

DİJİTAL ÇAĞDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞA YENİ BİR YAKLAŞIM: KURUMSAL DİJİTAL SORUMLULUK KAVRAMININ BANKACILIK SEKTÖRÜ AÇISINDAN İNCELENMESİ¹

Ceyda CİHAN AYDOĞDU*

Banu BASKAN KARSAK**

Araştırma Makalesi

Makale Geliş Tarihi: 31.01.2023

Makale Kabul Tarihi: 23.03.2023

¹ Bu çalışma Galatasaray Üniversitesi Medya ve İletişim Çalışmaları bölümünde Prof. Dr. Banu BASKAN KARSAK danışmanlığında Ceyda CİHAN AYDOĞDU tarafından hazırlanan 'Dijital Çağda Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yeni Bir Yaklaşım: Kurumsal Dijital Sorumluluk' başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

* Arş. Gör., Abdullah Gül Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, Doktora Öğrencisi, Galatasaray Üniversitesi, Medya ve İletişim Çalışmaları., ceyda.cihan@agu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5487-7444.

** Prof. Dr., Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, bkarsak@gsu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9236-3604.

Atf: Cihan Aydoğdu, C. ve Baskan Karsak, B. (2023). Dijital Çağda Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Yeni Bir Yaklaşım: Kurumsal Dijital Sorumluluk Kavramının Bankacılık Sektörü Açısından İncelenmesi. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 6(1), 36-68.

► Bu makalenin yazarı, makalede araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu beyan etmiştir.

► Etik kurul raporu bilgisi: Çalışmada etik kurul raporu vardır.

► Yazarlar yayın katkı oranını 1. yazar (Ceyda Cihan Aydoğdu) %60, 2. yazar (Banu Baskan Karsak) %40 şeklinde beyan etmişlerdir.

Özet

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı son yıllarda işletmeler açısından artan bir öneme sahiptir. Kurumlar sosyal sorumluluk faaliyetleri ile kurum itibarlarını güçlendirmekte, paydaşların kuruma olan güven duygularını güçlendirmektedirler. Dijital dönüşüm ile değişen faaliyet alanları ve ortaya çıkan yeni sorumluluk biçimleri kurumsal sosyal sorumluluk kavramına da yeni bir boyut getirmiş, kurumsal dijital sorumluluk kavramı ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı kurumsal dijital sorumluluk kavramının Türkiye’de bankacılık sektörü açısından gelişimini irdelemektir. Bu bağlamda çalışmada bankacılık sektöründe ilgili alanlarda çalışan kişilerle (kurumsal iletişim yöneticileri, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik departman sorumluları, bilgi işlem departmanı yöneticileri, yazılımcılar) niteliksel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonuçları göstermiştir ki kurumsal dijital sorumluluk kavramı bankacılık sektöründe oldukça yeni bir kavram niteliği taşımaktadır. Gelişimi ve kavrama dair stratejilerin sağlam temellerle oluşturulması için rehberlere, düzenlemelere ve teşvik edici uygulamalara ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Dijital Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Dijital Dönüşüm.

A NEW APPROACH TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DIGITAL AGE: EXAMINING THE CONCEPT OF CORPORATE DIGITAL RESPONSIBILITY IN THE BANKING SECTOR

Abstract

The concept of corporate social responsibility witnessed an increasing importance for businesses in recent years. Institutions strive to strengthen their corporate reputation with their social responsibility activities and strengthen the trust of the stakeholders towards the institution. With digital transformation, the changing facets of social responsibility activities and the introduction of new forms of responsibility both the concept of corporate social responsibility, and the concept of corporate digital responsibility have evolved.

The aim of this study is to examine the development of the concept of corporate digital responsibility in terms of the banking sector in Turkey. In this context, in-depth interviews were conducted with people working in related fields in the banking sector (corporate communication managers, social responsibility and sustainability department heads, IT department managers, software developers). The results of the research have shown that the concept of corporate digital responsibility is a new concept in the banking sector. There is a need for guidelines, regulations and encouraging practices for the development and establishment of solid strategies.

Keywords: Corporate Digital Responsibility, Corporate Social Responsibility, Digital Transformation.

EXTENDED ABSTRACT

Companies are a part of society, and their practices should be regulated not only by legal but also by ethical considerations. In recent years, there has been a growing awareness of the importance of corporate social responsibility (CSR) among businesses and society. CSR refers to a company's efforts to conduct its operations ethically and sustainably, while also considering the impact of its actions on society and the environment. In the digital age, Internet has become a tool of CSR communication for organizations (Alptekin, 2020, s. 149). Digital transformation is not just a series of activities based on digital tools. It not only requires the use of digital technologies in running businesses but also involves the necessity of deep changes in the sphere of awareness of people working in the business field. Within the scope of corporate social responsibility initiatives are raising social awareness regarding the functioning and threats of new technologies. Often, companies feel responsible for maintaining a balance between social expectations and innovations. As a result, a new trend emerged within social responsibility, corporate digital responsibility.

Political leaders, representatives of the economy, and scientific authorities recognize new kinds of threats related to automation and the mass implementation of solutions based on digital data and artificial intelligence (Suchacka, 2020). Corporate Digital Responsibility (CDR) aims positively shape the view of digital transformation for organizations. It also raises employees'

awareness and prepares them for potential retraining and adaptation to changes. CDR means the awareness of duties binding the organizations in the field of technological development and using technologies to provide services.

The modern business environment is continually changing. In this changing environment, Corporate Digital Responsibility is emerging as the new direction, changing the relationship between labor and technology as well as shaping the ethical use of new technologies. Digital transformation “is reshaping the relationship between labor and technology, raising concerns over the future of employment relations, patterns as well as the ethical use of new technologies. CDR is standing out as the new direction, fusing ethical considerations at the company, individual and societal level, ensuring socially responsible transitions for an increasingly digitalized workforce” (Orbik & Zozulakova, 2019, s.81).

In this article first, corporate social responsibility and digital transformation concepts will be discussed in detail. Then to analyze the results, the current developments in banking sector will be discussed. The last term of the literature part will be about corporate digital responsibility. In this study, CDR policies of the banking sector in Turkey were analyzed qualitatively. This exploratory research was guided by interviews with corporate communication executives, heads of IT departments and managers of the related industry. Interviews are done via online platforms and face-to-face interview questions that involved semi-structured and open-ended questions. Study results show that CDR is a very new concept for the banking sector in Turkey. Although the banking sector is one step ahead compared to the other sectors, it still needs improvements. Especially international partnered banks are more aware of this topic because of European regulations. Governmental regulations are effective in the banking sector’s development of digital responsibility practices and strategies. Turkey’s Personal Data Protection Authority (KVKK) is not very developed yet and needs more attention in terms of digital responsibilities. Also, this study is the first research study in Turkey in terms of CDR, academia needs more attention on this topic. Besides academia, leading organizations and industry leaders need to take more responsibility to take action and to put ahead more sustainable world.

GİRİŞ

Yeni teknolojilerin her geçen gün gelişmesi ile birlikte, farklı işlev ve kullanımlar ile farklı hikayeler arasındaki sınırlar giderek bulanıklaşmaktadır (Marshall 2004). Yeniliğin gerekli ve değerli olduğu, dijital ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmanın önemli olduğu düşüncesi eylemleri daha hızlı, uygulamaları daha kullanışlı ve kullanıcı dostu hale getirmektedir. Ancak bu yeni teknolojilerle yaşamak belli zorluk ve dirençlere neden olmuş, bu durum ise özellikle kurum-

lar için uzlaşmayı ve müzakere etmeyi mümkün hale getirecek yeni sistemlerin geliştirilmesine vesile olmuştur. Şirketlerin en üst düzeyde sosyal fayda sağlamasını temel alan kurumsal sosyal sorumluluk kavramı dijital dönüşüm ile birlikte son yıllarda yeni bir şekil almış ve Kurumsal Dijital Sorumluluk kavramı ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmanın literatür kısmında öncelikle kurumsal dijital sorumluluk kavramının zeminini oluşturan kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ve tarihsel gelişimine değinilecektir. Daha sonra kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının değişimine ve kurumsal dijital dönüşüm kavramının ortaya çıkmasına katkı sağlayan dijital dönüşüm terimi detaylı şekilde tartışılacaktır. Son olarak Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişmesi ve dijital dönüşüm etkisiyle ortaya çıkan Kurumsal Dijital Sorumluluk kavramı kapsamlı bir şekilde ele alınacaktır.

Yöntem olarak nitel analizin ve vaka çalışması yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, sektör olarak verinin en çok işlendiği, kullanıldığı, paydaşlarla veri iş birliğinin en çok geliştirildiği sektör olan bankacılık sektörü seçilmiştir. Bulgular kısmında yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizleri sunulacaktır.

Araştırma sonuçları göstermiştir ki bankacılık sektöründe kurumsal dijital sorumluluk kavramı ayrı bir konsept olarak ele alınmamakta, kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal sürdürülebilirlik terimlerinin alt başlıkları olarak değerlendirilmektedir. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm ile ilgili süreçleri KDS faaliyetleri şeklinde lanse edilmekte ise de KDS kavramı çok geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu nedenle sonuçlar Türkiye’de kurumsal dijital sorumluluk kavramının şirketler tarafından benimsenmesi ve uygulanmaya geçiş aşamasında henüz başlangıç aşamasında olduğunu ortaya çıkarmıştır.

1.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) kavramının ne anlama geldiği ve tam olarak neleri kapsadığı konusunda akademisyenler ve uygulayıcılar arasında tartışmalar süre gelse de kavram önemini korumaya devam etmektedir. İş etiği, kurumsal vatandaşlık, kurumsal sosyal performans ve kurumsal sürdürülebilirlik gibi ilgili kavramlar kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) terimine alternatif olarak geliştirilen kavramlar olarak ortaya çıkmışlardır (Carroll & Shabana, 2010, s. 90)

Bu terimlerin ortak noktası topluluk, ahlak ve hesap verilebilirlik gibi temel temaları içermeleri ve şirketlerin toplumu etkileyecek politika, uygulama, yatırım ve somut sonuçlarına atıfta bulunmalarıdır (Carroll & Shabana, 2010, s. 98). Oldukça geniş bir şemsiye kavram olarak şekillenen terim temel olarak etik konular, insan hakları, sağlık ve güvenlik, çevre koruma, sosyal

ve çevresel raporlama ve topluluk projeleri ve hayırseverlik için gönüllü girişimlerle ilişkili kurumsal öz düzenlemeler etrafında şekillenir (Wang, 2011, s. 17).

Akademik literatüre bakıldığında Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramına dair ilk katkı 50'li yıllarda Howard Bowen tarafından yapılmıştır. 1950'li yıllarda gündem topluma karşı sorumluluklar olarak şekillenirken, kavram sonraki yıllarda paydaş katılımı, toplum refahı, etik ve gönüllü sorumluluklar, yasal sorumlulukları kapsayan bir hal almıştır. 90'lı yıllarda ise çevresel yönetim önemli bir odak noktası olmuştur (Carroll, 1999). Günümüzdeki önemli bir gelişme ise KSS konularının 1960'ların hayırseverlik ve felsefi sorunlarından kuruluşların sosyal sorumluluk taahhütlerin ekonomik, yasal, çevresel, sosyal boyutlara taşınmış olmasıdır.

