativa del blog, un menu di navigazione, una navigation bar e una sezione centrale con gli ultimi interventi.

A livello di indicizzazione analizzando il codice si può notare che il blog in questione è stato sviluppato con il CMS [MovableType](#) che permette la gestione dei meta tag più importanti.

E' proprio questo il punto importante, la maggior parte dei CMS professionali tende a gestire in automatico tutti i tag che possono essere utili per il posizionamento. La scelta di un CMS piuttosto che un altro deve tenere conto sulla qualità del codice che essi producono. Esistono tutta una serie di parametri che in qualsiasi CMS andranno impostati come il **TITLE delle pagine** e **i meta tag KEYWORD e DESCRIPTION**.

### Immagine di Header

L'header è quasi sempre un'immagine, o una composizione tra testo e CSS. E' importante creare un header che caratterizzi il blog dato che è la prima cosa che viene vista dall'utente e che viene riportata all'interno di ogni pagina. Per questo motivo questa immagine deve essere

molto leggera (compressa con un formato JPEG) e con colori non troppo vivaci, si può notare come nel blog in questione si siano utilizzati dei livelli di grigio.

### **Navigation Bar**

Questa barra è il cuore del blog. Relegata quasi sempre ad uno spazio molto piccolo e messa a lato della parte centrale, questa barra contiene tutte quelle informazioni importanti sia per gli utenti che per i motori di ricerca.

## Il muro del pianto

Invia un commento su un tema che ti sta a cuore:

# Indice categorie

Ecologia  
Economia  
Energia  
Informazione  
Politica  
Salute/Medicina  
Tecnologia/Rete  
Trasporti/Viabilità  
Muro del Pianto  
Primarie dei Cittadini

Cerca

# Modulo di ricerca

Ricerca la parola desiderata nei post di questo sito

Invia

## Iniziative

# Spot



## Link

# Link Blogroll

Internazionale  
La Blogosfera e i Media  
La mappa del web  
La Voce  
Manuale della tortura  
Nanodiagnosics  
Oracolo degli attori  
Partecipa Salute  
Skype

## Archivio

# Archivio

Febbraio 2007  
Gennaio 2007  
Dicembre 2006  
Novembre 2006  
Ottobre 2006  
Settembre 2006  
Agosto 2006  
Luglio 2006  
Giugno 2006  
Maggio 2006

## Syndication

# Syndication

XML RSD

RSS 2.0

XML ATOM



SOME RIGHTS RESERVED

In queste due immagini si possono vedere gli elementi più importanti della navigation bar adottata nel blog di BeppeGrillo. Partendo dall'alto ed escludendo gli elementi non rilevanti si possono distinguere i seguenti elementi:

- **indice delle categorie**, un indice ragionato dove recuperare le categorie che formano il blog, aprendo la singola pagina comparirà l'elenco di articoli appartenenti ad una determinata categoria;
- **modulo di ricerca**, che permette la ricerca all'interno del testo degli articoli e dei commenti del blog;
- **spot, banner o immagini** che permettono di pubblicizzare un'attività o un servizio
- **link** o in gergo blogroll;
- **archivio** organizzato in mesi permette di ricostruire storicamente l'insieme degli articoli. Esistono varie tipologie di archivi e varie filosofie sull'archivio ma quella più utilizzata consistente nel suddividerlo nei mesi dell'anno
- **syndication** cioè un sistema che permette di gestire, generare gli RSS.

Tutti questi elementi in alcuni CMS vengono gestiti in modo automatico permettendo all'autore semplicemente di cambiare le impostazioni.

## Categorie

Una parte molto importante del weblog sono le categorie e la loro individuazione deve essere il primo problema che ogni autore si deve porre.

Per creare una buona struttura basata sulle categorie è necessario cercare di individuare tutti gli argomenti che si prevedono di inserire. Costruendo una buona architettura delle informazioni è possibile generare un thesauro (o una tassonomia in italiano) che permette di associare metadati ad ogni contenuto del sito.

In questo modo quando due pagine sono associate a uno stesso termine di un vocabolario controllato, o appartengono alla stessa categoria, si potrà creare un link di navigazione individuata a partire dall'associazione logica.

Creando il thesauro è possibile lasciare dei vocaboli aperti in modo da non avere un vocabolario fisso non estendibile, il vocabolo aperto permette l'inserimento logico di nuovi vocaboli che riescono ad identificare meglio il contesto dell'articolo che si sta leggendo.

Analizzando il comportamento dei visitatori è possibile creare un thesauro migliore, se un utente leggendo un articolo seleziona sempre un articolo correlato è possibile che questi abbia un'influenza maggiore quindi andrebbe proposto prima nell'elenco degli articoli correlati.

Il thesauro non può essere un semplice elenco di parole ma è una collezione di nomi riferiti ad una particolare disciplina e legati tra loro da una serie di relazioni semantiche. Ogni termine deve essere posto al centro di una rete costruita da una di queste relazioni:

- **relazione di equivalenza**, si ha quando si ha una sinonimia nel senso classico del termine ad esempio "onde" e "flutti", o "aperitivo" e "happy hour". La relazione di equivalenza è molto forte permette di sostituire un termine con un altro senza cambiare il significato della frase.
- **relazione di gerarchia**, definisce una classificazione di categorie e sottocategorie come ad esempio la parola "Felino" e la parola "Gatto". A questo punto si comprende che si possono avere delle relazioni di gerarchia di tipo generico, parte-tutto, esemplificativa.

- **relazione associativa**, è un tipo di connessione detta anche residuale che ha un carattere fortemente soggettivo o legato alle abitudini sociali come ad esempio la relazione associativa "Disco in Vinile" e "Compilation".

Partendo dalla base di questo dizionario da estendere bisogna tenere questi punti in considerazione:

- **fornire solo contenuti rilevanti** all'utente;
- **filtrare i contenuti** più importanti quando sono troppi;
- **fornire tempestivamente un contenuto** non appena è stato prodotto ed è a disposizione, questo accade in modo naturale nel blog, dove il contenuto nuovo è posto in cima alla lista;
- fornire ciascun contenuto **agli utenti interessati**;
- fornire ciascun contenuto **nel supporto tecnologico** in cui si trova l'utente.

Questi sono i principi cardine per operare nell'usabilità delle informazioni. Il primo passo da seguire nell'affrontare la struttura di un sito è **identificare i contenuti** attraverso metodologie precise:

- **descrivere una classificazione generale** a cui appartengono, per fare questo non c'è bisogno di essere precisi nei primi passaggi, ma fare un'analisi che parta dalla macrocategoria e arrivi alle varie sottocategorie;
- **generare un titolo caratterizzante**;
- **inserire una breve descrizione**;
- **trovare delle parole chiave** che identificano i contenuti

A questo punto, il lavoro per il weblog è molto più semplice che per un portale di informazioni, una volta che si conoscono le categorie che sono rilevanti per il proprio sito si può procedere con la gestione degli altri particolari.

### **Ultimi interventi**

Questa sezione è dedicata all'elenco degli articoli, ordinati solitamente per data di pubblicazione. Ogni articolo ha una anatomia ricorrente come quella che puoi vedere nell'immagine che segue:

28 Febbraio 2007

La Cina è vicina

# DATA TITOLO



**Cina e India** sono arrivate tardi al banchetto del **CO2**, ma con un grande appetito. Ad avvelenare il pianeta ci hanno pensato finora Stati Uniti e Vecchia Europa. Cinesi e indiani hanno tutte le ragioni. Non si può tollerare che l'inquinamento e la distruzione dell'ambiente siano **copyright dell'Occidente**. E un giorno a chi lo ha più duro.

Una economia malata sta accelerando la sua crescita e la nostra distruzione. Sta **barattando il Pil con il pianeta**. I Paesi inquinatori, compreso il nostro, meritano un nuovo processo di Norimberga. Il giudice, che è anche il boia, esiste già. E' la nostra Terra.

---

Postato da Beppe Grillo alle 14:45 in Ecologia | **Commenti (1054)** |  
**Scrivi** | **Iscriviti** | **Autenticati** | **Invia ad un amico** | **GrilloNews** | **La Settimana** |  
**Trackback (4)**

## FUNZIONI AGGIUNTIVE

Ogni articolo contiene:

- **una data di pubblicazione**, che è molto importante dato che permette anche all'utente di ricostruire un archivio e datare l'informazione;
- **un titolo** che in molti CMS viene collegato direttamente all'articolo ma è un'opzione a discrezione dell'autore, tanto che in questo particolare blog si è optato per un titolo non collegato;
- **un'immagine**, questa è molto importante ed è un'arma a doppio taglio, lo sanno bene gli autori di photoblog. Un'immagine deve essere significativa per l'articolo, altrimenti produce nel lettore un effetto contrario a quello voluto. Ogni lettore interpreta, in base alla propria conoscenza e al proprio bagaglio culturale, un'immagine a modo suo. Utilizzare un'immagine che non abbiamo un collegamento più che logico con il testo può portare fuori strada nella comprensione dell'articolo, creando una certa confusione nel blog. Un'immagine particolare può suscitare l'attenzione del lettore che stimolato dall'argomento viene portato a domandare nei commenti e sapere di più;
- **un abstract del testo**, con questo termine si intende un sunto del testo, una parte di presentazione che deve attirare l'utente a sapere di più, di solito questo abstract viene utilizzato anche negli RSS (vedi paragrafo sui Feed).
- **funzioni aggiuntive**: sono queste il cuore del blog. Ecco un'analisi dettagliata di queste funzioni prese dal blog di Beppe Grillo:

"Postato da Beppe Grillo alle [14:45](#) in [Ecologia](#) | [Commenti \(1295\)](#) | [Scrivi](#) | [Iscriviti](#) | [Autenticati](#) | [Invia ad un amico](#) | [Trackback \(5\)](#)"

La prima parte "Postato da Beppe Grillo..." permette di stabilire **chi è l'autore dell'articolo**, può essere importante quando si creano dei blog multiutente o quando si vuole, come in questo caso, puntare sull'autorevolezza dell'articolo tramite il proprio nome, un articolo anonimo è meno autorevole di un articolo firmato con nome e cognome.

"..alle 14:45", in questo caso si riporta solo **l'orario** dato che **la data** è stata inserita prima del titolo dell'articolo, ma questo sta a discrezione dell'autore se optare per una data completa o una data che contenga solo l'orario.

"... in Ecologia", questa funzione è molto importante dato che permette di stabilire **la categoria** di appartenenza dell'articolo, in un blog ben organizzato questa categoria dovrebbe riportare un link alla pagina contenente tutti gli articoli per quella determinata categoria.

"... Commenti (1295) ...", questo testo indica che ci sono **1295 commenti** e un link collega alla pagina per leggerli (dove c'è anche il form per inserire un nuovo commento)

"... Scrivi ...", questo è **un link diretto al form di inserimento del commento**.

"... Iscriviti ...", questa particolare funzione permette di **iscriversi alla discussione**, ossia quando verrà inserito un nuovo commento verrà mandata una notifica alla propria casella email

"Autenticati", questa funzione non è molto utilizzata nei blog, dato che non tutti hanno un'area riservata, in ogni caso questo link riporta ad un **form per effettuare un login**.

"... Invia ad un amico..." classica funzione di **invio tramite email** di un link all'articolo.

" ... TrackBack (5) ..." questa è una funzione molto avanzata tipica dei blog, permette di **vedere i link ad altre risorse sull'argomento** (per una maggiore comprensione di questo argomento si rimanda al paragrafo specifico TrackBack).

## Commenti

I commenti sono la forma di **interazione tra l'autore del blog e i lettori**. Il sistema dei commenti viene implementato seguendo la forma della **cronologia**, in alto si trovano i commenti più vecchi ed via via quelli più nuovi.

In alcuni siti molto importanti si arriva ad avere un nuovo considerevole di commenti tanto da rendere la pagina molto lunga e quasi sempre illeggibile, in blog di piccole dimensioni questo non accade, dato che il numero dei commenti è limitato e quindi risultano maggiormente leggibili.

## Footer

Un'altra parte molto importante è il footer, ossia la parte di chiusura del blog. In questa sezione si può trovare di tutto, generalmente si trovano riferimenti a licenze, privacy e contatti.



Questo weblog utilizza la Creative Commons License | Privacy | Credits: Casaleggio Associati

Quale è una buona struttura e cosa deve essere ottimizzato, dal tag title, alla pagina, all'url

## Contenuti

L'importanza dei contenuti è di fondamentale importanza per il blog, come si era già accennato nel paragrafo intitolato "popolarità".

Il blog è la sede per eccellenza dei nuovi contenuti, creare un weblog ricco di contenuto e ben organizzato in una corretta architettura dei contenuti (vedi paragrafo sulle categorie) è la miglior strategia per attrarre traffico e link inbound.

La sola creazione di differenti **contenuti tematici** porterà a creare delle connessioni di contenuto semanticamente rilevante sul proprio sito, dando allo stesso maggior rilevanza e autorevolezza sul proprio tema.

**I motori di ricerca prediligono testi lunghi e ricchi di contenuti**, ma non bisogna scrivere un testo pensando che il motore di ricerca indicizzerà la pagina ma per prima cosa bisogna renderlo appetibile all'utente.

**I backlink sull'articolo** sono solo una conseguenza, e se i contenuti siano realmente interessanti per gli utenti si riuscirà a costruire un rapporto di fiducia con essi che li porterà a continuare ad essere aggiornati sui vostri articoli e continuerà a visitare il vostro blog.

**Per creare dei contenuti di qualità** non ci sono delle linee guida ma si può sicuramente cercare di scrivere pezzi originali e unici sulla propria area di pertinenza (ma senza andare fuori tema!), creare tools unici e interessanti da utilizzare liberamente, creare una community attiva se è possibile e se l'argomento ha un bacino d'utenza tale da poterlo fare, essere una fonte primaria di notizie.

Il punto chiave di partenza sono **il web writing** e **l'organizzazione delle informazioni** in modo da non incappare nel problema di avere molti contenuti ma mal strutturati che causano un'inaffidabilità al sito ed incomprensione dello stesso. Per evitare questo problema si attuano operazioni che operano pulizie sui contenuti si parla di **ecologia dell'informazione**.

L'unica raccomandazione con i contenuti è quella di **dare un corso di aggiornamenti dei contenuti naturale**, Google infatti tende a valutare anche la crescita del numero delle pagine di un sito, se questa è troppo rapida ed ingente può far scattare un campanello d'allarme e porre la pagina in filtro che non permette di comparire all'interno delle SERP, ma bensì nei risultati supplementari.

**Sulla frequenza degli aggiornamenti** esistono varie teorie che scandiscono la distanza dell'inserimento tra un articolo ed un altro.

**Una teoria molto accreditata fa un paragone come un allenamento di body building.** Si prendano ad esempio due persone che hanno come obiettivo quello di aumentare la propria massa di muscoli in modo da vincere delle competizioni.

Il primo si allena costantemente ogni giorno e non effettua grandi sforzi, o comunque se li fa non sono per nulla prolungati. Il secondo non è costante, effettua un allenamento alla settimana con grandi sforzi ed un'enorme accumulo di acido lattico.

**Secondo la logica quale dei due riuscirà a vincere la gara?** Il primo, perché la costanza nell'allenamento aiuta a mantenere i muscoli attivi e fa in modo che la massa non scenda ma che si stabilizzi, per il secondo invece si ha un aumento momentaneo, ma i suoi sforzi sono vanificati dopo pochi giorni, dato che i muscoli, non essendo abituati a grossi sforzi perdono massa.

Il paragone si può fare con un blog. Il blog è il muscolo e gli articoli sono gli allenamenti. L'obiettivo che ci si pone è **rimanere in cima alle SERP**. Creare troppi articoli e anche molto consistenti avrebbe un cattivo effetto sul posizionamento, creare articoli di dimensioni medie ma con costanza facilita molto di più non solo l'indicizzazione ma anche la fidelizzazione con l'eventuale utente che legge costantemente il blog.

Per sapere **ogni quanto inserire un nuovo articolo** è possibile effettuare il seguente calcolo. Quando si inserisce l'articolo si segna la data di pubblicazione nel blog. A questo punto ogni giorno si va a rilevare nella cache di Google la data di indicizzazione dell'articolo. Alla prima data utile si effettua una differenza di giorni tra la data di storing di Google e la data di pubblicazione e si trova l'intervallo di pubblicazione.

Questo intervallo, se il lavoro di SEO è ben fatto tende a diminuire, dato che Google darà maggiore importanza al blog e quindi invierà maggiormente il proprio spider. Utilizzando questa strategia sarà difficile arrivare a pubblicare un articolo ogni giorno, ma si avrà una **scadenza precisa** che permetterà di curare molto più l'aspetto qualitativo dell'articolo e far crescere in modo naturale il blog.

Un problema classico coi contenuti di un blog è quello di **non avere nessun commento**. Il numero di commenti può dipendere dal traffico al sito, dato che maggiore sarà il traffico maggiore sarà la possibilità che qualcuno lasci una propria traccia, ma non solo.

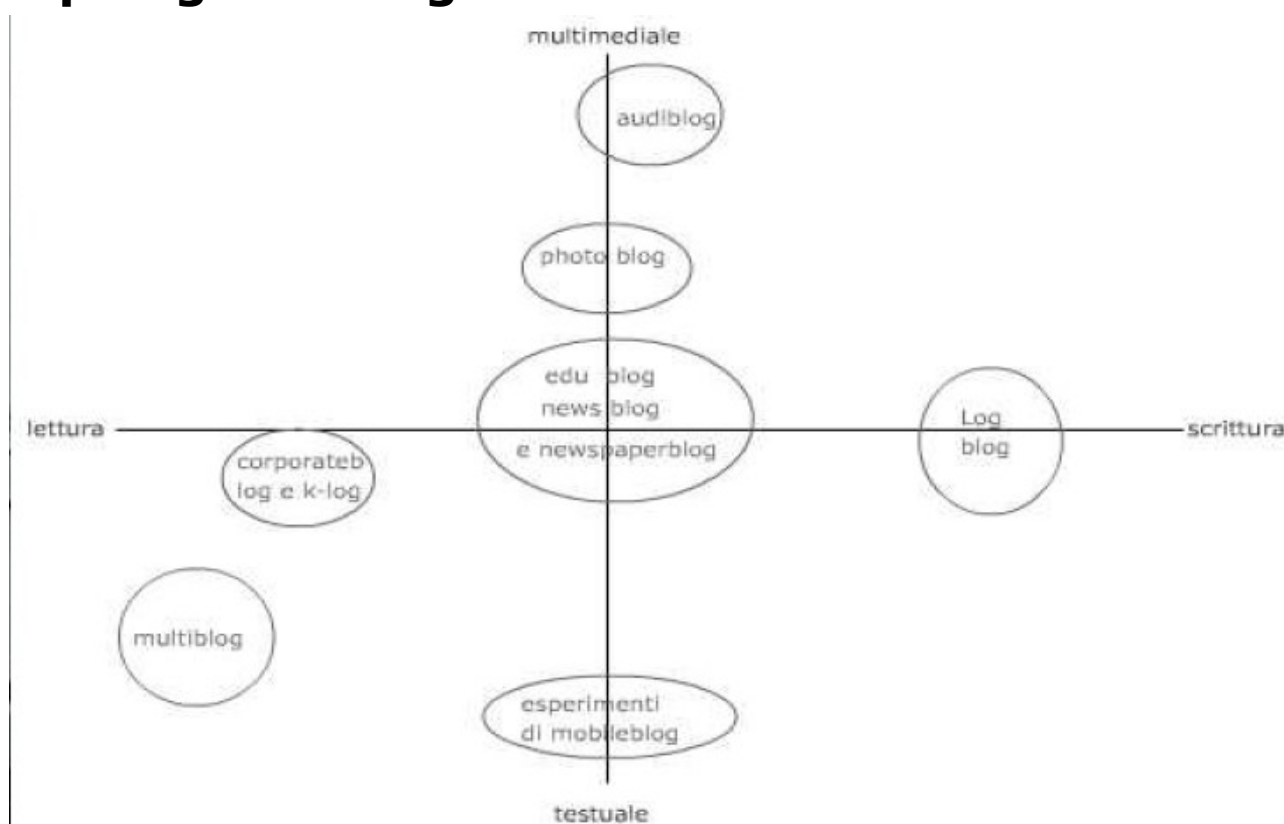
Il modo di scrivere sul blog è molto differente, in quanto su un sito i contenuti sono di tipo dichiarativo, effettuano presentazioni agli utenti che leggono senza permettere di interagire. Nel blog questo tipo di approccio non deve essere presente ma deve permettere la nascita di

discussioni, gli articoli devono essere interlocutori, lasciare in sospeso alcuni aspetti nei quali l'utente si sente invogliato a completare. E proprio questo è la chiave di successo di un blog con molti commenti.

**Il contenuto deve essere scritto in modo da lasciare aperte opinioni o discorsi** alle quali l'utente si senta invogliato di contribuire. Un modo semplice potrebbe essere quello di proporre delle varianti, stimolandone la prova ed il successivo feedback o addirittura chiedendo il suggerimento per ulteriori modifiche ad un argomento di natura tecnica.

In un blog quello che conta non è tanto il traffico ma **il numero di commenti** ed una piccola community di persone che si mostra positiva commentando o criticando in modo costruttivo l'articolo.

## Tipologie di Blog



L'evoluzione del blog ha fatto in modo che si caratterizzassero diverse tipologie. La categorizzazione avviene per tipo e per argomento. Di seguito una tabella riassuntiva sulle principali categorie di blog esistenti:

<b>Tipologia</b>	<b>Caratteristiche</b>
<b>Blog personale</b>	L'autore vi scrive le sue esperienze di ogni giorno, poesie, racconti, desideri (più o meno proibiti), disagi e proteste. Il contributo dei lettori nei commenti è in genere molto apprezzato e dà vita a discussioni molto personali. Questo tipo di blog è usato spesso da studenti di scuola superiore o universitari, con un gran numero di

collegamenti incrociati tra un blog e l'altro.

**Blog di attualità**

Molti giornalisti utilizzano i blog per dare voce alle proprie opinioni su argomenti d'attualità o fatti di cronaca, o più semplicemente per esprimere la propria opinione su questioni che non trovano quotidianamente spazio fra le pagine dei giornali per i quali scrivono. Altre persone utilizzano il blog per commentare notizie lette su giornali o siti internet.

**Blog tematico**

Questo tipo di blog nasce dall'esigenza di approfondire un hobby o una passione creando un punto d'incontro per persone con interessi in comune.

**K-log**

K prende il nome di Knowledge, ossia un blog gestito come "con divisore di conoscenza", ossia vengono pubblicate conoscenze tecniche da condividere con gli utenti, ma presenta molte problematiche come l'overload information, la gestione e la dirigenza.

**Educational Blog  
Blog Directory**

Dedicato al mondo della scuola e dell'apprendimento  
Una delle caratteristiche peculiari dei blog è la gran quantità di link. Alcuni blog si specializzano nella raccolta di link su un argomento particolare. Anche alcuni siti di news possono rientrare in questa categoria.

**Photoblog**

Sono blog su cui vengono pubblicate foto invece che testi. L'unione degli scatti della pellicola, della trasposizione in digitale e Internet hanno prodotto questa tipologia di blog che mette al centro dell'attenzione l'immagine. Esistono anche directory interamente dedicate al photoblog come female eye (<http://www.mytech.it/mytech/digitale/www.eclectic.cc/female>), o come photoblogs (<http://www.ringsurf.com/netring?ring=photoblog;action=list>).  
Fotolog.net (<http://www.fotolog.net/>).

