



swisscom

Le glossaire du Web 2.0

Largement forgé par Tim O'Reilly, le concept de "Web 2.0" rassemble des techniques et des pratiques interactives dédiées à l'Internet. La plupart de ces systèmes ne sont pas nouveaux. Web 2.0 désigne une nouvelle philosophie de l'usage de l'Internet avant tout. Avec le Web 1.0, les internautes étaient des consommateurs passifs. Avec le Web 2.0, ils génèrent et échangent des contenus. Quelques exemples classiques: les wikis, les weblogs, les réseaux sociaux, les portails de photos et de vidéos, les sites de partage (Ebay, Youtube, Wikipedia, Xing, etc.).

Balise ("tag" en anglais)

Aide majeure à la navigation sur le Web 2.0. Dans les blogs et les communautés, les contenus sont assortis de mots-clés, également appelés balises ou étiquettes, par leurs auteurs. Sur Flickr par exemple, le site de stockage et de partage de photos, les internautes peuvent cibler facilement leur recherche à l'aide de ces balises.

Blog

Contraction de web log. Il s'agit d'un journal intime numérique, publié sur Internet et constitué d'articles thématiques en règle générale. Ces articles (également appelés billets ou notes) possèdent une adresse URL statique (adresse Web) et peuvent être enrichis de commentaires par les lecteurs. Grâce à cette adresse, les internautes accèdent directement à ces contenus.

Billet ("post" en anglais)

Article dans un blog ("poster un billet").

Communauté virtuelle (cf. "réseau social")

Communauté d'individus avec des centres d'intérêt communs, qui communiquent virtuellement à l'aide des technologies de l'information. Dans le cas des applications Web 2.0 utilisées ici, les contenus sont générés par les internautes.

Digg

Cette plate-forme de Web 2.0 fusionne le concept de signet social avec le blog. Elle s'est spécialisée dans les actualités, les vidéos et les podcasts. Les renvois à des actualités sont insérés par titre, description et catégorie par des internautes, et notés de façon positive par d'autres internautes avec le fameux "digg it".

Enterprise 2.0

Une "entreprise 2.0" a incorporé des applications Web 2.0 (blogs, wikis ou communautés) dans son architecture informatique et les intègre dans son modèle commercial.

Flux de syndication ("feed" en anglais)

Service proposant des contenus (comme des actualités par exemple) par abonnement. Ces flux (également appelés fils) de syndication utilisent généralement le format RSS ou le nouveau format Atom. Ils sont surtout employés sur les sites sur lesquels de nouveaux contenus sont publiés régulièrement. En cas de changement ou de nouveauté, les abonnés sont informés automatiquement, sans qu'il leur soit utile de visiter le site.



swisscom

Google Adwords

(jeu de mot avec l'anglais "adverts" = annonces publicitaires et "words" = mots) Désigne une forme de publicité pour Internet avec le moteur de recherche Google. Les Google Adwords sont des annonces de quatre lignes, qui s'affichent dans une colonne à droite de l'écran lorsque l'internaute saisit un critère de recherche, ou dans la page de résultats, et qui doit enrichir le résultat de la recherche.

Marketing communautaire

Le marketing communautaire utilise une communauté virtuelle comme un outil de marketing. A cet effet, l'entreprise peut créer une communauté propre par exemple, ou diffuser de la publicité dans d'autres communautés.

Mashup

(de l'anglais "to mash" pour mélanger). Désigne la création de nouveaux contenus en combinant des sources d'information existantes de façon transparente. Textes, données, images, fichiers audio et vidéo sont ainsi associés à la manière d'un collage. Les mashups utilisent souvent des interfaces de programmation ouvertes (API), qui sont proposées par les autres applications.

Par exemple, un fournisseur peut publier sur son propre site des cartes et des photos satellite de Google Maps avec les API, et enrichir ces éléments avec des inscriptions personnalisées. L'API de Flickr est souvent utilisée pour lier des photos dans de nouvelles applications.

