

TOPLUMSAL SORUNLARLA MÜCADELEDE BİR KALDIRAÇ OLARAK SOSYAL İNOVASYON VE SOSYAL GİRİŞİMCİLİK AÇISINDAN ÖNEMİ



Oktađ KOÇ

Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üni.
Biga İİBF, İşletme Bölümü

Foucault'ya (1979;26-27) göre sosyal alan; "tek başına düzenlemelere, karşı karşıya gelmelere dayanmaz; o aynı zamanda manevralar, taktikler, işlevini yerine getirmelerle" de sıklıkla gündemleşir. Foucault'cu bu kavramlaştırmada dikkate değer olan, sosyal alan denileni oluşturan bireylerin; sosyal pratikler vasıtasıyla işlevlerini yerine getirmelerine ve bu işlevsel olma kaygısı esnasında sıklıkla müştereklikler kurma ile tersi olarak karşı karşıya gelebilme olasılıklarına yapılan vurgudur. Sosyal alana ilişkin böyle bir indirgemeci yaklaşım (Foucault'cu eleştirel bakış kısa süreliğine bir kenara bırakılarak), bir süre sonra bireyin kendiliğinden bir bütünüün parçası olarak farklılaşma eğilimi ile de ifade edilebilir. Nihayet kendiliğinden bir bütünüün parçası olarak birey, mutlaka biçimlendirilmiş, disipline edilmiş ve uyum sağlamış bir varlık olarak yeniden yapılır. Buradaki ifadelerin soğukluğu da akılda tutularak-bireysel eğilimlerin sosyalleşme sürecinde terk ediliyor olması, sağlıklı bir sosyal yapının oluşturulması ile bu yapının sürdürülebilir kılınması açısından elzemdir. Koşut olarak sosyal inovasyonun, sosyal zorunlulukların veya kabullerin çıktısı olarak ifade edilebilecek bir yaklaşımı niteleyici olduğu ileri sürülebilir. Belki de sosyal inovasyon, Foucault'cu kavramlaştırma ile müştereklikler kurmanın ve/veya işlevlerini yerine getiriyor olmanın da önemli bir sonucu olarak kabul edilmelidir.

Bu açıklamalara sadık kalarak son dönemin popüler kavramlarından birisi olan inovasyon, sanayi iş kolundan ödünç alınarak sosyal alana aktarıldığında, nihayet sosyal inovasyon olarak kavramlaştırılabilmektedir. Bu çerçevede sosyal inovasyon; toplumsal sorunların çözümü açısından geliştirilen ve

uygulama şansı bulan yeni yaklaşımları, uygulamaları, yapılanmaları (örgütlenmeleri), iş modelleri ve/veya süreçlerini ifade edici olarak kullanılmaktadır. Mumford'un (2002) kavramlaştırması ile daha geniş bir kapsama alanına erişen sosyal inovasyon; hususen müşterek toplumsal hedef veya hedeflere erişme noktasında insanların, kişilerarası faaliyetleri veya sosyal etkileşimi nasıl organize etmeleri gerektiğine odaklanan yeni düşüncelerin, yaratılması ve uygulanmasıdır. Bu çerçevede ortaya çıkması olası yeni yaklaşım veya uygulamalara, kamu idaresi önderlik edebileceği gibi, ondan bağımsız kuruluşlarca da ele alınabilir. Dolayısıyla sosyal inovasyonun tarafları açısından belirleyici faktör, onun nerede ve nasıl üretildiği değil, olsa olsa ne için (hangi sorunun çözümüne dönük olarak) veya kim/kimler için (toplumun hangi kesimi için) üretildiğidir. Örneğin 2006 yılında Nobel Barış Ödülü (nobelprize) alan Muhammed Yunus'un yarattığı sosyal inovasyonun başarısı -siğ olarak-, ne kendisinin İktisat Profesörü olmasına ve ne de yerel yönetimler tarafından desteklenmesine bağlı olarak değerlendirilmelidir. Onun en büyük eseri olarak görünen Grameen Bank vasıtasıyla yaratılan inovatif mikro kredi olanaklarının muhatabı, toplumsal ölçekte en altta yer alan kesimlerden başkası değildir. Burada hemen şunu not etmek gereklidir ki, Muhammed Yunus'un yoksul kesimlerle ilgili uzunca süreler devam eden çalışma ve gözlemleri, bu tür bir inovasyon gerçekleştirilmesine sonuç vermiştir.

