



# DÖGM'NİN DİJİTAL GÜÇ RAPORU

*"Performans, Erişim ve Etki"*







# YÖNETİCİ ÖZETİ

## Basın ve Dijital İçerik Birimi Veri Analizi

Din Öğretimi Genel Müdürlüğü Basın ve Dijital İçerik Birimi, Türkiye'de din, ahlak ve değerler eğitimi alanında dijital içerikler üreterek geniş kitlelere ulaşmaktadır. "Kurumsal İletişim Strateji Belgesi" doğrultusunda oluşturulan dijital içerik çalışmaları; EBA, YouTube,

Instagram, X ve Facebook gibi platformlarda **19 farklı içerik serisiyle** gerçekleştirilmektedir. İçerikler; eğitim politikalarının tanıtımı, rehberlik hizmetleri, akademik gelişimi destekleme, manevi ve kültürel mirası aktarma hedefleri doğrultusunda hazırlanmaktadır.





## Veri Analizleri ve Etkileşim Oranları



**60,400** takipçiye sahip hesap, son 3 ayda **%18,9 büyüme** göstermiş, içerikler toplamda **6,7 milyon erişim** sağlamış ve **2,2 milyon etkileşim** almıştır. Etkileşim oranı, takipçi sayısının **40 katına** ulaşarak yüksek bir performans sergilemiştir.



Takipçi	60,400
Büyüme	%18,9 (son üç ay)
Erişim	6,7 milyon
Etkileşim	2,2 milyon
Performans	40 kat



Kanalın **37.534** abonesi olup, toplam **1,34 milyon** görüntüleme elde edilmiştir. Son bir yılda **12.734 yeni abone** kazanılmış, dış platformlardan gelen trafik **%208**, YouTube önerilerinden gelen izlenme oranı **%146** artmıştır.



Abone	37.534
Görüntüleme	1,34 milyon
Yeni abone	12.734 (son bir yıl)
Trafik	%208 (dış platform)
İzleme	%146 (YouTube öneri)



Bu platformlar bilgilendirme ve duyuru paylaşımı amacıyla kullanılmakta olup, kurumsal iletişim stratejisinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.



## Karşılaştırmalı Analizler

Diğer kurumsal hesaplarla kıyaslandığında Din Öğretimi Genel Müdürlüğü'nün dijital mecralardaki hesapları yüksek etkileşim ve izlenme oranlarına sahiptir. Raporda detaylarına yer verildiği üzere Genel Müdürlüğümüzün Instagram hesabının etkileşim oranı; Millî Eğitim Bakanlığı, TRT ve İletişim Başkanlığı hesaplarına kıyasla çok daha yüksektir.

## Sonuç ve Değerlendirme

Elde edilen veriler, sınırlı sayıda personelle ve birime ayrılan bir bütçe olmaksızın yürütülen çalışmalarını yüksek erişim ve etkileşim sağladığını göstermektedir. Dijital mecraların algoritmalarına uygun içerik üretimi, stratejik planlama ve kamuoyu beklentilerine yönelik içerik geliştirme süreçleri, hesapların etkili bir dijital etkileşim alanı oluşturmasını sağlamıştır. Bu başarının sürdürülebilmesi için Basın ve Dijital İçerik Biriminin **yapısal statüsünün yükseltilmesi**, bütçe tahsisinin sağlanması, personel ve ekipman desteğinin artırılması gerekmektedir.

### Genel Müdürlüğümüze Ait Dijital Mecraların Veri Analizi

Genel Müdürlüğümüzün Basın ve Dijital İçerik Birimi, Türkiye'de din, ahlak ve değer odaklı derslere ait müfredatı destekleyici dijital içerikleri, din öğretimi alanındaki güncel gelişmeleri ve eğitim politikalarını geniş bir kitleyle paylaşmaktadır.

## "Kurumsal İletişim Strateji Belgesi" Rehberliğinde İçerik Üretimi

Genel Müdürlüğümüzün "Kurumsal İletişim Strateji Belgesi" doğrultusunda oluşturulan çeşitli içerik formatlarında **19 program serisiyle** EBA başta olmak üzere YouTube kanalı, Instagram, X ve Facebook platformlarında geniş bir kitleye hitap edilmektedir. Program serilerinin yanı sıra özellikle öğrenciler başta olmak üzere toplumun tüm kesimlerinin yoğun katılım gösterdiği akım videoları da platformda yer almaktadır.

Basın ve Dijital İçerik Birimi tarafından oluşturulan içerikler; bilgilendirici, rehberlik sağlayıcı, manevi ve kültürel değerleri aktarıcı bir yaklaşımla hazırlanmakta olup şu temel hedefleri içermektedir:

- Eğitim politikalarını dijital platformlarda etkili bir şekilde duyurmak,
- Öğrenci, öğretmen ve velilere yönelik değer eğitimi ve rehberlik içerikleri sunmak,
- İmam hatip okulları program çeşitliliğini tanıtmak,
- Dinî, ahlaki ve kültürel içeriklerin çağına uygun olarak dijital mecralarda yayılmasını sağlamak,
- Öğrencilerin akademik gelişimini destekleyecek içerikler üretmek.

