



T.C. İÇİŞLERİ BAKANLIĞI
**SİVİL TOPLUMLA
İLİŞKİLER**
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ



SOSYAL MEDYA EL KİTABI

Aile Birliğinin Güçlendirilmesinde Medyanın Rolü Projesi
İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü
tarafından desteklenmektedir.

VİZYONUMUZ

İnternet, bilgi güvenliği ve yeni medya alanında ulusal ve uluslararası düzeyde projeler üreten, farkındalık yaratan, tarafsız, güvenilir, etkin ve kamu yararına çalışan bir sivil toplum kuruluşu olmaktır.

MİSYONUMUZ

İnternet yazının ve matbaanın icadı kadar önemli bir icattır. İnternet hepimizin çok iyi bildiği gibi son derece hızlı bir biçimde yaygınlaşmış ve hayatın her alanını etkilemeye başlamıştır. Hayatımızın her noktasına büyük etkisi bulunan internet, insan fıtratına uygun bir gelişmedir. Biz İMEF olarak internete “insanlığın buluşma noktası” , diyoruz.

Biz, her alanda yenilenmenin yaşandığı çağımızda internet, bilişim ve medyanın çağın gereklerine uygun kullanımında insanlar için hem sanal dünyada hem de hakiki hayatta faydalı ve sağlıklı platformlar kurabilmek, insanlığı ileri götürecek kalıcı projeler üretmek ve toplum hizmeti sağlamak için varız.

Federasyon, çalışmalarını yürütürken ülkemizin gelişmesi ve evrensel hukuk normlarına uygun demokratik hukuk devleti anlayışının yerleşmesi, ülkemizin yurt içinde ve yurt dışında tanıtılması, ulusal ve uluslararası boyutta barışa hizmet; sivil toplumun kurumsallaşması ve sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerinin artırılması konularını da gözetilir.





Aile, toplumun en temel yapı taşı, insanın ilk değerler okuludur. Toplumların huzuru, istikrarı ve geleceği; bireylerin aile içinde edindikleri sevgi, saygı, sorumluluk ve dayanışma anlayışına bağlıdır. Günümüz dünyasında ise bu değerlerin korunması ve güçlendirilmesi, yalnızca aile içinde değil, medyanın ve özellikle sosyal medyanın doğru, bilinçli ve etik kullanımıyla da doğrudan ilişkilidir.

Dijital çağın sunduğu fırsatlar, bilgiye erişimi ve iletişimi kolaylaştırırken; aynı zamanda bireyleri, özellikle gençleri, hızla değişen bir medya ortamına maruz bırakmaktadır. Bu ortam, aile bağlarını zayıflatabilecek kadar güçlü etkilere sahip olabileceği gibi, doğru yönlendirildiğinde aile içi iletişimi, eğitim ve değer aktarımını destekleyici bir rol de üstlenebilir. Bu nedenle medyanın dili, kullanılan kavramlar ve içerik üretiminde tercih edilen yaklaşımlar, aile birliğinin güçlendirilmesinde belirleyici bir öneme sahiptir.

Hazırladığımız “Sosyal Medya Sözlüğü”, bu bilinçle kaleme alınmıştır. Amacımız; sosyal medyada sıkça karşılaşılan kavramları doğru anlamlandırmak, iletişimde etik ve sorumluluk bilincini yaygınlaştırmak, aile kurumunu destekleyen bir dijital dil oluşturulmasına katkı sunmaktır. Medya profesyonelleri, akademisyenler, ebeveynler ve gençler için bir başvuru kaynağı olacağına inanıyoruz.

Bu çalışmada emeği geçen tüm yazar, editör ve katkı sunan kurumlara teşekkür eder; sosyal medyanın, aile birliğini koruyan, güçlendiren ve değerlerimizi yaşatan bir araç olarak kullanılması dileğiyle...

Dr. Süleyman Hasan BASA

İMEF (İnternet Medya ve Bilişim Federasyonu) NEDİR ?

İMEF, İnternet-Medya-Bilişim Dünyası başta olmak üzere verdiği / vereceği hizmetlerle ve üstlendiği misyonla insanları “İnsan Noktası”nda birleştiren, bir Sivil Toplum Kuruluşudur...

İMEF NEDEN VAR ?

Biz her alanda yenilenmenin yaşandığı çağımızda internet, bilişim ve medyanın çağın gereklerine uygun kullanımında insanlar için hem sanal dünyada hem de hakiki hayatta faydalı ve sağlıklı platformlar kurabilmek, insanlığı ileri götürecek kalıcı projeler üretmek ve toplum hizmeti sağlamak için varız.

Biz, her alanda “insan” unsurunun evrensel değerlerle yaşatılması için varız.

İnternet Medya ve Bilişim Federasyonu (İMEF) internetin yararlarını en üst düzeye çıkarma çabası taşıırken, eğitim, hukuk gibi konularda çalışmalar yaparak internet ve bilişimin insanların en az zarar göreceği bir duruma gelmesi için çaba sarfetmektedir.

İMEF, Türkiye ve Anadolu’nun ortak değerleri üzerinde yasal birliktelikler oluşturmak; birlikte yaşama kültürü ve ulusal ortak değerlerimizin korunması, ülkemizin gelişmesi ve evrensel hukuk normlarına uygun demokratik hukuk devleti anlayışının yerleşmesi, ülkemizin yurt içinde ve yurt dışında tanıtılması, ulusal ve uluslararası boyutta barışa hizmet; sivil toplumun kurumsallaşması ve sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerinin artırılması konularında çalışmalar yapar.



SOSYAL MEDYA

SOSYAL MEDYA NEDİR ?

Sosyal medya, sanal topluluklar ve ağlarda bilgi ve fikir yaratmak, paylaşmak ve değiş tokuş etmek için internet ve bilgisayar tabanlı teknolojileri kullanan bir sosyal etkileşim biçimidir.

SOSYAL MEDYADA BULUNAN Aę TURLERİ

- *Platformlar
- *Sosyal ağlar
- *Medya paylaşım ağları
- *Podcastler
- *Tartışma forumları
- *Fotoğraf depolama ve paylaşım ağları
- *Yer imi ve içerik iyileştirme ağları
- *Tüketiciler geribildirim ağları
- *Sosyal alışveriş ağları
- *Wikiler ve sözlükler
- *Paylaşım ekonomisi ağları
- *Canlı yayın platformları



DÜNYANIN EN ÇOK KULLANILAN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARI

- *Facebook
- *YouTube
- *WhatsApp
- *Facebook Messenger
- *WeChat (Weixin)
- *Instagram
- *TikTok (Douyin)
- *QQ
- *QZone
- *Sina
- *Weibo
- *Reddit
- *Kuaishou
- *Twitter
- *Pinterest



Sosyal Medyanın Avantajları

- Eğitim fırsatları sunar
- *Sosyal bağlantılar kurmanıza olanak tanır
- *Topluluk oluşturmaya olanak tanır
- *Sosyal destek ve dayanışma sağlar
- *Yaratıcılık ve kendi kendine ifade özgürlüğü tanır
- *Sevdiklerinizle iletişimi sürdürmenize yardım eder
- *Bilgiye hızlı ve kolay erişim sağlar
- *Satış ve pazarlama fırsatlarını artırır
- *İş ve kariyer fırsatları sunar
- *Farkındalık kazandırır
- *Gündelik hayatı kolaylaştırır
- *Farklı kültürler hakkında bilgi verir
- *Eğlenceli içeriklere erişim sağlar
- *Hızlı iletişim kurmanıza olacak sağlar
- * Özgün içerikler üretme imkanı sağlar



Sosyal Medyanın Dezavantajları

- * Depresyon yaşanabilir
- * Stres yaratabilir
- * Duygusal tükenmişlik yaşanabilir
- * Özgüven eksikliğine yol açabilir
- * Değersizlik hissi oluşabilir
- * Mutsuzluk yaratabilir
- * Uyku problemleri yaşatabilir
- * Sosyal ilişki problemleri yaşatabilir
- * Sosyal medya bağımlılığı yapabilir
- * Güvenlik sorunları yaratabilir
- * Yanlış bilgiler sunabilir
- * Siber zorbalığa alan tanıyabilir



SOSYAL MEDYADA KULLANICI PROFİLLERİ

- *Platformlar
- *Sosyal ağlar
- *Medya paylaşım ağları
- *Podcastler
- *Tartışma forumları
- *Fotoğraf depolama ve paylaşım ağları
- *Yer imi ve içerik iyileştirme ağları
- *Tüketici geribildirim ağları
- *Sosyal alışveriş ağları
- *Wikiler ve sözlükler
- *Paylaşım ekonomisi ağları
- *Canlı yayın platformları

BAŞARILI BİR KULLANICI PROFİLİ NASIL OLUSTURULUR ?

- *Gerçek adınızı kullanın
- *İyi düşünülmüş bir @nickname seçin
- *İyi bir profl fotoğrafı seçin
- *Proflinizde sizi daha detaylı tanıtacak bir linke yer verin
- *Kısa bir bio yazın
- *Arka plan ve kapak görselinizin kalitesini yüksek tutun
- *Gizlilik ayarlarınızı gözden geçirin
- *Paylaşımlarınızda metin, fotoğraf ve video içerik kalitesine önem verin

SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖNERİLERİ

Sosyal medya kullanımında izlenmesi gereken dört temel adım;

- *Dinle
- *Yayınla
- *Etkileşime geç
- *Değerlendir



KRİZ ORTAMINDA SOSYAL MEDYANIN KULLANIMI VE DEZENFORMASYONLA MÜCADELE

*Kriz durumlarında sosyal medya kullanımı çok önemlidir.

*Herhangi bir terör eylemi, doğal afet, toplumsal olay gibi durumlarda kullanıcıların dezenformasyona karşı bilinçli olması önemlidir.

*Sosyal medyada elde edilen bilgiler, resmi kurum ve kuruluşların kaynaklarından teyit edilmelidir.

*Sahte ve teyit edilmemiş bilgilerle, yalan haberlerle mücadele için öncelikle kişisel bilincin oluşması ve bu haberlerin teyit edilmeden paylaşılmaması son derece önemlidir.

*Sosyal medyada kriz yasanan dönemlerde kullanıcıların yayılan her içeriğe ilk görüşte inanmaması son derece önemlidir. Teyit edilmeyen bilgi paylaşmamak da sahte içeriğin yayılmasının önüne geçecektir.

*Kriz yöneticileri, yerelde etkili kişileri gerektiğinde mobilize etmek üzere hazırlamalı, söylentilere karşı bilgilendirme yapmak amacıyla yerel toplantılar da dahil tüm iletişim kanallarını kullanmalıdır.

*Kitle iletişim araçları ve sosyal medya sürekli biçimde takip edilerek söylentiler ortaya çıktığı anda hızlı müdahale edilmeli, söylentinin yayılımı engellenerek doğru bilginin yayılması sağlanmalıdır.

*Haber kaynakları sürekli biçimde doğru ve güvenilir bilgiyle beslenerek söylentinin ortaya çıkışını engelleyecek tedbirler alınmalıdır.

SOSYAL MEDYA VE ALGI YÖNETİMİ

*Sosyal medyada algı yönetimi, İnsana ulaşmak, satın alma tercihlerini yönetmek, yeni hedef tüketici kitlesi ile etkileşim sağlamak, itibar yönetimi, markanın bilinirliği ve diğer benzerlerinden daha üstün olduğu kabulünü yerleştirmek, ikna etmek, kurum vizyonunu oluşturmak için kullandığı bir politika aracı olmuştur.

*Sosyal medyanın geleneksel medyaya oranla kolay bir erişime sahip olması algı yönetimini kolaylaştırmaktadır.

*Kitlelerin sahte bilgi, içerik ve görsellerle kandırılmasıyla birlikte algı yönetimi oluşmakta, bireyler bu bilgiler ışığında hareket etmektedir.

*Sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilen algı yönetiminde bireyler aynı iletiyi farklı bir şekilde yorumlayabilmektedirler.

- *Sosyal medya doğrudan bilinçaltına hükmederek toplumsal kabullerin değişmesini sağlayabilmektedir.
- *Kurgulanmış videolar, montajlanmış görseller de algı yönetimi amacıyla sosyal medyada sunulmaktadır.
- *Sosyal medyadaki olumsuz algıyı olumluya çevirmek için içerikler dikkatli bir şekilde paylaşmalı, tezatların ve yanlışların neler olduğu örnekler esliğinde sunulmalıdır.

SOSYAL MEDYA VE AİLE İLİŞKİLERİ

Sosyal medya, bireylerin dikkatini çekerek aile içi iletişimi azaltmakta, bağımlılık yaratmakta ve duygu durum bozukluklarına neden olmaktadır. Sosyal medyada fazla zaman geçiren kişiler, aileleriyle geçirecekleri zamanı azaltmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığının gündelik yaşamın devamlılığı ve aile içi ilişkiler üzerinde olumsuz etkilerinin olduğu belirtilmektedir. Bu etkiler ise sosyal medyada fazla zaman geçirerek gündelik işlerin aksaması, aile içi ilişkilerin ve bağın zayıflaması gibi olumsuzluklardır

Sosyal medyanın, kişiyi gerçek yaşamdan ve yüz yüze iletişimden uzaklaştırması, onun yüz yüze iletişim durumunda kaygı yaşamasına neden olmaktadır. Bu durum, bireylerin sağlıklı ilişkiler kurmasına engel olmakta ve bireyleri zamanla yalnızlaştırmaktadır.

Dijital medya araçları aşırı kullanıldığında çocukların düşünce gücünü zayıflatmakta, onları sosyal yaşamdan ayırmakta ve pratik düşünmeyi, sanatsal faaliyetleri, hayal kurmayı ve sosyalliği kontrol eden sağ beyni pasifize etmektedir.



Access group	Erişim grubu , bir sosyal medya aracında veya paylaşımlı çalışma alanında kimin ne yapabileceğini kontrol etmenin bir yoludur. Bunu bir VIP misafiri listesi oluşturmaya benzetebilirsiniz: Yalnızca o gruptaki kullanıcılar belirli içerikleri veya özellikleri görüntüleyebilir, düzenleyebilir veya yönetebilir. Her şey izinlerle ilgilidir: Kimin neye erişebileceği.
Accountant	Sosyal medyada “muhasibeci” , finans yönetimi yapan kişi anlamına gelmez. İnternette yetişkinlere yönelik içerik üreten kişiler için kullanılan bir argo terimdir.
Ad	Sosyal medya reklamları , belirli bir kitleye ulaşmak için tasarlanmış ücretli tanıtım gönderileridir. Akışınızda gezinirken bu reklamları normal içeriklerle birlikte görürsünüz.
Ad set	Reklam seti , sosyal medya reklam kampanyasında reklamlarınızın nasıl, ne zaman ve kime yayınlanacağını kontrol ettiğiniz bir düzeydir.
Ads Manager	Reklam Yöneticisi , sosyal medya platformlarında ücretli reklamlar oluşturmak, yönetmek ve izlemek için kullandığınız araçtır; bunu kampanyalarınız için bir komuta merkezi olarak düşünebilirsiniz.
Aesthetic	Sosyal medya estetiği , bir markanın görünümünü şekillendirmek için tasarım öğelerinin tutarlı bir şekilde kullanılmasıdır. Güçlü bir görsel kimlik oluşturmanın neden önemli olduğunu öğrenin.
Affiliate marketing	Ortaklık pazarlaması , sizin (ortak olarak) benzersiz bir bağlantı kullanarak başka birinin ürün veya hizmetini tanıttığınız, performansa dayalı bir pazarlama stratejisidir. Birisi bağlantınıza tıklayıp bir satış veya kaydolma gibi başka bir işlem gerçekleştirdiğinde, bir komisyon (genellikle yüzde-lik veya sabit bir ücret) kazanırsınız. Bu, herkesin kazandığı bir sistemdir: Satıcılar yalnızca siz sonuç aldığınızda ödeme yapar ve siz de gerçekten beğendiğiniz ürünleri paylaştığınız için ödüllendirilirsiniz.
Alerts	Uyarılar , sosyal medyada önemli bir şey olduğunda (örneğin bir bahsetme, yorum, yeni takipçi veya rakip etkinliği) açılan bildirimlerdir. Bunlar, sizi gelişmelerden haberdar etmek için tasarlanmış gerçek zamanlı mesajlardır (e-posta, uygulama veya pano aracılığıyla) ve kanallarınızı sürekli kontrol etmenize gerek kalmaz.
Algorithm	Algoritma , Instagram, Facebook, TikTok ve X gibi platformların akışınızda hangi içeriklerin gösterileceğine karar vermek için kullandığı, bazen karmaşık matematiksel hesaplamalar içeren bir dizi kuraldır. Tıkladığınız, beğendiğiniz, yorum yaptığınız veya kaydırdığınız içerikler gibi unsurlara bakar ve ardından bu sinyalleri kullanarak ilgi alanlarınıza göre uyarlanmış gönderileri sıralar ve önerir. Basitçe söylemek gerekirse: İnternette gördüklerinizin ardındaki görünmez sistemdir.
Algospeak	Algoritmik konuşma , sosyal medya içerik filtrelerini aşmanın bir yoludur. İşaretlenebilecek veya kaldırılacak içerikler hakkında konuşmak için farklı kelimeler, ifadeler veya hatta emojiler kullanmanızdır.

Alt text	Alternatif metin veya alt metin , sosyal medya gönderileri gibi dijital içeriklere eklediğiniz bir görselin kısa açıklamasıdır. Ekran okuyucu kullanıcıları gibi görseli göremeyen kişilerin görselde ne olduğunu anlamalarına yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Facebook, X, LinkedIn ve Instagram gibi platformlarda alt metin, gönderilerinizi daha erişilebilir hale getirir, arama görünürlüğünü artırır ve herkes için deneyimi iyileştirir.
AMA “Ask Me Anything.”	AMA , “Bana Her Şeyi Sor” anlamına geliyor. Reddit’te başlayan ve diğer sosyal medya platformlarına yayılan popüler bir soru-cevap formatı.
API Application Programming Interface	API veya Uygulama Programlama Arayüzü , özünde farklı yazılım parçalarının birbirleriyle iletişim kurmasını sağlayan bir dizi kuraldır. Bunu kullanıcı dostu bir protokol olarak düşünün; uygulamaların ve platformların veri veya işlevleri paylaşabilmesi için istekleri yapılandırılmış bir şekilde ileri geri gönderirler. API’lerle doğrudan etkileşim kurmasanız da, perde arkasındaki birçok araç ve özelliği desteklerler.
Archiving	Sosyal medyada arşivleme , gönderilerinizi, mesajlarınızı ve diğer içeriklerinizi daha sonra kullanmak üzere kaydetmek anlamına gelir. Eski fotoğrafları dijital bir albümde saklamak gibidir. Bir şeyi arşivlediğinizde, onu güvende ama gözden uzak tutarsınız. Bu, daha sonra isteyebileceğiniz şeyleri silmeden profilinizi düzenlemenize yardımcı olur.
Artificial Intelligence (AI)	Yapay Zeka (AI) , insanlar gibi düşünmek ve öğrenmek üzere tasarlanmış bilgisayarlar demenin süslü bir yolu olan Yapay Zeka’nın kısaltmasıdır. Özünde, yapay zeka, her adım için özel olarak programlanmadan dili anlama, görselleri tanıma veya sorunları çözme gibi görevleri yerine getirmek için algoritmalar ve veriler gibi akıllı teknolojileri kullanır. Sosyal medyada ise sohbet robotlarını çalıştırın, içerik öneren ve hatta o sıra dışı sanal etkileyicileri yaratan şey budur.
Augmented reality (AR)	Artırılmış gerçeklik (AR) , gerçek dünya görüşünüze dijital içerik (görüntüler, animasyonlar, sesler veya veriler gibi) ekleyen bir teknolojidir. Bunu Snapchat lenslerinden, Instagram filtrelerinden veya telefonunuz aracılığıyla gözlük veya makyaj “takmanızı” sağlayan deneme araçlarından biliyor olabilirsiniz. Çevrenizi tamamen dijital bir ortama değiştiren sanal gerçekliğin aksine, AR halihazırda gördüğünüz dünyayı zenginleştirir.
Avatar	Avatar , çevrimiçi ortamdaki dijital “siz”inizdir; sosyal medyada, forumlarda, sohbetlerde ve sanal dünyalarda adınızın yanında görünen resim veya karakterdir. Gerçek bir fotoğraf, çizgi film versiyonu, bir logo veya hatta tamamen animasyonlu bir figür olabilir. Görevi nedir? İnsanların sizi anında tanımasına ve neyi savunduğunuzu anlamalarına yardımcı olmak.
Average response time	Ortalama yanıt süresi , bir markanın sosyal medyadaki müşteri mesajlarına yanıt vermesinin ne kadar sürdüğünü ifade eder. Müşterilerin soru göndermesi ile sizin yanıt vermeniz arasında geçen ortalama süredir.
B/c (because)	“B/c” , sosyal medyada ve kısa mesajlaşmada “çünkü” ifadesinin popüler bir kısaltmasıdır. Günlük çevrimiçi sohbetlerde nedenleri hızlıca açıklamak veya bağlam sağlamak için sıklıkla kullanıldığını göreceksiniz.