**Blog Vetrina**

Alcuni blog fungono da "vetrina" per le opere degli autori, come vignette, fumetti, video amatoriali o altri temi particolari.

**Blog Politico**

Vista l'estrema facilità con la quale è possibile pubblicare contenuti attraverso un blog, diversi politici lo stanno utilizzando come interfaccia di comunicazione con i cittadini, per esporre i problemi e condividere le soluzioni, principalmente a livello locale. (ad esempio [Un'altra Forlì](#), [...Per Carpi](#), [Luca Conti per Senigallia](#)).

**Urban Blog**

Blog riferiti ad una entità territoriale definita (una città, un paese, un quartiere) e che utilizzano la tecnica del passaparola digitale per compiti di socializzazione diretta e indiretta anche con l'utilizzo di immagini e video riferiti alla comunità. Interessante l'utilizzo di mappe e di sistemi di social bookmarking per aumentare il livello di condivisione e di collaborazione.

**Watch Blog**

Blog in cui vengono criticati quelli che l'autore considera errori in notiziari on-line, siti web o altri blog (uno dei primi e più popolari esempi di questo tipo di blog è [AndrewSullivan.com](#), il blog personale dello scrittore e giornalista anglo-americano che vanta (a cavallo tra 2002 e 2003) più di 250.000 visitatori al mese). Un esempio di tale blog è [WatchBlog](#).

**m-Blog**

Blog utilizzati per pubblicizzare le proprie scoperte musicali e renderne gli altri partecipi attraverso la pubblicazione di mp3 (da

	<p>qui il prefisso) o file audio dei più disparati formati (in Italia uno dei più attivi è « <a href="#">Winnicott</a>, mentre <a href="#">largehearted boy</a> è uno dei più famosi al mondo).</p>
<b>Sketch Blog</b>	Contiene esempi di portfolio dei lavori realizzati
<b>Tumble Blog</b>	in questa categoria rientrano i blog che uniscono degli articoli uniti ad un video o un'immagine caratterizzante
<b>VLog o VideoLog</b>	Si tratta di un blog che utilizza filmati come contenuto principale, spesso accompagnato da testi e immagini. Il vlog è una forma di distribuzione di contenuti audiovideo. I vlog sono utilizzati da blogger, artisti e registi. un esempio è sicuramente <a href="#">Vlog central</a> che illustra anche come creare il proprio video blog. La loro fortuna è dovuta anche allo sviluppo del podcasting e alla relativa nascita del videoposting
<b>Audio Blog</b>	Si tratta di blog audio pubblicati attraverso il [Podcasting]. La peculiarità di questo tipo di blog è la possibilità di scaricare automaticamente sui lettori mp3 portatili gli aggiornamenti attraverso i feed RSS con gli audio incapsulati.
<b>NanoPublishing</b>	blog monotematico, dal contenuto leggero e scritto a più mani.
<b>MoBlog</b>	blog che si appoggia alla tecnologia "mobile", ovvero dei telefoni cellulari. I contenuti sono spesso immagini (inviata via MMS) o video (in alcuni casi registrati direttamente in video chiamata).
<b>Biz Blog</b>	abbreviazione di business blog, sono un tipo di blog di ultima generazione, creati appositamente da aziende con lo scopo di parlare del proprio business, pubblicizzare i propri prodotti, o inserire un articolo nuovo su come utilizzare il prodotto.
<b>WikiBlog</b>	detto anche Bliki, è un blog realizzato con il supporto di wiki (ciò significa che prima o dopo la pubblicazione di un articolo in un blog, esso può essere modificato da chiunque o da un certo gruppo di utenti autorizzati). La combinazione di questi due strumenti di Internet è stata concepita per rendere l'esperienza del blogging più popolare e interattiva.

## Licenze Copyleft

Per tutelare il proprio lavoro è possibile associarsi sotto alcune **licenze di copyleft**, ossia un modello alternativo di gestione dei diritti d'autore basato su un sistema di licenze attraverso le quali l'autore (in quanto detentore originario dei diritti sull'opera) indica ai fruitori dell'opera che essa può essere utilizzata, diffusa e spesso anche modificata liberamente, pur nel rispetto di alcune condizioni essenziali.

Nella versione pura e originaria del copyleft (cioè quella riferita all'ambito informatico) la condizione principale obbliga i fruitori dell'opera a rilasciare eventuali modifiche apportate all'opera a loro volta sotto lo stesso regime giuridico (e generalmente sotto la stessa licenza). In questo modo, il regime di copyleft e tutto il fascio di libertà da esso derivanti sono sempre garantiti.

Esistono vari tipi di licenze copyleft:

- GNU GPL, licenza utilizzata per distribuire software libero da copyright;
- GNU LGPL, nata come salvaguardia della creazione di software libero, il suo scopo è di tutelare la comunità del Software Libero da abusi da parte di aziende;
- GNU FDL, è una licenza creata appositamente per i contenuti liberi da copyright, viene utilizzata da Wikipedia

- Creative Commons (CC), la versione 3.0 è costituita da sei licenze che si ottengono combinando tra loro quattro attributi:
  - **Attribuzione - Attribution - (by):** permette che altri copino, distribuiscano, mostrino ed eseguano copie dell'opera e dei lavori derivati da questa a patto che vengano mantenute le indicazioni di chi è l'autore dell'opera (i credit). Questo attributo è sempre presente in tutte e sei le licenze.
  - **Non commerciale - Noncommercial - (nc):** permette che altri copino, distribuiscano, mostrino ed eseguano copie dell'opera e dei lavori derivati da questa solo per scopi di natura non commerciale.
  - **Non opere derivate - No Derivative Works - (nd):** permette che altri copino, distribuiscano, mostrino ed eseguano soltanto copie identiche dell'opera; non sono ammessi lavori che [derivano dall'opera](#) o basati su di essa.
  - **Condividi allo stesso modo - Share Alike - (sa):** permette che altri distribuiscano lavori derivati dall'opera solo con una licenza identica a quella concessa con l'opera originale.

## Errori di Usabilità

Fin qui si sono viste le nozioni di base per creare un blog senza avere grosse conoscenze informatiche. Ma è proprio **l'estrema facilità** con cui si può aprire questo tipo di diario online che ha fatto nascere numerose preoccupazioni per quanto riguarda l'usabilità dello stesso.

**Jakob Nielsen pubblicò le 10 regole per un blog usabile** ed per evitare di avere un blog non molto utile. Ecco un riepilogo veloce dei principali errori:

- Mancanza di una breve biografia dell'autore: una "about section" è fondamentale;
- Mancanza di una foto, in particolare nel caso di blog condotti da un singolo autore;
- Titoli dei post non descrittivi;
- I link non forniscono sufficienti informazioni sulle loro destinazioni;
- Mancanza di rimandi diretti a discussioni passate;
- Il calendario è l'unico sistema di navigazione;
- Frequenza di pubblicazione irregolare;
- Argomenti mischiati;
- Dimenticarsi che si potrebbe scrivere ora per lettori futuri che non si stanno considerando;
- Utilizzare un dominio hostato da un servizio per weblog;
- Il documento è un concentrato di informazioni e suggerimenti: la lettura è consigliata sia a chi desidera avviare il suo primo blog, sia ai blogger più attivi.

## Posizionamento

Una volta che il blog è stato creato bisogna effettuare delle operazioni aggiuntive per conseguire una certa posizione all'interno dei motori di ricerca. Nell'accezione generica il **posizionamento** è il conseguimento di una certa posizione in seguito all'attività del posizionare, per posizionare si intende fare assumere ad un oggetto una posizione determinata, voluta o corretta.

Il posizionamento sui motori di ricerca è dato da una serie di attività per raggiungere una posizione di vantaggio tra i risultati proposti dal motore in seguito ad una ricerca effettuata con una determinata parola chiave. Consiste nell'associazione di una parola chiave, o una serie di parole chiave, ad un determinato sito o pagina web, o in particolare blog.

Considerati i comportamenti degli utenti che usano i motori di ricerca, conseguire una posizione di vantaggio vuol dire **essere visibili entro le prime pagine dei risultati delle ricerche**.

Il posizionamento sui motori di ricerca mira a posizionare il sito internet più in alto possibile tra i risultati delle ricerche: aumentando la posizione del sito infatti aumentano esponenzialmente le visite e il traffico verso il tuo sito.

## La popolarità

La creazione di un nuovo blog ha per forza di cose una popolarità uguale a zero. Questo problema lo si deve al fatto che **nessuno conosce questo blog** e quindi nessuno ha inserito tra le proprie pagine un link a questo blog.

Da questa piccola introduzione si può comprendere come è importante **avere dei link inbound**, ossia dei link esterni che puntano al proprio blog. Con il passare del tempo, sono nati servizi di link farm, o link Free for All (FFA) che permettono a qualsiasi webmaster di pubblicare il proprio link, tentando invano di modificare il numero di link inbound.

Questo mal costume è ben noto agli ingegneri di Google che hanno studiato a fondo il problema e sono riusciti a costruire filtri molto potenti che riescono a capire quando un link inbound è da considerare "valido", ossia fatto con naturalezza e che serve al lettore come approfondimento dell'argomento letto, o "non valido", ossia forzato ed inserito in una pagina che contiene 1000 link che non hanno nessun legame semantico tra loro.

**La pubblicazione di nuovi contenuti molto validi**, spinge gli utenti a linkare i blog, e questo tipo di link viene considerato come link "valido" dai motori di ricerca che tendono ad aumentare il peso della pagina linkata. Ne consegue che l'aumento dei link inbound può avvenire solo con la pubblicazione di contenuti nuovi e validi e che questo tipo di attività permetterà di aumentare non solo la popolarità del sito ma anche la qualità, è il relativo Trust Rank del sito.

## Link Inbound

Uno degli obiettivi primari nella strategia di ottimizzazione di un sito web è **l'aumento della "link popularity"**, e il blog non è da meno a questo tipo di strategia. I link inbound permettono di aumentare la propria popolarità e come conseguenza aumento del posizionamento.

Questo concetto venne introdotto dal motore Altavista qualche anno fa, più o meno nel 2001, ma come per tutte le leggi appena nate poco dopo venne inventato anche l'inganno. La Link Popularity infatti si basava su un dato molto semplice: più link esistevano per un sito, e più quel sito era considerato importante.

Bastava così aprire alcune decine di siti, anche di una sola pagina e su spazi web gratuiti, allearsi con qualche altro webmaster che aveva fatto la stessa cosa, fare uno scambio link reciproco e il gioco era fatto, secondo Altavista avevamo fatto dei gran bei siti, abbastanza importanti, e come premio ci spediva centinaia di visitatori che non avevano nulla da visitare visto che i siti avevano l'unico scopo di linkare altri siti.

Successivamente Google, e pian piano tutti gli altri motori (Fast-AllTheWeb, Inktomi Etc. etc.), hanno corretto questo concetto inventando il **PageRank**, detto anche PR, che non è altro che il Rank (classifica) di Page (uno dei 2 fondatori di Google) di cui la Link Popularity è una componente.

Ormai divenne comunemente accettato il principio secondo il quale gli **inbound migliori**, ai fini del posizionamento sui motori di ricerca, sono quelli provenienti da **risorse "attinenti" con la propria**. Un concetto, questo, assai semplice ed intuitivo. Ma l'ambiente della search engine optimization professionistica (o presunta tale) divenne sempre più saturo di Pagerank-addicted per i quali piazzare, sovente pagando, i propri link in ogni angolo del web rappresenta lo stato dell'arte della link building.

Il meccanismo che sta alla base del PageRank è molto semplice: non tutti i link sono uguali, quelli provenienti da certi siti sono più importanti e quindi hanno un peso maggiore, altri hanno meno importanza. **L'importanza di un sito** viene calcolata dalla quantità di link che si ricevono e, soprattutto dal peso (ergo l'importanza) che questi link hanno, ovvero dal PageRank che ha la pagina che ci concede il link.

Contribuiscono per l'importanza di una pagina alcuni fattori come la densità, frequenza e prominenza delle parole chiave, cui fanno seguito altri concetti puramente editoriali che sempre più spesso vengono tenuti in considerazione dai motori di ricerca durante l'analisi del testo di un sito, ovvero nell'interpretazione stile utente che verte principalmente a capire **se un determinato sito possa essere "utile"** perché contiene un ampio spettro di informazioni dal quale l'utente possa trovare realmente ciò che cerca e non imbattersi in una mera pagina di links.

Quanto sopra è ovviamente un'estremizzazione del concetto di PR. Ci sarebbe da analizzare in tal senso per molte altre righe, ma tanto basta per far comprendere il concetto di base che ci interessa. Il PR oggi è un insieme di fattori con molti altri elementi che contribuiranno al suo indice nei prossimi anni.

Tuttavia quel valore di PR è e continuerà ad essere un **ottimo indicatore del livello** di apprezzamento che il motore nutre nei confronti del sito o della pagina indicizzata. Quell'indicatore presente nella Google Toolbar riesce a far intuire se il sito o la pagina è stata per lo meno indicizzata, poi quanti link riceve ed altre informazioni "indice". Viene da se prendere le dovute attività correttive.

Il massimo sarebbe non fare niente, cioè attendere che il nostro sito proprio perché realmente interessante venga linkato da solo verso un numero non precisato di altri siti. Quindi i cosiddetti **one-way link**.

Ma la speranza ovviamente non rientra nelle attività di SEOing, anche perché **i clienti vogliono risultati concreti** e non promesse. Bisogna quindi adoperarsi per innestare attività di scambio link, meglio se tra siti pertinenti, inviando lettere ai webmaster o responsabili del sito, chiedendo loro di effettuare uno scambio link tra le home page dei due siti o tra pagine secondarie.

**Evitare poi di scambiare link** con pagine che contengono centinaia di link, non serve a nulla. Qualora si riesca ad ottenere degli scambi links, questi devono essere controllati costantemente verificando che i link rimangono attivi e che webmaster furbi dopo aver acconsentito allo scambio non rimuovano la controparte. Un'attività che se fatta a mano, a seconda del numero di siti da controllare può richiedere anche diverso tempo. Per questo motivo si suggerisce il software IBP della Arelis.

Si può poi procedere alla **segnalazione del sito in diverse directory**, o se si dispone di un certo numero di siti web, Seppur non attinenti tra loro, lo scambio link tra questi siti produrrà comunque un minimo di risultati.

Uno strumento professionale è necessario se si vuole svolgere un lavoro nel migliore dei modi, tuttavia, se per diletto si vuole solo controllare il numero di link che puntano al proprio sito, si può tranquillamente ricorrere ad analizzatori on-line, che gratuitamente, consentono di **verificare il numero di link**.

Questi analizzatori non fanno altro che lanciare delle query con comandi appropriate ai relativi motori di ricerca, prendere il valore di ritorno e riproporlo in una pagina riepilogativa. Uno di questi tool è quello presente su [SEOChat](#) o [Live PageRank](#) che controlla quasi 200 data center.

Come fare dunque a fare in modo che il proprio contenuto venga conosciuto ed eventualmente linkato da ulteriori blogger? Si può utilizzare la tecnica dell'**interlinking sui blog**, cercando di evitare lo spam. Questa tecnica consiste nel segnalare, inserire o semplicemente inserire nella propria firma, un link al proprio blog. Bisogna avere comunque l'accortezza che il link sia inserito in blog attinenti a livello di argomento.

Il problema conseguente è quello della **consistenza**, tutti i motori che danno troppo peso a questi schemi di interlinking stanno facendo il possibile per sminuirne la valenza. A questo tipo di controtendenza c'è da aggiungere che diversi blog stanno adottando il **"rel=nofollow"** e che la stessa tecnica di interlink portano ad avere un risultato in termini di popolarità uguale a zero.

Un altro aspetto che ha una maggiore rilevanza per un Blog è la pratica dell' **outgoing Link** , o meglio della segnalazione di Blog esterni affini al proprio settore all'interno delle BlogRoll (liste di Blog, predisposte dalle varie piattaforme): è prassi comune fra i Blogger quello di ricambiare eventuali link ricevuti.

A tale scopo può essere vantaggioso usufruire di account e servizi particolari offerti su siti e directory specializzate come [Feedburner](#) o [Tecnhorati](#) in modo da trovare facilmente Blog inerenti il proprio settore o argomento di interesse, condividere e segnalare con altrettanta maggiore facilità i propri "preferiti" e infine diffondere maggiormente i propri Feed.

## Trust Rank

E' possibile che per ottenere un buon posizionamento si siano utilizzate delle **tecniche non morali o blackhat** per riguarda l'ambito SEO, come keyword stuffing, doorway o peggio Cloacking. Per capire quanto un sito sia "serio" sia dal punto di vista di "etica morale" sia dal punto di vista dei contenuti è stato introdotto il "trust rank".

Il **trust Rank** è un brevetto registrato da Yahoo (poi il concetto è passato anche a Google) che permette di valutare qualitativamente un sito. A differenza del PageRank non è possibile visualizzarlo nella toolbar del famoso motore (il PageRank è un valore numerico attribuito ad ogni pagina web in base ad alcuni fattori e politiche del motore stesso).

**Il PageRank ha dimostrato molti limiti** nel valutare la qualità della pagina, dato che è manovrabile, per questo motivi si è ritenuto opportuno introdurre quest'altro tipo di indicatore che indica quanto il sito sia affidabile e lontano dall'essere un sito atto allo spam. Non è

facile capire come venga tenuto in considerazione dai motori di ricerca proprio per la sua estrema importanza. Questo valore è il risultato di un'analisi fatta a campione verificando l'assenza di link a siti penalizzati o ritenuti contenitori di spam ed assegna un voto al sito in esame. L'assegnamento del Trust Rank viene fatta manualmente dai Quality Rater.

**I Quality Rater** sono delle persone stipendiate da Google che lavorano nel tentativo di migliorare l'affidabilità dell'algoritmo di Google, facendo differenti operazioni di ottimizzazione dei risultati di ricerca di Google. E' stata trovata una traccia di un passaggio di Quality Rater su alcuni siti tramite le tracce rilevate sui log del server che riportavano url come questa : <https://www.google.com/evaluation/search/rating/task-edit?task=XXXXXX>.

La grossa e sostanziale novità quindi risulta essere **l'impiego di risorse umane** nei sistemi di ordinamento dei risultati: saranno tecnici esperti a selezionare la lista di partenza di siti "fidati" da cui partire nella ricerca di documenti e contenuti di qualità grazie ai sistemi di linking di internet.

Uno degli aspetti interessanti è che sicuramente non saranno più utili molti di quei trucchi e stratagemmi usati per aumentare il ranking: per avere un buon posizionamento su Google sarà sempre più necessario realizzare delle pagine di buona qualità, interessanti, ricche di contenuti e con relazioni con altri siti web correlati.

## **I motori di ricerca e i blog**

Esistono delle versioni dei famosi motori Google e Msn che permettono di effettuare una ricerca all'interno dei blog. **La ricerca si sostanzialmente basa su feed (RSS o Atom)** e non effettua una ricerca all'interno del blog stesso. Il primo ad essere lanciato ed attualmente in versione beta è [Blog Search](#) di Google.

**L'aggiornamento dei dati** viene affidato al servizio di ping che ogni autore potrà effettuare ogni qual volta che un articolo nuovo viene pubblicato sul blog.

Msn offre una funzionalità per la ricerca di articoli e blog tramite feed

Anche blogfinder di Technorati è una motore dedicato alla ricerca di articoli all'interno di blog-  
<http://www.sphere.com/>

# Livello Medio

## Open Source CMS

Per chi vuole spingersi oltre lo spazio gratuito e gestire un framework open source esistono molte alternative, tra la scelta un parametro fondamentale e cercare di capire per che cosa è stato sviluppato un determinato framework.

Ne esistono di **molte tipologie** e molti sono nati per il content management system più generico, altri per la gestione di articoli e commenti, quelli che verranno menzionati appartengono a quest'ultima categoria.



**Un blog CMS è un particolare sistema di content management system** che permette la gestione in una sezione di "Administration", e la visualizzazione dei dati in una sezione chiamata "weblog".

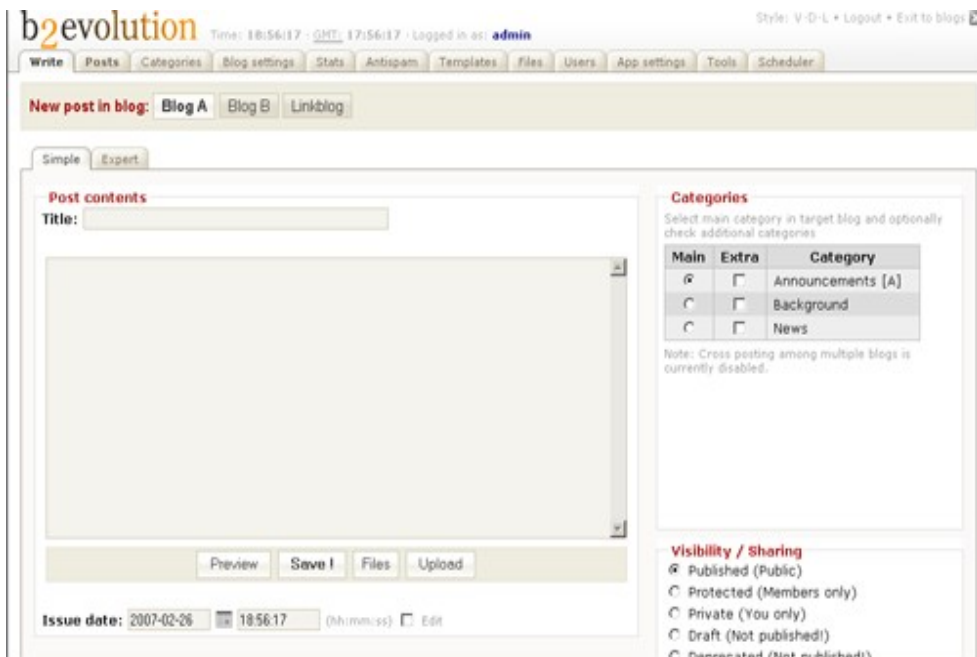
**Il database** è il motore che sta alla base di tutte le operazioni più o meno complesse del blog. La maggior parte dei CMS più sviluppati utilizzano una tecnologia Mysql e PHP ma questo non vuol dire che bisogna utilizzare per forza la famosa piattaforma di APACHE, è possibile creare un buon CMS anche in Python o in ASP.Net, ma la disponibilità gratuita di APACHE ne ha permesso la diffusione senza grossi problemi ma solo favorendo la nascita di community che si organizzano per effettuare test e rilasciare nuove versioni esenti da bug.

