

6.5.2013

IAB Finland – Hyödyllinen Sosiaalisen Median Sanasto

IAB Finlandin Sosiaalisen Median työryhmä on laatinut käytetyimmistä sosiaalisen median markkinointiin liittyvistä käsitteistä listan, jonka toivotaan palvelevan kaikkia alan toimijoita.

Alkuperäinen termi	Suomenkielinen käännös ja lyhyt selitys
avatar	Hahmo, joka edustaa käyttäjää virtuaalimaailmassa. Käytetään toisinaan synonyyminä profiilikuvalla, ks. profiilikuva
avoin sisällöntuotanto	Kollektiivinen sisällöntuotanto, johon kaikilla aiheesta kiinnostuneilla on mahdollisuus osallistua. ks. kollektiivinen sisällöntuotanto
bannata	Julkaisuesto, joka voidaan antaa häiriköivälle yhteisön jäsenelle. Bannin jälkeen hän ei voi julkaista sisältöä kuten kuvia tai tekstiä. Esto voidaan antaa esimerkiksi ip-osoitteen perusteella.
blogi	Sivusto, jonka sisältö koostuu artikkeleista tai kirjoitelmista, jotka ovat usein luonteeltaan vapaamuotoisia tai henkilökohtaisia. Kirjoitukset on tapana listata käänteisessä aikajärjestyksessä niin, että uusin teksti on ensimmäisenä. Sanaa käytetään virheellisesti myös yksittäisestä blogikirjoituksesta tai postauksesta. ks. postaus.
brändilähettiläs, brand ambassador, brand advocate	Markkinointitermi yrityksen markkinoinnin edustajasta, jossa henkilöityy yrityksen viesti ja henki. Suomessa myös ulkopuolinen henkilö, joka suhtautuu brändiin intohimolla ja levittää brändistä positiivista sanomaa.
channel	ks. kanava
check-in	Verkkoyhteisön käyttäjälle tarjoama mahdollisuus jakaa fyysinen sijaintinsa muiden käyttäjien kanssa. Tarkoittaa myös mahdollisuutta "kirjautua" reaaliaikaisen paikkaan (kuten kahvilaan) ja kertoa muille läsnäolostaan sosiaalisen median palvelussa.
community	ks. yhteisö
community manager	ks. yhteisömanageri
engagement	ks. osallistaminen
fani, fanitus	Vanha nimitys Facebook-tykkääjälle ja tykkäykselle. Facebook vaihtoi fani-termin vuonna 2010 tykkäykseksi. ks. tykkäys
fanisivu	Vanha ja juurtunut nimitys Facebookin yrityssivuille. Nimitys juontaa juurensa ajalta, jolloin "tykkäämisestä" käytettiin termiä "fanitus". Ks. yritysprofiili
feed, feedi, fiidi	ks. syöte
forum, foorumi	ks. keskustelufoorumi
henkilöprofiili	Online-palvelun profiili, joka on tarkoitettu yksityisen henkilön käyttöön. Joidenkin verkkopalveluiden käyttöehdot kieltävät henkilöprofiilien tekemisen yrityskäyttöön. Ks. yritysprofiili
ihkusälä	IRC-Galleriassa jaettava virtuaalinen kiiltokuva, jonka käyttäjä voi liittää profiilisivunsa päälle. Sälää voi ostaa IRC-Gallerian Kaupasta tai saada mainoskampanjoiden yhteydessä.
jakaminen	Oman tai muiden tuottaman sisällön levittäminen sosiaalisessa mediassa.
hash, hashtag, hashtagi, häsä, hästägi	Twitterissä käytettävä tunnistus, joka koostuu #-merkistä ja sitä seuraavasta sanasta. Mahdollistaa aihepiiriin liittyvien viestien yhdistämisen löyhäksi kokonaisuudeksi. Hashtag voi liittyä esimerkiksi tv-ohjelman seuraamiseen tai ajankohtaiseen tapahtumaan.