Sosyal inovasyon çalışmaları, sanayi veya hizmetler iş kollarındaki inovasyon faaliyetlerinde olduğu gibi önemli riskleri üstlenmeyi, göğüslemeyi gerektirir. Zira Schumpeter'in (1934;84-85) değindiği üzere ekonomik gelişmenin anahtar unsuru olarak inovasyon, girişimcilik ile karşılıklı ve yakınsak bir ilişkiye sahiptir. Schumpeter'e hakkını teslim ettikten sonra hemen vurgulamak gereklidir ki; her girişim, bir girişimciyi ve o girişimci için cesareti -diğer bir deyişle önemli oranda risk alabilmeyi- gerektirir. Zira inovasyonun piyasa için henüz tanınmayan, bilinmeyen ve yeni olarak ifade edilebilecek olan her ne var ise onu ifade ettiği düşünülduğünde, bu inovasyona dayanarak bir girişim başlatan girişimcinin, ne denli yaşamsal bir risk üstlendiği daha açık olarak kavranabilir. Diğer taraftan sosyal inovasyonun, toplumsal sorunların çözümü açısından önemli bir kaldıraç olduğu kabulünde yer alan masumiyet veya

altruist (özgeci) yaklaşım bile, sosyal inovasyonun başarısını garanti edemeyebilir. Bu nedenle sosyal inovasyonun da mutlaka uygulama planına sosyal girişimciler tarafından taşınması ve nihayet olası sonuçlarının değerlendirilmesi gereklidir. Örneğin UNICEF ve MEB işbirliği ile ilk defa 2003 yılında uygulanmaya başlanan “Haydi Kızlar Okula” kampanyası -ki temelde eğitim öğretime teşvik açısından bir model olarak da kabul edilebilir- ile 2006 yılı sonuna gelindiğinde toplam 222.800 kız çocuğunun okullulaştırıldığı görülmektedir (<http://haydikizlarokula.meb.gov.tr>). Şu veya bu nedene bağlı olarak okula gönderilmeyen kız çocuklarının, eğitim-öğretim sürecine kazandırılması açısından önemli bir inovatif uygulama olarak kabul edilebilecek “Haydi Kızlar Okula” kampanyasının, sonuçları itibarıyla yeteri talep gördüğü ve başarılı olduğu ifade edilebilir -ki tespit edilen okula gitmeyen kız öğrenci sayısının %81’ine karşılık gelen miktarda öğrencinin okullulaştırıldığı özellikle belirtilmelidir. Dolayısıyla iktisadi anlamda girişimcinin başarısını gösteren iş sonuçlarının, aynı şekilde sosyal inovasyon açısından da sosyal tanınırlık/meşruiyet ve benimsenme/kabul edilirlilik sağlayacağı ileri sürülebilir.

Öte yandan Hitt ve diğerlerinin (1996) belirlediği üzere, finansal ve stratejik hassasiyet de yeni düşüncelerin kolaylıkla değerlendirilmesi ve kabul edilmesini etkileyicidir. Kabul etmek gerekir ki; inovatif faaliyetlerin başarısı, diğerlerinin ona nasıl yaklaştığı ile oldukça ilgilidir. Hegel’in meşhur Köle (Uşak)-Efendi diyalektiği çerçevesinde, Efendi-Köle bütünleşmesi ve karşılıklı tanınmaya atfen benzeri şekilde tartıştığı üzere, fikri ne kadar parlak olursa olsun girişimci, bunun uygulamasını tek başına gerçekleştiremez. Mutlaka kendisine inanan, destek veren, onun için çaba gösterecek ve işbirliği yapabilecek insanların katkılarına yani stratejik ittifaklara, tarihsel bloklara, bağlanmalara gereksinir. Bununla birlikte girişimin nasıl ve ne düzeyde finanse edildiğinin de yine onun başarılı olması ile diğerleri tarafından desteklenmesi açısından önemli olduğu ifade edilebilir. Aynı olası bütünleşme ve desteğin, sosyal inovasyon bağlamında oluşturulacak sosyal girişimler için de geçerli olduğu öne sürülmelidir. Yarattığı sosyal inovasyon çerçevesinde başarı elde etmek isteyen sosyal girişimci, geniş

kitlelerinin dikkatini çekerek gerek onların ve gerekse kamu idarecilerinin desteğini mutlaka sağlamalıdır.

