

six

ZORLU

WAYFINDER

Sosyal İnovasyonu İleri Taşımak: SIX Wayfinder İstanbul 2018'den İçgörüler



imece
Fark Et • Katıl • Çözüm Üret

ATÖLYE

S360
Certified
B
Sustainable
Enterprise

مركز بروكنجز الدوحة
BROOKINGS DOHA CENTER

UN
DP
Empowered lives.
Resilient nations.

İçindekiler

Giriş	3
Ne öğrendik?	5
Sosyal inovasyon ne sunmalı?	5
Bir sosyal inovasyon ekosistemini başarılı kılan nedir?	7
Sistem değişimi	8
Nasıl gerçek anlamda çok sektörlü olabiliriz?	11
Üniversitelerdeki potansiyelin ortaya çıkarılması	14
Türkiye'de durum	15
Sırada ne var?	16
Sonuç	17
Daha fazlası için	17

Giriş

SIX Wayfinder, sosyal inovasyonun geleceği konusunda düzenlenen küresel bir etkinliktir. Social Innovation Exchange'in (SIX) küratörlüğünü yaptığı, yerel ve uluslararası ortakların ev sahipliğinde gerçekleşen etkinlik, sosyal girişimcilerin önümüzdeki on yıl içinde nasıl geniş çaplı, derin ve sistemik bir değişim yaratabileceğini masaya yatırmaktadır.

Yolumuzu bulmak demek kendimizi yönlendirmek demek; denizciler uzun zamandır yıldızları, akıntıyı ve rüzgarları kullanarak yollarını bulmuşlardır. Her SIX Wayfinder'da, ise katılımcılar yeni, yenilenmiş veya uyarlanmış yollar bulmak için birbirlerinden faydalanırlar. Wayfinder, gelecekle ve gelecekteki rolümüzü bulmakla ilgilidir.

İlk Wayfinder, Avustralya Sosyal İnovasyon Merkezi (TACSI), Social Innovation Generation (SiG), McConnell Vakfı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ile işbirliği içinde, Nesta ev sahipliğinde, SIX tarafından 2017'de Londra'da düzenlendi.

Geçtiğimiz on yılda sosyal inovasyonun başarılarını inceledik, temel zorlukları ve gerilimleri açığa çıkardık ve geleceğe yönelik çabalarımızı nereye odaklayacağımızı masaya yatırdık. Hep birlikte, küresel sosyal inovasyon topluluğunun önümüzdeki 10 yıl içinde ilerlemesi gereken daha radikal, dönüştürücü ve insan merkezli yaklaşımları tanımlayan "eylem çağrıları" geliştirdik.

SIX liderliği, Zorlu Holding ev sahipliği ve imece yürütücülüğünde 14 - 15 Mayıs 2018'de İstanbul'da düzenlenen ikinci Wayfinder, ATÖLYE ve S360'ın içerik ortaklığının yanı sıra, UNDP İstanbul Bölge Merkezi'nin katkıları ve Brookings Doha Center'in desteğiyle hayata geçirildi.

İlk etkinlikten bir yıl sonra gerçekleşen toplantı, Türkiye'deki sosyal inovasyon ekosistemlerini harekete geçirmeyi ve mevcut faaliyetlere dayanarak, Londra'dan gelen **iki çağrıyı daha da derinleştirerek sosyal inovasyon alanını daha geniş anlamda** ileri götürmeyi amaçlıyordu:

- Sosyal inovasyon ekosistemlerini zenginleştirmek için kolaylaştırıcı platformlar yaratmak
- Özel sektör, kamu sektörü ve filantropi sektörlerine özellikle odaklanarak sosyal inovasyonu gerçek anlamda çok sektörlü bir hale getirmek

Dünyanın dört bir yanından katılımcıları bir araya getiren etkinlikte, sosyal inovasyona ilişkin başarı hikayeleri paylaşıldı, engelleri ve zorlukları aşmanın yolları masaya yatırıldı ve geleceğe ilişkin mücadelelere nasıl hazırlanılması gerektiği tartışıldı.

500'ü aşkın misafir ve 1000'den fazla çevrimiçi katılımcının yer aldığı halka açık bir toplantıya ev sahipliği yaptık ve neredeyse 30 ülkeden 350'den fazla kişi ile de iki gün boyunca ortak bir küresel öğrenim deneyimi yaşadık.