Bu doğrultuda, **19 farklı içerik serisi** ile geniş bir kitleye hitap edilmektedir. Program serilerimizin yanı sıra öğrenciler başta olmak üzere toplumun tüm kesimlerinin aktif katılım gösterdiği akım videoları ve etkileşimli içerikler de platformlarda önemli bir yer tutmaktadır.



## Program Serilerimiz

**Dijitalizm:** Dijital çağın getirdiği değişimleri, fırsatları ve riskleri ele alan bilinçlendirici program serimizdir.

**Çift Kanatlılar:** İmam hatip okullarında uygulanan program çeşitliliğinin tanıtıldığı program serimizdir.

**Rotamız Camiler:** Camilerin huzuruyla buluşurken mimari özelliklerini de geleneksel Türk-İslam sanatlarıyla ilişkilendirerek öğrencilerin gözünden ele aldığımız program serimizdir.

**Kitapla Yaşa:** Her bölümde farklı bir kitabı keşfederek okuma kültürünü yaygınlaştıran keyifli bir program serimizdir.

**Hafızlık Koçu:** Hafızlık öncesi ve sonrası akademik ve mesleki yönlendirme sunan bilgilendirici program serimizdir.

**Akademik Uyanış:** Öğrencilere sınav süreci ve akademik gelişim konusunda yol gösteren program serimizdir.

**Drama ile Değerler Eğitimi:** Drama yöntemiyle değer eğitimini eğlenceli ve etkili bir şekilde sunan program serimizdir.

**İmam Hatipte Öğretmen Olmak:** Öğretmenlerimizin mesleklerine ve imam hatip okullarındaki deneyimlerine dair paylaşımlarını içeren program serimizdir.

**Müslüman Bilim Adamları:** Tarihte iz bırakmış Müslüman bilim insanlarını ve onların bilim dünyasına katkılarını anlatan program serimizdir.

**Bi' Şey Sorabilir miyim?:** Ahlak, inanç ve ibadet temalarında saha araştırması sonucu belirlenen 100 temel sorunun detaylı şekilde cevaplandığı program serimizdir.

**Çekirdek Muhabbetler:** Gençlerin kendi meselelerini kendi üsluplarıyla konuştuğu, doğal, eğlenceli sohbet formatındaki program serimizdir.

**Kültür:** Kadim kültürümüzde var olan, unuttuğumuz ya da hiç bilmediğimiz geleneklerimizi yeni nesillere aktarmayı hedeflediğimiz program serimizdir.

**Çocuklar İçin Esmâ-i Hüsnâ Ansiklopedisi:** Allah'ın isimlerinin yeryüzündeki yansımalarıyla ve rengârenk çizimlerle ele alındığı program serimizdir.

**Zamanın İhyası:** Modern yaşamın zorluklarına karşı manevi kaynaklardan güç alarak huzurlu bir yaşamın yollarını keşfetmek üzere Kur'an ve sünnet ışığında yolculuğa çıktığımız vlog serimizdir.

**Adabımuâşeret:** Görgü kuralları ve güzel ahlak üzerine geleneksel ve modern bakış açılarını birleştiren program serimizdir.

**Haşır Neşir:** Dilimizin zenginliklerini keşfederken kelimelerin kökenlerine ve anlam dünyasına doğru musiki eşliğinde yolculuğa çıktığımız program serimizdir.

