MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
KURUMSAL SOSYAL MEDYA
KULLANIM KILAVUZU

Millî Eğitim Bakanlığı
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI
KURUMSAL SOSYAL MEDYA
KULLANIM KILAVUZU

Millî Eğitim Bakanlığı
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

YAYIN KURULU

Genel Yayın Yönetmeni
Ubeydullah YENER
Basın ve Halkla İlişkiler Müşaviri

Yayın Koordinatörü / Editör
Yılmaz GÜNEY
Bakan Müşaviri

Düzelti
Filiz KARADAĞ
Alparslan DEMİRBİLEK

Yayına Hazırlık
Damla ÜNLER KARAGÖZ
Burcu AYDIN ÇOBANOĞLU

Kapak ve Grafik Tasarım
H. Tibet OĞUZOĞLU

Destek Koordinasyon
Erdal BİR

Sayfa Sayısı
56

İÇİNDEKİLER

Sunuş..... 9

Giriş..... 11

Sosyal Medya Yönetiminde Bağlayıcı Bazı Mevzuat Hükümleri... 13

Kurumsal Sosyal Medya Hesaplarının Oluşturulması ve Yönetimi.. 17

Kurumsal Sosyal Medya Hesaplarında İçerik Paylaşımı..... 25

Hesabın Korunması ve Güvenliğin Sağlanması..... 33

Kriz Yönetimi Planlarının Yapılması..... 39

Diğer Hususlar..... 43

Temel Sosyal Medya Terimleri Sözlüğü..... 47

Millî Eğitim Bakanlığı
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

Bu kılavuz; T.C. Millî Eğitim Bakanlığı merkez, taşra ve yurt dışı birimlerin/kurumların kurumsal sosyal medya hesapları yönetiminde uyulması gereken hususlarla, yönetişim süreçlerindeki temel kural ve yaklaşımları içermektedir.

T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin yayınıdır, bu yayının her hakkı saklıdır.

T.C. Millî Eğitim Bakanlığının izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik yollarla basımı, yayını, çoğaltılması ya da dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle kısa alıntı yapılabilir.

İletişim

Millî Eğitim Bakanlığı
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

meb.gov.tr
basin@meb.gov.tr

© 2021

SUNUŞ

İnternet kullanımının dizüstü ve tablet bilgisayar, cep telefonu gibi ergonomik ve taşınabilir teknolojik cihazlar yoluyla geniş kitlelere yayılması; eğitim, kültür, sanat, ulaşım ve haberleşme gibi alanlardaki pek çok psikososyal algı ve alışkanlıklarımızı yeniden biçimlendirdi. Bu biçimlendirmede en büyük pay, yediden yetmişe toplumun hemen hemen tüm bireylerini içine alan sosyal medya platformlarına aittir.

Millî Eğitim Bakanlığı olarak iç içe olduğumuz, kuşaklara kılavuzluk edeceğimiz bu dijital dünyadaki her nokta, her dönemeç, "eğitim"in de uğrak noktası olacaktır. Bu bağlamda, çatımız altındaki her bir birimimizin/kurumumuzun bu dijital dünya içinde yerini alması ve Bakanlığımızın kurumsal kimliğini yerel bazda liyakatle ve etkin bir biçimde temsil etmesi, eğitim ailemizce büyük bir özveri ve dayanışmayla yürütülen her türlü etkinlik ve çalışmayı kamuoyu nezdinde daha görünür kılacaktır. Bu beklenti ve düşüncelerle hazırladığımız Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu; teşkilatımızın her türlü faaliyetine yönelik öğrenci, öğretmen, veli ile diğer resmî kurum ve kuruluşlarla sosyal medya üzerinden kuracağı iletişimde kendilerine yol göstereceğini umduğumuz bir kaynak niteliğindedir.

"İletişimi etkin kullanabilenler, kendilerinin dünya deneyimlerini ve dünyanın onlar üzerindeki deneyimlerini değiştirebilir." diyor; sosyal medya faaliyetlerinin bu kılavuz doğrultusunda gerçekleştirilmesinin birlikte yürüdüğümüz yolların görünür kılınmasına ve bütünlük arz etmesine büyük katkılar sunacağına inanıyoruz.

GİRİŞ

Sosyal medya, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve dünyadaki dijitalleşmeyle beraber artık günlük iletişimin önemli bir parçası hâline gelmiştir. Öğrenciler, aileler, öğretmenler, birim/kurum yönetimleri tarafından oluşturulan bilginin basit, anlık ve çift taraflı paylaşılması ve ulaştırılmasını sağlayan "yeni medya" anlayışı, sosyal medyadır.

