

A jövő tudósai

Tisztelt Olvasó!

A kutatók utánpótlásával – fiatal tudósokkal foglalkozó melléklet negyvenedik számában elsőként *Ilyash György*, majd az ő írására reflektálva *Fábri György* írását olvashatjuk a társadalmi vállalkozásokról és a szociális innovációról – úgy is, mint a tudományos in-

novációt segítő, megújító egyik új trendről. Kérjük, ha az ifjú kutatókkal kapcsolatos témában írása, megjegyzése, vagy javaslata lenne, keresse meg a melléklet szerkesztőjét, Csermely Pétert az alábbi e-mail címen.

Csermely Péter
az MTA levelező tagja
(Semmelweis Egyetem, Orvosi Vegytani Intézet)
Csermely.Peter@med.semmelweis-univ.hu

TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ, TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁS ÉS DESIGNGONDOLKODÁS

Az oktatás és a kutatás mellett a felsőoktatás harmadik, egyre fontosabb missziója a társadalmi-kulturális és gazdasági szerepvállalás. Ezt, és a hozzá tartozó tevékenységeket világszerte *third mission* vagy *third stream activities* terminusokkal jelölik. Általánosságban elmondható, hogy ez a misszió a gazdasági és a civil szférával való együttműködésről szól, ám ehhez a területhez kapcsolódik néhány kiemelten fontos kérdés, melyek minden misszióra hatást gyakorolnak. Hogyan lehet a tudást a gyakorlatban hasznosítani? Hogyan kell felépíteni olyan kapcsolati hálózatot, mely lehetővé teszi a valós projektmegvalósítást és fenntartható sikert? Hogyan alakul a kutatás-fejlesztés folyamata a valóság megismerésének szükséglete és az alkalmazás lehetőségei közötti erőterben (Stokes, 1997)?

Az első két kérdés az egyetemi hallgatókat leginkább foglalkoztató kérdések közé tartozik. Alapelvárás lett a felsőoktatási intézmé-

nyekkel szemben, hogy képesek legyenek kialakítani hallgatóikban a tudás alkalmazásához és a kapcsolati háló építéséhez illeszkedő kompetenciákat.¹ A hazai tehetséggondozás területén azonban ezt az igényt már a szakkollégiumok kialakulásánál explicit módon megfogalmazták. Minden szakkollégium alapértékei közé tartozik az igény, hogy a magas színvonalú szakmai munkán túl a társadalmi problémákra érzékeny egyéneket támogassa, s eszközként valós, innovatív társadalmi projektek megvalósítását használja.

Az eddig vázoltak keretet biztosítottak a *Students Drive Social Innovation – Társadalmi innováció fiatalok közreműködésével* elnevezésű rendezvényhez (URL2), amely 2013. május 8-án zajlott le az ELTE-n. A rendezvényen részt vettek az ELTE, a BCE, a BME, a MOE hallgatói és minden érdeklődő fiatal. A fővédnökséget Prof. Dr. Mezey Barna, a Ma-

¹ Például egyes felsőoktatási rangsorok kifejezetten a szakmai kapcsolati hálózatokra koncentráva értékelik a felsőoktatási intézményeket. Egy ilyen példa: Professional Ranking of World Universities (École des Mines de Paris) (URL1)

gyar Rektori Konferencia elnöke, az ELTE rektora vállalta. A párbeszédet az ELTE mind az öt szakkollégiuma és az ELTE Karrierközpontja támogatta.

A kerethez illeszkedő téma tehát a társadalmi innováció (*social innovation*)² és annak egyik legsikeresebb intézménye, a társadalmi vállalkozás (*social enterprise*). Az üzleti és a technológiai mellett kiteljesedő társadalmi innováció fontosságát nehéz lenne túlbecsülni. A világ legjobb egyetemei és üzleti iskolái mind nagyobb figyelmet szentelnek ennek a területnek, pl. a Stanford Graduate School of Business, a Saïd Business School (University of Oxford) és sok más vezető intézmény.