Ecco alcuni framework per il blogging:

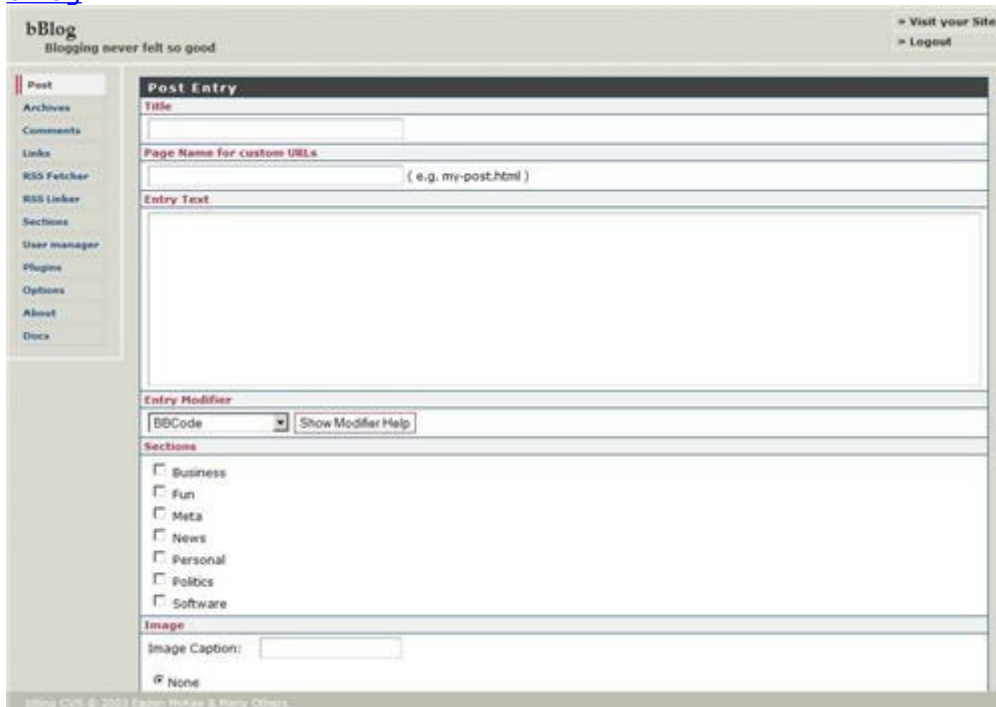
**[b2evolution](#)** - è uno dei più completi framework per lo sviluppo di blog, l'installazione di base include una serie di funzioni avanzate, il corretto funzionamento richiede Php/Mysql. Il framework è molto utilizzato a livello professionale. Puoi [provare una demo](#).

Ecco le caratteristiche di b2evolution:

- l'area di backoffice (dell'amministrazione) appare completa in ogni sua funzione;
- manca una area riassuntiva, dato che appena si effettua l'accesso si accede all'inserimento di un nuovo articolo;
- molto completa la gestione delle categorie con la possibilità di gestione categorie e sottocategorie;
- di default b2evolution supporta il WYSIWYG
- ha un filtro antispam molto potente
- permette la gestione e la modifica di template
- ha un file manager per l'upload di vari media
- la gestione degli utenti è molto completa
- ha molti altri settaggi opzionali.



[bBlog](#)



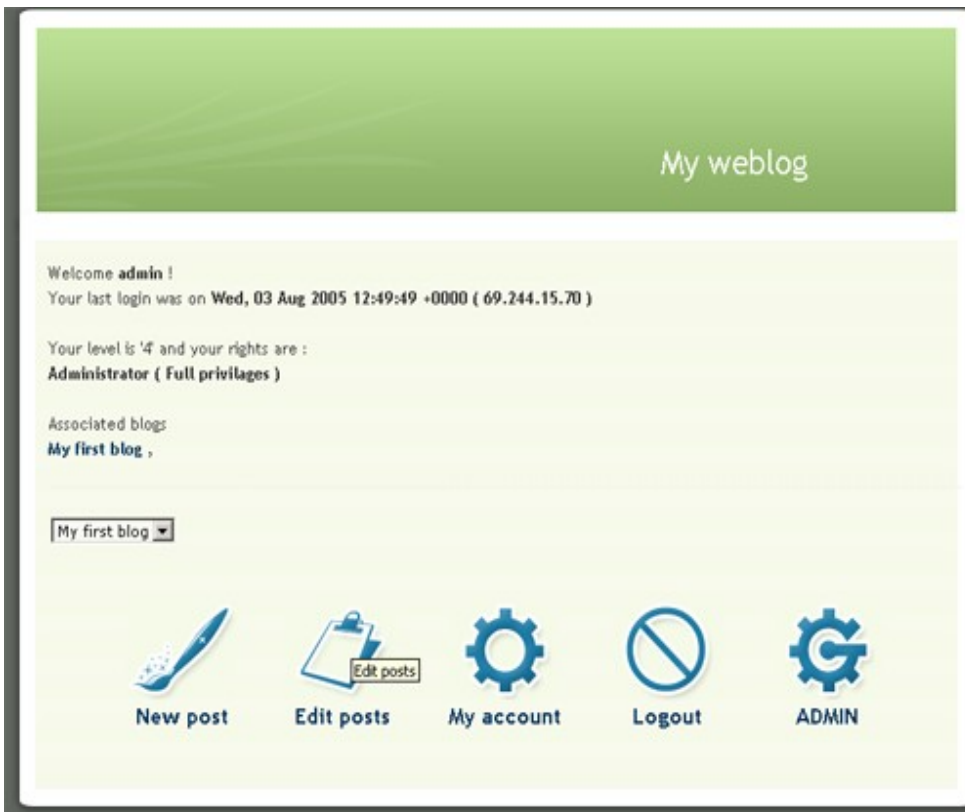
**bBlog** - è un sistema blog CMS che usa Php e MySql ed è rilasciato con licenza GPL. Utilizza come engine di template Smarty, uno dei template engine più diffusi per il Php molto diffuso e dotato di tanti plugin. Questo rende più facile (per i programmatori Php) personalizzare il blog appoggiandosi a una piattaforma standard.

Bblog non è più sviluppato attivamente. **Loquacity** è il progetto che eredita le caratteristiche di bBlog e ne continua il progetto in maniera non ufficiale.

Le due piattaforme hanno questi punti di forza:

- template e plugin basati su Smarty;
- supporto per ATOM 0.3 e RSS 2.0 per la syndication;
- gestione avanzata dei commenti;
- supporto avanzato al trackback;
- filtri tipografici per mostrare il testo formattato in maniera appropriata;
- blogroll integrato;
- ricerca avanzata;
- possibilità di mostrare feed RSS nel tuo blog.

**BoastMachine** - è un framework opensource scritto in modo molto preciso, tante funzioni avanzate vengono automatizzate per rendere più semplice la gestione del blog, anche se già l'installazione di base ha tutto quello che può servire:



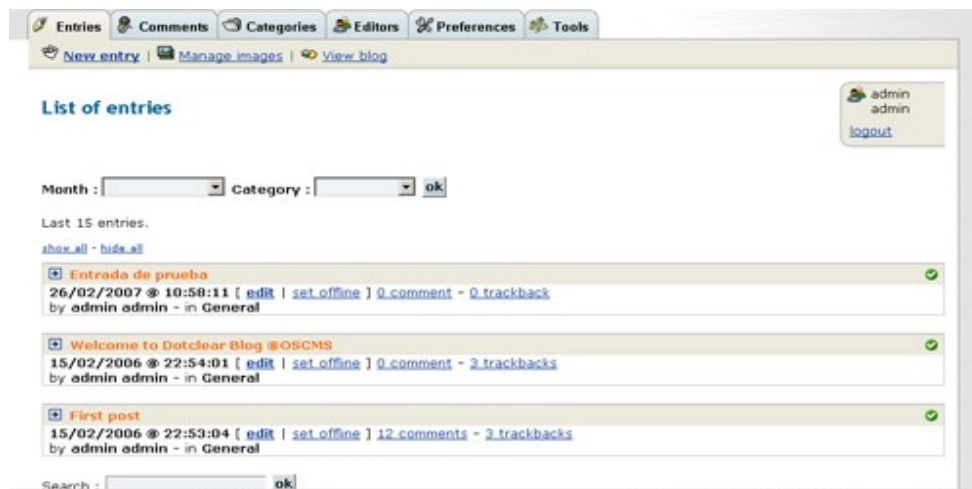
**Dblog.it** - è una piattaforma per blog e un cms open source per siti web: un software per blog da scaricare che, grazie alla licenza GPL, è utilizzabile liberamente.

Dblog

- funziona su hosting Windows;
- richiede supporto ASP;
- richiede almeno una cartella con i permessi di scrittura
- richiede eventualmente un componente installato sul server per l'invio delle mail tra Persist ASPeMail, Microsoft CDONTS e Microsoft CDOYS (dBlog contiene già il codice di invio email per questi componenti).

dBlog è già predisposto anche per l'utilizzo su hosting italiano [Aruba.it](http://Aruba.it).

**Dotclear** - di fattura francese, è molto semplice, con l'interfaccia piuttosto scarna ma con tutti i comandi essenziali che si possono chiedere ad un framework dedicato al weblog opensource.



**Eggblog** - Nome molto bizzarro per un CMS, racchiude le funzioni per creare un blog, o un giornale basato su web. Le funzioni non sono molte e nella versione 3.1.0 si riscontra ancora qualche bug di visualizzazione su internet explorer 7.



**LifeType** - si pone come obiettivo la creazione di una **piattaforma multi-utente e multi-blog** per la creazione di community online. E' un framework davvero molto completo e molto curato nei dettagli e tra i punti di forza di LifeType ricordiamo:

- ampio supporto dello streaming e dei contenuti multimediali
- creazione di URL-Friendly per i motori di ricerca;
- editor WYSIWYG per la scrittura dei contenuti.

## Edit Post

Dashboard &gt; OSC DEMO &gt; Manage &gt; Posts

[New Post](#) [Posts](#) [Categories](#) [New Category](#) [Comments](#) [Trackbacks](#)

## Edit Post

Hide Options

**Topic \***

Title of the post.

**Text \***

Text of the post. This part will always appear in the front page.

-- Font size -- -- Font family --   **B** *I* U ABC      HTML


If you can read this post, it means that the registration process was successful and that you can start blogging

Path: **Slug**

The slug will be used to generate nice permanent links.

**Date \***

Date when this post is going to be published.

 **Status \***

Select one of these status.

**Categories \***

Select one or more categories.

record | postings | comments | stats | organisation | settings Loudblog

## RECORDING (STEP 2)

**TITLE**

**MESSAGE**

**CATEGORIES**

**POSTING TIME**  
   at  :   Set to now

**MEDIA FILE (BY YOURSELF)**

Filename   
 Size/Duration   
 Quality   
 ID3   
 Title/Track

**COMMENTS**  on  off

**SIZE LIMIT**

**STATUS**  draft  finished  on air

LINK URL	LINK NAME	LINK DESCRIPTION		
<input type="text" value="http://www.sebhe.de/Loudb"/>	<input type="text" value="Sebhes Podcastshow"/>	<input text"="" type="text" value="http://praegnanz.de/weblog"/>	<input type="text" value="Tokio Hotel bei praegnanz.de"/>	<input type="text" value="Das Traffic-Experiment"/>
<input type="text" value="http://base-box.de/"/>	<input type="text" value="Base-Box"/>	<input as="" cold="" download"="" ice\"="" type="text" value="\" zum=""/>		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		

**Loud Blog** è un software gratuito che tramite una semplice installazione permette di avere un sistema di **blogging, audio-blogging, podcasting** completo. Inoltre i numerosi plugin e la possibilità di modificare il template rendono questo CMS molto potente.

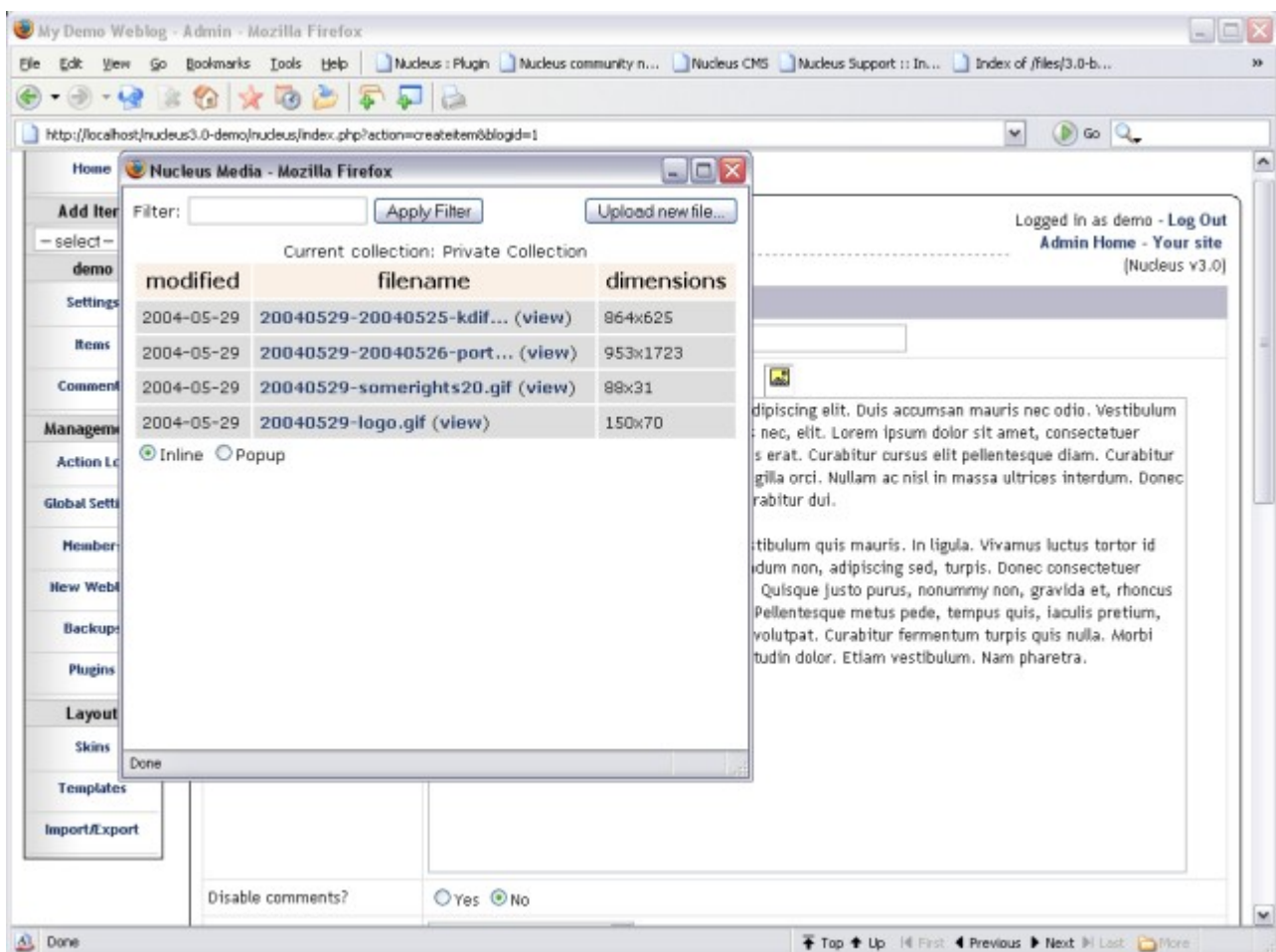
In particolare Loud blog permette di:

- gestire molti formati;
- effettuare il tagging ID3;
- creare categorie;
- gestire RSS per iTunes;
- creare commenti audio;
- gestire FlashPlayer per i file mp3;
- gestire video in QuickTime

**MovableType** - Software sviluppato molto bene e molto preciso dal punto di vista del content management, è gratuito nel caso di utilizzo personale ma viene dato senza supporto, le licenze di utilizzo per più blogger hanno dei costi non molto alti.

Oltre a una procedura di installazione molto semplice le funzioni di MovableType sono tante e tutte di ottima qualità:

- gestione dei feed;
- creazione di un motore ricerca modificabile;
- supporto di blog illimitato;
- area di amministrazione semplice da utilizzare;
- template modificabili (l'area di modifica è molto simile ad Adobe GoLive CS2);
- supporto multilingua;
- possibilità di creare community;
- gestione molto completa dei commenti e delle trackback (con protezione dallo spam);
- archivio molto flessibile
- infinite categorie e sottocategorie
- gestione dei Tags
- gestione di Widgets come il drag e drop,
- notifiche via email ed iscrizioni agli articoli
- possibilità di estendere le funzioni del framework tramite dei plugin.



**Nucleus CMS** - L'installazione di base di questo CMS permette di avere a disposizione un enorme quantitativo di feature.

E' possibile ad esempio gestire...

- **più di un blog sullo stesso framework**, associando ad ogni blog un autore;

- le categorie, i commenti, gli archivi e la ricerca in modo facile e intuitivo;
- un sistema di votazione "karma";
- il codice in uscita tramite file CSS e template HTML;
- URL SEO-friendly (se si ha modrewrite installato sul server);
- upload di file e immagini senza utilizzare la connessione FTP;
- una lista di indirizzi IP da filtrare;
- un sistema di RSS molto potente e che si interfaccia con i sistemi XML-RPC;
- il backup e il ripristino dei contenuti del database.

E' un sistema davvero complete per creare un blog professionale grazie anche ai molti plugin sviluppati per questo CMS come ad esempio:

- WYSIWYG item editino, Statistics (most viewed/most commented/...);
- Comments/Item RSS feeds;
- Calendar;
- Chat (shoutbox);
- CSS style switcher;
- "Email/Print this article";
- ricerca fulltext di risorse del blog;
- ricerca integrata su google.com search (con le Google API e SOAP)
- ricerca integrata in amazon.com
- trasferimento GZip per conservare banda passante;
- moduli sondaggi;
- moduli Trackback;
- moduli per il tempo (Weather) delle principali città del mondo;
- plugin per sapere chi è stato attivo e online nel blog nei 30 minut precedenti
- moderazione e anteprima dei commenti

Elenco per completezza senza trattarle nel dettaglio altre piattaforme e risorse online per il blogging.

[sBlog](#)

# sBLOG

Yet another great sBLOG!

## Administrator

- [Settings](#)
- [Categories](#)
- [Posts](#)
- [Images](#)
- [Links](#)
- [Logout](#)

## Calendar

« March 2007 »  
M T W T F S S  
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 31

## Archive

February 2006

## Categories

Uncategorized **1**

## Latest posts

Welcome to sBLOG!

## Search posts

## Welcome to sBLOG!

Posted: 2006-02-25 14:54

**The installation of sBLOG was successful and is now complete!** 😊

### Resources

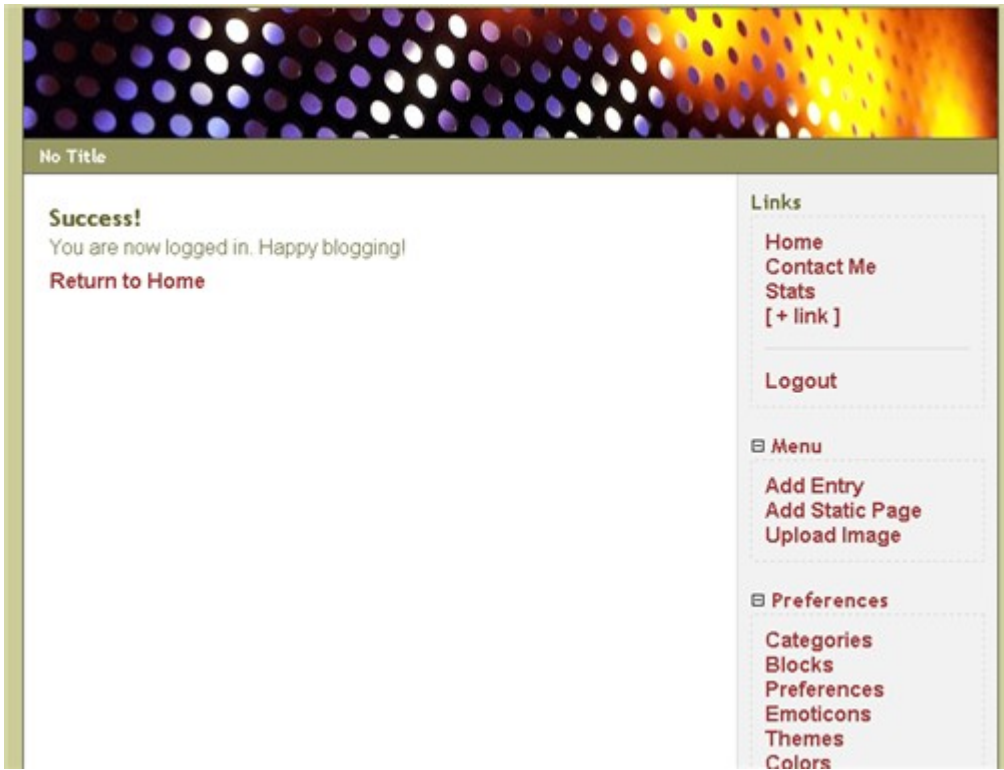
- [» Homepage](#)
- [» Support Forums](#)
- [» Documentation](#)
- [» FAQ](#)

**Don't forget to remove the directory /install/ and all of it's content.**  
*You might also want to delete this post. To do so, click on Delete below.*

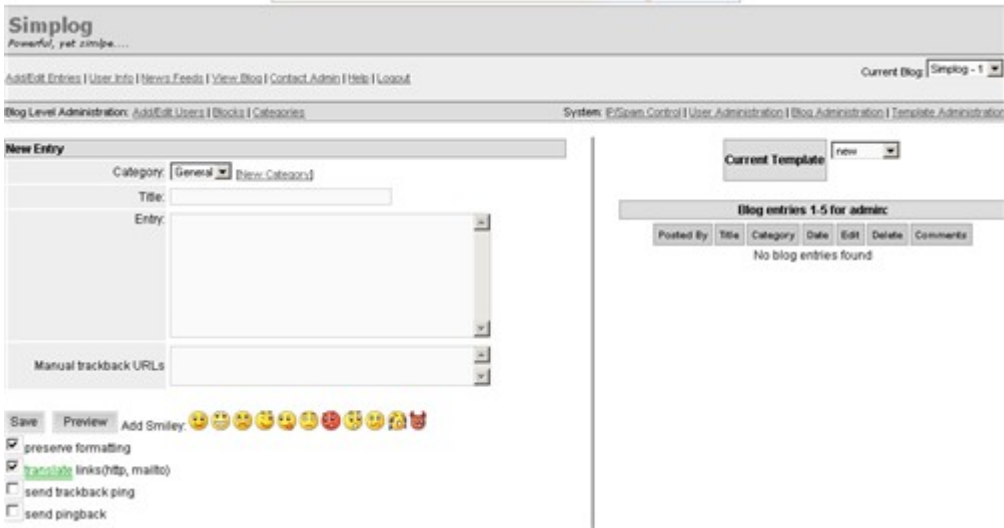
[Permalink](#) [Comments \(0\)](#) [Delete](#) [Edit](#)

[Serendipity](#)

[SimplePHPBlog](#)

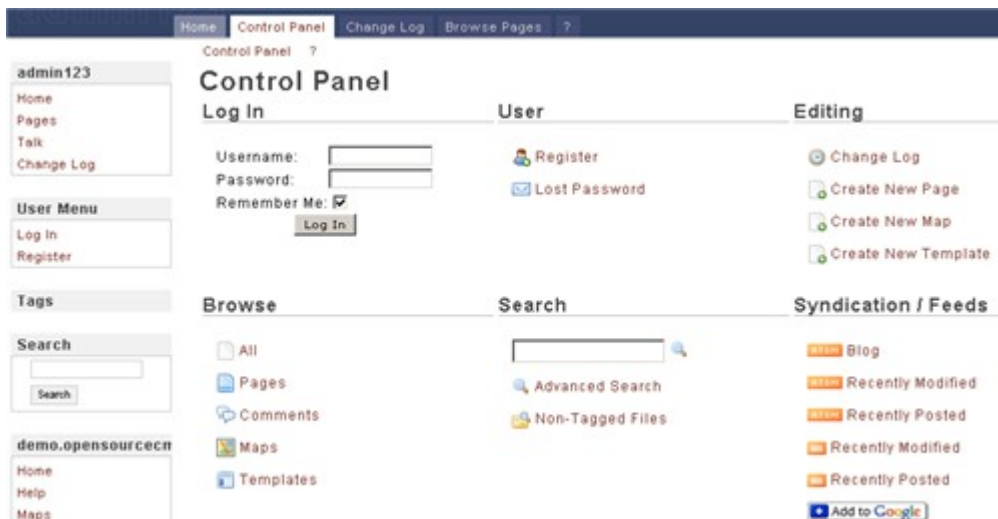


[Simplog](#)

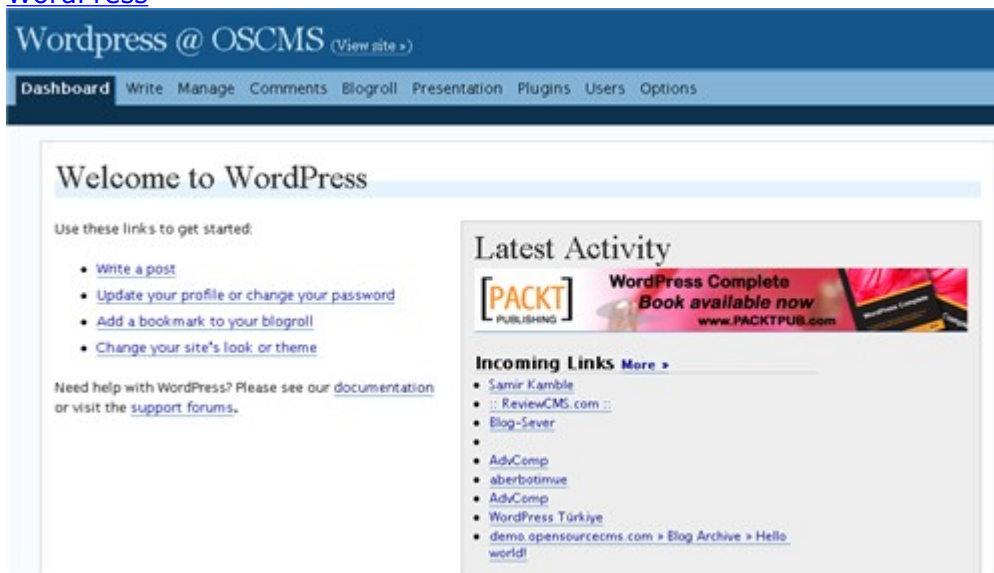


[Textpattern](#)





## WordPress



Per quanto riguarda Wordpress visualizzare il capitolo ad esso dedicato.

