



# JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi



ISSN:2459-1149

**Article Type**  
Research Article

**Received / Makale Geliş**  
04.11.2020

**Published / Yayımlanma**  
28.12.2020

<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2194>

**Öğr. Gör. Şükrü GÜVEN**  
Selçuk Üniversitesi, Beşşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Konya / TÜRKİYE

**Citation:** Güven, Ş. (2020). Gelişen iletişim teknolojilerinde halkla ilişkiler penceresinden bakmak. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(62), 3615-3619.

## GELİŞEN İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE HALKLA İLİŞKİLER PENCERESİNDEN BAKMAK

### ÖZET

Yarım asır öncesine kadar bireylerin sabit bir konumdan dünya yüzeyindeki her hangi bir yerde bulunan bir bilgiye ulaşmayı, kendi fikirlerini, ürettikleri ürünleri kolay ve hızlı bir şekilde tahmin edilemeyecek sayıda insanlara ulaştırma konusunun imkânsız olacağı düşünülmekteydi. İnsanoğlunun beklentileri ve teknolojinin gelişimi birçok imkânsızlığı bertaraf etmiştir. Teknolojik gelişmeler her alanda farklı bir bakış açısı getirerek kişilerin kitlelerle buluşmasına imkân sağlamıştır. İnternet, kitlelerle buluşmayı sağlayan kanallardan en önemlisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sanal dünyada en basit bilgi aktarma aracı olarak internet kullanılmaktadır. Bireylerin ya da kurumların internet kullanımı ile açık ağlar üzerinden bilgi aktarmaları, tanıtım yapmaları ve iletişim kurmaları sağlanmaktadır. Sanal dünyada internet araçlarının ve birçok uygulamanın yaygınlaşması, kullanım kolaylığı olması halkla ilişkiler için etkileşimli iletişimin ve fırsatların artmasını sağlamaktadır.

Bu çalışmada halkla ilişkiler ve sanal dünya kavramları arasındaki bağ sorgulanmaktadır. İnternet ve uygulamaların halkla ilişkiler açısından önemi açıklanmakta, oluşabilecek problemler ve alınacak tedbirlere dikkat çekilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Halkla ilişkiler, İnternet, İletişim, Teknoloji, Sanal dünya.

## LOOKING FROM THE PERSPECTIVE OF PUBLIC RELATIONS TO DEVELOPING COMMUNICATION TECHNOLOGIES

### ABSTRACT

Until half a century ago, it was thought that it would be impossible for individuals to reach information from a fixed location anywhere on earth and to convey their ideas and products to an unpredictable number of people so quickly and easily. The expectations of human beings and the development of technology have eliminated many impossibilities. Technological developments have brought a different perspective in many fields and enabled people to meet masses of people. The Internet appears to be the most important opportunity that provides this meeting.

The internet is used as the simplest way of exchanging information in the virtual world. It is ensured that individuals or institutions exchange information, promote products and communicate with each other over open networks using the internet. The easy and widespread use of internet tools and many applications in the virtual world provides an increase in interactive communication and opportunities for public relations.

In this study, the connection between public relations and virtual world concepts is questioned, the importance of the internet and its applications in terms of public relations are explained, and finally, the measures to be taken and the problems that may occur are emphasized.

**Keywords:** Public relations, Internet, Communication, Technology, Virtual world.

## 1. GİRİŞ

Zamanla gelişen teknoloji hayatımıza kolaylıklar getirirken aynı zamanda da hayatımızın bir parçası haline gelmiştir. Teknoloji kullanımı olmayan bir anımız neredeyse yok denecek kadar azdır. Teknolojinin hayatımızdaki rolünü 15-20 sene öncesine bakarak ne denli belirleyen bir faktör olduğunu görmek hiç de zor değildir. Her geçen gün teknolojinin katlanarak büyümesi hayatımızdaki rolünü daha da arttırmaktadır.