Bu kısa rapor, Wayfinder'da yaptığımız tartışmaları ve edindiğimiz iç görüleri özetliyor. Wayfinder İstanbul'dan aşağıdaki eylemlerle şekillenen yenilenmiş bir amaç duygusuyla ayrıldık:

- Yıkıcı inovasyon ve değişim ortamını kucaklamak,
- Çalışma şeklimizi uyarlamak: sorunlar değişmiyor, bu yüzden onlarla nasıl baş ettiğimiz değişmeli;
- Daha geniş kitlelere ulaşmak için değişim hikâyemizi daha da geliştirmek;
- Hem yukarıdan aşağı hem de aşağıdan yukarı bir yaklaşımla hızlı hareket etmek;
- Bir "akım" gibi düşünmek ve sektörler/topluluklar arasında işbirliği yapmak;
- Sosyal inovasyon ile ilgilenmeleri için şirketlere ilham vermek;
- Tartışmalarımıza daha çok "olağan dışı şüpheli" çekmek – bunun için iletişim kurma şeklimizi değiştirmek;
- Hem kamuoyu hem de politika yapıcılar nezdinde ne yaptığımız konusunda farkındalık yaratmak, böylece sosyal inovasyonu yaygın hale getirmek;
- Yeni nesil sosyal inovasyon uygulayıcılarını, özellikle de öğrencileri ve gençleri harekete geçirmek.

Tüm gerçek inovasyonun arkasında, kolektif eylem vardır.

Gorka Espiau
CRM-McGill Üniversitesi

Ne öğrendik?

Wayfinder İstanbul, 2017 Londra etkinliğinden iki eylem çağrısını daha ayrıntılı bir şekilde inceledi:

Sosyal inovasyonun başarılı olması için ne gerekiyor?

Sosyal inovasyon ekosistemlerini zenginleştirmek için kolaylaştırıcı platformlar yaratmak.

Sektörler arası nasıl daha iyi çalışırız?

Özel sektör, kamu sektörü ve filantropi sektörlerine özellikle odaklanarak sosyal inovasyonu gerçek anlamda çok sektörlü bir hale getirmek;

Ayrıca, özel olarak Türkiye'deki sosyal inovasyon ekosistemini beslemek için fırsatlar masaya yatırıldı (*bakınız: sayfa 15 Türkiye'de durum*). Bu fikirler küresel durum üzerine gerçekleştirdiğimiz tartışmalarımızı da besledi ve dünyadaki farklı ekosistemler için de anlamlıydı.

Sosyal inovasyon ne sunmalı?

Dünyanın dört bir yanından konuşmacılar, ortaklaşa sahip olduğumuz en büyük sorunumuz olarak yükselen eşitsizliğin altını çizdi. Ancak, 'Türkiye AÇEV'den Ayla Göksel'in belirttiği gibi: "Birçoğumuzun içinde çalıştığı konular gerçekten değişmedi ya da bir yere gitmedi. Yani bu konulara ilişkin çalışma şeklimiz değişmeli."

Değişime cevap olarak hızlı hareket etme ihtiyacı en büyük zorluk olarak tekrar tekrar gündeme geldi. Tides CEO'su Kriss Deiglmeier, "Değişim "yeni normal" ve daha önce hiç görülmemiş bir hızda bize doğru geliyor" diye uyardı. Çevikliğin uzun vadeli düşünme ile bir araya getirilmesi gerektiği ve zamanla yatırım yapmaya daha hazırlıklı olan yatırımcılar ve fon verenlerle birleştirilmesi gerektiği söylendi.

Şunu asla unutmamalıyız: sistem değişikliği hakkında konuştuğumuzda insanlar hakkında konuşuyoruz. Birçok çözüm zaten toplulukların içinde yer alıyor. Ancak çoğu zaman pratik teoriye dayanıyor ve aslında cevap tam da aşağıda, yaşanan tecrübe ve paylaşımında iken, aksine yukarıdan aşağı bir yaklaşımla hayata geçiyor. Toplulukların neye ihtiyaç duyduğunu daha iyi anlamalıyız. CRM-McGill Üniversitesi'nden Gorka Espiau, "Uzman analizi bize insanların ne istediğini söylemiyor" dedi. Avustralya Sosyal İnovasyon Merkezi'nden Carolyn Curtis, seyirciyi içinde buldukları çevrelerin ötesinde düşünmeye teşvik etti: "Toplum, aile ve hane halklarını bir değer olarak nasıl açığa çıkarabiliriz ve onları sosyal inovasyon akımına nasıl dahil edebiliriz? Bir sosyal inovasyon konferansına hiç katılmayacak olanları?".