Leadbeater'ın (1997:9); "Özellikle II. Dünya Savaşı'nın ardından birçokları refah devletinin gelişimini, sosyal ilerlemenin göstergesi olarak görmüşlerdir. Gelgelelim refah devletinin esnek olmayışı, yavaş işleyişi, bürokratik oluşu, insanı dışarlaması ve güçsüzleştirilmesi sıklıkla eleştirilmiştir. Gerçekte sosyal ilerleme, sosyal bütünlük hissini yeniden kurulması yoluyla bölünme ve dışarlamının üstesinden gelindiğinde ancak mümkün olacaktır. Modern bir mobil toplum, ancak refahın dağıtılmasına ilişkin yeni yollar keşfedilip tarafsızca uygulandığında bütünleşebilecektir. İşte bu, sosyal girişimcilerin ne yaptıklarının ve neden önemli olduklarının da cevabını oluşturmaktadır." şeklindeki belirlemesi, sosyal inovasyon ve nihayet sosyal girişimcilik açısından dikkate değerdir. Buna ve daha en başta Foucault'ya atfen ortaya konan görüşler doğrultusunda sosyal inovasyon; geliştirilip gerçekleştirilen sosyal pratikler yoluyla sosyal bütünlüğün sağlanması açısından önemli bir araç ve kaldıraç olarak kabul edilebilir. Örneğin sosyal bir soruna çözüm aramak üzere gerçekleştirilen bir sosyal girişim çatısı altında, temelde özdeş olmayan kitlelerin maddi veya aynı yardımlarda bulunduğu ve hatta bazılarının da bu kapsamda fiziksel veya zihinsel emekleriyle katkı sunmaya çabaladıkları ifade edilebilir. Dolayısıyla toplumsal sorunlara çare olmak üzere yaratılan sosyal inovasyonlar, kitlesel duyarlılık yaratılmak suretiyle sağlanacak her türlü katkıya koşut, toplumun farklı inançlara, katmanlara ve kültürlere sahip kesimlerinin bir çatı altında toplanması açısından önemli bir çarpan olarak kabul edilebilir.

Bütün bunlardan sonra sosyal inovasyonu temellendirmek için ileri sürülebilecek önermeler şu şekilde sıralanabilir:

Ö1: Sosyal inovasyon, toplumun kendi kendini tedavi etmesi açısından önemli bir araçtır.

Gerçekten de sosyal inovasyon örnekleri incelendiğinde, özellikle kamu idaresince görmezden gelinen veya üstesinden gelinemeyen sorunlara sivil toplumca çözüm üretilecek amacıyla geliştirildikleri anlaşılacaktır. Örneğin Pamela Hawley'in yarattığı web tabanlı inovatif bağış sistemi (Universalgiving) vasıtasıyla

yine yoksullukla veya benzeri yetersizliklerle mücadele etme anlamında sadece yerel değil küresel çerçevede toplumun çok farklı kesimlerinin biraraya getirildiği ifade edilebilir.

Ö2: Sosyal inovasyonlar, mutlaka sosyal girişim ve girişimcileri (sosyal girişim liderlerini) gerekli kılar.

İktisadi bağlamda gerçekleştirilen inovasyonlarda olduğu üzere sosyal inovasyonlar da mutlaka bir sosyal girişimciyi gerektirir. Örneğin, sokak çocuklarının yeniden topluma kazandırılması açısından Umut Çocukları Vakfı ismi altında bir sosyal girişime önderlik yapan Yusuf Kulca'nın dikkat çeken bir sosyal girişimci olduğu ifade edilebilir (<http://turkey.ashoka.org/Turkeyfellows>). Ancak iktisadi girişimci ile sosyal girişimcinin birbirinden ayrıldığı bazı noktaların var olduğu da burada ifade edilmelidir. İktisadi anlamda inovasyonlar kar elde etmeye yönelik iken, sosyal inovasyonların sosyal fayda yaratmaya odaklandıkları ileri sürülebilir. Bunun yanı sıra, iktisadi girişimlerin inovatif faaliyetleri temelinde rekabet ilişkisi içerisinde oldukları ifade edilebileceken, sosyal girişimler açısından bu durum işbirliği ile nihayetleneyecektir.

