

1064

Twitter, le réseau qui monte

Frédéric Dempuré, chargé d'enseignement à l'université de Poitiers

Lancé il y a tout juste sept ans, *Twitter*, compte plus de 500 millions de membres dont 140 millions se connectent au moins une fois par mois. Second réseau social le plus utilisé dans le monde après l'indétrônable *Facebook* et son milliard de membres, cet outil de *microblogging* s'est imposé en raison de sa facilité d'utilisation mais aussi du format si particulier de ses messages. Un format limité à 140 signes qui est vécu par les utilisateurs de *Twitter* non comme une contrainte, mais comme un facilitateur d'échange. Petit rappel des principes de fonctionnement de ce réseau social dont les professionnels sont friands.

1. Abonnés et abonnements

Twitter permet à un utilisateur (appelé *twitos*) de rédiger des messages de 140 signes (baptisés *tweets*) et de les publier. Une publication qui se traduit par l'affichage du message sur sa page mais aussi sur celles d'autres membres du réseau qui en ont fait la demande. Dans le jargon de *Twitter*, ces personnes sont des *followers*. C'est-à-dire qu'elles sont abonnées à un autre utilisateur du réseau (baptisé pour l'occasion : *following* ou « abonnement ») et qu'à ce titre elles sont destinataires de tous ses *tweets*. Il faut savoir que l'on peut s'abonner à un nombre illimité d'utilisateurs et qu'inversement un nombre illimité de *twitos* peut s'abonner à vous. Le nombre et la liste des *twitos* auxquels un utilisateur est abonné ou qui sont abonnés à lui sont publics. Il suffit de se connecter sur sa page pour en prendre connaissance.

2. Un réseau à portée de la main

Si d'autres réseaux sociaux peinent à trouver leur place sur les *smartphones*, ce n'est pas le cas de *Twitter* qui dès sa conception a été pensé pour ce type de matériel. Outre le fait d'offrir des versions optimisées pour les *iPhones*, les *BlackBerry* ainsi que pour les mobiles équipés d'*Android* ou de *Windows Phone 7*, *Twitter* en limitant la taille de ses messages s'est fondu dans les pratiques des utilisateurs nomades et leur a permis de disposer d'un réseau social à portée de main. Un réseau sur lequel ils peuvent très simplement, n'importe où et à tout moment poster un *tweet* ou prendre connaissance de ceux qui régulièrement viennent s'afficher sur leur page. Une facilité d'usage qui fait que *Twitter* est sans conteste un des supports les plus pertinents pour relayer et commenter l'actualité générale et technique.

3. Petit mais costaud

Certes, il n'est pas toujours simple de traduire le fond de sa pensée avec seulement 140 signes. Aussi, pour que *Twitter* ne devienne



© KIZILKAVAPHOTOS - ISTOCKPHOTO

pas un lieu d'échange réservé aux auteurs de maximes et d'haïkus, ses concepteurs l'ont doté de la possibilité d'enrichir les messages. On peut ainsi ajouter dans le corps du texte une photo, des coordonnées géographiques (permettant de savoir où se trouvait un rédacteur lors de l'envoi de son *tweet*) ou encore un lien sur une page web. Sur ce dernier point il faut signaler que *Twitter* dispose de son propre réducteur de lien (*t.co*). Grâce à ce dernier, une adresse de page web, même très longue, ne « consommera » pas plus d'une vingtaine des signes parmi les 140 disponibles.

3. Quelques pratiques à connaître

Outre adopter un style concis et détendu, correctement rédiger un *tweet* nécessite de connaître certaines pratiques. La première, concerne l'utilisation de l'arobase (@). Ce symbole permet de s'adresser directement à une personne abonnée à *Twitter* (@*nomducompte*) pour la citer ou pour répondre à un de ses *tweets*. La seconde, tient à l'usage des « # » (dites *hashtag*). Ce signe est utilisé pour faciliter la recherche d'un *tweet* en donnant la qualité de mot-clé à un terme qu'il contient. Concrètement il suffit de faire précéder un mot du signe # et le tour est joué ! Ainsi lorsqu'un utilisateur clique sur le terme en question au sein du *tweet* (#*notaire*, par exemple) ou s'en sert pour lancer une recherche, il accède à tous les messages contenant ce *hashtag*. Enfin l'utilisation du *hashtag* #FF (*Follow Friday*) est utilisé pour recommander un compte *twitter* (#FF@JCP_N, par exemple) à d'autres utilisateurs.

4. Identifier ses sources

Il existe sur *Twitter* des milliers de « sources d'informations » auxquelles on peut s'abonner. Certaines font partie des institutionnels immanquables (Cour de cassation, Conseil constitutionnel, Banque de France, notaires de France, Notaires de Paris ou encore votre JCP N). D'autres seront choisies non seulement en raison de leurs activités professionnelles mais aussi de la pertinence et de l'assiduité avec lesquelles elles sélectionnent l'information ou la commentent. Grâce à ces différentes sources il est possible de bénéficier gratuitement d'un service de veille mais également d'identifier, dans de nombreux corps de métiers, des professionnels passionnés.

5. Rechercher des tweets

On estime à plus de 180 millions le nombre de *tweets* envoyés chaque jour sur le réseau. Avec un volume aussi important, il n'est pas toujours simple de lancer une recherche efficace destinée à retrouver des messages portant sur un sujet précis. Pour nous y aider *Twitter* propose un moteur indexé. Ce dernier est accessible via la fenêtre de tâche proposée sur la partie supérieure de l'écran du réseau. Il est possible d'effectuer des recherches simples mais également d'utiliser des opérateurs qui permettent de les affiner. Ces derniers dont la liste et la syntaxe sont disponibles sur une page spécifique de *Twitter* (twitter.com/search#) comprennent les classiques OU et SAUF mais offrent également la possibilité de tenir compte des *hashtags* utilisés, des émetteurs et des destinataires des messages, de leur localisation, des données contenues dans les liens insérés dans les *tweets* ou encore de leur période d'envoi. Cette même page permet d'accéder au mode « Recherche avancée » à partir duquel il est possible de lancer des requêtes complexes sans devoir connaître la syntaxe des opérateurs.

6. S'inscrire sur Twitter

Pour s'inscrire, il suffit de se connecter sur le site de *Twitter* (twitter.com) puis de cliquer sur le bouton « Inscrivez-vous » situé en haut et à droite de la page d'accueil du site. Dans le formulaire de saisie qui apparaît alors, il faut s'identifier, choisir un nom d'utilisateur, entrer une adresse de courriel et confirmer. Une fois l'inscription effective, on peut, via l'onglet « Compte » du menu « Paramètres », choisir une photo ou un autre fichier graphique pour personnaliser sa page d'accueil, spécifier sa localisation géographique, entrer l'adresse d'un site internet et rédiger une petite « Biographie » d'une taille maximum de 160 caractères permettant de se présenter.