Radyonun icadı ile başlayıp televizyon, bilgisayar, internet, cep telefonu ile 2G, 3G, 4.5G, 5G gibi teknolojik gelişmeler en çok iletişim alanını etkilemiştir. McLuhan tarafından geliştirilen “Küresel Köy” kavramı tam da bu noktaya parmak basmaktadır. Uzakların yakın olması gidilemeyecek yerlere

gidilmeyi, sesimizi duyuramadığımız yere duyurmamızı sağlayarak dünyanın küçük olduğu olgusunu belirgin hale getirmektedir.

Teknolojinin gelişimi dünyanın küreselleşmesinde büyük rol oynarken, bu gelişmeler büyük küçük ayrımı olmadan bütün organizasyonların küresel bir pazarda yer almasını sağlamıştır. Oluşan pazarlarda yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı kitleleri çok sayıda alternatifle buluşturmuştur. Bu gelişmeler işletmelerin iletişiminde kullandıkları teknolojilerde interneti ön plana çıkarmaktadır. Halkla ilişkiler süreci de bu gelişmelerden etkilenmekte ve etkisi sürekli artmaktadır (Vural & Çoşkun, 2006).

İşletmeler web sayfaları aracılığıyla ürün, hizmet ve her çeşit organizasyonlarını tanıtmak ve pazarlamak amacıyla sanal ortama giriş yapmaları ile halkla ilişkileri internet ortamına taşımışlardır. Sanal ortamın interaktif olması hem müşteriler hem de işletmeler açısından büyük fırsatlar ortaya çıkarırken, yapılan reklamlarda, pazarlamada ve hizmette her iki tarafın da etkili bir şekilde rol almasını sağlamıştır (Yeniçifti, 2016).

Bu çerçevede, teknolojik gelişmelerin halkla ilişkilerdeki yansımaları açıklama amacı taşıyan çalışmada, iletişimde kullanılan teknolojilerin halkla ilişkilerde nasıl kullanıldığını ve bunların ortaya çıkardığı avantajlar ve dezavantajlar anlatılmaya çalışılmaktadır.

## 2. İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ

İnsanların toplumsallaşarak bir arada yaşamaları, birbirlerini anlamaları, anlatmak istediklerini anlatabilmeleri için iletişim kurmaları gerekmektedir. İnsan varoluşundan beri toplumun temelini oluşturan değerleri, kuralları ve inançları benimseyerek toplumun bir parçası olması için iletişim içerisinde olması şarttır (Bozkurt, 1984).

Toplumsal yaşama imkân veren en önemli değer olan iletişim, insanları bir arada tutan bir ağ gibi varsayılabilir. İnsanların birbirleri ile iletişim içerisinde olmaları düşünceleri, değerleri ve amaçları ortak bir noktada buluşturmakla beraber toplumun örf, adet, gelenek ve kültürel yapısının korunması ve geleceğe taşınmasına da vesile olmaktadır (Zıllıoğlu, 2014).

İletişim teknolojileri radyo, televizyon ve telefonun icat edilmesi ile ilk çağını yaşamış olsa da asıl devrim niteliğindeki gelişme bilgisayar ve internetin kullanım alanını yaygınlaşmasıdır. Günlük hayatta insanlar interneti hem iletişim olarak kullanmakta hem de bir pazar yeri olarak ürün ve hizmet alış-veriş yapmaktadırlar (Andersen, 2001).

İnsanların konuşarak iletişim kurmaya başlamasından internet kullanımına kadar geçen zaman diliminde, gelişen iletişim araçlarının hepsi hayatın bütün evreleri içerisinde geçen tüm olayların aktarılmasında şüphesiz önemli rol oynamaktadır. Teknolojik gelişmeler ile gelişen iletişim araçları sadece olayları aktarmakla kalmayıp, olayların nitel ve nicel olarak da değişikliğine neden olmaktadır (Balcı, 1995).