Tarafımızca hazırlanan Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı merkez, taşra ve yurt dışı teşkilatı dâhil tüm birim ve kurumların sosyal medya kullanımına yönelik uyacakları ilke ve kuralları içermektedir.

Bu bağlamda, Millî Eğitim Bakanlığı Kurumsal Sosyal Medya Kullanım Kılavuzu;

- Öğrenciler, aileler, öğretmenler, okul yönetimleri ve yöneticiler arasındaki iletişimin güçlendirilmesi,

- Kurum kültürünün oluşturulması ve geliştirilmesi,

- Duyuruların, bilgilendirmelerin zamanında ve hızlı bir şekilde yapılması,

- Kamuoyu dönütlerinin ve görüşlerinin alınması,

- İyi uygulama örneklerinin paylaşılması ve yaygınlaştırılması,

- Kurum içi ve kurumlar arası iletişim ve etkileşimin artırılması

gibi temel amaçlar gözetilerek hazırlanmıştır.

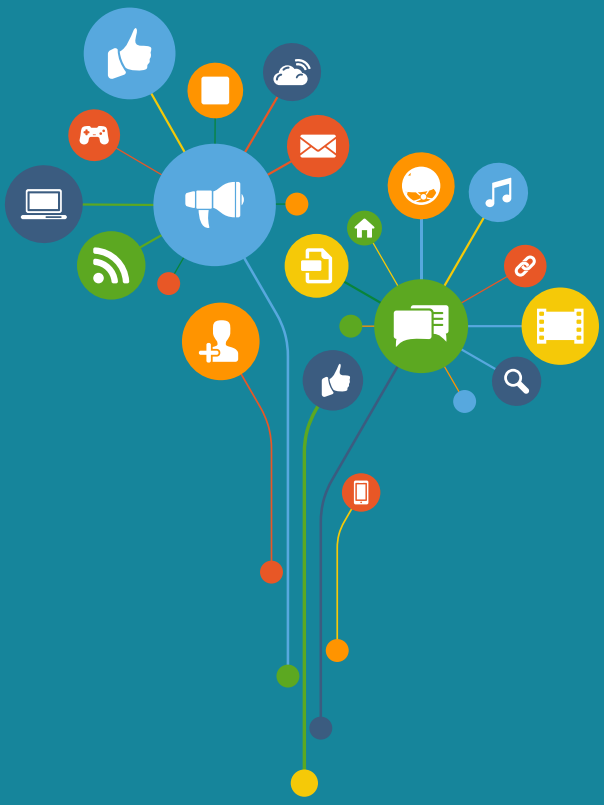
SOSYAL MEDYA YÖNETİMİNDE BAĞLAYICI TEMEL MEVZUAT HÜKÜMLERİ

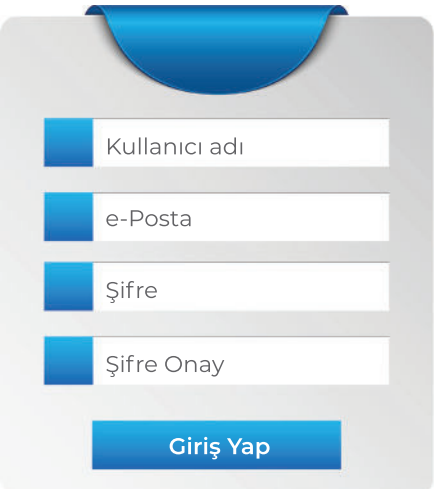
Sosyal medya, bilişim hukuku, medeni hukuk, ceza hukuku, fikrî ve sınai haklar hukuku gibi birçok hukuk dalının kapsama alanına girmektedir.

Bu kılavuz; öncelikle Millî Eğitim Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Şubelerinin Görev Yetki ve Sorumluluklarına İlişkin Yönerge'nin 8'inci maddesinin 3'üncü bendinde belirtilen "Birim veya müdürlüğün sosyal medya hesaplarını Müşavirlikçe belirlenen usul ve esaslara göre yönetmek" hükmü gereği hazırlanmıştır.

Bununla birlikte kurumsal sosyal medya hesaplarının kullanımı, etkileşimi ve paylaşımları hususlarında özellikle; 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, Türk Ceza Kanunu, Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri ile Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, Millî Eğitim Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Şubelerinin Görev Yetki ve Sorumluluklarına İlişkin Yönerge, 2019/12 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Bilgi ve İletişim Güvenliği Tedbirleri Genelgesi ve Okullarda Sosyal Medyanın Kullanılması konulu genelge, başlıca olmak üzere kanun ve diğer mevzuat hükümlerine uyulması gerekmektedir.