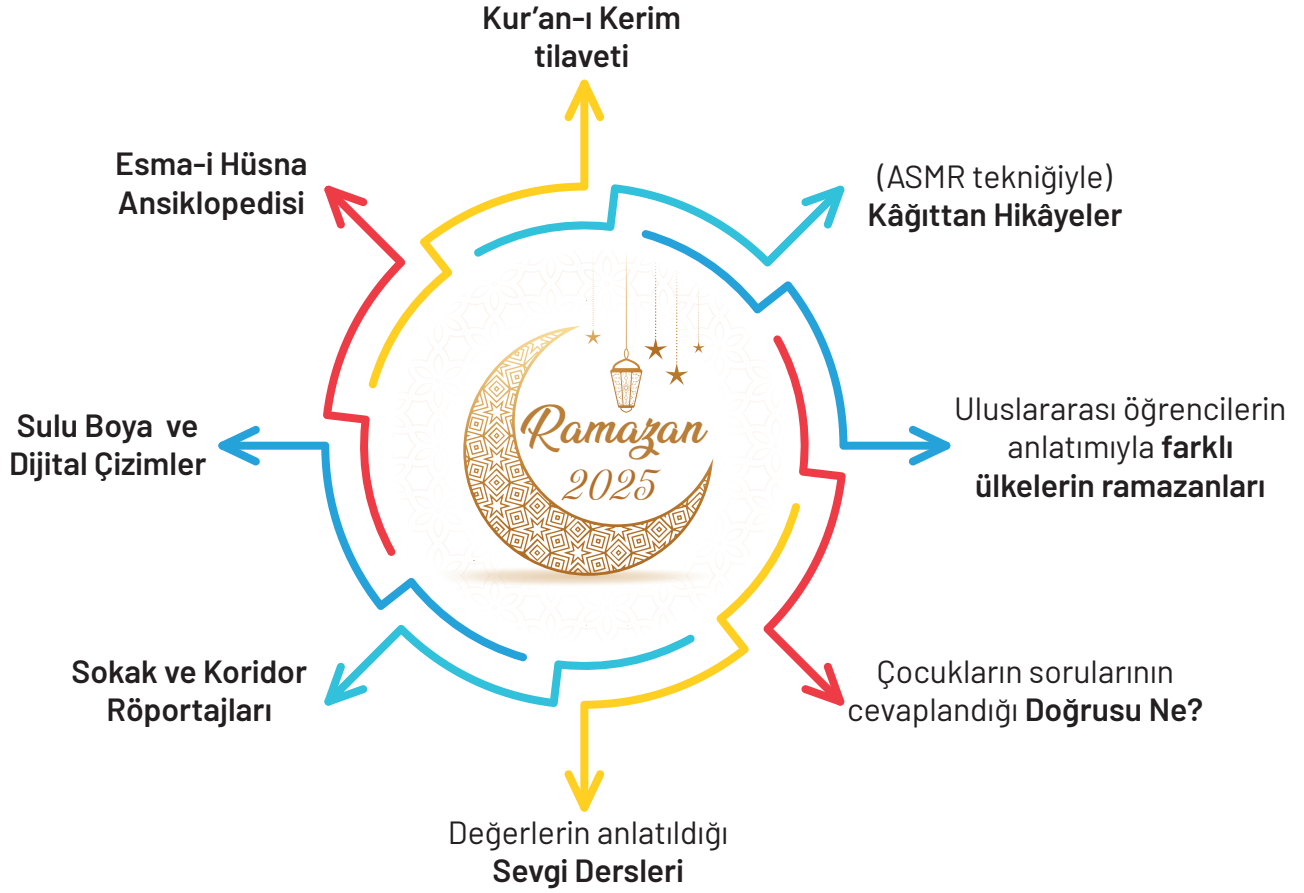
**LGS DKAB Hazırlık Serisi:** LGS'ye hazırlanan öğrenciler için Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersine yönelik konu anlatımı ve soru çözümlerinin yapıldığı program serimizdir.

**Fıkıh-Siyer-Arapça Konu Anlatımı ve Soru Çözümleri:** Okuldaki yazılı sınavlara yönelik İHL meslek dersleri kapsamında konu anlatımları ve örnek soru çözümlerinin yapıldığı program serimizdir.

**Ramazan Heyecanı 2024:** Ramazan ayına özel, her yaşta izleyiciye hitap edecek zengin kültürel içeriklerle bir ay boyunca izleyicilere farklı konu başlıklarında iftar programının sunulduğu program serimizdir.

**Ramazan Heyecanım 2025:** Oldukça geniş kapsamda hazırlanan ve farklı formatlarda zengin program içeriklerinin bir araya geldiği "Ramazan Heyecanım" serisi iftar programı formatında kamusal yayıncılıkta pek çok ilke izleyiciyle buluşmaktadır.

## Ramazan Heyecanım 2025 İçerikleri





## Instagram Hesabına Dair Analizler

Din Öğretimi Genel Müdürlüğünün **Instagram** hesabı olan **@meb\_dinogretimi** sayfasındaki takipçi sayısı, yapılan paylaşım sayısı, erişim ve etkileşim gibi sayısal veriler tabloda detaylandırılmıştır.

60.400 takipçi sayısı bulunan Instagram hesabımıza ait izlenme ve etkileşim oranlarına bakıldığında son bir yılda **% 462 büyüyerek** hızla yükselen bir büyüme içinde olduğu görülmektedir.

INSTAGRAM	SAYI
Takipçi	60.400
Erişim/ Görüntülenme	6.713.386
İçerik Etkileşimleri	2.214.560
Profil Ziyaretleri	169.466

### Tablodan hareketle son 3 aylık verilere göre dikkat çeken bazı noktalar:

- Toplam takipçi sayımızda **%18,9** oranında artış gözlenmektedir.
- Erişim/görüntülenme oranlarına bakıldığında **6.713.386** gibi ciddi bir rakama ulaşıldığı görülmektedir. Bu sayı hedef kitemizin toplam **12 katına** denk gelmektedir.
- Sayfanın içerik etkileşimlerine bakıldığında **2.214.560'lık** bir etkileşim sayısı ile toplam takipçi sayısının **40 katına** ulaşan oldukça yüksek bir oranın ortaya çıktığı görülmektedir.
- Takip etmeyen kullanıcıların profil ziyareti sayısı **130.187'dir**. Bu sayıya göre **% 222'lik** bir oranla **takipçi sayısının 2 katından fazla** kullanıcı tarafından hesap, ziyaret edilmektedir. Buradan hareketle içeriklerin Genel Müdürlüğümüz eğitim politikası ve yayın politikası doğrultusunda yankı odasının dışına da ulaştığı görülmektedir.