## La concorrenza

Il primo passo da fare per la **ricerca della personale keyword list** è effettuare un'analisi dei concorrenti. Si parte dal fare ricerche con le keyword per le quali si vuole posizionare il proprio sito.

Il punto di partenza di ogni analisi sono i motori di ricerca, **cominciando da Google**, ma non esclusivamente; Yahoo e Live Search molto spesso presentano risultati differenti. Si otterranno dei risultati di altri siti già indicizzati.

**La prima cosa da fare è osservare il codice HTML di ogni sito** ed analizzare attentamente per i siti riportati sia nei risultati organici che negli sponsored links:

- come sono utilizzate le variabili di pagina come title, meta, contenuto;
- che tipo di linguaggio si utilizza, statico o dinamico, esistono delle doorway;

- confrontare i servizi offerti da ciascuno di essi con i nostri.

**Il prezzo e il servizio offerti** sono i due elementi che inizialmente cattureranno l'attenzione, è una reazione normale da cui non bisogna farsi condizionare.

Bisogna anche verificare **la presenza di servizi non previsti nel nostro sito**; inoltre se il sito è un ecommerce bisogna ricercare eventuali offerte e costi di spedizione, questi ultimi a parità di prezzo e garanzie a volte fanno la differenza.

iscriversi alla newsletter di alcuni siti per controllarne il funzionamento, effettuare una telefonata e inviare una mail per confrontare la velocità e la qualità delle risposte offerte dal customer care sono tutti aspetti da valutare con attenzione. I siti dei nostri competitor ci forniscono utili informazioni per migliorare la qualità del servizio offerto dal nostro sito.

Anche in questo caso è possibile automatizzare il processo. Per ogni parola chiave posso andare a cercare su un motore di ricerca i primi siti che si trovano nelle SERP, estrapolare da essi il titolo, le keyword, il description e un abstract del contenuto, ossia una pagina del contenuto pulita dai tag e corretta dall'algorithm di stemming.

A questo punto effettuo una keyword density con tutte le keyword recuperate. Le parole che hanno una keyword density maggiore posso essere prese in considerazione. Ma bisogna effettuare lo stesso procedimento del paragrafo precedente, ossia analizzare quale sia il ranking di correlazione tra la nostra keyword list e i risultati dei motori per quella chiave di ricerca.

## L'interazione con il web: i forum ed i siti

Quanto è importante far conoscere il proprio blog e quindi **partecipare attivamente a forum** e siti scrivendo anche articoli. Lanciare, gestire, promuovere un forum non è un'operazione facile.

Non basta installare lo script preferito creare un po' di topic, pregare che arrivi qualche utente. Il primo passo da chiarire è che **l'amministratore deve calarsi nella parte dell'utente** e iniziare a proporre informazioni ed argomenti, non per forza identificandosi come amministratore del forum.

In questo modo sarà possibile **sentire gli utenti** che cosa ne pensano e si aumenterà la conoscenza del proprio target. **Lo studio del proprio target** è fondamentale al fine di capire il tipo di argomenti che gli utenti vorrebbero vedere o il tipo di linea da condurre. Una buona tecnica è vedere i concorrenti come si muovono, e studiare i loro target in modo da capire quali scelte hanno attuato.

## La diffusione dei contenuti

I blog avviati da tempo, quando pubblicano un nuovo articolo hanno molte visite e molti commenti già nei primi giorni di pubblicazione. Nei blog molto nuovi questo non accade sostanzialmente a meno che non sia un grosso giro costante di visite.

Per superare questo handicap iniziale si possono adoperare diverse strategie. La diffusione dei contenuti è una di queste. Per **diffusione dei contenuti** si intende quella tecnica per la quale

i proprio articoli vengono replicati su altri siti in altra forma ma che riportino al proprio blog. In questo caso esistono metodi più semplici e metodi più avanzati.

Una soluzione molto semplice sta nel **pubblicare la lista degli ultimi articoli** sulla sidebar del proprio blog, ma questa soluzione alquanto semplice non porta a grossi risultati. Un metodo un po' più complesso è quello di creare e **gestire in modo automatico un feed rss** (per un approfondimento sull'argomento vedere il paragrafo "Feed di news").

Esistono inoltre molti siti dove è possibile **inserire l'intero articolo** che danno la possibilità di inserire un link al proprio blog, questa soluzione è molto interessante, anche se si rischia di avere dei problemi con i contenuti duplicati di google, ma è molto dispendiosa.

Questo tipo di siti vengono definiti **Article Directory** o **Article Marketing**, per un corretto uso bisogna creare una nuova versione dello stesso articolo ad ogni inserimento effettuato. La creazione di un volume di traffico elevato e di utenti targettizzati andrà sviluppato seguendo ulteriori direttive, come la segnalazione a directory e classifiche (vedi paragrafo successivo).

## Directory e Classifiche

Per iniziare il **processo di indicizzazione** è una pratica comune segnalare il proprio blog nelle principali directory e classifiche. Questo è solo il primo passo ed il primo tipo di segnalazioni, infatti per il blog possono essere effettuate altri tipi di iscrizioni che permettono di aumentare la popolarità, che si analizzeranno nei capitoli successivi.

Ecco una serie di link a servizi di segnalazione online molto interessanti, la lista è ordinata per PR e per il valore di Alexa:

URL	Alexa	PR
<a href="http://www.boingboing.net/">http://www.boingboing.net/</a>	1738	8
<a href="http://swoogle.umbc.edu/">http://swoogle.umbc.edu/</a>	16288	8
<a href="http://www.pressradar.com/">http://www.pressradar.com/</a>	589058	8
<a href="http://www.blogdex.net/">http://www.blogdex.net/</a>	11	7
<a href="http://www.phplinkdirectory.com/">http://www.phplinkdirectory.com/</a>	3654	7
<a href="http://www.pingomatic.com/">http://www.pingomatic.com/</a>	5112	7
<a href="http://www.icerocket.com/">http://www.icerocket.com/</a>	6322	7
<a href="http://dir.blogflux.com/">http://dir.blogflux.com/</a>	6576	7
<a href="http://www.spurl.net/">http://www.spurl.net/</a>	11991	7
<a href="http://www.tailrank.com/">http://www.tailrank.com/</a>	14595	7
<a href="http://www.blogcatalog.com/">http://www.blogcatalog.com/</a>	19756	7
<a href="http://www.sphere.com/">http://www.sphere.com/</a>	20208	7
<a href="http://www.blogpulse.com/">http://www.blogpulse.com/</a>	20640	7
<a href="http://www.blogdigger.com/">http://www.blogdigger.com/</a>	24877	7
<a href="http://www.blogarama.com/">http://www.blogarama.com/</a>	32939	7
<a href="http://www.blogger.org/">http://www.blogger.org/</a>	35190	7
<a href="http://www.blogrankings.com/">http://www.blogrankings.com/</a>	52061	7
<a href="http://www.blogwise.com/">http://www.blogwise.com/</a>	53553	7
<a href="http://www.blogsearchengine.com/">http://www.blogsearchengine.com/</a>	56537	7

<a href="http://www.lsblogs.com/">http://www.lsblogs.com/</a>	58672	7
<a href="http://www.truthlaidbear.com/">http://www.truthlaidbear.com/</a>	59705	7
<a href="http://www.bloghub.com/">http://www.bloghub.com/</a>	62731	7
<a href="http://www.blogs/ping.php">http://www.blogs/ping.php</a>	71904	7
<a href="http://www.globeofblogs.com/">http://www.globeofblogs.com/</a>	76760	7
<a href="http://www.lights.com/weblogs/directories.html">http://www.lights.com/weblogs/directories.html</a>	89444	7
<a href="http://portal.eatonweb.com/">http://portal.eatonweb.com/</a>	94663	7
<a href="http://www.getblogs.com/">http://www.getblogs.com/</a>	118181	7
<a href="http://www.popdex.com/">http://www.popdex.com/</a>	118659	7
<a href="http://www.libdex.com/weblogs.html">http://www.libdex.com/weblogs.html</a>	185630	7
<a href="http://www.newsmob.com/">http://www.newsmob.com/</a>	235082	7
<a href="http://www.anse.de/rdfticker/">http://www.anse.de/rdfticker/</a>	326093	7
<a href="http://www.gnoos.com/">http://www.gnoos.com/</a>	-1	6
<a href="http://weblogs.about.com/">http://weblogs.about.com/</a>	97	6
<a href="http://www.guardian.co.uk/weblog/">http://www.guardian.co.uk/weblog/</a>	461	6
<a href="http://www.blogflux.com/add.php">http://www.blogflux.com/add.php</a>	6576	6
<a href="http://blogs.botw.org/">http://blogs.botw.org/</a>	6942	6
<a href="http://www.blogtopsites.com/">http://www.blogtopsites.com/</a>	7230	6
<a href="http://www.toprankblog.com/">http://www.toprankblog.com/</a>	8487	6
<a href="http://www.toprankblog.com/tools/rss-buttons/">http://www.toprankblog.com/tools/rss-buttons/</a>	8487	6
<a href="http://www.masternewmedia.org/rss/top55/">http://www.masternewmedia.org/rss/top55/</a>	9332	6
<a href="http://www.tailrank.com/import">http://www.tailrank.com/import</a>	14595	6
<a href="http://www.blogexplosion.com/directory/">http://www.blogexplosion.com/directory/</a>	16281	6
<a href="http://www.blogcatalog.com/blogs/submit_blog.html">http://www.blogcatalog.com/blogs/submit_blog.html</a>	19756	6
<a href="http://www.blogpulse.com/submit.html">http://www.blogpulse.com/submit.html</a>	20640	6
<a href="http://www.shadows.com/">http://www.shadows.com/</a>	21747	6
<a href="http://www.feeds4all.com/">http://www.feeds4all.com/</a>	31603	6
<a href="http://www.busybits.com/">http://www.busybits.com/</a>	32804	6
<a href="http://www.rss-specifications.com/rss-submission.htm">http://www.rss-specifications.com/rss-submission.htm</a>	34352	6
<a href="http://www.findory.com/">http://www.findory.com/</a>	37198	6
<a href="http://www.plazoo.com/">http://www.plazoo.com/</a>	40483	6
<a href="http://www.bloggernity.com/">http://www.bloggernity.com/</a>	45179	6
<a href="http://www.blurtit.com/">http://www.blurtit.com/</a>	45339	6
<a href="http://www.directoryworld.net/">http://www.directoryworld.net/</a>	50572	6
<a href="http://www.blogwise.com/submit">http://www.blogwise.com/submit</a>	53553	6
<a href="http://www.bloghop.com/account/index.htm">http://www.bloghop.com/account/index.htm</a>	54677	6
<a href="http://www.bloghop.com/">http://www.bloghop.com/</a>	54677	6
<a href="http://www.blogsearchengine.com/add_link.html">http://www.blogsearchengine.com/add_link.html</a>	56537	6
<a href="http://www.truthlaidbear.com/communities.php">http://www.truthlaidbear.com/communities.php</a>	59705	6
<a href="http://www.bloggeries.com/">http://www.bloggeries.com/</a>	66781	6
<a href="http://www.weblogalot.com/">http://www.weblogalot.com/</a>	74202	6
<a href="http://www.globeofblogs.com/register.php">http://www.globeofblogs.com/register.php</a>	76760	6
<a href="http://www.blog-search.com/">http://www.blog-search.com/</a>	89563	6

<a href="http://portal.eatonweb.com/add.php">http://portal.eatonweb.com/add.php</a>	94663	6
<a href="http://www.yellowbrix.com/">http://www.yellowbrix.com/</a>	98206	6
<a href="http://www.bloogz.com/">http://www.bloogz.com/</a>	98454	6
<a href="http://www.bloguniverse.com/">http://www.bloguniverse.com/</a>	103543	6
<a href="http://www.readablog.com/">http://www.readablog.com/</a>	116461	6
<a href="http://www.blogadvance.com/">http://www.blogadvance.com/</a>	132121	6
<a href="http://www.postami.com/">http://www.postami.com/</a>	143605	6
<a href="http://www.blogsbywomen.org/">http://www.blogsbywomen.org/</a>	146311	6
<a href="http://www.findingblog.com/">http://www.findingblog.com/</a>	163180	6
<a href="http://www.blogscanada.ca/">http://www.blogscanada.ca/</a>	178842	6
<a href="http://www.blogtagstic.com/">http://www.blogtagstic.com/</a>	187515	6
<a href="http://www.memigo.com/">http://www.memigo.com/</a>	194954	6
<a href="http://www.feedmap.net/BlogMap/submit.aspx">http://www.feedmap.net/BlogMap/submit.aspx</a>	196689	6
<a href="http://www.addurlblog.com/">http://www.addurlblog.com/</a>	200203	6
<a href="http://www.diarist.net/">http://www.diarist.net/</a>	228719	6
<a href="http://www.bloggapedia.com/">http://www.bloggapedia.com/</a>	228952	6
<a href="http://www.blogsweet.com/">http://www.blogsweet.com/</a>	235482	6
<a href="http://www.blog-directory.org/">http://www.blog-directory.org/</a>	244487	6
<a href="http://www.industry-blogs.com/">http://www.industry-blogs.com/</a>	259370	6
<a href="http://www.theweblogreview.com/">http://www.theweblogreview.com/</a>	283257	6
<a href="http://www.blogdir.com/">http://www.blogdir.com/</a>	289478	6
<a href="http://www.blogintro.com/">http://www.blogintro.com/</a>	312282	6
<a href="http://www.anse.de/">http://www.anse.de/</a>	326093	6
<a href="http://www.blog-watch.com/">http://www.blog-watch.com/</a>	327650	6
<a href="http://www.esperanto.se/">http://www.esperanto.se/</a>	507642	6
<a href="http://www.esperanto.se/kiosk/engindex.html">http://www.esperanto.se/kiosk/engindex.html</a>	507642	6
<a href="http://www.genecast.com/">http://www.genecast.com/</a>	518286	6
<a href="http://www.csthota.com/">http://www.csthota.com/</a>	599503	6
<a href="http://www.blogcensus.net/">http://www.blogcensus.net/</a>	678780	6
<a href="http://www.blogscholar.com/">http://www.blogscholar.com/</a>	916557	6
<a href="http://www.canadiantechmob.com/form.php">http://www.canadiantechmob.com/form.php</a>	920597	6
<a href="http://www.anthonyjhicks.com/aussieblogs/">http://www.anthonyjhicks.com/aussieblogs/</a>	100237	6
	0	
<a href="http://www.bloggerfind.com/">http://www.bloggerfind.com/</a>	178789	6
	5	
<a href="http://www.fastbuzz.com/">http://www.fastbuzz.com/</a>	497088	6
	3	
<a href="http://www.dirblog.com/">http://www.dirblog.com/</a>	-1	5
<a href="http://blog.hotornot.com/">http://blog.hotornot.com/</a>	1183	5
<a href="http://www.icerocket.com/c?p=addblog">http://www.icerocket.com/c?p=addblog</a>	6322	5
<a href="http://www.toprankblog.com/tools/social-bookmarks/">http://www.toprankblog.com/tools/social-bookmarks/</a>	8487	5
<a href="http://www.blogexplosion.com/">http://www.blogexplosion.com/</a>	16281	5
<a href="http://www.blogtoplist.com/">http://www.blogtoplist.com/</a>	26176	5
<a href="http://www.best-web-directories.com/blog-">http://www.best-web-directories.com/blog-</a>	26468	5

<b>directories.htm</b>		
<b><a href="http://www.best-web-directories.com/website-submission-service.htm">http://www.best-web-directories.com/website-submission-service.htm</a></b>	26468	5
<b><a href="http://www.touchlocal.com/nat">http://www.touchlocal.com/nat</a></b>	27605	5
<b><a href="http://www.gii.in/">http://www.gii.in/</a></b>	38657	5
<b><a href="http://www.directorydump.com/">http://www.directorydump.com/</a></b>	41310	5
<b><a href="http://www.feeds2read.net/Suggest-A-Feed">http://www.feeds2read.net/Suggest-A-Feed</a></b>	57529	5
<b><a href="http://www.truthlaidbear.com/addtoscan.php">http://www.truthlaidbear.com/addtoscan.php</a></b>	59705	5
<b><a href="http://www.blogit.com/Blogs/">http://www.blogit.com/Blogs/</a></b>	59737	5
<b><a href="http://www.topblogarea.com/">http://www.topblogarea.com/</a></b>	61495	5
<b><a href="http://www.phpldtemplates.com/">http://www.phpldtemplates.com/</a></b>	67777	5
<b><a href="http://www.octora.com/">http://www.octora.com/</a></b>	72343	5
<b><a href="http://www.emillie.net/">http://www.emillie.net/</a></b>	91923	5
<b><a href="http://resource.oflaherty.dk/">http://resource.oflaherty.dk/</a></b>	96981	5
<b><a href="http://dir.nooked.com/">http://dir.nooked.com/</a></b>	97825	5
<b><a href="http://www.iblogbusiness.com/">http://www.iblogbusiness.com/</a></b>	110996	5
<b><a href="http://www.cbravo.com/">http://www.cbravo.com/</a></b>	114108	5
<b><a href="http://www.readablog.com/default.aspx">http://www.readablog.com/default.aspx</a></b>	116461	5
<b><a href="http://www.echoica.net/glitter/sites.php">http://www.echoica.net/glitter/sites.php</a></b>	127006	5
<b><a href="http://www.geekphilosopher.com/">http://www.geekphilosopher.com/</a></b>	132351	5
<b><a href="http://www.thehouseofblogs.com/">http://www.thehouseofblogs.com/</a></b>	142005	5
<b><a href="http://blogdirectory.postami.com/">http://blogdirectory.postami.com/</a></b>	143605	5
<b><a href="http://www.biz-dir.co.uk/">http://www.biz-dir.co.uk/</a></b>	149670	5
<b><a href="http://www.blogsoldiers.com/">http://www.blogsoldiers.com/</a></b>	151457	5
<b><a href="http://www.all-blogs.net/">http://www.all-blogs.net/</a></b>	165194	5
<b><a href="http://www.blogtree.com/signup.php">http://www.blogtree.com/signup.php</a></b>	185845	5
<b><a href="http://www.blogcode.com/">http://www.blogcode.com/</a></b>	196315	5
<b><a href="http://www.photarium.com/">http://www.photarium.com/</a></b>	200347	5
<b><a href="http://www.sarthak.net/">http://www.sarthak.net/</a></b>	205853	5
<b><a href="http://www.5starblogs.com/">http://www.5starblogs.com/</a></b>	221569	5
<b><a href="http://www.blogdirs.com/">http://www.blogdirs.com/</a></b>	227846	5
<b><a href="http://www.blogoriffic.com/add_blog.php">http://www.blogoriffic.com/add_blog.php</a></b>	240650	5
<b><a href="http://www.blogoriffic.com/">http://www.blogoriffic.com/</a></b>	240650	5
<b><a href="http://www.blogdup.com/">http://www.blogdup.com/</a></b>	249223	5
<b><a href="http://www.surrealblog.com/">http://www.surrealblog.com/</a></b>	249361	5
<b><a href="http://www.gabbr.com/">http://www.gabbr.com/</a></b>	251848	5
<b><a href="http://www.rankingblogs.com/">http://www.rankingblogs.com/</a></b>	263524	5
<b><a href="http://www.blogion.com/">http://www.blogion.com/</a></b>	267058	5
<b><a href="http://www.bulletize.com/">http://www.bulletize.com/</a></b>	275455	5
<b><a href="http://www.feedboy.com/">http://www.feedboy.com/</a></b>	291073	5
<b><a href="http://www.blogbib.com/">http://www.blogbib.com/</a></b>	292573	5
<b><a href="http://www.kmax.ws/bloglinks.htm">http://www.kmax.ws/bloglinks.htm</a></b>	293179	5
<b><a href="http://www.thefeeditory.com/p/Add-A-Feed___255.html">http://www.thefeeditory.com/p/Add-A-Feed___255.html</a></b>	299302	5

