



(نسخه اول)

واژه نامه اینستاگرام

همیارآکادمی
HAMYAR.CO



قبل از نصب اینستاگرام باید این اصطلاحات را بدانید!

چرا باید این کتاب را بخوانیم؟

هر ابزاری یک راهنمای استفاده دارد. این کتاب هم راهنمای اصطلاحات اینستاگرام است. برای حضور حرفه‌ای در اینستاگرام، باید این اصطلاحات و کاربرد آن‌ها را بدانید.



نام کاربری (Username)

نامی که افراد در اینستاگرام استفاده می‌کنند تا آدرس پروفایل خود را مشخص کنند. این نام می‌تواند از هر نوع ترکیبی باشد و اجباری وجود ندارد تا با نام واقعی آن‌ها یکسان باشد.

IG

یک مخفف ساده برای کلمه Instagram است.

اینستاگرامرها (Instagramers / IGers)

به افرادی که در اینستاگرام فعالیت می‌کنند گفته می‌شود. همچنین به آن‌ها جامعه اینستاگرام نیز اطلاق می‌شود.

بایو یا زندگینامه (Bio)

اینستاگرامرها به طور معمول دیگران را به لینکی که در بخش «بایو» آن‌هاست ارجاع می‌دهند. اساساً می‌توان گفت این بخش، پروفایل شما را تشکیل می‌دهد و مانند یک ملک با ارزش در اینستاگرام شماست. بایو اولین جایی است که فالوورهای شما آن را خواهند دید. همچنین تنها جایی است که هر بار که فالوورهای شما پروفایلتان را باز می‌کنند آن را می‌بینند.

تگ (Tag)

تگ با اضافه کردن یک علامت @ در مقابل نام کاربری افراد در اینستاگرام ایجاد می‌شود. مانند @hajimohammadiinsta. همچنین می‌توانید افراد را روی عکس‌ها نیز تگ کنید. حتی می‌توانید بعد از آپلود یک عکس، آن را ویرایش کرده و افراد را روی آن تگ کنید. این کار را می‌توان در بخش متنی که زیر هر عکس یا ویدیو نیز نوشته می‌شود انجام داد. برای ویرایش عکس می‌توانید روی سه نقطه‌ای که در سمت راست بالای عکس وجود دارد کلیک کرد.

استوری‌های اینستاگرام (Instagram Storys)

استوری یکی دیگر از روش‌هایی است که می‌توان بوسیله‌ی آن عکس‌ها و ویدیوها را با دیگران به اشتراک گذاشت. استوری‌ها به صورت خودکار بعد از 24 ساعت ناپدید خواهند شد. مگر اینکه شما آن‌ها را در بخش هایلایت ذخیره کنید. استفاده از استوری‌ها یک راه‌حل فوق‌العاده برای رشد کسب و کار شما و همچنین تقویت ارتباطتان با فالوورهاست. بهترین کاربرد استوری این است که از آن برای نشان دادن پشت صحنه پیج خودتان استفاده کنید. و یا اینکه و یا اینکه با پخش ویدیوها زنده (live) رابطه‌ی مستحکمی را با کاربران خود تشکیل دهید. انجام اینکار یک راهکار قطعی برای برندسازی در اینستاگرام است.

فیلترهای استوری (Story filters)

SuperZoom: ویدیویی را ضبط می‌کند و روی آن به صورت خودکار زوم می‌کند. این کار همراه با پخش یک آهنگ دراماتیک انجام می‌شود.

Boomerang: یک ویدیو بسیار کوتاه را ضبط کرده و مکرراً آن را به صورت جلو و عقب پخش می‌کند.

Rewind: قابلیت‌تی که به شما این امکان را می‌دهد تا ویدیو را به صورت برعکس ضبط کنید.

Stickers: عکس‌های کوچک و بامزه‌ای هستند که برای جلب توجه بیشتر و یا دادن شخصیت به استوری‌ها اضافه می‌شوند.