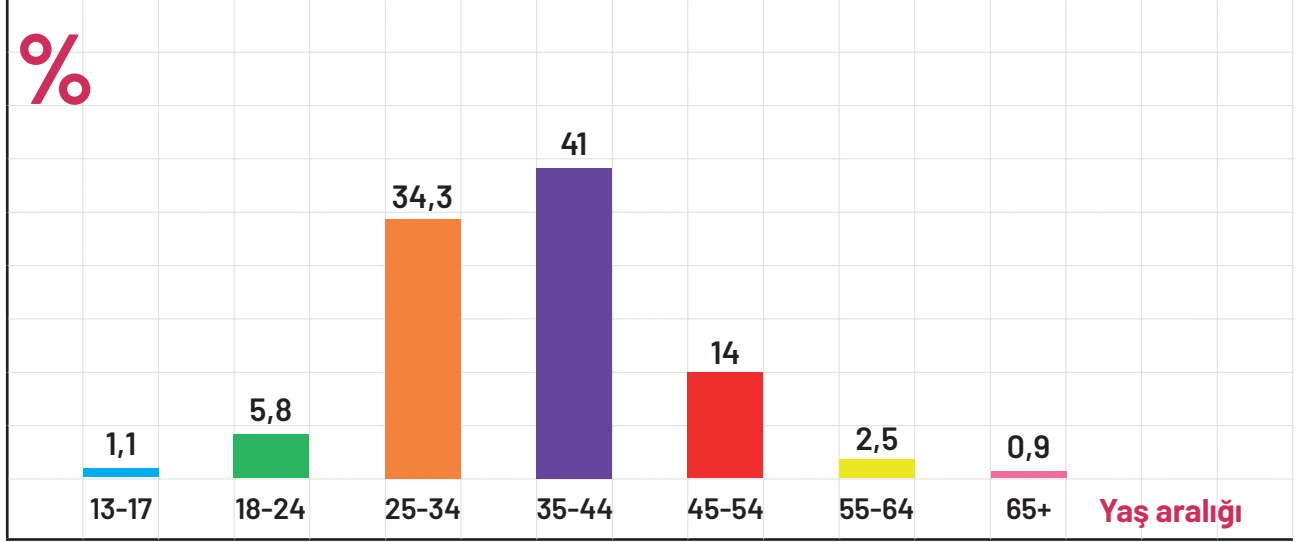
### Öncüsü olduğumuz sosyal medya akımları ve kampanyalar büyük ilgi görmüş olup yüksek erişim sayılarına ulaşmıştır.

- "Hayırlı Cumalar" akımı ile **4.6 milyon**,
- "Hayırlı Ramazanlar" akımıyla **2.2 milyon**,
- "Ben İmam Hatipliyim, Tabii ki" akımıyla **1.7 milyon** erişim sağlanmıştır.
- "Müslüman Bir Bilim Adamı Olsaydım..." akımı da okulların yoğun katılımıyla birlikte geniş kitlelere ulaşmıştır.





## DÖGM Instagram Takipçilerinin Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı\*

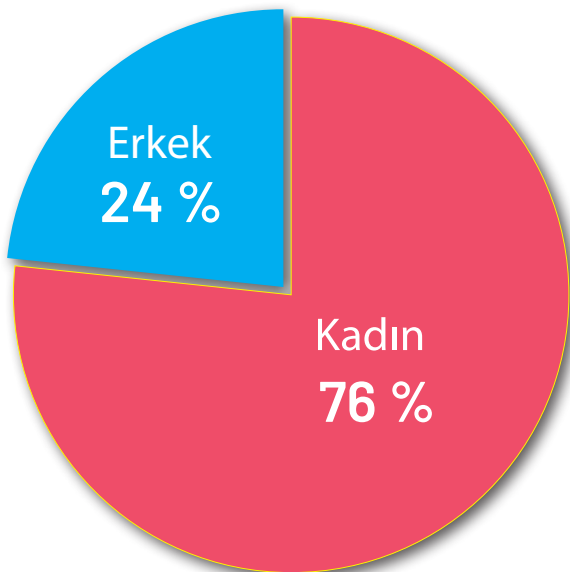


\* Grafikte verilen 13-17 yaş aralığı oranının düşük seyretmesinin temel sebebi Instagram'ın yaşa bağlı kısıtlamalarıdır. Bu yaş grubunun içeriklerimize ebeveyn hesapları üzerinden ulaştığı, içeriklere yapılan yorumlardan ve etkileşimlerden anlaşılmaktadır.

### Takipçi oranlarına göre;

**%75,30** ile en yüksek izlenme oranı **25-44** yaş aralığında bulunmaktadır. Bu yaş grubu, içeriğin en çok tüketildiği kitleyi oluşturmaktadır.

## DÖGM Instagram Takipçilerinin Cinsiyete Göre Oranları



Grafik analizine göre, Instagram'da kadın kullanıcıların erkeklere kıyasla daha yüksek takip oranına sahip olduğu görülmektedir.

Bu durum, platformun genel kullanıcı profiliyle uyumlu olup, Instagram'ın küresel ölçekte kadınlar tarafından daha fazla tercih edilmesiyle açıklanabilir.

Kadın kullanıcıların sosyal medya platformlarında daha fazla etkileşimde bulunma eğilimleri, içerik tüketim alışkanlıklarını ve takipçi demografisini şekillendiren temel faktörlerden biridir.