Ö3: Sosyal inovasyonlar, maddi ve beşeri kaynaklar ile yoğun zaman tahsisatını gerektirir.

Sosyal inovasyonların başarıya ulaşmaları, belki de iktisadi inovasyonlara göre daha kolaydır. Ancak burada her iki inovasyon alanının yeniden kesiştirildiği bir başka stratejik alanın var olduğu hemen ifade edilmelidir. İktisadi işletmeler, yarattıkları inovasyonun başarısı için, tüketicilerin dikkatini çekmek amacıyla (tutundurma) reklam uygulamaları gerçekleştirdikleri gibi, sosyal inovasyonlar temelinde sosyal girişimler de başarılı olabilmek açısından kitlelerin desteğine gereksinim duyarlar. Bu nedenle yoğun olarak tanıtım yapılması ve halkla yakın ilişkilerin kurulması gereklidir. Bu ve benzeri faaliyetlerin, sosyal girişimlerin maddi ve beşeri kaynaklara erişmesi açısından oldukça gerekli olduğu ifade edilmelidir. Örneğin Arzum Meleksoy, geliştirdiği web tabanlı inovatif bağış sistemi (www.alisbagis.com.tr) ile ticari kuruluşlarla yurttaşlar arasında köprü kurmaktadır (<http://turkey.ashoka.org/Turkeyfellows>). Bunlara ek olarak inovatif yaklaşımların, yoğunluklu olarak sosyal girişimcilerin

zaman ve diğer destekleyenlerin ayırmaları halinde ancak başarılı olabilecekleri de ifade edilebilir.

Ö4: Sosyal inovasyonlar, uzun süreli olarak sosyal sorunları gözlemlemeyi, izlemeyi, deneyimlemeyi ve koşut olarak yaratıcılığı gerekli kılar.

Sosyal inovasyonların sosyal girişimler çatısı altında toplumsal sorunlara çözüm üretmek amacıyla yaratıldıkları göz önünde bulundurulurken, hemen hepsinin sosyal sorunlara karşı duyarlılığı, bilinçliliği ve farkında olma durumu gerektirdiği açıktır. Haliyle bunlara bağlı olarak yaratıcı bir yaklaşımla ancak sosyal inovasyonların geliştirilebileceği söylenebilir. Herhangi bir sosyal sorunu başından sonuna bütün süreçleri ile dikkatlice ele alabilen bireylerin, Muhammed Yunus örneğinde görüldüğü üzere sosyal problemlerin çözümü açısından inovatif yaklaşımlar, yol veya yöntemler üretebilecekleri ileri sürülebilir. Bir diğer örnek de Pozitif Yaşam Derneği çatısı altında, HIV virüsü taşıyanlara ve ailelerine çeşitli destekler sunan Nejat Ünlü'nün durumudur. Çevresindeki HIV virüsü taşıyan insanları gözlemleyen, onların sorunlarını kavrayan ve nihayet çözüm üretmek amacıyla çeşitli tarafları biraraya getiren Nejat Ünlü, bu anlamda başarılı bir sosyal inovasyoncu ve girişimcidir (ashoka).

Ö5: Sosyal inovasyonlar, geniş kitlelerin ve kamu idaresinin desteğini gerektirir.

Sosyal girişimcilerin ortaya koydukları sosyal inovasyonları, tek başlarına finanse edebilmeleri çok kere zora girmektedir. Bu nedenle sosyal inovasyonların başarıyla gerçekleştirilebilmeleri açısından sosyal girişimcilerin, mutlaka geniş kitlelerin desteğine gereksinim duyacakları açıktır. Geniş kitlelerin özellikle maddi ve ayni yardımları ile zaman zaman da emek gücü ile ortaya koydukları katkılar, sosyal inovasyon ve nihayet girişimlerin başarılı olması açısından önemlidir. Örneğin, Mustafa Sarı önderliğinde inci kefalı balığının korunmasına dönük olarak başlatılan sosyal girişime (Doğa Gözcüleri Derneği), yerel ve küresel anlamda oldukça ciddi kitlesel destek sağlandığı bilinmektedir (turkey.ashoka.org/Turkeyfellows).