A társadalmi vállalkozás pedig világszerte a KKV (kis-, illetve középvállalkozási) szektor olyan intenzíven fejlődő része, mely várhatóan a globális kapitalizmus jövőjének fontos eleme lesz (Murphy – Sachs, 2013). Demeter Zsazsa, az Ashoka³ Magyarország vezetője a rendezvényen kiemelte, hogy – az Ashoka meghatározása szerint – a társadalmi vállalkozók olyan egyének, akik rendszereket megváltoztató megoldásokat javasolnak a világ legsürgetőbb társadalmi problémáira.

A társadalmi vállalkozás hibrid konstrukció a hagyományos üzleti és jótékonyági

² „Social innovation refers to new ideas that work in meeting social goals. [...] innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purposes are social.” (A társadalmi innováció a társadalmi célokat újfajta módon szolgáló megoldásokat jelöli [...] olyan innovatív tevékenységeket és szolgáltatásokat, amelyek társadalmi igények megoldását szolgálják, és amelyeket olyan szervezetek fejlesztettek ki és terjesztettek el, amelyek elsősorban szociális indíttatásúak.) Saïd Business School, Oxford: *Social Innovation. What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated*.

³ A világ legismertebb, társadalmi innovációt támogató nemzetközi szervezete.

szervezetek és működésmódok között; a hagyományos üzlet eszköztárát hasznosítja a profit termelése érdekében, ügyelve arra, hogy a tevékenysége ezen fázisa is fenntartható és etikus legyen, majd a profit teljes vagy majdnem teljes összegét szociális, társadalmi, ill. környezeti projektek kivitelezésére fordítja (természetesen a saját fenntartását is biztosítva), ezzel hozzájárulva a helyi közösségi vagy ösztársadalmi fejlesztésekhez. Ezek jellemzően kis- és középvállalkozások, melyek fentiek alapján sikereiket nem a profit, hanem a társadalmi hasznosság (social impact) fogalmában határozzák meg. Ezen vállalkozások a működésük révén szorosabbra fűzik a társadalmi kötelekeket. A rendezvényen ilyen, a fiatalok által menedzselte vállalkozások is bemutatkoztak, például a CÓKMÓK, a Care2 Travel stb. A társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások az Európai Unión belül is jelentős figyelmet kapnak, és fontos helyen szerepelnek a fejlesztési prioritások között.⁴

⁴ „Social enterprises seek to serve the community's interest (social, societal, environmental objectives) rather than profit maximisation. They often have an innovative nature, through the goods or services they offer, and through the organisation or production methods they resort to. They often employ society's most fragile members (socially excluded persons). They thus contribute to social cohesion, employment and the reduction of inequalities.” (A társadalmi vállalkozások a közösség – szociális, társadalmi, környezetvédelmi – érdekeinek szolgálatát keresik a profit maximalizálása helyett. Sokszor innovatívak mind az általuk adott szolgáltatások és javak terén, mind pedig azokban a szervezési és termelési módszerekben, amelyekkel e szolgáltatásokat és javakat előállítják. Mindebben igen sokszor a társadalom peremén élő, szociálisan igen törekeny helyzetben lévő embereket alkalmaznak. Ezek révén jelentősen járulnak hozzá a társadalmi kohézió, a foglalkoztatottság növeléséhez és a társadalmi különbségek csökkentéséhez.) *Social Business Initiative* (URL3); *Social Enterprises and the Europe 2020 Strategy: Innovative Solutions for a Sustainable Europe* (URL4)

A rendezvény szempontjából pedig egyértelműen a társadalmi vállalkozás lett a színergia terepe, ahol a tudás, a gyakorlat, a társadalmi problémamegoldás, a civil és az üzleti szektor erősségei, az intézmények szerepvállalása, a fiatalok tenni akarása egyesülhetnek magasabb és jobb közösségi és egyéni eredmények elérése érdekében.