KURUMSAL SOSYAL MEDYA HESAPLARI OLUŞTURULMASI VE YÖNETİMİ





Sosyal medya hesapları oluşturulurken öncelikle Kurum Tanıtım Kılavuzu hükümleri esas alınmalı; hesapların etkin ve doğru yönetilmesi, kurumsal bütünlüğün sağlanması ve ortak bir dil oluşturulmasına özen gösterilmelidir.

Merkez, taşra ve yurt dışı birimlerince/kurumlarınca; Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'nin Bakanlığımız adına yer aldığı sosyal medya mecralarından en az birine ait kurumsal sosyal medya hesabı oluşturulmalıdır.

Kurumsal resmî hesap/hesapların kullanımı için öncelikle hesabın ait olduğu birimin/kurumun bağlı olduğu üst makamdan yazılı onay alınmalıdır.

Sadece üst makamlar ile eş seviyedeki diğer kamu kurumlarının sosyal medya hesapları takip edilir.

Siyasi parti, dernek, oluşum ve diğer tüzel kimlik taşıyan kurum, kuruluş ve kişisel hesaplarının takibi yapılmaz.

Paylaşılacak fotoğraf, ses, görüntü vb. içerikler belirlenirken "Sosyal Medya Yönetiminde Bağlayıcı Temel Mevzuat Hükümleri" başlığı altındaki mevzuat hükümleri dikkate alınır.

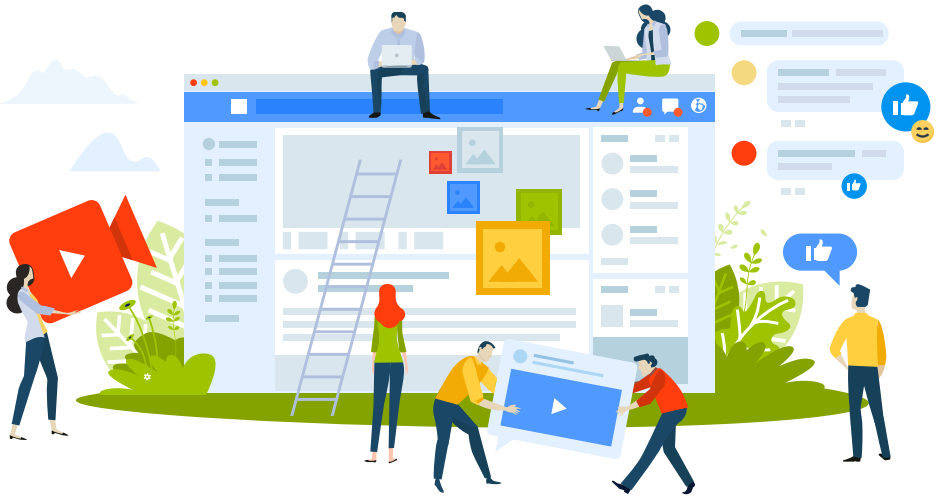
Yapılacak her türlü paylaşım ve etkileşim, birim/kurum amirinin yazılı veya sözlü onayı doğrultusunda gerçekleştirilir.

Resmî yazılar ile gizli veya gizlilik dereceli içerikler, hassas bilgi ve belgeler sosyal medyada paylaşılmaz.

Kişisel, siyasi, etnik, inanç ve değerleri etkileyecek olumlu/olumsuz hiçbir paylaşım yapılmaz.

Paylaşımlarda, kişisel verilerin korunmasına ve özel yaşamın mahremiyetine önem verilir.

Her türlü program, etkinlik vb. paylaşımı için katılımcılar arasındaki en üst makamın paylaşımı beklenir, öncelikli paylaşım ihtiyacı hâlinde katılımcılar arasındaki en üst makamın onayı alınarak paylaşım yapılır.



Hesabı yönetecek kişinin, taşra teşkilatında Basın ve Halkla İlişkiler Şubesi personeli, bu şubenin bulunmadığı birimlerde/kurumlarda belirtilen nitelikleri taşıyan personel arasından görevlendirilir.

Sosyal medya hesabından yapılacak paylaşımların aynı zamanda kamuoyu bilgilendirme hüviyeti taşıması nedeniyle bu hesapların yönetimi için görevlendirilecek personel kurumsal ilkelere haiz kişiler arasından seçilir.

Paylaşımda görsele yer verilecek ise öğrenciler için veli/vasilerinden Basın ve Halkla İlişkiler Şubelerinin Görev Yetki ve Sorumluluklarına İlişkin Yönerge ekinde yer alan "Açık Rıza Onayı" ile yazılı; yetişkinler için ise kendilerinden yazılı veya sözlü onay alınır.