Teknolojik gelişmeler bireylerin ve kurumların yapılarını da etkilemiş olup, iş sürecini, örgütlenmeyi, verilen hizmeti, üretimi, müşteri odaklanmaları gibi birçok konuyu değişime sevk etmiştir. Bu değişimler verimliliğini arttırmış, hedeflerini büyütmüş ve birçok fırsata kapı açmıştır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi farklı platformları ortaya çıkarmakta, iletişim şeklini değiştirerek bireylerin ve kurumların beklentilerini sürekli olarak değişmesine ve gelişmesine sebep olmaktadır.

Gelişen teknoloji ile medya ağındaki tüm uygulamaların süreci tekrar düzenlemesi kaçınılmaz olmuştur. İnsanların birçok konuda farklı düşünmelerine, daha fazla bilgi edinmelerine, okuma alışkanlıklarının değişimine, alışverişin farklı boyutlara geçmesine hatta insan psikolojisinin değişimine varana kadar çok farklı alanlarda değerlendirmeler gündeme gelmiştir. Bu değişim sadece bireysel olarak değil kurumları da etkilemiş, kurum içi ve kurum dışı birçok iletişimin yeniden yapılmasına neden olmuştur. Teknolojiye ayak uyduramayan bireyler ve kurumlar zamanla geri plana düşerek sistem dışı kalacaklardır (Bulunmaz, 2016).

Teknolojinin gelişimi haberleşmenin manuel halinden bilgisayar sistemleri üzerinde işlenebilir haline dönüştürerek farklı bir formata çevirmiştir. Bu dönüşüm bireyden bireye, bireyden sisteme, sistemden sisteme hatta sistemden bireye kadar basit bir iletişim kurmaya sebep olmuştur. Haberleşmenin bu şekilde yapılması taraflar arasında kolay işlenebilen, verileri saklayabilen bir formatta kullanıma

açılmıştır. Teknolojik gelişmeler yeni medya araçlarını ortaya çıkarmış ve iletişim, bilgi aktarımı, veri akışı ve anlık haber iletiminde yenilikler getirmiştir. Bu yeniliklerle birlikte elektronik ortamda işlenen her türü bilgi ve veri paydaşlar arasında daha hızlı aktarılırken, verilerin işlenmesi ve kullanılması açık kaynaklar haline dönüştürülmüştür (Aktaş, 2014).

Teknolojik gelişmeler klasik medyanın gücünün azalmasına neden olmuş ve medyayı sanal dünyaya taşıyarak yenilenmesini sağlamıştır. Medya kuruluşlarının örgüt yapılarının ve işleyişlerinin değişimine neden olmuştur. Her ne kadar yeni medya haberleşme konusunda yenilikler getirmiş olsa da, var olan medya ile bağıni koparmayıp iş birliği içerisinde olunacak yeni oluşumlar ortaya çıkarmıştır (Dervişoğlu, 2004).

Doğru ve fazla bilgiye kısa zamanda erişim ihtiyacı iletişim teknolojilerinin gelişiminin kaynağı olmuştur. Küreselleşen dünyada her an artmakta olan veri yığınları arasından istenilen ve yeterli bilgiye en kısa sürede ulaşmak iletişim teknolojilerine bağlıdır. Günümüzde bilgiyi ezberleme yerine teknoloji kullanımı ile bilgiye ulaşabilme ve nasıl kullanılabileceğini bilen kişiler sürece katkı sağlayacaktır (Tonta, 2002).

Hayatımızın her alanında bilgiye ulaşma ve bilgi gönderme açısından bir devrim niteliğinden olan internet kullanımı, iş hayatının hızlanmasını ve veri paylaşımını kolaylaştırmıştır. We are Social'ın son verilerine göre 7.75 milyar insan yaşadığı dünyamızda 4.5 milyardan fazla insan günlük olarak internet kullanmakta, yaklaşık 5.19 milyar insan mobil telefon kullanmakta ve yaklaşık 3.80 milyar insan ise günlük sosyal medya kullanmaktadır. 2019 yılına göre ortalama 82 milyon insan artışına rağmen teknoloji kullanım oranı %10 a yakın bir artış göstermektedir (URL 1).