A rendezvényen a keret és a téma mellett megjelent továbbá az eszközről – designgondolkodás (*design thinking*) – való gondolkodás. „Tim Brown az IDEO-tól egy részletesebb és jobban használható definíciót ad: a designgondolkodás szerinte »olyan diszciplína, amely felhasználja a designer érzékenységét és módszereit arra, hogy az emberek igényeit technológiailag megvalósítható és üzletileg sikeres stratégiákkal párosítsa.«” (Martin, 2010)⁵ A designgondolkodás fontos eszköztár szerepét tölti be a társadalmi innovációban (sokszor *human-centered design*-ként hivatkoznak rá). A designgondolkodás ugyanakkor az egyik lehetséges válasz arra az igényre is, mely szerint a felsőoktatási intézményekben hagyományosan oktatott analitikus (logikus, kritikus) gondolkodás mellett jelenjen meg a laterális (kreatív) gondolkodás és a designgondolkodás eszközei stb. is. Ahogy Barcza Dániel DLA, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Design Intézetének intézetigazgatója fogalmazott: „A kreatív innováció és a kreativitáson alapuló integratív *design thinking* szemlélet egyre nagyobb hangsúlyt kap a

társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások területén az elmúlt években. A Moholy-Nagy Művészeti Egyetem Design Intézet tevékenységének fókuszában a kreatív innováció gazdasági potenciálján túl a design társadalmi és kulturális hasznossága áll. A komplex társadalmi kihívások sok szakterület együttműködéséből fakadó integrált válaszokat igényelnek, ennek érdekében az egyetem létrehozta az úgynevezett horizontális laborjait, melyek interdiszciplináris keretek között szociális építéssel, társadalmi fenntarthatósággal, kreatív technológiával és kulturális transzfer-tevékenységgel foglalkoznak. Például a MOME EcoLab fenntarthatósági kutatócsoport mélyszegénységben élő közösségek számára dolgoz ki olyan, helyi erőforrásokon alapuló kreatív termékeket, szolgáltatásokat, és oktatási modelleket, amelyek a helyiek bevételeteremtő képességét és a közösségfejlesztést szolgálják.”

Összességében elmondható, hogy a kezdeményezésünkre létrejött rendezvény a letehetséges hallgatók azon igényeire épült, hogy a tudásukat a társadalmi igények és érdekek szerint a cselekvés és a megvalósítás során hasznosítsák, és ebben a felsőoktatási szféra részéről a megfelelő támogatást megkapják. A szervezők és a résztvevők abban teljes mértékben megegyeztek, hogy mindhárom fókuszpont fontos fejlesztési terület a felsőoktatási intézményrendszer és a hallgatók szempontjából, de még inkább a hazai társadalom és gazdaság egésze szempontjából. Mindennek megfelelően további közös gondolkodást elősegítő alkalmak és valódi fejlesztési projektek elindítása várható a közeljövőben.

Ilyash György

kutatásvezető (Oktatási Hivatal)
Ilyash.Gyorgy@oh.gov.hu

HIVATKOZÁSOK

- Martin, Roger L. (2010): Designgondolkodás. A garantált versenyelőny. Akadémiai, Budapest; eredetileg: Brown, Tim – Wyatt, Jocelyn: Design Thinking for Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*. Winter 2010. 31–35.
- Murphy, Richard McGill – Sachs, Denielle (2013): *The Rise of Social Entrepreneurship Suggest a Possible Future for Global Capitalism*. Forbes
- Stokes, Donald E. (1997): *Pasteur's Quadrant: Basic Science and Technological Innovation*. Brookings Institution Press

- URL1: Professional Ranking Of World Universities (École des Mines de Paris). <http://www.mines-paristech.eu/About-us/Rankings/>
- URL2: Students Drive Social Innovation – Társadalmi innováció fiatalok közreműködésével <http://www.elte.hu/hir?id=NW-4566>
- URL3: *Social Business Initiative*: http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm;
- URL4: Social Enterprises and the Europe 2020 Strategy: Innovative Solutions for a Sustainable Europe: <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.events-and-activities-social-enterprises-europe-2020>

A SZOCIÁLIS INNOVÁCIÓ KETTŐS ÉRTELMEZÉSRŐL

A társadalmi innováció mint üzleti modell és egyben gazdasági-társadalmi szemlélet sikere igen erős figyelmeztetés a vas és acél gondolkodásának mostani újraterjedése idején. Az ilyen vállalkozások pénzügyi és nemzetközi sikere nehezen megkerülhető érv a régies gazdaságfelfogás ellenében, s ezt jól példázta a fentebb ismertetett konferencia több lelkesítő esettanulmánya.