kanava, kannu	Paikka digitaalisen sisällön tuottamiselle ja kulutukselle tai aiheen ympärille muodostunut paikka yhteisölle jossakin verkkopalvelussa. Esimerkiksi erilaiset blogi-, mikroblogi-, video- ja yhteisöpalvelut.
kaveripyyntö	Sosiaalisen median palveluissa (esim. Facebook, LinkedIn) voi etsiä käyttäjien joukosta tuntemiaan henkilöitä ja pyytää näitä kavereikseen. Monissa palveluissa (esim. Google+, Twitter) voi kuitenkin seurata haluamiaan käyttäjiä ilman, että seurattavalle kontaktille lähettää erillistä pyyntöä hyväksyttäväksi.
keskustelufoorumi, keskustelupalsta	Keskustelufoorumi on alusta, jolla kävijä pääsee joko itse aloittamaan uudella aiheella viestiketjun tai jossa hän pääsee vastaamaan muiden aloittamiin ketjuihin joko anonyymina tai rekisteröityneenä käyttäjänä.
ketju	Ketjulla tai viestiketjulla tarkoitetaan esimerkiksi keskustelufoorumeilla julkaistuun viestiin tulleita vastauksia tai kommentteja, jotka esitetään yhtenäisenä ketjuna aikajärjestyksessä.
kollektiivinen sisällöntuotanto	Sisällön tuottamista usean henkilön voimin.
kommata	ks. kommentti
kommentti	Käyttäjän osallistuminen viestiketjuun kirjoittamalla oma mielipiteensä näkyviin.
kutsu	Käyttäjien kesken lähetetty pyyntö liittyä esimerkiksi ryhmään tai palveluun.
like, liketys	ks. tykkäys
like-gate	Facebookin sivujen toiminto, joka mahdollistaa esim. kilpailulomakkeen näyttämisen vain käyttäjille, jotka ovat sivun tykkääjiä. Like-gaten tarkoitus on kasvattaa sivun tykkääjämäärää.
linkittäminen	Eri sisältöjen ja henkilöiden yhdistäminen toisiinsa esimerkiksi tekstin tai kuvan avulla käyttäen hyperlinkkiä.
mashup	ks. yhdistely
moderointi	Yhteisöpalvelujen sisältöjen valvomista esimerkiksi hyväksymällä kirjoitukset ennen julkaisua (esimoderointi) tai poistamalla ne julkaisun jälkeen (jälkimoderointi).
network	ks. verkosto
newsfeed	ks. uutisvirta
osallistaminen	Toiminta, jolla aktivoidaan ihmisiä ottamaan osaa esimerkiksi keskusteluun, kehittämiseen, sisällön jakamiseen tai tuottamiseen.
retweet, RT	Twitter-palvelussa toisen henkilön tai organisaation julkaiseman twiitin uudelleen jakaminen. Uudelleen jaettu viesti aloitetaan kirjaimilla RT. ks. twiittaus
repost	Sosiaalisessa mediassa tai blogissa olleen viestin uudelleen jakaminen sosiaalisessa mediassa tai blogissa.
reblog	Toiminto useissa blogialustoissa, jolla voi jakaa toisen käyttäjän luomaa sisältöä esimerkiksi omille verkostoilleen.
parvi	Henkilöiden (online-yhteisöissä) muodostama usein itseohjautuva ryhmä, jolla on yhteinen päämäärä tai tavoite
parviäly	Parviäly eli ns. kollektiivinen äly on tapa tehdä yhteistyötä ja on käytännössä ryhmän jäsenten keskinäiseen vuorovaikutukseen perustuva kyky oppia, ymmärtää, muodostaa tietoa ja suorittaa muita älyyn pohjautuvia toimintoja.
peukutus	ks. tykkäys
pinnaus, pinnata	Pinnaus liittyy Pinterest-yhteisöpalveluun. Pinnaamalla lisätään kuvia omaan Pinterest-profiiliin. Pinnaamista helpottaa selaimelle ladattava ”Pin