<a href="http://www.submitblogs.com/">http://www.submitblogs.com/</a>	326496	5
<a href="http://www.blog-watch.com/add-url.php">http://www.blog-watch.com/add-url.php</a>	327650	5
<a href="http://www.ukzone.info/">http://www.ukzone.info/</a>	335016	5
<a href="http://www.humancapitalinstitute.org/hci/blogs_directory.guid">http://www.humancapitalinstitute.org/hci/blogs_directory.guid</a>	338877	5
<a href="http://www.blogsforsmallbusiness.com/">http://www.blogsforsmallbusiness.com/</a>	354856	5
<a href="http://www.crserecycling.com/">http://www.crserecycling.com/</a>	385404	5
<a href="http://www.thevital.net/">http://www.thevital.net/</a>	390704	5
<a href="http://www.scienceport.org/">http://www.scienceport.org/</a>	401946	5
<a href="http://www.contentsmatter.com/">http://www.contentsmatter.com/</a>	431974	5
<a href="http://www.myst-technology.com/mysmartchannels/public/blog/11525">http://www.myst-technology.com/mysmartchannels/public/blog/11525</a>	453848	5
<a href="http://www.myst-technology.com/mysmartchannels/sign-up">http://www.myst-technology.com/mysmartchannels/sign-up</a>	453848	5
<a href="http://www.blogfuse.com/">http://www.blogfuse.com/</a>	469204	5
<a href="http://www.2-review.com/">http://www.2-review.com/</a>	473734	5
<a href="http://www.creative-blogs.com/">http://www.creative-blogs.com/</a>	505131	5
<a href="http://www.newzalert.com/AuthorCenter/">http://www.newzalert.com/AuthorCenter/</a>	561174	5
<a href="http://www.queerfilter.com/links/">http://www.queerfilter.com/links/</a>	582969	5
<a href="http://australian.buzzword.com/">http://australian.buzzword.com/</a>	619500	5
<a href="http://www.flookie.net/">http://www.flookie.net/</a>	663403	5
<a href="http://www.blizg.com/">http://www.blizg.com/</a>	676474	5
<a href="http://www.newzfire.com/">http://www.newzfire.com/</a>	700334	5
<a href="http://www.blogbits.com/">http://www.blogbits.com/</a>	707978	5
<a href="http://www.bloghijinks.com/">http://www.bloghijinks.com/</a>	831218	5
<a href="http://www.browseblogs.com/">http://www.browseblogs.com/</a>	918238	5
<a href="http://www.blogdir.co.uk/">http://www.blogdir.co.uk/</a>	100788	5
	3	
<a href="http://www.blogfinds.com/">http://www.blogfinds.com/</a>	105487	5
	9	
<a href="http://www.nubbit.com/">http://www.nubbit.com/</a>	127462	5
	5	
<a href="http://www.newstrawler.com/">http://www.newstrawler.com/</a>	130456	5
	5	
<a href="http://www.onethousandbloggers.com/">http://www.onethousandbloggers.com/</a>	367357	5
	5	
<a href="http://www.blogonusa.com/">http://www.blogonusa.com/</a>	465398	5
	2	
<a href="http://weblogs.about.com/library/nosearch/blsubmit.htm">http://weblogs.about.com/library/nosearch/blsubmit.htm</a>	97	4
<a href="http://ngoid.sourceforge.net/">http://ngoid.sourceforge.net/</a>	98	4
<a href="https://www.gobignetwork.com/">https://www.gobignetwork.com/</a>	20224	4
<a href="http://www.rateitall.com/">http://www.rateitall.com/</a>	26009	4
<a href="http://www.corz.org/blog/add.php">http://www.corz.org/blog/add.php</a>	54901	4
<a href="http://www.blogsearchengine.com/submit/">http://www.blogsearchengine.com/submit/</a>	56537	4
<a href="http://www.romow.com/">http://www.romow.com/</a>	80538	4
<a href="http://www.portal.eatonweb.com/wlm/add.php">http://www.portal.eatonweb.com/wlm/add.php</a>	94663	4

<a href="http://www.blogazoo.com/">http://www.blogazoo.com/</a>	150070	4
<a href="http://directory.uquick.com/">http://directory.uquick.com/</a>	150388	4
<a href="http://www.bloglisting.com/addablog.html">http://www.bloglisting.com/addablog.html</a>	160194	4
<a href="http://www.bloglisting.com/">http://www.bloglisting.com/</a>	160194	4
<a href="http://www.newsxs.com/">http://www.newsxs.com/</a>	170940	4
<a href="http://www.directory-index.net/">http://www.directory-index.net/</a>	172098	4
<a href="http://www.blueraccoon.org/">http://www.blueraccoon.org/</a>	177630	4
<a href="http://rss.inrilievo.it/">http://rss.inrilievo.it/</a>	186968	4
<a href="http://www.blogannounce.info/">http://www.blogannounce.info/</a>	189031	4
<a href="http://www.superblogdirectory.com/">http://www.superblogdirectory.com/</a>	194482	4
<a href="http://www.newgie.com/">http://www.newgie.com/</a>	228387	4
<a href="http://www.bloglisting.net/">http://www.bloglisting.net/</a>	230082	4
<a href="http://www.bloggerteam.com/directory.php">http://www.bloggerteam.com/directory.php</a>	230678	4
<a href="http://www.links-directory.co.uk/">http://www.links-directory.co.uk/</a>	231745	4
<a href="http://www.wikology.com/">http://www.wikology.com/</a>	240457	4
<a href="http://www.coolinvesting.com/">http://www.coolinvesting.com/</a>	306822	4
<a href="http://www.blogbunch.com/">http://www.blogbunch.com/</a>	307683	4
<a href="http://www.blogintro.com/Form/Submission.html">http://www.blogintro.com/Form/Submission.html</a>	312282	4
<a href="http://directory.autismlina.com/">http://directory.autismlina.com/</a>	318792	4
<a href="http://www.web-directory.org/">http://www.web-directory.org/</a>	329013	4
<a href="http://www.photoblogdirectory.net/">http://www.photoblogdirectory.net/</a>	398097	4
<a href="http://www.linksserve.com/">http://www.linksserve.com/</a>	401472	4
<a href="http://www.blogsitezone.com/">http://www.blogsitezone.com/</a>	406253	4
<a href="http://www.totalblogdirectory.com/">http://www.totalblogdirectory.com/</a>	526387	4
<a href="http://www.bungalow.net/">http://www.bungalow.net/</a>	601131	4
<a href="http://www.resource-index.net/">http://www.resource-index.net/</a>	611183	4
<a href="http://www.hamidof.com/Web_Directory/">http://www.hamidof.com/Web_Directory/</a>	633077	4
<a href="http://www.blogmopolis.com/">http://www.blogmopolis.com/</a>	656751	4
<a href="http://www.blogdust.com/blog-directory/">http://www.blogdust.com/blog-directory/</a>	758864	4
<a href="http://www.blogguru.biz/">http://www.blogguru.biz/</a>	841179	4
<a href="http://www.businessblogs.org/">http://www.businessblogs.org/</a>	128444	4
	5	
<a href="http://www.videoblogdirectory.net/">http://www.videoblogdirectory.net/</a>	178189	4
	6	
<a href="http://www.blogadr.com/">http://www.blogadr.com/</a>	206923	4
	1	
<a href="http://blog-dir.blogspot.com/">http://blog-dir.blogspot.com/</a>	248795	4
	0	
<a href="http://www.phpblogmanager.com/blog_directory/">http://www.phpblogmanager.com/blog_directory/</a>	384518	4
	9	
<a href="http://www.blogalore.com/">http://www.blogalore.com/</a>	-1	3
<a href="http://www.focus-blogs.com/">http://www.focus-blogs.com/</a>	-1	3
<a href="http://www.link-blogs.blogspot.com/">http://www.link-blogs.blogspot.com/</a>	15	3
<a href="http://www.best-web-directories.com/legal-directories.htm">http://www.best-web-directories.com/legal-directories.htm</a>	26468	3

<a href="http://www.blogarama.com/index.php?show=add">http://www.blogarama.com/index.php?show=add</a>	32939	3
<a href="http://www.anse.de/rdf ticker/addchannel.php">http://www.anse.de/rdf ticker/addchannel.php</a>	326093	3
<a href="http://www.bloggersdir.com/">http://www.bloggersdir.com/</a>	450847	3
<a href="http://www.bloggerhq.net/">http://www.bloggerhq.net/</a>	515429	3
<a href="http://www.blognblogs.com/">http://www.blognblogs.com/</a>	545639	3
<a href="http://www.spillbean.com/">http://www.spillbean.com/</a>	750516	3
<a href="http://www.ozfind.com.au/">http://www.ozfind.com.au/</a>	816302	3
<a href="http://www.blogsbycountry.com/">http://www.blogsbycountry.com/</a>	969710	3
<a href="http://www.blogfolders.com/">http://www.blogfolders.com/</a>	100347	3
	5	
<a href="http://www.blogspotdirectory.info/">http://www.blogspotdirectory.info/</a>	167388	3
	6	
<a href="http://www.blogio.net/">http://www.blogio.net/</a>	215608	3
	3	
<a href="http://www.global-blogs.info/">http://www.global-blogs.info/</a>	251365	3
	3	
<a href="http://www.hostpopularity.com/">http://www.hostpopularity.com/</a>	364562	3
	5	
<a href="http://pub41.bravenet.com/freelink/add.php?usernum=3492821172">http://pub41.bravenet.com/freelink/add.php?usernum=3492821172</a>	735	2
<a href="http://www.bloghints.com/">http://www.bloghints.com/</a>	402439	2
<a href="http://www.topweblog.com/">http://www.topweblog.com/</a>	103119	2
	3	
<a href="http://www.spreadmyblog.com/">http://www.spreadmyblog.com/</a>	128853	2
	9	
<a href="http://www.blog-collector.com/">http://www.blog-collector.com/</a>	308880	1
<a href="http://www.blogdangit.com/home.php">http://www.blogdangit.com/home.php</a>	118321	1
	0	

# Avanzato

In questa parte dell'ebook verranno affrontate tematiche avanzate, ossia problemi e strategie di complessità maggiore. Uno dei primi problemi di un blog è quello relativo all'indicizzazione dato che comprende un'ampia gamma di risorse.

I contenuti analizzati nella parte "Medio" dell'ebook costituiscono la parte centrale del blog, ma c'è un relativo intervallo di scansione? Esiste una correlazione tra l'indicizzazione di Google e l'inserimento di un nuovo articolo?

## Il problema dell'indicizzazione

**L'indicizzazione** consiste nella corretta operazione di registrazione e iscrizione di tutte le pagine del sito negli archivi dei motori di ricerca. Indicizzare, vuol dire letteralmente **aggiungere ad un indice**, ossia ad un elenco sommario e lista.

Esistono sostanzialmente due modi per indicizzare un sito negli elenchi dei motori di ricerca: il primo consiste nell'**utilizzare il servizio di iscrizione** e registrazione messo a disposizione dai motori di ricerca. Si digita l'url principale del sito nel modulo di segnalazione e si attende che lo spider del motore di ricerca passi sul sito per indicizzarne le pagine e archiviare i contenuti.

Il secondo modo per indicizzare un nuovo sito nei motori di ricerca consiste nel collegarlo con **un link da un sito molto popolare**, in cui gli spider dei motori passano spesso per indicizzare nuovi contenuti e controllare eventuali aggiornamenti. Aggiungendo link diretti al tuo sito da siti popolari aumentano le possibilità che gli spider dei motori seguano il link e vengano a visitare il tuo sito.

Nell'indicizzazione dei blog, soprattutto quelli nuovi, bisogna fare attenzione alle impostazioni che vengono utilizzate dal CMS (per una panoramica vedi il paragrafo "Open Source CMS"). Tra i problemi comuni che da risolvere esiste **il problema dei tag TITLE** che vengono generati tutti uguali con il nome dato al blog.

A livello di contenuto **non bisogna creare delle frasi che vengono riportate su tutte le pagine del blog**, i filtri di controllo similarità bloccano queste pagine e non ne consentono l'indicizzazione.

La piattaforma che viene scelta diventa cruciale se vista alla luce di queste considerazioni. E' possibile tutta via modificare il CMS proprio per la sua natura intrinseca, dato che è disponibile il codice sorgente e conoscendo un po' di programmazione è possibile effettuare un'ottimizzazione del proprio CMS ma in alcuni casi risulta molto complicato.

## Intervallo di pubblicazione

Quando si avvia un nuovo blog, il problema principale dell'autore è decidere **ogni quanti giorni pubblicare** un nuovo articolo e quanti articoli di start up inserire. Questo tipo di problema ha varie soluzioni e sfaccettature. In questo e-book si propone al lettore di effettuare un'analisi matematico-logica del problema per crearsi una propria strategia di azione. E' molto

importante comprendere **l'intervallo di tempo da un post ad uno nuovo** e ci si può basare su molti fattori, numero di letture del documento, numero di commenti, ed altro. Per fare una trattazione matematica si tenga in considerazione la data di salvataggio nella cache di Google di una pagina.

Prima di tutto, lo spider di Google accede al blog e memorizza tutte le pagine che trova. Quando si crea una nuova pagina questa non è presente in modo immediato nell'indice, ma dovrà attendere un tempo iniziale di indicizzazione.

**Per scoprire se la pagina è presente nell'indice** basta digitare su google il comando "cache:www.dominio.com/nomepagina.html" ossia il comando cache seguito dal nome della pagina. In questo modo si vede l'ultima versione della pagina nella cache di Google.

A fine di studio matematico si memorizzi **la data di passaggio dello spider**. A questo punto si controlla ogni giorno se la cache viene aggiornata e si appunta la data di passaggio dello spider risultate. Al secondo passaggio dello spider si potrà effettuare il calcolo dell'intervallo di tempo tra le prime due scansioni dello spider.

**Questo intervallo andrà a diminuire con l'aumento dell'autorevolezza del blog.** Se si pubblicano molti articoli in questo intervallo, in cui lo spider non effettua nessuna scansione, questi articoli perdono il massimo della visibilità a favore della pagina che si troverà in cima alla lista al passaggio dello stesso.

Per questo motivo, se si conosce questo valore dell'intervallo è possibile **fare la previsione di velocità di aggiornamento del proprio blog**. Questo tipo di calcolo può essere ripetuto su ogni singola pagina del blog che si intenda studiare. Una pagina importante a fine di studio è la homepage che permette di stabilire la velocità di aggiornamento soprattutto degli indici di articoli.

A questo punto costruendo una tabella per ogni singola pagina del sito è possibile effettuare dei calcoli. Per prima cosa bisogna **normalizzare il valore dell'intervallo** facendo un calcolo del tipo  $1 / \text{Intervallo di giorni}$ , dato che l'intervallo minore è 1 giorno e sarà il valore più alto dato che costituisce il valore più appetibile  $1/1$ .

Questo valore verrà chiamato **velocità di refresh**, ossia la velocità con la quale lo spider effettua un refresh del contenuto delle pagine del blog.

Questo concetto è facile da estendere al concetto di **accelerazione di refresh**. Per calcolare l'accelerazione di refresh bisogna effettuare la differenza tra due velocità di refresh  $(V_2 - V_1) / T$ .

Questo valore è importante per capire se il blog sta acquisendo notorietà. Quando il valore dell'accelerazione di refresh tende a stabilizzarsi, ossia non ha grandi sbalzi da un rilevamento all'altro, allora il passaggio dello spider è stabile quindi Google inizia a effettuare una scansione del sito in modo preciso e continuo. Inoltre per i valori dove la funzione di "accelerazione di refresh" si annulla vuol dire che la velocità di refresh è costante quindi lo spider sta effettuando in modo costante la scansione.

## Struttura interna del blog

Un altro problema deriva dalla struttura che viene data al blog. Progettare una **struttura salda** prima di creare il blog aiuta a mantenerla solida e rigida nel tempo, quando una pagina

cambia il link, Google tende ad eliminare direttamente la pagina dall'indice in attesa di una nuova indicizzazione causando **problemi di busy wait**, ossia tempo perso nell'attesa di un nuovo passaggio dello spider.

Nella struttura del blog, bisogna tenere conto che **vengono sempre premiati gli ultimi post** che sono stati inseriti. Progettare una struttura con categorie e sottocategorie aiuta ad aumentare il valore di ogni singola pagina.

Nella stesura della struttura bisognerà da subito calcolare il **numero massimo di post da visualizzare in home page**, tenendo presente che più sono e meno forza avrà l'articolo, il numero di categorie e sottocategorie. La loro visualizzazione è molto importante, in home page andranno inserite le categorie e nella pagina della categoria andrà inserito l'elenco delle sottocategorie correlate.

**La scelta del numero di categorie** è un fattore molto importante. Se nel blog si pubblicano gli ultimi 10 articoli in home page senza badare alla distinzione di categoria si avranno nella home page 10 articoli. Questo vuol dire che l'indicizzazione maggiore si avrà su questi 10 articoli.

Si può adottare un'ulteriore metodo con l'obiettivo di aumentare i link nella home page. Si potrà optare per la **visualizzazione degli ultimi dieci articoli per categoria**, magari differenziando l'elenco sotto forma visuale. In questo modo si avranno in home page 100, se le categorie sono molte di più il numero di post aumenta.

**Per un blog popolare** 10.000 accessi al mese sarebbe bene aumentare il numero di post visualizzati nell'home sia con il primo che il secondo metodo questo numero può essere incrementato a seconda della popolarità acquisita dal blog. La struttura deve porre in maggiore risalto le categorie aumentando la popolarità di ognuna di essa. Nei blog ad alta frequenza è consigliabile inserire in home page un blocco con dei link agli articoli più letti del giorno o agli articoli più letti in totale.

## Gestione degli archivi

Come suggerito da [Giorgio Taverniti](#) nel suo [forum](#) gli **archivi dovrebbero mantenere una architettura maggiormente complessa di quella canonica**.

E' consuetudine gestire gli archivi inserendo un link ad ogni mese. Questa strategia risulta lecita nella fase iniziale di gestione, esattamente nel primo anno, ma via via l'archivio tende ad aumentare e con esso aumentano in modo spropositato gli articoli.

**Sarebbe intelligente** creare una lista dei mesi relativi solo agli ultimi dodici mesi e creare un link agli anni passati che contenga una pagina con l'elenco completo dei mesi. Non solo in questa pagina relativa all'anno, si potrebbe inserire un elenco di articoli "top", ossia articoli che possano essere di maggiore interesse per l'utente. Ogni mese è possibile rilasciare gli articoli "top" del mese dell'anno precedente. Ad esempio, a Gennaio 2007 si rilasciano gli articoli relativi a Gennaio 2006.

Un BLOG si caratterizza **piu' autorevole** ed è avvantaggiato nelle ricerche sulle directory di settore **maggiori sono i link che riceve da altri BLOG**, link che vengano registrati dai motori specializzati alla stregua dei BackLink, anche se ad oggi non mi pare che esista qualcosa di analogo al [PR](#) per qualificare maggiormente link da BLOG importanti.

Anche per questo motivo un BLOG dovrebbe favorire al massimo la propria diffusione facilitando gli utenti che lo visitano a **memorizzarlo sui propri sistemi** (preferiti, feed aggregator, social bookmarking) attraverso i tipici "pulsanti" (vedi immagine: google reader, my yahoo, mymsn, ecc ecc).

A maggior ragione si dovrebbe dare una buona visibilità ai propri **FEED RSS**.

Un altro fattore importante sono i **Permalink**, cioè la possibilità di associare un link a ciascun post, cosa che aiuta sia l'indicizzazione del Blog, sia la sua diffusione fra gli utenti.

Un altro strumento molto utile è il **TrackBack**, (normalmente incluso nelle diverse piattaforme o disponibile come servizio di terzi tipo [Simpletracks](#), [Haloscan](#) e [BlogItalia](#)). Lo strumento permette infatti di inserire link a propri post in articoli di altri Blog o forum: basterà segnalare la url del articolo su cui vorremmo far apparire il nostro collegamento all'interno dell'area predisposta nel pannello di editing del ns Post, e cio' creerà sia un link verso l'articolo così "pingato" sia, a seguito dell'accettazione dell'autore, un "pingback" verso il nostro Blog.

Infine cerca di **tenere vivo il tuo BLOG** e soprattutto di stimolare discussioni e molti commenti, questi ultimi infatti creano "outgoing link" naturali verso siti affini e tematizzati e mantengono aggiornato il Post.

## I Redirect

**Può capitare di rinnovare completamente alcune sezioni** del sito eliminando parti non necessarie. Al fine di mantenere continuità con i risultati presenti nelle SERP dei motori di ricerca è possibile operare nel seguente modo:

- creare una pagina abstract ed inserire una piccola frase con la spiegazione ed il link che rimandi alla nuova sezione;
- creare una nuova pagina e alla pagina obsoleta inserire un codice 301 "moved permanently" al browser o spider che la richiedono aggiungendo l'indirizzo della nuova pagina. In automatico lo spider si sposterà sulla nuova pagina.

**Questo particolare codice 301** indica a chi richiede una **pagina obsoleta** che questa non è più disponibile e la navigazione verrà reindirizzata senza gli odiosi codici 404 di pagina non trovata.

Analizzando in modo approfondito il codice redirect 301 si nota che esso è una delle intestazioni possibili del protocollo HTTP/1.1. La connessione HTTP si basa sulle delle richieste del CLIENT nei confronti del server e il server risponde di conseguenza. A seconda della richiesta il server emette un codice di risposta.

- **Class 1xx** – Questa classe indica le risposte temporanee del server, in questo caso il server non da delle risposte definitive al client.
- **Codice 100** – Continue; il client deve continuare con la richiesta, questo codice indica al client che il codice della richiesta per il server non è completo e che deve completarlo prima di ottenere una risposta completa.
- **Codice 101** – Switching Protocol, questo è un codice molto particolare. Se il client sta effettuando delle richieste sul protocollo http, improvvisamente cambia protocollo ed effettua una richiesta ftp, il server comprende questo tipo di richiesta e risponde che sta cambiando il protocollo in utilizzo.
- **Class 2xx** – Questa classe indica che delle risposte in cui server afferma di aver ricevuto, capito ed accettato la richiesta.

- **Codice 200** – OK – Tipico codice di risposta positiva ad una richiesta di tipo GET / HEAD / POST / TRACE. Sostanzialmente questo codice indica al client di prepararsi a ricevere i dati richiesti.
- **Codice 201** – Created – Molto particolare questo codice che indica che la risorsa richiesta è stata creata e il client si deve preparare a ricevere i dati per localizzare la risposta.
- **Codice 202** – Accepted – Indica che la richiesta è stata accettata dal server ma è stata inserita nella coda di lavorazione, quindi non è stata ancora effettuata.
- **Codice 203** – Non-Authoritative Information.
- **Codice 204** – No Content – In questo modo si indica che la richiesta è stata accettata ma che non verrà trasmesso nessun ulteriore dato.
- **Codice 205** – Reset Content – Il server accetta la richiesta ma il client deve effettuare una nuova richiesta per ottenere il documento richiesto.
- **Codice 206** – Partital Content – Questo codice indica che la risposta che il server invierà non sarà una risposta completa ma solo di una parte del document, dato che nell'header di inizio comunicazione si è stabilito un range della risposta.
- **Class 3xx** – Indica tutti i codici atti al redirect di un documento. Il client deve interpretare questi codici con uno spostamento da questo documento ad uno nuovo.
- **Codice 300** – Multiple choises.
- **Codice 301** – Moved Permanently – La risorsa che è stata richiesta è stata assegnata ad un nuovo indirizzo. Nella parte successiva dellarisposta, il server indica tramite Location il nuovo indirizzo dove è stata spostata la risorsa.
- **Codice 302** – Found – Questo codice è molto potente se associato al codice dedicato alla CACHE, infatti indica che la risposta è stata spostata temporaneamente ad un nuovo indirizzo che può essere utilizzato anche per le richieste future. Tramite il redirect temporaneo 302 (che dice a Google che una pagina e' stata momentaneamente spostata da URL-a ad URL-b per ragioni varie, ma che comunque URL-a rimane valido e magari in futuro sara' pure riabilitato a pieno) si mettono in relazione (per google) due domini che non hanno assolutamente niente a che fare, creando una pagina mooolto simile a quella che si vuole dirottare, e poi mettendoci il 302 verso la pagina che si vuole dirottare. Quando lo spider di Google (importante il motore perche' motori differenti si comportano in maniera differente) entra nella pagina copiata e vede il 302, collega questa pagina a quella che si vuole dirottare in quanto la considera versione vecchia ma comunque valida di quella verso cui il 302 e' puntato. Quindi l'algoritmo indicizza questa pagina mooolto vicino alla dirottata nelle [SERP](#), o addirittura in posizione superiore.
- **Codice 303** – See Other.

C'è da notare un mal costume da evitare assolutamente. Il redirect automatico creato tramite codice php/asp o peggio tramite il meta tag. I motori di ricerca rilevano male questo tipo di redirect e questo può trasformarsi in causa di penalizzazioni.