لایو اینستاگرام (IG Live or Instagram Live)

لایو اینستاگرام یک ویژگی از استوری‌های اینستاگرام است که در آن شما می‌توانید تصاویر را به صورت زنده (live) به مخاطبان‌تان مخابره کنید. مانند استوری‌های معمولی، لایو نیز بعد از 24 ساعت حذف خواهد شد. اما اخیراً اینستاگرام قابلیت‌تی را اضافه کرده که در آن شما می‌توانید لایوهای خود را دانلود کرده و از آن برای آپلود مجدد به صورت پست و یا مقاصد دیگر استفاده کنید.

هایلایت‌های اینستاگرام (Instagram Highlights)

هایلایت یا برجسته‌کردن، قابلیت‌تی است که بوسیله‌ی آن می‌توانید در یک بخش جداگانه که در زیر بایو شما قرار می‌گیرد، استوری‌ها و یا لایوهای خود را حتی بعد از حذفشان ذخیره کنید.

برنامه اینستاگرام (App)

برنامه‌ای است که روی تلفن همراه شما دانلود و نصب شده و به شما اجازه دسترسی به سایت اصلی اینستاگرام را می‌دهد.

دوبار ضربه زدن (Double Tap)

اینکار به منظور لایک کردن یک پست انجام می‌شود. شما این کار را انجام می‌دهید تا به مردم نشان دهید که از پست آن خوشتان آمده است.

آیکون‌های اموجی / اموجی‌ها (Emojicons/ Emojis)

اموجی‌ها آیکون‌های کوچکی هستند. بسیاری از گوشی‌های هوشمند امروزی این آیکون‌ها را از پیش به صورت یک مجموعه همراه دارند. اما برخی این قابلیت را همراه ندارند و این تنها چیزی است که شما باید به این گوشی‌ها اضافه کنید.

برای اینکار می‌توانید از یک برنامه به نام SwiftKey keyboard + Emoji استفاده کنید. این برنامه کاربردی علاوه بر دارا بودن مجموعه کاملی از اموجی‌ها، پیام دادن از تلفن همراه را بسیار ساده‌تر می‌کند. همچنین می‌توانید برای دریافت برنامه‌های مشابه، در اپ استور گوشی خود عبارت Free emoji را سرچ کنید.

فیلتر (Filter)

فیلتر یک قابلیت برای ویرایش عکس‌های شماست که بوسیله آن می‌توانید رنگ‌بندی و ویژگی‌های عکس خود را بهبود ببخشید.

فالورها (Followers)

کاربران اینستاگرام که سایر کاربران را دنبال می‌کنند.

فالووینگ (Following)

افراد در اینستاگرام که یک کاربر دیگر آن‌ها را دنبال می‌کند.

فید فعالیت فالووینگ‌ها (خوارک فعالیت افرادی که دنبال می‌شوند) (Following Activity Feed)

فید تصاویر افرادی است که دنبال می‌کنید، یا عکس آن‌ها را (لایک) پسندیده یا اظهار نظر کرده‌اید. فقط پنج دقیقه این اطلاعات را نشان می‌دهد.

دنبال کنندگان غایب (Ghost follower)

فالورهایی از اکانت شما که هیچ‌گونه ارتباطی با پروفایل شما ندارند. این‌ها افراد مفیدی نیستند، با وجود اینکه شخصیتی واقعی همراه با اکانت‌های واقعی دارند اما علاقه‌ای به لایک یا کامنت‌گذاری در دنیای اینستاگرام ندارند.

گالری (Gallery)

مجموعه‌ای از پست‌های کاربران اینستاگرام

هشتگ (Hashtag)

علامت # است که پشت یک عبارت یا کلمه قرار می‌گیرد و رنگ آن عبارت یا کلمه را به آبی تغییر می‌دهد. هشتگ‌ها این امکان را فراهم می‌سازند تا کاربران با یکدیگر از طریق یک عبارت یا کلمه مشترک در پست‌ها ارتباط برقرار می‌کنند.