Tarihsel gelişimi ve şirketlerin ele alış biçimlerinin değişimiyle birlikte KSS kavramının farklı yönlerini ele alan tanımlar ortaya çıkmıştır. Carroll (1999) literatür taramasında KSS için 25'in üzerinde farklı kavramsal tanımın olduğunu belirtmiştir. Benzer bir şekilde Low 2016 yılında yaptığı bir çalışmada yaklaşık 70 farklı tanımı bir araya getirmiştir. Yapılan tanımlardan ilki Bowen tarafından iş insanlarının sosyal sorumluluklarını 'toplumun hedefleri ve değerleriyle örtüşen politikaları izleme ve bu değer ve hedeflere uygun kararları takip etme yükümlülüğü' olarak ele aldığı tanımdır. Carroll ise toplumsal sorumluluğu 'belli bir zamanda toplumun işletmeden ekonomik, yasal, etik ve gönüllü beklentilerinin bir bütünü' (1979, s.7) olarak tanımlamıştır. Ona göre KSS, ekonomik faaliyetlerin ötesinde daha iyi bir toplum için gönüllü çalışmalara ve sürdürülebilir bir çevreye katkı sağlamak için organize faaliyetlere dayanmaktadır (Carroll, 1999, s. 270).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramına dair uluslararası ölçeklerde yaptırıma sahip organizasyonlar sadece tanımlamalar yapmamış, şirketler için rehberler de hazırlamışlardır.

Sürdürülebilir Kalkınma için Dünya İş Konseyi (WBCSD, 1998), KSS'yi, işletmelerin ekonomik kalkınmaya katkıda bulunurken aynı zamanda etik davranmaya, çalışanların, yerel toplulukların ve toplumun yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik devam eden sözleşmesi olarak tanımlamaktadır.

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) iş dünyasının temel işlevini, gelecek vaat eden yatırım fırsatlarını belirleyip geliştirerek sermaye sahiplerine yeterli getiri sağlamakla birlikte bu süreçte istihdam sağlamak ve tüketicilerin satın almak isteyeceği mal ve hizmetler üretmek olarak görmektedir. Ancak, kurumsal sorumluluk için bu temel işlevin ötesine geçtiğini ve işletmelerin kendileri için geçerli olan çeşitli yasalara uymalarıyla beraber yazılı olmayan toplumsal beklentilere yanıt vermeleri de beklenir şeklinde ekleme yapar (Gordon, 2001). Örgüt,

Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramını araştırma ve geliştirmeden satın alma, üretim ve tedarike kadar şirket operasyonlarının tüm yönlerine entegre edilmiş temel bir iş değeri ve stratejisi olarak ele almaktadır (OECD, 2001).

Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO) 2010 yılında ISO 26000-2010 Sosyal Sorumluluk Kılavuzu başlığı ile kuruluşların sosyal sorumluluklarını değerlendirmelerine ve ele almalarına yardımcı olmak için iyi uygulamaları ve önerileri sunduğu bir rehber yayınlamıştır. Bu doküman faaliyet alanları, konum ve ölçeklerine bakılmaksızın tüm kuruluşlar için rehber niteliğinde olup sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi de ele alacak şekilde hazırlanmıştır. Rehberdeki yedi temel ilke Hesap verilebilirlik, Şeffaflık, Etik davranış, Paydaşların çıkarlarına saygı, Hukukun üstünlüğüne saygı, Uluslararası davranış standartlarına saygı, İnsan haklarına saygı olarak oluşturulmuştur. Ana konuları ise çevre, iş gücü uygulamaları, insan hakları, adil faaliyete ilişkin uygulamaları, yönetim, topluluk katılımı ve gelişimi, müşteri ilişkileri etrafında şekillenmiştir. Sosyal sorumluluk rehberi Birleşmiş Milletler, Küresel Raporlama İnsiyatifi (GRI) ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) uygulamalarından bağımsız düşünülmemelidir. Sosyal sorumluluk rehberi içeriği BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarıyla da paralellik göstermekte, benzer ilke ve uygulamaları kapsamaktadır.

Günümüzde KSS terimi şirketlerin topluma katkısını, çevre üzerindeki etkilerini olumlu anlamda artırmalarını, sürdürülebilirlik stratejilerini geliştirmelerinin ötesinde bir itibar artırma ve gelecek yatırımı sağlama aracı haline gelmektedir. KSS uygulamaları ile rakiplerine karşı avantajlı hale gelen şirketler kar paylarını artırmakta, imajlarına pozitif katkı sağlamaktadırlar (Utting, 2005). Kurumların iletişim stratejilerinde benimsedikleri, açıklık, şeffaflık, hesap verilebilirlik ilkeleri toplumsal sorumluluk anlayışlarıyla birleşmekte, bu birleşme de bilgi paylaşımını sağlayarak, bilinç ve farkındalık yaratmaktadır (Kotan Türkten & Kuşay, 2022, s. 218).

Teknolojik gelişmeler ile birlikte şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini dijital mecralara taşıması kaçınılmaz bir hal almış ve bu sayede etki alanlarını ve uygulamalarının görünürlüklerini artırmışlardır (Alptekin, 2020, s.150). Dijital dönüşüm sürecinde kurumsal sosyal sorumluluğa dair iletişim yöntemleri de farklılaşmış; web siteleri, sosyal medya kanalları önemli bir araç halini almıştır. Mobil uygulamalar da sosyal sorumluluğa da hizmet edecek şekilde oluşturulmakta ve şirketlerin çok farklı gruplara ulaşmasına katkı sunmaktadır (Luca vd., 2022). Bankacılık sektörü teknolojiyi en çok kullanan sektörlerin başında gelmekte, KSS stratejilerini ve faaliyetlerini bu odakla geliştirmektedirler. Yukarıda da bahsedildiği gibi sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk kavramları bugüne kadar çok bağlantılı ve hatta iç içe geçmiş kavramlar olarak şekillenmiştir. Çalışmanın katılımcı grubunu bankacılık sektörü oluşturduğundan dijital dönüşüm ve kurumsal dijital sorumluluk kavramlarına geçmeden önce bankacılık sektörüne ve sektörün güncel haline değinmek açıklayıcı olacaktır.

1.2. Bankacılık Sektörü

Sağladıkları krediler, yaptıkları yatırımlar ve finansal ürünlerle bankalar içinde bulunduğu toplumun ekonomisini ve var olduğu sosyal ve çevresel yapıyı dolaylı ve doğrudan etkilemektedir (Türkden & Kuşay, 2022, s 217). Sosyal sorumluluk anlayışı ile bu alanda çalışmalar yapan bankacılık ve finans sektörü ulusal ve uluslararası ilkeleri göz önünde bulundurarak, insan ve toplum faydasını merkeze alan çalışmalarla tüm iş süreçlerini standartlara uygun şekilde uyarlamaya çalışmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdürülebilirlik başlığı altında ele alan bankalara Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurulu (BDDK) ve Türkiye Bankalar Birliğinin (TBB) belirlediği ilkeler ve kılavuzlar yol gösterici olmaktadır. TBB sürdürülebilirlik kılavuzu ‘bankaların faaliyetlerinin çevresel ve sosyal öngörülebilirliğini, saydamlığını ve izlenebilirliğini daha sistematik bir şekilde yönetebilmesini’ (TBB Sürdürülebilirlik Kılavuzu, 2021, s. 7) sağlamak için hazırlanmıştır ve 10 temel ilkeyi baz almaktadır (TBB Sürdürülebilirlik Kılavuzu, 2021; 3);

- Bankacılık Faaliyetlerinden Kaynaklanan Çevresel ve Sosyal Risklerin Değerlendirilmesi ve Yönetimi
- Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına Katkı
- İklim Değişikliği ile Mücadele ve Adaptasyon
- Finansal Sağlık ve Kapsayıcılık
- İnsan Hakları ve Çalışan Hakları
- Kapsayıcılık ve Fırsat Eşitliği
- Paydaş Katılımı ve İletişim
- Kurumsal Yönetim
- Kurumsal Kapasite Geliştirme
- İzleme ve Raporlama

BDDK raporuna göre bankalar sosyal sorumluluk için harcadıkları kaynaklar ile pozitif görünürlük sağlayarak, bütünleşmeye, yaşam kalitesinin artırılmasına ve sosyal barışa katkı sunmaktadır (Mesutoğlu, 2018, s. 29). İlgili raporda bankalar tarafından sosyal sorumluluk faaliyetlerine ayrılan kaynak sektörün toplam gelirinin onbinde 6-8 oranına denk geldiği belirtilmektedir.

2019 yılında Strateji ve Bütçe Başkanlığınca hazırlanan Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) Değerlendirme Raporunda da bankacılık erişiminin teşvik edilmesi, yaygınlaştırılması için İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme (madde 8) hedefini destekleme amaçlı Bankacılık Sektörünü Yeniden Yapılandırma Programı ve Bankacılık Hizmetlerinin Erişilebilirliğine Dair Yönetmelik, Bankaların Kurumsal Yönetim İlkelerine İlişkin Yönetmelik ile ilgili hedefler

mevzuatlarla desteklendiği belirtilmiştir. Aynı raporda Sanayi, Yenilikçilik, Altyapı (madde 9) ve Amaçlar İçin Ortaklıklar (madde 17) hedeflerini gerçekleştirmek için bankacılık sektöründen hem destek alındığı hem de sektöre yatırım yapılarak destek olunduğu görülmektedir.

Ulusal ve uluslararası organizasyonların raporlarında ve düzenlemelerinde görüldüğü gibi bankacılık sektörü yalnızca ekonomilerin sürdürülebilirliği ve kalkınmaları için önemli bir alan olmakla kalmayıp aynı zamanda sosyal sorumluluk uygulamaları ve sürdürülebilirlik çalışmalarında da ana paydaşlar olarak rol oynamaktadırlar. Oynadıkları bu önemli rolde şeffaf politikalar izlemeleri, güvenilir bir zemin oluşturmaları kısa ve uzun vadede olumlu sonuçlar yaratmaktadır. Bu nedenledir ki bankalar finansal raporlar kadar sosyal sorumluluk raporlarına da önem vermektedir. Bankaların KSS raporlamasını yapan öncü kurumlar arasında olmasında finans sektörünün her daim güncel ve dünya ile etkileşim gerektiren bir sektör olması gelmektedir (Akmeşe, 2019, s. 93).

Türkiye’de KSS faaliyetlerinin erken gelişimin aksine KSS raporlaması 2000’li yıllarda ortaya çıkmıştır. Bankalar uluslararası geçerliliğe sahip standartlara uygun olarak raporlar hazırlamaya özen göstermektedir. 2018 yılında yapılan benzer çalışmalarda (Gerekan & Bulut, 2018; Şahin&Çankaya, 2018) 51 bankadan sadece 12 tanesinin KSS raporu yayınladığı, bu raporlarınsa 10 tanesinin GRI standartlarına uygun olduğu belirtilmiştir. Farklı uygulama seviyelerindeki GRI standartlarına uygun olarak hazırlanan bu raporlardan sadece 4 tanesi gereklilikleri tamamen sağlamış ve A+ seviyesindedir. GRI standartlarında raporlama yapan bankaların 3 tanesi yabancı ortaklı banka olduğundan Türk sermayeli yalnızca 7 banka GRI standartlarında raporlama yapmaktadır.

Bankacılık sektörüne dair gelişmeler, ulusal ve uluslararası düzeyde standartlara uyma çabaları sosyal sorumluluk faaliyetlerinin artmasına neden olsa da dijital dönüşüm ile birlikte tüketici bilgilerini koruma sistemlerindeki açıklar, e-ticarette bağlantılı riskler (Umanailo vd., 2019; Ali, 2019) farklı kesimlerin teknolojik alt yapı sistemlere erişilebilirliklerinin sınırlı olması dijital sorumluluk faaliyetlerinin de artması gerekliliğini doğurmuştur. Dijital sorumluluk alanlarına yönelik yaptırımlar BDDK ve Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ile çerçevelenmiş olsa da bankaların daha fazla inisiyatif almalarına gerek duyulmaktadır.