Topluluklar ile çözümlerin kilidini açmak istiyorsak, sektörler ötesi bir anlayışla, iş dünyası, sivil toplum ve hükümet ile birlikte çalışmalıyız; bunların hepsi ile gerçek bir işbirliği içinde çalışmak için yeni yollar bulmalıyız. Kriss Deiglmeier, "Farklı silolarda faaliyet gösteren bir anlayıştan işbirliği içinde çalışmaya yönelik bir anlayışa geçmemiz gerektiğini" hatırlattı.

Hikâye anlatımı, değişimin kilidini açmak için sahip olduğumuz en güçlü araçlardan biri olarak ortaya çıktı. Hikâyeleri nasıl anlatacağımızı ve değişimin anlatısını nasıl oluşturacağımızı öğrenmeliyiz. The Comms Lab'den Ella Saltmarsh "Anlatı bir teknoloji olabilir" dedi. "Hikâyeler hedefleri değiştirebilir ve başkalarına da değişim yaratmak için umut verebilir". Anlatının kontrolünü ele almaya ek olarak daha fazla kamu bilinci oluşturmak için yaptığımız şeylerin görünürlüğünü artırmanın önemi de vurgulandı. Esas Sosyal'den Filiz Bikmen, "Birinin kendi hayatını değiştirme gücüne olan inancını artırdığın zaman, diğer yaşamları nasıl değiştireceğine dair inancını da artırıyorsun" dedi.

Geleceğe baktığımızda ise yeni nesil sosyal inovasyon liderlerine destek olma ihtiyacından bahsettik. Gençler sosyal inovasyon konusunda oldukça hevesli, ancak birçok yerde tutkularını hayata geçirmek için araç ya da destek bulunmuyor. Bu neslin güçlendirilmesi, sosyal inovasyon hareketi için önemli bir odak noktası olacak; geleceği yaratıcı bir şekilde hep beraber sahiplenmek için nasıl gerçek anlamda nesiller arası bir hâle gelebiliriz?

Değişim, "yeni normal" ve daha önce hiç görülmemiş bir hızda bize geliyor.

Kriss Deiglmeier,
Tides

Bir sosyal inovasyon ekosistemini başarılı kılan nedir?

Wayfinder İstanbul'un kısa vadeli bir hedefi, Türkiye ve bölgedeki sosyal inovasyon ekosistemini büyümesi ve gelişmesine katkıda bulunmaktır (*Sayfa 15'deki kutuya bakınız*). Bu bölgesel tartışmalar, Kanada, Avustralya, Avrupa ve Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi'ndeki diğer kişilerin deneyimleriyle, başarılı ekosistemlerin genel özelliklerini ortaya çıkarmamıza yardımcı oldu:

- Sosyal inovasyon, adalet ve değişim için, karmaşıklığı, toplulukları ve kolektif eylemleri tanıyan ve bireysel girişimcilik efsanesine meydan okuyan **ortak bir amaç** oluşturmalı.
- Sosyal inovasyonu tüm farklı yönleriyle kucaklayan ve nasıl toplumsal dönüşüme yol açtığını vurgulayan **ortak bir hikâye** yaratılmalı. Avrupa'daki deneyimler bu konuya yatırım yapmanın değerini gösteriyor.
- Hem birbirimize hem de hareketin dışında yer alanlara ne yaptığımızı açık bir şekilde anlatan ortak anlatıya eşlik edecek **ortak bir terminoloji** geliştirilmeli. Anahtar kelimelerin ve cümlelerin farklı yorumları yanlış anlaşılmalara yol açabilir.
- Alternatif fon ve finansman kaynakları ve ölçeklendirme aşamasından önce yenilikçi çözümler de dahil olmak üzere, fikirleri test edebilecek ve tam anlamıyla çalışan hizmetlere dönüştürebilecek **güçlü inovasyon destek sistemleri** olmalı. Sosyal alanda yanlış yapma hakkımız yok.
- **Ölçeklendirilecek** gerçek yollar - Hareketimizin başarılı olması ve ölçek etkisi yaratması için, toplulukların derinlerindeki gizli değerleri açığa çıkaracak **yukarıdan aşağı ve aşağıdan yukarı yaklaşımları** kullanarak ve kamu sektörü değerleri ve desteğiyle beraber, çalışmalarımızda gerçek dünyayı esas almamız gerekiyor. Bunu nasıl gerçekleştirdiğimize daha çok odaklanmalıyız.
- Tüm tarafları harekete geçirecek ve çabaların uyumlu olmasını sağlayacak bir diyalog ve **ağ platformu**. Vatandaş (fikirler) ve özel sektör (finansman) arasında aracılık eden bir "Sivil Kuluçka Modeli" Kanada'da iyi çalıştı.
- Yeni fikirleri denemek için insanların açık bir zihinle bir araya gelebileceği yeni alanlar olmalı. Bunların hem fiziksel hem sanal olması gerekiyor. Önemli olan, bu alanların erişilebilir olması, ağlarımıza ve alanlarımızı önceden dahil olmayan ya da davet edilmeyen "olağandışı şüpheliler"e açık olması.
- **Artan görünürlük** ve sosyal inovasyon konusunda **kamu bilinci** geliştirilmeli. Sosyal medya ve ana akım medya, sosyal inovasyon kavramının günlük yaşamla beslenebileceği kanallar. Kamu görevlilerine sosyal girişimlerin sosyal etkilerini göstermek daha fazla devlet katılımını teşvik edebilir.