B2B (busi- ness-to-business)	B2B , işletmeler arası anlamına gelir . Basitçe, bir işletmenin başka bir işletmeye ürün veya hizmet satması anlamına gelir; örneğin bir yazılım sağlayıcısının bir şirkete muhasebesinde yardımcı olacak araçlar sunması veya bir toptancının perakende mağazalarına ekipman tedarik etmesi gibi. Sosyal medya söz konusu olduğunda ise B2B, diğer şirketlerde karar vericilere ulaşmak için LinkedIn, Facebook, X (eski adıyla Twitter), Instagram veya YouTube gibi platformların kullanılması anlamına gelir. İşte B2B sosyal medya pazarlamasının özü budur.
B2C (busi- ness-to-consumer)	B2C , işletmeden tüketiciye anlamına gelir ve ürün veya hizmetleri doğrudan sıradan insanlara satan şirketleri ifade eder , diğer işletmelere değil. En sevdiğiniz online mağazayı, moda markasını, yayın hizmetini veya restoran uygulamasını düşünün; bunların hepsi B2C markalarıdır. Bu, genellikle hızlı ve kolay satın alma kanalları aracılığıyla bireyleri hedefleyen bir işletmedir.
BeReal	BeReal , kullanıcıları günlük yaşamlarından filtrelenmemiş, özgün anları paylaşmaya teşvik eden bir sosyal medya uygulamasıdır. Uygulama, günde bir kez, rastgele bir zamanda tüm kullanıcılara eş zamanlı bir bildirim göndererek, iki dakikalık bir süre içinde bir fotoğraf çekip paylaşmalarını ister. Uygulama, kullanıcının mevcut deneyiminin gerçek bir anlık görüntüsünü sunmak için hem ön hem de arka kameraları kullanır.
BFR (“Be For Real.”)	BFR , “Gerçekçi Ol” anlamına gelir . Sosyal medyada inanmazlık, şaşkınlık veya dürüstlük çağrısı ifade etmek için kullanılan samimi ve resmi olmayan bir kısaltmadır. Birisi “BFR?” veya “BFR!” diye mesaj attığında, aslında “Ciddi misin?” veya “Gerçek misin?” demek ister.
Binge-watching	Dizileri peş peşe izlemek , bir sonraki bölümü bir hafta beklemek yerine, artık isterseniz bir günde tüm sezonu izleyebilemeniz anlamına geliyor.
Bitly	Bitly , sosyal medyada ve diğer platformlarda paylaşmak üzere kompakt bağlantılar oluşturmanıza yardımcı olan popüler bir URL kısaltma aracıdır. Uzun web adreslerini sınırlı karakter aralıklarına sığdırmanız gerektiğinde kullanışlıdır.
Bitmoji	Bitmoji , kişisel emojiğinizdir; çizgi film versiyonunuzdur. Sosyal medyada ve mesajlarda kendinizi ifade etmenin eğlenceli bir yoludur. Saç, göz ve kıyafet gibi özellikleri özelleştirerek kendi Bitmoji avatarınızı oluşturabilirsiniz. Bitmojiler Snapchat ve diğer platformlarda oldukça popüler. Bunları sohbetlerde ve paylaşımlarda çıkartma veya tepki olarak kullanabilirsiniz. Duygularınızı kelimelere gerek kalmadan göstermek için harika bir yoldur.
Blockchain	Blockchain , tek bir bilgisayar yerine birçok bilgisayarda saklanan, paylaşılan, dijital bir not defterine benzer. Her yeni bir şey (bir işlem veya kayıt gibi) eklendiğinde, tüm ağ tarafından görülebilir ve sabitlenir. Bir kez yazıldıktan sonra değiştirilemez. Bunu, her düzenlemenin kalıcı ve dürüst bir şekilde kaydedildiği, bir grupta paylaşılan bir Google Dokümanı olarak düşünebilirsiniz.
Blocking	Engelleme , başka bir kullanıcının profilinize ve içeriğinize erişimini kısıtlayan bir özelliktir. Birini engellediğinizde, o kişi o platformda gönderilerinin göremez, size mesaj gönderemez veya sizinle etkileşim kuramaz. Bu, sizinle engellediğiniz kişi arasında dijital bir duvar örmüş gibi bir şeydir.

Blog	Blog , düzenli olarak içerik paylaştığınız bir web sitesidir. "Web günlüğü"nın kısaltmasıdır. Bloglar, ilginizi çeken konularla ilgili makaleler, fotoğraflar, videolar veya diğer içerikleri yayınlamanıza olanak tanır. Düşüncelerinizi ifade etmek, bilgi paylaşmak ve çevrimiçi ortamda başkalarıyla bağlantı kurmak için bunları kullanabilirsiniz. Bloglar birçok farklı türde olabilir. Hayatınız hakkında kişisel bir blog veya işiniz hakkında profesyonel bir blog açabilirsiniz.
Blogger	Blog yazarı , bir blog yazan ve yöneten kişidir; blog , esasen makaleler, hikayeler, görüşler veya tavsiyeler gibi içeriklerin paylaşıldığı kişisel veya niş odaklı bir web sitesidir. Bu gönderiler genellikle ters kronolojik sırayla görüntülenir, yani en yeni içerikler önce gösterilir. Blog yazarları düşüncelerini, uzmanlıklarını, deneyimlerini veya tutkularını sürekli olarak paylaşır ve okuyucular genellikle yorum yapabilir ve etkileşimde bulunabilir.
Blue checkmark	Mavi onay işareti , sosyal medyada bazı hesapların yanında göreceğiniz özel bir semboldür. Platformların, bir hesabın gerçek olduğunu ve iddia ettiği kişiye ait olduğunu göstermesinin bir yoludur. Bu küçük mavi rozetleri ünlü kişilerin, büyük şirketlerin veya popüler markaların adlarının yanında görebilirsiniz. Bunlar, sahte veya hayran hesaplarına değil, gerçek bir ürüne baktığınızı anlamanıza yardımcı olur. Sosyal ağlar, güvenilir bilgilere daha kolay ulaşmanızı sağlamak için mavi onay işaretleri kullanır. Bir onay işareti gördüğünüzde, hesabın gerçek olduğundan daha emin olabilirsiniz.
Bluesky	X'e (eski adıyla Twitter) benzer şekilde Bluesky , verileriniz üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmanızı sağlayan yeni bir merkezi olmayan sosyal medya platformudur.
BoardReader	BoardReader , çevrimiçi forumlardan ve mesaj panolarından içerik bulmaya odaklanan özel bir arama motorudur. Pazarlamacılar, araştırmacılar ve web genelinde kullanıcı tarafından oluşturulan tartışmaları keşfetmek isteyen herkes için kullanışlı bir araçtır.
BoFu (bottom of the funnel)	BoFu veya huninin alt kısmı, sosyal medya pazarlama huninizin son aşamasıdır. Potansiyel müşterilerinizin satın alma kararına en yakın olduğu nokta burasıdır.
Boolean search	Boole araması , sosyal medya çalışmalarınız için çıkış açıcı bir özelliktir. Aramanızı AND, OR ve NOT ile daraltabildiğinizde, gürültüyü kesebilir ve tam olarak aradığınızı bulabilirsiniz.
Boosted post	Öne çıkarılan gönderi , takipçilerinizin ötesinde daha fazla kişiyle paylaşmak için ödeme yaptığınız düzenli bir sosyal medya güncelleme-sidir (örneğin bir fotoğraf, video veya durum). Facebook, Instagram ve LinkedIn gibi platformlar, hedef kitlenizi, bütçenizi ve kampanya sürenizi seçmenize olanak tanır. Bu, organik içeriğinize küçük bir tanıtım desteği vererek daha fazla kişinin görüp etkileşim kurmasını sağlar.



Bots	Sosyal medya botları , Instagram ve X (eski adıyla Twitter) gibi platformlarda gerçek kullanıcılar gibi davranan bilgisayar programlarıdır. İçerik yayınlamak, gönderileri beğenip paylaşmak ve hatta insanlarla otomatik olarak sohbet etmek için tasarlanmıştır. Bu botlar, haber güncellemeleri paylaşmak veya temel soruları yanıtlamak gibi faydalı şeyler yapabilir. Ancak, yanlış bilgi yayarak veya kullanıcılara spam göndererek de sorun yaratabilirler.
Brand	Markanız , logonuzu, renklerinizi ve takipçilerinizle iletişim kurma şeklinizi içerir. İnsanların sizi veya işletmenizi nasıl gördüğünü ve düşündüğünüzü kapsar.
Brand advocate	Marka savunucusu , markanızı seven ve başkalarına anlatan kişidir. Onlar, markanızı para almadan yayan en büyük hayranlarıdır.
Brand ambassador	Marka elçisi , sosyal medyada bir şirketi veya ürünü tanıtan ve takipçileri arasında güven ve heyecan yaratan kişidir. Onları, bir markaya olan sevgisini paylaşan dost canlısı bir yüz olarak düşünün; ister Instagram'da paylaşım yapan bir influencer, ister eğlenceli videolar çeken bir TikTok içerik üreticisi, isterse de en sevdiği ürünün övgüsüyle bahseden sadık bir müşteri olsun. Brandwatch olarak, marka elçilerini çevrimiçi sohbeti gerçek bir etkileşime dönüştürmede kilit oyuncular olarak görüyoruz.
Brand authenticity	Marka özgünlüğü , markanızın gerçek, samimi ve güvenilir görünmesi anlamına gelir. Dürüst ve tutarlı olmak, sadece mesajlarınızda değil, davranışlarınızda, söylediklerinizde ve yaptıklarınızda da önemlidir. Değerleriniz eylemlerinizle örtüştüğünde, müşteriler bunu fark eder ve size daha çok güvenirler.
Brand awareness	Marka farkındalığı , bir markanın ismini, logosunu veya ürünlerini tanımaya dayanan, bir şirketin kimliğini ne kadar iyi bildiğinizdir.
Brand partnership	Marka ortaklıkları genellikle sosyal medya kampanyalarına veya ürün iş birliklerine odaklanır. Bu, markaların güçlerini birleştirerek birlikte özel bir şey yaratmalarının bir yoludur.
Brand persona	Marka kişiliği , markanızın sahip olduğu insansı kişiliktir. Markanızın sosyal medyada ve diğer platformlarda insanlarla nasıl konuştuğunu, hareket ettiğini ve bağlantı kurduğunu gösterir. Bunu, markanızın kendine özgü özellikleri, değerleri ve konuşma tarzıyla karakteri olarak düşünün.
Brand reputation	Marka itibarı , müşterilerinizin, iş ortaklarınızın ve kamuoyunun sizin hakkınızda ne düşündüğünün toplamıdır. İtibarınız, onların deneyimlerinden, fikirlerinden ve sizin hakkınızda duyduklarından gelir.
Brand style guide	Marka stil rehberi (aynı zamanda marka rehberi veya marka kitabı olarak da adlandırılır), markanızı her türlü biçimde nasıl sunacağınızı açıklayan, tek ve kolay paylaşılabilen bir el kitabıdır. Logonuzu, renklerinizi, yazı tiplerinizi, görsellerinizi ve nasıl yazacağınızı ("ses ve ton") ele alır. Temel olarak, markanızın sosyal medya, web siteleri, basılı yayınlar ve daha birçok alanda, farklı kişiler içerik oluştururken bile tutarlı bir görünüm ve sese sahip olması için kullandığı bir araçtır.

Brand voice	Marka sesi , kalabalığın arasından sıyrılmanıza yardımcı olurken aynı zamanda tutarlılık da sağlar. Bu sayede sosyal medya gönderileriniz, e-postalarınız ve reklamlarınız aynı yerden geliyormuş gibi duyulur.
Branding	Markalaşma , şirketinizin kimliğini şekillendirme sürecidir; yani nasıl göründüğünüzü, sesinizi ve hareketlerinizi şekillendirerek insanların sizi anında tanimasını ve sizinle bağ kurmasını sağlar.
Brick and mortar	“Tuğla ve harç” , insanların ziyaret edebileceği, gezip görebileceği ve bizzat alışveriş yapabileceği mağazalar, ofisler veya restoranlar gibi gerçek ve fiziksel bir konumda faaliyet gösteren işletmeleri ifade eder. Bu, yalnızca çevrimiçi veya e-ticaret işletmelerinin tam tersidir. Birisi “tuğla ve harç” dediğinde, dokunabileceğiniz, deneyebileceğiniz veya personelinizle yüzyüze konuşabileceğiniz yerlerden bahsediyor.
Business objective	İş hedefi , şirketinizin ulaşmayı hedeflediği belirli ve ölçülebilir bir hedeftir. Stratejinize ve sosyal medya çalışmalarınıza rehberlik eden kısa vadeli bir hedeftir. İş hedefleri, şirketin genel hedeflerinden farklıdır. Daha odaklıdır- lar ve net zaman çizelgeleri ve ölçümleri vardır.
Buyer persona	Alıcı kişiliği , görüşmeler, anketler veya analizler gibi gerçek veriler ve araştırmalara dayanarak oluşturulmuş, ideal müşterinizin yanı sıra kurgusal bir profildir. Müşterilerinizin kim olduğunu, hangi zorluklarla karşılaştıklarını ve satın alma kararlarını nasıl verdiklerini yansıtır. Gerçek bir kişi olmasa da, gerçek içgörülere dayanarak tipik bir alıcı portresi çizer. Bu, sosyal medyada kiminle konuştuğunuzu tahmin etmek yerine, net ve insani duygulara hitap eden bir profile konuştuğunuz anlamına gelir; bu da yankı uyandıran içerikler oluşturmanıza yardımcı olur.
Buyer's journey	Alıcı yolculuğu , bir kişinin bir şeye ihtiyacı olduğunu ilk fark ettiği andan onu seçip satın aldığı ana kadar izlediği yoldur. Basitçe söylemek gerekirse, bir sorunu fark etmekten, seçenekleri araştırmaya ve karar vermeye kadar geçen süreçtir. İnsanların müşteri olmadan önce nasıl düşündüğünü ve davrandığını açıklar.
CAC (customer acquisition cost)	CAC , Müşteri Edinme Maliyeti anlamına gelir. Basitçe açıklamak gerekirse, yeni bir müşteri kazanmak için reklamlara, araçlara, ekiplere ve daha fazlasına ne kadar harcadığınızdır. Bunu, müşteri başına maliyetinizi hesaplamak gibi düşünün: satış ve pazarlama giderlerinizi toplayıp, elde ettiğiniz yeni müşteri sayısına bölüyorsunuz. Bu, ilgiyi ödeme yapan kullanıcılara dönüştürme çabalarınızın ne kadar etkili olduğunun önemli bir ölçüsüdür.
Call center	Çağrı merkezi, müşteri desteği, satış veya diğer hizmetler için gelen ve giden çok sayıda sesli aramayı yöneten (tek bir yerde veya uzaktan) özel bir ekiptir. Bunu, gerçek kişilerin telefonda sorularınızı yanıtladığı veya bir ürünle ilgili size yardımcı olmak, bilgi sunmak veya geri bildirim toplamak için arama yaptığı bir merkez olarak düşünün. Başlangıçta telefonla çalışan birçok kişi, artık iletişim merkezi olarak bilinen bir platformda e-postaları, canlı sohbeti veya sosyal medyayı da yönetiyor.



Call to action (CTA)	Harekete geçirici mesaj (CTA) , sizi sosyal medyada belirli bir eylemde bulunmaya teşvik eden bir uyardır. Gönderilerin ve reklamların önemli bir parçasıdır ve etkileşim kurmanızı sağlamak için tasarlanmıştır. CTA'lar, "Kaydol", "Daha Fazla Bilgi Edinin" veya "Hemen Alışveriş Yapın" diyen düğmeler, bağlantılar veya metinler olabilir.
Canva	Canva , sosyal medya için göz alıcı görseller oluşturmanıza yardımcı olan kullanıcı dostu bir grafik tasarım platformudur. Hem yeni başlayanlar hem de profesyoneller için vazgeçilmez bir araçtır ve geniş bir şablon ve özelleştirme yelpazesi sunar. Canva ile sosyal kanallarınız için göz alıcı gönderileri, hikayeleri ve reklamları hızla tasarlayabilirsiniz.
CapCut	CapCut , sosyal medya içerikleri oluşturmayı seviyorsanız bayılacağınız ücretsiz bir video düzenleme uygulamasıdır. TikTok'un da yaratıcısı olan ByteDance tarafından geliştirilmiştir. Bu kullanıcı dostu araç, telefonunuzda veya bilgisayarınızda videoları kolayca düzenlemenizi sağlar. Videolarınızı daha ilgi çekici hale getirmek için klipleri kırabilir, müzik ekleyebilir ve harika efektler kullanabilirsiniz. CapCut, sunduğu şablonlar ve basit kontrollerle yeni başlayanlar için harika bir seçenek. Ancak daha deneyimli içerik oluşturucular için de gelişmiş özelliklerle dolu.
Caption	Başlık , sosyal medyada bir fotoğraf, video, Reel veya herhangi bir görsel içeriğin yanına yazdığınız metindir. Olan biteni açıklama, biraz bağlam veya kişilik paylaşma ve hedef kitlenizi etkileşime davet etme şansınızdır.
Carousel	Döngü gönderisi , tek bir gönderide birden fazla fotoğraf veya video paylaşmanıza olanak tanıyan bir sosyal medya formatıdır. Daha fazla içerik görmek için slaytları kaydırabilir veya tıklayabilirsiniz.
Carousel ads	Döngüsel reklamlar , tek bir kaydırılabilir gönderiye birden fazla resim veya video eklemenize olanak tanıyan bir sosyal medya reklam türüdür. Tek bir fotoğraf veya klip yerine, bir dizi "kart" alırsınız ve izleyiciler bunlar arasında gezinebilir. Bu, tek bir reklama daha fazla bilgi sığdırmanın ve eğlenceli ve etkileşimli bir deneyim sunmanın akıllıca bir yoludur.
Cashtag	Cashtag , \$AAPL tıpkı Apple veya Bitcoin gibi bir hisse senedi veya kripto para biriminin önüne yerleştirilmiş bir dolar işaretidir (\$) \$BTC. Tıpkı bir hashtag (#) gibi çalışır ve bu sembolü, aynı etiket kullanan diğer konuşmaları bulmanıza yardımcı olacak tıklanabilir bir bağlantıya dönüştürür. Ancak cashtag'ler, konular yerine finansal araçlar hakkında ki gönderileri gruplandırır; böylece tartışmaları, görüşleri ve piyasa sohbetlerini kolayca takip edebilirsiniz.
Celebrity influencer	Ünlü etkileyici , milyonlarca takipçisi olan ve sosyal medyadaki popülaritesini kullanarak insanların seçimlerini etkileyen ünlü kişidir.
CEO	CEO , bir şirketin en üst düzey yöneticisidir. Büyük kararlar alırken ve dümeni yönetirken onları görürsünüz. Hedefleri belirlemek, operasyonları yönetmek ve işi yolunda tutmakla görevlidirler.

