

A DIGITÁLIS TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ ELMÉLETI ÉS GYAKORLATI VONATKOZÁSAI

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF DIGITAL SOCIAL INNOVATION

NAGY Szabolcs

egyetemi docens (PhD)
nagy.szabolcs@uni-miskolc.hu
Marketing és Turizmus Intézet, Miskolci Egyetem

Kivonat: *A globális társadalmi és környezeti problémák korában élünk. Ezen problémák kezelésének egyik lehetséges módja a társadalmi innováció, melynek egyik speciális változata a digitális társadalmi innováció. A tanulmány bemutatja a digitális társadalmi innováció definícióit, jellemzőit és a nemzetközi jó gyakorlatait. A tanulmány a digitális társadalmi innovációk elterjesztésére vonatkozó javaslatokkal zárul.*

Kulcsszavak: *társadalmi innováció, digitális társadalmi innováció, jó gyakorlatok*

Abstract: *We live in the age of global social and environmental problems. One of the possible ways of dealing with these problems is social innovation, of which one special form is called digital social innovation. The study presents definitions, characteristics and international best practices of digital social innovation. The study concludes with proposals for enhancing digital social innovations.*

Keywords: *social innovation, digital social innovation, best practice*

1. BEVEZETÉS

Mai világunkat a globális társadalmi- és környezeti válságok jellemzik, melyek közül a legfontosabbak a klímaváltozás, a természeti környezet pusztulása; a kiterjedt konfliktusok, háborúk; az egyenlőtlenség; a szegénység; a vallási konfliktusok; a kormányok elszámoltathatósága és átláthatósága, a korrupció; az élelmiszer és vízbiztonság; az oktatás hiánya, a gazdasági lehetőségek hiánya és a munkanélküliség (Global Shapers Annual Survey 2017). Mindezek összhangban vannak a saját, korábban készült, Magyarországra vonatkozó kutatási eredményeimmel is (Nagy, 2012), hiszen a magyarok is a munkanélküliséget, az etnikai konfliktusokat, a szegénységet, a fegyveres konfliktusokat/háborúkat, a minőségi oktatáshoz való nehéz hozzáférést, a gazdasági elmaradottságot, a környezetszennyezést és az egészségügy állapotát tartották a legégetőbb társadalmi problémáknak.

Mindezekre próbál megoldást találni a társadalmi innováció, melynek jelentősége nem kisebb, mint a gazdasági és természettudományi innovációké (Kocziszky, Veresné Somosi és Balaton, 2017). A nem fenntartható gazdasági fejlődés és a hagyományos marketing társadalmi problémákat idéznek elő, amelyek a társadalmi innovációk segítségével enyhíthetők. A marketing területén az 1970-es évek közepén született meg a válasz a már akkor is létező társadalmi problémák megoldására a társadalmi marketing formájában (Kotler és Zaltman, 1971). A társadalmi marketing fő célja a célcsoport(ok) viselkedésének önkéntes megváltoztatása, azaz bizonyos viselkedésformák, cselekvések elutasítása vagy elfogadása, illetve elhagyása az egyén, csoportok, szervezetek, vagy az egész társadalom haszna érdekében. A társadalmi marketing célja a hagyományostól eltérően nem a profit-maximalizálás, vagy a piaci részesedés növelése, illetve a márkaépítés, hanem pozitív

társadalmi változások indukálása és erősítése, amelyet a hagyományos marketing eszköztárát használva valósíthat meg (Andreasen, 2003).

2. A TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ ÉS A DIGITÁLIS TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ

A társadalmi innováció fogalmának meghatározása nem egyértelmű, melynek oka, hogy az tudományos határterületek érint és széleskörűen alkalmazható, sok mindenre ráhúzható. Mindezek miatt mind a mai napig a társadalomtudósok nagyon megosztottak, hogy mit értsenek a társadalmi innováció fogalma alatt. A társadalmi innováció olyan társadalmi problémákra irányuló újszerű megoldás, amely hatékonyabb, hatásosabb, fenntarthatóbb, mint a már létező megoldások, és az általa létrehozott érték elsősorban a társadalom egészére, nem pedig magánszemélyekre vonatkozik (Phills, Deiglmeier és Miller, 2008). A társadalmi innováció a kihívást jelentő és gyakran rendszerszintű társadalmi és környezeti kérdések megválaszolására irányuló, a társadalmi fejlődést támogató, hatékony megoldások kifejlesztésének és kiaknázásának a folyamata (Centre for Social Innovation, Stanford, 2018).