## DÖGM Instagram İçeriklerinin Uluslararası Etkisi

Genel Müdürlüğümüz Instagram hesabı **Almanya, Fransa, Hollanda ve Avusturya** gibi ülkelerden de aktif olarak takip edilmektedir.

### Instagram Kanalı "Meram"

Instagram yayın kanalımız "**Meram**" **2.8 bin üyesiyle** samimi bir iletişim ortamı sunan, günlük aktif etkileşimin ve soru-cevap etkinliklerinin, canlı yayınların ve çevrim içi eğitim bağlantılarının gerçekleştirildiği dinamik bir platformdur.

## Genel Müdürlüğümüz Instagram Hesabının Diğer Büyük Kurumsal Hesaplarla Karşılaştırmalı Analizi\*

Hesap	Takipçi Sayısı	Ortalama İzlenme	Etkileşim Oranı
 <b>Din Öğretimi Genel Müdürlüğü</b> @meh_dinogretimi	<b>60 Bin</b>	Takipçi sayısının <b>10'da 7'si</b> kadar izlenme	Yüksek
 <b>Millî Eğitim Bakanlığı</b> @tcmeb	<b>1,1 Milyon</b>	Takipçi Sayısının <b>10'da 1'i</b> kadar izlenme	Düşük
 <b>TRT</b> @trt	<b>288 Bin</b>	Takipçi Sayısının <b>10'de 0.8'i</b> kadar izlenme	Düşük
 <b>İletişim Başkanlığı</b> @iletisim	<b>460 Bin</b>	Takipçi Sayısının <b>10'de 0.8'i</b> kadar izlenme	Düşük

### Kurumsal hesapların takipçi sayılarına bakıldığında;

**@meh\_dinogretimi** sayfası, takipçi sayısına oranla yüksek bir izlenme ve etkileşim oranına sahiptir. Bu durum, sayfanın hedef kitleye ulaşmada etkili olduğunu ve içeriklerin hem takipçileriyle hem de diğer kullanıcılarla güçlü bir bağ kurduğunu göstermektedir.

**@tcmeb, @trt ve @iletisim** hesaplarının takipçi sayıları daha yüksek olmasına rağmen, ortalama izlenme oranları düşük seviyede kalmaktadır.

Etkileşim oranları açısından en yüksek performans gösteren hesap **@meh\_dinogretimi** olurken, diğer kurumsal hesaplarda takipçi sayısına kıyasla daha düşük etkileşim olduğu görülmektedir.

\* - Ortalama izlenme sayılarına ait istatistiklere yalnızca hesap yöneticileri tarafından erişilebilir. Bu nedenle tablodaki değerlendirmeler genel erişime açık olan izlenme sayıları üzerinden yaklaşık olarak hesaplanmıştır.



## Genel Müdürlüğümüzün, MEB, TRT ve İletişim Başkanlığının Instagram Hesaplarındaki Herhangi Bir İçerik Üzerinden Karşılaştırması\*

Hesap	İçerik Adı	İzlenme Sayısı	Takipçi Sayısı
 <b>Din Öğretimi Genel Müdürlüğü</b> @meb_dinogretimi	<b>Ramazan Heyecanım</b> 3. Bölüm	<b>57.2 Bin</b>	60 Bin
 <b>Millî Eğitim Bakanlığı</b> @tcmeb	<b>Külliye'de Ramazan</b> etkinlik paylaşımı	<b>220 Bin</b>	1,1 Milyon
 <b>TRT</b> @trt	<b>Hoş Geldin Şehr-i Ramazan</b> paylaşımı	<b>11,3 Bin</b>	288 Bin
 <b>İletişim Başkanlığı</b> @iletisim	<b>Devlet Teşvikleri Tanıtım Günleri</b> paylaşım	<b>20 Bin</b>	460 Bin

- Din Öğretimi Genel Müdürlüğünün Instagram hesabında** bir videonun **56.9 bin izlenme** sayısına ulaşması, toplam **60 bin takipçi sayısı** göz önüne alındığında **oldukça yüksek bir erişim ve etkileşim oranına** işaret etmektedir. Bu oran, paylaşılan içeriğin büyük ölçüde ilgi gördüğünü ve geniş bir görünürlük kazandığını göstermektedir.
- Millî Eğitim Bakanlığının Instagram hesabında** paylaşılan bir videonun izlenme sayısının **179 bin** olması, **1.1 milyon** olan toplam **takipçi sayısına kıyasla düşük bir oranda** kaldığını, etkileşim seviyesinin beklenen düzeyde olmadığını göstermektedir. Bu durum, takipçi kitlesinin içerikle etkileşim düzeyinin sınırlı olduğunu ve içeriğin platformdaki yayılımının mevcut takipçi sayısı ile orantılı gerçekleşmediğini düşündürmektedir. Yine aynı şekilde içeriğe ait beğeni ve yorumlarında oldukça düşük kalması (Bu sayıda bir hesapta en az 10.000 ve üzeri beğeni beklenirken 800, 900 beğenilerin olması) bu kanaati güçlendirmektedir.
- TRT** gibi köklü ve geniş kitlelere hitap eden bir kurumun sosyal medya performansına bakıldığında **288 bin takipçisi** olduğu hâlde bir paylaşımında eriştiği izlenme sayısı **11 bin** gibi beklenenden düşük bir etkileşim ortaya koymaktadır.
- İletişim Başkanlığının 460 bin takipçiye** sahip olmasına rağmen bir videosunun yalnızca **19 bin** izlenme sayısına ulaşması takipçilerinin bile paylaşımlara **etkileşim göstermediğini** ortaya koymaktadır.