	it” -painike.
postaus	Yleisluontoinen nimitys esimerkiksi blogikirjoitukselle, statuspäivitykselle, twiitille tai muulle käyttäjän sosiaalisen median palvelussa luomalle sisällölle. ks. twiittaus
profiili	Käyttäjän luoma personoitu näkymä/tunnus verkkopalvelun käyttöä varten. Usein profiili kokoaa käyttäjän verkkopalveluun tuottaman sisällön ja muut tiedot yhdelle sivulle. Ks. henkilöprofiili ja yritysprofiili
profiilikuva	Käyttäjän itse lataama profiilin tunnuskuva tai palvelun tarjoama anonyymi kuva
päivitys	ks. statuspäivitys, status
RSS-feed	Automaattinen verkkosyöte sisällöille. Käyttäjä voi vastaanottaa sisällöt automaattisesti lukijaohjelmien avulla.
seuraaminen	Käyttäjä voi seurata toista käyttäjäprofiilia tai muuta sisällöntuottajaa, ja saada näin tämän päivityksiä omaan uutisvirtaansa.
sharing, sharetus	ks. jakaminen
sisältömarkkinointi	Asiakassuhteeseen tähtäävä käyttäjälle hyödyllisen materiaalin tuottaminen ja/tai jakaminen
some	ks. sosiaalinen media
sosiaalinen kirjanmerkki	Menetelmä resurssien jakoon, organisointiin, hakuun ja ylläpitoon internetissä. Kirjanmerkin kautta kohde voidaan jakaa sosiaalisen median kautta siihen osallistuvien kesken. Sosiaalinen kirjanmerkki jakaa itse kohteen sijaan referenssin kohteeseen. Sosiaalinen kirjanmerkki on tavallisesti hyperlinkki joltakin verkkosivulta tai palvelusta johonkin sosiaaliseen mediaan.
sosiaalinen media	Internetissä oleva palvelu tai palvelukokonaisuus, jossa käyttäjällä on mahdollisuus viestiä ja tuottaa sisältöä vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa.
sosiaalinen objekti	Jokin asia (esimerkiksi sisältö, reaktio, sovellus, peli, kilpailu), joka yhdistää useampaa ihmistä. Yhteinen puheenaihe.
statuspäivitys, status	Yhteisöpalveluun kirjoitettu viesti, joka näkyy seuraajille tai ystäville.
striimi, streami	ks. virta
syöte	Päivitettävän tiedon välitystapa, joka mahdollistaa sen tilaamisen ja seuraamisen.
tagi, tag, tägi	Sisältöön lisättävä avainsana, termi tai muu kuvaava tietue, joka auttaa sisällön löytämisessä tai kuvaamisessa.
thread, threadi, thriidi	ks. ketju
trolli, trollaus	Henkilö, menetelmä tai sisältö, joka tahallaan aiheuttaa eripuraa netissä.
tunniste	ks. hashtag
tykkäys	Facebookista lähtöisin oleva ilmaisu, joka kertoo henkilön pitävän tietystä sisällöstä. Tykkäyksen voi osoittaa painamalla sisällön ohessa olevaa "tykkää"-painiketta.
twiittaus, twiitti, tweetti, tweet, tviitti, tviittaus	Twitter-palvelussa julkaistuja viestejä kutsutaan twiiteiksi. Viesti koostuu maksimissaan 140 merkistä.
tägätä	Liittää sisältöön (esim. tekstiin, kuvaan) tunniste. Esimerkiksi Facebookissa on tapana tägätä kuviin ja videoihin niissä esiintyvät henkilöt.
uutisvirta	ks. virta
venue	Paikka, jonne voi tehdä jonkinlaisen sosiaalisen merkinnän, ks. check-in.
verkosto	Verkoston muodostaa esimerkiksi ihmisjoukko, jonka jäsenten välillä on yhteyksiä. Se voi myös olla solmukohdista ja niiden välisistä yhteyksistä muodostuva järjestelmä.

viestiketju	ks. ketju
viraali, viral	Viruksenomaisesti ihmiseltä ihmiselle leviävä viesti tai sisältö.
viraaliefekti	Ilmiö, joka syntyy, kun sisältö lähtee leviämään ihmiseltä ihmiselle ja saa sisällölle aikaan paljon näkyvyyttä.
virta	Aikajärjestyksessä oleva lista sosiaaliseen mediaan lisätyistä sisällöistä kuten tilapäivityksistä.
yhdistely	Menetelmä tai kulttuuri, jossa yhdistetään eri materiaaleja ja tehdään niistä uusi teos.
yhteisö	Ryhmä ihmisiä, jotka jakavat jonkin yhteisen mielenkiinnonkohteen, ks. sosiaalisen objekti.
yhteisömanageri	Henkilö, joka synnyttää, ylläpitää, hallinnoi ja kehittää yhteisön toimintaa.
yritysprofiili	Online-palvelun profiili, joka on tarkoitettu yrityksen käyttöön. Yritysprofiilit eroavat usein henkilöprofiileista ja niihin on liitetty mainontaa mahdollistavia ominaisuuksia. Yritysprofiileita voi usein hallita useamman käyttäjän voimin. Joidenkin verkkopalveluiden käyttöehdot kieltävät henkilöprofiilien yrityskäytön ja kannustavat sen sijaan yritysprofiilien käyttämiseen.

IAB Finlandin Sosiaalisen Median työryhmä

IAB Finlandin Sosiaalisen Median työryhmä tuottaa ja päivittää aktiivisesti uusia ohjeistuksia sekä standardeja uusien vaatimusten mukaisesti. Suositusta on ollut laatimassa asiantuntijat seuraavista yrityksistä: A-lehdet, Aller Media, Alma Media, Asianajotoimisto Juridia, Genisys, i-itu systems, iProspect, Itella, IRC-Galleria, Juridia, Kesko, MTV Media, Mainostoimisto SMOY, Nettiapina, Nokia, Opasmedia, Relevant Partner 4 Media, SOK ja Suomi24.

IAB Finland

Verkkomainonnan kattojärjestö IAB Finlandin (The Interactive Advertising Bureau) tehtävä on digitaalisen markkinoinnin ja mainonnan merkityksen kasvattaminen. Lähes 100 asiantuntijayrityksen IAB-yhteisö kattaa horisontaalisti koko digiekosysteemin. IAB Finland standardoi, kouluttaa, tutkii sekä tarjoaa faktaa ja inspiraatiota verkkomainonnan alalta. Lue lisää www.iab.fi

Lisätietoja:

Jari Jaanto, IAB Finlandin Sosiaalisen Median työryhmän vetäjä, etunimi.sukunimi(at)somia.fi

Birgitta Takala, IAB Finlandin toiminnanjohtaja, etunimi.sukunimi(at)iab.fi