Toplumsal değişim ana akım yoluyla gerçekleşir. Bunu ayrı gibi düşünmeyin.

Geoff Mulgan,
Nesta

Sistem değişimi

Tüm bunlar kafa karıştırıcı geliyorsa, McConnell Vakfı'ndan Tim Draimin'in söylediklerini hatırlayalım. Tim, sistemlerin değişmesini sağlayan ekosistemleri beslemek için bir ömür boyu faaliyet gerektiğini vurguladı. Diğer taraftan, dünyada görmek istediğimiz sistemlerin tohumları şimdiden ekili... Deiglmeier'in vurguladığı gibi, "Topluluklarda, aradığımız çözümlerin ta kendisi olan fikirler var. Hepimiz bu konuda harekete geçebiliriz... Hızlı hareket edin ve inandığınız insanlara yatırım yapın". Büyük değişimler küçük, sıradan adımlar ile başlayabilir. AÇEV'den Ayla Göksel bizi sistem değişikliğinden korkmamaya çağırdı... Sadece başla: "Yeni bir sorunu çözmek zorunda değilsin, sadece bir sorunu çöz" dedi.

Tartışmalarımız sistemsel değişimin "yap ve yapma"larını ortaya çıkardı ve öncü sistem düşünürü Donella Meadows'u hatırlatan güçlü bir içgörü seti ortaya çıktı. Meadows'un yazdığı gibi, "sistemleri kontrol edemeyiz ya da bunları çözemeyiz. Ama onlarla dans edebiliriz!"** İşte Wayfinder'dan çıkan dansın bir versiyonu:**

* :Meadows, Donella. "Sistemlerle Dans Etme." Arşivler, Sistem Değişim Akademisi, donellameadows.org/archives/sistemlerle-dans-etme
** :ibid
*** :Meadows "Sistemlerle Dans Etme." <http://donellameadows.org/archives/dancing-with-systems/>

Yap:

- Uzun vadelere bağlı kalın: Bir ekosistemin inşa edilmesi ve desteklenmesi "yaşam boyu" bir faaliyet.
- Bir hareketmiş gibi düşünün: bütün, parçaların toplamından daha fazladır.
- Değişim ve yıkıcı inovasyon ortamında çalışmayı kucaklayın. Bu "yeni normal".
- İnovasyonun karmaşık olduğunu kabul edin: teknolojiden çok daha fazlası ve mevcut fikirlerin yeni kombinasyonları hakkında olabilir.
- Özellikle halkla ve topluluklarla çalışırken, hikâye anlatımının gücünü kullanın. Hikâyeleri nasıl anlatacağınızı öğrenin ve bunları güçlü bir genel anlatıya dönüştürün.
- Topluluğunuzdan güç kazanın, ancak 'sadık' kitlenizin ötesine ulaştığınızdan emin olun.
- Bir şeye "karşı" bir akım değil, bir şey "için" bir akım olun.
- Deney yapın. Deneyimlemek güçlü bir araç. İnsanları harekete geçirebilir, riski azaltabilir ve kaynakları koruyabilir, ancak fon verenler genellikle daha güvenli sonuçlara ulaşmaya odaklanıyor.

Yapma:

- Küçük başlamaktan korkmayın.
- Sosyal adalet konusunda 'insan' faktörünü - insanlar, aile, topluluklar - gözden kaçırmayın. Sosyal inovasyon değerlerle ilgilidir.

Hareketimizin başarılı olması için çalışmalarımızı gerçek dünyaya dayandırmamız gerekiyor.

