



DOI: 10.18427/iri-2018-0099

Társadalmi innovációk, avagy lehetőséggé alakított problémák Magyarországon

Paczári Viktória

Debreceni Egyetem, Szociológia és Társadalompolitika Doktori Program, Debrecen

Kutatások bizonyítják a gazdasági és innovációs potenciál közötti összefüggést, azaz azok a területek, térségek, amelyek innovációkban gazdagabbak, magasabb gazdasági prosperitást mutatnak (Pongrácz & Nick, 2017). A tudás alapú gazdaságok térnyerésével egyre inkább előtérbe kerül a kreativitás és a tudás fontossága, hiszen ezek szerencsés velejároból szükséges feltétellé alakultak (Rittgasszer & Lukovics, 2012). Az utóbbi években, társadalmi innovációk segítségével érdeklődésben létrehozott programok sikeressége, az általuk megismerttetett, támogatott innovációk eredményessége, a terület tudományos életben való viszonylagos ismeretlensége, valamint az Európai Unió általi prioritizáltsága egyaránt indokolják a társadalmi innovációk témakörének tudományos igényű feldolgozását.

Definíciós kísérletek

"Social innovation is a term that almost everybody likes, but nobody is quite sure of what it means" – vagyis a társadalmi innováció egy olyan kifejezés, amelyet mindenki szeret, de senki nem tudja igazán, mit jelent – írja Pol és Ville (2009) a fogalom definiálásával foglalkozó tanulmányában. A társadalmi innováció jelentésének tisztázását az elmúlt évtizedekben sokan megkísérelték már, ennek ellenére egységesen elfogadott definíciót továbbra sem tartunk számon. A társadalmi innovációról gondolkodó kutatók és szakértők, gyakorlati megvalósítók körében csupán megközelítésekről, értelmezési kísérletekről beszélhetünk. A meghatározás nehézsége abban rejlik, hogy két, igen tág elem definiálása szükséges hozzá, azaz fontos tudnunk, mit tekintünk társadalmi problémának, és mit tekintünk innovációnak. Emellett tovább nehezítik a jellemzést a területi, társadalmi eltérésekből fakadó különbözőségek – mást nevezünk társadalmi problémának Dél-Afrikában, és mást a skandináv országokban; más tart innovációnak a piaci szféra, és mást az állami. Mindemellett tudományos szempontból is sokszínű a fogalom, hiszen egyaránt foglalkozik vele a közgazdaságtan, a szociológia, vagy

épp a jogtudomány is, mind-mind saját diszciplináris sajátosságait szem előtt tartva.

Maga a fogalom az 1960-as években került be a tudományos diskurzuszba – ekkor még csupán említés szintjén, az elmúlt évtizedben kezdődött meg a tudományon belüli, valódi térnyerése, melynek oka elsősorban a technológiai innováció jelentéstartalmának elégtelensége a növekvő társadalmi feszültségekkel teli világban (Szegedi et al., 2015). A társadalmi innovációkkal kapcsolatos várakozások szerint az ilyen jellegű kezdeményezések magas határfokkal oldanak meg társadalmi problémákat. A témával kapcsolatban gyakran emlegetett, társadalmi célú újítás többek között a mikrohitelzés, vagy a fair trade – vagyis tisztességes kereskedelem. Ezek olyan innovációk, amelyek alapjaiban változtatták meg saját területük működését, és világítottak rá egy működő megoldási lehetőségre. A fogalom értelmezése régióként eltérő lehet, ám azt a tendenciát egységesen megállapíthatjuk, hogy a társadalmi innovációt nagyon gyakran hozzák összefüggésbe a társadalmi vállalkozás, a szociális gazdaság, vagy a vállalati felelősségvállalás jelenségeivel, melyek ugyan lehetnek társadalmi innovációk, de eredendően nem azok. A társadalmi innováció nem különül el élesen a gazdasági innovációtól, és ezzel a hagyományos értelemben vett újításoktól. Fontos továbbá az is, hogy társadalmi innovációnak nem szükséges világrengető újdonságnak lennie, elég, ha csupán a megjelenési környezetben újszerűnek hat. Everett M. Rogers szerint épp elég az, ha az egyén (a célcsoport tagja) innovációként érzékeli az újítást, amelyet esetleg már másik régióban régóta alkalmaznak – elég új szektorra, cselekvési területre irányulnia. Ezzel szemben többek között Katrin Gillwald szerint a társadalmi innovációk minősége sokkal inkább rejlik annak hatásában, mint újszerűségében, hiszen társadalmi innováció esetén egy régi probléma a korábbi lehetőségeknél hatékonyabb megközelítéséről beszélünk. A Stanford Social Innovation Review definíciója szerint a társadalmi innováció olyan újszerű megközelítés, problémamegoldási lehetőség, amely esetenként régebbi gyakorlatra épülhet (Caulier-Grice et al., 2012).