A rendezvény résztvevőjeként éppen ennek a kettős megközelítésnek a természetes egysége volt számomra a kezdeményezés legfőbb tanulsága. Amikor nemzetközi szintű üzleti sikerek vagy nagyon is hazai közegben értelmezhető vállalkozások megvalósítói magától értetődően építik be a stratégiájukba a társadalmi összetevőket, a felelősségvállalás egyáltalán nem PR-fogásként zajló megélését, az el kell gondolkodtasson mindannyiunkat. Leginkább arról, hogy vajon valóban új jelensége-e ez a gazdaságnak, nem egyfajta visszatérésről van-e szó a kapitalista rend gyökereihez, évszázadokon át működő logikájához. Hiszen a magántulajdon mindig közösségi felelősség is volt egyben, a talentumokkal való jó sáfárkodás keresztényi kötelemé kiterjedt a tőke értéketermelő voltának igenlésére. Az

eredeti tulajdonképződés locke-i elvéből következik, amit a reformáció ideológiája és gyakorlata korábban a kontinensen is megerősített, hogy a tulajdonlás legitimációs alapja az értéketermelés ott, ahol korábban csupán a lehetőség volt meg. Innen szemlélve a szociális innovációk visszaidéznek a klasszikus burzsoá habitusát, annak innovatív erejével – még ha persze a társadalmi vállalkozók közül számosan személyesen nem kevés antikapitalista eszmeiséget hordoznak is.

A *Social Entrepreneurship* ugyanakkor láthatóan mégsem romantikus széplelkek álmodozása csupán: jól felismert piaci szegmenset talált magának az ilyen jellegű marketing. Mindenekelőtt a tömegtermelésből és rideg profitmaximalizálásból kiábrándult középosztály az a fogyasztói csoport, amely hajlandó vagy több pénzt, vagy megelőlegezett bizalmat fordítani az ilyen vállalkozásokra. Még szélesebb üzleti mozgásteret kínál azoknak a szolgáltatásoknak, illetve fejlesztéseknek a köre, amelyek igénybevételekor a hasznossági szempontokon túlmutató elemek nagyban befolyásolják a fogyasztást. Ilyen jellemzően a gyermeknevelés, tanulás, tudatos étkezés, egészség stb. területe, ahol a bizalom, az ötletesség, a trendiség, a társadalmi beágyazódás, csoporthoz tartozás és újszerűség piacot teremtő, illetve profitot fokozó tényező.

⁵ Eredetileg: Tim Brown – Jocelyn Wyatt: *Design Thinking for Social Innovation*. Stanford Social Innovation Review. Winter 2010. 31–35.: „Design thinking can lead to hundreds of ideas and, ultimately, real-world solutions that create better outcomes for organizations and the people they serve.”

A társadalmi vállalkozások a vállalkozói, innovátori habitusban is fordulatot hoztak. A hagyományos magyar panasz-kultúra és bezárkózás helyébe a dinamikus, víziókkal és megújulási, „talpraállási” képességgel rendelkező, zömében fiatal résztvevők felfogása lép. Számukra az együttműködés természetes stratégia, hiszen a társadalmi vállalkozások nemzetközi hálózataiban ez alapkövetelmény. A másoktól való tanulást, a tudások megosztását, a szövetségek betartását köznapisággá, a szövetségek betartását köznapisággá oldásként alkalmazzák. Kifejezetten támogatják egymást ötletekkel, reflexiókkal, infrastruktúrával, kapcsolatokkal. Az egyes kezdeményezések kudarcai nem veszik el a kedvüket, a sikertelenségekben inkább újabb lehetőséget és tanulságot látnak, mintsem világvégét. A nemzetközi üzleti és információs piacon mozognak, ott méretik meg magukat akár közvetlenül a termékekkel, akár közvetve a hálózatok tagjaiként. A korrupciós és urambátyámos, gyakran politikai összefonódásokkal terhelt hazai viszonyokkal igen kritikusak, de alig konfrontálnak velük, inkább kitérnek, és a maguk világát építik fel.

Meglehetősen idillikusnak hathat az előbbi leírás, azonban alig festi vonzóbbra a képet a valóságosnál. A társadalmi vállalkozások azon jelentősége, amivel már túllépnek szűken értelmezett szerepkörükön, az igen fontos közösségi értékek közvetítése. Ezt jó arányban teljesítik is. Itt mindezen következmények közül a tudományra, tudományművelésre vonatkozó néhány aktuálisan is érdekes szempontot említék.