## Blogroll

Il blogroll è una sorta di **lista di link** che compare sulla colonna destra. I link sono effettuati verso le fonti, i blog che trattano lo stesso argomento o più semplicemente i blog di "amici". A livello di ottimizzazione i blogroll è utile se utilizzato con parsimonia.

I link dovrebbero essere fatti **verso i siti autorevoli** che trattano **argomenti simili** al proprio blog.

**Questa sezione è nata con le prime forme di blog** dove venivano segnalati i link di altri blog che l'autore consultava spesso. In questo modo era facile trovare altri blog e altri autori con gli stessi interessi in modo poter creare una personale rete di informazioni e contatti. Questo tipo di gestione porta a creare dei gruppi di blog che si associano per l'argomento discusso.

**Questa forma di suggerimento è andata via via evolvendosi** portando alla necessità di consultare questi blog in un modo più veloce, consultando solamente i titoli o un riassunto degli articoli contenuti, portando alla nascita dei feed reader. E' possibile gestire importazioni / esportazioni di feed dei blogroll tramite il formato standard OPML (ogni CMS e ogni piattaforma blog ne gestisce l'importazione o l'esportazione).

## Permalink

**Questa funzione oggi è scontata** ma agli inizi non era molto evidente.

**Ogni singolo post** può rappresentare una sezione del blog dove approfondire un argomento specifico e discutere con gli utenti dei vari punti di vista differenti. Esiste quindi la necessità di avere un link per riferirsi direttamente ad un determinato post che si trova all'interno del sito, ecco quindi lo sviluppo del permalink.

Tradotto letteralmente permalink vuol dire **collegamento permanente**, ossia un URL che permette di rintracciare un determinato post senza dover effettuare nessuna ricerca all'interno del blog. Questo facilita tantissimo l'aumento spontaneo di link inbound, ossia link effettuati da altri siti verso un determinato intervento del blog.

## TrackBack e PingBack

**Il trackback è un meccanismo per la comunicazione e la notifica** che permette di **riportare automaticamente** le segnalazioni ad un determinato post avvenute su un altro blog, creando una rete di collegamento attorno ad un determinato argomento.

Erroneamente viene chiamato pingback, dato che l'azione effettuata è quella di inviare un ping, questa tecnica viene definita **cross posting**.

Il TrackBack è un sistema che permette la **comunicazione peer-to-peer** e la conversazione automatica tra blogs.

Si prenda come esempio la pubblicazione di un articolo sul blog X. Un altro blogger legge l'intervento sul blog X e vuole scrivere qualcosa in risposta o a commento sul blog, **facendo riferimento all'articolo originale**.

In questo caso può optare per un commento oppure utilizzando il TrackBack potrà **inviare automaticamente un "ping"** al blog X avvertendolo di aver scritto qualcosa che fa riferimento all'intervento originale. Ciò comporterà che sul blog X verrà automaticamente generata una lista di tutti i blog che fanno riferimento ad un particolare intervento, permettendo ai visitatori del blog X di leggerne la risposta sul sito di un altro blog.

Verrà creato in modo automatico **un network di siti** che fanno riferimento l'uno all'altro guidando l'utente attraverso percorsi generati con la filovia **"peer-to-peer"**.

Sostanzialmente si avranno questi passaggi:

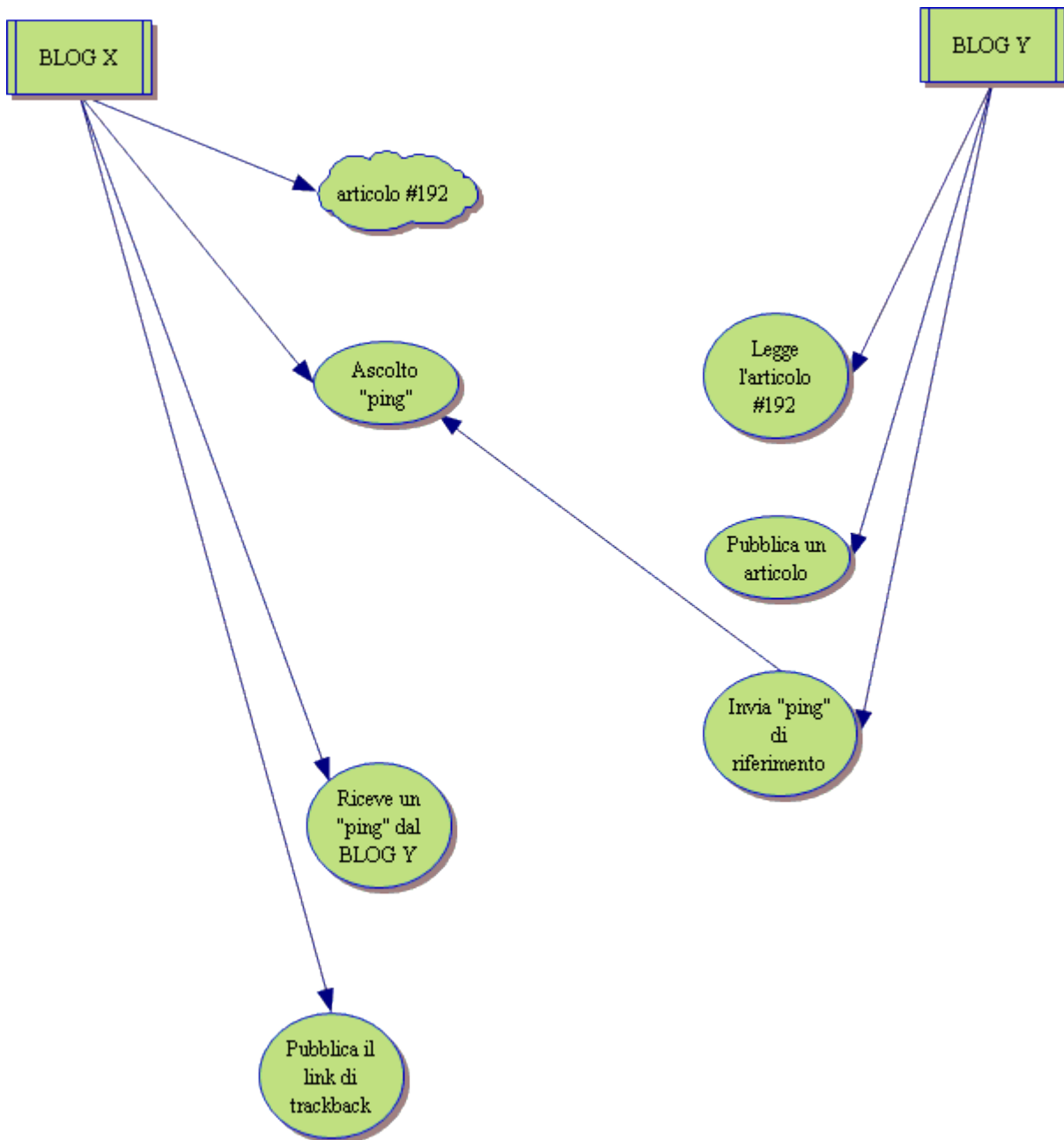
- un blog che chiama e notifica un commento, la chiamata avviene tramite un ping;
- un blog che risponde alla chiamata comunicando l'esatta ricezione del commento

Il sistema TrackBack può essere utilizzato sia per collegare due particolari interventi, sia per associare categorie specifiche di un blog. Il che vuol dire che **si possono creare riferimenti tra discussioni e tra categorie.**

Riprendendo l'esempio dei blog X e blog Y, si può ipotizzare che il blog X abbia una categoria PHP, si potrà gestire una lista di articoli riguardanti lo stesso argomento su altri blogs, permettendo a quest'ultimi di fare un "ping" su un'intera categoria o sezione del blog X.

Per abilitare questo meccanismo il blog deve essere **dotato del sistema TrackBack** che permette l'invio di "ping" per informare che è stato scritto qualcosa che fa riferimento ad un determinato articolo e **accettare i "ping" di blog esterni.** Solitamente il sistema invia il "ping" specificando il permalink dell'articolo che contiene la citazione, il titolo dell'articolo, un breve riassunto chiamato excerpt e il nome del blog.

Una volta ricevuto il ping, il blog del destinatario aggiornerà automaticamente una lista di tutti i blog che fanno riferimento a quel particolare intervento, permettendo quindi ai visitatori di leggere le risposte sui siti di provenienza. C'è da notare che non tutte le piattaforme hanno integrato il sistema di ping, ma le più diffuse come WordPress lo utilizzano in modo perfetto.



Per effettuare un ping in automatico a servizi dedicati ai blog esistono [Ping-O-Matic](#) e [pingoat](#) che permettono di effettuare un ping di un determinato articolo su varie piattaforme di feed. Questi servizi sono consigliati da utilizzare al termine dell'inserimento di un nuovo articolo sul proprio blog.

## I Feed e gli aggregatori di contenuti

**RSS è uno dei formati XML più diffusi sul web**, per distribuire le news del proprio sito, o in questo contesto specifico del proprio blog. Tra le statistiche dei più famosi blogger l'RSS inizia ad avere una posizione da protagonista negli accessi, sempre più persone accedono al sito senza passare da esso dai suoi contenuti.

Per questo motivo diventa superfluo ogni tipo di abbellimento grafico ma diventa essenziale **che l'articolo sia di impatto**, nello stile di scrittura, completo e che riesca a catturare l'attenzione del lettore nelle poche righe che possono essere inserite nel feed.

Esistono sempre **più feeder** sia online come [Feed Burner](#), o [Google Reader](#), e software come [Feed Reader](#) ed altro. Ogni software permette la gestione in automatico del refresh dei contenuti e questo permette di ottenere sempre novità sugli argomenti che vengono seguiti dall'utente, che leggendo il solo titolo decide se approfondire o meno l'articolo seguendo il collegamento che porta direttamente all'articolo del blog (tramite un permalink).

Gli RSS sono una tecnologia che permette di diffondere le proprie headline dei contenuti. Esistono dei **servizi di directories** che permettono di segnalare il proprio RSS, ma non esiste una catalogazione coerente e precisa.

Alcuni sono [Bloglines](#), [Technocrati](#), e l'ormai scomparso Feedster ma i risultati non sono ancora molto precisi da poter compiere ricerche per un determinato argomento. I motori di ricerca iniziano ad indicizzare il contenuto degli RSS e mai quanto ora sarebbe utile avere una risorsa che indicizzi gli RSS per argomento, o per lingua.

**L'ottimizzazione degli RSS** sta diventando sempre più importante dato che questo strumento attua una profonda separazione del contenuto dalla grafica e permette la distribuzione dei contenuti ovunque, superando il limite della distribuzione dei contenuti del sito.

Ecco alcune semplici regole da adottare per l'ottimizzazione di questo strumento:

- **Titolo del canale** (Channel Title), il titolo del canale è uno degli aspetti più importanti, il channel title dovrebbe contenere la keyword e i temi generali del feed. Per massimizzare la compatibilità dei lettori RSS è meglio non includere codice HTML nel channel Title. Questo è il primo elemento che viene visto dai lettori e dalle directory quando effettuano l'indicizzazione;
- **Descrizione del canale** permette di espandere il tema del feed. La channel description dovrebbe contenere le keyword correlate e frasi e con esse costruire in modo da catturare l'interesse del lettore;
- **Titolo dell'articolo** presente per ogni articolo. Il titolo dell'articolo dovrebbe contenere 50 - 75 caratteri con spazio. Per migliorare la leggibilità e la compatibilità con i newsaggregator il titolo non deve contenere codice HTML. Questo è una headline, in altre parole una call action che deve attirare il lettore, include keyword o keyphrases è importante;
- **Ottimizzazione degli RSS** i feed vanno ottimizzati come si fa per i siti internet, utilizzando link che riportano all'articolo originale e nel testo del link cercare di inserire le parole chiavi che si vogliono spingere.

Una volta costruito questo file bisogna seguire **alcuni accorgimenti** in modo da poter rendere più accessibile il contenuto RSS. Un primo accorgimento può essere inserire un link visibile al feed inserendo anche l'icona classifica del feed .

Inoltre bisogna effettuare l'inserimento di un link chiamato **Feed Autodiscovery** che permette ai software o ai browser di riconoscere la presenza di un rss. A livello di interazione con il mondo dei motori di ricerca e directory è possibile effettuare la **registrazione nelle principali risorse** dedicate proprio al mondo dei feed (<http://www.rss-world.info/risorse/directory/>) ,

inoltre ogni aggiornamento di contenuto potrebbe essere segnalato **tramite un ping**, ossia una segnalazione dei nuovi articoli e dei nuovi contenuti sul proprio sito. E' possibile effettuare il ping in automatico tramite codice o tramite servizi come Ping-o-matic o Pingoat già descritti.

Esistono **molte versioni del protocollo** ed è bene sceglierne uno in modo univoco in modo da ridurre le incomprensioni. Al momento esiste RSS 0.9, RSS 0.91, RSS 1.0, RSS 2.0, Atom 0.3, Atom 1.0. Ecco una lista di siti dove poter segnalare il proprio FEED, la lista è ordinata per PR e per valore di traffico di ALEXA:

<b>URL</b>	<b>Alexa</b>	<b>P R</b>
<a href="http://www.syndic8.com/">http://www.syndic8.com/</a>	23279	8
<a href="http://reader.rocketinfo.com/">http://reader.rocketinfo.com/</a>	196135	8
<a href="http://www.feedster.com/add.php">http://www.feedster.com/add.php</a>	6179	7
<a href="http://www.blogflux.com/">http://www.blogflux.com/</a>	6576	7
<a href="http://www.feedforall.com/">http://www.feedforall.com/</a>	19245	7
<a href="http://www.dummysoftware.com/rsssubmit.html">http://www.dummysoftware.com/rsssubmit.html</a>	65283	7
<a href="http://www.rocketnews.com/search/index.html">http://www.rocketnews.com/search/index.html</a>	173042	7
<a href="http://www.notepage.net/">http://www.notepage.net/</a>	184750	7
<a href="http://www.feedmap.net/BlogMap/">http://www.feedmap.net/BlogMap/</a>	196689	7
<a href="http://www.make-rss-feeds.com/">http://www.make-rss-feeds.com/</a>	359093	7
<a href="http://www.create-rss.com/">http://www.create-rss.com/</a>	641762	7
<a href="http://www.blogtopsites.com/register.php">http://www.blogtopsites.com/register.php</a>	7230	6
<a href="http://www.feedsfarm.com/">http://www.feedsfarm.com/</a>	8085	6
<a href="http://w.moreover.com/main_site/aboutus/sourcesubmission.html">http://w.moreover.com/main_site/aboutus/sourcesubmission.html</a>	16125	6
<a href="http://aggregator.userland.com/">http://aggregator.userland.com/</a>	17028	6
<a href="http://www.feedforall.com/sql2rss.htm">http://www.feedforall.com/sql2rss.htm</a>	19245	6
<a href="http://chordata.geckotribe.com/">http://chordata.geckotribe.com/</a>	25985	6
<a href="http://www.2rss.com/">http://www.2rss.com/</a>	37855	6
<a href="http://www.jordomedia.com/">http://www.jordomedia.com/</a>	39329	6
<a href="http://www.rss-network.com/">http://www.rss-network.com/</a>	51638	6
<a href="http://www.feeds2read.net/">http://www.feeds2read.net/</a>	57529	6
<a href="http://www.rss-verzeichnis.de/anmelden.php">http://www.rss-verzeichnis.de/anmelden.php</a>	70707	6
<a href="http://www.blogstreet.com/">http://www.blogstreet.com/</a>	77410	6
<a href="http://www.bulkfeeds.net/">http://www.bulkfeeds.net/</a>	81613	6
<a href="http://www.rssmad.com/">http://www.rssmad.com/</a>	99249	6
<a href="http://www.rssfeeds.com/">http://www.rssfeeds.com/</a>	103866	6
<a href="http://www.library.nhs.uk/rss/Directory/submitFeed.aspx">http://www.library.nhs.uk/rss/Directory/submitFeed.aspx</a>	150549	6
<a href="http://www.search4rss.com/">http://www.search4rss.com/</a>	150777	6
<a href="http://www.feedcat.net/">http://www.feedcat.net/</a>	163502	6
<a href="http://www.feedminer.com/">http://www.feedminer.com/</a>	171770	6
<a href="http://www.small-business-software.net/">http://www.small-business-software.net/</a>	196792	6
<a href="http://www.newsonfeeds.com/suggest/feed">http://www.newsonfeeds.com/suggest/feed</a>	224423	6
<a href="http://www.blog-connection.com/">http://www.blog-connection.com/</a>	254610	6

<a href="http://www.podcasting-tools.com/submit-podcasts.htm">http://www.podcasting-tools.com/submit-podcasts.htm</a>	258408	6
<a href="http://www.newsknowledge.com/">http://www.newsknowledge.com/</a>	289220	6
<a href="http://www.thefeeddirectory.com/">http://www.thefeeddirectory.com/</a>	299302	6
<a href="http://www.feeds4all.nl/">http://www.feeds4all.nl/</a>	309671	6
<a href="http://www.realty-feeds.net/">http://www.realty-feeds.net/</a>	331042	6
<a href="http://www.genecast.com/news/create.jsp">http://www.genecast.com/news/create.jsp</a>	518286	6
<a href="http://www.political-humor.net/">http://www.political-humor.net/</a>	558966	6
<a href="http://www.newsinterceptor.com/">http://www.newsinterceptor.com/</a>	589636	6
<a href="http://www.csthota.com/blogmap/submit.aspx">http://www.csthota.com/blogmap/submit.aspx</a>	599503	6
<a href="http://www.religious-podcasts.net/">http://www.religious-podcasts.net/</a>	667709	6
<a href="http://www.rss-clipping.com/">http://www.rss-clipping.com/</a>	668487	6
<a href="http://www.thirstycrow.net/happyfish/">http://www.thirstycrow.net/happyfish/</a>	714636	6
<a href="http://www.rssreader.nl/">http://www.rssreader.nl/</a>	155575	6
	2	
<a href="http://www.aspin.com/func/addres/rss-support">http://www.aspin.com/func/addres/rss-support</a>	19525	5
<a href="http://feeds.scripting.com/">http://feeds.scripting.com/</a>	22454	5
<a href="http://www.blogtoplist.com/add-blog.html">http://www.blogtoplist.com/add-blog.html</a>	26176	5
<a href="http://www.ceek.jp/">http://www.ceek.jp/</a>	35817	5
<a href="http://www.nextup.com/TextAloud/index.html">http://www.nextup.com/TextAloud/index.html</a>	65168	5
<a href="http://rss-eintragen.rss-nachrichten.de/">http://rss-eintragen.rss-nachrichten.de/</a>	66981	5
<a href="http://www.octora.com/add_rss.php">http://www.octora.com/add_rss.php</a>	72343	5
<a href="http://www.blog-search.com/blog-submission.html">http://www.blog-search.com/blog-submission.html</a>	89563	5
<a href="http://www.feed24.com/">http://www.feed24.com/</a>	103607	5
<a href="http://www.rssfeeds.com/suggest_wizzard.php">http://www.rssfeeds.com/suggest_wizzard.php</a>	103866	5
<a href="http://www.iblogbusiness.com/add.html">http://www.iblogbusiness.com/add.html</a>	110996	5
<a href="http://www.feedbomb.com/">http://www.feedbomb.com/</a>	112772	5
<a href="http://www.feedfury.com/">http://www.feedfury.com/</a>	132452	5
<a href="http://www.moqvo.com/">http://www.moqvo.com/</a>	140052	5
<a href="http://www.postami.com/rss.finder/submit_feed.php">http://www.postami.com/rss.finder/submit_feed.php</a>	143605	5
<a href="http://www.goldenfeed.com/">http://www.goldenfeed.com/</a>	168337	5
<a href="http://www.finance-investing.com/submitrss.php">http://www.finance-investing.com/submitrss.php</a>	170948	5
<a href="http://www.blogtagstic.com/add-blog.php">http://www.blogtagstic.com/add-blog.php</a>	187515	5
<a href="http://www.addurlblog.com/dir-bin/addlink.pl">http://www.addurlblog.com/dir-bin/addlink.pl</a>	200203	5
<a href="http://www.rss-portal.com/">http://www.rss-portal.com/</a>	212057	5
<a href="http://www.rssfeeds.co.il/addfeed.php">http://www.rssfeeds.co.il/addfeed.php</a>	215008	5
<a href="http://www.devasp.com/search/AddRSS.asp">http://www.devasp.com/search/AddRSS.asp</a>	257406	5
<a href="http://www.feedplex.com/suggest-a-feed.php">http://www.feedplex.com/suggest-a-feed.php</a>	282992	5
<a href="http://www.feedage.com/submit.php">http://www.feedage.com/submit.php</a>	296025	5
<a href="http://www.newsfeedfinder.com/suggest.php">http://www.newsfeedfinder.com/suggest.php</a>	304012	5
<a href="http://www.findrss.net/">http://www.findrss.net/</a>	309098	5
<a href="http://www.thomaskorte.com/archives/2005/01/submit_your_fee.html">http://www.thomaskorte.com/archives/2005/01/submit_your_fee.html</a>	311505	5
<a href="http://www.feedException.us/directory/addfeed.html">http://www.feedException.us/directory/addfeed.html</a>	337563	5
<a href="http://www.podcasting-station.com/submitrss.php">http://www.podcasting-station.com/submitrss.php</a>	414817	5

<a href="http://www.medical-feeds.com/submitrss.php">http://www.medical-feeds.com/submitrss.php</a>	419507	5
<a href="http://www.feedsee.com/submit.html">http://www.feedsee.com/submit.html</a>	431927	5
<a href="http://free-rss.page2go2.com/rss-add.html">http://free-rss.page2go2.com/rss-add.html</a>	476564	5
<a href="http://www.nfeeds.com/submit.php">http://www.nfeeds.com/submit.php</a>	526240	5
<a href="http://www.sports-feeds.com/submitrss.php">http://www.sports-feeds.com/submitrss.php</a>	526692	5
<a href="http://www.deskfeeds.com/">http://www.deskfeeds.com/</a>	542811	5
<a href="http://www.blog-directory-submit.com/">http://www.blog-directory-submit.com/</a>	549199	5
<a href="http://www.political-humor.net/submitrss.php">http://www.political-humor.net/submitrss.php</a>	558966	5
<a href="http://www.government-central.com/submitrss.php">http://www.government-central.com/submitrss.php</a>	572272	5
<a href="http://www.rss-feed.org/">http://www.rss-feed.org/</a>	602940	5
<a href="http://www.security-protection.net/submitrss.php">http://www.security-protection.net/submitrss.php</a>	642535	5
<a href="http://www.rssmotron.com/feed_submission.php">http://www.rssmotron.com/feed_submission.php</a>	758578	5
<a href="http://www.unclefeed.com/">http://www.unclefeed.com/</a>	769701	5
<a href="http://www.videocasting-station.com/submitrss.php">http://www.videocasting-station.com/submitrss.php</a>	820523	5
<a href="http://www.thefeedspot.com/">http://www.thefeedspot.com/</a>	108636	5
	0	
<a href="http://www.readafeed.de/">http://www.readafeed.de/</a>	132700	5
	1	
<a href="http://www.blogintroduction.com/?page_id=2">http://www.blogintroduction.com/?page_id=2</a>	-1	4
<a href="http://www.submitemnow.com/">http://www.submitemnow.com/</a>	186142	4
<a href="http://www.feedmailer.net/">http://www.feedmailer.net/</a>	352085	4
<a href="http://www.feedshot.com/">http://www.feedshot.com/</a>	430373	4
<a href="http://www.feeds.com.br/index.php?ax=add">http://www.feeds.com.br/index.php?ax=add</a>	508784	4
<a href="http://www.feedooyoo.com/ref.htm">http://www.feedooyoo.com/ref.htm</a>	511184	4
<a href="http://www.freefeedsdirectory.com/">http://www.freefeedsdirectory.com/</a>	596468	4
<a href="http://www.feedpub.com/">http://www.feedpub.com/</a>	118595	4
	6	
<a href="http://www.morenews.be/voegbrontoe.php">http://www.morenews.be/voegbrontoe.php</a>	142929	3
	3	
<a href="http://www.feedbase.net/Add.php">http://www.feedbase.net/Add.php</a>	205135	2
<a href="http://www.feedgod.com/">http://www.feedgod.com/</a>	385728	2

## Strumenti Utili ed Interazioni

### Social Bookmarking

Un social bookmarking site è un sito dove è possibile **proporre dei bookmark** suddivisi per tag. Questi vengono votati e prendono parte ad una classifica interna al sito dove vengono premiati a seconda dei tag-click ricevuti.