„Social innovations are new solutions (products, services, models, markets, processes etc.) that simultaneously meet a social need (more effectively than existing solutions) and lead to new or improved capabilities and relationships and better use of assets and resources. In other words, social innovations are both good for society and enhance society’s capacity to act” (Caulier-Grice et al., 2012:18), azaz *„A társadalmi innovációk új megoldások (termékek, szolgáltatások, modellek, piacok, folyamatok stb.) amelyek egyidőben társadalmi szükségletet elégítenek ki (jobban, mint a már létező megoldások) és új vagy továbbfejlesztett képességeket, kapcsolatokat és az eszközök és a források jobb kihasználásához vezetnek. Más szóval jók a társadalomnak, és fokozzák a társadalom cselekvőképességét”* (The Young Foundation, 2012:18) – így szól a TEPSIE, a The Young Foundation, a Danish Technology Institute, és egyéb együttműködő partnereik kutatásai alapján kidolgozott, szakértők által is elfogadott társadalmi innováció-definíció. A

meghatározás – jóllehet nagyon hasonlít a hagyományos, schumpeteri fogalomra – fontos eleme a társadalmi aspektus, mely egyrészt a célcsoport igényeinek kielégítésében, illetve annak szükségességében, valamint a társadalom, mint cselekvő résztvevő bevonásában jelenik meg.

Az OECD-LEED Forum in Social Innovations definíciójában kiemeli, hogy bár a társadalmi innováció a gazdasági innovációtól különbözően nem újfajta terméket vagy kiaknázott piacot jelent általában, mégiscsak olyan igényeket elégít ki, melyet a meglévő piac nem biztosít az érintettek számára, fő célja pedig az, hogy megoldási lehetőségeket nyújtson az egyén és a közösség problémáira. Az OECD szerint éppen ezek miatt a társadalmi innováció és a helyi fejlesztések általában összefonódnak egymással. Az Oslo Kézikönyvben foglaltak szerint a társadalmi innovációnak nevezhetjük a társadalmi igények és szükségletek kielégítésének érdekében létrejött, új struktúrákat és együttműködéseket létrehozó kezdeményezéseket (Varga, 2017). Eduardo Pol és Simon Ville közgazdászok meghatározása szerint társadalmi innovációról olyan ötlet impilkálása esetén beszélünk, mely életminőséget, vagy életmennyiséget javít. A szerzőpáros különbséget tett a társadalmi innováció mikro- és makroszintjei között is – míg előbbi az egyén szükségleteire épít, addig utóbbi a kollektív igényekre fókuszál (Caulier-Grice et al., 2012). Nemes és Varga definíciója szerint a *„társadalmi innováció új, az eddigi gyakorlattól eltérő szemlélet-, megközelítési-mód, paradigma, termék, eljárási folyamat, gyakorlat, amely a társadalomban felmerülő problémák és szükségletek megoldását célozza meg, miközben új értékek, attitűdök, új társadalmi kapcsolatok, esetleg új struktúrák jönnek létre”* (Nemes & Varga, 2015:434-444) – tehát a folyamat lényeges része a létrejött produktum, mely bizonyos esetekben nem csupán maga az innováció, hanem az általa megszületett kapcsolatok, értékek, attitűdök. Phills, Deiglmeier és Miller definíciója ezt azzal egészíti ki, hogy a társadalmi innováció lehet termék, gyártási folyamat vagy technológia (hasonlóan általában az innovációhoz), de lehet egy elv, egy ötlet, egy jogszabály, egy társadalmi mozgalom, egy beavatkozási módszer, vagy ezek kombinációi is (Phills Jr. et al., 2008). Bizonyos nézetek szerint a definíciót leegyszerűsíthetjük társadalmi problémák a megszokottnál jobb gyakorlatokká való konfigurálásává is (Howaldt et al., 2008). *Bulut és munkatársai* (2013) szerint az innovációk jelentősen befolyásolják a szervezetek és a vállalatok működését is.