A társadalmi vállalkozások jelentős része olyan innovációs jellegű tevékenységre épül, amely konkrét technológiai, illetve hozzáadott értéket szolgáltató kínálatot biztosít. Jellemzően ilyenek a (tele)kommunikációs, információs, dizájn vagy környezeti fejlesztések. Ezek

mögött egyértelműen ott van a tudományos kutatás, még ha azt nem is maguk a vállalkozások végzik. Azonban jól érzékelteti az innovációs lánc korszerű felfogását, hogy a korábban időben és térben is nagyobb távolságot a felfedező jellegű (másképpen *frontier* vagy *blue sky*) kutatás, a fejlesztés és az innováció között nem egyszerűen lerövidíti, hanem magát a linearitást oldja fel folyamatos egymásrahatássá, összekapcsolódó folyamatá, kölcsönös ösztönzéssé és hasznosítássá. Így a társadalmi vállalkozások ezen része kettős haszonnal jár a tudomány számára. Egyfelől erősítik a tudományos kutatás gazdasági-társadalmi beágyazódottságát, a „Mode2”, „Mode3”, „Triple Helix” modellek érvényesülését. Másfelől nagyban hozzájárulnak a tudományos kutatást és képzést érő legitimációs támadások kezeléséhez, hiszen nyilvánvalóan mutatják a tudományos tevékenység gazdasági és társadalmi hasznosságát.

Különösen a társadalmi hasznosság hangsúlyozása lényeges, ugyanis ez rávilágít a társadalmi innováció egyik, eddig nem érintett sajátosságára. Ebben a szemléletben ugyanis egyértelműen megragadható, hogy az innováció szűkebb, materiális technológiai értelmezése már nem tartható. Közvetlen anyagi haszonnal s egyben közvetve tárgyiasuló társadalmi/egyéni működési javulással jár az innovációs aktivitás például a közösségi szolgáltatások rendjében. A hivatalok célszerűbb, időkímélő és életkönnyítő megoldásai legalább annyira innovációt követelnek, mint a lézertechnológia vagy a bútorgyártás, csak itt a jogi, közgazdasági, szervezetfejlesztési, pszichológiai stb. tudományok fogalmi rendszere és megoldásai testesülnek meg. A pedagógiai újdonságok az ismeretátadási hatékonyságot növelik, a szociálpszichológiai megfontolások pedig például segítenek a fokozott

kockázatú munkahelyek *teamjeinek* összehangolt problémamegoldásában. A példák alapján látható, hogy a közvetlen társadalmi innováció jelentősége teljesen egyenrangú a műszakiéval, amit megerősít ez ilyen öndefiníciójú vállalkozások megléte.

Természetesen itt a tudományos kutatás egyik fontos fejleménye is jelen van, nevezetesen az interdiszciplinaritás mind erőteljesebb térnyerése. Bizonyára túlzó az a nézet, miszerint az érdekes és előremutató tudományos eredmények döntő többsége a határterületeken jön létre, de éppen a leginkább magas haszonkulccsal piacra került technológiai termékekben meghatározó a szellemi hozzáadott érték. Ezek kifejlesztéséhez pedig több, hagyományosan külön klasszifikált tudományterület igen szoros együttműködése alapozza meg a munkát. A társadalmi innováció tehát a tudomány egységére, s ezen keresztül a kulturális megosztottság feloldá-

sára is sikertörténeteken keresztül hívja fel a figyelmet.

A tudomány oldaláról van tehát miért üdvözölni és mint releváns kutatási témakört is figyelemmel kísérni a társadalmi innováció jelenségét. Leginkább mégis azért ajánlható a fiatalabb pályatársak figyelmébe, mert ilyen tevékenységükkel valódi ösztönzést, értékelhető kollegialitást és a teljesítmény, az elhivatottság elismerését nyújtó közegben bontakozhatnak ki. Nekünk pedig a szolid irigykedésen túl a frissülés és bizakodás élményét adja a támogatásuk, a találkozás velük.

Fábri György

PhD, habilitált egyetemi docens
(ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar)
gyorgy.fabri@ppk.elte.hu

Kulcsszavak: *társadalmi innováció, társadalmi vállalkozás és designgondolkodás, társadalmi hasznosság*