De nombreux mashups agrègent des données géographiques (en provenance de Google Maps par exemple) à d'autres contenus comme des photos ou des petites annonces. Des vidéos téléchargées sur YouTube par exemple peuvent aussi être incrustées dans des pages Internet.

Podcasting

Désigne la production et la mise à disposition de fichiers audio ou vidéo (podcasts audio ou vidéo) sur Internet. Ce terme est la contraction de iPod et Broadcasting. Un podcast est constitué de plusieurs articles sonores ou visuels (épisodes), qui peuvent être téléchargés à l'aide d'un fil RSS en règle générale.

RSS

Real Simple Syndication. Ce standard XML indépendant de toute plate-forme permet d'intégrer des actualités et d'autres contenus Web sur votre propre site. La culture florissante des blogs et des communautés repose sur la syndication RSS. Il est courant d'associer à ses propres contenus des textes, images, clips audio et vidéo réalisés par des tiers.

Réseau social (cf. "communauté virtuelle")

Sur ces réseaux basés sur le Web, les internautes peuvent enregistrer un profil personnel et enrichir de photos, de musiques ou de vidéos. MySpace, Facebook et Xing fournissent quelques exemples de réseaux sociaux. Les contacts de internautes figurent généralement dans leurs profils, ce qui permet de nouer facilement des contacts de 2^{ème} degré.

Rétrolien ("trackback" en anglais)

Désigne un lien hypertexte vers un article dans un autre blog.

Travail collaboratif

Ce terme désigne des projets auxquels participent plusieurs auteurs indépendants (co-paternité). Ces projets peuvent donner naissance à des logiciels (mouvement Open Source), des dictionnaires (Leo.org) ou des encyclopédies (Wikipedia.org).



swisscom

Twitter

Un twitter est un micro-blog. Les utilisateurs inscrits envoient des «updates» ou des «tweets» (140 signes au maximum) via différents services: SMS, IM, via le site de Twitter (RSS), application de bureau. Ces messages sont saisis dans une espèce de blog et présentés le long d'une ligne du temps.

Ils sont distribués à tous les utilisateurs qui se sont inscrits au sujet, à l'auteur ou au groupe en question. L'expéditeur décide si son information doit être adressée à tout le monde ou seulement à un groupe d'amis défini.

User Generated Content (UGC)

Désigne des contenus (images, textes, fichiers audio, films) créés par des internautes, qui peuvent être échangés avec d'autres internautes ou mis à disposition sur d'autres sites Web. Les UGC reposent sur un rapport "client à client" et s'écartent ainsi du rapport classique "entreprise à client".

Vlog

Contraction de "video" et "log". Il s'agit d'un blog essentiellement constitué de vidéos (et non pas de textes), comme Youtube par exemple.

Widget

Dans le contexte de Web 2.0, les widgets sont de petits utilitaires présents sur le bureau de l'ordinateur. Exemples: traducteur léger, bulletin météo, mini-calculateur. Les widgets nécessitent un téléchargement préalable sur l'ordinateur.

Webcast

Le webcast s'apparente par sa vocation à une émission de télévision, si ce n'est qu'il a été conçu pour être diffusé sur Internet. Les webcast sont distribués en direct ou sur demande.

Wiki

Site communautaire regroupant des informations fournies par différents internautes Le "crowdsourcing" désigne la génération de contenus de ce type. Wikipédia, l'encyclopédie en ligne créée en 2001, est le wiki le plus connu.

Sources:

Whats Web 2.0, de Tim O'Really - sur le site <http://www.oreillynet.com>

www.wikipedia.org

www.google.org

Sites divers:

En savoir plus sur les communautés Web 2.0: <http://www.web2null.de/category/community/> (en allemand)

En savoir plus sur la terminologie Web 2.0: <http://braininjection.wordpress.com/web-20-glossar/> (en allemand)

En savoir plus sur les applications Web 2.0: <http://bobstumpel.blogspot.com/> (en anglais)

La présentation sans doute la plus complète des projets de Web 2.0 avec une liste alphabétique.