A társadalmi innovációk fogalmának fontos tartalma és jellemzője a társadalmi és gazdasági célok egyensúlyban tartása. Legfőbb eleme a társadalmi jó szolgálata, ami nem működhet gazdasági szemlélet nélkül. (Szegedi et al., 2015) A cél és az eszköz tehát adott. Valamilyen társadalmi jó érdekében mozgósított alkotói energia, újításra való hajlam gyakorlása a profitszerzés, az önző, saját haszonra való törekvés nélkül. Hídat képezhetnek a hagyományos piaci elvek szerint működő vállalkozások és a jótékonyági szervezetek között, hiszen tevékenységük struktúrája előbbi, míg céljaik utóbbi szabályszerűségeit veszik alapul. Fontos számukra a társadalmi hasznosság, emellett jól látják, hogy a

fenntarthatóság érdekében ki kell lépniük a hagyományos szervezeti keretek közül (Ilyash, 2013).

A társadalmi innováció szintjei

A társadalmi innováció szintjeit az Európai Bizottság által végzett kutatások alapján a következőképpen határozhatjuk meg:

- alulról szerveződő, vagy civil szervezetek bevonásával megvalósuló kezdeményezés;
- a társadalmi igényekre reflektáló válaszreakció;
- a társadalom átalakítását, megújulását eredményező folyamat.

Caulier-Grice és munkatársai (2012) írása szerint (mely egyben a TEPSIE irányadó közleménye is egyben) a társadalmi innováció fogalma jellemzően ötféle kontextusban használható. Társadalmi változásként értelmezve hangsúlyosan a civil társadalom, az üzleti szféra, vagy a társadalmi vállalkozások változásban betöltött szerepére kell koncentrálnunk. Szervezeti modellként a civil társadalom hatékonyságának és fenntarthatóságának, valamint az üzleti szféra versenyképességét befolyásoló tényezőként tekinthetünk rá. Társadalmi vállalkozásként értelmezve releváns lehet az egyén vállalkozás létrehozása során betöltött szerepe, valamint a vállalkozás jellemzői, attitűdjei szempontjából. Új termékek vagy szolgáltatások bevezetésekor az állami szektor innovációját értjük alatta legtöbbször, illetve a civil szervezetek által nyújtott közszolgáltatásokat. Végül vezetési modell leírására iszolgálhat, amennyiben a hangsúlyt a résztvevők közötti interakciókra, eszközökre, képességekre helyezzük.

A társadalmi innováció létrejöttében tehát kardinális szerepe van az igények felmérésének és a szükségletek felismerésének (Nemes & Varga, 2015). A társadalmi innovációk megjelenése különböző szinteken történhet: ennek megfelelően létrejöhet szervezeti vagy vállalati; regionális vagy nemzetgazdasági; illetve nemzetközi szinten is (Lessa et al., 2017).

Társadalmi innováció egyaránt létrejöhet az állami-, a gazdasági-, és a civil szektorban, ennek ellenére feltételezésem szerint leggyakrabban utóbbiban jelenik meg. Az állami szektor társadalmi innovációs vállalásait vélhetően kapacitás problémák, bürokratikus akadályok gátolják, míg a piaci szektornak profitorientáltságából fakadóan nem áll érdekében ezek erősítése. A civil szektor szerepe szerint azokkal a társadalmi problémákkal foglalkozik, azokat egészíti ki, melyekre a másik két szférának valami miatt nincs befolyása. Ezen okok miatt lehetséges az, hogy ilyen típusú kezdeményezések leggyakrabban a harmadik szektor civil szervezeteiben, vagy a társadalom egyéni, alulról jövő közösségeiben jelennek meg. Mindezek miatt megállapíthatjuk, hogy a társadalmi innovációs kultúra minőségét jelentősen befolyásolja a civil társadalom

erőssége, valamint az állampolgárok egyéni szerepvállalása, a közügyekben való részvételi, vállalkozói kedve.