### 3. GELİŞEN TEKNOLOJİLERİN HALKLA İLİŞKİLERDE ETKİSİ

Teknolojinin gelişimi ayrıt etmeksizin tüm çalışma alanlarını etkilediği bir gerçektir. Özellikle internet kullanımının yaygınlaşması iletişim sektöründe gelişime ivme katmış ve yeni fikirlerin oluşmasına öncülük etmiştir. Tüm sektörler bu gelişmeler çerçevesinde dijital dönüşüme tabi olmak zorunda kalmaktadırlar. İnternet teknolojilerinin gelişmesi ve kullanımının yaygınlaşması halkla ilişkiler alanı da bu dönüşümün bir parçası olmaya zorunlu hale getirmiştir. Bu dönüşüm dijital halkla ilişkiler kavramını gündeme getirmiştir.

Teknolojik gelişmelerden etkilenen yaygın iletişim araçları halkla ilişkiler faaliyetlerinin de etkilenmesine neden olmuştur. Bundan dolayı bu alandaki yöntemler, araçlar, amaçlar değişime uğrayarak dijital halkla ilişkiler kavramı kullanılmaya başlamıştır. Dijitalleşen ortamlar daha hızlı bilgi aktarabilen, daha çok veri kaydedebilen, hedef kitleye daha hızlı ulaşabilen ve daha az maliyet oluşturan bir şekilde dönüşmüştür (Gölönü, 2006).

Dijital halkla ilişkiler iletişim ile ilgili araçları çevrim içi ağlarda kullanılabilir hale gelmesidir. İnternet kullanımı öncesinde tek yönlü olan iletişim, internet kullanımı ile çift yönlü hale dönüşerek gelişen platformların yardımıyla karşı tarafta bulunan muhataplarında sisteme dâhil olmasını sağlamıştır. Sosyal medyada kullanılan dijital platformlar sayesinde lokal alandan çıkıp dünyaya açılarak binlerce kişiye eş zamanlı ulaşım sağlanmaktadır ve bu ulaşımın hem maliyet açısından ucuz olması hem de etkisinin feedbacklerde çok iyi olduğu görülmektedir (Mert, 2018).

20. yüzyılın sonlarına doğru iş dünyasındaki oluşan rekabet halkla ilişkiler konusunun önemini ortaya koyarak işletmelerin bu konuya olan ilgisini çekmiş ve Ar-Ge çalışmalarına yöneltmiştir. Teknolojinin gelişimi bu çalışmalara katkı sağlayarak geleneksel halkla ilişkilerin daha etkin ve daha yaygın bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Hal böyle olunca gelişen halkla ilişkiler konusunda daha yetkin, teknolojiye hâkim çalışanların istihdam edilmesine ve mevcut çalışanların da kendilerini geliştirmesine neden olmuştur (Mert, 2018).

Halkla ilişkilerin internet üzerinden kullanılmasıyla hedef kitleler ile karşılıklı iletişim sağlama olanağı oluşmuştur. Karşılıklı iletişim olanağı içerik üretimini de etkilemiş, hedef kitlenin istekleri ön plana çıkmış ve sosyal medya üzerinden tüketicilerinde içerik üretimine katkı sağladığı görülmüştür. Hedef kitleden gelen içerikler halkla ilişkiler uzmanları tarafından değerlendirilerek sürece katılımı sağlanmaktadır. Bu noktada gelen içeriklerin değerlendirilmesi uzmanların iş yükünü de arttırmıştır.

Halkla ilişkiler uzamlarının gelişen teknoloji karşısında daha çok zaman harcamaları ve daha çabuk gelişim sağlamaları gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Aydınalp, 2013).