Ö6: Sosyal inovasyonlar başka sosyal inovasyonlara katkı verebilir veya onlardan olumsuz etkilenebilir.

Sosyal inovasyonların başarısının, konjonktürel bir boyutunun da olduğu ifade edilebilir. Zaman zaman ortaya çıkan başarısız sosyal inovasyon örneklerinin, toplumun benzeri ve değil diğer sosyal inovasyonlara da olumsuz yaklaşmasına neden olabilir. Bu çerçevede sosyal güvenin zedelendiği bir gündemin oluşması, bağışların azalmasına dolayısıyla sosyal inovasyonların başarısız olmasına sonuç verebilir.

Bu önermeler çoğaltılabileceği gibi, bazılarının birbirine geçişli oldukları da ifade edilebilir. Ancak anlaşılan odur ki sosyal inovasyonlar; sosyal sorunların çözümüne dönük olmak üzere sosyal girişimler temelinde sosyal girişimciler tarafından ortaya konan yeni yol, yöntem, yapı ve/veya araçları işaret edicidir. Bu çerçevede sosyal girişimlerin özellikle toplumun farklı kesimleri ile buluşup işbirliği yaparak geniş kitlelere erişebilmeleri, nihai olarak sosyal faydanın yaratılması açısından önemlidir. Bu işbirlikçi çalışmalar, sosyal inovasyonların yaratılması açısından gündeme alınabileceği gibi, uygulanması noktasında da önemli bir strateji olarak uygulanabilir. Bunlardan sonra sosyal inovasyonların genel nitelikleri sıralanacak olursa aşağıdaki hususlara özellikle vurgu yapılmalıdır:

- Sosyal inovasyonlar, uzun ömürlü ve dayanıklıdır.
- Sosyal inovasyonlar, toplumun çok çeşitli unsurlarını aynı çatı altında buluşturabilir.
- Sosyal inovasyonlar, sosyal girişimci ve girişimlerini gerekli kılar.
- Sosyal inovasyonlar, -negatif veya pozitif- sonuçları itibariyle geniş toplumsal kesimleri etkileme gücüne sahiptir.
- Sosyal inovasyonlar, sosyal problemlerin uzun süreli analizini gerektirir.
- Sosyal inovasyonlar, sosyal farkındalık ve desteğe gereksinir.
- Sosyal inovasyonlar, teknoloji, medya gibi bir takım alt yapı faktörleriyle desteklenmeyi gerektirir.

Sonuç olarak toplumsal sorunların üstesinden gelinebilmesi açısından ortaya konacak etkili araçlardan birisi olarak sosyal inovasyonların, mutlaka sosyal girişimleri ve girişimcileri gerektirdiği açıktır. Bunlarla birlikte, güçlü finansal

alt yapı ve nitelikli iş gücünün de sosyal inovasyonların başarıya erişmeleri açısından oldukça elzem olduğu ifade edilebilir. Öte yandan sosyal inovasyonlar, ilk defa uygulanacak yol ve yöntemler olmaları hasebiyle başarılı olabilmeleri açısından, geniş katımlı sosyal desteği gerektirirler. Bu cümleden olarak sosyal inovasyonların tanıtılması amacıyla etkili bir sosyal girişim liderliği temelinde, bağlantılı kitlelerin dikkatini çekmeyi, desteğini almayı ve nihayet sadakatini sağlamayı hedefleyen nitelikli tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

Foucault M., *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Penguin, Harmondsworth, 1979.

Hegel G.W. F., *Phaenomenologie des Geistes* (Ed.:J. Hoffmeister), Felix Meiner Verlag, 5. Ausgabe, Hamburg, 1952

Leadbeater C., *The rise of the social entrepreneur*, Demos, London, 1997.

Schumpeter, J.A., *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press, Cambridge, 1934.

Hitt M.A. ve diğerleri, "*The Market for Corporate Control and Firm Innovation*", *The Academy of Management Journal*, Vol. 39, No. 5 (Oct., 1996), pp. 1084-1119

Mumford M. D., *Social Innovation: Ten Cases From Benjamin Franklin*, *Creativity Research Journal*, Vol. 14, No. 2, 2002, pp. 253-266

http://haydikizlarokula.meb.gov.tr/uygulama_sonuclari.php

php

<http://turkey.ashoka.org>

<http://nobelprize.org>

www.universalgiving.com