\*- Tabloda yer alan karşılaştırmalı içerikler, benzer konu başlıkları ve temalar doğrultusunda (Ramazan içerikleri) belirlenmiş olup, analiz sürecinde son dönemde üretilen içeriklerden rastgele örnekleme yöntemiyle seçilerek değerlendirilmiştir.



## Kurumsal Hesapların Etkileşim Dinamikleri

- Millî Eğitim Bakanlığı, İletişim Başkanlığı ve TRT gibi kurumsal hesapların yüksek takipçi sayıları, toplumun bu sayfaları güvenilir birer haber kaynağı olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, paylaşımlara yapılan yorumlar genellikle içerikle doğrudan ilgili olmaktan ziyade, kuruma ve makamlara ulaşma amacı taşımakta, talep, öneri veya şikâyetlerin iletilmesi için bir kanal olarak kullanılmaktadır.
- DÖGM Instagram hesabındaki gönderilerin etkileşimlerine ve yorumlarına bakıldığında ise paylaşılan içerikle direkt bağlantılı olduğu, haber alma ya da kuruma ulaşma gibi amaçlar taşımadığı görülmektedir. Bu durum, Genel Müdürlüğün kurumsal iletişim stratejisinin etkili bir şekilde uygulandığını ve içerik üretim stratejisinin hedef kitle tarafından benimsendiğinin göstergesidir.



## Genel Müdürlüğümüz YouTube Kanalına Dair Analizler

Aşağıdaki tabloda YouTube hesabımızın toplam abone, yapılan paylaşım ve yeni abone sayısı doğrultusunda izlenmeleri verilmiştir.

YOUTUBE	SAYI
Toplam Abone	37,534
Yapılan Paylaşım	133
Short Paylaşımı	82
Video Paylaşımı	51
Görüntüleme	1,340,558
Gösterimler	6,872,604

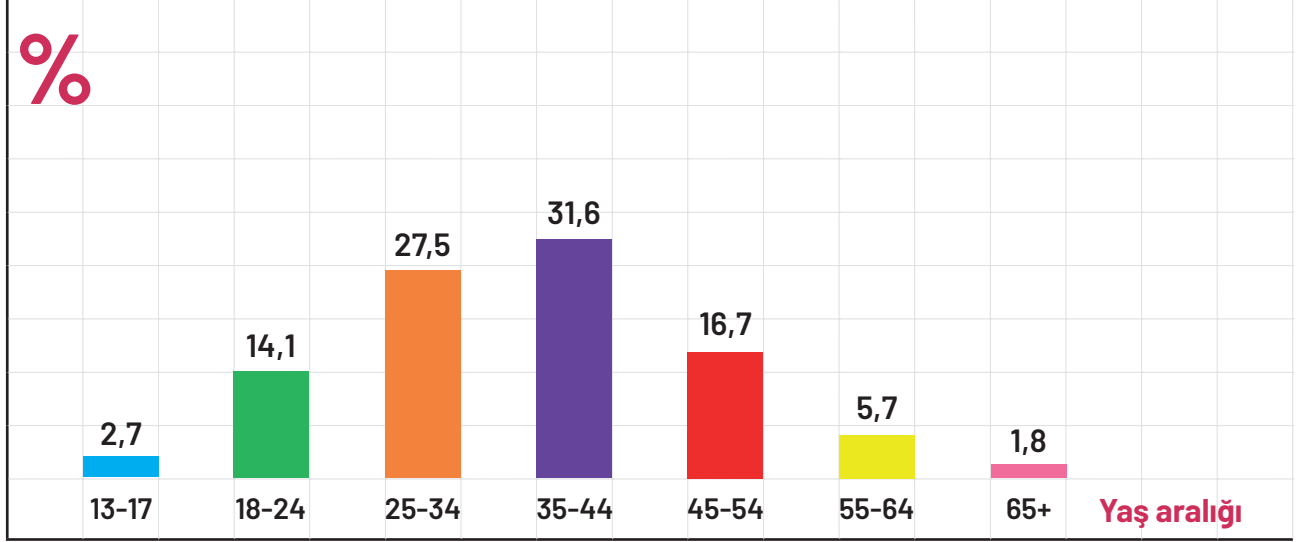
Tüm bu verilere bakıldığında, kanalın **%50,25'lik oranla yüksek bir büyüme ivmesi** yakaladığı görülmektedir. Bu büyüme hızı içeriğin hem ilgi çekici olduğunu hem de geniş bir kitleye hitap ettiğini ortaya koymaktadır.

## Kanal Analizine Göre

- Diğer sosyal medya platformları; Facebook, X, WhatsApp, Google veya diğer arama motorları gibi dış kaynaklardan gelen trafik **%208 oranında artmıştır**.
- YouTube önerilerinden gelen izlenme oranı **%146 artmıştır**.
- Bu durum da gösteriyor ki, kanalın içerikleri hem dış platformlardan hem de YouTube algoritması tarafından desteklenmektedir.



