**Bursa’daki Özel Hastanelerin Sosyal Medyayı Kurumsal İletişim Aracı Olarak Kullanımlarının İncelenmesi**

**Gonca Selin Adiloğlu[[1]](#footnote-1)**

**Ercan Aktan[[2]](#footnote-2)**

**ÖZET**

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların kurum ve kuruluşlardan beklentileri de değişmeye başlamıştır. Teknolojinin hayatımıza yerleştirdiği internetle birlikte insanların sadece satın aldıkları ürüne karşı değil aldıkları hizmete karşı da beklentileri değişmiştir. İnternetin insan yaşamını etkisi altına almasıyla artan anlık bilgi ihtiyacı, kurumları hayatta kalabilmek için dijitalleşerek interneti, dolayısıyla sosyal medyayı, aktif olarak kullanmaya itmektedir. İnsanların, diğer insanlarla iletişim kurması amacıyla ortaya çıkan sosyal medya, her geçen gün gücünü artırarak günlük yaşamda karşılaşılan her türlü ürün ve hizmet arayışında başvurdukları bir kılavuz haline gelmiştir. Öyle ki önceki dönemlerde yakın bir aile üyesi, bir arkadaş ya da geleneksel kitle iletişim araçlarından edinilmeye çalışılan bilginin yerini; günümüzde sosyal medyadan yararlanılarak ulaşılan bilgi almıştır.

Dolayısıyla iletişim başta olmak üzere neredeyse tüm alanlar bu değişimden etkilenmiştir durumdadır. Değişen bu dünya düzeninden etkilenen hizmet sektörlerinden biri olan sağlık sektörü de hızla dijitalleşmeye başlamıştır. İnsanların zaman ve mekân sınırı olmadan sosyal medya üzerinden kurumlara ulaşabilmesi, hedef kitle ve kurumlar arasında daha güçlü ilişkiler kurmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya araçlarından en çok kullanıcı sayısına sahip olan Facebook, Instagram ve Twitter kurumların da kurumsal iletişim aracı olarak tercih ettikleri platformlardandır.

Bu bağlamda çalışmada Bursa’daki özel hastanelerin Twitter paylaşımları kurumsal iletişim açısından ele alınmıştır. Elde edilen veriler; takipçi sayısı, üretilen tweet sayısı, takip edilen sayısı, listeleme, etiket bulutları, popüler hashtaglar, içerik paylaşım saatleri başlıkları altında gruplanarak içerik analizi yöntemiyle incelenerek yorumlanmıştır.

**Anahtar Kavramlar:** Dijital, Twitter, Kurumsal İletişim, Sosyal Medya, Özel Hastane.

1. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Bilimleri Bölümü, [goncaadiloglu16@gmail.com](mailto:goncaadiloglu16@gmail.com), Orcıd: 0000-0003-1498-3549 [↑](#footnote-ref-1)
2. Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Gazetecilik Bölümü, [ercan.aktan@ibu.edu.tr](mailto:ercan.aktan@ibu.edu.tr), Orcıd: 0000-0001-8731-1896 [↑](#footnote-ref-2)