CFBR	CFBR , Daha İyi Erişim için Yorum Yapma anlamına gelir . LinkedIn, Facebook ve Instagram gibi platformlarda kullanılan ve içerik üreticilerinin veya profesyonellerin, sosyal medya algoritmalarının çalışma şekli sayesinde bir gönderinin görünürlüğünü artırmak için başkalarını yorum bırakmaya (genellikle sadece "CFBR") teşvik ettiği bir etkileşim taktiğidir. Başka bir deyişle, dostça bir dürtmedir: "Hey, buraya bir yorum bırakın; bu, gönderinin daha fazla kişiye ulaşmasını sağlar."
Channel Art	Kanal resmi , YouTube kanalınızın en üstündeki başlık görselidir. İzleyiciler üzerinde ilk izlenimi yaratan önemli bir marka oluşturma aracıdır.
Channel trailer	Kanal fragmanı , YouTube'da kanalınıza gelen yeni ziyaretçileri karşılayan kısa bir videodur. Dostça bir el sıkışma gibidir; kim olduğunuzu, ne yaptığınızı ve birinin neden kanalınızda kalması gerektiğini anlatır. Kanalınızın ana sayfasında abone olmayanlar için otomatik olarak oynatılmak üzere tasarlanan bu video, izleyicileri kendinize bağlamanız ve onları abonelere dönüştürmeniz için bir fırsattır.
Character limit	Karakter sınırı , tek bir sosyal medya gönderisinde veya ögesinde (tweet, Instagram açıklaması veya LinkedIn güncellemesi gibi) kullanabileceğiniz maksimum harf, rakam, sembol ve boşluk sayısıdır. Tek seferde ne kadar çok şey söyleyebileceğinizi belirler. Bu sınırlar platforma göre değişir ve genellikle boşluk ve noktalama işaretleri içerir, bu nedenle her tuş vuruşu önemlidir.
Chat	Sohbet (mesajlaşma veya özel mesajlaşma olarak da bilinir) , sosyal medya veya mesajlaşma uygulamaları üzerinden iki veya daha fazla kişi arasında gerçek zamanlı, metin tabanlı bir sohbet uygulamasıdır. Bire-bir özel sohbetlerde, grup sohbetlerinde veya hatta sohbet botlarıyla gerçekleştirilebilir. Bu yalın iletişim biçimi, farklı platformlardaki arkadaşlarınıza, ailenize veya müşterilerinize anında ulaşmanızı sağlar.
Chatbot	Chatbot , Facebook Messenger, Instagram ve WhatsApp gibi sosyal medya platformlarında kullanıcılarla yapılan sohbetleri simüle eden bir yazılım programıdır. Yapay zekâ (YZ) ve doğal dil işleme (NLP) kullanarak etkileşimleri otomatikleştirmek üzere tasarlanmıştır.
ChatGPT	ChatGPT , OpenAI tarafından geliştirilen ve sizinle doğal, insan diline benzer bir dilde sohbet eden bir tür yapay zeka sohbet robotudur. Adı, "Sohbet Üreten Önceden Eğitilmiş Dönüştürücü" anlamına gelir. Tonlarca metin verisiyle eğitildiği için sorularınıza veya isteklerinize faydalı yanıtlar üretebilir. Bunu, bağlamı anlayabilen, soruları takip edebilen ve dostça bir şekilde sohbet edebilen süper akıllı bir metin asistanı olarak düşünün.
Check-in	Check-in , mevcut konumunuzu takipçilerinizle paylaşmanıza olanak tanıyan bir sosyal medya özelliğidir. İnsanlara nerede olduğunuzu ve neler yaptığınızı bildirmenin bir yoludur. Bir restoranda, konser salonunda veya turistik bir yerde check-in yapabilirsiniz.
Chronically online	Sürekli çevrimiçi olmak , internette çok fazla zaman geçiren kişileri tanımlar. Sürekli bağlantıda olduğunuz, düşünce ve davranışlarınızı şekillendiren bir durumdur.



Churn rate	Kayıp oranı , belirli bir süre içinde ürün veya hizmetinizi kullanmayı bırakan kullanıcıların yüzdesidir. Sosyal medya platformları için bu, kullanıcıların hesaplarını silmeleri veya aktif olmamaları anlamına gelebilir.
Clapback	Karşılık verme , özellikle sosyal medyada eleştiriye veya olumsuz bir yoruma verilen keskin ve genellikle nükteli bir cevaptır. Bunu, sizi sadece savunmakla kalmayıp aynı zamanda şık bir şekilde de karşı tarafa geçen zekice bir cevap olarak düşünün. 2000'lerin başından beri kullanılan, rap kültürüne dayanan bir argo, ancak bugün internette her yerde; kendini gösterişli bir şekilde savunmak isteyen herkes tarafından kullanılıyor .
Click-through rate (CTR)	Tıklama oranı (TO) , insanların bir bağlantıya ne sıklıkla tıkladığını, bağlantıyı kaç kez gördüklerine kıyasla ölçer. Dijital pazarlamada, özellikle sosyal medya reklamları ve gönderileri için önemli bir ölçümdür. Tıklama oranını (TO) hesaplamak için tıklamaları gösterim sayısına bölüp 100 ile çarpın. Örneğin, reklamınız 1.000 görüntülemekten 50 tıklama alıyorsa, tıklama oranınız %5'tir.
Clickbait	Tıklama tuzağı , dikkatinizi çekmek ve tıklamanızı sağlamak için tasarlanmış içeriklerdir. Sosyal medyada gördüğünüz, şok edici ifşalar veya inanılmaz gelişmeler vaat eden, dikkat çekici başlıklardır.
Close Friends	Yakın arkadaşlar , Instagram içerikleriniz için bir VIP listeniz olması gibidir. İstedığınız zaman bu özel listeye arkadaş ekleyebilir veya listeden arkadaşlarınızı çıkarabilirsiniz.
Clout	Etki , sosyal medyadaki etkiniz ve gücünüzdür. İnternette ne kadar etkili olduğunuzdur. Etki sahibi kişiler, trendleri ve fikirleri şekillendirebilir.
Co-marketing	Ortak pazarlama , iki (veya daha fazla) markanın birbirlerinin ürünlerini, hizmetlerini veya içeriklerini tanıtmak için bir araya gelmesidir. Bunu dostça bir iş birliği gibi düşünün: İkiniz de hedef kitlenizi, kaynaklarınızı ve fikirlerinizi paylaşarak tek başınıza yapacağınızdan daha güçlü bir şey yaratırsınız. Ortak markalaşmanın (birlikte yeni bir ürün geliştirdiğiniz) aksine, ortak pazarlamada her marka yan yana çalışırken kendi kimliğini korur.
Coded	"Kodlanmış" , TikTok, Twitter (X) ve Instagram gibi platformlarda karşılaşabileceğiniz bir argo terimdir. Birisi veya bir şey, belirli bir karakteri, klişeyi veya estetiği hatırlatan özellikler, stiller veya karakteristikler yaydığında kullanılır. Yani, biri "Kodlanmış Disney prensesi" dediğinde, aslında bir Disney karakteri olmasa bile, o kişinin zarif veya masalsı görüldüğünü kast ediyor.
Collective intelligence	Kolektif zekâ , birçok insanın iş birliği yaptığı, bilgi paylaştığı ve hatta bazen sorunları çözmek veya birlikte karar almak için rekabet ettiği zaman ortaya çıkan ortak veya grup zekâsıdır. Basitçe söylemek gerekirse: kalabalığın bilgeliğidir; sonuç, herhangi bir bireyin çalışmasından daha akıllıcadır. Sosyal medya, web ve modern iş birliği araçları sayesinde, bu grup zekâsı her zamankinden daha hızlı ve çok daha büyük ölçekte gerçekleşir.

Command center	Sosyal medyada, bir komuta merkezi (diğer adıyla “sosyal medya komuta merkezi” veya “savaş odası”), çevrimiçi gerçekleşen konuşmaları gerçek zamanlı olarak takip ettiğiniz merkezdir.
Comment	Yorum, birinin sosyal medya gönderinize bıraktığı herkese açık bir cevap veya mesajdır; metin, emoji, soru, övgü, geri bildirim veya hatta bir muhalefet olabilir.
Community management	Topluluk yönetimi, sosyal medya kitlenizi nasıl oluşturup onlara nasıl değer verdiğinizi gösterir. İnsanların markanız hakkında konuşabileceği samimi bir ortam yaratmakla ilgilidir. Takipçilerinizle sohbet eder, soruları yanıtlar ve eğlenceli içerikler paylaşırsınız. Bu, güven ve sadakat oluşturmaya yardımcı olur.
Community manager	Topluluk yöneticisi, bir markanın çevrimiçi topluluğunu oluşturan ve yöneten kişidir. İnsanları markanıza bağlayan dost canlısı yüz veya sestir.
Company profile	Şirket profili, insanlara kim olduğunuzu, ne yaptığınızı ve neden önemli olduğunuzu anlatan bir anlık görüntüdür; bunu, şirketinizin yazılı asansör konuşması olarak düşünebilirsiniz.
Connection	Bağlantı, sosyal medyada sizin (veya markanızın) bağlantılı olduğu kişidir; örneğin o platformun ağındaki bir arkadaş, takipçi veya profesyonel bağlantı.
Connection Consumer Intelligence	Tüketici istihbaratı, işletmelere tüketicilerin davranışları, ihtiyaçları ve görüşleri hakkında anlamlı içgörüler sağlamak amacıyla tüketiciler hakkında gerçek dünya verilerini toplama ve analiz etme sürecini ifade eder.
Content	İçerik, markalar veya bireyler tarafından kitlelerle bağlantı kurmak, etkileşimde bulunmak ve onları bilgilendirmek amacıyla oluşturulan, sosyal medya gönderileri, videolar, resimler, bloglar veya podcast'ler gibi paylaştığınız her türlü çevrimiçi öğeyi ifade eder.
Content calendar	İçerik takvimi, sosyal medyada ne zaman ve ne paylaşacağınızı belirleyen bir programdır. Her içerik parçası için tarih, saat, platform ve altyazı, görsel veya hashtag gibi ayrıntıları içeren, çevrimiçi varlığınız için bir yol haritası gibidir.
Content creator	İçerik üreticileri, bilgilendirmek, eğlendirmek ve ilham vermek için dijital içerikler üretir. İçerik üreticileri; videolar, blog yazıları, fotoğraflar ve sosyal medya güncellemeleri gibi içerikler üretir. Takipçilerine bilgi vermeyi, onları eğlendirmeyi veya ilham vermeyi amaçlarlar.
Content curation	İçerik düzenleme, hedef kitleyle etkileşim kurmak için farklı kaynaklardan değerli içerik bulma, düzenleme ve paylaşma sürecidir.
Content curation	İçerik pazarlaması, hedef kitleyle çevrimiçi bağlantı kurmak için kullanabileceğiniz bir stratejidir. Hedef kitlenizin faydalı veya ilgi çekici bulacağı değerli içerikler oluşturmak ve paylaşmakla ilgilidir.



Content moderation	İçerik denetimi , insanların çevrimiçi olarak paylaştığı içerikleri (yorumlar, resimler, videolar gibi) takip etme ve bunların platform kurallarına ve yasal standartlara uygun olduğundan emin olma sürecidir.
Content pillars	İçerik sütunları , sosyal medya içerik stratejinizi oluşturduğunuz temel temalar veya ana konu alanlarıdır. Bunları, gönderilerinizin uyumlu, alakalı ve amaçlı kalmasını sağlayan "eğitim", "ilham", "perde arkası" veya "kullanıcı hikayeleri" gibi kategoriler olarak düşünün. İçeriği 3-5 sütuna sabitleyerek, neyi savunduğunuzu ve hedef kitlenizin ne beklediğini tam olarak bilirsiniz.
Conversational AI	Konuşmaya dayalı yapay zeka , bilgisayarların insanlarla doğal dil kullanarak, metin veya ses yoluyla sohbet etmesini sağlayan sohbet robotları veya sanal asistanlar gibi teknolojileri ifade eder.
Conversational commerce	Konuşmalı ticaret , alışverişin WhatsApp'ta bir sohbet robotuna mesaj göndermek veya bir markanın sanal asistanıyla sohbet etmek gibi bir konuşma yoluyla gerçekleşmesidir.
Conversion rate	Dönüşüm oranı , sosyal medya içeriklerinizle veya pazarlama kampanyalarınızla etkileşime girdikten sonra istenilen eylemi gerçekleştiren kullanıcıların yüzdesidir.
Conversion tracking	Dönüşüm takibi , birinin sosyal medya içerikleriniz veya reklamlarınızla etkileşime girdikten sonra ne olduğunu görmenin bir yoludur; kaydolup kaydolmadığını, bir satın alma işlemi yapıp yapmadığını veya önemseyip önemseymediğini, başka bir eylemi tamamlayıp tamamlamadığını. Sosyal medya çalışmalarınızın insanları gerçekten bir hedefe doğru yönlendirip yönlendirmediğini ölçmenin bir yoludur. Bunu, "Bu sosyal medya gönderisi faydalı bir yere yönlendirdi mi?" diye sormanın dijital versiyonu olarak düşünün.
Cost per click (CPC)	Tıklama Başına Maliyet (TBM) , reklamlarınızdan birine tıkladığında ödediğiniz tutardır. Başka bir deyişle, bir ziyaretçinin web sitenize veya açılış sayfanıza tıklamasını sağlamanın bedelidir. Bunu, tıklama başına ödemenin (TBM) basitleştirilmiş hali olarak düşünün: Yalnızca biri gerçekten işlem yaptığında ödeme yaparsınız.
Cost per lead (CPL)	Potansiyel müşteri başına maliyet (CPL) , sosyal medya pazarlamasında önemli bir ölçüttür. Her yeni potansiyel müşteriye ulaşmak için ne kadar harcama yaptığınızı gösterir. CPL'nizi hesaplamak için, toplam reklam harcamanızı elde ettiğiniz potansiyel müşteri sayısına bölmeniz yeterlidir.
Cost per mille (CPM)	CPM , Cost Per Mille (Bin Gösterim Başına Maliyet) anlamına gelir ve kelimenin tam anlamıyla bin gösterim başına maliyet anlamına gelir. Reklamınız her 1.000 kez gösterildiğinde, herhangi birinin gerçekten tıklayıp tıklamamasından veya etkileşimde bulunup bulunmamasından bağımsız olarak ne kadar ödediğinizi belirtir. Basitçe söylemek gerekirse: "mille" Latince'de bin anlamına gelir, yani CPM = bin gösterim başına maliyet.

Cover photo	Kapak fotoğrafı , sosyal medya profilinizin en üstündeki büyük başlık görselidir. Markalaşma ve ilk izlenimler için çok önemlidir.
Creative Commons	Creative Commons , yaratıcılara eserlerini dünyayla paylaşmaları için ücretsiz lisanslar veren, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur.
Creator economy	İçerik üreticisi ekonomisi , sizin gibi insanların çevrimiçi para kazanmasının yeni bir yoludur. Sosyal medya platformlarında içerik oluşturmak ve bunun karşılığında para kazanmakla ilgilidir.
Creator marketplace	İçerik üreticisi pazaryeri , markaları ve içerik üreticilerini tek bir yerde buluşturan çevrimiçi bir platformdur.
Cringe	“Cringe” , ikinci el utanç duygusunu ifade eden bir internet argo terimidir; gariip, abartılı veya alakasız bir şey izlersiniz ve kelimenin tam anlamıyla bakışlarınızı başka tarafa çevirmek istersiniz.
Crisis management	Kriz yönetimi , markanızın itibarını tehdit eden beklenmedik olay veya durumlarla, özellikle sosyal medyada, nasıl başa çıktığınızdır.
Crispy Rs	Bazı insanlar “R” harfini telaffuz ederken cıtır cıtır R’ler kullanırlar ve bu, harfe keskin, kıvrık ve hafifçe uzatılmış bir ses verir; tıpkı R’de ekstra bir sıklıkla “araba” demek gibi.
Cross-channel marketing	Çapraz kanal pazarlaması , e-posta, sosyal medya, SMS, mobil uygulamalar ve hatta mağaza içi mesajlaşma gibi çeşitli iletişim kanallarının ayrı ayrı değil, birlikte kullanılması anlamına gelir.
Cross-posting	Çapraz paylaşım , aynı içeriği birden fazla platformda paylaşmanızı sağlayan bir sosyal medya stratejisidir. Ekstra çaba harcamadan daha fazla kişiye ulaşmanıza yardımcı olan, zaman kazandıran bir yöntemdir.
Cross-promotion	Çapraz tanıtım , iki veya daha fazla markanın, içerik oluşturucunun veya sosyal medya profilinin, birbirlerini hedef kitlelerine tanıtarak birbirlerine yardımcı olmasıdır.
Crowdsourcing	Kitle kaynak kullanımı , görevlerde yardımcı olmak, fikir paylaşmak, içerik oluşturmak veya sorunları çözmek için genellikle çevrimiçi olarak büyük bir insan grubuna ulaşmanız anlamına gelir.
CSAT	CSAT , Müşteri Memnuniyeti Puanı anlamına gelir ve müşterilerin belirli bir etkileşim, ürün veya hizmetten ne kadar memnun olduğunu ölçmenin hızlı ve kolay bir yoludur.
Customer advocacy	Müşteri savunuculuğu , bir şirketin kısa vadeli kârını maksimize etmese bile müşterilerine gerçekten yardımcı olan seçimler yapmasıdır. Bu, bir rakibin ürününü önermek veya bir ihtiyacı karşılamak için standart politikayı esnetmek anlamına gelse bile, her zaman müşteri için en iyisini yapmaya yönelik bir kültür değişimidir.