A Tepsie kutatási projekt definíciója szerint a digitális társadalmi innováció, azaz a „digitális technológia a társadalmi innovációban” nem más, mint az információs és kommunikációs technológiák (IKT), azaz online hálózatok és más digitális eszközök társadalmi innovációt létrehozó és/vagy azt támogató felhasználása. A „támogatás” azt jelenti, hogy egy már létező társadalmi innovációt IKT eszközök segítségével lényegesen hatékonyabbá teszünk. A „létrehozás” alatt pedig azt értjük, hogy IKT nélkül a társadalmi innováció létre sem jöhetne. A Tepsie társadalmi innováció alatt a társadalmi igények kielégítésének új megközelítési módjait érti, amelyek a kedvezményezetteket is bevonják, mozgósítják és a társadalmi kapcsolatokat oly módon alakítják át, hogy a kedvezményezettek jobban hozzáférjenek az erőforrásokhoz és a hatalomhoz (Millard és Carpenter, 2014).

Mindazonáltal a digitális társadalmi innováció fogalmának meghatározása nem egyszerű. Nagyon sokan nagyon sokféleképpen értelmezik. Egyesek szerint ezt egy „gumifogalom”, amelybe minden befér, mások szerint három manapság divatos szó kombinációja. Sokszor kapcsolódnak hozzá olyan pozitív asszociációk, mint a nyíltság, az együttműködés és a bevonás, amelyek a hagyományos, profitérdekek által mozgatott innovációk esetében nem jelennek meg.

Baek és Bria (2014) négy technológiai trendet azonosított be a digitális társadalmi innovációkkal foglalkozó több mint 130 projekt tanulmányozása során, melyek a nyílt hardver (open hardware); a nyílt hálózatok (open networks); a nyílt adatok (open data) és a nyílt tudás (open knowledge). A nyílt hardverhez kapcsolódó projekteket a világszerte népszerű „csináld magad” mozgalmak ihlették. A projektekben digitális hardware eszközöket tesznek elérhetővé mások számára, akik különféle társadalmi változások elérése érdekében adaptálhatják, megváltoztathatják és továbbfejleszthetik azokat. A nyílt tudással kapcsolatos projektekben az állampolgárok jelentős csoportjai online platformokon jönnek össze, hogy közösen hozzanak létre és elemezzenek újfajta tudást, illetve közösen finanszírozzanak (crowdfund) társadalmi projekteket. Ez a digitális társadalmi innováció azon része, ahol a legnagyobb aktivitás érzékelhető, ahol a legtöbb tevékenység zajlik. Ide tartoznak például az olyan részvételi demokrácia platformok, mint a FixMyStreet, amely lehetővé teszi a polgárok számára, hogy a helyi kérdéseket térképezzék fel, például hol vannak kátyúk és a törött utcai lámpák, de ide tartozik a jogszabályok közös írása és az e-petíciókhoz kapcsolódó ötleteket gyűjtése is. A nyílt adatok trend az adatok nyílttá tételének, rögzítésének, használatának, elemzésének és értelmezésének innovatív módjaira vonatkozik. A negyedik – nyílt hálózatok - trend azt írja le, hogy az állampolgárok új hálózatokat és infrastruktúrákat hoznak létre és fejlesztenek - pl. szenzorhálózatok – ahol összekapcsolhatják az eszközeiket, például a

telefonjaikat és az internetes modemjeiket annak érdekében, hogy a megosztott közös erőforrások használatával problémákat tudjanak megoldani.

3. A NEMZETKÖZI JÓ GYAKORLATOK

A digitális társadalmi innováció sikeréhez az állampolgárok bevonására is szükség van, ami a digitális társadalmi innovációval foglalkozó projektek és szervezetek egyik legnagyobb kihívását jelenti. Még manapság is nehéz meggyőzni az állampolgárokat a digitális társadalmi innováció áldásos hatásairól.

A Social Innovation Community honlapon a DTI számos jó gyakorlatával találkozhatunk. A Citizen Lab egy civil szerepvállalási platform, amely lehetővé teszi az állampolgárok számára, hogy szorosabban vegyenek részt a kormányzásban. A Making Sense egy olyan EU által finanszírozott projekt, amely az állampolgárok érzékenyítésével vállalkozik arra, hogy az emberek jobban megértsék a természeti környezetben zajló változásokat és a környezeti problémák megoldását célzó kampányokat kezdeményezhessenek. A mySociety egy olyan úttörő civil technológiai szervezet, amely egy évtizede azon dolgozik, hogy a kormányzatok működését szerte a világban átláthatóbbá és elszámoltathatóbbá tegye.

A FabCity projekt fő célkitűzése, hogy 2054-ig a projektben résztvevő városok teljesen önfenntartóvá váljanak, azaz mindent, amit elfogyasztanak, saját maguk állítsanak elő. Mindezt részben digitális technológiai eszközök használatával kívánják elérni. A WheelMap a kerekesszékes felhasználók számára egyes helyszínek hozzáférhetőségével kapcsolatos információkat tartalmaz. Az alkalmazás segítségével a felhasználók kerekesszékekkel hozzáférhető helyeket kereshetnek ingyenesen világszerte, és ugyanilyeneket jelölhetnek be. Novak (2018) újabb nyolc inspiráló digitális társadalmi innovációs projektet mutat be blogjában, melyek a Plume Labs, az Airbnb, a Fairphone, az Opendesk, a Digi.me, az Open Knowledge International, a Fab Foundation és a már említett CitizenLab.

4. KÖVETKEZTETÉSEK

A digitális társadalmi innováció jelenleg még „életciklusának” kezdeti szakaszában tart. Bár globálisan és Európában szép számmal találhatunk DTI-hez kapcsolódó kezdeményezéseket, projekteket, hazánkban még egyáltalán nem elterjedt. Az ilyen projektek sikerének egyik kulcsa az állampolgárok bevonása, ahol az állampolgárok bevonódási készsége alacsony szintű, mint például hazánkban, ott sokkal nehezebb ezt az áttörést megvalósítani, és a digitális társadalmi innovációt a „fősodor” részévé tenni.

Amennyiben azonban támogatni akarjuk a digitális társadalmi innovációk elterjedését, ahhoz arra van szükség, hogy a digitális technológiákat a közjó növelése érdekében fejlesszük. Olyan szabályozási és finanszírozási környezetet hozunk létre, amely minden szereplőt arra ösztönöz, hogy innovációs tevékenységének fókuszát az az együttműködésen alapuló gazdaság és társadalom, valamint a közvetlen demokrácia területére helyezze. Mindezekon túl jelen pillanatban szükségesnek tűnik a potenciális szereplők informálása, hálózatba szervezése és képzése is. Technológiai szempontból pedig a nyílt forráskódú rendszerek, architektúrák támogatására van szükség a felhasználói adatok erőteljes védelme mellett. Ha mindezek megvalósulnak, akkor van esély a digitális társadalmi innovációkon keresztül az életminőség javítására és a társadalmi problémák megoldására is.

5. FELHASZNÁLT IRODALOM

[1] ANDREASEN A. R.: *The Life Trajectory Of Social Marketing. Some Implications.*, Marketing Theory Articles, Vol. 3 (3), 293–303, 2003

- [2] **BAECK, P., BRIA, F.:** *Digital Social Innovation. What It Is And What We Are Doing?* Nesta, 2014, https://media.nesta.org.uk/documents/digital_social_innovation-what-it-is-and-what-we-are-doing.pdf
- [3] **CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION:** *Defining Social Innovation*, Stanford, 2018, https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation?fbclid=IwAR10OeTvJwxQNrQmsuL0Qqawu22_TRsHNW2-Fk2mU8qdsOJtL_iw8MyDhQY
- [4] **GLOBAL SHAPERS ANNUAL SURVEY**, World Economic Forum, Global Shapers Community, 2017, http://shaperssurvey2017.org/static/data/WEF_GSC_Annual_Survey_2017.pdf
- [5] **KOCZISZKY, GY., VERESNÉ SOMOSI, M., BALATON, K.:** *A társadalmi innováció vizsgálatának tapasztalatai és fejlesztési lehetőségei.* Vezetéstudomány - Budapest Management Review, 48 (6-7). pp. 15-19., 2017, <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.06.02>
- [6] **KOTLER P. - ZALTMAN. G.:** Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, Vol. 35, 3–12., 1971
- [7] **MILLARD, J. - CARPENTER, G.:** *Tepsie: Digital technology in social innovation. A synopsis*, 2014.
- [8] **NAGY, SZ.:** *A társadalmi marketing, különös tekintettel a környezettudatosság aktuális kérdései Észak-Magyarországon.* In: Marketing Oktatók Klubja XVIII. Országos Konferencia 2012, Miskolc, 10. o., 2012
- [9] **NOVAK, M.:** *8 inspiring examples of digital social innovations.* 2018, <http://www.socialinnovationacademy.eu/8-inspiring-examples-digital-social-innovations/>
- [10] **PHILLS, J. - DEIGLMEIER, K. - MILER, D.:** *Rediscovering Social Innovation.* Stanford Social Innovation Review, 2008