Tarik Yousef
Brookings Center Doha

Zaman içinde büyük sistemsel değişimler sıradan insanların tutkusundan başlayarak büyüdü. Yazar Charlie Leadbeater, bir misyona sahip başarılı hareketlerin toplumsal normları nasıl değiştirebileceğine, pazarlar yaratabileceğine ve sistemleri değiştirebileceğine ilişkin örnekler verdi – örneğin, veganizm akımı ve LGBTI topluluğunun HIV / AIDS krizine karşı savaşı. Ancak, başarılı olmak için "küçüğün [eylemlerin] büyüğü [resmî] kapsamı gerektiğini belirtti. Bir akımmış gibi düşünmeyi savundu ve bunu yapmak için bize sekiz kural verdi (Kutuya bakınız).

Bir sosyal inovasyon akımı için 8 kural

Bir misyona sahip olan akımlar, sosyal normları değiştirebilir, pazarlar yaratabilir ve sistemleri değiştirebilir.

1. Anlatınızı insanları duygulandıracak bir şekilde çerçeveleyin – bunu başkalarının sizin için yapmasına izin vermeyin ve uyum sağlamaya hazır olun
2. "Vahşi doğada peygamberleri" bulun - ana akıma karşı gelen fikirleri yaşayan insanları
3. Bu akıma inan kişilerle bir araya gelebileceğiniz yerler oluşturun.
4. Değişimi sağlamak için insanlara araçlar verin
5. Liderliği dağıtan akıcı bir hiyerarşi aracılığıyla aidiyeti paylaşın
6. Düşmanlarınızı kazanmak için onları da devreye sokun
7. İtirazdan teklife geçin
8. Etki yaratabileceğiniz yolları bilin: sosyal normları değiştirin, pazarlar yaratın ve sistemleri değiştirin

Bir akımmış gibi düşünün. Bir misyona sahip akımlar sosyal normları değiştirebilir, pazarlar yaratabilir ve sistemleri dönüştürebilir

Charlie Leadbeater

Nasıl gerçek anlamda çok sektörlü olabiliriz?

Sistemsel değişim yalnızca sektörler arasında işbirliği yaparsak gerçekleşebilir. Robert Bosch Stiftung'dan Markus Lux, "Bu olmadan hiçbir sorunu çözemezsiniz" dedi, "silonuz güzel ve büyük olsa bile, yine de kaybedersiniz."

Sosyal inovasyon tüm topluluklara dokunuyor, en azından Türkiye'de, bir şekilde veya başka bir şekilde. Aynı dili konuştuğumuzdan emin olmalıyız.

Ayla Göksel, AÇEV

Sosyal fayda için iş dünyası

Toplumdaki karmaşık ve hızlı değişimler **iş dünyası için yeni bir rol** talep ediyor. Kriss Deiglmeier, "Küresel bir toplumda yaşıyor ve faaliyet gösteriyoruz, ve uzun ömre sahip şirketler kurumsal sosyal inovasyonu DNA'larına yerleştiren şirketler olacak" dedi. Zorlu Holding'den Yönetim Kurulu Üyesi Emre Zorlu, "Uzun vadeli sağlıklı bir şirket istiyorsanız, önce sağlıklı bir topluma sahip olmak zorundasınız" diyerek bu noktayı vurguladı. "Şirketlerin paradigmalarını "sosyal faydaya yönelik iş" olarak değiştirmeleri gerekiyor" dedi.

İş dünyasının liderleri, sosyal iyilik için iş yapmanın "iyi bir iş" olduğu bu paradigma değişikliğini kabul ettikçe, sosyal inovasyon akımının da bir bütün olarak bu değişimi benimsemesi gerekiyor ki çözmek istediğimiz meselelerle ilgili aynı ölçekte çalışalım.

Farklı türden ortaklarla, özellikle de şirketlerle çalışmalıyız. "Şirketler, 2018'de ve önümüzdeki on yılda, hem sosyal hem de çevresel sorunların çözümlerinin bir parçası olmak için önemli bir fırsat sunuyor. Birçok kaynağa sahipler ve diğer pek çok aktörün sorunlara gerçek çözümler getirmek zorunda olmadığı bir ölçekte çalışıyorlar" diyor Kriss Deiglmeier.