1.3. Dijital Dönüşüm

Analog materyalin sayısallaştırılması süreci bilgi teknolojilerinin ortaya çıkmasında kilit rol oynamıştır. İş ve yaşam süreçlerinde sayısallaştırmanın uygulanması dijitalleşmeye ve sonrasında da dijital dönüşüme yol açmaktadır.

Gartner'ın IT Sözlüğü'nde, "sayısallaştırma (digitaziton), analogdan dijital forma geçme süreci olarak tanımlanmaktadır. Burada dijitalleşen süreçler değil bilgilerdir. Analog bilgiyi dijital bilgiye dönüştürme eylemini tanımlamak için sayısallaştırma kullanılmaktadır. Sayısallaştırma ile dahili ve harici dokümantasyon süreçlerini dijitalleşir, ancak değer yaratma faaliyetlerini de-ğişmez.

Sayısallaştırmanın aksine dijitalleşme ise daha kompleks bir kavrama ve daha geniş kapsamlı bir alana karşılık gelmektedir. İletişim ve medya literatüründe dijitalleşme tanım olarak sosyal hayatta insanların etkileşime girme biçimlerinin değişmesine dayanmaktadır. Toplumsal hayatın birçok alanının dijital iletişim ve medya altyapıları etrafında yeniden yapılandırılması dijitalleşme olarak adlandırılmaktadır (Brennen & Kreiss, 2016). Yani dijitalleşme sayısallaştırmanın toplumsal yapı ve uygulamada makro düzeyde ortaya çıkardığı değişiklikleri tartışmak için kullanılmaktadır.

1900'lü yılların sonlarına doğru Web1.0 teknolojisi yerini Web 2.0 teknolojisine bırakmaya başlamıştır. Web 2.0 ve internet teknolojisindeki gelişmeler kullanıcı odaklı içeriklerin üretilmesine imkân sağlamış, bilgi paylaşımını ve haber alma hızını da artırmıştır. Dijital iletişim araçları ile kurumsal iletişim süreçleri de çevrimiçi hale gelmiş, kurumların tüm paydaş grupları ile olan iletişim şekilleri de yeni bir boyut kazanmıştır. Kurumsal iletişimde şeffaflık, açık olma, erişim kolaylığı gibi unsurlar önem kazanmıştır (Koçyiğit, 2017, s.11).

Sayısallaştırmayla başlayan, 2000'li yıllarla birlikte, endüstri devriminin dördüncü aşaması ya da endüstri 4.0 olarak kabul edilen dijitalleşme süreci şirketlerin yatırım yönlerinin değişmesine de zemin hazırlamıştır (Yankın, 2019). Dijitalleşme süreçlerinin temelini oluşturan, sanayi devrimlerini şekillendiren buhar gücü, elektrifikasyon ve otomasyon sistemlerinin kullanımını endüstriyel süreçleri değiştirirken, Endüstri 4.0 ekonomideki üretken birimlerin tutarlı bir şekilde sayısallaştırılmasını ve birbirine bağlanmasını sağlamıştır. Endüstriyel devrimler büyüyen teknolojilere zemin hazırlamış, dijital ve yapay zekâ üretim sistemleri için itici güç olmuştur (Koç&Teker, 2019).

Dijitalleşmeye ve dijital dönüşüme adaptasyon görüldüğü kadar kolay olmamakta, bazı koşullarda bireylerde, dönüşen süreçlere uyum sağlanamaması nedeniyle teknostres meydana gelebilmektedir. Bu stres ile verimlilik ve motivasyon olumsuz şekilde etkilenebilmektedir (Türkel & Yeşilkuş, 2020).). Bu durumu en aza indirmek için kurumların dijital dönüşüm aşamalarında beklenen değişikliklere uygun, adaptasyonu kolaylaştırıcı stratejiler geliştirmeleri ve çalışanları fiziksel ve psikolojik yönlerden bu değişime hazırlamaları beklenmektedir (Shahrabi, Ghiasi ve Limooni, 2015: 518).

Bulut bilgi işlem, Nesnelerin İnterneti (IoT), artırılmış gerçeklik, sosyal medya ve blok zincir gibi merkezi olmayan halka açık işlemler, işletmeleri yeni dijital müşteri katılımına ve bilişim teknolojileri özellikli süreçlere yönlendirmektedir. 2000’li yılların ortalarından günümüze akıllı cihazlar ve sosyal platformlar, üreticiden tüketiciye (Business to consumer-B2C) iletişim yöntemlerini güçlü bir şekilde etkilemekte ve yeni iletişim kanalları açmaktadır. Dijital iletişim, çok kanallı kullanılabilirlik konusunda yüksek beklentileri teşvik etmiş, müşteri merkezli ve gerçek zamanlı iletişim yaklaşımı çerçevesinde kullanıcı deneyiminde önemli gelişmelere neden olmuştur. Yeni teknolojilerin yükselişiyle birlikte, birçok endüstriyel sektör teknolojik faydaları keşfetmek ve bunlardan yararlanmak için çeşitli girişimler yürütmektedir (Tratkowska, 2019). Bu girişimleri başarılı bir halde sürdürebilmek için süreçlerin ve örgütsel yapıların da gelişimi yönetecek şekilde yeniden tasarlanması gerekmektedir. Bu tasarım aşaması iş modeli, kurum kültürü, strateji ve hedeflerin yeniden şekillendirilmesi, çalışan farkındalığı gibi geniş bir yelpazede düzenlemeyi içinde barındırır (Zinder & Yunatova, 2016). Tüm bu unsurlar dijital dönüşüm olgusu altında bir araya gelmektedir.

Dijital dönüşüm kavramı oldukça kapsamlı bir içeriğe sahiptir ve en genel haliyle örgütsel, teknolojik ve sosyal olmak üzere üç alt boyutta toplanabilir;

Örgütsel olarak dijital dönüşümün ana amacı örgütsel süreçler ile birlikte değer yaratma, iş modelleri dönüşümü ve genişletilmiş tedarik zinciri oluşturma şeklinde ortaya çıkar. Aynı zamanda dijital dönüşüm süreçleri ile mevcut süreçlerin iyileştirilmesi, değiştirilmesi ve akıllı hale getirilmesi amaçlanmaktadır.

Teknolojik açıdan dijital dönüşümün alt yapılarda kalite, verimlilik ve gelirden büyük iyileştirmeler sağlanması ve yenilikler getirmesi amaçlanmaktadır. Dijital dönüşüm ile işletmeler daha ileri teknolojik çözümlerden faydalanırken, otomasyonu benimseyen işletim modelleri, hizmet ve/veya ürün kalitesini iyileştirmekte ve işletmeler tasarruf sağlamaktadır.

Dijital dönüşüm sosyal bağlamda yeni ağların oluşumu ile çeşitli iletişim kanallarının gelişimini desteklemekte böylece yeni deneyimlerin oluşumuna zemin oluşturmaktadır. Her gün kullanılan kitle iletişim araçları, gelişen uygulamalar ve dönüşen cihazlardan elde edilen veriler günlük yaşamı güçlü bir şekilde etkileyebilecek sınırsız bilgi akışını sağlamaktadır.

Yapılan çalışmalarda dijital dönüşüm ile Endüstri 4.0 kavramları arasında önemli bağlantılara değinilmektedir (Lee, vd., 2017; Türkel & Yeşilkuş, 2020). Bu bağlantılar üretimde yüksek teknolojilerin kullanılması ve zihniyet devrimi, Siber Fiziksel Sistem (SFS) ve İş Mimarisi değişikliklerine dayanmaktadır. Örneğin SFS, Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Nesnelerin Ağı (WoB)

aracılığıyla işlevleri entegre ederek gelişmiş endüstriyel sistemler ve uygulamalar geliştirmek için temel sağlamıştır. Bu tür dijitalleşme süreçleri, tüm sistemi kapsayan bir ekosistem oluşturarak yeni faydalar getirir (Lee, Lee & Chou, 2017).

Birçok alanda bilgi paylaşımını geliştiren, sınırsız iletişim ve bağlantı olanaklarına imkân tanıyan dijitalleşme aynı zamanda kurumsal verimlilik ve sürdürülebilirliği geliştiren bir unsur haline gelmiştir. Dijital dönüşüm bir bütünü ifade eder ve farklı zaman dilimleri ve gelişmelerden oluşmuştur.

Dijitalleşme, sayısallaştırılmış verileri dijital teknolojiler aracılığıyla kullanarak iş operasyonlarını, süreç, faaliyet ve modellerini etkinleştirmek, iyileştirmek ve /veya dönüştürmek anlamına gelir. Ortam ve iş alanının dijitalleşmesi, işin ötesinde toplumsal ve insani faaliyetlerde dijital teknolojilerin kullanımının benimsenmesi dijitalleşmenin özelliklerindedir.

Dijital dönüşüm ise sayısallaştırma ve dijitalleştirme sürecinin, “hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar ve değişen toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda, organizasyonların daha etkin, verimli hizmet vermek ve faydalanıcı memnuniyeti sağlamak üzere insan, iş süreçleri ve teknoloji unsurlarında gerçekleştirdiği bütüncül dönüşümü” (Yankın, 2019, s. 15) olarak tanımlanmaktadır. Yaygın olarak kullanılan bulut bilişim, dijital medya, büyük veri, yapay zekâ kavramlarının da ötesinde bütüncül bir sistematik dönüşümü ifade etmektedir.

Dijital dönüşüm kuruluşların değer yaratma süreçlerini pozitif dönüştürmek için dijital teknolojileri kullanarak çevrelerinde meydana gelen değişikliklere yanıt verdiği bir süreçtir. Şirketler tarafından dijital teknolojilerin benimsenerek iş stratejilerini veya dijital stratejiyi, modelleri, işlemleri, ürünleri, pazarlama yaklaşımını, hedeflerini yenileyerek tüm sürecin dönüşümüdür. Bu yeni gerçeklik ile organizasyonlar inovasyon ve performans için büyük bir fırsat yakalamakta, sınırlarının ötesine geçerek bireyleri, endüstrileri ve toplumu etkilemektedirler. Fakat bu durumda faaliyet ortamlarının kontrol edilebilirliği zorlaştığı için firmaların rekabet avantajlarını sürdürme yetenekleri her zamankinden daha kırılgan hale gelmektedir. Dijital dönüşüm sürecinin başarılı olması ve olumlu sonuçlara yol açması için, kuruluşların dönüşümlerini gerçekleştirmelerini engelleyebilecek bir dizi faktörü hesaba katması gerekir (Vial, 2019).

Dijital dönüşüm kapsadığı alanlar açısından çok disiplinlidir. Şirketler strateji, organizasyon, bilgi teknolojisi, tedarik zincirleri ve pazarlamadaki değişiklikleri yönetmek gerekliliği içindedir. Bu yönetim değişiklikleri, firmaların nasıl sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edebilecekleri, gelişmek için hangi stratejileri benimsemeleri ve firmanın organizasyonel yapısının nasıl değişmesi gerektiğine ilişkin süreçlerden oluşmaktadır (Verhoef, vd., 2021).