## DÖGM YouTube Takipçilerinin Yaş Aralıklarına Göre Dağılımı\*

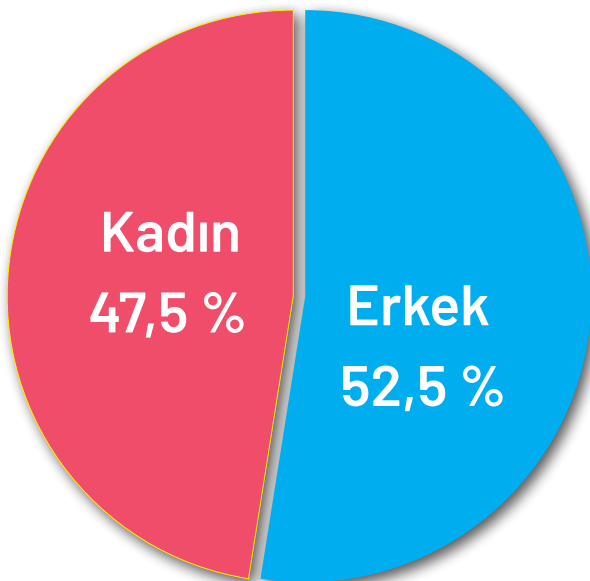


\* Grafikte verilen 13-17 yaş aralığı oranının düşük seyretmesinin temel sebebi YouTube'un yaşa bağlı kısıtlamalarıdır. Bu yaş grubunun içeriklerimize ebeveyn hesapları üzerinden ulaştığı, içeriklere yapılan yorumlardan ve etkileşimlerden anlaşılmaktadır.

## En Yüksek Görüntüleme Oranı (25-44 Yaş Grubu)

%59,10 ile en yüksek izlenme oranı **25-44 yaş** aralığında bulunmaktadır. Bu yaş grubu, içeriğin en çok tüketildiği kitleyi oluşturmaktadır.

## DÖGM Instagram Takipçilerinin Cinsiyete Göre Oranları



Grafiğe bakıldığında YouTube platformunda kadın izleyicilerin erkek izleyicilere yakın olduğu gözlenmektedir.

YouTube kanalımızda erkek izleyici oranının kadınlara kıyasla yaklaşık %5 daha fazla olması, platformun genel kullanıcı eğilimleriyle uyumlu bir durumdur.

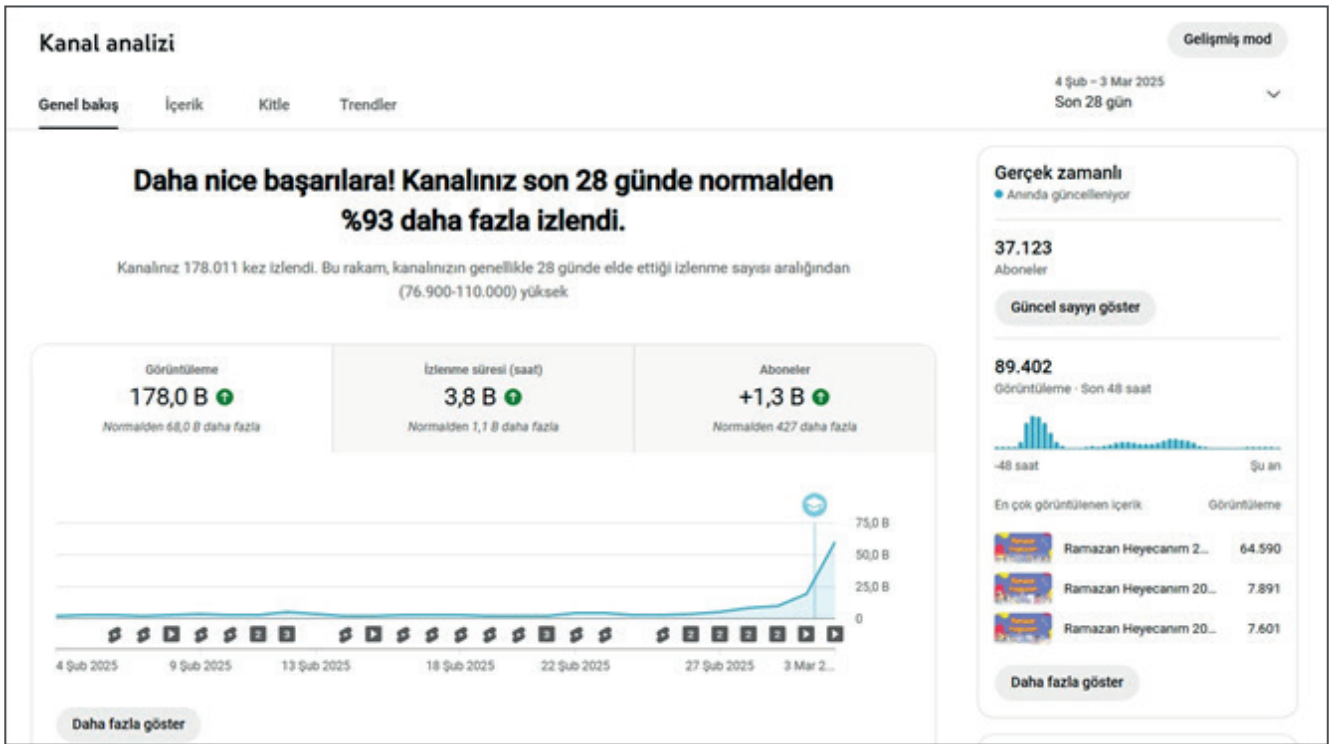
YouTube, özellikle bilgi odaklı, akademik ve dini içeriklerde erkek kullanıcıların daha yoğun etkileşim gösterdiği bir mecra olarak öne çıkmaktadır.