Charlie Leadbeater'ın da bizden istediği gibi "hep beraber sektörler arası bir akım haline gelmeliyiz, bu birçoğumuzun "itirazdan teklife" doğru hareket etmesini gerektirebilir". Özel sektörden konuşmacılar ve katılımcılar arasındaki ortak bir görüş, iş dünyasının oynadığı bu yeni rolün, şirketi her düzeyde kesen ve üst yönetimin desteğine sahip **bir sosyal misyona bağlılığı** içermesi oldu. Küreselleşme, tüketici tarafında tedarik zinciri uygulamaları ve kaynak kıtlığı konularının altını çizirken, hızlı değişen ve sosyal medya tarafından desteklenen toplumsal normlar ve müşteri değerleri de şirketlerden daha fazla hesap verebilirlik ve katkı talep ediyor. Bu değişiklikleri ve sosyal inovasyonu benimsemek için oluşan fırsatı göz ardı etmek riskli. Kriss Deiglmeier'in belirttiği gibi, "Şirketler...Sadece bir şeyler yapın - fırsat var, müşteriler bunu talep ediyor, dünya bunu talep ediyor, çevre bunu talep ediyor." İnsanlar ve gezegenler için iyi olan şey işler için de iyi.

Şirketler zaten kurumsal sosyal sorumluluktan kurumsal sosyal inovasyona geçmek için bir dizi sağlam araçlara sahip. Konuşmacılar aşağıdaki örnekleri verdi:

- Sosyal yardımın "şirketin DNA'sına işlenmesi" için, personelin zamanının, ürün, kâr ve/veya özkaynakların %1'inin seçilen herhangi bir hayır kurumuna bağışlanması. 5.000 şirket şimdiden bunu yapmayı taahhüt etti;
- İş stratejisine sosyal değişimi hedefleyen en az bir hedef dahil etmek;
- Çalışan teşviklerini sosyal amaçlarla uyumlu bir şekilde değiştirmek;
- Kamu hizmeti kampanyaları ve etkili davranış değişikliği için pazarlama varlıklarını, becerilerini ve kaynaklarını kullanmak;
- Finansal raporlarda hem olumsuz hem de olumlu sosyal ve çevresel etkileri raporlayarak, "dışsallıkları" içselleştirmek;
- Sosyal ve çevresel sorunları çözmek için işi bir araca dönüştürmek.

Sosyal faydayı fonlamak

Sosyal inovasyonun ilerlemesi için, fon verenler de - şirket, kamu ve filantropi - yaklaşımlarını yeniden değerlendirmeli. Uyum sağlamaya, risk almaya ve "yukarı yönlü" finansman sağlamaya hazır olan sosyal yatırımcılara ihtiyacımız var. Sadece bugünün meselelerine yönelik küçük, kısa vadeli çözümlere değil, geleceğe ilişkin meselelere yatırım yapmaya ihtiyacımız var. **Daha yaratıcı finansmana ihtiyacımız var.** Avrupa'da, Avrupa Komisyonu sosyal inovasyon aktörleri ve kurumları arasında paylaşılan bir anlatı geliştirmeye yatırım yaparken, Kanada'da filantropi bir sosyal inovasyon ekosisteminin geliştirilmesinde kilit bir rol oynadı.

Donkey Wheel Vakfı'ndan Paul Steele, "Hayırseverler, genellikle faydalanıcıların iyi bilindiği, sonucun öngörülebilir olduğu ön-yüz hizmetlerini finanse etmeyi seviyor," dedi. Aslında gerçek değişim için gerçek değişim fırsatları sunan daha riskli alanlara yatırım yapmalı. Bunlar sonucun daha az bilinir olduğu yerler. "İster üst kapasite ister temel neden müdahalelerine yönelik yatırım olsun, finans akışında yukarı yönlü yeniliklere doğru bir kayma hala çok çaba gerektiriyor."

Muhasebe önlemleri de toplumsal değeri kapsayacak şekilde sosyal ve finansal hedefleri yeniden dengelemeli; bu hem kurumsal ve hem de kâr amacı gütmeyen muhasebe için geçerli. Sosyal etkiyi ölçmenin bu gibi yeni yolları, pratik düzenleme değişimlerinin sosyal inovasyonu önemli ölçüde kolaylaştırabileceğini göstererek politika yapıcılar üzerinde olumlu bir etkiye sahip olma olasılığı yüksek.