Uno dei social bookmarking più importante e più anziano è sicuramente [Digg](#). Anche in Italia ne esistono alcuni come [OKNOTizie](#) (Social news), [Segnalo](#), [SocialDust](#), [Ineffabile](#), [BookCafe](#).

E' importante conoscere questo tipo di servizio e sfruttarlo nel migliore dei modi per procurarsi del traffico utile.

Una cosa da fare è **creare un account sui social bookmarking** che si ritengono interessanti e segnalare ogni qual volta un proprio articolo, questo può portare molto traffico utile. Creare un account è molto semplice, richiede una rapida registrazione e la segnalazione del titolo della news e del link correlato.

Ci sono alcuni casi dove il sito non è stato preparato al social network e per il carico di traffico il server è andato in "down", ossia la banda di traffico era stata superata. Un'ottimizzazione del proprio codice pensata al social network potrebbe permettere di arginare questo problema.

## I Tags

I tag sono parole chiave che puoi associare a ogni singolo post del tuo blog. Un modo veloce per vedere di cosa parla un blog è l'insieme dei tag, che ti sarà capitato di vedere in diversi blog come un insieme di parole chiave, di dimensioni più o meno grandi, in forma di nuvola (tag cloud).

L'utilizzo dei tag è molto comodo per i tuoi utenti che possono capire subito i temi del tuo blog, e cercare con un click i post che parlano dell'argomento che gli interessa.

## MyBlogLog

Un servizio molto interessante che sta prendendo sempre più piede tra i blogger e non solo è [MyBlogLog](#), recentemente acquistato da Yahoo. Questo servizio permette di **visualizzare le ultime persone che hanno visitato il proprio blog** a patto che queste persone siano iscritte alla community. Ecco subito un esempio di che cos'è MyBlogLog e quali sono le sue potenzialità:



Come si può notare compare una **lista di account**, con associata l'immagine ed un link alla pagina descrittiva di MyBlogLog. In questa pagina è possibile inserire le proprie informazioni come il proprio blog. Per questo motivo è un servizio che può essere molto utile per far conoscere maggiormente il proprio blog.

L'iscrizione al servizio è molto semplice, ci si connette alla pagina [www.mybloglog.com](http://www.mybloglog.com) e si compilano i campi Screen Name, email, password e Blog/Site URL che si trovano sulla colonna di destra come mostrato nella figura seguente.

**MyBlogLog** Email:  Password:    
 Forget your password? [Click here](#)

**Connect With Fellow Readers**

**RANDOM GOOD STUFF**

64 Members  
[Check It Out!](#)

**VENTURE CHRONICLES**

80 Members  
[Check It Out!](#)

**Discover who visits your favorite sites (including your own)**

**Sign Up Now**

Screen Name:   
 Email:   
 Password:   
 Blog/Site URL (optional):

**Get Rockin' Widgets and Reader Insights**

**Recent Readers**

	Armin_Angel
	MParekh

**What Readers Clicked**

#	Link	Page	Clicks
1	Our Blog <a href="http://redhatsuk.hkxsf.com">http://redhatsuk.hkxsf.com</a>	Water	20
2	<a href="http://sourcecitytypepad.com">http://sourcecitytypepad.com</a>	Water	14
3	<a href="http://susquenessofkellercos...">http://susquenessofkellercos...</a>	Water	14
4	after dinner... <a href="http://thebestofthebest.com">http://thebestofthebest.com</a>	Water	13
5	<a href="http://www.2008best.com/brands">http://www.2008best.com/brands</a>	Water	12


**MyBlogLog Has A Posse..**

[View Reader Community](#)  
(provided by MyBlogLog)

L'iscrizione richiede delle **informazioni aggiuntive** che verranno visualizzate nella propria pagina personale, consiglio vivamente di compilare tutti i campi possibili perchè la loro compilazione permette di inquadrare meglio la vostra persona, soprattutto per quanto riguarda i contatti esterni dato che **è stato previsto un collegamento a molti dei servizi web dedicati ai blogger, come myspace, delicious e altri**. Di seguito un'immagine esplicativa con l'elenco completo delle webcommunity configurabili sul proprio account:

Web Communities	Flack Username	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	LiveJournal Username	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	MySpace FriendID	domenicobiancardi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Upcoming.org Profile URL	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Second Life Name	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Digg ID	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Friendster Email	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	LinkedIn User Name	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Plazo Email	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	30 Boxes Public Buddy Page	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Google Calendar ID	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Watchr ID	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Textamania	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	The DJ List	djdomix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Zanga Username	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	TypeKey ID	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Blogger Profile ID	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bebo Username	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
del.icio.us	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Le configurazioni sono molte riguardano anche l'immagine che viene visualizzata nei widgets MyBlogLog degli altri siti. Una volta configurato l'account, con l'inserimento di tutti i dati necessari richiesti è possibile passare alla visualizzazione della propria home (My Home) che avrà un indirizzo tipo questo: [http://www.mybloglog.com/buzz/members/\[USER\\_NAME\]/](http://www.mybloglog.com/buzz/members/[USER_NAME]/)



**domenicobiancardi**  
Member Since: 8th Mar 2007  
Last Login: Online Now


[View/Add Pics \(0\)](#)

**Account Tools**

[Edit profile](#)

[Add site/blog I author](#)

**Sites and Blogs I Author**



**Domenico Biancardi**  
Web Music Designer  
Readers: 2  
Page views: 4  
Offsite clicks: 1

[View Site Stats](#)

[Get Widgets](#)


[Edit Settings](#)

\* NOTE: only site authors can see links to their site stats, widgets and settings

**People Who Viewed This Page Recently**

  
Steli


  
yourfootball...

  
MyIThings

  
sovrano

  
mykinki

**Family, Friends and Contacts (1)**




Eric

**Messages**

Show Messages From:  Everyone  My Contacts

[Leave a Message](#)



08th Mar 10:14 am  
[reply](#) [report spam](#) | [delete](#)  
[Private] Hi domenicobiancardi. Welcome to the neighborhood. I'm Eric -- one of the founders here at MyBlogLog. I just sent you an email with tips on getting the most out of the site. Check it out when you get a chance... and thanks for joining!

[Leave a Message](#)

Dalla pagina personale come si può vedere è possibile **accedere al proprio blog**, o vedere in modo rapido **chi ha visitato** questa pagina e i blog dalla community.

Sulla barra destra è si hanno **i messaggi**, esiste infatti un sistema di messaggistica molto veloce e completo, e dei pulsanti che permettono in semplici passi di modificare il profilo e di aggiungere il proprio blog o il proprio sito.

La parte forte del servizio è la possibilità di far interagire il proprio blog con questo servizio. Premendo il tasto **Get Widgets** vengono generati dei codici che possono essere inseriti nel sito e possono essere modificati di colore. I servizi, o meglio i widgets in questione sono:

- **Recents Readers**: permette di visualizzare l'elenco degli ultimi visitatori
- **Top Links Code**: permette di visualizzare i link al proprio sito maggiormente visitati
- **Stats Tracking Script**: permette di memorizzare le statistiche per il proprio blog tramite MyWebLog.

In wordpress è possibile effettuare un'installazione con maggiore controllo dato che viene fornito un plugin a corredo che permette la gestione di MyBlogLog (si rimanda alla lettura del capitolo su Wordpress per maggiori informazioni a riguardo).

## XFN

**Il protocollo XFN permette di creare delle relazioni con i link presenti nel blogroll.** Questo tipo di connessioni si basa sulla teoria dei grafi. Nell'ambito di ottimizzare la visualizzazione e la gestione questo protocollo è molto importante ed è supportato nativamente sul framework wordpress.

L'acronimo XFN sta per **XHTML friendly network**. Il sito ufficiale del progetto XFN è <http://www.gmpg.org/xfn> e la creazione delle relazioni si basa sull'**attributo rel=""** del tag A, ossia il tag preposto per la creazione dei collegamenti ipertestuali.

In base al valore contenuto nell'attributo rel="" **si crea un relazione** che può essere interpretata da software come RubHub. Vediamo come impostare un protocollo XFN per il proprio blog, e come è stato integrato in wordpress.

Il primo passo è quello di **creare una propria personale lista di siti** che prenderanno parte al proprio blogroll. La lista può essere basata su affinità lavorative, amicizie, o anche solo per argomento trattato.

**Bisogna poi inserire l'attributo rel=""** in ogni link indicando uno di questi valori:

Categoria friendship (amicizia)

- acquaintance (conoscenza): qualcuno con cui ci si saluta ma nulla di più, potrebbe essere utilizzato per lo scambio link;
- friend (amico): una persona con la quale si ha un rapporto di amicizia;
- contact (contatto): Una persona con la quale ci si tiene in contatto

Categoria physical (fisico)

- met (incontrato) : qualcuno che si è incontrato fisicamente;

Categoria professional (professionale)

- co-worker (collaboratore) : qualcuno con cui si collabora, allo stesso lavoro o nella stessa organizzazione;
- colleague (collega) : qualcuno che si trova nello stesso campo di studi o di attività

Categoria geographical (geografico)

- co-resident (conquilino) : qualcuno che abita nella stessa via;
- neighbor (vicino) : qualcuno che abita vicino, solitamente adiacente alla propria casa

Categoria family (familiare)


- child (figlio)
- parent (genitore)
- sibling (parentela)
- spouse (sposo)

Categoria romantic (relazione)

- muse (musa) : qualcuno che da l'ispirazione, solitamente non è una relazione reciproca;
- crush (innamoramento);
- date (appuntamento) : qualcuno con cui si ha un appuntamento;
- sweetheart (fidanzato/a)

Queste sono le relazioni indicate dai progettatori del protocollo XFN. A questo punto bisogna assicurarsi che **la pagina sia referenziata al protocollo**, ossia affermi di utilizzare l'XFN, per fare questo bisogna modificare il tag head con il seguente parametro:

```
<head profile="http://gmpg.org/xfn/11">.
```

A questo punto si può far conoscere a proprio visitatori l'utilizzo del seguente protocollo **includendo nel sito il tasto:** , questa non è un'azione necessaria al corretto funzionamento, il codice per l'inclusione del pixelbotton è:

```
<a href="http://gmpg.org/xfn" mce_href="http://gmpg.org/xfn"> </a>
```

Un'ultima operazione da effettuare, anch'essa facoltativa, è il submit presso il motore RubHub per la lettura delle relazioni del proprio blog che si fa [da questa pagina](#).

## **FeedBurner**

Tra i progetti più interessanti di diffusione e promozione blog spicca FeedBurner, un servizio che dal 2004 ha fornito feed rss, e la gestione di strumenti per chi fa blog e podcast come ad esempio l'analisi del traffico, degli iscritti e un sistema (opzionale) di pubblicità.

FeedBurner contava nel Maggio 2007 oltre 410.000 editori ed è stato [acquisito da Google](#) nel Giugno 2007 per circa 100.000 di dollari.

## **Technorati**

E' il motore di ricerca dei blog. Fondato da Dave Sifry nel 2005, indicizza oltre 20 milioni di blog. Il termine "technorati" è una crasi, cioè un termine nato dalla fusione di due parole (technological literal, che in italiano suonerebbe come "intellettuai tecnologici").

# Mondo Wordpress

**WordPress** è una piattaforma per la gestione dei contenuti e la creazione di un **blog** scritta in Php ed interfacciata ad un database su Mysql. Il sito ufficiale su cui far riferimento è <http://www.wordpress.com> mentre la comunità italiana la trovate a questo link <http://www.wordpress-it.it>

La comunità di wordpress ha sviluppato molti plugin che rendono questo cms completo e soprattutto gratuito per lo sviluppo di un blog professionale.

## Installazione di Wordpress

Una volta scaricato il pacchetto di wordpress dal sito principale, lo si carica nel server FTP e si effettua l'installazione digitando l'url della cartella del proprio sito che contiene lo script.

L'installazione è molto semplice:

1. Si scarica il pacchetto completo dal sito ufficiale italiano (<http://www.wordpress-it.it/>) o internazionale (<http://wordpress.org/>).
2. Si carica nello spazio hosting disponibile i file dell'estrazione del pacchetto.
3. Si effettua l'installazione digitando sul proprio browser una URL come questa: [www.nomedeldominio.com]/wp-admin/install.php

***Sembra che il file wp-config.php non sia presente. Quel file mi serve prima di poter iniziare. Serve altro aiuto? [Eccolo. Puoi creare un file wp-config.php tramite una interfaccia web](#), ma non è detto funzioni su tutti i server. Il metodo più sicuro è creare manualmente il file.***

Per creare il file seguire il link "creare un file...". In questa fase vengono richiesti i dettagli di connessione MySql ossia:

- **il nome del database:** solitamente viene creato in automatico dal servizio di hosting, o impostato come default a "wordpress"
- **Username e password del database:** questi dati vengono forniti dal gestore dell'hosting
- **Host del database:** questo è l'indirizzo di connessione mysql, fornito anch'esso dal gestore dell'hosting
- **Prefisso tabella** (se si desidera eseguire diverse istanze di WordPress con un solo database), in questo caso consiglio di lasciare come default se si utilizza un solo wordpress.

Se i dati sono corretti comparirà a video la dicitura:

***Tutto a posto amico! Hai superato questa fase dell'installazione. Ora WordPress può comunicare con il database. Se sei pronto ora è il momento di [eseguire l'installazione!](#)*** (da notare il tono amichevole dei messaggi di installazione).

Ora che la connessione è eseguita un link riporta verso la fase di configurazione iniziale di wordpress. Il primo passo è quello di definire il titolo del blog (per approfondire l'argomento si consiglia la lettura del paragrafo sul titolo del blog), e la propria email.

Nella schermata successiva verranno create le tabelle necessarie al corretto funzionamento del sistema, e verranno dati i dati di accesso al blog, molto importanti.

Una volta finita l'installazione si consiglia di effettuare il login e **modificare la password** con una che si possa ricordare, in caso di smarrimento della password bisognerà cancellare tutte le tabelle e ricreare il sistema, oppure generare una nuova password MD5 tramite database (che è un'operazione onerosa).

## Funzionalità generali

In questa parte dell'ebook si vuole dare un'introduzione alle principali funzioni di wordpress, l'ebook non si vuole porre come manuale definito di wordpress ma solo dare alcuni spunti di approfondimento per il lettore.

Una prima differenziazione va fatta tra pagine e articoli:

1. **gli articoli** sono oggetti che fanno riferimento al tempo. Si scrivono in un tempo specifico e questo tempo ne determina il contesto.
2. **le pagine** sono simili agli articoli con la differenza che non fanno parte della cronologia del blog. Sono utilizzate spesso per presentare informazioni che riguardano una breve presentazione dell'autore o del sito e sono informazioni senza tempo sempre valide.

**Alcuni esempi di Pagine** che puoi creare sul tuo sito sono quelle di:

- copyright;
- informazioni legali;
- permessi di ripubblicazione;
- informazioni sui contatti;
- chi sono;
- informazioni su questo Sito.

**Quindi le Pagine non sono Articoli.** Non vengono fatte ciclare sulla pagina principale del blog e non vengono nemmeno associate a delle Categorie o inserite in archivi.

Le **Pagine** non sono file. Vengono memorizzate nel tuo database esattamente come lo sono gli Articoli. Nelle pagine non è possibile inserire codice PHP da processare a meno che non si utilizzi il plugin RUNPHP. P

**er creare un nuova pagina**, una volta che si ha avuto accesso all'area di admin, bisogna premere il pulsante SCRIVI -> Scrivi Pagina ed apparirà il form da compilare per la creazione di una nuova pagina.

Le pagine possono

- usare **Template** differenti.
- avere utilizzi specifici.
- essere **SottoPagine**.

## Le pagine non possono essere invece associate alle Categorie.

WordPress può generare *automaticamente* un elenco delle **Pagine**, ad esempio nella sidebar, utilizzando un Tag dei Template detto `wp_list_pages()`.

Si può sempre utilizzare la modalità manuale per effettuare un link ad una specifica pagina:  
<a title="Copyright info" href="wordpress/?page\_id=14">Copyright 1996-2006</a>

Se sono attivi i Permalink il link sarà di questo tipo:

<a title="Copyright info" href="wordpress/copyright/">Copyright 1996-2006</a>

## Protocollo XFN su Wordpress

In wordpress è possibile definire per ogni link del blogroll il tipo di relazione esistente. Per la modifica basta seguire Blogroll -> Gestione Blogroll, selezionare un link e premere il tasto modifica. Comparirà la seguente schermata:

Modifica link

Nome:

Indirizzo:

Descrizione:

Salva le modifiche >

Relazioni tra link (XFN)

Avanzato

**identità**  un altro dei miei indirizzi web

**amicizia**  contatto  conoscenza  amico  nessuno

**fisico**  incontrato

**professionale**  collaboratore  collega

**geografico**  coinquilino  vicino  nessuno

**familiare**  figlio  parentela  genitore  parente  sposo/a  nessuno

**relazione**  musa  innamoramento  appuntamento  fidanzato/a

Categorie

Aggiungi

Separa più categorie con virgole.

Blogroll

Contributors

Target +

Visibile +

Da questa schermata è possibile **scegliere la categoria e la relazione** con l'autore di del blog, seguendo lo schema delle relazioni visto precedentemente. Come si può notare l'integrazione del XFN in Wordpress è davvero semplice ma funzionale.

# Gestione dei Plugin

Prima di iniziare con l'inserimento degli articoli e l'indicizzazione del blog è utile **ottimizzare questo CMS** ed installare i plugin che possono essere utili.

**Un plugin per WordPress** è un programma, o un set di una o più funzioni, scritte nel linguaggio di scripting PHP, che aggiunge uno specifico set di funzioni o servizi al weblog WordPress, in modo che possano essere integrate in modo trasparente con il weblog usando punti di accesso e metodi forniti dalla [WordPress Plugin Application Program Interface \(API\)](#).

**Per installare un nuovo plugin** basta caricare i file scaricati nella cartella wp-content/plugin ed attivarli nella sezione ADMIN. I Plugin sono gestiti dal Pannello **Plugin** presente nell'interfaccia di Amministrazione del tuo blog. Tutti i plugin elencati in questa schermata si trovano nella cartella wp-content/plugins del tuo blog.

Esistono molti plugin e catalogarli è un'impresa ardua e non completa dato che nuovi plugin sono in continuo sviluppo. In questo ebook si vuole comunque dare una catalogazione al fine di rendere utile la consultazione.

Ogni plugin ha una descrizione di ciò che fa, un autore ed un sito web al quale fare riferimento, ed un numero di versione.

- **Plugin:** mostra il nome del plugin, e contiene un link al sito del plugin stesso, qualora fosse disponibile. I plugin elencati e visualizzati in **grassetto** sono quelli attualmente attivi;
- **Versione:** indica il numero di versione del plugin.
- **Autore:** è il nome dell'autore del plugin; contiene un collegamento al sito dell'autore, se disponibile.
- **Descrizione:** è la descrizione, ad opera dell'autore, di ciò che il plugin fa.
- **Azione:** ti permette di attivare o disattivare il plugin.

## Mod Rewrite e Permalink

WordPress ha implementato nativamente una funzione di "riscrittura" degli URL per renderli **search engine friendly**. Nel pannello di controllo di WordPress una volta fatto il login come amministratore, si trova una pagina sotto il menu **Opzioni/Permalink** dove è possibile impostare la riscrittura degli URL.

Ad esempio per dare agli URL la forma <http://www.miodominio.ext/2006/03/26/sample-post/>

Bisognerà inserire la seguente stringa

Struttura: **`/%year%/%monthnum%/%day%/%postname%/`**

Ecco un altro esempio di utilizzo:

Struttura: **`/archives/%post_id%`**

Result: <http://www.miodominio.ext/archives/123>

Per poter sfruttare tale opzione bisogna essere certi che il server su cui risiede Wordpress sia stato configurato per in modo da **utilizzare il MOD\_Rewrite**. Nel caso si utilizzi il server WINDOWS è possibile aggirare il problema.

Una volta entrato nel pannello di amministrazione puoi attivare i **permalink per wordpress** da **Opzioni > Permalink**

Ecco i valori dei Permalink:

- **%year%** - Anno in cui si è inserito il post;
- **%monthnum%** - Mese in cui si è inserito il post;
- **%day%** - Giorno in cui si è inserito il post;
- **%postname%** - Nome del post;
- **%post\_id%** - Id del post;
- **%category%** - Categoria in cui è stato archiviato il post;
- **%author%** - Autore del post

Per usare i Permalink su server Apache basta attivarli da WordPress. Questo perchè Apache ha già il mod rewrite integrato.

## Plugin di Wordpress

Da questo punto dell'ebook si ha una serie di elenchi di plugin che sono ritenuti utili nella pubblicazione del blog. Molti plugin vengono aggiornati e molti altri sono di nuova fattura. In questa sede non sono stati recensiti tutti i plugin per la lista completa visitare <http://codex.wordpress.org/Plugins>

## Plugin per l'ottimizzazione

La prima categoria che si prende in considerazione è la categoria che racchiude tutti quei plugin utili all'ottimizzazione del codice. Prima di installare plugin si consiglia di modificare il file header.php del template che si utilizza ed inserire il seguente codice:

```
# <title><?php wp_title(); ?> - <?php bloginfo('name');?> </title>
# <meta name="keywords" content="<?php wp_title();?> - <?php bloginfo('name');?>" />
# <meta name="description" content="<?php wp_title();?> - <?php bloginfo('name');?>" />
```

Questo codice permette di migliorare il tag TITLE, il tag keyword e il tag description inserendo dei dati come il nome del blog e il titolo della pagina, ed aumentando la rilevanza generale della pagina.

Ecco i plugin più interessanti per ottimizzare il codice a livello di indicizzazione:

**aLink** - permette di linkare una keyword presente nel testo e di definire il link. Questo tipo di operazione è molto utile nel caso si vuole spingere una determinata keyword nelle SERP. Le innumerevoli opzioni, fanno di questo plugin un must per l'ottimizzazione del sito. Il plugin può essere esteso da alcuni moduli:

- amazon basic: permette di effettuare un riferimento diretto ad amazon
- deeper blog: permette di fare riferimento ad un altro post del blog
- gada.be: fa un link al sito gada.be
- general : crea un link generico a qualsiasi altro URL di specificato dall'utente

**[Another Title](#)** - permette di risolvere il problema di titoli "sporchi" e doppi, creando ogni nuovo titolo on fly, ossia ogni volta che viene caricata una pagina, ed eliminando la fastidiosa stringa Blog Archive. L'unico inconveniente sta nel tempo perso per la creazione del titolo.