Paylaşımlarda kaynak gösterilmesi gerekiyor ise bu kaynak mutlaka belirtilir, telif hakkı oluşturmayacak görsel ve işitsel materyaller seçilir.

Sosyal medya platformunun izin verdiği ölçüde kişiler adına değil, birim/kurum adını taşıyan "@meb.gov.tr" uzantılı resmi e-posta adresi kullanılmalıdır.

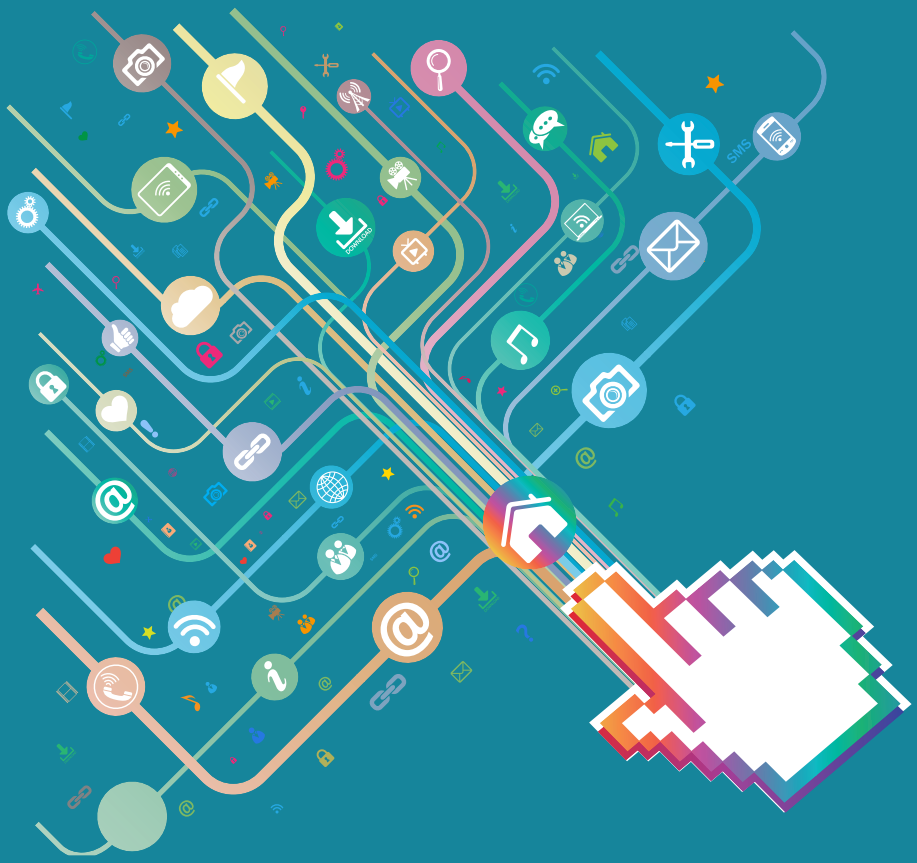
Hesap profilinde kullanılacak isim, ilgili birimin/kurumun resmî adını taşımalıdır. "Örneğin, ... İl Millî Eğitim Müdürlüğü" gibi yalnızca baş harfler büyük olacak şekilde yazılmalı; "MEM" şeklinde kısaltmalar kullanılmamalıdır.

Hesaplardaki profil fotoğrafı, logo, sabit görsel alanı, yazı fontları, renk vb. kullanımları Bakanlığımız (meb.gov.tr) internet sitesindeki "Bakanlık" sekmesinde yer alan Kurum Tanıtım Kılavuzu'na (https://www.meb.gov.tr/meb_duyuruayrinti.php?ID=17793) uygun olmalıdır.

Profil isminin altında yer alan açıklamalar kutucuğuna (Kişisel Bilgiler) ilgili birimin/kurumun resmî sosyal medya sayfası olduğu belirtilerek (örneğin ... İl Millî Eğitim Müdürlüğü Resmî Sayfası) birimin/kurumun meb.gov.tr uzantılı resmî internet adresi (örneğin .... meb.gov.tr) varsa diğer kurumsal sosyal medya hesaplarının adresleri yazılmalıdır.

Takipçiler nezdindeki güvenilirliğin sağlanması ve olası sahte hesaplardan ayırt edilebilmesi için sosyal medya hizmet sunucusu tarafından verilen "onaylı hesap rozeti" alınması önerilir.

KURUMSAL SOSYAL MEDYA HESAPLARINDA İÇERİK PAYLAŞIMI



Sosyal medyada istenilen başarı ve etkileşimin, doğru zamanlamayla yapılacak ve hedef kitlenin ihtiyaçlarına cevap verebilecek bilgilendirici ve yönlendirici paylaşımlarla sağlanacağı unutulmamalıdır.

1024 x 1024 pixel

1024 x 512 pixel

Birimin/kurumun resmî internet sayfasında yayımlanan haber, bilgilendirme, duyuru gibi uygun görülen içerikler; eş zamanlı olarak kurumsal sosyal medya hesaplarından da paylaşılmalıdır.

Kurumsal hesaplardan üst makamlar, eş seviyedeki diğer kamu kurumları, kurumsal paydaş ve proje ortağı paylaşımları dışında başka kurumsal veya kişisel hesaplarla beğeni, tekrar paylaşım, alıntılama, yorum ile etkileşime girilmemelidir.

Paylaşım metin ve görselleri hazırlanırken Türkçe yazım / noktalama kurallarına ve dilimize yabancı dillerden geçmiş sözcüklerin Türkçe karşılıklarının kullanılmasına özen gösterilmelidir. (Örneğin online yerine çevrim içi, pandemi yerine salgın vb.)

Paylaşımlar; içeriği güçlendirecek grafik, tasarım, video ve diğer görsellerle desteklenmelidir.

Paylaşımlarda mesajı kısa ve net ileten; ölçülü, samimi ve dikkat çekici bir dil kullanılmalıdır.

Metin, fotoğraf, video, infografik, ses vb. içerikler oluşturulurken hedef kitlenin (öğrenci, veli, öğretmen, personel) niteliği, ilgi alanı ve beklentileri göz önünde bulundurulmalıdır.

İş birliği protokolü, proje, faaliyet paydaşlığı ve benzeri durumlar hariç reklam unsuru teşkil edecek görsel ve metinler kullanılmamalıdır.

Paylaşımlar, kurumsal politikalar ile amaç ve görevlerle örtüşür nitelikte olmalıdır.

Kullanılan fotoğraf ve diğer görseller, paylaşımın yapılacağı platformun çözünürlük, ölçeklendirme vb. teknik özelliklerine uygun olmalıdır.

Aynı paylaşım içinde benzer fotoğraf ve görsellere yer verilmemeli; görseller, temayı özetler nitelikte ve yeter sayıda seçilmelidir.

Hazırlanan bir içeriğin bütün sosyal medya platformlarında aynı şekilde yayınlanmaması daha uygun olacaktır. Her platformun kullanıcı kitlesi ve niteliği farklıdır, alternatif platformlar için özgün çalışmalar ortaya koymak, içeriklerin yüksek beğeni alıp ilgiyle takip edilmesini ve daha çok etkileşimi beraberinde getirecektir.

Rutin toplantılar, belirli gün ve haftalara dair törenler, kabuller vb.leri dışında hedef kitleye uygun, katılımı/etkileşimi teşvik edici yarışmalarla eğitici/bilgilendirici, eğlenceli ve dikkat çekici içeriklere de yer verilmelidir.

Sosyal medya platformları; asparagas haber ve içerik üretimi, dezenformasyon faaliyetleri, algı yönetimiyle itibarsızlaştırma ile diğer sahtekârlık ve dolandırıcılıklara açık bir mecradır. Bu nedenle kaynak gösterilerek paylaşılacak içerikler, doğruluğu teyit edilerek paylaşılmalıdır.

Hazırlanan her tür içeriğin kurumsal sorumluluk taşıdığı, uygun olmayan açıklama ve paylaşımların Bakanlığımızın, öğretmen ve eğitim çalışanlarımızın itibarına zarar verebileceği unutulmamalıdır.

Birimlerin/kurumların alt bölümlerine ait (örneğin, daire başkanlıkları, AR-GE vb.) sosyal medya hesapları da olabilir ancak iletişimin bütünlüğü açısından öncelikli paylaşımların birim/kurum adına açılmış ana hesap üzerinden yapılması önerilir.

HESABIN KORUNMASI VE GÜVENLİĞİNİN SAĞLANMASI

1

Siber saldırının, kurumsal hesapları, bireysel hesaplara oranla daha çok tehdit ettiği gerçekliği göz önünde bulundurulmalıdır.

Hesapların güvenliği açısından kullanıcı adı ve şifre bilgileri, birim/kurum amiri ve hesabı yönetmekle yetkilendirilen personel dışında kimseyle paylaşılmamalıdır.

Hesabı yöneten kişinin görev değişikliği durumunda kullanıcı bilgilerinin ilgili personelce sorumlu birim/kurum amirine devredilmesi gerekmektedir.

Hesap oluşturulurken iki aşamalı şifre doğrulama sistemlerinin kullanılması, bu aşamada gerekli telefon numaralarının da mümkünse kurumsal hat olması sağlanmalıdır.

