

Micro-blogging

Description

Service de communication par Internet qui permet à tous les membres d'un site, une fois inscrits, de rester en contact les uns avec les autres, en permanence, grâce à des messages baptisés *sweets*, dont le nombre de caractères est limité. Rédigés directement sur la page Web du site, les messages peuvent être envoyés depuis un téléphone portable ou à partir d'une messagerie instantanée. Un moteur de recherche permet de « suivre » les membres du site que l'on a choisis : leurs messages s'affichent automatiquement sur leur page Web, à moins qu'ils soient transmis par SMS. Twitter a inventé cette forme nouvelle de communication qui s'apparente à la fois à la messagerie instantanée et au blogging. Avec plus de cinq millions d'utilisateurs à la fin 2008, il est aujourd'hui encore, avec 5 à 10 000 nouveaux inscrits chaque jour, le principal représentant du *micro-blogging*.

Lancé en mars 2006 à San Francisco, Twitter, simple outil de messagerie pour ses concepteurs, est très vite devenu une source d'information. Il a acquis sa notoriété lorsque l'équipe de Barack Obama a propagé ses messages de campagne, suivis régulièrement par plus de 150 000 membres du réseau. Comme Facebook et Second Life, il a conquis le monde des entreprises qui communiquent ainsi avec leurs employés, avec leurs clients ou encore avec les journalistes.

Categorie

1. A retenir
2. Repères & tendances

date création

21 décembre 2008

Auteur

francisballe