Customer reviews	Müşteri yorumları , ürün veya hizmetinizi kullanan kişilerden aldığınız geri bildirimlerdir. Genellikle yıldız derecelendirmeleri ve deneyimlerine dair yorumları içerirler.
Dark post	Karanlık gönderi , bir markanın zaman tüneline veya genel akışında göremeyeceğiniz özel bir sosyal medya reklam türüdür. Yalnızca reklamveren hedeflediği kullanıcıların akışlarında görünür. Facebook ve Instagram gibi platformlarda farkında olmadan bunlarla karşılaşabilirsiniz. Karanlık gönderiler, reklamverenlerin belirli kitlelere ulaşmasına yardımcı olur. Farklı reklam sürümlerini test etmek veya farklı grupları hedeflemek için idealdir. Ana profilinizi karıştırmadan mesajınızı her kitleye göre uyarlayabilirsiniz.
Dark social	Karanlık sosyal , içeriklerin özel ve izlenemez kanallar aracılığıyla paylaşımını ifade eder. Mesajlaşma uygulamaları, e-posta veya sosyal medyada doğrudan mesajlar aracılığıyla bağlantı gönderdiğinizde gerçekleşir.
Dashboard	Sosyal medya panosu , sosyal medyadaki varlığınızı tek bir yerden yönetmenize yardımcı olan bir araçtır. Sosyal medya hesaplarınızın farklı platformlardaki performansını izlemenizi, ölçmenizi ve analiz etmenizi sağlar.
Data visualization	Veri görselleştirme , sayıları resimlere dönüştürür. Sosyal medya bilgilerini grafikler ve tablolar kullanarak göstermenin bir yoludur. Takipçi artışı veya gönderi beğenileri gibi verileri tek bakışta görebilirsiniz.
Deep linking	Derin bağlantı , sizi yalnızca ana ekrana değil, uygulama içindeki belirli içeriklere yönlendirir. Sizi tam olarak gitmek istediğiniz yere götüren bir kısayol gibidir.
Deinfluencing	Deinfluencer'lar , geleneksel influencer pazarlamasını altüst eden bir sosyal medya trendidir. Deinfluencer'lar, ürünleri tanıtmak yerine size ne satın almamanız gerektiğini söylerler.
Demand generation	Talep yaratma (veya "talep oluşturma") , bir kişi satın almaya hazır olmadan çok önce ürün veya hizmetinize yönelik farkındalık ve ilgi oluşturmaya amaçlayan bir pazarlama stratejisidir. Bu, doğru zamanda markanızı faydalı bir çözüm olarak görmeleri için insanları eğitmek ve onlarla etkileşim kurmakla ilgilidir.
Demographics	Demografi , bir grup insanı tanımlayan temel özelliklerdir. Yaş, cinsiyet, gelir ve konum gibi unsurları içerir. Bu verileri, sosyal medya kitlenizi daha iyi anlamak için kullanabilirsiniz.
Digg	Digg , internet genelinde ilgi çekici içerikler bulabileceğiniz ve paylaşabileceğiniz bir sosyal haber sitesidir. Makalelere, videolara ve diğer web sayfalarına bağlantılar göndermenize olanak tanır. Ardından, ana sayfada nelerin yayınlanacağını belirlemek için bu gönderilere oy verebilirsiniz.
Direct message (DM)	Sosyal medyada özel sohbet etmenin bir yolu . Başkalarının görmesine izin vermeden diğer kullanıcılara DM gönderebilirsiniz.

Direct response marketing	Doğrudan yanıt pazarlaması , kişiyi hemen harekete geçmeye (örneğin bir bağlantıya tıklamak, kaydolmak, aramak veya satın almak) teşvik eden bir pazarlama stratejisidir. Önemli olan, yalnızca marka bilinirliği oluşturmak değil, anında ölçülebilir bir sonuç elde etmektir. "Hemen arayın", "Bugün alışveriş yapın" veya "İndiriminizi talep edin" gibi etiketleri düşünün; bunlar klasik doğrudan yanıt hamleleridir.
Disappearing content	Kaybolan içerik , aynı zamanda geçici içerik olarak da bilinir ve belirli bir süre sonra kaybolan sosyal medya gönderileridir. Bunu muhtemelen Instagram Hikayeleri, Snapchat ve Facebook Hikayeleri gibi platformlarda görmüşsünüzdür. Bu gönderiler genellikle 24 saat boyunca yayında kalır ve tamamen kaybolur.
Discord	Discord , kullanıcıların gerçek zamanlı sohbet etmesini sağlayan bir anlık mesajlaşma ve VoIP (internet protokolü üzerinden ses) platformudur. Mesaj gönderebilir, sesli aramalara katılabilir, hatta ekranınızı videolla paylaşabilirsiniz.
Discord Discover (or Snapchat Discover)	Snapchat Discover , parmaklarınızın ucunda yeni içerikler sunan bir özelliktir. Önde gelen yayıncıların, markaların ve etkili kişilerin hikayelerini keşfedebileceğiniz, özenle seçilmiş bir akıştır. Arkadaşlarınızdan gelen normal Snapchat gönderilerinin aksine, Discover daha şık ve editoryal tarzda içerikler sunar.
Discovery call	Keşif görüşmesi , sizinle potansiyel bir müşteri arasında karşılıklı bir görüşmedir. İhtiyaçlarını ve zorluklarını öğrenmek için ilk fırsatınızdır. Hedeflerini anlamak ve birbirinize uygun olup olmadığınızı görmek için sorular sorarsınız.
Disqus	Disqus , web siteleri ve bloglarda tartışmalara katılmanızı sağlayan popüler bir yorum platformudur. Kullanımı kolaydır ve ziyaret ettiğiniz birçok siteyle uyumludur.
Doomscrolling	Kötü haber kaydırması , sosyal medyada sürekli kötü haberlere göz atmaktır. Twitter, Facebook veya haber siteleri gibi platformlarda sürekli olarak üzücü paylaşımlara veya makalelere bakma alışkanlığıdır.
Double Tap	Çift dokunma , bir sosyal medya gönderisine (genellikle bir resim veya video) beğeninizi veya takdirinizi göstermek için hızlıca iki kez dokunmayı ifade eder.
Doxxing	Doxxing (aynı zamanda "doxing" olarak da yazılır) , birinin tam adınızı, adresinizi, telefon numaranız veya iş yeriniz gibi kişisel bilgilerinizi, genellikle sizi taciz etmek, korkutmak veya utandırmak amacıyla izniniz olmadan kamuya açık bir şekilde paylaşması anlamına gelir.
Drag & drop	Sürükle ve bırak , sosyal medya uygulamalarında muhtemelen farkında olmadan kullandığınız kullanışlı bir özelliktir. Dijital öğeleri yeni bir yere taşımanıza olanak tanır.



Duet	TikTok'ta düet , başka bir kullanıcının içeriğinin yanında bölünmüş ekranlı bir video oluşturmanıza olanak tanıyan bir özelliktir. Başka birinin videosuna gerçek zamanlı olarak tepki verebilir, uyum sağlayabilir veya videonun üzerine eklemeler yapabilirsiniz.
E-commerce chatbot	E-ticaret sohbet robotu , çevrimiçi alışverişlerinizde yapay zeka destekli asistanınızdır. Müşterilerinizle web siteniz veya sosyal medya platformlarınız üzerinden iletişim kuran akıllı bir programdır.
E-commerce marketing	E-ticaret pazarlaması , çevrimiçi mağazanızda ürünlerinizi tanıtmak ve satma yönteminizdir. Müşterileri çekmek ve satışları artırmak için dijital kanalları kullanmak, sosyal medya, e-posta ve arama motoru optimizasyonu (SEO) gibi taktikleri kullanarak alışveriş yapanlara ulaşmakla ilgilidir.
Earned media value (EMV)	Kazanılan medya değeri (EMV) , markanızın ücretsiz görünürlüğünün parasal bir değerini belirleyen bir pazarlama metriğidir. Sosyal medyada bahsedilmeleri, paylaşımları, beğenileri, basında yer almaları ve diğer ücretsiz tanıtımları içerir.
Ecommerce	E-ticaret , kısaca elektronik ticaret, mal veya hizmetlerin çevrimiçi olarak alınıp satılması anlamına gelir.
EdgeRank	EdgeRank , Facebook'un kullanıcıların Haber Akışı'ndaki gönderilerini yerleşimini ve görünürlüğünü belirlemek için tasarlanmış orijinal algoritmasıydı.
Embed	Gömme , başka bir kaynaktan gelen dijital içeriği kendi sitenizde görüntülenmesini sağlar. Kısa bir kod parçacığı kullanarak blogunuza veya web sayfanıza sosyal medya gönderileri, videolar veya resimler gibi öğeler ekleyebilirsiniz. Bu, ziyaretçilerinizin sitenizden ayrılmadan içeriği doğrudan orada görüp etkileşimde bulunabileceği anlamına gelir.
Emoji	Emojiler , metinlere, sosyal medya paylaşımlarına veya iletilere duygu, fikir veya tutumları hızlı bir şekilde göstermek için eklediğiniz 😊💡 veya 👑 gibi küçük simgelerdir.
Employee advocacy	Çalışan savunuculuğu , şirketinizi kişisel sosyal medya hesaplarınızda paylaşmanız ve tanıtmanız anlamına gelir. Bu, kendi sesinizi ve bağlantılarınızı kullanarak iş yeriniz hakkında bilgi yaymanın bir yoludur.
Engagement rate	Etkileşim oranı , hedef kitlenizin sosyal medya içeriklerinizle ne kadar etkileşim kurduğunu ölçer. Çevrimiçi performansınızı ölçmek için önemli bir ölçüttür.
Ephemeral content	Geçici içerik , sosyal medyada yalnızca kısa bir süre (genellikle 24 saate kadar) kalan ve ardından kaybolan içeriktir.
Era	Sosyal medyada bir dönem , mevcut ilgi alanlarınızı veya önceliklerinizi tanımlamanın bir yoludur. Özellikle TikTok'ta popüler bir trend haline geldi. "Kötü adamlar döneminiz"deyken, biraz yaramaz veya asi hissedebilirsiniz.

Events	Sosyal medya etkinlikleri , Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlarda gerçekleşen çevrimiçi buluşmalardır. Canlı yayınlar, web seminerleri ve sanal buluşmalar içerir. Bu etkinlikler, markaların hedef kitleleriyle bağlantı kurmasına ve topluluk oluşturmaya yardımcı olur.
Evergreen content	Her daim yeşil içerik , yayınlandıktan uzun süre sonra bile güncelliğini ve güncelliğini koruyan materyaldir. Tıpkı yıl boyunca yapraklarını dökmeyen her daim yeşil ağaçlar gibi, bu tür içerikler de zaman içinde okuyucular için faydalı ve ilgi çekici olmaya devam eder.
Everything app	Her şey uygulaması , birçok farklı hizmeti bir araya getiren tek bir mobil uygulamadır. Bunu dijital bir İsviçre çakısı olarak düşünebilirsiniz. Bu uygulamalar, arkadaşlarınıza mesaj gönderme, sosyal medyada paylaşım yapma, fatura ödeme ve online alışveriş gibi işlemleri tek bir yerden yapmanızı sağlar.
Explore Page	Keşfet sayfası , Instagram'ın önemli bir özelliğidir. Beğenebileceğiniz içerikleri gösteren kişiselleştirilmiş bir akıştır. Uygulamanın alt kısmındaki büyüteç simgesine dokunarak bu sayfaya ulaşabilirsiniz.
Extra	Sosyal medyada “ekstra”, abartılı veya dramatik olan kişileri tanımlar. Bir arkadaşınız biraz farklı açılardan on tane selfie paylaştığında veya soğuk patates kızartması hakkında uzun bir yazı yazdığında bunu kullanabilirsiniz.
F2F or P2P	F2F ve P2P , sosyal medya ve dijital iletişimde yaygın kullanılan terimlerdir. F2F “yüz yüze” anlamına gelirken, P2P “kişiden kişiye” anlamına gelir. Bu kısaltmalar, bireyler arasındaki doğrudan, yüz yüze etkileşimleri vurgular.
Facebook (FB)	Facebook , arkadaşlarınız, aileniz ve topluluklarınızla bağlantı kurabileceğiniz bir sosyal ağ platformudur.
Facebook Instant Experiences	Facebook Instant Experience , Facebook ve Instagram'da tam ekran, mobil odaklı bir reklam formatıdır.
Fan	Hayran , bir şeye -bir kişiye, markaya, hobiyeye, sporcuya, programa veya hatta bir konuya- gerçekten ilgi duyan kişidir. Sosyal medyada, bir hayran, önemsendiği için içeriğinizi takip eder, beğenir veya abone olur. Bu, sıradan bir ilgiden çok daha fazlasıdır; sizi takip etmeye devam ettiren duygusal bir bağlılığı vardır.
Fan girl	Ünlülere , TV şovlarına veya kurgusal karakterlere karşı aşırı tutkuluysanız, hayran kızsınız demektir. Muhtemelen popüler kültüre meraklı genç bir kadınsınız. Sosyal medyada favorilerinizi takip edebilir, hayran çizimleri paylaşabilir veya hayran topluluklarına katılabilirsiniz.
Fandom	Fandom , belirli filmlere, TV dizilerine, kitaplara veya ünlülere derin bir sevgi besleyen hayranlardan oluşan canlı bir topluluktur. Marvel süper kahramanlarına, K-pop gruplarına ve Harry Potter büyücülerine adanmış tutkulu gruplar bulacaksınız.



Featured banner	Genellikle bir sosyal medya profilinin veya sayfasının en üstünde yer alan ve belirli bir içeriği vurgulamak için tasarlanmış, dikkat çekici bir grafikdir. Bunu, hedef kitleniz için dijital bir reklam panosu olarak düşünün; insanların profilinizi ziyaret ettiklerinde gördükleri ilk şeylerden biridir.
Fediverse	Fediverse , birlikte çalışan sosyal platformlardan oluşan bir ağıdır. Birçok farklı sosyal medya sitesinin birbiriyle iletişim kurması gibidir. Bu siteler arasında arkadaş edinebilir ve paylaşımlarda bulunabilirsiniz.
Feed	Akış , sosyal medya platformlarındaki ana içerik akışınızdır. Takip ettiğiniz hesapların gönderilerini, videolarını ve reklamlarını burada görürsünüz. Akışlar gerçek zamanlı olarak güncellenir ve en son içerikleri gösterir.
Feels	"Hisler" , yoğun duygular veya hisler için kullanılan sosyal medya argosudur. Yorumlarda veya altyazılarda sıklıkla göreceğiniz "hisler" ifadesinin daha kısa bir yoludur. Size güçlü duygular hissettiren bir gönderiyle karşılaştığınızda, "sizi derinden etkiledi" diyebilirsiniz.
Filter	Filtre , fotoğrafınıza veya videounuza sosyal medyada paylaşmadan önce ekleyebileceğiniz dijital bir efekttir.
Finsta	Finsta , yakın arkadaşlarınızdan oluşan küçük bir grupla daha kişisel içerikler paylaşmak için oluşturduğunuz gizli bir Instagram hesabıdır. "Sahte Instagram"ın kısaltmasıdır.
Fire	Sosyal medyada "ateş" , gerçekten havalı veya muhteşem bir şey için kullanılan bir argo terimdir. İnsanların yeni bir şarkıya veya kıyafete "ateş" dediğini gördüğünüzde, bunun çok etkileyici olduğunu kastediyorlar. Ateş emojişinin 🔥 de aynı şekilde kullanıldığını görebilirsiniz.
Flickr	Flickr , 2004 yılında kurulan bir fotoğraf paylaşım platformu ve sosyal ağıdır. Sizin gibi fotoğrafçılar ve yaratıcı profesyoneller için tasarlanmıştır. Fotoğraflarınızı ve videolarınızı yükleyebilir, düzenleyebilir ve küresel bir toplulukla paylaşabilirsiniz.
Focus groups	Odak grubu , genellikle 6 ila 10 kişiden oluşan, eğitilmiş bir moderatör tarafından yönetilen küçük, yönlendirilmiş bir tartışmadır.
Follower	Takipçi , sosyal medya içeriklerinizi (gönderiler, güncellemeler, hikayeler, paylaştığınız her şey) doğrudan kendi akışına almayı seçen kişidir.
Following activity feed	Takip edilenler akışı , sosyal medyada takip etmeyi seçtiğiniz hesaplardan, sayfalardan veya gruplardan gelen güncellemelerin akışıdır.
FOMO (fear of missing out)	FOMO, "Fear of Missing Out" (Bir Şeyi Kaçırma Korkusu) anlamına gelir. Başkalarının harika bir şey yaşadığını düşündüğünüzde (bir etkinlik, bir trend, bir sohbet) ve siz bunun bir parçası olmadığınızda hissettiğiniz o huzursuzluk hissidir.

Forum	Forum , insanların sorularını gönderdiği, fikirlerini paylaştığı ve düzenli başlıklar altında birbirlerine cevap verdiği çevrimiçi bir tartışma platformudur.
FR (for real)	FR , sosyal medya jargonunda "gerçekten" anlamına gelir. Çevrimiçi sohbetlerde ve paylaşımlarda samimiyeti veya anlaşılmayı ifade etmek için sıklıkla kullanıldığını görürsünüz. Birisi "FR" dediğinde, dürüst veya samimi olduğunu vurgular.
Frequency	Sosyal medya ve dijital reklamcılıkta sıklık , hedef kitlenizdeki her bir kişinin belirli bir süre içinde bir kampanya, gönderi veya reklamda içeriğini zi görme ortalama sayısını ifade eder.
Friction	Sosyal medyada sürtünme , bir platformu kullanmanızı veya harekete geçmenizi zorlaştıran her şeydir. Sizi yavaşlatan veya istediğinizi yapmanızı engelleyen bir engel gibidir.
FYP (For You Page)	TikTok ve Instagram gibi popüler sosyal medya platformlarında bulabileceğiniz kişiselleştirilmiş bir içerik akışıdır.
Gatekeeping	Kapıcılık , bir şeye kimin erişebileceğini kontrol ettiğiniz zamandır. Bir kulüpte kimin içeri girebileceğine karar veren bir güvenlik görevlisi olmak gibidir. Sosyal medyada, hayran topluluklarında veya niş gruplarda kapıcılık görebilirsiniz.
Gen X	X Kuşağı , yaklaşık olarak 1965 ile 1980 yılları arasında doğan insanları ifade eder. Bunlar, Baby Boomers'tan sonra gelen ve Millennials'tan önceki kuşaktır.
Gen Y	Y kuşağı , diğer adıyla Millennials, 1980'lerin başı ile 1990'ların ortası arasında (genellikle 1981-1996) doğan kuşağı ifade ediyor.
Gen Z	Z Kuşağı , kısaca Z Kuşağı, yaklaşık 1997 ile 2012 yılları arasında doğan insanları ifade ediyor.
Geotag	Coğrafi etiket , dijital içeriğinize eklenen bir coğrafi veri parçasıdır. Fotoğraf çektiğiniz, paylaşım yaptığınız veya video paylaştığınız yeri gösteren sanal bir damga gibidir.
Geotargeting	Coğrafi hedefleme , insanlara bulundukları yere göre ulaşmanın akıllıca bir yoludur. Bu, kullanıcılara belirli yerlerde reklam veya içerik göstermekle ilgilidir.
Ghosting	Hayaletleşme , sosyal medyada biriyle hiçbir açıklama yapmadan aniden tüm iletişiminizi kesmenizdir. Sanki ortadan kaybolup, karşınızdaki kişinin ne olduğunu merak etmesine neden olursunuz.



GIF	GIF (Grafik Değişim Biçimi) , sosyal medyada sıkça göreceğiniz bir dijital görüntü dosyasıdır. Hem durağan resimleri hem de kısa, döngüsel animasyonları sessiz bir şekilde gösterebilen kompakt bir formattır.
Girllie	"Girllie" sosyal medyada kızlardan veya kadınlardan bahsetmek için kullanılan eğlenceli bir argo terimdir; bazen eğlenceli, kadınsı bir havayı benimseyen herkesi ifade etmek için de kullanılır.
Giveaway	Hediye çekilişi , sosyal medya takipçilerinize ücretsiz ürün veya hizmetler sunduğunuz bir pazarlama stratejisidir. Etkileşimi artırmanın ve hedef kitlenizi büyütmenin bir yoludur. Markaların veya etkili kişilerin Instagram, Facebook veya Twitter gibi platformlarda hediye çekilişleri düzenlediğini sık sık görürsünüz.
Go live	"Canlı yayına geç" , sosyal medyada canlı bir video yayını başlatmak anlamına gelir. Önceden kaydedilmiş bir videoyu yüklemek yerine, gerçek zamanlı video ve ses akışı için "Canlı Yayına Geç" düğmesine tıklayabilirsiniz.
GOAT	GOAT, "Tüm Zamanların En İyileri" anlamına gelir. Bu kısaltmayı sosyal medyada, alanlarındaki olağanüstü insanları övmek için sıklıkla görürsünüz. En çok sporda kullanılır, ancak müzisyenler ve diğer ünlüler için de kullanılır.
Google Ads	Google Ads (eski adıyla Google AdWords) , reklamlarınızın Google Arama, YouTube, Haritalar ve daha fazlasında gösterilmesi için ödeme yapmanızı sağlayan Google'ın reklam platformudur.
Google Business Profile	Google İşletme Profili , işletmenizin Google Arama ve Haritalar'daki çevrimiçi varlığını yönetmenize yardımcı olan ücretsiz bir araçtır.
Gram	"Gram" , sosyal medya jargonunda Instagram'ın popüler bir kısaltmasıdır. Fotoğraf paylaşım platformuna atıfta bulunmanın hızlı ve rahat bir yoludur.
Grid	Sosyal medyada, özellikle Instagram'da, ızgara, profil sayfanızdaki gönderilerinizin görsel düzenidir. Genellikle 3x3 formatında düzenlenir ve kare şeklinde bir resim ve video deseni oluşturur. Bu ızgara, insanların profilinizi ziyaret ettiklerinde gördükleri ilk şeydir.
Groups	Sosyal medya grupları , ilgi alanlarınızı paylaşan diğer kişilerle bağlantı kurabileceğiniz çevrimiçi topluluklardır. Bunları Facebook, LinkedIn ve Reddit gibi platformlarda bulabilirsiniz.
GRWM	GRWM , sosyal medyada içerik üreticilerinin rutinlerini sizinle paylaştığı popüler bir trend olan "Get Ready With Me"nin kısaltmasıdır.

GUI (graphical user interface)	Grafiksel kullanıcı arayüzü (GUI) , cihazlarınız ve uygulamalarınızla etkileşim kurmanın kullanıcı dostu bir yoludur. Komut yazmak yerine, simgeler, düğmeler ve menüler gibi görsel öğeler kullanırsınız.
Hashtag	Hashtag , sosyal medya platformlarında içerikleri etiketlemek ve düzenlemek için kullanılan, önüne hash sembolü (#) eklenen bir kelime veya ifadedir.
Header image	Başlık görseli , sosyal medya profilinizin en üstünde yer alan büyük görseldir.
Highkey	Highkey , sosyal medyada karşılaşılabileceğiniz bir argo terimdir. Lowkey'in tam tersidir. Highkey kullandığınızda, güçlü ve açık bir coşku veya vurgu ifade edersiniz.
Home feed	Ana sayfa akışı , bir sosyal medya uygulamasını açtığınızda gördüğünüz ana sayfadır. Size özel hazırlanmış, kişiselleştirilmiş bir içerik akışıdır.
Hoo.be	hoo.be , içerik üreticilerinin, etkili kişilerin, ünlülerin ve markaların içeriklerini, sosyal bağlantılarını, medyalarını, ürünlerini, ipuçlarını ve daha fazlasını sergileyen mini bir web sayfası oluşturmaları için tasarlanmış, yalnızca davetle girilebilen, biyografide bağlantı bulunan bir araçtır.
Houseparty	Houseparty , sizin ve arkadaşlarınızın sanal ortamda vakit geçirmenizi sağlayan popüler bir görüntülü sohbet uygulamasıydı. 2016 yılında piyasaya sürülen uygulama, 8 kişiye kadar grup görüntülü görüşmeleri için dijital "odalar" oluşturdu.
I can't even	"Hiçbir şey yapamam" ifadesi , şok, hayal kırıklığı, sevinç veya inanmazlık nedeniyle cümlelerinizi bitiremeyecek kadar bunalmış olmayı ifade eden bir argodur.
I was today years old	"Bugün 1 yaşımdaydım" ifadesi , yeni bir şey öğrendiğinizi söylemenin eğlenceli bir yoludur. Herkesin bildiği bir gerçeği keşfettiğinizde kullanılır. Bu ifadeyi, sosyal medyada şaşırtıcı bir gerçeği paylaşırken de kullanabilirsiniz.
IB (inspired by)	"IB" , TikTok gibi sosyal medya platformlarında "ilham kaynağı" anlamına gelir. İçerik üreticilerin ilham kaynaklarını belirtmek istediklerinde, genellikle altyazılarda veya yorumlarda bunu görürsünüz.
ICYMI (in case you missed it)	ICYMI , "Kaçırdıysanız" anlamına gelir. Bu kısaltmayı muhtemelen sosyal medyada veya dijital sohbetlerde görmüşsünüzdür.
IDGI	IDGI , "Anlamıyorum" anlamına gelir. Sosyal medyada, kafası karışan veya açıklama bekleyen biri olduğunda bu kısaltmayı sıklıkla görürsünüz. Bir gönderiyi, şakayı veya yorumu anlamadığınızı söylemenin hızlı bir yoludur.
Image & video recognition	Görüntü ve video tanıma, görsel içeriği anlamak için yapay zekayı kullanır. Bu, bilgisayarlara bir resimde veya videoda ne olduğunu görmeleri için gözler vermek gibidir.



IMHO	IMHO, “benim mütevazı fikrime göre” veya “dürüst fikrime göre” anlamına gelir. Bu kısaltmayı çevrimiçi konuşmalarda, sosyal medya paylaşım-larında ve kısa mesajlarda sıklıkla görürsünüz.
IMO	IMO, “benim fikrime göre” anlamına gelir. İnsanların mesajlarda, yorum-larda veya sosyal medya paylaşımlarında, söylediklerinin kesin bir gerçek-değil, kişisel bir bakış açısı olduğunu belirtmek için kullandıkları bir kısalt-madır.
Impressions	Gösterimler , önemli bir sosyal medya metriğidir. İçeriğinizin kullanıcıların ekranlarında ne sıklıkla görüldüğünü gösterir.
Inbound link	Gelen bağlantı (genellikle geri bağlantı olarak adlandırılır) , başka bir web sitesinden sizin sitenize yönlendiren bir köprü metnidir.
Inbound marketing	Gelen pazarlama , insanları reklamlar veya soğuk mesajlarla rahatsız et-mek yerine, onlara faydalı ve ilgi çekici içerikler sunarak işletmenize çek-menin bir yoludur.
Influencer	Etkileyici , sosyal medyadaki fikir ve kararlarınızı şekillendirebilen kişidir. Instagram, TikTok ve YouTube gibi platformlarda aktiftirler.
Influencer marketing	Etkileyici pazarlama , markaların sosyal medyada kitlesi olan ve kendi alanlarında güvenilir bir sese sahip kişilerle iş birliği yaptığı bir stratejidir.
Infographic	İnfografik (kısaca “bilgi grafiği”) , bir şeyi hızlı ve açık bir şekilde açıklam-ak için görselleri, simgeleri, grafikleri veya diyagramları biraz metinle birleştiren görsel bir araçtır.
Instagram	Instagram , Meta'ya ait olan ve fotoğraflarınızı, kısa videolarınızı ve mesa-klarınızı başkalarıyla paylaşmanıza olanak tanıyan ücretsiz bir sosyal me-dya uygulamasıdır.
Instagram captions	Instagram açıklamaları , Instagram'daki fotoğraf veya videolarınıza eşlik eden metin açıklamalarıdır. 2.200 karaktere kadar uzunlukta olabilir ve bağlam sağlamak, bir hikaye anlatmak veya duyguları ifade etmek için kullanılır. Açıklamalar, etkileşimi artırmak ve içeriğinizin erişimini genişlet-mek için emoji, hashtag'ler ve sözler içerebilir.
Instagram comment	Instagram yorumu , birinin gönderisine bıraktığınız bir yanıttır. Düşünce-lerinizi paylaşmanın, soru sormanın veya içerik hakkında başkalarıyla soh-bet etmenin bir yoludur.
Instagram highlight covers	Instagram öne çıkan kapak fotoğrafları , hikayeler için özel simgelerdir. Benzersiz tasarımlarla profilinize kişilik katın. Markalaşma amacıyla nasıl kullanılacağını öğrenin.
Instagram Notes	Instagram Notları , takipçilerinizle paylaşabileceğiniz kısa metin güncel-lemeleridir. Doğrudan Mesajlar gelen kutunuzun en üstünde görünürler.

Instagram Pod	Instagram pod'u , birbirlerinin gönderilerini öne çıkarmak için birlikte çalışan bir kullanıcı grubudur. Nişinizdeki diğer Instagram hesaplarıyla birlikte bir pod'a katılırsınız.
Instagram Reels	Instagram Reels , kullanıcıların müzik ve efektlerle 90 saniyeye kadar videolar oluşturmalarına olanak tanıyan kısa biçimli video özelliğidir.
Instagram Shops	Instagram Mağazaları , işletmelerin ürünlerini doğrudan uygulama üzerinden satmalarına olanak tanıyan bir özelliktir. Adeta Instagram'da sanal bir mağazanız varmış gibi.
Instant messaging (IM)	Anlık mesajlaşma (IM) , kullanıcıların uygulamalar veya sosyal platformlar aracılığıyla internet üzerinden kısa mesaj, multimedya veya dosya gönderip almalarına olanak tanıyan gerçek zamanlı bir iletişim aracıdır.
ION (in other news)	ION, "Diğer Haberlerde" anlamına gelen bir internet kısaltmasıdır. Bunu genellikle sosyal medyada veya sohbetlerde, biri konuyu değiştirmek ve güncel konuyla alakasız veya yeni bir şey gündeme getirmek istediğinde görürsünüz.
IRL	IRL, "Gerçek Hayatta" anlamına gelir. İnsanların fiziksel dünyada olup bitenlerden bahsederken kullandıkları kullanışlı bir kısaltmadır.
ISO (in search of)	ISO , sosyal medya platformlarında "arama" anlamına gelir. Bunu genellikle birinin belirli bir şey aradığı gönderilerde görürsünüz.
It's giving	"It's giving" sosyal medyada bir şeyin belirli bir his veya duygu yaydığına ifade etmek için kullanılan bir argo tabirdir; neredeyse "bu bana şunu hatırlatıyor..." veya "bu şöyle hissettiriyor..." gibi ifadelerin kısaltması gibidir.
IYKYK	IYKYK, "Eğer Biliyorsan, Bilirsin" anlamına gelir. Sosyal medyada, mesajlaşmada veya altyazılarda, yalnızca içinde bulunduğunuz bir şeye dair ipucu vermek için kullanılan bir kısaltmadır.
JOMO (Joy of missing out)	JOMO , Kaçırmanın Sevinci anlamına gelir. Bir şeyi atlamayı seçtiğinizde hissettiğiniz mutlu ve sade duygudur; yapamadığınız için değil, sizi besleyecek başka bir şey yapmak istediğiniz için.
JPG	JPG (veya JPEG) , sosyal medyada sıkça göreceğiniz popüler bir görüntü formatıdır. Bu formatı oluşturan ekip olan Joint Photographic Experts Group'un kısaltmasıdır.
Karen	"Karen" , internet jargonunda bir klişenin karşılığıdır: Genellikle orta yaşlı, beyaz bir kadının hak sahibiymiş gibi davranması veya talepkar olması - "müdürle görüşmek" istediğini düşünün.
Key performance indicator (KPI)	Sosyal medyada KPI , hedeflerinize ne kadar ulaştığınızı gösteren ölçülebilir bir değerdir. İlerlemeyi takip etmenize ve sosyal medya stratejiniz için akıllıca seçimler yapmanıza yardımcı olur.



Keywords	Sosyal medyada anahtar kelimeler , içeriğinizin doğru kişiler tarafından kolayca bulunmasını ve alakalı olmasını sağlayan kelimeler veya ifadelerdir.
Kik	Kik , 2010 yılında piyasaya sürülen ücretsiz bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Onu diğerlerinden ayıran şey, kullanıcı adı tabanlı sohbete odaklanmasıdır; yani bir telefon numarasına ihtiyacınız yoktur; bunun yerine, benzersiz kullanıcı adları aracılığıyla insanlarla sohbet edersiniz.
L (loss)	"L", "kayıp"ın kısaltmasıdır. İnsanların bir şey istedikleri gibi gitmediğinde kullandıkları bir internet argo terimidir; yenilgiyi, başarısızlığı veya tam bir fiyaskoyu düşünün.
Landing page	Açılış sayfası , insanların bir bağlantıya (örneğin bir reklam, sosyal medya gönderisi, e-posta veya arama sonucu) tıkladıktan sonra "ulaştığı" tek ve odaklanmış bir web sayfasıdır. Tek bir net amaç için oluşturulmuştur: Dikkatinizi dağıtacak hiçbir şey olmadan kaydolmanızı, indirmenizi veya satın almanızı sağlamak gibi belirli bir şey yapmanızı sağlamak.
Lead	Potansiyel müşteri , markanıza ilgi gösteren kişidir; bu ilgi size e-posta adresini vererek, reklaminize tıklayarak, sizi sosyal medyada takip ederek veya sunduğunuz bir şeyi indirerek gerçekleşebilir.
Lead generation	Potansiyel müşteri yaratma , sunduğunuz şeyi isteyebilecek kişilerle sohbet başlatmak ve bu ilgiyi gerçek bağlantılara dönüştürmekle ilgilidir.
Lead magnet	Potansiyel müşteri mıknatısı , bir kişiye e-posta adresi gibi iletişim bilgileri karşılığında sunduğunuz bir rehber, kontrol listesi, test veya şablon gibi ücretsiz bir şeydir.
Like	"Beğeni" , sosyal medyadaki içerikleri beğendiğinizi veya onayladığınızı göstermenin hızlı bir yoludur. Yorum yazmadan etkileşimde bulunmanızı sağlayan basit bir tıklamadır.
Like farm	Beğeni çiftliği , sosyal medyada sahte hesaplar veya botlar kullanarak etkileşimi yapay olarak artırmak için kullanılan bir yöntemdir.
Link building	Bağlantı kurma , diğer web sitelerinden kendi sitenize geri bağlantı sağlayan hiper bağlantılar (geri bağlantı) kazanma sürecidir.
Link in bio	'Biyografideki bağlantı' , sosyal medya profilinize ekleyebileceğiniz tıklanabilir URL'yi ifade eder. Takipçilerinizle önemli içerikleri paylaşmanın bir yoludur.
LinkedIn	LinkedIn , insanların kariyerlerini ve iş bağlantılarını tek bir yerde kurmalarına yardımcı olmak için oluşturulmuş profesyonel bir sosyal medya platformudur.
LinkedIn Pulse	LinkedIn Pulse , LinkedIn'in uzun biçimli içerikleri (makaleler, sektör içgörüler ve haberler) doğrudan LinkedIn akışında yayınlamak ve keşfetmek için yerleşik platformudur.

LinkedIn Recommendation	LinkedIn önerileri , profesyonel bağlantılarınızdan gelen kişiselleştirilmiş, yazılı referanslardır (mini referans mektupları düşünün).
LinkedIninfluencer	LinkedIninfluencer , LinkedIn'de değerli profesyonel içerikler paylaşan ve gerçek sohbetler başlatan bir düşünce lideridir.
Listicle	Liste , bilgileri bir liste halinde düzenleyen bir makale türüdür; içeriğin okunmasını ve paylaşılmasını kolaylaştıran numaralandırılmış veya madde işaretli noktaları düşünün.
Live streaming	Canlı yayın , internet üzerinden gerçek zamanlı video yayını yapmaktır. Bu, aynı anda birçok kişiyle canlı görüntülü sohbet paylaşmak gibidir. Canlı yayınları Instagram, Facebook ve YouTube gibi sosyal medya platformlarında izleyebilirsiniz.
LMR	LMR , "Son Paylaştıklarımı Beğen" anlamına geliyor. İnsanların Instagram, TikTok, Snapchat ve aslında herhangi bir platformda takipçilerine dostça bir dürtme yapmak için kullandıkları bir kısaltma.
Locket	Locket , arkadaşlarınızın fotoğraflarını doğrudan ana ekranınıza taşıyan eğlenceli bir fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. Telefonunuzdan kişileri ekleyebilir, ardından uygulama aracılığıyla fotoğraf çekip gönderebilirsiniz. Fotoğraflarınız, arkadaşlarınızın ekranlarındaki bir widget'ta anında görünür.
Logo	Logo , çevrimiçi kimliğinizin önemli bir parçasıdır ve insanların sizi bir bakışta tanımasına yardımcı olur. Facebook ve Twitter gibi platformlarda logonuz genellikle profil resminiz olarak kullanılır.
Lookalike audience	Benzer hedef kitle , mevcut hedef kitleniz veya müşterilerinizle ilgi alanları, davranışlar, demografik özellikler gibi özellikleri paylaşan yeni kişilerden oluşan bir gruptur.
Loop	Döngüsel bir video izlediğinizde , video biter bitmez tekrar başlar. Döngüleri TikTok ve Instagram Reels gibi platformlarda görebilirsiniz.
Lurker	Gizli takipçi , sosyal medya akışlarını takip eden veya çevrimiçi topluluklara katılan ancak aktif olarak etkileşimde bulunmayan, beğenme, yorum, paylaşım veya yanıt vermeyen kişidir.
Machine learning	Makine öğrenmesi , bilgisayarlara açıkça programlanmadan verilerden nasıl öğreneceklerini öğretmenin bir yoludur.
Macro influencer	Makro influencer , Instagram, TikTok veya YouTube gibi platformlarda genellikle 100.000 ila 1.000.000 arasında takipçisi olan büyük bir takipçi kitlesine sahip bir sosyal medya yıldızıdır.
Market research	Pazar araştırması , potansiyel müşterileriniz olan kişiler ve onların ilgilendikleri ürün veya hizmetler hakkında bilgi toplama ve anlama sürecidir.