**[Another WordPress Meta Plugin](#)** - aggiunge due campi di testo all'interno della maschera di inserimento dell'articolo nei quali è possibile inserire una description e delle keyword associate all'articolo.

**[AutoMeta](#)** - Il plugin in questione è molto particolare, al salvataggio della pagina permette l'analisi del testo scritto ed, effettuando una connessione a Tecnhorati, estrapola le keyword basandosi sui tags del famoso feed aggregator. Si sconsiglia di utilizzare questo plugin assieme ad altri plugin per la gestione dei meta tag, dato che si andrebbero a creare troppi meta tag keyword che potrebbero essere dannosi per l'indicizzazione.

**[Category Tagging](#)** - Il plugin permette di sfruttare le categorie per la costruzione di un network interno al blog di collegamenti e riferimenti basandosi sulle categorie.

**[Head Meta Description](#)** - adatto ai più pigri questo plugin permette la creazione automatica del tag description. Consiglio il suo utilizzo in coppia al plugin Keyword o al plugin Autometa, dato che in questo modo quando non si vorrà creare una descrizione ci penserà il plugin a farlo.

**[Angsuman's Permanent Redirector Plugin](#)** - Ecco un must per chi effettua il lavoro del SEO tutto i giorni. Questo plugin permette di **definire un redirect permanente con codice 301** su delle pagine che non sono più disponibili. Una volta attivato il plugin dall'apposita sezione, bisogna andare a lavorare sull'articolo da cancellare. Nella sezione "custom field" inserire la chiave redirect nel valore inserire l'indirizzo al quale far confluire il browser. Per maggiori informazioni sul redirect 301 consultare la sezione **redirect**.

**[Creative Common Configurator](#)** - Si inizia con questo plugin, una serie di estensioni che potrebbero non avere un effetto diretto sull'ottimizzazione ma rendono completo il proprio blog dal lato tecnico e non solo. Questo in particolare permette di impostare la licenza Creative Common per il proprio blog. Una volta installato il plugin, bisogna andare nella sezione Option -> License e terminare la configurazione.

**[DoFollow](#)** - All'interno dei commenti, i link che vengono inseriti presentano il tag nofollow che indica al motore di non seguire quel determinato collegamento. Per eliminare questa proprietà viene in contro questo plugin che permette di avere dei link senza nofollow che effettuano il passaggio di PR

**[Google Site Maps Generator](#)** - Plugin che permette di creare una sitemap.xml che verrà supportato da Google Sitemaps e che si potrà anche segnalarlo al servizio stesso di [Google](#).  
Link alla pagina del plugin:

**[Meta Relationship Links](#)** - Anche in questo caso si tratta di tag molto importanti ai fini di accessibilità del sito. Il plugin in questione inserisce in automatico i tag:

```
<link rel="start" href=".." />  
<link rel="first" href="http.." />  
<link rel="last" href=".." />  
<link rel="prev" href=" " />  
<link rel=" " />
```

Questo plugin è essenziale per l'indicizzazione dato che permette di costruire una forte struttura di link interni.

**MoreMonkey** - Sotto il nome particolare di questo plugin, si cela un piccolo script particolare, che permette di mostrare a video dei contenuti per gli utenti che sono provenienti da un motore di ricerca come Google, Msn, Yahoo.it

**Posts in Category** - Mostra link ai post nella stessa categoria di quello attuale  
Related Entries (<http://www.w-a-s-a-b-i.com/archives/2004/05/26/wordpress-related-entries-plugin/>)

**RSD 1.0** - Questo plugin permette di creare il file XML Rsd, molto semplice sia nell'installazione che nell'utilizzo di questo protocollo.

**Sitemap Generator Plugin for Wordpress** - Non è il classico plugin che crea una sitemap in formato xml bensì darà la possibilità di creare una pagina dedicata alla creazione della sitemap ed in tutto e per tutto customizzabile dal pannello di controllo di Wordpress.

**WP-Validator XHTML** - Questo plugin permette di effettuare la convalida degli articoli per quanto riguarda l'XHTML. Il plugin è interessante ma utilizza delle funzioni php come la exec che su alcuni server sono state inibite per motivi di sicurezza.

## Plugin per il pannello di amministrazione

In questa sezione sono stati trattati tutti quei plugin che possono **facilitare o estendere** le potenzialità del pannello di amministrazione. La prima serie di plugin è dedicata alla modifica del menu, permettendo di ottenere un menu a cascata più facile e veloce nella raggiungimento delle pagine a secondo livello.

**WP Admin Drop Down Menus - Native Theme** - In casa Yellow Swordfish sono proposti una serie di menu a verticali a cascata sviluppati con il javascript, unico requisito per l'installazione. Questo riprende i colori del menu di amministrazione originale.

Ne esistono altri tre che hanno temi differenti, quello più di impatto è sicuramente l'ultimo tra quelli proposti, il WP 'Advanced' Admin Drop Down Menus.

[WP Admin Drop Down Menus - SpotMilk Theme](#)

[WP Admin 'Autumn' Theme](#)

[WP 'Advanced' Admin Drop Down Menus](#)

**Custom Admin Menu** - Plugin che permette di creare delle voci del menu a proprio piacimento, sinceramente di scarsa utilità, se non quella di riorganizzare mentalmente le voci di default.

**DashBar** - Questo plugin aggiunge, all'utente che effettua il login, la possibilità di inserire un menu di navigazione front-end con le operazioni più importanti come scrivi, modifica, modera. Si ritiene comunque che il plugin, seppur interessante, non sia giunto ad un livello maturo di sviluppo quindi è da tenere sotto controllo ma ancora non è da installare.

**Filosofo Home-Page Control** - Questo plugin, dal nome un po' particolare, permette di impostare una pagina statica come home page del blog

**Maintenance Mode Option** - Questo plugin è utile quando si effettuano delle modifiche di codice per mettere offline il sito e non permette la visualizzazione agli utenti in modo momentaneo.

**[Mime-type Management](#)** - Questo è un plugin essenziale, andrebbe inserito nell'installazione di base, dato che permette di estendere i tipi di file caricabili nel sistema. Una volta installato, nel pannello option compare la voce Mime Types dalla quale si potrà modificare, aggiungere o cancellare i mime type.

**[Multiply](#)** - Plugin che permette di avere più di un blog sulla stessa piattaforma, ogni blog è differenziato per un utente. Utile per sviluppare un'eventuale community basata su blog.

**[Next to Last](#)** - Ecco un'altra estensione molto interessante per l'area di admin, questo plugin permette di aggiungere una sorta di piccolo menu di navigazione quando si lavora negli articoli con la dicitura next, last post.

**[PJV Wordpress Version Checker](#)** - Questo plugin effettua una monitoraggio continua delle nuove versioni di Wordpress, è molto utile soprattutto quando vengono risolti bug di sicurezza.

**[Search and Replace](#)** - Molto importante questo plugin che permette di effettuare una sostituzione del testo all'interno di tutte le parti importanti del blog, come il testo, il titolo, i commenti.

**[Secure Admin](#)** - Questo plugin permette di creare delle connessioni SSL all'interno dell'area di amministrazione, in modo da avere maggiore controllo sulla sicurezza. Il plugin non ha un ottimo comportamento su internet explorer 7.

**[Throttle](#)** - Questo deve essere un must di chiunque utilizzi un sito in modo estensivo. Permette di controllare, attraverso settaggi molto particolari, il carico di banda utilizzata dal sito e se la banda viene superata permette di effettuare un redirect dell'utente.

**[Upload Manager](#)** - Funzione che permette di mantenere aggiornati i plugin di wordpress controllando se è presente una versione più recente.

**[WP-DB-Backup](#)** - Questo è un plugin must, permette di effettuare il backup delle tabelle del wordpress, in particolare effettua un backup di:

- wp\_categories
- wp\_comments
- wp\_link2cat
- wp\_links
- wp\_options
- wp\_post2cat
- wp\_postmeta
- wp\_posts
- wp\_usermeta
- wp\_users

Inoltre permette di salvare il backup sul server, di inviarlo via mail e di effettuare un job che ogni intervallo definito dall'utente (ogni ora, ogni giorno, ogni settimana) effettua in automatico il backup

**[WordPress admin Themer](#)** - Plugin che permette di modificare lo stile dell'area di admin tramite il codice css.

**[WP-php-myAdmin](#)** - Plugin che permette di gestire, nel pannello di amministrazione, il famoso software di gestione del database mysql. E' stato integrato molto bene al framework

wordpress, tanto che i dati di accesso vengono presi direttamente dal pannello di setting del sistema.

**Wordpress Suicide** - Alquanto eloquente il titolo di questo particolare plugin che effettua il reset del blog, attenzione al suo utilizzo dato che cancella tutti i post e i commenti dal blog.

**Wordpress Ban** - Plugin che permette di filtrare gli utenti tramite indirizzo ip, host names, o anche messaggio.

**Wordpress Server Info** - Plugin che permette di ottenere tutte le informazioni utili sul proprio server.

## Plugin per i widget

**I widget sono oggetti**, la gestione degli oggetti viene dedicata ad un'apposita libreria create da AUTOMATIC, indirizzo per il download <http://automattic.com/code/widgets/>.

Questa libreria permette la gestione di vari widget nel template ed è necessario installarla per il corretto funzionamento di diversi plugin. Il sito ufficiale consiglia la seguente struttura:

- wp-content
  - plugins
    - widgets
      - | delicious.php
      - | gsearch.php
      - | rss.png
      - | widgets.php
    - scriptaculous
      - | builder.js
      - | controls.js
      - | dragdrop.js
      - | effects.js
      - | MIT-LICENSE
      - | prototype.js
      - | scriptaculous.js
      - | slider.js
      - | unittest.js

La seguente struttura va ricreata nel proprio spazio web tramite FTP. Una volta installato bisogna **adattare il proprio tema modificando il file sidebar.php**.

A questo indirizzo è possibile trovare le informazioni per modificare il template <http://automattic.com/code/widgets/themes/>. Questo plugin è davvero funzionale, permette in modo "visuale" di modificare la propria sidebar, a livello base si hanno già molte funzioni come la visualizzazione delle categorie, degli ultimi commenti, la sua dinamicità ne fanno un componente molto apprezzato dai blogger e che permette una gestione facile della propria sidebar.

Di seguito vengono riportati i maggiori widgets testati, per un elenco completo degli ultimi widget sviluppati visitare il sito <http://widgets.wordpress.com/>.

**MyBlogLog** - Questo plugin permette un'integrazione efficace all'interno del proprio WordPress del servizio MyBlogLog (si rimanda al paragrafo "MyBlogLog" per maggiori dettagli a riguardo).

L'installazione di questo plugin richiede l'installazione per i widgets che è stato analizzato nella sezione.

## Plugin Anti Spam

Questa serie di plugin si occupa del problema dello spam. Molti plugin ovviamente vengono applicati allo spam sui commenti, altri sono specifici per le trackback. In questo e-book si è deciso di suddividere i plugin antispam da quelli prettamente dedicati ai commenti.

**Akismet** - Questo plugin si trova nell'installazione di base di Wordpress, per funzionare bisogna richiedere una key all'indirizzo <http://wordpress.com/api-keys/> che si ottiene registrando un'account su wordpress.

La configurazione avviene tramite l'inserimento di questa key che viene inviata tramite email, l'utilizzo del plugin è semplicissimo, nel menu Commenti compare la voce Spam Askimet che permette di gestire i messaggi che vengono reputati Spam, non c'è molto da settare per quanto riguarda lo spam.

**Email Obfuscator** - Essenziale plugin che permette di modificare a livello di codice il testo della mail permettendo di mantenere la stessa visualizzazione a livello utente. Sostanzialmente se nel testo viene inserita una stringa del tipo [mario.rossi@gmail.com](mailto:mario.rossi@gmail.com) nel codice verrà visualizzata come:

```
&#109;&#97;&#114;&#105;&#111;&#46;&#114;&#111;&#115;&#115;&#105;&#105;  
&#64;&#103;&#109;&#97;&#105;&#108;&#46;&#99;&#111;&#109;
```

**Spam Karma** - Uno filtro antispam molto potente con il quale poter gestire tutti i commenti ai post. Il filtro una volta installato permette la gestione di diversi parametri.

Il funzionamento del filtro è particolare, in pratica assegna un punteggio karma ad ogni singolo post ed in base al karma del post decide se filtrare o meno il messaggio. La configurazione non è molto semplice anche perché vengono utilizzati molti termini che non sono di comune utilizzo tra chi non è un addetto al lavoro antispam, però l'accuratezza del plugin merita un'installazione quanto meno per testare l'effettiva funzionalità.

**Weasel's No http Author** - Questo semplice plugin blocca tutti i commenti dove viene inserito un indirizzo http invece che il nome dell'utente.

## Image Catcha Plugin

In questa categoria sono stati elencati i plugin per **creare l'immagine di conferma** per inserire il commento. Questo tipo di tecnica è molto redditizia nella lotta allo spam. Nel mondo wordpress esistono svariati plugin, alcuni richiedono la registrazione per il download, altri sono liberi, qui di seguito vengono citati i migliori:

## Plugin per la modifica dei post

Esistono molti plugin che permettono di migliorare il codice dei propri articoli o migliorarne lo stile.

**Code AutoEscape** - Permette di chiudere tutti i tag HTML che rimangono aperti nella scrittura del post.

**[Code Viewer](#)** - Permette la formattazione, per una migliore visualizzazione del codice, come un editor.

**[LinkNotes](#)** - Una idea molto bella, quella del programmatore Jeremy Curry, quella di trasportare in formato web il concetto di nota a piè di pagina. Con questo plugin è possibile inserire delle note a pie di pagina in modo completamente automatico.

## Plugin per i Commenti

Questa serie di plugin ha l'obbiettivo di estendere le funzionalità dei commenti.

**[AJAX Comments 2.0](#)** - Plugin che permette l'inserimento dei commenti secondo la filosofia AJAX, sostanzialmente evita il refresh della pagina all'inserimento del commento. Attenzione, l'utilizzo di questo plugin non permette di utilizzare il plugin SPAM KARMA 2, per il filtraggio dello spam.

**[Commenter Spy](#)** - Questo plugin permette di effettuare oltre che il whois di chi ha effettuato il commento (funzione già presente nel framework di base) effettua un whois sull'area geografica tramite GeoMapLookup dell'utente che ha inserito il commento.

**[Comment Timeout](#)** - Questo plugin permette di stabilire un tempo massimo per il quale i commenti sono attivi per un determinato articolo. Una volta che questo tempo è scaduto (time - out) i commenti per quel determinato articolo vengono chiusi.

**[Comment Live Preview](#)** - Permette di creare una preview del commento, mentre si sta scrivendo, ma ha dei seri problemi quando viene abilitato il codice BB per la formattazione del codice.

**[Edit Comments](#)** - Funzione molto interessante, che prescinde molto dalla politica che si vuole attuare nel blog, questo plugin permette all'utente di modificare un proprio commento dopo averlo inviato. Risulta molto complessa l'installazione per via delle modifiche da effettuare al template.

**[Force Word Wrapping](#)** - Questa funzione è un vero must, andrebbe inserita nel core di base. Permette di spezzare le parole molto lunghe che possono essere inserite involontariamente dall'utente, modificando la visualizzazione del template.

**[Recent comments and posts](#)** - Tramite questo plugin è possibile creare un elenco che riporta gli articoli e i commenti più recenti. Per aggiungere questo plugin, dopo aver effettuato l'installazione, bisogna inserire i seguenti codici nelle sezioni del template desiderate:

```
<li>
<h2>Recent comments</h2>
<ul><?php bdp_comments(); ?></ul>
About <a href="http://www.ozpolitics.info/blog/?page_id=164#comments">the bdp-comments plugin</a>
</li>
<li><h2>Recent posts</h2>
<ul><?php bdp_posts(); ?></ul>
About <a href="http://www.ozpolitics.info/blog/?page_id=164#comments">the bdp-comments plugin</a>
</li>
```

**[WP View Subscriber Info](#)** - Questo plugin permette di generare un report di chi si è iscritto al topic. Per il suo corretto funzionamento c'è bisogno del plugin Subscribe to Comment 2.0.

## Plugin per Ads

In questa sezione si trovano tutti i plugin che permettono di gestire annunci pubblicitario all'interno del blog.

**[AdMan](#)** - Permette di inserire gli annunci di Google all'interno dei post, molto semplice sia nell'installazione che nell'utilizzo

**[AdSense – Deluxe](#)** - Questo plugin è molto completo e guida l'utente nella configurazione mirata degli annunci AdSense, è molto specifico nelle opzioni e crea una sorta di pannello wizard per configurare gli annunci

**[WordPress Ads](#)** - Permette l'installazione di un servizio di banner a rotazione molto semplice da configurare. Una volta installato, nella sezione Option, si trova la voce ad esso dedicata. Si crea un nuovo banner, inserendo il codice ad esso collegato e la zona dove pubblicarlo. A questo punto compare un codice da riportare nel template per effettuare la pubblicazione front page.

**[WP Amazon](#)** - Per chi utilizza la tecnologia di Amazon, questo plugin fa al caso suo. Permette l'integrazione e la ricerca dal proprio wordpress al database di Amazon

**[Subscribe To Comments](#)** - Questo plugin fa in modo che, oltre l'amministratore del blog, anche chi commenti un post possa ricevere le notifiche di nuovi commenti dopo il suo.

**[CJD Spam Nuke](#)** - Per limitare lo spam nei commenti

## Temi per Wordpress

Ci sono centinaia di temi per [Wordpress](#) in giro per la rete. Di seguito alcuni link in cui si trovano templates da scaricare adatti per questo CMS:

[Risorsa ufficiale per i temi Wordpress](#)

[Wordpress Themes Viewer](#)

[alexking.org: temi per le versioni 1.2, 1.5](#)

## Plugin per la gestione delle mail

**[Secure and Accessible PHP Contact Form](#)** - Questo è un plugin programmato egregiamente che permette di impostare un form di contatto per il proprio wordpress. Le funzioni e la configurazione fanno di questo plugin un must per il proprio wordpress.

**[Subscribe to Comment 2.0](#)** - Questo plugin è molto importante per chi vuol inserire nel proprio blog la funzionalità di far "iscrivere" gli utenti ai post del sito, in questo modo ogni qual volta che verrà inserito un nuovo commento, verrà inviata una mail come notifica all'utente "iscritto" al post.

**WP-Email** - Come erroneamente indica il nome, questo plugin permette di inviare una mail ad un amico per suggerire un post o il blog, e non serve per effettuare un contatto diretto tramite mail. Le opzioni del plugin sono maniacali, è possibile definire esattamente i messaggi di testo che vengono inviati e che vengono visualizzati in ogni momento, la configurazione richiede la modifica di molte parti del template in uso.

## Plugin per la navigazione

**Search Evrything** - Non migliora la navigazione ma permette una ricerca migliore effettuando una ricerca all'interno delle pagine, degli allegati, dei commenti e ovviamente come da default negli articoli pubblicati.

**Social Bookmarks** - Questo plugin è il più completo per la gestione dei social bookmark, ossia quei tasti che permettono di salvare un articolo come se fosse un bookmark in un proprio account personale e rivedere i post effettuando l'accesso al servizio:



Questo servizio ne gestisce veramente molti e permette di configurare molte impostazioni, come la scelta selettiva di quali servizi inserire in ogni post. C'è da precisare che più alto è il numero dei servizi che vengono inseriti e maggiore saranno i link in output dalla pagina, decretando un minor valore della pagina nel calcolo del ranking.

## Plugin per le statistiche

**Comment Analysis** - Plugin che permette di visualizzare molti dati statistici sui commenti. Per una lista completa delle opzioni visitare il sito ufficiale del plugin. E' consigliato creare una pagina specifica dove visualizzare i dati statistici.

**Another Word Tracker Plugin** - Con questo plugin è possibile gestire in modo facile il tracker dei servizi di statistiche come Google Analytics. Dopo l'attivazione basta andare nella sezione Opzioni -> AWTP e inserire il codice per attivare le statistiche. Il codice verrà inserito nella parte del footer.

**Backlinks** - Plugin che permette di visualizzare una lista di link al proprio blog. I backlink vengono ricercati tramite MSN e per far funzionare il plugin bisogna disporre della MSN Search Application ID, che si può ottenere gratuitamente all'indirizzo <http://search.msn.com/developer>

**Download Counter** - Interessante plugin che permette di gestire dei download associando un record ad un file da scaricare, e mantiene a per questioni statistiche i dati sui download effettuati

**Popularity** - Permette di calcolare la popolarità di un post in base al calcolo di statistiche basate non solo sulla visualizzazione dei post, ma sul numero di trackback, sul numero di commenti ed altro

### Conclusioni

Ringraziamenti, chi siamo, conclusioni e tutto il resto.

## **SitoGrafia**

[Nbriani](#) – utente del forum GT

[Sito ufficiale italiano di Word Press](#)

[Opensourcecms.com sito sui cms open source](#)

[Articolo introduttivo ai Blog su Wikipedia Italia](#)

[Guida di SuperEva dedicata al mondo dei blog](#)

[Blog software comparison chart](#) by [Online Journalism Review](#), USC Annenberg

[Blogging, personal participation in public knowledge-building on the web](#) (PDF file) by Mark Brady, Chimera Working Paper 2005-02 Colchester: University of Essex

[Computer Law and Security Report Volume 22 Issue 2, Pages 127-136](#) blogs, Lies and the Doocing by Sylvia Kierkegaard (2006)

[Legal Guide for bloggers](#) by the [Electronic Frontier Foundation](#)  
[freedomofspeechonline](#)

## **TrackBack**

[Articolo sul TrackBack su BlogItalia](#)

[Official specification](#)

[Trackback Working Group wiki](#)

[What is Trackback?](#) by [Tom Coates](#)

[What is a Trackback?](#) Description and diagram by [Doug Karr](#)

[All about Trackbacks and Pingbacks with Wordpress](#) by Mike

[Trackback Validator Plugin for WordPress](#): Trackback spam blocker

[TrackBackr](#) JS Trackback system with integrated spam blocker

[TrackBack in blogger](#)

## **Video Blog**

Media Revolution: Podcasting [New England Film](#)

2004: The Year of the Video Blog [Steve Garfield](#)

I like to watch: Video blogging is ready for its close-up [Mike Miliard, Boston Phoenix](#)

[Apple's Jobs Announces iTunes Podcast Support, Eweek.com](#)

## **PhotoBlog**

[Photoblogs](#) at the [Open Directory Project](#) ([suggest site](#))

[Photoblogs.org Wiki](#)

[PhotoblogsRank - Monthly ranking of the best photoblogs](#)

[VFX Photos - Organize and view photoblogs on one page](#)

[fotolog](#)

[blog of flogs](#)

[Tumbleblog](#)

[Why Tumblelogging is Useful..](#)

[Make your own Tumblelog using Tumblr](#)

[Tumblr](#) is a free website for creating tumblelogs.

[The Tumblelist](#) is a directory attempting to catalogue new tumblelogs as they appear.

[Ozimodo](#) is a Ruby on Rails powered tumblelog engine

[Anarchaia](#)

[Ralph's Blurbs](#) [Ralph Dagza's](#) tumblelog

[Projectionist](#)

[Tumbleo](#) [Leo Laporte's](#) tumblelog

[Merlin's Tumbamalog](#) [Merlin Mann's](#) tumblelog

[Brainseepage](#), a tumblelog....

[Bluejway](#), a tumblelog of haiku-ish and and funky photo reflections of life in Japan.