Sosyal medya hesap şifrelerinin “kuvvetli” seçilmesi (uygun harf-sayı-karakter kombinasyonları kullanılarak yapılması) ve düzenli aralıklarla güncellenmesi gerekmektedir.

E-posta şifreleri ile hesap şifrelerinin ayrı olarak belirlenmesi ve bu şifrelerin güvenli bir şekilde muhafaza edilmesi gerekmektedir.

Şifrelerin her kurumsal sosyal medya hesabı için ayrı ayrı belirlenmesi gerekmektedir.

Kurumsal hesapların kullanımında kamuya açık yerlerdeki (otel, kafeterya, alışveriş merkezleri, restoran ve diğer toplantı salonları vb.) internet ağlarının kullanılması, güvenlik sorunu oluşturacağından tercih edilmemelidir.

Kurum/birim hesaplarına yönelik herhangi bir saldırıda bulunulması, hesabın askıya alınması vb. durumlarında bir üst birimin kurumsal sosyal medya sorumlusuyla irtibata geçilmelidir.

Sosyal medyada birim/kurum adına açılmış sahte hesap tespit edilmesi hâlinde bağlı bulunulan basın ve halkla ilişkiler şubeleri aracılığıyla hukuk hizmetleri birimine başvurularak hesabın askıya alınması, erişim engeli getirilmesi veya kapatılması için gerekli girişimlerde bulunulması gerekmektedir.

Paylaşımlara yapılan hakaret veya argo yorumların engellenmesi, uygun görüldüğü hâllerde hukuk hizmetleri birimleri tarafından "erişimin engellenmesi" için yasal sürecin başlatılması gerekmektedir.

KRİZ YÖNETİMİ PLANLARININ YAPILMASI

www
e-mail

Sosyal medya, anlık ve güncel bilgi akışını temel aldığı için kriz durumları ve dezenformasyon yönetmede etkin rol oynayabilmektedir. Terör eylemi, doğal afet, salgın hastalık, toplumsal olay vb. durumlarda halkın sürekli ve doğru biçimde bilgilendirilmesi amacıyla yetkili kurum ve kuruluşlardan yapılan açıklamalar son derece büyük önem arz etmektedir. Buna göre;

Kriz anında rutin paylaşımlar ve gündem paylaşımları durdurulmalı, kriz yönetimine ilişkin paylaşımlar yapılmalıdır.

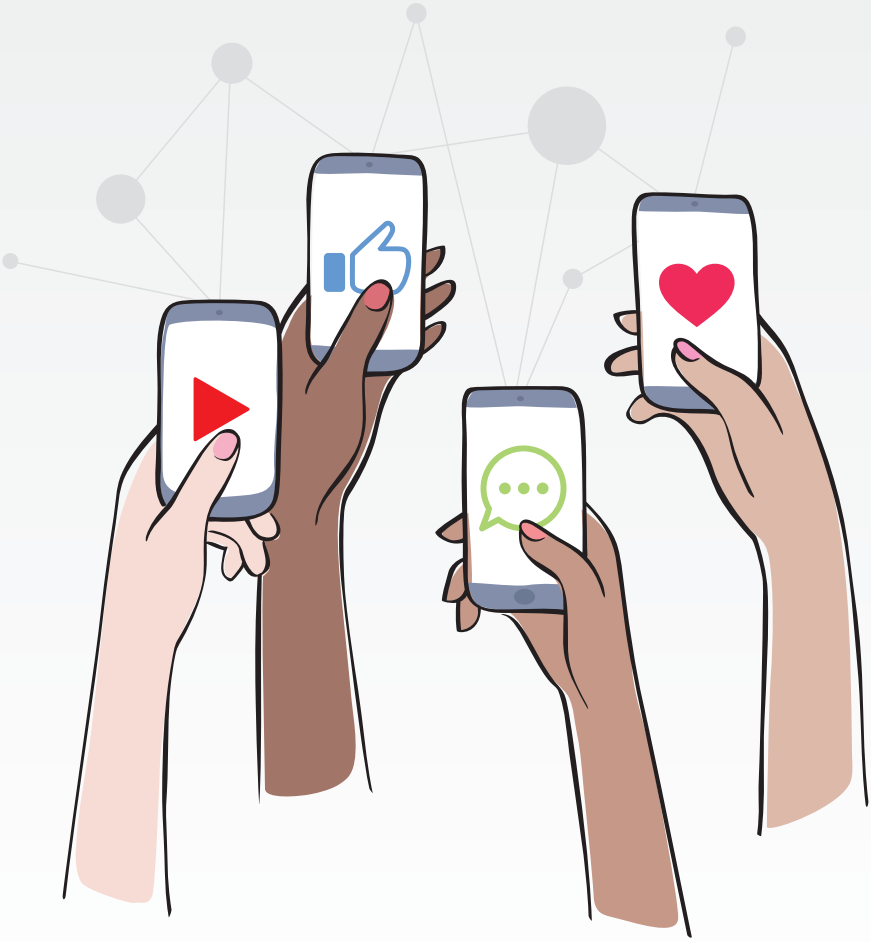
Kriz yönetimi iletişiminde sosyal medyada yapılan her türlü paylaşım öncesinde bir üst makamın onayının alınması gerekmektedir.