Marketing automation	Pazarlama otomasyonu , sizin adınıza tekrarlayan pazarlama görevlerini halleden araçlar ve yazılımları ifade eder.
Marketing funnel	Pazarlama hunisi , insanların markanızı ilk fark ettikleri andan sadık müşterilere dönüşmelerine kadar geçen yolculuğu görselleştirmenin bir yoludur.
Marketing proposal	Pazarlama teklifi , bir işletme veya ürünü tanıtmak için ayrıntılı bir planı özetleyen bir belgedir. Özellikle sosyal medyada pazarlama hedeflerinize ulaşmanız için yol haritanızdır. Teklife genellikle hedeflerinizi, stratejilerinizi, zaman çizelgenizi ve bütçenizi eklersiniz.
Mashup	Mashup , iki veya daha fazla kaynaktan (resim, metin, ses, video veya veri gibi) alınan içeriğin yaratıcı bir şekilde karıştırılıp yeni ve taze bir şeye dönüştürülmesidir.
Mastodon	Mastodon ile kullanıcılar tıpkı Twitter'da olduğu gibi kısa mesajlar gönderebilir, fotoğraf paylaşabilir ve diğer kullanıcıları takip edebilir. Ancak Mastodon, kullanıcılara deneyimleri üzerinde daha fazla kontrol sağlar.
Media kit	Medya kiti , içerik oluşturucular veya markalar için profesyonel bir kartvizittir. Bu kitleler genellikle takipçi sayısı, etkileşim oranları ve hedef kitle demografisi gibi önemli istatistikleri içerir.
Mega influencer	Mega influencer , sosyal medyada çok sayıda takipçisi olan kişidir; genellikle Instagram, YouTube, TikTok veya X (eski adıyla Twitter) gibi platformlarda 1 milyon veya daha fazla takipçisi vardır.
Meme	Meme , internette hızla yayılan komik veya ilginç bir içeriktir. Memleri Facebook ve X gibi platformlarda yaygın olarak paylaşılan görseller, videolar veya metinler olarak görürsünüz. Bunlar genellikle güncel olaylar, popüler kültür veya günlük yaşam hakkında yorum yapmak için mizah veya hiciv kullanırlar.
Mention	Sosyal medyada bir kişiden bahsetmek , gönderinizde doğrudan bir kişiye, markaya veya konuya atıfta bulunmanız veya onu etiketlemeniz anlamına gelir. Çoğu platform, "@" simgesinin ardından kullanıcı adını kullanır.
Messenger	Messenger , Meta (eski adıyla Facebook) tarafından geliştirilen bir mesajlaşma uygulamasıdır. Arkadaşlarınız, aileniz ve iş arkadaşlarınızla sohbet etmenizi sağlayan bağımsız bir uygulamadır.
Metaverse	Metaverse , avatarlar (dijital "siz" karakterler) aracılığıyla başkalarıyla etkileşim kurduğunuz ve paylaşılan ortamlarda gerçek zamanlı olarak gezindiğiniz 3 boyutlu sanal bir dünyadır.
Metric	Sosyal medyada bir ölçüm , çevrimiçi ortamda ne kadar başarılı olduğunuzu gösteren bir sayıdır. Gönderilerinizin işe yarayıp yaramadığını ve insanların paylaştıklarını beğenip beğenmediğini görmenize yardımcı olur.

Micro-influencer	Mikro etkileyici , genellikle 10.000 ila 100.000 takipçisi olan bir sosyal medya kullanıcısıdır.
Microblogging	Mikrobloglama , çevrimiçi ortamda kısa ve öz güncellemeler paylaştığınız yerdir; durum paylaşımları, kısa mesajlar veya mikro paylaşımlar gibi.
Mid-roll	Orta reklam , bir videonun veya ses klibinin ortasında oynatılan bir reklamdır; uzun bir video izlerken veya bir podcast dinlerken gösterilen mini reklam arası gibidir.
Milkshake app	Milkshake ile dakikalar içinde basit bir web sitesi oluşturabilirsiniz; hiçbir tasarım becerisine ihtiyacınız yok. Kendiniz, markanız veya çalışmalarınız hakkında tek bir bağlantının ötesinde daha fazlasını paylaşabileceksiniz.
Millennial pause	Y kuşağının duraksaması , eski video kayıt alışkanlıklarından kaynaklanıyor. Bunu, bir Y kuşağı içerik üreticisinin konuşmaya başlamadan önce videosunun gerçekten kaydedildiğinden emin olmak için bir an durmasıyla fark edebilirsiniz.
Monetization	Para kazanma , sosyal medyadaki varlığınızı para kazanma yoluna dönüştürme sürecidir.
Moots	Siz ve başka bir kullanıcı birbirinizi takip ettiğinizde "artık takip edilmiyorsunuz". Bu, iki yönlü bir bağlantı anlamına gelir ve çoğu zaman çevrimiçi ortamda dostça bir ilişkiye işaret eder.
MT (modified tweet)	MT gördüğünüzde , tweet'in birebir kopyası olmadığını anlarsınız. Birinin sözlerini değiştirdiyse, MT kullanmak nezaket gereğidir. Bu, karışıklığı önlemeye yardımcı olur ve orijinal tweet'i atan kişiye saygı gösterir.
Multi-channel attribution	Çok kanallı atıf , satın alma veya kayıt gibi dönüşüme katkıda bulunan çeşitli pazarlama kanallarını analiz etme ve bunlara kredi atama sürecidir.
Multilingual sentiment analysis	Çok dilli duygu analizi , sosyal medya gönderilerinin, yorumlarının veya incelemelerinin olumlu, olumsuz veya nötr olup olmadığını anlamak için yapay zeka ve makine öğrenimini kullanan bir süreçtir.
Mute	Sessize Alma , belirli hesapların gönderilerini takipten çıkmadan gizlemenizi sağlayan kullanışlı bir özelliktir. Bir hesabı sessize aldığınızda, onu takip etmeye devam edersiniz, ancak içeriklerini göremezsiniz.
Named entity recognition (NER)	NER (Adlandırılmış Varlık Tanıma) , yorumlar veya gönderiler gibi metinleri tarayarak özel isimleri tespit eden ve sınıflandıran yapay zeka destekli bir NLP yöntemidir.
Nano-influencer	Nano-influencer , genellikle 1.000 ila 10.000 takipçisi olan, küçük ama özverili bir sosyal medya takipçi kitlesine sahip kişidir. Onları, hedef kitleleriyle güçlü bağlar kurdukları belirli alanlarda bulabilirsiniz.
Native advertising	Yerel reklamcılık , kullandığınız platformla (sosyal medya akışınız, makale sayfanız veya arama sonuçlarınız) kusursuz bir şekilde bütünleşecek şekilde tasarlanmış bir tür ücretli içeriktir.



Natural Language Processing (NLP)	Doğal Dil İşleme (NLP) , bilgisayarların insan dilini anlamasını, yorumlamasını ve hatta üretmesini sağlayan bir yapay zeka alanıdır.
Net promoter score (NPS)	NPS , Net Tavsiye Skoru anlamına gelir ve müşterilerinizin ne kadar sadık ve memnun olduğunu gösteren basit bir yoldur.
Newsfeed	Haber akışı , takip ettiğiniz kişilerden, sayfalardan veya konulardan gelen güncellemelerin tek bir kaydırılabilir akışta açıldığı sosyal medyadaki vazgeçilmez yerinizdir.
Newsjacking	Haber hırsızlığı , markanızın görünürlüğünü artırmak için trend olan haberleri kullandığınız bir stratejidir. Gündemdeki konulara atlayıp kendi yorumunuzu katmakla ilgilidir.
Newsletter	E-bülten , almayı seçen kişilere gönderilen düzenli bir e-posta veya dijital güncellemedir. Genellikle gelen kutunuzda görünür ve onları bir marka, konu veya topluluk hakkında güncel tutar.
Niche	Niş , sosyal medya içerikleriniz veya ürünlerinizle odaklandığınız daha geniş bir pazarın belirli bir segmentidir. Ortak ilgi alanlarını, ihtiyaçları veya özellikleri paylaşan bir grup insandır.
Niche marketing	Niş pazarlama , herkesi memnun etmeye çalışmak yerine çabalarınızı küçük ve belirli bir grup insana odakladığınız zamandır.
Non-fungible token (NFT)	Değiştirilemez token (NFT) , blok zincirinde satın alabileceğiniz, satabileceğiniz veya takas edebileceğiniz benzersiz bir dijital varlıktır. Kripto para birimlerinin aksine, her NFT'nin kendine özgü bir değeri vardır ve eşit şekilde takas edilemez.
Noplace	2024'te piyasaya sürülen yeni bir sosyal medya uygulaması olan noplace, yalnızca metin içeren gönderileriyle işleri kolaylaştırıyor. Fotoğraf veya video yok!
Nostalgia marketing	Nostalji pazarlaması , geçmişten tanıdık unsurları kullanarak sizinle duygusal bir bağ kurmayı amaçlayan bir stratejidir.
Not me	Birinin "Ben [utanç verici bir şey] yapmıyorum" şeklinde bir paylaşım yaptığını gördüğünüzde, aslında o şeyi yaptığını kabul etmiş oluyor. Bu ifade, hemfikir olmak, şaşırmak veya kendini küçümseyen bir mizah anlayışını ifade etmek için kullanılır.
Notification	Bildirim , bir sosyal medya platformunun sizinle ilgili bir şey olduğunda (örneğin birinin gönderinizi beğenmesi, sizden bahsetmesi veya size mesaj göndermesi) size gönderdiği dostça bir uyarıdır.
NPC	Sosyal medyada birine NPC demek , o kişinin senaryoda yazılmış bir karakter gibi davranması anlamına gelir; tahmin edilebilir, orijinal olmayan ve gerçekten kendi başına düşünmeyen.

Omnichannel	Omnichannel , bir markanın etkileşimde bulunabileceği tüm yolları (çevrimiçi, mağaza içi, sosyal medya, mobil uygulamalar) bir araya getirdiği ve bunların tek bir sorunsuz deneyim gibi hissettirdiği bir stratejidir.
On-page SEO	Sayfa içi SEO (bazen “site içi SEO” olarak da yazılır) , her bir web sayfasını daha iyi hale getirmekle ilgilidir, böylece hem kullanıcılar hem de arama motorları sayfanın neyle ilgili olduğunu anlayabilir.
OOMF	“OOMF” sosyal medyada “takipçilerimden biri” veya bazen “arkadaşlarımdan biri” ifadelerinin kısaltmasıdır.
OP (original poster)	OP , internet konuşmalarında sıkça göreceğiniz bir kısaltmadır; Orijinal Poster anlamına gelir, yani bir konuyu veya gönderiyi başlatan kişidir.
Open Graph	Open Graph , Facebook’un web içeriklerini sosyal medyada daha paylaşılabılır hale getirmek için oluşturduğu bir protokoldür.
Opp (opponent or opposition)	“Opp” argoda “rakip” veya “muhalafet” anlamına gelir; temelde size karşı olan veya karşı tarafta olan kişidir.
Organic marketing	Organik pazarlama , reklam için ödeme yapmadan markanızı veya içeriğinizi tanıtmak için kullandığınız stratejileri ifade eder.
Organic reach	Organik erişim , ücretli tanıtım olmadan içeriğinizi sosyal medyada gören tekil kullanıcı sayısıdır. Gönderilerinizi öne çıkarmak için para harcamayı gerektiren ücretli erişimden farklıdır.
Organic search	Organik arama , insanların web sitenizi reklamlara tıklamadan doğal yollarla bulmasını sağlar. Google veya Bing gibi arama motorlarının algoritmalarının en alakalı olduğunu düşündüğü için gösterdiği, ücretsiz sonuçlar listesidir.
Organic traffic	Organik trafik , reklamlara tıklamadan arama motorları veya ücretsiz kaynaklar aracılığıyla web sitenizi veya içeriğinizi bulan ziyaretçileri ifade eder.
Outbound marketing	Giden pazarlama , bir işletmenin mesajını ilgilenebilecek kişilere iletmesi anlamına gelir; soğuk aramaları, televizyondaki veya billboardlardaki reklamları, hatta posta yoluyla gönderilen el ilanlarını düşünün.
Owned media	Sahip olduğunuz medya , tamamen sizin kontrolünüzde olan kanallar ve içeriklerdir; web siteniz, blogunuz, e-posta bültenleriniz, hatta sosyal medya profilleriniz.
Paid partnership	Ücretli ortaklık , sosyal medyada bir influencer olarak bir markayla iş birliği yapmanızdır.
Paid social	Ücretli sosyal , sosyal medya reklamcılığı için kullanılan bir terimdir; içeriğinizi veya reklamlarınızı sosyal ağlardaki insanlara göstermek için ödeme yapmanız anlamına gelir.



Pay-per-click (PPC)	PPC, Tıklama Başına Ödeme anlamına gelir. Bu, yalnızca birisi reklaminıza tıkladığında ödeme yaptığınız bir çevrimiçi reklamcılık modelidir.
Periscope	Periscope , Twitter tarafından Mart 2015'te başlatılan bir canlı video akışı uygulamasıydı.
Permalink	Kalıcı bağlantı (kalıcı bağlantının kısaltması) sizi doğrudan belirli bir içerik parçasına götüren sabit bir URL'dir
Personal brand	Kişisel marka , başkalarının sizinle çevrimiçi olarak tanıştığında veya sizi takip ettiğinde ne düşündüğünü, hissettiğini ve beklediğini bilinçli olarak nasıl şekillendirdiğinizdir.
Pin	Pin , Pinterest'teki görsel bir içerik parçasıdır. Bunu dijital bir yer imi olarak düşünebilirsiniz.
Pinned post	Sabitlenmiş gönderi , birçok sosyal medya platformunda bulunan ve kullanıcıların belirli bir gönderiyi profillerinin veya sayfalarının en üstünde tutmalarına olanak tanıyan bir özelliktir.
Pinterest	Pinterest , insanların beğendikleri görselleri veya içerikleri pano adı verilen temalı koleksiyonlara "sabitlediği" görsel odaklı bir keşif ve ilham platformudur.
Pinterest board	Pinterest panosu , Pinterest'teki içerikleri kaydedip düzenleyebileceğiniz sanal bir ilan panonuzdur. Bunu, ilginizi çeken görseller, videolar veya fikirler gibi pinleri toplayıp düzenlediğiniz dijital bir klasör olarak düşünebilirsiniz.
Pitch	Sosyal medya pazarlamasında bir sunum temel olarak kısa ve ikna edici bir tekliftir.
Podcast	Podcast , internette indirip kendi hızınızda dinleyebileceğiniz bir dizi sesli (veya bazen görüntülü) bölümdür.
Poll	Anket , sosyal medyada yayınladığınız ve insanlara birkaç hızlı cevap seçeneği sunan tek soruluk bir ankettir. Örneğin "Çay mı, kahve mi?"
Post	Gönderi , sosyal medya platformlarında paylaştığınız içeriktir. Metin, resim, video veya bağlantı olabilir.
POV (Point of View)	POV, "bakış açısı" anlamına gelir ve sosyal medya platformlarında belirli bir bakış açısını veya senaryoyu tasvir etmek için yaygın olarak kullanılır.
POV video	POV (kısaca "bakış açısı") videoları, sanki sahnenin içindeymişsiniz gibi hissetmenizi, yani olayları başka birinin bakış açısından görmeyi sağlamak için oluşturulan videolardır.
Private	Özel hesaplar , çevrimiçi varlığınız üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmanızı sağlar. İçeriğinizi istenmeyen görüntülemelerden ve olası kötüye kullanımlardan korumanıza yardımcı olur. Ancak aynı zamanda daha geniş bir kitleye erişiminizi ve etkileşiminizi de sınırlar.

Private message (PM)	Özel mesaj (bazen PM veya doğrudan mesaj, DM olarak da adlandırılır), yalnızca ilgili kişilerin görebildiği bire bir veya küçük grup konuşmasıdır.
Profile picture (PFP)	Profil fotoğrafı veya kısaca PFP, sosyal medyada kendinizi temsil etmek için seçtiğiniz görseldir. Gönderilerde, yorumlarda ve profillerde adınızın yanında yer alan o küçük fotoğraftır; dijital ilk izleniminizdir. Profil fotoğrafı veya kısaca PFP, sosyal medyada kendinizi temsil etmek için seçtiğiniz görseldir. Gönderilerde, yorumlarda ve profillerde adınızın yanında yer alan o küçük fotoğraftır; dijital ilk izleniminizdir.
Promoted tweet (post)	Öne çıkarılan tweet (şimdi gönderi), Twitter'da (Şimdi X) ücretli bir reklamdır. Oluşturduğunuz ve sizi takip etmeyen kişilere göstermek için ödeme yaptığınız düzenli bir gönderidir. Bu gönderiler normal gönderilere benzer, ancak küçük bir "Öne Çıkarılan" etiketine sahiptir.
Prospect	Potansiyel müşteri, hedef kitlenize uyan ve sunduğunuz ürün veya hizmete ilgi gösteren ancak henüz satın alma işlemi yapmamış potansiyel müşteridir.
Public Service Announcement (PSA)	PSA, Kamu Hizmeti Duyurusu anlamına gelir. Genellikle sosyal medyada paylaşılan ve kamuoyunu ilgilendiren bir konu hakkında farkındalık yaratmak, bilgilendirmek veya harekete geçmeyi teşvik etmek için tasarlanmış bir mesajdır.
Qualified lead	Nitelikli bir potansiyel müşteri, sunduğunuz ürün veya hizmete gerçek anlamda ilgi gösteren ve istediğiniz müşteri tipine uyan kişidir.
Quantcast	Quantcast, çevrimiçi kitleleri ölçen ve analiz eden kullanışlı bir dijital pazarlama aracıdır.
Quiet quitting	Sessizce istifa etmek, istifa mektubunuzu teslim etmek anlamına gelmez. Bunun yerine, işinizin sizden istediğini tam olarak yapmak anlamına gelir; ne daha fazlası ne de daha azı.
Quora	Quora, insanların soru sorduğu ve diğerlerinin de bu sorulara cevap verdiği bir soru-cevap platformudur; bir tür bilgi paylaşım sosyal ağıdır.
Ratio	Sosyal medyada paylaşılan bir gönderinin beğeni ve paylaşımlardan çok daha fazla yanıt veya yorum alması durumunda oranlı olduğu söylenir.
Re-pin	Yeniden pinleme, başka birinin Pinterest pinini kendi panolarınızdan birine kaydetmenizdir. Başka bir kullanıcının içeriğini paylaşmanın bir yoludur.
Reach	Sosyal medyadaki erişim, içeriğinizi gören toplam benzersiz kişi sayısıdır. Tekrarlanan görüntülemeleri sayan gösterimlerden farklıdır. Facebook veya diğer platformlarda paylaşım yaptığınızda , erişim, gönderinizin kaç kullanıcıya ulaştığını gösterir.