Dijitalleşme yoluyla firmalar, süreçler arasında daha verimli bir koordinasyona izin vererek ve/veya kullanıcı deneyimlerini geliştirerek ek müşteri değeri yaratarak mevcut iş süreçlerini optimize etmek için dijital teknolojileri uygular (Pagani & Pardo, 2017). Dolayısıyla dijitalleşme, yalnızca maliyet tasarrufuna odaklanmaz, aynı zamanda müşteri deneyimlerini iyileştirebilecek süreç düzenlemelerini de içerir.

Dijital dönüşüm şirketlerin iş yapma biçimlerini etkileyen, yeni iş modellerinin geliştirilmesine yol açan en yaygın aşama olarak karşımıza çıkmaktadır. Basit organizasyonel süreçlerin ve görevlerin değiştirilmesinin ötesinde iş mantığını ve değer yaratma sürecini değiştirmek için süreçlerin gözden geçirilmesidir.

1.4. Kurumsal Dijital Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk ve dijital dönüşüm, modern dünyada küresel rekabet edebilirliğin en önemli iki unsuru halinde karşımıza çıkmaktadır. Modern iş ortamı sürekli değişirken dijital dönüşüm süreci fırsatlar ile birlikte tehditleri de beraberinde getirmektedir. Siyasi liderler, ekonomi temsilcileri ve bilimsel otoriteler, dijital verilere ve yapay zekaya dayalı çözümlerin otomasyonu ve toplu olarak uygulanmasıyla ilgili yeni tür tehditlerin farkındadır (Suchacka, 2020). Ortaya çıkan tehditleri yönetmekte organizasyonlara da paydaşlarına, çalışanlarına, bireylere, topluma, çevreye ve hükümetlere karşı sorumluluklarından dolayı önemli sorumluluklar düşmektedir (Joynson, 2018; Suchacka, 2019). Dönüşen dijitalleşme ortamlarında bu durum organizasyonları kurumsal sosyal sorumluluklarından fazlasını yapmak zorunda bırakmaktadır. Bu da Kurumsal Dijital Sorumluluk (KDS) kavramının gelişmesine zemin hazırlamıştır. Emek ve teknoloji arasındaki ilişki dijital dönüşüm ile yeniden şekillenmekte, yeni teknolojilerin etik kullanımına ilişkin endişeler artmaktadır. KDS ile şirketler, birey ve toplum düzeyinde etik unsurları birleştirmekte, dijitalleşen iş gücü ortamlarında sosyal açıdan sorumlu geçişler sağlamaktadır (Orbik & Zozulakova, 2019, s. 81). Kavram yasal gerekliliklerin ötesinde, dijital dünyayı etik ilkelere dayanarak şekillendirmek üzerine temellenmiştir (Eissfeller,2020).

Kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında yeni bir girişim olan ve son yıllarda resmîyet kazanmaya başlayan KDS organizasyonların dijitalleşmeyle ilgili etkiler, riskler, fırsatlar ve zorluklarla ilişkili şekilde ortaya çıkan sorumluluklarını özetlemektedir (Herden vd., 2021). Günümüzde KDS ile ilgili farkındalık oluşturmak ve etik ikilemleri en aza indirgeyecek yöntemlerin geliştirilmesi paydaşlar için önemli bir unsur haline gelmektedir. Örneğin KDS ile önemli paydaşlardan olan çalışanların farkındalığını artırmak, onları olası eğitimlere tabi tutmak ve değişikliklere uyum sağlamaya hazırlamak amaçlanmalıdır. KDS teknolojik gelişme alanında faaliyet gösteren ve teknolojileri hizmet sunmak için kullanan kuruluşların sorumluluklarının bilincinde

olması olarak da tanımlanabilmektedir. Aynı zamanda KDS dijital toplumun sosyal, ekonomik ve ekolojik etkilerine dair işbirlikçi yaklaşım geliştirme, “iyi” dijital kurumsal eylemleri düzenlemek ve dijital sürdürülebilirliği sağlayarak topluluk çıkarlarını temsil etmek üzere kuruluşların verdiği gönüllü bir taahhüttür (Elliott vd., 2021, s.182).

Uzmanlar algoritmik karar verme süreçlerinin, veri akışlarının veya veri gizliliği ve güvenlik unsurlarına ilişkin şeffaflığının artırılması gerektiğini belirtmektedir (Nofer vd., 2014, s. 340). Ek olarak, dijital dünyada güvenlik ve sorumluluğun öneminin yanı sıra uygun yönetim biçimleri ve düzenlemelere uygunluğu sağlamak için katılım mekanizmalarının oluşturulmasını da değerli bulmaktadır (Mihale-Wilson vd., 2022).

Kurumsal Dijital Sorumluluk bir kuruluşun dijital teknoloji ve verilerle ilgili dört ana sürece ilişkin operasyonlarına rehberlik eden ve ortak olarak paylaşılan değerler ve normlar seti olarak tanımlanmaktadır. Teknoloji oluşturma ve veri toplama, operasyon ve karar verme, inceleme ve etki değerlendirmesi ve teknoloji ve verilerin iyileştirilmesi KDS sürecindeki dört ana süreçtir (Lobshcat, vd., 2020, s. 876). Teknoloji şirketlerinin, bireysel geliştiricilerin ve tasarımcıların, dijital teknolojileri veya veri işlemeyi kullanan herhangi bir kurumsal aktörün ürettikleri veya devreye aldıkları veriler kadar, topladıkları ve işledikleri verilerin de farkında olmaları gerekmektedir (Çalışkan, 2022, s. 273).

Kurumsal dijital sorumluluğun ana hedefleri, veri güvenliği konusunda kapsamlı bir çerçeve oluşturmak, çalışan eğitim programları oluşturmak, dijital verilerle ilgili zor durumların üstesinden gelme konusunda bilgi vermek ve müşteri ve çalışanların endişelerini doğru bir şekilde ele almaktır (Herden vd, 2021). Çalışma koşullarındaki değişiklikler, çalışanların gerekli dijital yeterlilikleri elde etmelerini sağlama ihtiyacını doğurmuştur. Yeni teknolojilerin verimli ve akılcı kullanımı aynı zamanda kurum itibarını da etkileyen unsurlardandır (Suchacka, 2020, s.3).

Bu uygulama odaklı tartışmada uzmanlar, etik ve sorumlu dijital iş uygulamaları için temel olarak çeşitli alanlar belirlediler. Diğerlerinin yanı sıra uzmanlar, şirketlerin herkesin temel dijital ürünlere erişimini, herkesin bu ürünleri nasıl kullanacağını bilmesini ve herkesin tüketim davranışlarının yansımalarının farkında olmasını sağlaması gerektiği konusunda hemfikirdir.

CDR’ye yönelik uygulamaya dayalı tartışmaya paralel olarak, CDR’ye akademik ilgi de yavaş yavaş artıyor. Konunun IS topluluğundaki yankısını hızlandırmak ve yoğunlaştırmak için, CDR’nin disiplinimize sunabileceği alaka ve araştırma fırsatlarını vurgulamak istiyoruz.

KSS ve KDS arasında bazı benzerlikler ve farklılıklar vardır. Kavram, dijital dönüşüm bağlamında KSS ilkelerini ifade etse de yasal gerekliliklere uygunlukla sınırlı değildir. Carroll

(1991) tarafından geliştirilen KSS piramidinde tanımlanan ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar kurumsal dijital sorumluluk alanında benzer şekilde kapsamaktadır (Herden vd., 2021). Ancak teknolojik açıdan katlanarak büyüme, kullanımdaki teknolojilerin ve verilerin şekillendirilebilirliği ve teknoloji ve verilerin yaygınlığı kuruluşların sosyal sorumluluklarının ötesinde, dijital sorumluluklarının özenle değerlendirilmesi gerekliliğine zemin hazırlamıştır. Paydaş grupları açısından bakıldığında da KDS ve KSS arasında benzerlikler vardır (Lobschat vd., 2020). Bunlar;

Organizasyonlar

Kurumsal seviyedeki KSS rehberlerine benzer ancak onlara ek olarak KDS kuruluşlara teknoloji ve verilerin oluşturulması ve kullanılmasına ilişkin operasyonlarına rehberlik edecek bir dizi ortak değer ve norm sağlamak üzere hazırlanmıştır. Buna karşılık, tedarikçiler ve ortaklar ile bunların dijital teknolojileri ve verileri kullanım biçimleri diğer aktörlerin bakış açılarından da değerlendirilmelidir.

Bireysel Aktörler

Kurumsal dijital sorumluluk açısından kuruluşlar, en doğrudan muhatap olsalar da dijital çağda misyon ve değerlerini kullanıcılar için eyleme geçirilebilir kılavuzlara dönüştürmeli ve bu yönergeler teknolojik belge ve davranışlarda kendini göstermelidir. Dijital uçurum

Ek olarak, KDS stratejilerinin teknolojiyi potansiyel olarak kullanamayanları da hesaba katması gerekmektedir. Dijital dışlanma teriminin giderek yaygınlaştığı çağımızda KDS dijital uçurum riskini azaltmak, dijital toplumun katılımcısı olabilenler ve olamayanlar arasında ortaya çıkan yeni ayrımcılık biçimlerini hafifletmek için temel bir araç olarak kullanılmalıdır (Floridi, 2010).

Yapay Zekâ & Teknolojik Aktörler

KSS ile kıyaslandığında, KDS bir organizasyonda yapay zekâ ve teknolojik aktörlerin geliştirilmesi ve konuşlandırılması için kılavuzlar içermektedir. Algoritmik karar verme, makine öğrenimi ve yapay zekâ soyut sistemler (insan ve sosyal olmayan) olarak kabul edilmektedir. Burada ortaya çıkan dijital sorumluluğu yapay aktörlere devredip devredemeyeceğimiz, onların eylemlerinin sorumluluğunu alıp alamayacağımız ve bunu nasıl yapabileceğimiz sorularının cevapları şirketler için kilit rol oynamaktadır (Wynsberghe, S. Robbins, 2018, s. 220). Son zamanlarda ortaya çıkan sosyal açıdan önyargılı algoritmaların tanınması, yapay zekanın kod yazmayı

öğrenmesi gibi problemler geliştiricilere ve algoritmalara karar verme rehberliğinin sağlaması, uygulamalarda etik normların sağlam şekillerde temellendirilmesini gerekli kılmaktadır (Moor, 2016).

Kurumsal, Yasal ve Devlet Aktörleri

Bu kategori, şirketlerin KDS yaklaşımlarında hesap vermek zorunda oldukları hükümet ve/veya yasal kuruluşları içermektedir. Örneğin, Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR), şirkete özgü KDS normlarının tasarlanması için önemli bir yasal çerçevedir. Tüketici ve ticaret dernekleri gibi sivil toplum kuruluşları da KDS stratejilerinin şekillenmesinde yapılandırıcı bir role sahip olmaktadır. Örneğin Türkiye için Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) tüm kuruluşları kapsayan önemli bir yaptırıma sahip araçken, BDDK bankacılık sektörüne özgü düzenlemeler üzerinde durmaktadır.

Bankacılık sektörü özelinde baktığımızda dijital teknolojiler ve sonucunda ortaya çıkan iş uygulamalarının diğer sektörlere benzer şekilde hatta fazlasıyla gizlilik ihlalleri, verilerin kötüye kullanılması ve verilerin ticari olarak kullanılmasına zemin hazırladığı; verilerin daha erişilebilir ve kötüye kullanıma açık hale geldiği gözlenmektedir. Bu bağlamda bankaların KDS programına bağlı kalarak, bankacılık standart kontrollerinin ötesinde tüketici verilerini koruma, işleme, kullanma sorumluluğunu üstlenmesi beklenmektedir (Liyanarachchi vd., 2020). Liyanarachchi ve arkadaşları (2020) yaptıkları çalışmalarında bankaların pazar yönelimli iş felsefesini benimsemelerinin KDS konseptini tüketici merkezli bir yaklaşımla genişletmeleri için faydalı olacağını belirtmektedirler. Bankacılık sektöründeki dijital hasarları azaltmak için kurumsal stratejinin önemli bir unsuru olarak entegre edilen KDS ile müşterilerin kritik paydaş olarak konumlandırılması şeklinde bütüncül bir yaklaşım izlenmesi önerilmektedir.