تگ جغرافیایی (Geotags)

مکانی که ضمیمه یک عکس شده است و مرتبط با مختصات طولی و عرضی روی یک نقشه است. تگ جغرافیایی یا ژئوتگ این امکان را فراهم می‌سازد که پست شما در کنار سایر عکس‌هایی که آن تگ جغرافیایی را دارند دیده شود.

خانه (Home)

خانه یا فید همان محلی است که شما پست‌های تمام کاربرانی که فالو کرده‌اید را مشاهده می‌کنید.

اینستامیت (ملاقات اینستاگرامی) (Instameet) به ملاقات یا دوره‌می کاربران اینستاگرام گفته می‌شود که در یک محل زندگی می‌کنند و دوره‌م جمع می‌شوند تا عکس‌های اینستاگرامی بگیرند.

ویدیو اینستا (Instavideo) برای تشریح ویژگی ویدیوهای اینستاگرام گفته می‌شود.

درخواست (Request) درخواست به منظور برقراری ارتباط از یک کاربر به کاربر دیگر فرستاده می‌شود.

فید خبری یا (news feed) همان بخش home است و از طریق کلیک بر روی آیکن خانه قابل دسترسی است.

پست (Post) هر محتوایی که به صورت عکس یا ویدیو روی پروفایل اینستاگرام قرار می‌گیرد.

کاور (Cover) عکسی که قبل از پخش هر ویدیو نمایش داده می‌شود.

پروفایل (Profile) به تمامی اطلاعات حساب کاربری شما روی اینستاگرام گفته می‌شود. پروفایل شما، شامل نام، نام کاربری، عکس پروفایل و محتوای گالری شماست.

بازکردن دوربین (OPEN THE CAMERA) وقتی در بخش خانه هستید، می‌توانید از گوشه بالا سمت چپ بر روی آیکن دوربین کلیک کنید و شروع به عکس و یا فیلم گرفتن برای ثبت در پروفایل خود کنید. امکانات بسیار جالبی در این بخش وجود دارد. از استوری لایو گرفته تا استفاده از فیلترهای مختلف. توجه: برای استفاده از این ویژگی باید به اینستاگرام اجازه دهید تا از میکروفون و دوربین شما استفاده کند.

پیام‌های مستقیم یا (direct messages) در بخش خانه، با کلیک روی آیکن موشک کاغذی از گوشه بالا سمت راست به قسمت پیام‌ها دسترسی پیدا خواهید کرد. در اینجا می‌توانید پیام‌های افرادی که با آن‌ها در ارتباط بوده‌اید را مشاهده کنید و یا پیام‌های جدیدی به دوستان خود ارسال کنید.

صفحه جستجو (THE SEARCH PAGE)

با لمس آیکن ذره‌بین به صفحه جستجو هدایت می‌شوید. در این بخش می‌توانید با نوشتن در قسمت جستجو یا search در بالای صفحه، در میان حساب‌های کاربری، هشتگ‌ها، کلمات کلیدی و تاپیک‌های مختلف جستجو کنید.

فعالیت حساب کاربری (ACCOUNT ACTIVITY)

برای ورود به این صفحه باید بر روی آیکن قلب در نوار پایینی کلیک کنید. در اینجا می‌توانید کامنت‌ها، لایک‌ها، اشتراک‌گذاری‌ها و فالوهای اکانت خودتان و افرادی را که فالو می‌کنید را مشاهده کنید.

تنظیمات پروفایل و حساب کاربری (PROFILE & ACCOUNT SETTINGS)

گوشه پایین سمت راست تصویر یک آیکن کوچک شبیه به یک انسان قرار دارد. در صورتیکه برای پروفایل خود عکسی تعیین کرده باشید، به جای آیکن انسان عکس شما نمایش داده می‌شود. با کلیک روی این تصویر وارد حساب کاربری خود می‌شوید. حال از گوشه بالا سمت راست و با کلیک بر روی آیکن سه خطی می‌توانید آیکن تنظیمات که شبیه چرخ‌دنده است را مشاهده کنید.