Összegzés

A társadalmi innováció definíciójával foglalkozó irodalmak sora hosszú, tanulmányomban az általam legrelevánsabbnak tartottakat emeltem ki. Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy társadalmi innováció alatt új vagy újszerű (vagy az adott környezetben, csoport számára újszerű) megoldást értünk, mely minden esetben valamilyen társadalmi problémára reagál, társadalmi igényt elégít ki, és a problémát lehetőséggé, potenciállá konvertálja. Az innováció hagyományos definíciójához képest új termék, szolgáltatás, piac, folyamat mellett megjelenhet társadalmi mozgalom, jogszabály, gondolkodásmód formájában is. Az egyéni profitszerzés helyett a társadalom érdekében történik, fokozza annak jólétét, javítja életminőségét. A folyamat dinamikus, ugyanis fokozza a társadalom cselekvőképességét, segíti új együttműködések, kooperációk, kapcsolatok kialakítását.

A műfaj legitim piaci szegmessel rendelkezik, melyet a tömegtermelésből, személytelenségből kiábrándult fogyasztói csoport erősít. Mindez dinamikus, rugalmas attitűddel párosul, mely a panaszkulturában megfáradtak számára nyújthat újfajta, fiatalos szemléletmódot, s ezzel biztosíthatja a társadalmi innovációk sikerét. A sikerhez a felsoroltak mellett elengedhetetlen az együttműködési készség, a nyitottság és a közösségi értékek közvetítése (Fábri, 2013). Társadalmi hasznosság, a maga progresszív értelmében.

A társadalmi innovációt körülvevő, tudományos diskurzus és professzionizált módszertan kialakulása napjainkban zajlik. Magyarország a nemzetközi trendeket kísérve, az Európai Unió és különböző nemzetközi szervezetek iránymutatását követve igyekszik kialakítani a hazai társadalmi innovációs ökoszisztémát, melynek első, fontos lépését a magyar viszonyokat figyelembe vevő, egységesen elfogadott fogalmi koncepció képezheti.

Irodalomjegyzék

- Bulut, C., Eren, H., & Seckin-Halac, D. (2013). Social Innovation and Psychometric Analysis. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 82 (3), 122-130. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.235>
- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012) *Defining Social Innovation. A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*. [European Commission – 7th Framework Programme]. Brussels: European Commission, DG Research.
- Fábri György (2013). A szociális innováció kettős értelméről. *Magyar Tudomány*. 174 (8), 1005-1007.

- Howaldt, J., Kopp, R., & Schwarz, M. (2008). Innovationen (forschend) gestalten: Zur neuen Rolle der Sozialwissenschaften. *WSI Mitteilungen*, (2), 63-69.
- Ilyash György (2013). Társadalmi innováció, társadalmi vállalkozás, és designgondolkodás. *Magyar Tudomány*, 174 (8), 1002-1005.
- Lessa, B. S. et al. (2017). Education in cooperative cells as a social innovation: a case study in the Brazilian semiarid. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13 (3), 166-175.
- Nemes, G., & Varga, Á. (2015). Társadalmi innováció és társadalmi tanulás a vidékfejlesztésben – sikerek, problémák, dilemmák. In Veresné Somosi Mariann (szerk.), „*Mérleg és Kihívások*” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia (pp. 434-444). Miskolc: Miskolci Egyetem.
- Phills Jr., J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6 (4), 34-43.
- Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *The Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 38 (6), 878-885.
- Pongrácz F., Nick G. A. (2017). Innováció – a fenntartható növekedés kulcsa Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, 64 (7-8), 723-737.
- Rittgasser I., & Lukovics M. (2012). A versenyképesség és a kreativitás területi szintű kapcsolatrendszer. In Bajmócy Z., Lengyel I., & Málovics Gy. (szerk.), *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság* (pp. 207-224). Szeged: JATEPress.
- Szegedi Krisztina, Fülöp Gyula, & Bereczk Ádám (2015). Fogalmi meghatározások, modellek és példák a vállalati társadalmi felelősség és a társadalmi innováció hazai és nemzetközi irodalmából. *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek*, 12 (2), 122-128.
- The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview: A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*. [European Commission – 7th Framework Programme]. Brussels: European Commission, DG Research.
- Varga Krisztina (2017). Társadalmi innováció az önkormányzatok működésében. In *Társadalmi innováció és felelősségvállalás Észak-Magyarországon* (pp. 7-15). Miskolc: Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar.