

## Nagy Szabolcs

### A digitális társadalmi innováció

*A digitális társadalmi innováció egy újkeletű jelenség, mely a digitális technológia alkalmazásával próbál társadalmi problémák kezelésére vonatkozó új megoldásokat szolgáltatni. A tanulmány célja a társadalmi innováció és a digitális társadalmi innováció értelmezésének és a társadalmi innováció működési mechanizmusának a feltárása. Emellett részletesen taglalja a digitális társadalmi innováció különféle megjelenési formáit, céljait, alapértékeit és előfeltételeit. A tanulmány a sikertényezők, a nemzetközi jó gyakorlatok bemutatásával, valamint a szerző következtetéseinek a bemutatásával zárul.*

*Kulcsszavak:* társadalmi innováció, digitális társadalmi innováció, társadalmi problémák,  
*JEL-kód:* O35

### Bevezetés

A társadalmi és környezeti válságok korszakában élünk. Korunk tíz legfontosabb globális problémája a mai fiatalok szerint a Világgazdasági Fórum "Global Shapers Annual Survey 2017"<sup>1</sup> kutatási jelentése alapján:

- a klímaváltozás, a természeti környezet pusztulása (48.8%)
- a kiterjedt konfliktusok, háborúk (38.9%)
- az egyenlőtlenség (jövedelem és diszkrimináció) (30.8%)
- a szegénység (29.2%)
- a vallási konfliktusok (23.9%)
- a kormányok elszámoltathatósága és átláthatósága / korrupció (22.7%)
- élelmiszer és vízbiztonság (18.2%)
- az oktatás hiánya (15.9%)
- biztonság és jólét (14.1%)
- a gazdasági lehetőségek hiánya és a munkanélküliség (12.1%).

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, amely talán ma még sokak számára ismeretlenül csengő fogalom, de nemsokára már remélhetően nem lesz az, mivel paradigmaváltás megy végbe az innováció kutatásában (Kocziszky, Veresné Somosi és Balaton, 2017). A szerzők tanulmányukban rámutatnak arra, hogy a társadalmi innováció jelentősége nem kisebb, mint a gazdasági és természettudományi innovációké, a gazdasági és természettudományi innovációk társadalmi problémákat idéznek elő, amelyek csak társadalmi innovációk segítségével oldhatók meg, mindezek miatt szoros együttműködés szükséges a társadalmi és a műszaki/természettudományos innovációk között. Szűkebb tudományterületem, a marketing területén is viszonylag korán, az 1970-es évek közepén megszületett 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,

<sup>1</sup> [http://shaperssurvey2017.org/static/data/WEF\\_GSC\\_Annual\\_Survey\\_2017.pdf](http://shaperssurvey2017.org/static/data/WEF_GSC_Annual_Survey_2017.pdf)

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).

### A társadalmi innováció

A társadalmi innováció kifejezés kialakulása az 1970-es évek közepére tehető. Michalkó és tsai (2018) tanulmányukban rámutatnak arra, hogy a fogalom meghonosításában a Szociológusok Nemzetközi Szervezete, különösen annak a társadalmi változásban jelentkező innovatív eljárásokkal foglalkozó munkacsoportja, játszott úttörő szerepet. Hill (1975)-re hivatkozva megállapítják, hogy „1974-ben a kanadai Torontóban megtartott tanácskozásukon szorgalmazták, hogy a társadalmi megújulással kapcsolatos folyamatok értelmezésének elősegítésére addig használatban lévő modernizáció kifejezést a semlegesebb konnotációjú innovációra cseréljék, ezzel egyidejűleg kutatási nézőpontjukban a jövőorientáltság kapjon hangsúlyosabb szerepet” Michalkó és tsai (2018, 47.o). 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. Tanulmányomban azokat a jellemző definíciókat szeretném bemutatni, melyet a releváns hazai és külföldi szakirodalom áttanulmányozása során gyűjtöttem össze.

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 olyan kezdeményezés, termék vagy folyamat vagy program, amely alapvetően megváltoztatja bármely társadalmi rendszer alapvető rutinjait, erőforrásokhoz való hozzáféréseit, társadalmi folyamatait és hiedelmeit. A sikeres társadalmi innovációk tartósak és széleskörű hatással bírnak. Bármely társadalom azon képessége, hogy a szociális innovációk folyamatos áramlását hozza létre, különösen azokat, amelyek újra-bevonják a leginkább kiszolgáltatottakat, jelentősen hozzájárul a társadalom és a természeti környezet rugalmasságának a megteremtéséhez (Westley, 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). Have és Rubalcava (2016) a társadalmi innovációt a társadalmi kapcsolatokra és a társadalmilag releváns problémákra reagáló, azok megoldását kereső, azokra választ szolgáltatni tudó korszerű társadalmi technológiákként értelmezik.

A társadalmi innováció az innovációval kapcsolatos kutatásokban négy jellemző területen jelenik meg, melyek:

- a szociális és a társadalmi kihívások,
- a közösségek pszichológiája
- a kreativitás kutatása
- a helyi fejlesztések (Have – Rubalcava 2016).

Nemes és Varga (2015) szerint a társadalmi innovációnak különböző szintjei vannak. tanulmányukban a társadalmi innováció három szintjét határozták meg az Európai Bizottság vizsgálata alapján, melyek az alábbiak:

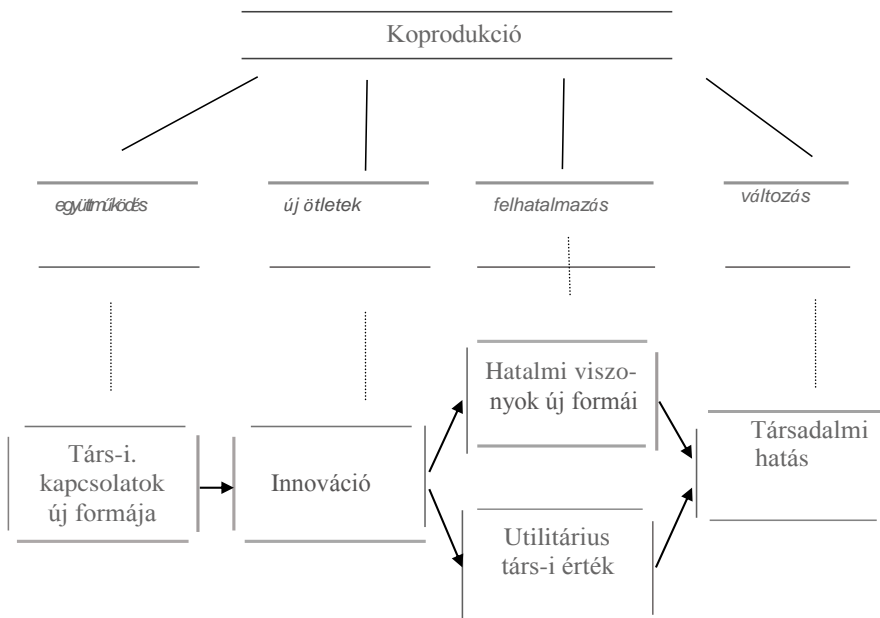
- társadalmi innováció, mint alulról szerveződő, civil szervezetek bevonásával megvalósuló újítás;

- társadalmi innováció, mint a társadalmi értékeknek megfelelő válaszreakció a közösségi szükségletekre;
- társadalmi innováció, mint a társadalom megújítását, átalakítását eredményező folyamat.

Benedek és tsai (2015) a társadalmi innovációk esetében szintén három szintet különböztetnek meg, melyek a mikro-, mezo- és a makroszint.

### A társadalmi innováció működési mechanizmusa

A társadalmi innováció új együttműködési formákat foglal magában, akár egyéni, akár szervezeti szinten, gyakran új és kevésbé hierarchikus kapcsolatokat jelentve a kormány, a civil társadalom és a polgárok között. Az 1. ábra a társadalmi innováció működési mechanizmusát mutatja be. Az innovációk a társadalmi és/vagy fennálló hatalmi viszonyok átalakulásához vezethetnek a végrehajtásuk során. Az innovációnak kedvező társadalmi hatása kell, hogy legyen az életminőség javításán keresztül. Ehhez a szereplők együttműködésére van szükség, hogy a társadalmi viszonyok új formái által generált új ötletekből működő megoldások születhessenek, így érve el a kedvező társadalmi hatást (Ayob, Teasdale, és Fagan (2016).



1. ábra: A társadalmi innováció működési mechanizmusa  
(Figure 1: The mechanism of social innovation)

Forrás: Saját szerkesztés Ayob, Teasdale, és Fagan (2016) alapján.

### A digitális társadalmi innováció

Az olcsó, mindenütt elérhető és jelenlévő, hatékony digitális eszközök, mint például az internet, a közösségi média és az okostelefon alkalmazások gyors elterjedésével a társadalmi innováció megvalósításának új módja váltak lehetővé, amelyeket összefoglalóan digitális társadalmi innovációnak (DTI) nevezünk. Az infokommunikációs eszközök alkalmazása számos már meglévő társadalmi innovációt tovább erősít, miközben szép számmal újakat is hoz létre. Ez azt jelenti,

hogy csökkennek a társadalmi innováció akadályai a kommunikáció és a célcsoportok elérése szempontjából, új társadalmi innovációs megközelítések jelenhetnek meg.

Az úgynevezett „közösségi gazdaság”, amelyben az emberek megoszthatják az autókat, eszközöket, szállást, sőt az idejüket és készségeiket manapság virágkorát éli. Eddig soha nem volt ilyen egyszerű azonnal és távolságtól függetlenül összekapcsolni a különféle társadalmi szükségletekkel rendelkező egyéneket és csoportokat azokkal, akik képesek kielégíteni ezeket az igényt.

### ***A digitális társadalmi innováció fogalma***

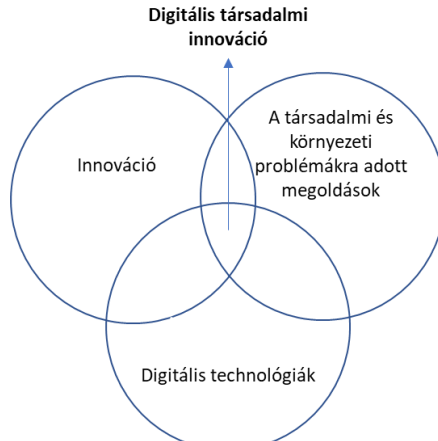
A Tepsie<sup>2</sup> kutatási projekt definíciója szerint a digitális társadalmi innováció, azaz a „digitális technológia a társadalmi innovációban” nem más, mint az információs és kommunikációs technológiák (IKT), azaz online hálózatok és más digitális eszközök társadalmi innovációt létrehozó és/vagy 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 belefér, 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. Ozman és Gossart (2017) szerint a digitális társadalmi innovációk az innováció, a digitális technológiák és a társadalmi és környezeti problémákra adott válaszok metszéspontjában található (2. ábra). Ebből az következik, hogy a digitális társadalmi innováció olyan innováció, amelye digitális technológiák alkalmazása segítségével aktuális társadalmi és környezeti problémákra kíván választ adni.

A szerzők innováció alatt azt értik, ha egy technológiai és/vagy társadalmi „újdonosság” egy olyan piacon, szektorban, vagy országban jelenik meg, ahol mindezedig nem volt jelen. A társadalmi és környezeti problémák megoldását jelentő kezdeményezések nem szorulnak különösebb magyarázatra. Ide tartoznak az ebbe a témakörbe illő kutatási projektek, civil szervezetek akciói, de akár az üzleti világ ilyen irányú tevékenységei is. Digitális technológiák alatt pedig az olyan hardveres és szoftveres megoldásokat értik, amelyek az információ gyűjtésével, feldolgozásával és diffúziójával vannak kapcsolatban.

---

<sup>2</sup> TEPSIE betűszó az Európai Unió 7. Keretprogramjának részét képező, 2012 és 2014 között futott kutatási projektet jelöl. Az angol “The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe”. elnevezés magyarra fordítva az alábbiaknak felel meg: „A társadalmi innovációk létrehozásának elméleti, gyakorlati és politikai alapelvei Európában”.



2. ábra: A digitális társadalmi innováció értelmezése

(Figure 2: The interpretation of the digital social innovation)

Forrás: Sajat szerkesztés Ozman és Gossart (2017) alapján

A 2228 digitális társadalmi innovációs szervezetet és 1439 ugyanilyen projektet tömörítő közösség, a DSI4EU<sup>3</sup> szerint a digitális társadalmi innováció az alábbiak szerint definiálható: „Az egészségügy, demokrácia, fogyasztás, pénzügyek, átláthatóság és oktatás területén megjelenő különféle társadalmi problémákra inspiráló digitális megoldásokat kifejlesztő technológiai és társadalmi vállalkozók, azaz a civil társadalom megújítóinak egyre növekvő mozgalma.”. A szakemberek, a politikai döntéshozók, az aktivisták és a kutatók egyre inkább egyetértenek abban, hogy a technológiának inkább a közjó előállításához kell hozzájárulnia, nem pedig hatalmas nyereséget biztosítani egy maroknyi óriási technológiai vállalat számára. Ezek az emberek és szervezetek a digitális forradalom által kínált lehetőségeket a társadalmi kihívások, mint például a környezeti pusztítás, és alternatív gazdasági és politikai modellek kialakítása érdekében kívánják felhasználni. Ezt a mozgalmat „digitális társadalmi innovációnak” nevezzük.<sup>4</sup>