## DÖGM YouTube İçeriklerimize Erişim Sağlayan Ülkeler

Genel Müdürlüğümüz YouTube hesabı; Almanya, Azerbaycan, Fransa, Hollanda, ABD, Suudi Arabistan, Rusya, Birleşik Krallık, Özbekistan, Avusturya, Irak, Belçika, Pakistan, Hindistan, İsviçre, Bangladeş, Mısır, Afganistan ve Kırgızistan gibi pek çok ülkede izlenmektedir.

## Mecradaki Hızlı İlerleyişimiz YouTube Platformu Tarafından da Takdir Edildi!



## Genel Müdürlüğümüz Facebook ve X Hesabına Dair

Hedef kitlemiz doğrudan Facebook platformunda yoğunlaşmasa da kurumsal temsiliyeti tüm dijital mecralarda sürdürülebilir kılmak adına, Genel Müdürlük bu platformda da kurumsal bir hesap aracılığıyla temsil edilmektedir. Bu durum kurumsal iletişim stratejimizin bir parçası olarak haber ve duyuruların geniş kitlelere hızlı ve etkin bir şekilde ulaştırılmasını sağlamak amacıyla.

X ve Facebook hesapları; kamuoyunu bilgilendirme, resmî haber, duyuru ve açıklamaların doğrudan iletilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Aynı zamanda, dijital platformlarda kurumsal kimliğimizi güçlendirmek, güvenilir ve doğru bilginin ilk elden paylaşılmasını sağlamak adına da önemli bir iletişim kanalı oluşturmaktadır.

## LinkedIn Hesabımız

Genel Müdürlüğümüz, LinkedIn platformunda da kurumsal bir hesaba sahip olup, bu mecra üzerinden çeşitli duyuruların yanı sıra platformun dinamiklerine uygun içerikler paylaşmaktadır.



## WhatsApp ve Telegram Kanalları

Genel Müdürlüğümüz, WhatsApp üzerinde resmî bir kanal aracılığıyla temsil edilmekte olup, takipçilerine çeşitli duyurular bu kanal üzerinden iletilmektedir. Ayrıca, Telegram platformunda da öğretmenlere yönelik otomatik bilgilendirme kanalları bulunmakta ve bu kanallar aracılığıyla çeşitli bilgilendirme ve kültürleşme süreçleri yürütülmektedir

## Sonuç ve Değerlendirme

Genel Müdürlüğümüz Basın ve Dijital İçerik Birimi olarak sınırlı imkânlarla ve sınırlı personel sayısı ile üretilen içeriklerin yayımlandığı mecralarda yüksek takipçi ve etkileşim sayılarına ulaştığı yapılan tüm analizlerle açıkça görülmektedir.

Özellikle "Hayırlı Cumalar", "Hayırlı Ramazanlar" gibi viral olan akımlarımız, kamuoyunda büyük yankı uyandırmış geniş kitlelere ulaşmış ve platformlardaki etkileşim oranlarını önemli ölçüde artırmıştır. İçeriklerimiz, kısa sürede yüksek izlenme ve etkileşim sayılarına ulaşarak yalnızca takipçilerimizle sınırlı kalmayıp yankı odasının ötesine de ulaşmıştır. İçeriklerimize yapılan yorumların direkt içerikle bağlantılı olması durumu da üretilen içeriklerin hedef kitle tarafından ilgiyle karşılandığını ve organik erişimin yüksek seviyelere ulaştığını göstermektedir.

Bu başarı, ekibimizin özverili ve stratejik çalışma prensipleri doğrultusunda yürüttüğü titiz içerik planlamasına, kamuoyu beklentilerine ve yayımlandığı mecraların algoritmalarına uygun içerik üretme sürecinin bir sonucudur.

Sonuç olarak Genel Müdürlüğümüz Basın ve Dijital İçerik Birimi tarafından sosyal medya yönetiminde uygulanan stratejik yaklaşımlar sayesinde, sınırlı kaynaklarla yüksek erişim sağlanmış ve geniş bir dijital etki alanı oluşturulmuştur.

Bu veriler ışığında, Genel Müdürlüğümüzün dijital platformlardaki görünürlüğü ve etkisi; özellikle personel, bütçe ve ekte sunulan ekipman ihtiyacının karşılanmasıyla birlikte daha da güçlenerek ileri seviyelere ulaşabilecektir.

MEB  
DÖGM