Takipçileri ve hedef kitleyi doğrudan ilgilendiren her türlü afet ve acil durumlarda hızla harekete geçilmeli ve gerekli bilgilendirme yapılmalıdır.

Bakanlığımız görev ve sorumluluklarını kapsayan konularda kamuoyunun ve paydaşların doğru bilgilendirilmesi amacıyla yetkili mercilerin yaptığı açıklamalar sosyal medya hesaplarından paylaşılmalıdır.

Sosyal medya iletişimi kaynaklı krizler raporlanmalıdır. Krizin nedeni, hangi mecradan nasıl çıktığı bir rapor hâlinde ivedilikle bağlı olunan üst makama sunulmalıdır.

DİĞER HUSUSLAR



Kurumsal sosyal medya hesaplarının başarıyla yönetiminde Bakanlığımızın vizyon ve misyonuna uygun katkılar sağlayacak diğer bazı hususlar da göz ardı edilmemelidir.

Sosyal medya hesabı, birim/kurum amirinin görevlendirdiği kişi tarafından tek elden yürütülmesi tavsiye edilmektedir.

İhtiyaç hâlinde (izin, hastalık vb.) sosyal medya yönetimini devralmak üzere yardımcı personel görevlendirmesi yapılmalıdır.

Paylaşımlarda, takipçilerin yönelttiği sorulara/yorumlara doğrudan cevap verilmemelidir. Bu tür durumlarda konuya açıklık getiren yeni paylaşımlar yapılması tavsiye edilir.

Sosyal medya hesaplarının özel mesaj veya paylaşım yorumu bölümüne gelecek taleplerden uygun görülenler, işleme konulabilmesi/değerlendirilebilmesi için ilgili birimlere yönlendirilmelidir.

Destek/müdahale gerektiren durumlarda kişiye özel doğrudan mesaj yoluyla ya da mesaj iletişimi kapalıysa ilgili paylaşımın yorum/cevap sekmesi üzerinden irtibat kurulmalıdır.

Yurt dışı teşkilatlarımızca yapılacak paylaşımların daha fazla kişiye ulaşılabilmesi için eğitim müşavir ve ataşeliklerinin bulundukları ülkenin dilinde de yayınlanmasına özen gösterilmelidir.

Yürütülen sosyal medya faaliyetlerinin başarısı ve etkinliği periyodik olarak ölçülmeli ve gerekli planlamalar yapılmalıdır. Paylaşımlara ilişkin beğenme, yorum yapma ve paylaşım sayılarının analiz edilerek hedef kitleye erişimin artması sağlanmalıdır.

TEMEL SOSYAL MEDYA TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ

Bahsetme - Etiketleme

Paylaşımınız/gönderinizde @ işareti ve hemen ardından kullanıcı adı ekleyerek başka hesaplardan bahsedebilirsiniz. Ayrıca kullanıcı adınızın dâhil edildiği paylaşım/gönderi anlamına da gelir.

Beğeni

Beğen'e tıklamak, olumlu görüş bildirmenin veya ilginizi çeken konularla ilişki kurmanın bir yoludur. Bir paylaşımı/gönderiyi beğenmek, bu paylaşımı/gönderiyi takdir ettiğiniz, uygun gördüğünüz veya katıldığınız anlamına gelir. Beğeniniz, paylaşımı/gönderiyi yapan veya takip edenler tarafından görünür.

Bildirimler

Bildirimler zaman akışı; bahsedenler, beğeniler, retweetler/repostlar, direkt mesajlar ve sizi en son takip edenler gibi diğer sosyal medya hesaplarıyla kurduğunuz etkileşimleri görüntüler. Dilerseniz bildirimleri e-posta ve SMS aracılığıyla veya sosyal medya uygulamaları üzerinden alabilirsiniz.

Doğrudan Mesaj (Direkt Mesaj / DM)

Direkt Mesajlar, bir hesaptan diğer hesaplara gönderilen özel mesajlardır. Direkt Mesajları bire bir özel sohbetler veya kullanıcı grupları arasındaki sohbetler için de kullanılır. DM ise mesajlaşma formunun yani Direkt Mesaj'ın kısaltılmasıdır.