A Social Innovation Community (SIC)<sup>5</sup> honlapján található információk szerint a digitális technológiai innováció formálisan „egy olyan, együttműködésen alapuló társadalmi innovációként definiálható, amelyben az innovátorok, a felhasználók és a közösségek együttműködése valósul meg a digitális technológiák segítségével annak érdekében, hogy közösen hozzanak létre (co-creation) olyan ismereteket és tudást, amelyek segítségével társadalmi szükségletek széles skáláját érintő megoldások születhetnek. Mindezt olyan széles skálán és gyors sebességgel képesek elérni, amely elképzelhetetlen volt az internet megjelenése előtt.” Bria (2015, 9.o.).

### ***A digitális társadalmi innováció megjelenési formái***

Baek és Bria (2014) négy technológiai trendet azonosított be a digitális társadalmi innovációkkal foglalkozó több mint 130 projekt tanulmányozása során, melyek:

- nyílt hardver (open hardware)
- nyílt hálózatok (open networks)
- nyílt adatok (open data)

<sup>3</sup> <https://digitalsocial.eu/about-the-project>

<sup>4</sup> <https://waag.org/en/article/what-not-digital-social-innovation>

<sup>5</sup> <https://www.siceurope.eu/network/digital-social-innovation/digital-social-innovation-intimately-related-all-other-areas>

- nyílt tudás (open knowledge).

A nyílt hardverhez kapcsolódó projekteket a világszerte népszerű „csináld magad” mozgalmak ihlették. A projektekből digitális hardware eszközöket tesznek elérhetővé mások számára, akik különféle társadalmi változások elérése érdekében adaptálhatják, megváltoztathatják és továbbfejleszthetik azokat.

A nyílt tudással kapcsolatos projektekből 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<sup>6</sup>, 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.

#### ***A digitális társadalmi innováció céljai, alapértékei és előfeltételei***

A digitális társadalmi innovációnak számos célkitűzése létezik. A Digitalsocial honlapon<sup>7</sup> található információk alapján ezek az alábbiak:

- a technológia társadalmi célok megvalósítása érdekében való felhasználása;
- a technológia használata a közjó növelése és az életminőség javítása érdekében;
- állampolgárok felhatalmazása arra, hogy jobban kontrollálják az életüket, valamint annak elérése, hogy az emberek a kollektív tudásukat és képességeiket/készségeiket pozitív társadalmi és környezeti hatások elérése érdekében használják;
- a kormányzat elszámoltathatóbbá és átláthatóbbá tétele;
- a domináns technológiai és üzleti modellek alternatíváinak a támogatása; nyitott és együttműködő alternatívák kialakítása a zárt, kizáráson és versenyen alapuló modellek helyett;
- a technológia alkalmazása egy környezetbarátabb és fenntartható(bb) társadalom létrehozása érdekében.

A Digitális Társadalmi Innováció Kiáltványa (2017) gyűjtötte össze a digitális társadalmi innováció alapvető értékeit, melyek az alábbiak:

- nyitottság és átláthatóság;
- demokrácia és decentralizáció;
- kísérletezés és elfogadás;
- digitális készségek és multidiszciplinaritás;
- fenntarthatóság<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> <https://www.fixmystreet.com/>

<sup>7</sup> <https://digitalsocial.eu/about-the-project>

<sup>8</sup> <https://www.dsmanifesto.eu/manifesto/>

Amennyiben egy társadalmi problémát megoldani kívánó, digitális technológián alapuló innovációs projekt nem felel meg a fenti alapértékeknek, úgy azt nem tekinthetjük digitális társadalmi innovációnak, hiszen az alapértékeknek való megfelelést kizáró kritériumként értékelhetjük.