لایک کردن (Like)

اینستاگرام مشابه با سایر شبکه‌های اجتماعی بر اساس دریافت لایک و لایک کردن پست‌های دیگران انجام می‌شود. لایک در لغت به معنای دوست داشتن است و در اینستاگرام زمانی به کار می‌رود که پست یک کاربر دیگر برای شما خوشایند باشد. این کار بوسیله‌ی دوبار ضربه زدن روی محتوای مورد نظر و یا کلیک آیکن قلبی که زیر هر پست وجود دارد انجام می‌شود.

شخصی و عمومی (Private vs. Public)

حساب‌های کاربری عمومی حساب‌هایی هستند که هر کاربر دیگری می‌تواند محتوای آن را دیده، لایک و یا دنبال کند. از طرف دیگر در یک حساب کاربری خصوصی، نیاز است که صاحب حساب کاربری درخواستی که از طرف دیگران به وی فرستاده می‌شود را قبول کرده تا آن‌ها بتوانند محتوای حساب کاربری‌اش را ببینند.

پست‌های اسپانسر شده یا تبلیغاتی (Sponsored Posts)

تبلیغات اینستاگرام به شکل عکس‌ها و ویدیوهای معمولی نمایش داده می‌شوند. آنچه که بین پست‌های تبلیغاتی و پست‌های معمولی تفاوت ایجاد می‌کند عبارت Sponsored است که در گوشه بالا سمت راست پست نمایش داده می‌شود.

رتبه بندی مخاطبان یک متریک (Audience Influence Rating)

سفارشی تعریف شده توسط داش هادسون که رتبه بندی از تأثیر نسبی مخاطب خاص را ارائه می‌دهد (مثلاً چگونگی عملکرد زیر اصلاحات مؤثر).

نرخ تبدیل (Conversion Rate)

این عبارت کاربردهای مختلفی در دنیای دیجیتال مارکتینگ دارد اما در اینجا به تعداد طرفدارانی گفته می‌شود که روی یک لینک فعال در یک پروفایل کلیک کرده و سپس به سمت یک صفحه خرید از آن سایت یا خرید در داخل خود اینستاگرام رفته‌اند.

بازدید کنندگان به دست آمده (Earned Reach)

به تعداد کاربرانی گفته می‌شود که پستی را که توسط یک کاربر دیگر انتشار یافته شده را دیده‌اند اما این پست در فید یک کاربر دیگر منتشر شده است. به این نوع محتوا، محتوای تولید شده توسط کاربر یا (user-generated content (UGC گفته می‌شود.

نرخ سرگرمی (Engagement Ratio)

به تقسیم مجموع تعداد لایک‌ها و کامنت‌هایی که یک پست دریافت کرده به تعداد کل دنبال کنندگان یک حساب کاربری گفته می‌شود. بعنوان مثال اگر پستی در مجموع 1000 کامنت و لایک دریافت کرده باشد و تعداد کل دنبال کنندگان آن حساب کاربری 100 هزار نفر باشند، نرخ سرگرمی برای آن پست 1 درصد خواهد بود.

اینفلوئنسر یا فرد تاثیر گذار (Influencer)

به فردی گفته می‌شود که پتانسیل ارتباط با گروهی از مخاطبان (کم یا زیاد) را داشته و به آن‌ها در مورد یک جریان، موضوع، برند و یا محصول آگاهی دهد.

اینفلوئنسر ماکرو (Macro-influencer)

این افراد بین 100 هزار تا یک میلیون فالوور دارند. ستاره‌های سینما نیستند و بوسیله‌ی اینترنت و تولید محتوای ویدیویی و متنی مشهور شده‌اند. در زمینه‌ی خود یک برند هستند و می‌توانند در مورد موضوعاتی که به حیطه‌ی کاری آن‌ها مربوط است آگاهی بخشند.