Engellemek

Bir hesabı engellerseniz bu hesap sizi takip edemez ve paylaşımlarınızı göremez. Ayrıca, engellediğiniz hesap paylaşımında/gönderiminde sizden bahsettiğinde bununla ilgili bir bildirim de alınmaz.

Etiket

Etiket, # sembolünden hemen sonra gelen herhangi bir sözcük veya sözcük öbeğidir. Bir etikete tıkladığınızda veya dokunduğunuzda aynı anahtar kelimeyi ya da başlığı içeren diğer gönderiler/paylaşımlar görünür.

Etkileşim

Etkileşim, genelde "interaksiyon" kelimesiyle eş anlamlı olarak kullanılır. Facebook'ta etkileşimler beğeni, ifade bırakma, yorum ve paylaşımlardan oluşur. Instagram'da içerik paylaşamadığınız için etkileşimler arasında sadece yorum ve beğeni bulunuyor. Twitter'da ise RT, beğeni ve yanıtlama seçenekleri etkileşim olarak kabul görür.

Gündem (TT - Trend Topic)

Gündem, bir algoritmayla o anda twitterda en popüler başlık ya da etiketlerden oluşur. Gündemler; konum ve takip ettiğiniz hesaplara göre uyarlanabilir.

Kullanıcı Adı

Kullanıcı adınız sizi sosyal medyada tanımlar ve her zaman @ sembolünün ardından boşluk koyulmadan yazılır. Örneğin Millî Eğitim Bakanlığının kullanıcı adı @tcmeb'tir.

Onaylanmış Hesap

Onaylanmış bir sosyal medya hesabı, bu hesabın meşru bir kaynak tarafından oluşturulduğunu göstermek üzere mavi bir onay işareti alır.

Repost / Retweet

Takipçilerinize başka hesaplardan ilettiğiniz paylaşım/gönderiler, retweet/repost olarak bilinir. Yeniden iletme anlamındadır. Genellikle ilgi çekici haberleri veya diğer kayda değer keşifleri iletmek için kullanılır.

Sessize Alma

Hesapları takipten çıkmadan sessize alabileceğiniz gibi kelimeleri, kelime öbeklerini, kullanıcı adlarını, direkt mesaj bildirimlerini ve etiketleri sessize alabilirsiniz.

Spam

Sosyal Medya kurallarını ihlal eden, yasaklanmış davranışlar anlamına gelir. Diğer hesapları olumsuz etkileyen, istenmeyen ve tekrarlanan etkinlikler genelde spam olarak tanımlanır. Örneğin bir fotoğrafın altına fotoğraflarla ilgisiz yorumlar yaptığınızda bu bir spam'dır.

Stalk

Sosyal medya platformlarında bir kişinin bir başka kişiyi takip etmeden veya arkadaşı olmadan sosyal medya hesaplarında araştırması, gözetlemesi, paylaşımlarını incelemesidir.

Tweet Dizisi (Flood)

Bir kişi tarafından gönderilen, birbirine bağlı bir dizi Tweettir. Birden fazla tweeti birbirine bağlayarak ek içerik ve güncellemeler sunabilir veya bir konuyu daha ayrıntılı bir şekilde anlatabilir.

Yorum

Sayfanızda paylaştığınız içeriklere kaç kişinin yorum yaptığını size gösterir.

10K, 10M, 10B, 10MN ne demek?

Takipçi sayısını belirtmektedir. B ve MN ifadeleri Türkçe kullanan kişilerde gözükmektedir. İngilizce olarak kullananlarda B yerine K, MN yerine ise M harfi gözükmektedir. Yani İngilizcede K harfi bini, M harfi ise milyonu ifade etmektedir. Örneğin; 15K ya da 15B yazıyorsa o kişinin 15.000 takipçisi var demektir. 2,5M ya da 2,5MN yazıyorsa 2.500.000 milyon takipçisi olması anlamına gelmektedir.

Hazırlamış olduğumuz bu kılavuzun merkez, taşra ve yurt dışı birimlerimize sosyal medya kullanımı konusunda yol göstereceği, birimlerimizin ortak bir iletişim dili ve kültürü oluşturmasına yardımcı olacağı inancıyla bu alanda emek verecek tüm mesai arkadaşlarımıza kolaylık ve başarılar dileriz.

Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

NOTLAR

NOTLAR

Millî Eğitim Bakanlığı
Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği

İletişim

basin@meb.gov.tr

tcmeb tcmeb Millî Eğitim Bakanlığı Millî Eğitim Bakanlığı