Sosyal fayda için mevzuat geliştirme

Çeşitli atölye çalışmalarında sosyal inovasyonun gelişmesini sağlamak için düzenleyici veya yasal değişikliklerini sağlayabileceği fırsatlardan bahsedildi. Aşağıdakiler hayati mevzuat adımları olarak tanımlandı:

- Sosyal girişimler için esnek ve kapsayıcı bir **yasal çerçeve**. Kamu sektörü içinde bu uygulamaları teşvik etmek, sosyal inovasyon için **özel bölümler arası birimler** geliştirmek.
- Sosyal inovasyonun gelişmesine yardımcı olmak için, vergi teşviklerinden sosyal inovasyona ilişkin hikâye anlatımına, kamu inovasyonunun teşvik edilmesinden sektörler arası faaliyetlere kadar daha fazla **devlet desteği**.
- Daha güçlü devlet katılımını teşvik edecek şekilde, devlet görevlilerine sosyal işletmelerin yarattığı sosyal değer ve etkisini gösterecek artan **görünürlük**.

Diğer taraftan, bazı sosyal inovasyon ekosistemlerinde değerli mevzuat araçlarının zaten var olduğunu unutmamalıyız. Avrupa örneğinde olduğu gibi, Avrupa Komisyonu içinde ve dışında sosyal tarafın da inovasyon mevzuatına dahil edilmesi için 10 yıldan fazla bir süredir çalışmalar yürütülüyor: Avrupa Komisyonu'ndan Philippe Martin "Bunlar için savaştık. Şu an riskimiz bunları kullanmamak."

Üniversitelerdeki potansiyelin ortaya çıkarılması

Üniversiteler sosyal inovasyon konusunda çok değerli çalışmalar yapıyor, ancak hiyerarşik ve kısıtlayıcı olabiliyorlar; örneğin; araştırmayı uygulamadan; "öğretmeyi" deneysel öğrenmeden yapay olarak ayırabiliyor. Öğrenciler, araştırmacılar, doktora öğrencileri ve akademisyenler tarafından geliştirilen, neyin işe yaradığı ile ilgili değerli bilgiler var, ancak kapalı kapılar ardında ya da farklı veri kaynaklarına dağıldıkları için bunları bulmak zor olabiliyor. Bu değerli bilgi birikimine yönelik araştırmalar, makaleler, vakalar ve raporlar aracılığıyla yolunu bulmak, uygulayıcılar için zorlayıcı ve hayal kırıklığı bir deneyim olmaya devam ediyor.

Üniversiteler, çalışmaya alışık oldukları yöntemler ve özellikle öğrenciler tarafından talep edilen daha fazla hesap verilebilirlik baskılarıyla karşı karşıya. Öğretimin geleceği ve üniversitelerin çevrelerindeki topluluklara ve çevrelere nasıl sosyal değer yaratabilecekleri konusunda daha geniş çaplı tartışmalar bulunuyor.

Birlikte çalışmanın yollarını bulmak için STK'lardan özel sektöre farklı paydaş tiplerini bir araya getirmek, sistem değişikliğinin ön şartıdır.

Buğra Çelik,
imece

Türkiye'de Durum

"Sosyal inovasyon" Türkiye'de nispeten yeni bir tanım olmaya devam ediyor. Ancak, iki sosyal girişimin (Adım Adım ve Açık Açık) kurucularından İtir Erhart, son on yılda çok şey değiştiğini söylüyor: "2006 yılında sosyal inovasyon yaptığımızı bilmiyorduk. Amacım sadece bir sorunu çözmek oldu. Şimdi her hafta sosyal inovasyon üzerine konuşmalar yapıyorum."

Atölyelerde Türkiye'de sosyal inovasyonun daha da gelişmesinin önündeki engeller üzerine "büyük fikirleri"n ortaya çıktığı bir beyin fırtınası yapıldı. Bunların arasında:

- Bağımsız bir organ tarafından yürütülen ve düzgün bir şekilde izlenen, **sosyal girişimler ve sosyal inovasyon projeleri için kapsayıcı bir yasal çerçeve;**
- Daha güçlü devlet desteği, vergi indirimleri ve destekleyici **düzenlemeler;**
- Sosyal girişimciler için artan **görünürlük;**
- Yeni sosyal girişimcileri teşvik etmek için **bir liderlik programı.** Bu, yerleşik sosyal inovasyon projeleriyle deneyim kazanmak için yurtdışı deneyimlerini de içerebilir;
- Farklı paydaşları ortak bir amaç etrafında bir araya getirecek **ortak bölgesel bir platform;**
- Farklı aşamalardaki projeler için **harmanlanmış fon kaynakları;**
- **Sadece gençlik için değil, gençlerle çalışmaya inanan** bir zihniyet değişimi;
- **Kurumsal sosyal inovasyona** daha fazla inanç ve aidiyet;
- Sosyal inovasyon platformları ve girişimleri daha görünür hale getirmek için **medya iletişimi ve markalama kullanımı.**

Sırada ne var?