اینفلوئنسر میکرو (Micro-influencer)

این افراد بین هزار تا 100 هزار فالوور دارند و بر روی یک موضوع خاص متمرکز هستند. این افراد تفکراتی رهبری کننده دارند و از متخصصان صنعت هستند. این افراد سلبریتی نبوده و دارای طرفدارانی وفادار هستند.

نانو اینفلوئنسر (Nano-influencers)

تعداد فالوورهای این افراد در حدود 1000 نفر است و در جامعه‌ی اطراف خودشان محبوبیت، تاثیرگذاری و اعتبار بالایی دارند.

بازدید کنندگان طبیعی (Organic Reach) تعداد مخاطبانی که از طریق پست‌هایی با مارک یا ناشر منتشر شده است، اما توسط فید شخص دیگر ایجاد و ارسال شده است. این نوع محتوا اغلب به عنوان محتوای تولید شده توسط کاربر یا UGC گفته می‌شود.

بازدید کنندگانی که از راه تبلیغاتی بدست آمده‌اند (Paid Reach) تعداد بازدید کنندگانی که از راه تبلیغات در اینستاگرام پست‌ها را دیده‌اند.

منشن کردن در کامنت (Photo Comment Mention) به حالتی گفته می‌شود که در کامنت‌های یک پست افرادی را با قرار دادن علامت @ و نوشتن نام کاربریشان صدا می‌زنید.

تگ در عکس (Photo Tag) زمانی رخ می‌دهد که یک حساب کاربری یک کاربر را در یک پست تگ می‌کنید.

بازید کنندگان (Owned Reach) تعداد افرادی که صفحه پروفایل یک کاربر را باز کرده‌اند و پست‌هایش را دیده‌اند.

برنامه‌ریزی و انتشار (Scheduling and Publishing) مجموعه‌ای از ابزارها که به شما کمک می‌کنند پست‌های خود را برنامه‌ریزی کنید و در زمان دلخواه منتشر نمایید

UGC یا محتوای تولید شده توسط کاربر (User-Generated Content) تمام محتوای اینستاگرام توسط کاربران تولید می‌شود اما این اصطلاح زمانی به یک محتوا اطلاق می‌شود که یک هوادار محتوایی را برای یک سلبریتی یا برند تولید و منتشر نماید.

کپشن (Caption) کپشن همان شرح و توضیحی است که شما برای یک پست خود می‌نویسید. این محتوا می‌تواند شامل اموجی‌ها، نمادها هشتگ‌ها و غیره باشد. در نهایت می‌تواند 2200 کارکتر بگیرد اما تنها 240 کارکتر ابتدایی را نمایش می‌دهد.

ایمپرشن (Impressions) تعداد دفعاتی که یک محتوا توسط کاربران دیده شده است.

ترول (غول) (Troll)

افرادی که بی هدف در فضای وب و اینستاگرام می‌گردند و از روی عمد سعی در تخریب و نشان دادن واکنش‌های منفی به افراد مختلف هستند.

فیک (Fake)

فعالیت‌هایی که بر خلاف واقع باشند. مانند ساختن یک حساب کاربری به نام یک شخص دیگر یا یک اسم جعلی

وایرال یا ویروسی (Viral)

به هر نوعی محتوای تصویری، ویدیویی یا رسانه‌ای گفته می‌شود که به سرعت در فضای اینترنت دست به دست می‌چرخد.

الگوریتم (Algorithm)

یک پروسه که براساس قواعدی بنا شده و وظیفه آن انجام محاسبات یا حل مشکلات است. الگوریتم‌ها در همه جای علوم کامپیوتر قرار دارند. در اینستاگرام الگوریتم‌های مختلفی کنترل می‌کنند که یک کاربر چه محتوایی را ببیند و یا نبیند و اینکه کدام موضوعات و هشتگ‌ها در حال ترند شدن (تبدیل به یک جریان همه‌گیر شدن) هستند.

فن یا هوادار (Fans)

فن یا هوادار فردی است که صفحه اینستاگرام شما را دوست دارد.

