

Glossar Facebook und Twitter

Ads

Als Facebook-Ads wird das Facebook eigene System zum Buchen von Werbung bezeichnet. So kann über Facebook-Ads eigene Werbung auf allen Facebook-Seiten gezeigt werden. Diese Werbung lässt sich nach verschiedenen Aspekten schalten. Man kann mit Facebook-Ads beispielsweise nur Kunden zwischen 20-25 Jahren erreichen oder nach anderen Faktoren die Werbung gezielt einsetzen. Mit Facebook-Engagement-Ads ist es außerdem noch möglich direkt im Werbefenster mit Kunden zu interagieren. Ihn zum Beispiel durch einen Gefällt mir Button zum Fan werden zu verleiten.

Anwendungen

Über Anwendungen, auch Applikationen oder Apps genannt, können Funktionalitäten wie Bilder, Videos, Notizen, Umfragen etc. eingefügt werden. Einige Apps wurden von Facebook selbst entwickelt, andere stammen von externen Programmierern.

Chronik (dt.) / Timeline (eng.)

Das ist die überarbeitete Ansicht der Nutzerprofile – seit 29.03.2012 Pflicht für alle. Das gilt nicht nur für die privaten Seiten, sondern auch für die so genannten Fanpages. Mit der Timeline – auf Deutsch Chronik – erhält Facebook einen Facelift. Die Timeline sorgt dafür, dass das soziale Netzwerk mehr aus der Vergangenheit seiner Nutzer zeigt und nicht mehr nur primär die Gegenwart.

Direct Message / DM

Twitter-Nutzer können sich gegenseitig private Nachrichten senden. Diese sind im Gegensatz zu @replies nicht öffentlich zugänglich. Aus Sicherheitsgründen können private Nachrichten nur zwischen zwei Nutzern verschickt werden, die sich gegenseitig folgen. Eine solche Nachricht wird als Direct Message oder kurz DM bezeichnet.

Fan

Im April 2010 hat Facebook die »Fans« abgeschafft. Mitglieder, die sich mit offiziellen Seiten verknüpft haben, heißen jetzt offiziell »Personen, denen das gefällt«. Dieser Sprachgebrauch hat sich jedoch nicht durchgesetzt, die meisten sprechen weiterhin von Fans.

Fanbox

Ein Widget, über das Mitglieder Fans (Personen, denen das gefällt) werden können, ohne Facebook.com besuchen zu müssen. Viele Unternehmen binden es auf ihrer Startseite ein.

Fanseite

Die offizielle Seite eines Unternehmens, einer Marke, einer Band oder einer Person des öffentlichen Lebens. Facebook-Seiten haben keine »Freunde«, die Mitglieder verknüpfen sich über die »Gefällt-mir«-Funktion mit ihnen. Um sie anzulegen, muss man offizieller Vertreter des Unternehmens sein.

FBML

FBML (Facebook Markup Language) ist eine einfache, HTML-ähnliche Auszeichnungssprache von Facebook, die sich schnell erlernen lässt. Mit ihr lässt sich Ihr Facebook-Auftritt individuell an Ihr Corporate Design anpassen oder für verschiedene Zielgruppen auslegen – zum Beispiel eine spezielle Willkommenseite für eingeloggte Nutzer oder Besucher, die die Seite ohne Login über die Google-Suche erreichen.

Followers

Tweets sind zunächst nicht an bestimmte Personen gerichtet. Sie können von jedem, der sich dafür interessiert, gelesen werden. Möchte man die Nachrichten einer Person lesen, so kann man ihr „folgen«. Als Follower werden die User bezeichnet, die einer Person folgen, also ihre Nachrichten abonniert haben.

Auf der persönlichen Startseite erhält man dann die Nachrichten der Leute, denen man selbst folgt. Im Unterschied zu Social Networks wie Facebook, StudiVZ oder werkennt-wen muss die Beziehung nicht auf Gegenseitigkeit beruhen. Man kann also auch Leuten folgen, die nicht zu den eigenen Followern gehören.

Freund

Mitglieder, die auf Facebook untereinander verknüpft sind. Damit zwei User »Freunde« werden können, muss einer die Freundschaftsanfrage des anderen bestätigen. Mit dieser Bestätigung geht die Erlaubnis einher, die Inhalte lesen zu können, die dieser mit der Sichtbarkeitsoption »Für Freunde« veröffentlicht

Gefällt-mir-Funktion

Facebook-Mitglieder haben die Möglichkeit, Beiträge anderer mit »Gefällt mir« positiv zu bewerten. Dafür müssen sie einfach auf den Schriftzug unter dem Beitrag klicken. Gefällt den Nutzern der entsprechende Beitrag nicht mehr, können sie dies über die selbe Funktion rückgängig machen.

Gemeinschaftsseite

Community Pages widmen sich einem Thema, um das sich eine Community bildet. Sie ähnelt in ihren Funktionen einer Unternehmensseite. Sie sind »öffentlich«, in der Facebook-Suche werden die Community Pages als »Interesse« ausgewiesen.

Gruppen

In Gruppen diskutieren die Mitglieder über ein bestimmtes Thema, vergleichbar wie in einem Forum. Im Gegensatz zu Fanseiten kann der Zugang beschränkt werden. In ihrer Funktionalität bleiben Gruppen hinter den Möglichkeiten von Seiten zurück.