A digitális társadalmi innováció technológiai előfeltételei a Digitalsocial<sup>9</sup> honlap alapján:

- a nyílt hozzáférésű adatokkal rendelkező infrastruktúrák létrehozása;
- a közös tudásteremtés;
- a vezeték nélküli szenzorhálózatok kialakítása,
- a decentralizált közösségi hálózatok létrehozása és működtetése,
- az ingyenes szoftver és nyílt hozzáférésű hardver.

### ***Sikertényezők és nemzetközi jó gyakorlatok***

Mindazonáltal 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 digitális technológia óriási társadalom átalakító erővel rendelkezik és új perspektívákat nyithat meg a társadalmi innováció számára. Az úgynevezett „big data” technológia használatával lehetővé válik, hogy összegyűjtsük és elemezzük azokat a társadalmi szükségleteket, amelyek eltérő időben és helyen jelennek meg, és azok közös mintázataiból általános következtetéseket tudunk levonni. A digitális technológiák használata új perspektívákat nyithat a helyben gyártott és olcsóbb termékek gyártásával azok számára is, akiknek egyébként nem lenne esélyük arra, hogy segítsenek rajtuk. A sérülések szkennelésére és elemzésére is alkalmas digitális eszközök használatával például olcsó protéziseket nyomtathatunk 3-D nyomtatók segítségével a háborúk áldozatai számára. De hazai jó példákkal is találkozhatunk. 2015-ben hat végtaghiánnyal született gyerek kapott 3D-nyomtatott műkezet a budapesti Design Terminálban, az e-Nable Magyarország önkénteseitől. „A kéz mellé megkapták a 3D-nyomtatáshoz szükséges fájlokat is, így, ha egy alkatrészt cserélni kell, maguk is kinyomtathatják”<sup>10</sup>

A Social Innovation Community honlapon<sup>11</sup> a DTI számos jó gyakorlatával találkozhatunk. A Citizen Lab<sup>12</sup>, egy civil szerepvállalási platform, amely lehetővé teszi az állampolgárok számára, hogy szorosabban vegyenek részt a kormányzásban. A Making Sense<sup>13</sup> 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<sup>14</sup>, egy olyan úttörő civil technológiai szervezet, amely egy évtizede azon dolgozik, hogy a kormányzatok működését szerte a világban átláthatóbbá és elszámoltathatóbbá tegye.

A FabCity<sup>15</sup> 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<sup>16</sup> 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)

<sup>9</sup> <https://digitalsocial.eu/blog/5/digital-social-innovation-a-relatively-new-concept>

<sup>10</sup> <http://www.origo.hu/gazdasag/20150922-e-nable-atadas-budapest-3d-nyomtatás-muvegtagot.html>

<sup>11</sup> <https://www.siceurope.eu/network/digital-social-innovation/digital-social-innovation-intimately-related-all-other-areas>

<sup>12</sup> <https://www.citizenlab.co/>

<sup>13</sup> <http://making-sense.eu/>

<sup>14</sup> <https://www.mysociety.org/>

<sup>15</sup> <https://fab.city/>

<sup>16</sup> <https://wheelmap.org/>

újabb nyolc inspiráló digitális társadalmi innovációs projektet mutat be blogjában, melyek a Plume Labs<sup>17</sup>, az Airbnb<sup>18</sup>, a Fairphone<sup>19</sup>, az Opendesk<sup>20</sup>, a Digi.me<sup>21</sup>, az Open Knowledge International<sup>22</sup>, a Fab Foundation<sup>23</sup> és a már említett CitizenLab<sup>24</sup>.

### 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.

Ugyanakkor a digitális társadalmi innováció legnagyobb kérdése az is, hogy vajon alkalmas-e globális társadalmi problémák megoldására, azaz megteremti-e a feltételeket ahhoz, hogy az állampolgárok a demokratikus működés új formáit gyakorolva, egymással szorosan együttműködve, közösen válaszoljanak meg nem csak helyi, hanem világszinten megjelenő kérdéseket. Erről a szakértők véleménye meglehetősen megosztott, vannak nagyon optimisták, de léteznek szkeptikusok is. Én magam is ez utóbbi véleménnyel értek egyet inkább, hiszen a legutolsó ebben a témában végzett kutatásom eredményei szerint (Nagy, 2012) hazánkban a lakosság az államtól várja el a társadalmi problémák megoldását, a bevonódási készség pedig nagyon alacsony szintű.

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.