(Trittin-Ulbrich & Böckel, 2022, s. 450) Geleneksel işletmelerde dijital inovasyon etrafında yeni kurumsal düzenlemeleri meşrulaştırmak ve inşa etmek için de klasik KSS şablonlarının verimliliği azaltacağı, KDS kılavuzlarından faydalanmanın gerekliliği ortaya koyulmuştur. Adil bir dijital toplum oluşturmak için potansiyel bir işbirlikçi mekanizma olarak kurumsal dijital sorumluluğa dair farkındalık her geçen gün artmaktadır (Elliott vd., 2021, s. 182). Bu kapsamda ülkeler girişimler oluşturmaya başlamışlardır ve Avrupa ülkeleri dijitalleşmeye yönelik insan merkezli ve değer temelli yaklaşımlara öncülük etmektedir. Avrupa birliğinde (AB) KDS Veri Gizliliği, Veri Ekonomisi, Yapay Zekâ (AI) ve Siber güvenlikle ilgili yasa ve yönetmelikler tarafından şekillenmektedir. AB Yönetmelikleri ve Yönergelerinin, ulusal Üye Devlet yasalarının ve gönüllü ve esnek hukuk standartlarının bir karışımı olarak uygulamada yer bulmaktadır (Spiesshofer, 2022).

Federal Adalet ve Tüketici Koruma Bakanlığı (BMJV), (sonrasında Almanya Federal Çevre, Doğa Koruma Nükleer Güvenlik ve Tüketici Koruma Bakanlığı (BMUV) olarak değişmiştir) düzenli olarak KDS rehber ve raporlarını güncellemektedir. Rehber şirketleri adil tutum, kapsayıcılık, şeffaflık, güven, sürdürülebilirlik ve özerklik ilkelerine teşvik etmektedir.

İsviçre Vakfı Ethos'da (2022) benzer ilkeler yayınlamıştır. İlkeler dijital sorumluluk konunun oluşturulması, Dijital uygulamalar ve dijital ayak izi konusunda paydaşlarla şeffaflık sağlanması, En yüksek veri işleme ve koruma standartlarına uyulması, Yapay zekâ kullanımı için etik ilkelerin oluşturulması, Dijitalleşmeyle ilgili hassas faaliyetlerin hariç tutulması, Adil ve sorumlu bir sosyal geçişin sağlanması ve Dijital teknolojinin çevresel ayak izini azaltmaya yardımcı olması olarak karşılık bulmaktadır.

Uluslararası KDS Manifestosu oluşumunda (2021) yedi temel ilke benimsenmiştir. Bunlar; Amaç ve Güven, Herkes İçin Adil ve Eşit Erişim, Toplumsal Refahı Desteklemek, Ekonomik ve Toplumsal Etkiyi Dikkate Almak, Etki Ekonomisi ile İlerlemeyi Hızlandırmak, Yaşanacak Sürdürülebilir Bir Gezegen Oluşturmak ve İklim ve Çevre Üzerindeki Teknoloji Etkisini Azaltmak şeklindedir.

2. Araştırma Yöntemi

Bu araştırma literatürde ve sektör bazlı uygulamalarda yeni gelişen Kurumsal Dijital Sorumluluk kavramının bankacılık sektöründeki gelişimini, var olan uygulamalarını ve geleceğe yönelik hedeflerini nitel analiz yöntemiyle irdelemeyi amaçlamaktadır. Yabancı ve Türk literatüründe ilgili kavramı kapsayan yapılmış çalışmış sayısı oldukça azdır. Yapılan çalışma ile literatüre hem teorik olarak hem de sektörel bazda katkı sunmak amaçlanmıştır. Bu araştırma bankacılık sektöründe kurumsal dijital sorumluluk kavramını inceleyen ilk Türkçe çalışma olması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca KDS kavramının detaylı tartışılmasının yapılmış olması açısından da önemlidir. Amaca uygun nitelikli sonuçlara ulaşabilmek için bu çalışmada niteliksel araştırma yönteminden faydalanılacaktır.

Kurumsal dijital sorumluluk, literatürde ve kurumsal iletişim alanında yeni bir kavramdır. Bu yeni kavramı derinlemesine anlamak ve araştırma sorularına kapsamlı cevaplar verebilmek için çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, olguları insanların onlara yüklediği anlamlar açısından anlamlandırmaya veya yorumlamaya çalışarak olayları doğal ortamlarında incelemeye yardımcı olur (Denzin & Lincoln, 1994). Nitel araştırma, bireylerin veya grupların sosyal veya insani bir soruna yüklediği anlamı keşfetmeyi ve anlamayı amaçlar (Creswell, 2009, s. 22). Araştırma süreci, ortaya çıkan soruları ve prosedürleri, katılımcı ortamında veri toplamayı,

ayrıntılardan genel temalara doğru veri analizi oluşturmayı ve araştırmacının verilerin anlamını yorumlamasını içerir (Creswell, 2007, s. 43). Öte yandan, nitel bir yaklaşım, keşfedicidir ve konu yeni olduğunda, belirli bir örneklem veya insan grubuyla sıklıkla ele alınmadığında ve mevcut teoriler çalışılan belirli örneklem veya grup için geçerli olmadığına yararlıdır (Morse, 1991). Nitel araştırmaların en büyük gücü, “sorunları aydınlatabilmesi ve olası açıklamaları ortaya çıkarabilmesidir: esasen tüm araştırmalarda olduğu gibi bir anlam arayışıdır” (Gillham, 2000, s. 10). Birçok durumda, nitel araştırma, sosyal dünyanın nasıl yorumlandığı, anlaşıldığı, deneyimlendiği, üretildiği veya oluşturulduğuyla ilgilenen geniş bir ‘yorumlayıcı’ felsefi konuma dayanır.

Sosyal bilim araştırmasının anketler, vaka çalışmaları, tarihçe ve arşiv analizi gibi pek çok biçimi vardır. Yin (2014), olgu ve bağlam arasındaki sınırlar açıkça net olmadığına vaka çalışmasının faydalı olduğunu açıklamaktadır. Bu çalışmada ana araştırma soruları ‘nasıl’ veya ‘neden’ sorularını içerir ve sorular KDS fenomeninin derinlemesine tanımını gerektirmektedir. Bu nedenle, KDS kavramını gerçek dünya bağlamında tartışmak ve sınırlarını netleştirebilmek için bu araştırmada yöntem olarak vaka çalışması yöntemi kullanılmıştır.

2.1. Veri Toplama Stratejileri

Nitel araştırmanın ardındaki fikir, araştırmacının sorunu ve araştırma sorusunu anlamasına en iyi şekilde yardımcı olacak katılımcı ve belgeleri amaçlı olarak seçmektir. Bu nedenle araştırma, bankacılık sektöründe çalışan kurumsal iletişim yöneticilerini, bilgi işlem departmanı yöneticilerini, yazılımcıları ve bu sektöre danışmanlık hizmeti veren dijital hukukçular ve hizmet sağlayıcıları ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler ile gerçekleştirilmiştir. Galetta’nın (2013) bahsettiği gibi, yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcıyı daha fazla çekmek için soruların, yönlendirmelerin ve eşlik eden araç ve kaynakların kullanımındaki çeşitliliği yansıtır. Bu bağlamda görüşme sorularını yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular oluşturmuştur. Görüşme protokolü tüm katılımcılarda aynı sıranın izlenmesi için yönergelerden, giriş, detaylandırma ve kapanış sorularından oluşmuştur. Protokolü düzenlemek, soruların formüle edilmesi ve sıralanması nedeniyle önemli ölçüde zaman ve deneme gerektirir. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme soruları ilgili literatür ve Avrupa Komisyonunun düzenlediği KDS rehberi baz alınarak hazırlanmıştır. Avrupa’daki gelişmelerin Türkiye’de de uygulanıp uygulanmadığını görmek ve bulguları tartışmak için rehberden faydalanılmıştır.

Hazırlanan sorular, alandan uzmanlara gönderilerek görüşleri alınmış ve geri bildirimleri alındıktan sonra sorular revize edilmiştir. Bankacılık sektöründe görev yapan dört katılımcı ile pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma sonrası görüşme protokolü yeniden düzenlendikten sonra bazı sorular eklenmiş ve demografik bilgi soruları kısaltılmıştır. Görüşme protokolünün son hali

ve araştırmanın tamamı için tekrar uzman görüşü alınmış ve Galatasaray Üniversitesi'nden etik onay alınmıştır. Çevrimiçi platformlarda ve yüz yüze tamamlanan görüşmeler literatürle uyumlu olarak 45-50 dakika sürmüştür. Görüşme yapılan kişilerden onay formu alınmış olup, bulgular kısmında verilen isimlerde takma isim kullanılmıştır.

KDS'nin sektördeki konumunu anlamak için Ocak 2022 ile Aralık 2022 arasında gerçekleştirilen toplam 16 derinlemesine görüşme yapılmıştır. Veri geçerliliğini artırmak için birebir görüşmeler ile birlikte görüşme yapılan kişilerin kurumlarının ve kamu ve devlet kurumlarının KDS belgeleri de analiz edilmiştir. İlerleme raporlarını ve diğer dahili kayıtları analiz etmek katılımcıların bunları derlemeye dikkat ettiği verileri temsil etmektedir. Ayrıca, araştırmacının diğer kaynaklardan gelen bilgileri doğrulamak için başka belirli ayrıntıları da elde etmesine olanak tanımaktadır (Gillham, 2000, s. 56).

2.2. Veri Analizi ve Yorumlama

Lincoln ve Denzin'e (2013) göre, veri analizi süreci, metin ve görüntü verilerinden anlam çıkarmak, verileri analiz için hazırlamak, verileri anlamak için daha derine inmek, verileri temsil etmek ve yorumlamak gibi çeşitli bileşenleri içermektedir. Nitel araştırmada çeşitli aşamalar birbiriyle ilişkilidir ve uygulama aşamasında daha da etkileşimli hale gelmektedirler. Cresswell (2000) içerik analizini, görüşmenin asli içeriğini organize etmek olarak tanımlamaktadır. Bu önemli noktaları belirlemek ve bunları kategorilere ayırmak, analizin iki temel unsurunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada da görüşmelerden elde edilen veriler organize edilmiş ve analiz için hazırlanmıştır. Bu süreç, görüşmelerin yazıya dökülmesini, alan notlarının yazılmasını ve bilgi kaynaklarına bağlı olarak verilerin farklı türlerde düzenlenmesini içermiştir.

İkinci adım olarak kodlama işlemi ile detaylı analiz yapılmıştır. Kodlama süreci bilgiye anlam vermeden önce, materyali metin parçaları veya bölümleri halinde düzenlemektir (Rossman & Rallis, 1998). Bu adımda, cümleler kategorilere ayrıldı ve bu kategoriler, katılımcının gerçek cümlelerine dayanan in vivo bir terimle etiketlenmiştir. Katılımcılardan toplanan bilgiler ile ilgili teoriye göre seçilen önceden belirlenmiş kodlar, KDS yönergeleri ve görüşme sorularının birleştirilmesiyle kodlar geliştirilmiştir.