Peltekoğlu'na (2007) göre halka ilişkiler, işletmenin misyonuna göre yapılan, tüketici, dağıtıcı ve çalışanlar gibi işletmenin amaçlarına göre farklılık gösteren topluluklar üzerine kurulan stratejik iletişimidir. Belirlenmiş kitleler üzerine iletilmesi gereken mesajların, uygun zamanda ve uygun iletişim kanalları ile iletilmesi halkla ilişkilerin temelini oluşturmaktadır. Halkla ilişkiler önceden sadece işletmeler için kullanılırken artık günümüzde kişilerin, toplumların, kentlerin, ülkelerin vb. unsurların kullandığı bir unsur olmuştur. Halkla ilişkileri kullanmak isteyen bu unsurların asıl amacı kamuoyu oluşturarak olumlu bir imaj bırakmaktır. Artık kamuoyu oluşturmak kendiliğinden olmamakta ve iletişim araçları kullanılarak istenilen şekilde ve hedeflenen mesajı verecek şekilde kitlelere sunulmaktadır (Bektaş, 2000).

Halkla ilişkiler alanında internet kullanımı, kurum ve kuruluşların tanıtımı için önemli bir araç olarak görülse de internet siteleri tarandığında iletişimi geliştirecek çift yönlü uygulamaların oldukça az olduğu gözlenmiştir (Mc Allister-Spooner, 2009). Bu durum sosyal medya kullanımı içinde geçerli olup, Türkiye'deki ön plana çıkmış kuruluşların sosyal medyayı kullanmalarının oldukça az olduğu görülmektedir. Teknolojinin oldukça geliştiği bir dönemde bu uygulamaların kullanımı önemli olup, tanıtma işlevi ve diyalog geliştirme açısından halkla ilişkiler uygulamalarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Sosyal medyanın iyi kullanımı uzmanlarda yeni fikirler geliştirecek, kurumlarının vereceği mesajları, tanıtımı ve diğer işlevleri hakkında geri dönüşleri alabileceklerdir. Yöneticiler halkla ilişkiler uzmanlarının başarısını kullanılan uygulamalar üzerinden değerlendirmeye başlamışlardır (Yağmurlu, 2011).

2009 yılında Avrupa'da otuz dört ülkede yapılan bir araştırmada sosyal medya kullanımının halkla ilişkiler uzmanları için önemli olduğunun nedenleri şöyle açıklanmaktadır: Samimi bir hava oluşturması, tanıtım faaliyetlerini daha yaygın yapması, kurumların misyonlarını yerine getirmesi, kamu ile olan ilişkileri arttırması vb. (Yağmurlu, 2011).

#### 4. SONUÇ

Gelişen her teknoloji insan hayatında hep yeni şeyler getirmiş ve dönüm noktaları olmuştur. Telefonun bulunması, radyo, televizyon, bilgisayar gibi buluşlar insanların hayatında büyük değişikliklere neden olmuştur. Teknolojinin gelişimi özellikle iletişim noktasında büyük yenilikler getirmiş olup, insanların hayata bakış açısını değiştirmiştir.

İnternetin icadı ve kullanıma açılması ile insan hayatı tekrar bir değişime uğramıştır. İnternetin hayatımıza girmesi veriye daha hızlı ulaşmayı sağlamıştır. Başlangıçta sadece veriye ulaşabilirken Web 2.0 ile bu verileri işleyebilme, verilere katkı sağlayabilme ve yeni veriler üretmek paylaşabilme yeteneği de kazanılmıştır.

Teknolojinin gelişmesi yeni iletişim mecralarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüzde sosyal medya olarak adlandırılan yeni iletişim araçları kişisel ve kurumsal bazda iletişime yeni boyut kazandırmıştır. Sosyal medya kullanımı her geçen gün artmakta olup, insanların kültürlerini, değerlerini birleştirerek global bir yapıya çevirmiştir. Global dünya kavramı ile insanların dil, din, ırk, mezhep, kültür vb. unsurları göz ardı edilerek ortak bir noktada buluşturulması hedeflenmektedir.