سلفی (Selfie)

سلفی یک تصویر از خود است که توسط دوربین جلوی تلفن‌های همراه هوشمند و یا با استفاده از مونوپاد و دوربینی که به آن متصل است گرفته می‌شود. سلفی‌ها معمولاً روی اینستاگرام با هشتگ # سلفی یا #selfie منتشر می‌شوند.

تایید اجتماعی (Social Proof)

تایید اجتماعی مربوط به یک پدیده روانشناسی است که در آن افراد دنبال پیروی کردن از فرد یا چیزی پیرامون خود هستند تا بتوانند براساس آن تصمیم بگیرند که چطور در موقعیت‌های مختلف فکر یا عمل کنند. به نوعی می‌توان این پدیده را تقلید و الگوبرداری نامید. در اینستاگرام تایید اجتماعی را می‌توان به تعداد تعاملات افراد با یک محتوا از صفحه شما یا تعداد فالوورهایی که دارید اطلاق کرد. عقیده عمومی بر این است که اگر محتوایی در حال اشتراک گذاری و یا فردی دارای دنبال کننده زیاد است، آن شخص یا آن محتوا خوب هستند.

فروش اجتماعی (Social Selling)

فروش اجتماعی یک مفهوم از فروش است که در آن از قدرت مردم جامعه استفاده می‌شود. در این حالت افراد جامعه را با یک موضوع درگیر می‌کنیم. این کار با پاسخ به سوالات آن‌ها، توسعه محتوای ارزشمند و شفاف‌سازی اطلاعات و ... انجام می‌شود.

ولاگینگ (Vlogging)

ولاگ کردن به تولید محتوای ویدیویی به منظور بیان یک داستان یا ارائه اطلاعات گفته می‌شود. ولاگ در شبکه‌های اجتماعی ویدیو محور مانند یوتیوب انجام می‌شود.

بلاک (Block)

یک ویژگی از توییتر است که به شما اجازه می‌دهد یک کاربر را از دیدن حساب کاربری خودتان محروم کنید.

ترس از دست دادن یا (FOMO)

فومو پدیده‌ای در عصر دیجیتال است که به معنای داشتن احساس غم یا از دست دادن در رابطه با عدم تجربه‌ی چیزی شگفت‌انگیز است. این چیز شگفت‌انگیز زمانی حس غم بیشتری را منتقل می‌کند که دیگر کاربران اینستاگرام آن را تجربه کرده باشند و با اشتراک گذاشتن پست‌های مختلف در مورد آن خبر از حضور خود را آن رویداد می‌دهند.

چهره به چهره F2F

یک راه موثر برای مارکتینگ که به آن بازاریابی چهره به چهره یا فرد به فرد می‌گویند.

گیف (GIF)

Gif که مخفف عبارت Graphics Interchange Format است به فایل‌هایی گفته می‌شود که شامل عکس‌های ثابت یا متحرک است. گیف‌ها در اینستاگرام به یک روش همه‌گیر برای نشان دادن احساسات بدون کلام تبدیل شده‌اند.

حالت ترقی یافته (Promote Mode)

یکی از ویژگی‌های تبلیغات در توییتر است که ده توییت اول شما در هر روز را به گروه خاصی از مخاطبان نشان می‌دهد. نرخ این تبلیغات ماهیانه 99 دلار است. توییتر تخمین می‌زند که حساب‌های کاربری که از این ویژگی استفاده می‌کنند، به طور میانگین به بیش از 30 هزار شخص جدید دست پیدا می‌کنند.

ریچ یا رسیدن (Reach)

ریچ یک پارامتر است که نشان می‌دهد چه تعداد از افراد پتانسیل دیدن محتوای مورد نظر شما را دارند. باید به این نکته توجه کرد که این پارامتر تضمینی برای اینکه تمامی آن افراد پست شما را خواهند دید نیست.

حضور حرفه‌ای در اینستاگرام
hamyar.co/instagram