Üçüncü adımda ise kodlama sürecinde temalar belirlenmiştir. Temalar, her bir vaka için ayrı ayrı ve farklı vakalar arasında bağlantılar kurularak analiz edilmiştir.

2.3. Araştırmanın Güvenirliliği

Nitel geçerlilik, araştırmacının belirli prosedürler kullanarak bulguların doğruluğunu kontrol etmesi anlamına gelirken, nitel güvenilirlik, araştırmacının yaklaşımının farklı araştırmacılar ve farklı projeler arasında tutarlı olduğunu gösterir (Gibbs, 2007, s. 34). Yin (2003) için güvenilirlik, bir çalışmadaki hataları ve önyargıları en aza indirmek içindir ve ayrıntılı bir vaka çalışması protokolü ve veri tabanı oluşturmak, hataları ve önyargıları en aza indirmek için önemlidir. Bu çalışmada da Gibbs'in (2007) güvenilirlik için önerileri aşağıdaki prosedürler ile izlenmiştir;

- Transkriptler, transkripsiyon sırasında ortaya çıkabilecek hataları en aza indirmek için alandan bir uzman tarafından kontrol edilmiştir.
- Kodlama sürecinde kodların tanımındaki ve anlamındaki kaymaları azaltmak için, verilerle kodlar karşılaştırılarak ve kodlar ve tanımları hakkında notlar düzenlenerek kontrol edilmiştir.
- Miles ve Huberman (1994), iyi bir niteliksel güvenilirlik için zamanın en az %80'inin farklı değerlendiriciler tarafından yapılan kodlamaların tutarlılığı ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, bağımsız olarak türetilmiş sonuçları karşılaştırarak farklı araştırmacılar tarafından geliştirilen kodların kodlayıcılar arası uyumu dengelenmiştir.

3. Bulgular

Görüşme sorularının giriş kısmı, dijital sorumluluk kavramından ne anlıyorsunuz? Dijital etik sizin için ve çalıştığımız kurum için ne anlam ifade ediyor? şeklinde sorular içermektedir. Bu sorulara verilen cevaplar dijital etik ve dijital sorumluluk kategorileri altında toplanmıştır.

3.1. Dijital Etik

“Bilgilerim nereye gidiyor, hakikaten gerekli bilgi isteniyor mu istenmiyor mu ona bakıyorum. Çünkü şu an hani her şeyimiz dijitalde” Akif

“Dijital ayak izi dediğimiz şeyin her şeyimizin bir yerlerde data olarak birikiyor olması işleri geliştirme açısından çok faydalı oluyor ama bir yandan da her şeyimiz kayıt altında olmuş oluyor. Yani onun verdiği bir rahatsızlık da var” Bülent

“Benim için dijital etik eşittir kapsayıcılık” Onur

“Etik deyince benim akluma şey geliyor yani müşterini bilgilerinin korunabilirliği, müşterinin hakikaten bir güven alanı içinde olması, onun bilgilerinin hiçbir yerde paylaşılmaması geliyor.” Ali

“Artık sürdürülebilirlik kapsamında karbon emisyonu veya karbon ayak izi vesaire bunları hesaplıyorlar. Biraz daha sosyal sorumluluk ayağı gibi geliyor benim aklıma. Ama hepsi de birbirinin içinde de muhtemelen, iç içe geçmiş kavramlar.” Yalçın

KDS uygulamalarının alt alanında olan dijital etik kavramına banka çalışanlarının çoğu veri gizliliği, korunması şeklinde açıklamalar yapmıştır. Yapay zekâ kullanımı, algoritmik işlemlerin güvenilirliği gibi konulara değinilmemiştir. Bu terimler sistemlerin içinde hali hazırda kullanılan alt yapılar görülmekte, dijital etik sistem güvenliğinin bütününe kapsayacak şekilde kullanılmaktadır.

3.2. Dijital Sorumluluk

Literatürde de oldukça iç içe geçmiş olan dijital etik ve dijital sorumluluk kavramlarına verilen cevaplar dijital etik ve şirketlerin veri güvenliğini sağlamadaki sorumluluklarına denk gelmektedir. Oysaki dijital sorumluluk kavramı çalışan güvenliği, STK iş birliği, dijitalleşme ile ilgili eğitimleri kapsayan geniş bir yelpazede tanımlanmaktadır. Burada görülmektedir ki bankacılık sektöründen olan katılımcılar için yelpaze henüz o kadar da geniş değildir.

“Bilgi güvenliği vb. konular aklıma geliyor. Burada sadece kendini koruma açısından değil, herhangi bir sosyal medya platformunda bir şeyle ilgili görüşte bulunmak da dijital sorumluluğa giriyor diye düşünüyorum.” Serdar

“Dijital sorumluluk da bu hizmetleri verirken bu insanların nasıl koruduğumuz yani mesela. Alternatif dağıtım kanalında müşteri haklarını, özlük bilgilerini koruma, onları başkalarıyla paylaşmama, alışveriş anında bile, veri paketleri gidip gelirken bile güvenliğini sağlama.. Dolayısıyla bu saydıklarımın hepsi aslında” Akif

“Dijital sosyal sorumluk dediğin şey nedir veriyi etik kurallar içerisinde kullanmaktır.” Ali

Kurumsal dijital sorumluluğun kapsadığı yapay zekâ ilkelerini şekillendirmedeki öncelikleri; şeffaflık, güvenlik, adil tutum, kapsayıcılık konularında bankaların gerekli hassasiyeti göstermeye çalıştığı ancak bunu sorumluluktan öte güven kurumu olma halini riske atmamak ve itibarlarını korumak için yaptıkları söylenebilir.

“...banka dediğiniz kurum itibar kurumudur. İtibarı yoksa yoktur banka. İtibarını kaybettiği zaman batar. Kasadaki para ne kadar önemliyse bilgi güvenliği de banka için o kadar önemlidir.” Serdar

“Yapay zekayı hem işlerin güvenliği açısından, işlerin daha kolay yürümesi açısından kullanır. Bir de satış açısından kullanır. Bu ikisi de birbirinden farklıdır. Satışta çok şeffaf değildir. Çok bilmiyorum ama genel sektörel bazda baktığımda değildir. Çünkü satış yapabilmek için davranış anlamak gerekir.” Bülent

“Satış yapan kurumlara baktığımızda özellikle Türkiye’de bankaların adil olduğunu düşünüyorum. Diğer satış yapan firmalara baktığımızda bankaların başka bir misyonu var. Güven kurumu olarak şekilleniyor. Satış yapmak için güveni yıkma riskine gireceğini düşünmüyorum.” Akif

“Her ne kadar üçüncü kişilerle paylaşılmasına dikkat ediliyor dense de data bir yerde bir açık veriyor bazı sistemlerde. Banka açık vermiyor belki ama market açık veriyor ve siz oradan da çekiyor olabiliyorsunuz.” Ali

Yapay zekâ ilkeleri şekillendirmede kurum itibarı ve imajının zedelenmemesi bankalar için önemli bir unsur olsa da yaptırımlar, denetlemeler de gerekli hassasiyeti göstermeleri için büyük bir zemin hazırlamaktadır.

Bankacılık sektörü için önemli yaptırım kaynaklarından olan standartlar ana kategori olarak ortaya çıkarken; ana kategori Ulusal ve Uluslararası standartlar olmak üzere 2 alt kategoride şekillenmiştir.

Ulusal Standartları KVKK ve sözleşmeler oluşturmakta, bu standartların bankacılık sektöründe KDS bilincinin gelişmesine katkısının önemli olduğu düşünülmektedir.

“KVKK sınırlandırmaları ile müşteri bilgilerine rahatça ulaşamıyorum. Günlük mesai işimde sıkıntısı oldu. Banka zaten düzenleme yapılmadan önce de aksiyonlar vardı. Amerika almıştı, Avrupa merkez bankası almıştı benzer kararları bizde de uygulanıyordu.” Serdar

“KVKK Devlet bankalarında daha ciddi değişikliklere yol açmış olabilir.” Akif

“Müşterilerin sosyal medya hareketlerine göre bile risk bazlı modelleme yapıyorduk ama tabii sonra bu KVKK olayları olunca sosyal medyadaki datalara erişimimiz kısıtlandı.” Bülent

Bu standartlar sadece veri güvenliği ve kullanımını kapsamamakta aynı zamanda bankaların kapsayıcılık ilkelerini de şekillendirmektedir.

“Türkiye’de engelli müşterilerin bankacılık hizmetlerine erişebilmesi ilgili bir yönetmelik var 18/6/2016 tarihli ona uygun da hareket etmek zorundayız tabii ki.” Ali

“Örneğin nerdeyse tüm bankalarda engellilere yönelik kapsayıcı uygulamalar hat safhada. Nedenlerinden birincisi Türkiye’de regülasyonu çok sıkı, ikincisi regülasyon buna ceza da yazıyor dolayısıyla bankalar bunu yapmak zorunda.” Onur

Uluslararası standartların ise yabancı ortaklı bankaları KDS açısından daha sıkı denetim mekanizmalarına tabii tuttuğu görülmektedir.

“Yabancı ortaklı bankalar sadece Türk standartlarına uymazlar, bağlı oldukları grubun çalıştıkları ülkelerdeki hukuklarına göre de hareket ederler... Aslında bazı noktalarda Türkiye’de olmayan zorluklar bizde olabiliyor. Yabancı ortaklı olmayan bankaların buna uyma zorunluluğu yok ama bazı durumlarda hukuksal bir zorunluluk olmasa bile sistem kendini korumak için diğer bankaları taklit edebiliyor.” Akif

Türkiye merkezli bankaların yabancı ortaklı bankaların uygulamalarını kendi sistem güvenliklerini sağlamak için entegre etmeleri, standartların dışında pratikler geliştirmeleri pozitif bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

KDS’nin data korunması, datanın etik işletimi, paylaşımı gibi başlıklarını olumlu yönde pekiştiren unsurların kurum itibarını korumak, güveni zedelememek olduğu kadar denetimler ve ihlal yaptırımları da olduğu belirtilmiştir.

“Kısıtlamalar getirdiklerini biliyorum dataya yetkilendirmede. Ama bu kanunun yaptırımların artmış olmasından dolayı mı bizim içerde prosedürleri yavaş yavaş oturtmaya başladığımızdan dolayı mı tam emin değilim açıkçası.” Ali

“Bununla ilgili işten atılmalara çok tanığım. Bizim bankanın bu konuda hiç affı yok.” Onur

Standartların bankalara getirdiği zorunlulukları bankalar da paydaşlarına uygulamaya dikkat etmektedirler. Bu da müşteri ve kullanıcılar için olumlu bir süreç oluşturmaktadır.

“Aynı zamanda bankalar sadece kendileriyle ilgili önlemler almakla kalmayıp paydaşlarına da belirli yaptırımlar uygulamaktadırlar.” Yalçın

“İştirak personelinin de factoring, leasing, filo, araba kiralayan personelin de banka farkındalığının oluşmasını sağlamaya çalışır” Serdar

“3. partlarda da, sözleşme ile kurumu bağlıyoruz. Çatlak şeyler olabilir. O zaman da çalışma hemen kesiliyor. Şu ana kadar çok duyduğum olmadı çünkü banka onlar için önemli bir müşteri. Hassas davranırlar, kaybı riske atmazlar.” Akif

Çalışan eğitimi bankacılık sektöründe BDDK ve KVKK yaptırımlarıyla zorunlu bir sorumluluk oluşturmaktadır. Araştırmada da eğitim temasına yönelik verilen cevaplar dijital sorumluluk bağlamında en olumlu işleyen süreçlerden biri olarak ortaya çıkmıştır.