Reactions	Sosyal medyadaki tepkiler , bir gönderiyi “beğenmekten” daha fazlasını yapmanıza olanak tanır. Bunlar, bir şey hakkında ne hissettiğinizi gösteren küçük emojilerdir. Facebook’ta ise beğenme, sevmek, önemseme, hahaha, yay canına, üzgün ve öfkeli tepkiler arasında seçim yapabilirsiniz.
Real-time data	Gerçek zamanlı veriler , olaylar gerçekleştiğinde hemen iletilen ve hemen güncellenen, neredeyse hiç gecikme olmayan bilgilerdir.
Real-time marketing	Gerçek zamanlı pazarlama , bir markanın trendler, haberler veya müşteri geri bildirimleri gibi olup bitenleri dinlemesi ve bunlara anında içerik, mesaj veya tekliflerle yanıt vermesidir.
Real-time search	Gerçek zamanlı arama , sosyal medya platformlarındaki güncel içerikleri yayımlandığı anda sunar. En son gönderileri, tweet’leri ve güncellemeleri anında, hiçbir gecikme olmadan görürsünüz.
Reddit	Reddit , çevrimiçi forumlar ve içerik paylaşımı unsurlarını bir araya getiren bir sosyal medya platformudur. Tartışmalar için bir merkez görevi görür ve kullanıcıların makaleler, resimler ve videolar gibi çeşitli içerik türlerini paylaşmalarına olanak tanır.
Referral marketing	Tavsiye pazarlaması , mutlu müşterilerinizi marka savunucularına dönüştüren bir stratejidir. İnsanları ürünleriniz veya hizmetleriniz hakkında arkadaşlarına bilgi vermeye teşvik ettiğinizde ortaya çıkar. Normal ağızdan ağıza pazarlamanın aksine, tavsiye pazarlaması hem tavsiye edene hem de yeni müşteriye ödüller sunar.
Referral traffic	Yönlendirme trafiği , web sitenize çevrimiçi diğer kaynaklardan gelen ziyaretçilerdir. Sosyal medya, bloglar veya diğer web sitelerindeki bağlantılara tıklayarak sitenize ulaşan kişilerdir. Bu trafik, arama motorlarından veya web adresinizi doğrudan yazarak gelmez.
Regram	Regram , başka bir kullanıcının Instagram gönderisini kendi hesabınızda paylaşmanız anlamına gelir. İçeriği yeniden paylaşmak gibidir, ancak özellikle Instagram için.
Relevance score	Alaka düzeyi puanı , sosyal medya reklamlarında reklamınızın hedef kitleyle ne kadar iyi etkileşim kurduğunu ölçmek için kullanılan bir ölçümdür. 1 ile 10 arasında bir sayıdır ve 10 en yüksek puandır. Bu kavramı Facebook popülerleştirdi, ancak tüm platformlarda uygulanabilir.
Rent free	“Kirasız” , bir şeyin veya birisinin “kira” ödemediği kafanızda yer etmesi durumunda kullanılan bir argo ifadedir.
Reply	Yanıt , birinin sosyal medyadaki gönderisine veya yorumuna verdiğiniz yanıttır. Sohbetlere katılmanın ve düşüncelerinizi paylaşmanın bir yoludur. Yanıt verdiğinizde, yanıtınız başkalarının görebileceği şekilde orijinal gönderinin altında görünür.

Repost	Repost , başka birinin içeriğini sosyal medya profilinizde paylaşmanın anlamına gelir. Gördüğünüz ilginç gönderileri kendi takipçilerinizle paylaşmanın bir yoludur.
Request	Sosyal medyada istek , biriyle çevrimiçi bağlantı kurmak için gerçekleştirdiğiniz bir eylemdir. Dijital çevrelere katılmak istemek gibidir. Facebook'ta, ağınıza insanları eklemek için arkadaşlık istekleri gönderirsiniz. Instagram'da ise özel hesaplar için takip istekleri vardır. LinkedIn, profesyonel ilişkiler kurmak için bağlantı isteklerini kullanır.
Responsive design	Duyarlı tasarım , web sitelerinin ve sosyal medya içeriklerinin herhangi bir ekrana (telefon, tablet, dizüstü bilgisayar, hatta büyük masaüstü monitörleri) sorunsuz bir şekilde uyum sağlayacak şekilde oluşturulmasının bir yoludur.
Retargeting	Yeniden hedefleme , markanızla etkileşime girmiş, sitenizi ziyaret etmiş, gezinmiş veya e-postalarınıza tıklamış ancak henüz dönüşüm gerçekleştirmemiş kişilerle sizi yeniden buluşturur.
Return on relationship (ROR)	RoR , ilişki Getirisi anlamına gelir; yalnızca kazandığınız paraya değil, çevrimiçi kurduğunuz bağlantıların kalitesine değer veren bir sosyal medya ölçümüdür.
Retweet	Retweet , başka birinin gönderisini X'te (eski adıyla Twitter) paylaşmanın bir yoludur. Retweet ettiğinizde, o içeriği kendi takipçilerinizle paylaşmış olursunuz.
Review	İnceleme , birinin bir ürün, hizmet, işletme veya deneyim hakkında dürüst düşüncelerini çevrimiçi olarak paylaşması anlamına gelir.
Rich Pin	Zengin Pinler , doğrudan pin üzerinde ekstra ayrıntılar gösteren geliştirilmiş Pinterest gönderileridir.
Right now (RN)	Bir mesajda RN kullandığınızda , başkalarına şu anda, yani şu anda bir şeylerin olduğunu söylüyorsunuz.
ROI	ROI (Yatırım Getirisi) , sosyal medyaya harcadığınız zaman, para ve emek karşılığında ne kadar değer (satış, potansiyel müşteri veya marka etkisi) elde ettiğinizi ölçer.
RSS feed	RSS , RDF Site Özeti veya Gerçekten Basit Sendikasyon anlamına gelir. Web sitelerini ziyaret etmeden güncellemeler almanızı sağlayan bir yoldur. Favori siteleriniz için bir haber akışı gibi düşünün. Bir site yeni içerik eklediğinde, RSS akışı bunu size otomatik olarak gönderir.
RSS reader	RSS okuyucu , favori web sitelerinizi tek bir yerden takip etmenizi sağlayan kullanışlı bir araçtır. Takip ettiğiniz sitelerden yeni içerikleri toplar ve hepsini bir arada görüntüleyerek size zaman ve emek tasarrufu sağlar.



Scrubbing	Sosyal medyada kaydırma , genellikle bir kaydırıcıyı veya zaman çizelgesini sürükleyerek video içeriğinde gezinmeyi ifade eder. Bunu hassas bir şekilde ileri sarma gibi düşünün; tamamını izlemeden tam olarak istediğiniz anı buluyorsunuz.
Search engine marketing (SEM)	SEM , Arama Motoru Pazarlaması anlamına gelir ve arama motoru sonuçlarında (Google veya Bing gibi) görünmek için ücretli reklamların kullanılması uygulamasıdır.
Selfie	Selfie , genellikle akıllı telefonunuzu kol boyu uzakta tutarak (veya ön kamerasını kullanarak) çektiğiniz ve çoğunlukla sosyal medyada paylaşılan bir fotoğraf veya bazen kısa bir videodur.
Semantic search	Anlamsal arama , arama motorlarının veya platformlarının bir şey yazdığınızda tam olarak ne demek istediğinizi anlamasını sağlayan bir yoldur; yalnızca tam kelimeleri eşleştirmek yerine.
Sentiment analysis	Duygu analizi , insanların sosyal medyada markanız hakkında ne hissettiğini anlamak için kullanabileceğiniz güçlü bir araçtır.
SEO	SEO veya Arama Motoru Optimizasyonu , web sitenizin arama motorlarında görünürlüğü artırılmaya yönelik bir dizi uygulamadır. Amaç, insanların markanız veya ürünlerinizle ilgili konularda arama yaptığında içeriğinizin daha kolay bulunmasını sağlamaktır.
SERP	SERP, "Arama Motoru Sonuç Sayfası" anlamına gelir. Google, Bing, Yahoo veya DuckDuckGo gibi bir arama motoruna bir sorgu yazdıktan (veya konuştuktan) sonra gördüğünüz sayfadır.
Shadowban	Gölge yasaklama , sosyal medya platformlarının size haber vermeden içeriğinizin görünürlüğü sınırlamasıdır. Paylaşım yaparsınız, ancak kimse göremez. Bu durum Instagram ve TikTok gibi uygulamalarda olur.
Shaking my head (SMH)	SMH, "Başımı Sallıyorum" anlamına gelir. İnsanların kendilerini konuşamaz hale getiren bir şeye tepki vermek için kullandıkları bir kısaltmadır; genellikle "buna inanamıyorum" şeklinde.
Share	Sosyal medyada paylaşım , birinin bir makale, resim, video veya bağlantı gibi bir içeriği başka birinin akışından Facebook, X veya LinkedIn gibi platformlarda kendi kitlesine göndermesi veya yeniden göndermesidir.
Share of voice (SOV)	Ses Payı (SOV) , markanızın rakiplerine kıyasla konuşmanın ne kadarına sahip olduğunu ölçer. Sosyal medya ve diğer dijital kanallardaki görünürlüğünüzü takip etmek için önemli bir ölçümdür.
Shareable content	Paylaşılabilir içerik , insanların sosyal medyada iletmek, yeniden paylaşmak veya başkalarını etiketlemek için ilham aldıkları herhangi bir medya parçasıdır (bir gönderi, video, resim veya makale gibi).

Shook	“Shook”, bir şey karşısında tamamen şaşırdığınızı, duygusal olarak sarsıldığınızı veya sersemlediğinizi ifade eden bir internet argo terimidir.
Shoppable post	Alışveriş yapılabilir gönderi, uygulamadan çıkmadan doğrudan ürün satın almanızı sağlayan bir sosyal medya gönderisidir. Instagram, Facebook ve Pinterest gibi platformlarda, bu gönderilerde alışveriş çantası simgeleri görürsünüz.
Situationship	Durumsal ilişki, arkadaşlık ile bağlılık arasında bir yerde bulunan romantik veya cinsel bir ilişkidir; tam olarak resmi değildir ama kesinlikle sıradanlıktan daha fazlasıdır.
Slay	“Slay” sosyal medyada birinin bir şeyi etkileyici bir şekilde iyi yaptığını ifade etmek için kullanılan modern bir argodur.
Sleep on	“Uyumaya devam etmek” Z kuşağının kullandığı bir argo terim. Değerli bir şeyi veya birini gözden kaçırdığınız anlamına geliyor. Yani, ona hak ettiği ilgiyi göstermek yerine, onu erteleyip duruyorsunuz.
Small and medium-sized business (SMB)	Küçük ve orta ölçekli bir işletme (KOBİ), 500’den az kişiyi istihdam eder ve yıllık geliri 1 milyar doların altındadır; ancak tanımlar bölgeye göre değişir.
SMART goals	AKILLI hedefler, belirsiz fikirleri net ve eyleme geçirilebilir hedeflere dönüştürmenize yardımcı olan bir hedef belirleme yöntemidir. AKILLI bir kısaltmadır: Belirli, Ölçülebilir, Ulaşılabilir (veya Ulaşılabılır), İlgili, Zamanla Sınırlı.
SMH (whaking my head)	“SMH”, “başımı sallamak” anlamına gelir. Bu, sanal bir baş sallamaya benzeyen bir internet argosudur ve hayal kırıklığına uğradığınızı, sınırlandırıldığınızı veya gördüklerinize ya da okuduklarınıza inanmadığınızı göstermek için kullanılır.
Snap Map	Snap Map, sizin ve arkadaşlarınızın nerede olduğunuzu canlı bir haritada gösteren bir Snapchat özelliğidir.
Snapchat	Snapchat, arkadaşlarınızla anılarınızı paylaşma şeklinizi değiştiren popüler bir multimedya mesajlaşma uygulamasıdır. Kaybolan mesajları ve gerçek zamanlı içerik paylaşımıyla bilinir.
Snapchat Memories	Snapchat Anıları, fotoğraflarınızı ve videolarınızı (bunlara “Anlık Görüntüler” ve “Hikayeler” denir) daha sonra tekrar görüntülemek üzere kaydedebileceğiniz Snapchat’in yerleşik bir arşividir.
Social bookmarking	Sosyal yer imleri, web bağlantılarını çevrimiçi olarak kaydetmenizi ve düzenlemenizi sağlayan bir yoldur. Yer imlerinizi tarayıcınızda tutmak yerine, bunları herhangi bir cihazdan erişilebilen bir platformda saklarsınız. Kaydettiğiniz bağlantıları etiketleyip kategorilere ayırarak daha sonra kolayca bulabilirsiniz.



Social commerce	Sosyal ticaret , Instagram, Facebook veya TikTok gibi sosyal medya platformlarında ürün alıp satmanıza olanak tanır.
Social customer service	Sosyal müşteri hizmeti , şirketlerin müşterilerine yardımcı olmak için sosyal medyayı kullanmasıdır. Sorunları çözmenin ve soruları yanıtlamanın yeni bir yoludur.
Social inbox	Sosyal gelen kutusu , sosyal medya komuta merkeziniz gibidir; kullandığınız her sosyal platformdan gelen tüm mesajlarınızı, yorumlarınızı, bahsetmelerinizi ve DM'lerinizi toplayan tek bir panodur.
Social listening	Sosyal dinleme , sosyal medyadaki hedef kitlenizi anlamak için güçlü bir araçtır. Markanız, rakiplerinizi ve sektörünüz hakkındaki çevrimiçi sohbetleri takip etme ve analiz etme sürecidir.
Social media	Sosyal medya , insanların içerik oluşturduğu, paylaştığı ve etkileşim kurduğu çevrimiçi platformlardır; gönderiler, fotoğraflar ve videolar gibi. Facebook, Instagram ve X gibi platformlar, kullanıcıların arkadaşlarıyla bağlantı kurmasına, markaları takip etmesine veya topluluklara katılmasına olanak tanır.
Social media analytics	Sosyal medya analitiği , içeriğinizin nasıl performans gösterdiğini ve hedef kitlenizin neler yaptığını görebilmeniz için sosyal platformlardan veri toplar, ölçer ve yorumlar.
Social media automation	Sosyal medya otomasyonu , tekrarlayan sosyal medya görevlerini (paylaşımları planlama, içerik paylaşma, genel mesajlara yanıt verme veya analiz toplama gibi) yönetmek için yazılım kullandığınız zamandır.
Social media bio	Sosyal medya biyografisi , Instagram, LinkedIn, X ve TikTok gibi platformlarda sizin veya markanızın kısa bir açıklamasıdır. Sadece birkaç kelimeyle harika bir ilk izlenim bırakma şansınızdır.
Social media calendar	Sosyal medya takvimi , Facebook, Instagram, X ve LinkedIn gibi platformlardaki yaklaşan gönderilerinizi düzenleyen bir program veya çerçevedir.
Social media campaign	Sosyal medya kampanyası , belirli bir hedefe ulaşmak için sosyal platformlarda gerçekleştirilen planlı bir dizi pazarlama faaliyetidir. Sıradan sosyal medya paylaşımlarından farklıdır çünkü stratejik ve odaklıdır.
Social Media Community	Sosyal medya topluluğu , Facebook, Instagram, X, Reddit veya LinkedIn gibi platformlarda ilgi alanlarını, hedeflerini veya deneyimlerini paylaşmak için çevrimiçi olarak bağlanan bir grup insandır.
Social media compliance	Sosyal medya uyumluluğu , kurallara uymakla ilgilidir; veri gizliliği yasalarını, reklam düzenlemelerini ve içerik standartlarını düşünün.

Social media etiquette	Sosyal medya görgü kuralları , sosyal medya platformlarında nezaket kurallarına uymanız için yazılı olmayan kurallar bütünüdür. İster birey ister marka olun, çevrimiçi ortamda başkalarıyla nasıl etkileşim kuracağınızı belirler. Bu kurallar, olumlu bir ortam yaratmanıza ve itibarınızı korumanıza yardımcı olur.
Social media handle	Sosyal medya kullanıcı adınız , X, Instagram ve Facebook gibi platformlardaki benzersiz kullanıcı adınızdır. İnsanların sizi çevrimiçi olarak bulup etiketlemesini sağlar.
Social media management	Sosyal medya yönetimi , bir markanın çeşitli sosyal platformlardaki çevrimiçi varlığını yönetme sürecidir. Hedef kitlenizle etkileşim kurmak için içerik oluşturmayı, planlamayı ve yayınlamayı içerir.
Social media management platform	Sosyal medya yönetim platformu , tüm sosyal medya varlığınızı tek bir yerden yönetmenize olanak tanıyan bir yazılım aracıdır.
Social media manager	Sosyal medya yöneticisi , Instagram ve LinkedIn gibi sosyal medya platformlarında bir markanın hesaplarını yöneten kişidir. Gönderiler oluşturur, takipçilerle sohbet eder ve çevrimiçi ortamda daha fazla kişiye nasıl ulaşacaklarını planlarlar.
Social media marketing	Sosyal medya pazarlaması , işletmenizi tanıtmak için Facebook, Instagram ve LinkedIn gibi platformları kullanma şeklinizdir. Bu, sattığınız şeyi beğenebilecek insanlarla bağlantı kurmanın bir yoludur.
Social media metrics	Sosyal medya metrikleri , neyin işe yarayıp neyin yaramadığı konusunda net bir fikir verir. Bunları, sosyal medya stratejiniz hakkında daha akıllıca kararlar almak ve hedef kitlenizin beğeneceği içerikler oluşturmak için kullanabilirsiniz.
Social media monitoring	Sosyal medya takibi , insanların markanız, işletmeniz, ürünleriniz veya sektörünüz hakkında çevrimiçi olarak neler söylediğini takip etme uygulamasıdır.
Social media scheduling	Sosyal medya planlama , farklı platformlardaki gönderilerinizi planlama ve otomatikleştirme yöntemidir. İçeriği önceden oluşturmanıza ve belirli tarih ve saatlerde yayınlanacak şekilde ayarlamanıza olanak tanır.
Social networking	Sosyal ağ kurmak , özellikle çevrimiçi ortamda kişisel veya profesyonel ilişkiler kurmak ve sürdürmek anlamına gelir.
Social proof	Sosyal kanıt , ne yapacağınızı anlamak için başkalarına bakmanızdır. Çevrimiçi ve çevrimdışı davranışlarınızı şekillendiren güçlü bir güçtür.
Social relationship platform (SRP)	SRP , Sosyal İlişki Platformu anlamına gelir. İşletmelerin ve içerik üreticilerinin tüm sosyal medya faaliyetlerini (paylaşım, yanıtlama, izleme ve analiz gibi) tek bir merkezde toplamasına yardımcı olan bir yazılım türüdür.



Social selling	Sosyal satış , müşteri olabilecek kişileri bulmak, onlarla bağlantı kurmak ve gerçek ilişkiler kurmak için sosyal medyayı kullanmaktır.
Social sentiment	Sosyal duygu , insanların sosyal medyada markanız veya konunuz hakkında nasıl hissettiğini yansıtır. Çevrimiçi sohbetlerin ardındaki duygusal tondur. Bunu olumlu, olumsuz veya nötr olarak ölçebilirsiniz.
Social suite	Sosyal paket , sosyal medyayla ilgili her şeyi tek bir yerden yönetmenize olanak tanıyan bir araçtır (veya araç paketidir).
Soft launch	Yumuşak lansman (yumuşak açılış olarak da adlandırılır) , büyük bir kitleye bir ürün, hizmet veya hatta kişisel haber sunmanız anlamına gelir.
Spam	Spam , toplu olarak gönderilen veya alakasız bir şekilde tekrarlanan istenmeyen, istenmeyen içeriktir (mesajlar, gönderiler, yorumlar veya DM'ler gibi).
Spam account	Spam hesabı , istenmeyen içerik göndermek, takipçi sayısını artırmak veya dolandırıcılık yapmak için kullanılan sahte veya ikincil sosyal medya profilidir.
Sponcon	Sponcon (kısaca "sponsorlu içerik") , bir içerik oluşturucu veya etkileyici tarafından yapılan normal bir gönderi gibi görünen ancak aslında bir marka tarafından ödenen sosyal medya içeriğidir.
Sponsored post	Sponsorlu gönderi , sosyal medyada ürün veya hizmetleri tanıtan ücretli içeriktir.
Sponsorship	Sponsorluklar birçok şekilde olabilir . Markanız ile bir influencer veya içerik üreticisi arasında tek bir gönderi, bir dizi hikaye veya hatta uzun vadeli bir ortaklık bulabilirsiniz.
Stitch	Stitch , diğer videolardan klipleri kendi videolarınıza eklemenize olanak tanıyan harika bir TikTok özelliğidir. Başka birinin TikTok videosundan kısa bir bölüm alıp yeni eserinizin bir parçası olarak kullanabilirsiniz.
Stock photos	Stok fotoğraflar , sosyal medya gönderileriniz, web siteleriniz veya pazarlama materyalleriniz için satın alıp kullanabileceğiniz hazır görsellerdir. Bir fotoğrafçı tutmadan içeriğinize görsel çekicilik katmanın hızlı ve kolay bir yoludur.
Stories	Hikayeler , sosyal medyada paylaşabileceğiniz kısa, geçici gönderilerdir. Instagram, Snapchat ve Facebook'ta popüler olan bu gönderiler, fotoğraf, video ve metin içerir ve 24 saat sonra kaybolur.
Streams	Sosyal medya akışları , favori platformlarınızda gördüğünüz içeriklerin gerçek zamanlı akışlarıdır. Takip ettiğiniz hesaplardan gelen gönderileri, videoları ve yorumları taşıyan dijital nehirler gibidirler.