Halkla ilişkiler; işletmelerin ulaşmak istediği kitleler ile iletişim kurma, bu iletişimi yönlendirme ve yönetme işlevi olarak eskiden beri süregelen bir uygulamadır. Halkla ilişkiler uygulamalarına bakıldığında temelde iki yönlü bir iletişim ağı kurmak olduğu görülmektedir. Teknolojik gelişmeler haliyle halkla ilişkiler uygulamalarını da etkilemiş olup, hedef kitlenin genişlemesine, daha fazla veriye ulaşma ve veriyi paylaşma gibi unsurların bu uygulamaların önemini arttırmıştır.

Çok sayıda uygulamaya sahip olan sosyal medya kullanımı halkla ilişkiler uygulamalarının da ağını genişletmiştir. Bu ağın genişlemesi ne kadar kurumlar için iyi olsa da halkla ilişkiler uzmanlarının yüküne yük katmıştır. Halkla ilişkiler uzmanları tarafından sosyal medyada paylaşılan her verinin doğruluğu araştırılmakta, yanlış bilgiler düzeltilmeye çalışılmakta ve elde edilen veriler anlık olarak işlenmektedir.

Teknolojik gelişmelerle artan medya uygulamaları daha çok veriyi paylaşır duruma getirmektedir. Veri artışının fazla olması halkla ilişkilerde uygulamalarının yükünü arttırmakta ve halkla ilişkilerin amacına ulaşmasında karmaşıklığa neden olmaktadır. Bu karmaşıklık içerisinde hedef kitleleri yönetme, ortak bir paydada buluşturma işlevi gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Hal böyle olunca halkla ilişkiler uygulamaları minimal düzeyde ortak noktalar bularak ulaşılmak istenen kitlenin belirlenmesi daha çok önem kazanacaktır.

## KAYNAKÇA

- AKTAŞ, C. (2014). *QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi*. İstanbul: Kalkedon.
- ANDERSEN, A. (2001). Değişim.tr İnternetle Gelişimde Türkiye. *Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları*, 22-23.
- AYDINALP, Ş. (2013). Sosyal Medyaya Halkla İlişkiler Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 3(4), 1-11.
- BALCI, Y. (1995). *Bilgi Teknolojisi ve İstihdam*. İstanbul: Çerçeve Yayınları.
- BEKTAŞ, A. (2000). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi* (2. Baskı b.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- BOZKURT, G. (1984). *İnsan ve Kültür* (4. Baskı b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- BULUNMAZ, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama ve Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. *Trt Akademi*, 348-365.
- DERVİŞOĞLU, H. (2004). Stratejik Bilgi Yönetimi. *Dışbank Kitapları* 8.
- GÖLÖNÜ, S. (2006). Gelişen Teknolojiler, Öğrenen Örgütler Ve Halkla İlişkiler. *Selçuk İletişim*, 4(3), 73-81.
- McALLİSTER-SPOONER, S. (2009). Fulfilling the Dialogic Promise: A Ten-Year Reflective Survey on Dialogic Internet Principles. *Public Relations Review*, 35(3), 320-322.
- MERT, Y. (2018). Dijital Halkla İlişkiler Araçlarının Yayıncılık Sektöründe Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(58), 726-737.
- PELTEKOĞLU, F. (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?* (5. Baskı b.). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- TONTA, Y. (2002). Bilgi erişim sorunları ve İnternet. *Kütüphanecilikte yeni gelişmeler kavramlar, olgular...37. kütüphane haftası bildirileri* (s. 52-62). Ankara: TKD.
- VURAL, B. A., & Çoşkun, G. (2006). Yeni Teknolojiler ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler* (s. 179-194). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- YAĞMURLU, A. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 6-15.
- YENİÇIKTI, N. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115.
- ZILLIOĞLU, M. (2014). *İletişim Nedir?* İstanbul: Cem Yayınevi.
- URL 1.*We are Social*. 11 28, 2020 tarihinde wearsocial.com: <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden alındı.