“Bankacılıkla ilgili kara paranın aklanması, terörizmin finansmanı gibi eğitimler veriliyor. Bunlar zorunlu verilmesi gereken, personelin her yıl düzenli alması gereken eğitimler. Bilgi güvenliği ile ilgili eğitimler var, onlar da zorunlu eğitim kapsamında” Bülent

“Siber güvenliğin en zayıf halkası insandır, insanı eğitmek gerekiyor.” Akif

“Bu eğitimler nasıl olur.. Size gelen bir mailin açılması ile ilgili bile eğitim alıyor personel. Banka bilgisayarından veya banka sistemine erişilen bir bilgisayardan nasıl davranılması gerektiği ile ilgili teknoloji iştiraki her sene hatta yılda 3-5 kere değiştirerek bu eğitimleri veriyor. Sonunda sınav yapıyor, sınavı geçemeyince bir daha veriyor. O yüzden geçmek için öğreniyorsun.” Onur

Eğitimlerin sıklığının yoğun olması, güncel bilgilerin yayılmasını, var olan bilgilerin hatırlanmasını ve yeni gelen düzenlemelere uyumu da kolaylaştırmaktadır. Her düzeyden çalışana veriliyor olması ihtiyacın her seviyeden olduğunu göstermekte, dönüşün baştan başlayarak desteklenmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Çalışan güvenliği açısından bakıldığında hem araçsal hem sistemsel yönde gerekli önlemlerin uzun süredir alındığı, çalışanların kendilerini bu konuda hissettikleri görülmüştür.

“İnternet kullanımı sınırlı, ulaşabileceğiniz yerler kısıtlı, sadece iş yapmak üzerine kurulu aletler.” Yalçın

“Bankamız hakikaten alanında en iyilerinden ve örnek gösterilerinden dolayısıyla o yönden bizde hiçbir şüphe olmuyor, hakikaten orada sırtımızı sağlam bir yere yasladığımızı biliyoruz. Yani bizim hukuk bölümümüzde, işte iç kontrol departmanımızda mevzuat politikalar departmanımızda her şeyi en ince detayına kadar hem çalışanı için hem müşteriler için hesaplayıp çıkarttığı için güvenimiz tam.” Ali

3.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik

“Bizim bankanın tüm grup olarak çevre ve sürdürülebilirlik üzerine ciddi projeler var, buna ciddi kaynak ayırıyor. Projeleri desteklemek için kârından da oluyor. Bunun ilgili ayrılan fon veya vazgeçilen kârın daha sonra geri döneceği konusunda hem finansal olarak ikna olmuş durumdadır hem de itibar olarak da ikna olmuş durumda.” Serdar

“..Dolayısıyla buna çok para harcanıyor çok emek efor sarf ediliyor bununla ilgili ayrı çalışanlar ayrı yapılar var birincisi bu spor konusu çok önemli bankacılıkta ikincisi sanat ve edebiyat. Birçok banka artık spor kulüplerine sponsor oluyor. Biz devlet bankası olarak hem spora hem de kültür sanat kısmına bütçe ayırmaya çalışıyoruz.” Ali

“Özel bankaların tabii ki bu konularda aksiyon alıp, bütçe ayırması daha kolay oluyor ama devlet bankaları da çağa ayak uydurmak için gerekli aksiyonları almaktan geri durmuyor.” Onur

Kurumsal sosyal sorumluluğun Türkiye’deki gelişimi çok eskiye dayanmasa da KDS ile karşılaştırıldığında özellikle bankalar tarafından sisteminin ve uygulamalarının oturtulmuş olduğu gözlemlenmektedir. Burada BM’nin ilgili faaliyetleri desteklemesi ve Avrupa Birliğinin sendikasyon kredileri verirken sürdürülebilirlik faaliyetlerine de bakması gelişimi destekleyici faktörler olarak ortaya çıkmaktadır.

“Her şeyi sürdürülebilirlik olmuş, önümüzdeki 10 yılların popüler konusu bu olacak diye söyleniyor. Ortağı olduğumuz banka yurtdışında konuya inanılmaz yoğunluk vermişler onlardan dolayı bize de tabii ki tesir ediyor. Yurtdışı ile senkronize olabilmek için sürdürülebilirlik müdürlüğü açıldı” Akif

“Özellikle önemli bir kısmını yeşil enerji için kullanacağını, yeşil enerji projelerine kredi desteği vereceğini, yani sürdürülebilirlik genel olarak ilgili işlemlerde kullanıcı ile ilgili

taahhütleri var dolayısıyla bankacılık bir bu tarafta o ekosistemi desteklemek için bu işleri yapıyor.” Ali

“Evet tabii ki dijital bankacılığın bir karbon ayak izi var başka dijital işlerde olduğu gibi ancak bankacılık şurada farklılaşıyor örnek vereyim mesela sürdürülebilirlik ya da yeşil enerji ya da işte güneş enerjisi ya da işte rüzgâr enerjisi gibi taraflardaki kredi hacmini artırıyor. Bu da dolaylı da olsa sürdürülebilirliğe destek oluyor.” Yalçın

Bankalarda çevresel ve sosyal yönetim sistemlerinin kurulması, sürdürülebilir ve sorumlu finansman birimlerinin oluşturulması sosyal sorumluluk alanında gelişimlerini hızlandırmış, alt yapıların sağlam temellerle şekillenmesine zemin hazırlamıştır.

3.4. Dijitalleşmeye Yönelik Sorumluluk

“Kız çocuklarına kodlama eğitimi verildi en son mesela.” Serdar

“Dijital dönüşümle ilgili STK'lara baktığımızda birçoğunun arkasında finans kuruluşları var. Örneğin özel bir üniversitede yapay zekâ araştırma merkezi kuruldu ve bunu bir devlet bankası destekledi.” Akif

“... Bankaların bu merkezleri desteklemesi kendi çıkarlarına da oluyor. Orada yetişen gençler iş gücü kaynağı oluyor.” Yalçın

Kurumsal dijital sorumluluğun alt alanlarından birini STK'lar, farklı kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapmak oluşturmaktadır. Bankalar da hem sosyal sorumluluk faaliyeti olarak hem de iş gücü yetiştirme açısından dijitalleşmeyle ilgili faaliyetlere artan bir önem vermektedir. Ancak alışık oldukları çevre ve sosyal faaliyetlerden farklılaştığı için, yeterli alt yapı ve iş gücü kapasitene sahip olmadıkları için konu geri planda kalmaktadır. Ayrıca, Türkiye'deki dijital dönüşümü desteklemek ve bankacılık sektörü dışında da farkındalığı artırmak ve bilinç oluşturmak için sanyai/üniversite veya özel sektör/üniversite iş birliklerinin artmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

3.5. KDS Kavramının Gelişim Sürecine Dair Yorumlar

Katılımcılar tarafından KDS faaliyetleri ve farkındalıklarına dair süreç ‘gelişmekte olan’ seviyesinde açıklansa da daha detaylı yorumlarda ‘başlangıç’ seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.

“Firmaların veri güvenliğine olan hassasiyetin artmasıyla birlikte kullanıcılar bu alanda rahatlayacaktır ama benim bulunduğum finansal teknoloji alanında biraz daha onun yolu var diye düşünüyorum.” Akif

“Bu konuda daha gidilecek, gidilmesi gereken çok yol var. Ciddi bir farkındalıkta yaratılması gerekiyor bu konu ile alakalı. Ben çalıştığım alanda bu kavramı daha çok kimsenin duyduğunu da düşünmüyorum” Yalçın

“Gizlilik Korunuyor mu diyorsanız, ben çok korunduğunu düşünmüyorum. Yeni yeni korumaya çalışıyoruz. Yeni bir noktadayız.” Serdar

Sonuç ve Tartışma

Literatürde de belirtildiği gibi kurumsal dijital sorumluluk kavramı oldukça yeni ve gelişmeye hazır bir kavramdır (Tratkowska, 2019; Mihale-Wilson vd., 2022; Liyanaarachchi vd., 2020; Trittin-Ulbrich & Böckel, 2022; Elliott, vd., 2021). Dijital dönüşüm ile değişen sorumluluk biçimleri kurumların tüm paydaş grupları için yeni beklentiler doğurmuştur. Verilerin gizliliği, verinin etik şekilde kullanılması ve paylaşılması, yapay zekâ ilkelerini şeffaflık, güvenilirlik, kapsayıcılık ve adil tutumlar çerçevesinde şekillendirilmesi, çalışanların ve toplumun yeterli şekilde bilgilendirilmesi, STK ve diğer kurumlarla dijitalleşmeyi destekleyecek şekilde iş birliklerinin geliştirilmesi, dijitalin verdiği zararları azaltmaya yönelik eylemlerin planlanması kurumsal dijital sorumluluk altında yer alan maddelerden birkaçı olarak gösterilebilir.

KDS'nin bankacılık sektöründeki genel durumuna bakılacak olursak KVKK, BDDK, Uluslararası standartlar ile gelişmeler gözlenmekte, bu gelişmelerin sürekliliği ihlal yaptırımları ve denetimler ile sağlanmaya çalışılmaktadır. Bankalara kredi vermedeki yurtdışı yaptırımları özel, devlet, yurtdışı destekli fark etmeksizin dijital sorumluluk kavramının gelişiminde rol oynamaktadır. Ancak yurtdışı ortaklı bankaların hem KVKK ve bağlı oldukları ülkelerin hukuk sistemlerine göre hareket etme zorunlulukları hem de finansal desteklerinin fazlalığı ve daha az bürokratik sürece takılmaları nedeni ile ilgili kavrama yönelik aksiyon almaları hızlı ve süregelen şekilde olmaktadır.

En denetlenebilir ve dijital sorumluluk bağlamında ileri gelen sektörlerden olan bankacılık sektöründe bile kurumsal dijital sorumluluk kavramına yönelik faaliyetler ve farkındalık başlangıç seviyesindedir. KVKK ile ilgili net olmayan süreçler ve kanundaki açıklıklar nedeniyle hem bankacılık sektöründe hem de bankacılık dışındaki sektörlerde kurumsal dijital sorumluluk kavramının ve kavramın getirdiklerinin oturması için zamana ihtiyaç olduğu saptanmıştır. KDS faa-

liyetlerinin ve ilkelerinin sindirilmesi yönetim düzeninden sahaya ve topluma yayılması gereken bir durumu kapsar. Kurum kültürünün ilgili kavram ve değişikliklerini de barındıracak şekilde gelişmesi, kurumsal aidiyeti de güçlendirecek bir rol oynayacaktır. Sorumluluklarının farkında, eylemlerini bu farkındalıklarla planlayan kurumlar ise kurum itibarlarına pozitif yönde katkı sunacaktır.

Dijital dönüşüme ayak uydurmak, bu esnada şekillenen sorumluluklara yönelik strateji geliştirmek ve bunu sahaya indirmek, toplumun bu sürece uyum sağlaması ile daha da güçlü ve sağlam temellerle ilerleyecektir. Bankalara düşen rol ilk olarak en hâkim oldukları alan olan sosyal sorumluluk süreçlerinde dijitalleşme ile ilgili projeleri artırmak ve toplumun her kesiminden insanı kapsayacak şekilde uygulamaya geçirmektir. Daha sonrasında ise kurumsal dijital sorumluluk alanında projelere ağırlık vermek ve gelecek nesiller için sürdürülebilir bir düzen bırakmaktır.