### Köszönetnyilvánítás

*„A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.*

---

<sup>17</sup> <https://plumelabs.com/en/>

<sup>18</sup> <https://www.airbnb.com/>

<sup>19</sup> <https://www.fairphone.com>

<sup>20</sup> <https://www.opendesk.cc/>

<sup>21</sup> <https://digi.me/>

<sup>22</sup> <https://okfn.org/>

<sup>23</sup> [www.fabfoundation.org/](http://www.fabfoundation.org/)

<sup>24</sup> <https://www.citizenlab.co>



**Felhasznált irodalom**

- ANDREASEN A. R. (2003). The Life Trajectory Of Social Marketing. Some Implications., *Marketing Theory Articles*, Vol. 3 (3), 293–303
- AYOB, N. - TEASDALE, S.- FAGAN, K. (2016). “How Social Innovation ‘Came to Be’: Tracing the Evolution of a Contested Concept.” *Journal of Social Policy*; Cambridge, 45, 635–653
- BAECK, P. - BRIA, F. (2014): Digital Social Innovation. What It Is And What We Are Doing? Nesta. [https://media.nesta.org.uk/documents/digital\\_social\\_innovation-what-it-is-and-what-we-are-doing.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/digital_social_innovation-what-it-is-and-what-we-are-doing.pdf)
- BENEDEK, J. ÉS TSAI (2015): Regionális társadalmi innováció generálása szakértői rendszer segítségével, *Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek (XII.)* 2. pp. 4-22.
- BRIA, F. (2015) Growing A Digital Social Innovation Ecosystem For Europe, DSI FINAL REPORT, ISBN: 978-92-79-45603-9, DOI: 10.2759/448169
- CENTRE FOR SOCIAL INNOVATION, Stanford, 2018, [https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation?fbclid=IwAR10OeTvJwxQNrQmsuL0Qqawu22\\_TRsHNW2-Fk2mU8qdsOjL\\_iw8MyDhQY](https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/centers-initiatives/csi/defining-social-innovation?fbclid=IwAR10OeTvJwxQNrQmsuL0Qqawu22_TRsHNW2-Fk2mU8qdsOjL_iw8MyDhQY)
- “GLOBAL SHAPERS ANNUAL SURVEY 2017”, World Economic Forum, Global Shapers Community, [http://shaperssurvey2017.org/static/data/WEF\\_GSC\\_Annual\\_Survey\\_2017.pdf\\_letoltve](http://shaperssurvey2017.org/static/data/WEF_GSC_Annual_Survey_2017.pdf_letoltve): 2018.10.11.
- HAVE, R. – RUBALCABA, L. (2016): Social innovation research: An emerging area of innovation studies? *Research Policy*. 45. pp. 1923-1935.
- HILL, E. (1975): Future-minded sociologists: social innovation. *Futures*. (April). pp. 174-175
- 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. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.06.02>
- KOTLER P. - ZALTMAN. G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, Vol. 35, 3–12.
- MICHALKÓ, G.– KENESEI, ZS. – KISS, K. – KOLOS, K. – KOVÁCS, E. – PINKE-SZIVA, I.: Társadalmi innováció a turizmus kontextusában. *Turizmus Bulletin XVIII. évfolyam 1. szám*, 2018, 45-54. o.
- MILLARD, J. - CARPENTER, G. (2014): Tepsie: Digital technology in social innovation. A synopsis. 2014.
- NAGY, Sz. (2012) A társadalmi marketing, különös tekintettel a környezettudatosság aktuális kérdései Észak-Magyarországon. In: *Marketing Oktatók Klubja XVIII. Országos Konferencia 2012*, Miskolc, 10. o.
- NEMES, G. – VARGA, Á. (2015): Társadalmi innováció és társadalmi tanulás a vidékfejlesztésben – sikerek, problémák, dilemmák, In: „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia, Konferencia kiadvány (szerk.: Veresné Somosi M.), Miskolc, pp. 434-444.
- NOVAK, M. (2018): 8 inspiring examples of digital social innovations. <http://www.socialinnovationacademy.eu/8-inspiring-examples-digital-social-innovations/>
- OZMAN, M. - GOSSART, C.: What are digital social innovations? 2017 <http://theconversation.com/what-are-digital-social-innovations-79066>
- PHILLS, J. - DEIGLMEIER, K. - MILER, D. (2008). *Rediscovering Social Innovation*. Stanford Social Innovation Review.
- WESTLEY, F. (2008). “The Social Innovation Dynamic.” *SiG@ Waterloo*, 2008.