Hashtags

Tweets können mit Schlagwörtern versehen werden, die den Inhalt der Nachricht kennzeichnen. Diesen Schlagwörtern wird eine Raute # vorangestellt. Ein solches Schlagwort wird als Hashtag bezeichnet. Im klassischen Sinne dienen Hashtags dazu, Tweets von unterschiedlichen Usern zu einem gemeinsamen Thema zu bündeln, damit sie später wieder gefunden werden können.

Pinnwand

Das zentrale Element einer Facebook-Seite ist die Pinnwand. Seit der Einführung der Chronik auch Timeline genannt. Auf der Pinnwand können Beiträge hinterlassen werden, kommentiert, mit »Gefällt mir« positiv bewertet werden oder Beiträge von anderen mit dem Freundeskreis geteilt werden. Hier erscheinen automatisch Meldungen über die neuesten Aktivitäten.

Post

Ein auf Facebook veröffentlichter Beitrag. Dabei kann es sich um eine Statusmeldung, Fotos oder Videos handeln.

Privatsphäre

Privatsphäre und die zugehörigen Einstellungen gehören zu den kniffligsten Punkten der Facebook-Nutzung. User sollten sich genau überlegen, welche Infos über sich und andere sie mit wem teilen möchten. Die Netzbetreiber bevorzugen die Einstellung »für alle«.

Profil

Das Profil bezeichnet bei Facebook die persönliche Präsenz, über die man sich mit anderen als Freund verknüpfen und Infos teilen kann. Zum Profil gehören die Pinnwand und weitere Reiter.

Profilbild

Bild im Format 180 x 180 Pixel. Es befindet sich unterhalb des Titelbildes im Profil und wird ebenfalls als Miniaturbild bei jedem Post angezeigt.

Retweet / RT

Interessante Tweets können an die eigenen Follower weitergeleitet werden. Hierbei spricht man von einem sog. Retweet oder abgekürzt RT. Dabei wird dem Tweet, den man zitiert, ein RT gefolgt vom Benutzernamen der Quelle vorangestellt.

Reiter/ Tabs

Reiter sind Karteikarten, auch Tabs genannt, innerhalb eines Profils, einer Seite oder einer Gruppe auf Facebook.

Startseite

Die Startseite ist das Erste, was Sie nach dem Log-in bei Facebook zu sehen bekommen. Hier laufen alle für Sie relevanten Infos zusammen wie Neuigkeiten aus Ihrem Freundeskreis, Nachrichten, Veranstaltungen, Anfragen, Freunde und vieles mehr

Statusmeldung

Auf Ihrer Startseite erscheint unter »Neuigkeiten« ein Feld mit der Frage »Was machst du gerade?«. Der Text, den Sie hier eintragen, wird Ihren Freunden als Ihre Statusmeldung übermittelt.

Teilen-Funktion

Möchten Sie Ihre Freunde auf einen Beitrag hinweisen, können Sie auf den »Teilen«-Button unter der Meldung klicken. Jetzt erscheint dieser Beitrag an Ihrer Pinnwand und im Nachrichtenstrom Ihrer Freunde. Der ursprüngliche Autor wird ebenfalls genannt, zum Beispiel »Heiko Becker via Lichtenbergnetz.de«).

Timeline (Twitter)

Auf der persönlichen Startseite wird die Timeline (Zeitleiste) angezeigt. Hier sieht man die letzten Nachrichten der Leute, denen man folgt. **Timeline (Facebook)**
Siehe Chronik.

Tinyurl

Da Tweets in ihrer Länge beschränkt sind, zählt mitunter jedes Zeichen. Da viele Internet-Adressen sehr lang sind, können diese mit diversen kostenlosen Zusatzdiensten verkürzt werden. Diese Dienste werden z.B. von tinyurl, bit.ly oder tr.im angeboten. Die lange URL kann bei diesen Anbietern in eine kurze URL umgewandelt werden. Die kurze URL verweist dann auf die Seite des Anbieters, der den Besucher daraufhin automatisch auf die gewünschte Seite weiterleitet.

Titelbild

Bild im Format 851 x 315 Pixel. Es stellt das prominenteste Bild im Profil oberhalb der Timeline dar.

Tweet / Update

Eine Nachricht, die bei Twitter verfasst wird.

Twitterer

Ein Twitter-Nutzer wird auch als Twitterer bezeichnet.

Twitterwall

Eine Twitter-Wall ist eine Seite, auf der Tweets zu einem Thema zusammengefasst werden. Üblicherweise werden dazu alle Twitter-Nachrichten mit einem bestimmten Hashtag gesucht und in Echtzeit auf der Twitter-Wall dargestellt.

Umfragen

Bei Facebook-Umfragen, auch Facebook-Polls genannt, handelt es sich um spezielle Applikations die zur Durchführung von Umfragen programmiert wurden und als Tab auf eine Fan-Page integriert werden können. Über Umfragen lassen sich Kundenmeinungen zu Produkten oder anderen Dingen einholen. Außerdem sind Facebook-Umfragen ein gutes Mittel um mit den Kunden bzw. den Besuchern der Facebook-Fan-Page in Interaktion zu treten.

Vanity-URL

Als »Eitelkeits-URL« werden individuelle URLs bezeichnet, die auf Facebook-Seiten von Unternehmen oder Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens verweisen. Bei diesen befindet sich hinter facebook.de der Markenname wie z.B. facebook.de/AfMLichtenberg. Um diese registrieren zu können, sind 25 Fans nötig.

@reply

In Tweets kann Bezug auf einen anderen Benutzer genommen werden. Dazu wird dem Benutzername ein @-Zeichen vorangestellt. Anwendungen hierfür sind klassischerweise Antworten auf Fragen.