Bu araştırma Türkiye’de kurumsal dijital sorumluluk kavramının spesifik bir sektörde incelenmesi açısından bir ilk oluşturmaktadır. Ancak KDS ile ilgili farklı sektörlerde ve literatürdeki alt alanları da kapsayacak şekilde nitel ve nicel çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğu bir gerçektir.

Kaynakça

Akmeşe, K. A., (2019) Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlaması (Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma) İksad Yayıncılık, ISBN: 978-605-7875-08-2

Ali, L. (2019), “Cyber Crimes-A Constant Threat For The Business Sectors And Its Growth (A study of the online banking sectors in GCC)”, *The Journal of Developing Areas*, 53(1), 267-279.

Alptekin, Z. M. (2020). Dijitalleşme ve Dijital Sosyal Sorumluluk İletişimi. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 3 (2), 136-155. DOI: 10.33464/mediaj.829079

Bowen, H. R. (2013). Social Responsibilities of the Businessman. University of Iowa Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8f>

Brennen, J. S., & Kreiss, D. (2016). Digitalization. *The International Encyclopedia Of Communication Theory And Philosophy*, 1-11.

Carroll, A.B., 1979. A Three Dimensional Conceptual Model Of Social Responsibility Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497- 505.

Carroll, A.B., 1999. Corporate social Responsibility: Evolution f A Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.

Carroll, A.B. and Shabana, K.M. (2010) The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12, 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Corporate Digital Responsibility (2021). “The International CDR Manifesto” <https://corporatedigitalresponsibility.net/cdr-manifesto-english> Erişim Tarihi: 10.12.2022.

Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage Publications, Inc.

Çalışkan Akbıyık, K. (11.11.2022-13.11.2022), Kurumsal Dijital Sorumluluk Üzerine Bir İnceleme, Yayın Yeri:16th International Conference on Knowledge, Economy & Management, 2022

Denzin, N., & Lincoln. Y. (1994). Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications Inc.

Elektrikinfo. (2109). “Dijitalleşmenin Önemi ve Faydaları: Tüm Detayları ile”
<https://elektrikinfo.com/dijitallesmenin-onemi-ve-faydalari/> Erişim Tarihi:14.01.2023

Eissfeller, C. (2020). “Corporate Digital Responsibility” <https://dmexco.com/de/stories/corporate-digital-responsibility-deshalb-ist-eine-digitale-ethik-unerlaesslich/> Erişim Tarihi: 11.01.2023

Elliott, K., Price, R., Shaw, P., Spiliotopoulos, T., Ng, M., Coopamootoo, K., & van Moorsel, A. (2021). Towards An Equitable Digital Society: Artificial Intelligence (AI) And Corporate Digital Responsibility (CDR). *Society*, 58(3), 179-188.

Floridi, L. (2010). Ethics After the Information Revolution. In L. Floridi (Ed.). *Cambridge Handbook of Information and Computer Ethics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Galletta, A. (2013). *Mastering the Semi-structured Interview and Beyond: From Research Design to Analysis and Publication*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814732939.001.0001>

Gerekan, B. & Bulut, E. (2018). Sürdürülebilir Sosyal Sorumlulukta Üç Boyutlu Raporlama: Türkiye’de Sürdürülebilirlik Raporu Yayınlayan Bankalar Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Metinleri*.

Gillham, B. (2000). *Case Study Research Methods*, Continuum, London

Gordon, K. (2001), The OECD Guidelines and Other Corporate Responsibility Instruments: A Comparison, OECD Working Papers on International Investment, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/302255465771>

Herden, C. J., Alliu, E., Cakici, A., Cormier, T., Deguelle, C., Gambhir, S., & Edinger-Schons, L. M. (2021, March). Corporate Digital Responsibility. *Nachhaltigkeits Management Forum*, 29(1), 13-29. Springer Berlin Heidelberg.

International Organization for Standardization.(t.y.). ISO 26000:2010, Guidance on Social Responsibility. Erişim adresi: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

Joynson, C. (2018). “Corporate Digital Responsibility: Principles To Guide Progress.” <https://www.linkedin.com/pulse/corporate-digital-responsibility-principles-guide-progress-joynson/> Erişim Tarihi: 11.01.2023.

Koc, T. C., & Teker, S. (2019). Industrial Revolutions and Its Effects on Quality of Life. *Pres sAcademia Procedia*, 9(1), 304-311.

Koçyiğit, M. (2017). Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi. Eğitim Yayıne-vi, ISBN:9789752475342

Kotan Türkten, D. & Kuşay, Y. (2022). Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Sosyal Medya İleti-şiminde Kullanımı: Bankacılık Sektörü Özelinde Bir Değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştır-maları Dergisi, Halkla İlişkiler ve Sürdürülebilirlik Özel Sayısı*, 216-239. DOI: 10.17829/tur-com.1021679

Lee M.X., Lee Y.C., Chou C.J., 2017, Essential Implications Of The Digital Transformation In Industry 4.0, *Journal of Scientific & Industrial Research*, 76, 465-467.

Liyanarachchi, G., Deshpande, S. and Weaven, S. (2021), Market-Oriented Corporate Digital Responsibility To Manage Data Vulnerability In Online Banking, *International Journal of Bank Marketing*, 39 (4), 571-591. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2020-0313>

Low, M. P. (2016). Corporate Social Responsibility And The Evolution Of Internal Corporate Social Responsibility In 21st Century. *Asian Journal of Social Sciences and Management Studies*, 3(1), 56-74.

Luca.F, Iaia. L, Mehmood,A. and Vrontis D (2022). “Can Social Media Improve Stakeholder En-gagement And Communication Of Sustainable Development Goals? A cross-country analysis?”. *Technological Forecasting and Social Change*, 177, 1-15. 121525, ISSN 0040-1625, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121525>.

Mesutoğlu. B, (2018). Türk Bankacılık Sektöründe Çevresel ve Sosyal Sürdürülebilirlik Araş-tırma Raporu (Rapor). Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu web sayfasından erişildi: <https://www.bddk.org.tr/KurumHakkında/EkGetir/18?ekId=109>

Mihale-Wilson, C., Hinz, O., van der Aalst, W., & Weinhardt, C. (2022). Corporate Digital Responsibility. *Business & Information Systems Engineering*, 1-6.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). Qualitative Data Analysis: A methods Sourcebook. *Sage publications*.

Moor, J. H. (2006). The nature, importance, and difficulty of machine ethics. *IEEE Intelligent Systems*, 21(4), 18-21.

Morse, J. M. (Ed.). (1994). *Critical Issues in Qualitative Research Methods*. Sage publications.

Nofer, M., Hinz, O., Muntermann, J., & Roßnagel, H. (2014). The Economic Impact of Privacy Violations and Security Breaches: A laboratory Experiment. *Business & Information Systems Engineering*, 6, 339-348.

Orbik, Z., & Zozulakova, V. (2019). Corporate Social and Digital Responsibility. *Management Systems in Production Engineering*, 27(2), 79-83.

Pagani, M., & Pardo, C. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*, 67, 185-192.

Schallmo, D. R., & Williams, C. A. (2018). History of Digital Transformation. In *Digital Transformation Now!*. Springer, Cham.

Shahrabi, A., Ghiasi, M. & Limooni, S. T. (2015). The Dimensions of Technostress Among Academic Librarians of Universities Medical Sciences in Mazandaran Province. *International Journal of Biology, Pharmacy and Allied Sciences*, 4(11), 516-531.

Sosyal Sürdürülebilirlik ve ISO 26000. (2022). <https://www.escarus.com/sosyal-surdurulebilirlik-ve-iso-26000-1>

Suchacka, M. (2020). Corporate Digital Responsibility-A New Dimension of the Human-Technology Relations. *CzOTO*, 2(1), 1-8.

Swiss Digital Initiative (2022). “Corporate Digital Responsibility Report” https://digital-trust-label.swiss/wp-content/uploads/2022/11/SDI_IMD-CDR-Report_2022.pdf Erişim tarihi: 15.01.2023.

Şahin, Z. ve Çankaya, F. (2018). Türkiye’de GRI Rehberine Göre Hazırlanan Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(4), 860-879. <http://dx.doi.org/10.31460/mbdd.423716>.

T.C. Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Değerlendirme Raporu”. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/03/Surdurulebilir-Kalkinma-Amaclari-Degerlendirme-Raporu_13_12_2019-WEB.pdf Erişim Tarihi: 09.01.2023.

The Organisation for Economic Co-operation and Development. Secretary-General of the OECD. (2001). “Corporate Social Responsibility Partners for Progress”. https://www.oecd-ilibrary.org/governance/corporate-social-responsibility_9789264194854-en Erişim Tarihi: 10.12.2022.

Tratkowska, K. (2019). Digital Transformation: Theoretical Backgrounds Of Digital Change. *Nauki O Zarzadzaniu*, 24(4), 32-37.

Trittin-Ulbrich, H., & Böckel, A. (2022). Institutional Entrepreneurship For Responsible Digital Innovation: The Case Of Corporate Digital Responsibility. *Creativity and Innovation Management*, 31(3), 447-459.

Türkden, D. K., & Kuşay, Y. (2022). Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Sosyal Medya İletişiminde Kullanımı: Bankacılık Sektörü Özelinde Bir Değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (39), 216-239.

Türkel, S., & Yeşilkuş, F. (2020). Dijital Dönüşüm Paradigması: Endüstri 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 332-346.

Türkiye Bankalar Birliği. (t.y.). “Bankacılık Sektörü İçin Sürdürülebilirlik Kılavuzu” <https://www.tbb.org.tr/surdurulebilirlik/tbb-surdurulebilirlik-kilavuzu.html> Erişim tarihi:12.12.2022.

Umanilo, M.C.B., Fachruddin, I., Mayasari, D., Kurniawan, R., Agustin, D.N., Ganefwati, R., Daulay, P., Meifilina, A., Alamin, T. and Fitriana, R. (2019). Cybercrime Case As İmpact Development Of Communication Technology That Troubling Society, *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8 (9), 1224-1228.

United Nations Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. (t.y.). “The 17 Goals.” <https://sdgs.un.org/goals> Erişim Tarihi: 10.12.2022.

United Nations Global Compact. (t.y.). Social Sustainability. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/social> Erişim Tarihi: 04.01.2023.

Utting, P. (2005) Corporate Responsibility And The Movement Of Business, Development in Practice, 15,3-4, 375-388, DOI: 10.1080/09614520500075797

Van Wynsberghe, A., & Robbins, S. (2019). Critiquing the Reasons for Making Artificial Moral Agents. *Science and Engineering Ethics*, 25, 719-735.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection And Research Agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.

Vial, G. (2021). Understanding Digital Transformation: A Review And A Research Agenda. *Managing Digital Transformation*, 13-66.

Vrana, J., & Singh, R. (2021). Digitization, Digitalization, And Digital Transformation. *Handbook of Nondestructive Evaluation 4.0*, 1-17.

Wang, L., (2011). Factors Affecting Perceptions of Corporate Social Responsibility Implementation: An Emphasis on Values, *University of Helsinki, Dissertationes Forestales*, 1-107. <http://www.metla.fi/dissertationes/df130.htm>

Yankın, F. B. (2019). Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1-38.

Yin., R.K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Zinder E., Yunatova I., 2016, Synergy For Digital Transformation: A Person's Multiple Roles And Subject Domains Integration, [in:] *Digital Transformation and Global Society: First International Conference*, June 22-24, Springer, pp. 155-168.