Geleceğe yönelik tartışmalarımızda önümüzdeki on yıl için öncelikler ortaya çıktı:

- Hâlihazırda kaynak sağlanmayan yeni nesil sosyal inovasyon ve girişimcilere yatırım yapmak.
- Organizasyonlarımızın, sektörlerimizin ve silolarımızın ötesinde çalışmak. Bu, topluluklar, aileler ve hanelerdeki değerleri ortaya çıkarmayı da içeriyor.
- Toplulukların istediği ve ihtiyaç duyduğunu daha iyi anlamak; bu sürekli ve devam eden bir topluluk ve ortak inovasyon süreci olarak çalışmalarımızın merkezine almak.
- Bir sosyal inovasyon konferansına asla katılmayacak olanlara ulaşmak.
- Daha fazla kanıt üretmek ve nelerin iyi çalıştığına dair hikâyeleri ana akım hikâye anlatımında görünür kılmak - müfredat , gazetecilik, medya, sosyal medya, pop kültürü gibi anaakım hikaye anlatım araçlarını kullanmak.
- Sosyal inovasyona fon akışını artırmak ve daha fazla kurumsal sosyal inovasyonu teşvik etmek.
- Nasıl öğrendiğimizi ve özellikle üniversitelerin oynayabileceği rolleri sorgulamak.
- Bölgesel sosyal inovasyon ekosistemleri oluşturarak daha kolektif ve birleşik etki yaratmak.

Daha hızlı bir şekilde yapabileceklerimiz:

- En büyük teknolojimiz olan hikâye anlatımının kontrolünü ele geçirerek akımı büyütmek ve yukarıdan aşağıya ve aşağıdan yukarıya doğru gelişen inovasyonları anlamak ve güçlendirmek.
- Karşı çıkmak yerine zorlukların ölçeğine uygun, başarılı sektörler arası çalışma yöntemleri teklif ederek gerçekten çok sektörlü olmak.
- Bu raporda sözü geçen, sosyal inovasyonların başarılı olması için uygun koşulları yaratmaya odaklanmak.

- Kaynak akışını artırmak; yaratıcı ve daha fazla risk alan finansman yöntemlerine açık olmak;
- Prototipler, gayri resmi gruplar ve deneyimlerle çalışma fırsatları aramak;
- Bir akım oluşturan ve piyasaları, normları ve sistemleri değiştiren kolektif ve ortak bir çalışma yöntemi bularak "dans"ımızı öğrenmek;
- Yerleşmiş çıkarılara meydan okuyan görüş ayrılığı ve anlaşmazlıkları daha fazla kucaklamak;
- Öğrenmek, paylaşmak ve değiş tokuş etmek için çeşitli kitlelere bağlanmaya devam etmek;
- Sosyal inovasyonu mümkün kılmak için mevcut politikalardan yararlanmak;
- Gerçek dünyada kalmak - Hızlandırılmış değişim ve karmaşıklık yeni normlarımız. Özellikle farklı ölçeklerde yaşayan topluluklar, aileler ve haneler için bu değişikliğe derinden bağlı kalmaya odaklanabiliriz.

SIX ve Wayfinder ortakları şimdi bu tartışmaları ileriye götürmenin yollarını arıyor.

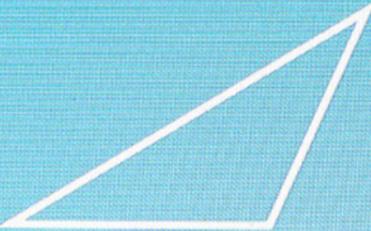
Sonuç

Wayfinder boyunca iki kelime sürekli ortaya çıktı. Birincisi **değişim**: toplumsal değişim gerçekleştirmek istiyorsak yıkıcılığın 'yeni normal' olduğu bir ortamda çalıştığımızı kabul etmeli ve kendi çalışma biçimlerimizi buna göre uyarlamalıyız.

Diğeri **umut**. Umut, katılımcıların geri bildirim kartpostallarında en çok kullandıkları kelimeydi. Wayfinder etkinliği gerçekten çok sektörlü, çok kültürlü ve çeşitliydi. Yenilenmiş bir sorumluluk duygusu vardı - birlikte sistemleri değiştirebilecek insanların gücü ve delaletine olan bir inanç.

Daha fazlası için

Wayfinder etkinliğine ilişkin tüm döküman ve çıktıları www.sixwayfinder.com ve www.imece.com adreslerinden ulaşabilirsiniz.



WAYFINDER