StumbleUpon	StumbleUpon , ilgi çekici web siteleri, makaleler ve videolar bulmanıza yardımcı olan bir içerik keşif platformuydu. İnternet için sanal bir rehberi gibiydi. "Stumble" butonuna tıkladığınızda, ilgi alanlarınıza uygun rastgele bir siteye yönlendiriliyordunuz.
Subreddit	Subreddit , popüler sosyal medya sitesi Reddit'te özel bir topluluktur. Bunu, belirli bir konu veya ilgi alanına odaklanan bir mini forum olarak düşünebilirsiniz.
Subscribers	Aboneler , içeriklerinizi sosyal medya platformlarında veya bültenlerde takip etmeyi seçen kişilerdir. Abone olduğunuzda, beğendiğiniz içerik üreticilerinden, markalardan veya işletmelerden güncellemeler almak için kaydolmuş olursunuz.
Suggested pages	Önerilen sayfalar , içerikle nasıl etkileşim kurduğunuza bağlı olarak sosyal medya akışınızda açılan sayfa önerileridir (Facebook'un "Sizin için önerilenler" bölümü gibi).
Tag	Sosyal medyada etiket , gönderilerinizde diğer kullanıcıları bağlamanın veya onlardan bahsetmenin bir yoludur. Birini etiketlediğinizde, o kişi bir bildirim alır ve gönderinizde profiline tıklanabilir bir bağlantı görünür.
Target audience	Hedef kitle , sosyal medya içeriğiniz ve pazarlama çabalarınızla ulaşmayı hedeflediğiniz belirli bir gruptur. Sunduğunuz ürün veya hizmetle ilgilenme olasılığı en yüksek olan kişilerden oluşur.
Targeting	Sosyal medyada hedefleme , reklamlarınızı kimlerin göreceğini seçmenize olanak tanır. Bu, içeriğinizi doğru kişilere göstermenin bir yoludur.
TBF	TBF, "adil olmak" anlamına gelir. Bu kısaltmayı sosyal medya paylaşımlarında ve çevrimiçi sohbetlerde sıklıkla görürsünüz. TBF'yi kullandığınızda, bir sohbete dengeli bir bakış açısı katmış olursunuz.
TBH (to be honest)	TBH, "dürüst olmak gerekirse" anlamına gelir. İster cümle başında ister sonunda kullanın, "Gerçekten ne düşünüyorum" demenin kısa bir yoludur.
Tea	"Çay" , birinin paylaşmak istediği dedikodu, içeriden bilgi veya kişisel gerçek anlamına gelen bir argodur. Bilmiş bir gülümsemeyle eğilip, her şeyi anlatmaya hazır bir arkadaş hayal edin.
Terms of service (ToS)	ToS, Hizmet Şartları anlamına gelir. Esasen bir platformun kullanımına ilişkin kurallar kitabıdır; neleri yapıp neleri yapamayacağınızı, platformun hangi haklara sahip olduğunu ve taraflardan biri kuralları ihlal ederse ne olacağını belirtir.
Testimonial	Sosyal medyada referans , bir ürün, hizmet veya markanın olumlu yönlerini vurgulamak için paylaşılan, memnun bir müşteri veya istemciden gelen bir ifade veya onaydır.



TFW (That feeling when)	TFW kullandığınızda, aslında yazmadan “Bilirsin işte...” hissini veriyorsunuz. Herkesin anlayabileceği anları tarif etmek için kullanılan bir kısaltma gibi.
That Girl	“That Girl”, sağlık, verimlilik, farkındalık ve kişisel gelişime odaklanan sosyal medya odaklı bir yaşam tarzı trendidir.
Thought leader	Düşünce liderleri , sektörlerindeki konuşmaları şekillendiren ve başkalarını etkileyen kişilerdir.
Thread	Bir konu , sosyal medyada tek bir sohbet veya hikaye oluşturan birbirine bağlı gönderi veya mesaj dizisidir.
Threads app	Threads , Meta tarafından Temmuz 2023'te başlatılan metin tabanlı bir sosyal medya platformudur.
Throwback Thursday	Perşembe Geriye Dönüşü veya kısaca TBT, insanların Perşembe günleri #TBT etiketini kullanarak eski fotoğraflarını veya anılarını paylaştığı bir sosyal medya trendidir.
TikTok	TikTok , insanların kısa videolar oluşturup paylaştığı ve keşfettiği kısa biçimli video sosyal medya uygulamasıdır.
TikTok Reactions	TikTok Tepkileri , başka birinin TikTok'una verdiğiniz canlı yanıtı yakalayan videolardır.
TL;DR	TL;DR , “Çok Uzun; Okumadım” anlamına gelir. İnternet argosunda “Hey, işte kısa bir özet” anlamına gelen veya “Bu çok uzundu; atladım” gibi şakalar yapan bir terimdir.
Tone of voice	Ses tonu , markanızın kişiliğini sosyal medyada nasıl ifade ettiğinizdir. Hedef kitlenizle iletişim kurarken kullandığınız üslup ve tavidir. Tonunuz samimi, profesyonel, komik veya ciddi olabilir.
Top of funnel (TOFU)	“ Huni üstü ” (genellikle TOFU olarak adlandırılır), bir müşterinin yolculuğunun ilk aşamasını ifade eder; bu aşama, birinin markanızın farkına vardığı aşamadır.
Touch grass	“ Touch grass ”, birine internette çok fazla zaman harcadığını ve gerçek dünyayla yeniden bağlantı kurmak için ekranlardan uzaklaşması gerektiğini söylemek için kullanılan bir argo terimdir.
Traffic	Sosyal medya trafiği , sosyal platformlardan web sitenize gelen ziyaretçileri ifade eder. Sosyal medya çalışmalarınızın ne kadar işe yaradığını ölçmek için önemli bir ölçüttür.
Trending	Sosyal medyada trend olmak , belirli bir anda popüler olan konuları, etiketleri veya içerikleri ifade eder. Birçok kişinin aynı anda bir konu hakkında konuşmasıdır.

<i>Trendjacking</i>	Trendjacking , popüler bir konuya, meme'e, hashtag'e veya viral bir sosyal ana atlayıp kendi yorumunuzu katmak anlamına gelir. Sanki halihazırda akmakta olan bir dalgayı yakalıyormuşsunuz gibi.
<i>Trigger warning</i>	Tetik uyarısı , önemli duygusal veya psikolojik sıkıntıya neden olabilecek içerikten önce yerleştirilen kısa bir bildirimdir (genellikle "Tetik Uyarısı" veya "TW").
<i>Troll</i>	Trol , başkalarını kızdırmak için internette kışkırtıcı veya konu dışı yorumlar yayınlayan kişidir. Onlara sosyal medya yorumlarında, forumlarda veya sohbet odalarında rastlayabilirsiniz.
<i>Tumblr</i>	Tumblr , mikrobloglama üzerine kurulu bir sosyal ağıdır; mikrobloglama, daha basit ve daha yaratıcı bir bloglama biçimidir.
<i>Tweet</i>	Tweet , Twitter'da (şimdi X olarak biliniyor) paylaştığınız kısa bir mesajdır ve artık gönderi olarak adlandırılıyor. 280 karakterle sınırlı olduğundan, kısa düşüncelerinizi, güncellemelerinizi veya bilgilerinizi paylaşmanıza olanak tanır.
<i>Understood the assignment</i>	"Görevi anladım" ifadesi, bir görevi veya hedefi ciddi bir üslupla başaran birini övmek için kullanılan bir argo ifadedir.
<i>Unfollow</i>	Takipten çıkmak , sosyal medyada ne gördüğünüzü kontrol etmenin bir yoludur. Birini takipten çıktığınızda, gönderilerini akışınızda görmeyi bırakırsınız. Bu özellik Instagram, Facebook ve X (eski adıyla Twitter) gibi platformlarda işe yarar.
<i>Unique selling point (USP)</i>	USP, Unique Selling Proposition'ın kısaltmasıdır ve sizi farklı kılan şeyin ve bunun hedef kitleniz için neden önemli olduğunun açık bir ifadesidir.
<i>Unwell</i>	Sosyal medyada "iyi değil" ifadesi , hasta olmanın ötesinde stres, kaygı, bunalmışlık gibi zihinsel veya duygusal durumları ifade ediyor.
<i>URL</i>	URL (Tekdüzen Kaynak Bulucu'nun kısaltması) temelde internetteki bir web sayfasının veya dosyanın "adresidir"; bir web sitesi, resim, video veya belge olsun, bir yere gitmek için tarayıcınızın adres çubuğuna yazdığınız şeydir.
<i>URL shortener</i>	URL kısaltıcı , uzun ve karmaşık bir web adresini, yine aynı sayfaya yönlendiren daha kısa ve daha temiz bir bağlantıya dönüştüren çevrimiçi bir araçtır.
<i>User-generated content (UGC)</i>	Kullanıcı tarafından oluşturulan içerik (UGC) , sıradan insanların markalar ve ürünler hakkında ürettiği içeriklerdir. Şirketler tarafından oluşturulmazlar.
<i>UTM code</i>	UTM (Urchin İzleme Modülü) kodları , web sitenizin trafiğinin nereden geldiğini takip etmek için URL'lerinize eklediğiniz özel etiketlerdir. Sosyal medya gönderilerinizin ve diğer çevrimiçi kampanyalarınızın ne kadar iyi gittiğini ölçmek için son derece faydalıdır.



UX	Kullanıcı deneyimi (UX) , bir sosyal medya platformu veya uygulamasını kullanırken nasıl hissettiğinizi ifade eder. Kullanıcı olarak etkileşimlerinizi kolay, eğlenceli ve faydalı hale getirmekle ilgilidir.
Valid	“Valid” , özellikle TikTok, Instagram ve X gibi platformlarda Z kuşağı arasında sosyal medyanın her yerinde karşımıza çıkan bir argo terim. Bir şeyin havalı, etkileyici veya tamamen kabul edilebilir olduğunu söylemenin hızlı ve rahat bir yolu; bunu dijital bir onay işareti olarak düşünün.
Value proposition	Değer önerisi , markanızın sosyal medyadaki en önemli satış noktasıdır. Hedef kitlenize rakipleriniz yerine neden sizi tercih etmeleri gerektiğini anlatan kısa bir ifadedir.
Vanish mode	Vanish Mode , Instagram (ve Messenger) gibi platformlarda, görüntülendikten ve sohbet kapatıldıktan sonra kaybolan metinler, fotoğraflar veya videolar göndermenize olanak tanıyan bir mesajlaşma özelliğidir.
Vanity metrics	Gösterişli metrikler , beğeniler, yorumlar, takipçiler veya sayfa görüntülemeleri gibi etkileyici görünen sayılardır; ancak sosyal medya çabalarınızın gerçek sonuçlar getirip getirmediğini size söylemezler.
Vanity URL	Vanity URL’ler , marka adınızı veya ilgili anahtar kelimeleri içeren normal URL’nizin daha kısa bir versiyonudur.
Verified	Sosyal medyada doğrulanmış bir hesap genellikle platformun hesap sahibinin kimliğini doğruladığını gösterir ve bu, hesap sahibinin adının yanında mavi bir onay işaretiyle belirtilir.
Vibe check	Duygu kontrolü , bir kişinin, grubun veya mekanın ruh halini, enerjisini veya genel duygusal atmosferini değerlendirmenin rahat bir yoludur.
View duration	Görüntüleme süresi , YouTube ve Instagram gibi platformlardaki içerik üreticileri için önemli bir ölçümdür ve izleyicilerin videonuzu ortalama olarak ne kadar süre izlediğini ölçer.
Vine	2013 yılında kullanıma sunulan Vine , altı saniyelik döngüsel videolar oluşturup paylaşmanıza olanak tanıyordu. Twitter, Vine’i kurulduktan kısa bir süre sonra satın aldı.
Viral	Viral , sosyal medya platformlarında hızla yayılan içerikleri ifade eder. Bir şey viral olduğunda, kısa sürede büyük ilgi görür. Bu, büyük paylaşım ve etkileşimle gerçekleşir.
Viral marketing	Viral pazarlama , kişiden kişiye hızla yayılmak üzere tasarlanmış içerikler oluşturma stratejisidir; tıpkı akılda kalıcı bir meme’in veya TikTok trendinin bir gecede yayılması gibi.
Virtual event	Sanal etkinlik , fiziksel bir mekan yerine çevrimiçi olarak gerçekleşen organize bir toplantıdır.

Virtual reality (VR)	Sanal gerçeklik , sizi 3 boyutlu bir ortama sokan, genellikle video oyunlarında kullanılan, bilgisayar tarafından oluşturulmuş bir simülasyondur. Duyularınızı kandırarak farklı bir dünyada olduğunuzu düşünmenizi sağlar.
Visual storytelling	Görsel hikaye anlatımı , bir mesajı veya anlatıyı iletmek için görselleri, videoları ve grafikleri kullanma sanatıdır.
Vlog	Vlog , düşüncelerinizi, deneyimlerinizi veya bilgilerinizi yazılı metin yerine video aracılığıyla paylaştığınız bir video blogudur. YouTube, Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformlarında popüler bir içerik biçimidir.
Voice of customer (VoC)	Müşteri Sesi (VoC) , müşterilerinizin işletmeniz hakkında söylediklerini dinlemenin bir yoludur. Düşüncelerini, duygularını ve ihtiyaçlarını toplamak ve anlamak için bir yoldur.
W (win)	'W', sosyal medyada 'kazanmak' anlamına gelen bir kısaltmadır. Genellikle zaferleri veya olumlu sonuçları kutlamak için kullanıldığını görürsünüz.
Watch time	İzlenme süresi , kullanıcıların YouTube, Facebook veya TikTok gibi platformlarda videolarınızı izlemek için harcadıkları toplam dakika sayısıdır. İzleyicilerin içeriğinizle etkileşimini ölçmek için önemli bir ölçüttür.
Watermark	Filigran , dijital içeriklerin (resimler, videolar veya belgeler gibi) üzerine yerleştirilen yarı saydam bir işarettir (logo, metin veya imza gibi).
Web3	Web3 (veya Web 3.0) , blok zinciri üzerine kurulu merkezi olmayan bir internet vizyonudur. Verilerinizin ve dijital varlığınızın kontrolünü tekrar ellerinize verir.
Webinar	Web semineri (web ve seminer kelimelerinin bir karışımı) , internet üzerinden video ve ses kullanarak katılabileceğiniz çevrimiçi canlı bir sunum, atölye çalışması veya toplantıdır.
WeChat	WeChat , yalnızca bir mesajlaşma aracı değil, aynı zamanda aylık 1,38 milyardan fazla aktif kullanıcıya tek noktadan hizmet veren güçlü bir Çin sosyal medya uygulamasıdır.
WhatsApp	WhatsApp , arkadaşlarınız ve ailenizle bağlantıda kalmak için kullanabileceğiniz ücretsiz bir mesajlaşma uygulamasıdır. Facebook'u da içeren Meta uygulama ailesinin bir parçasıdır. WhatsApp ile mesaj gönderebilir, sesli ve görüntülü aramalar yapabilir, fotoğraf ve video paylaşabilirsiniz.
Woke	"Uyanık" olmak , toplumsal sorunların ve adaletsizliklerin farkında olmak anlamına gelir. Özellikle ötekileştirilmiş grupları etkileyen toplumdaki sorunlara karşı tetikte olmak demektir.
Word of mouth	Ağızdan ağıza iletişim , insanların bir ürün, hizmet veya marka hakkındaki düşüncelerini, deneyimlerini veya önerilerini başkalarıyla paylaşması anlamına gelir.



<i>X lists</i>	X listeleri (eskiden Twitter listeleri olarak bilinirdi) , kişiselleştirilmiş akışlar halinde düzenleyebileceğiniz X (Twitter) hesaplarından oluşan düzenlenmiş gruplardır.
<i>X Spaces</i>	X Spaces (eski adıyla Twitter Spaces) , bir zamanlar Twitter olarak bilinen platform olan X'in canlı ses özelliğidir. Gerçek zamanlı sesli görüşmelere ev sahipliği yapmanıza veya katılmanıza olanak tanır.
<i>X verification</i>	X doğrulaması , tanınmış kişilerin, markaların ve kuruluşların gerçek hesaplarını belirlemenize yardımcı olur. Bir kullanıcı adının yanında mavi bir onay işareti gördüğünüzde, X o hesabı doğrulamış demektir.
<i>X/Twitter advanced search</i>	X/Twitter gelişmiş arama , platformdaki belirli tweetleri ve bilgileri bulmanıza yardımcı olan güçlü bir araçtır. Anahtar kelimeler, hashtag'ler, hesaplar ve tarihler gibi filtreler kullanarak aramalarınızı daraltmanıza olanak tanır.
<i>Yelp</i>	Yelp , yerel işletmeler hakkında yorumları bulabileceğiniz ve paylaşabileceğiniz popüler bir çevrimiçi platformdur.
<i>Yikes</i>	"Aman Tanrım" , şaşkınlık, telaş, mahcubiyet veya hafif şoku ifade etmek için kullanılan gayriresmî bir ünlemdir; tıpkı internette veya sohbet sırasında "Aman Tanrım!" veya "Bu çok garip!" demek gibi.
<i>YouTube</i>	YouTube , video yükleyebileceğiniz, izleyebileceğiniz ve paylaşabileceğiniz küresel bir video paylaşım platformudur. 2005 yılında kurulan ve daha sonra Google tarafından satın alınan YouTube, çevrimiçi kültürün önemli bir parçası haline geldi.
<i>YouTube Brand Account</i>	Kişisel YouTube hesabınızdan farklı olarak , Marka Hesabı ile kanalınızı bir ekip olarak yönetebilirsiniz. Birden fazla kişi birlikte çalışabilir.
<i>YouTube Shorts</i>	YouTube Shorts , YouTube'un TikTok ve Instagram Reels'a cevabıdır. Bunlar, doğrudan YouTube uygulamasında izleyebileceğiniz veya oluşturabileceğiniz dikey videolardır.
<i>YouTube Studio</i>	YouTube Studio , hem web sitesi hem de mobil uygulama olarak YouTube'daki ücretsiz kontrol merkezinizdir ve kanalınızla ilgili her şeyi yönetmenize yardımcı olur.

İİTERNET MEDYA VE BİLİŞİM FEDERASYONU

Gökkuşaağı Mahallesi 1204 Sokak No: 19/20 Çankaya/ANKARA

Telefon : +90 312 475 67 89 - Faks: +90 312 475 67 90

info@imef.org.tr • http://www.imef.org.tr/