

GŁOS

STOCZNI

pracownia badań
i innowacji
społecznych

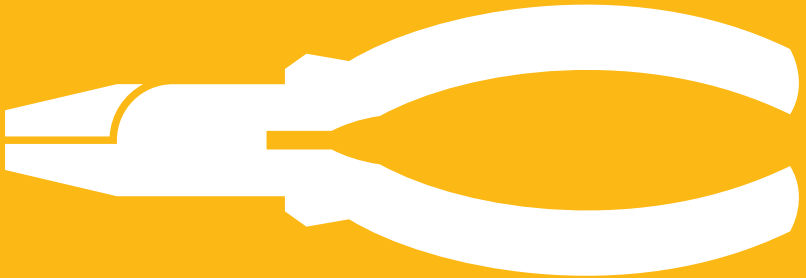


stocznia

zeszyt 2
luty 2014
Warszawa



INNOWACJE



CZĘŚĆ 1 — PO CO NAM INNOWACJE SPOŁECZNE?

Na oko dziesięcioletni chłopiec patrzy przez okno na rozświetlone nocą wielkie, nowoczesne miasto. Wzrok ma rozmarzony, ale i pełen determinacji. „Dlaczego prąd nie idzie w nocy spać?” – pyta w myślach, co zdradza nam napis nad jego głową. Komentarzem do tego obrazka jest hasło, które – zapewne by dodać powagi całości przekazu – zostawiono w języku oryginału: „social innovation – it’s our future”.

Takiej treści wielkoformatowe plakaty zawisły w tym roku na

ulicach polskich miast. To kampania reklamowa jednej z wielkich międzynarodowych firm produkujących m.in. sprzęt elektroniczny. Czytelny dla każdego obraz dziecięcych marzeń o lepszym świecie zestawiono z hasłem „social innovation”, czyli innowacji społecznych. Jeszcze niedawno to ostatnie było niemalże akademickim pojęciem, które rzadko pojawiało się nawet w poważnej debacie publicznej.

Fakt, że hasło to przebija się do sfery publicznej akurat za

pośrednictwem reklamy, można uznać za nieprzypadkowy. Istnieją różne szkoły myślenia na temat reklamy. W dużym uproszczeniu, jedni mówią, że odpowiada ona na rzeczywiste potrzeby i aspiracje różnych grup społecznych. Inni zaś twierdzą, że reklama jest od tego, aby rozbudzać uśpione lub nieuświadomione potrzeby, co sprawia, że ludzie szukają coraz to nowych sposobów na to, jak wydać pieniądze, których nie muszą wydawać na załatwienie spraw zupełnie podstawowych.

Czy „innowacje społeczne” należą zatem do tej pierwszej czy do drugiej kategorii? Czy rzeczywiście świat potrzebuje przełomowych rozwiązań (nie tylko technologicznych), które będą odpowiedzią na realne problemy społeczne? A może mówienie o nich to tylko sposób na to, by nowe produkty i rozwiązania – za które trzeba będzie słono zapłacić, czy to z prywatnych, czy z publicznych pieniędzy – na dobre zakorzenić w naszych marzeniach o lepszym świecie?

Jest wiele powodów, by twierdzić, że innowacje społeczne to nie tylko pusty slogan, ale realne wy-

zwanie współczesności. Wszystkie te powody można streścić w jednym prostym stwierdzeniu: dziś nie wystarczy chcieć naprawiać świat – ważne jest, by umieć to robić sprawnie, szybko i „sprytnie”. Wykorzystując najlepsze możliwe środki, znajdując połączenia, których nikt wcześniej nie znalazł, zastanawiając się, jak ten sam problem można rozwiązać lepiej, niż zrobili to poprzednicy, a istniejące – choć skuteczne – rozwiązania zastępować jeszcze skuteczniejszymi. To właśnie, w dużym uproszczeniu, kryje się za pojęciem innowacji społecznych – chodzi po prostu o poszukiwanie jeszcze lepszych, nowatorskich sposobów na naprawę choćby małego wycinka rzeczywistości.

Współczesny świat sam od nas tego wymaga, bo zmienia się w zawrotnym tempie. Można wręcz powiedzieć, że żyjemy w czasach permanentnej zmiany. Widać to wyraźnie na przykładzie tego, jak zmienia się dziś rozumienie kategorii kryzysu. Do tej pory była ona widziana jako naturalny element trajektorii zmian i rozwoju. Uznawano, że co jakiś czas krzywa musi spaść,

ŻYJEMY W CZASACH PERMANENTNEJ ZMIANY

żeby mogła potem się wznieść, a proces ten cechował się pewną regularnością. Dzisiejszy kryzys, który rozpoczął się w 2008 roku, wymyka się takim łatwym przewidywaniom. W wielu sferach – zarówno czysto ekonomicznej, jak i w wymiarze wpływu na rzeczywistość społeczną – nie jesteśmy w stanie dokładnie określić jego skali, perspektyw jego zakończenia, ani dokładnie opisać jego skutków. To, z czym będziemy się mierzyć w przyszłości, okaże się wynikiem oddziaływania wielu trendów (wzorów konsumpcji, modelu produkcji, demografii, technologii, klimatu, dostępności zasobów naturalnych, procesów politycznych itd).

Sploty te mogą tworzyć zarówno optymistyczne, jak i pesymistyczne (zgoła katastroficzne) scenariusze. Innymi słowy, trzeba być przygotowanym (indywidualnie i kolektywnie) na bardzo różny obrót spraw, a co za tym idzie,

innowacyjne podejście do rozwiązywania problemów społecznych staje się nie tylko pożyteczną, ale wręcz konieczną kompetencją, która może decydować o jakości życia, a nawet przetrwaniu – zarówno osób, jak i społeczności.

Tej nieprzewidywalności towarzyszą jednak pewne globalne zmiany, które wydają się być trwałe.

Po pierwsze, cechą współczesności jest swego rodzaju „skurczenie się” czasu. Dawniej wielkie wynalazki, jak druk i prasa, miały możliwość długiego „zanurzenia się” w strumieniu rozwoju cywilizacji. Weryfikacja ich przydatności przychodziła dopiero po wielu latach. Dziś nowe rozwiązania trzeba wymyślać znacznie szybciej. Inaczej może okazać się, że dany wynalazek nie jest przydatny już w momencie jego pojawienia się. Innowacyjność, czyli umiejętność szybkiego reagowania na zmiany i dostosowywania

do nich swoich działań, nie jest więc dziś czymś „ekstra” – staje się jedną z podstawowych zdolności. Dotyczy to w takim samym stopniu umiejętności przetrwania na rynku, jak i działań na rzecz rozwiązania rozmaitych problemów społecznych. Wygrywają ci, którzy potrafią odpowiednio szybko podjąć refleksję na temat zmian otoczenia, zdefiniować sytuację, w której się znajdują i sprawnie w niej nawigować.

Doskwiera nam dziś także problem ograniczonych zasobów – to kolejna zmiana, która wydaje się być trwała. 150 lat temu wydało nam się, że ujarzmiłiśmy naturę i jej zasoby będą nam służyć w nieskończoność. Dziś wiemy, że to nieprawda – zasobów natural-

nych będzie coraz mniej. Wiemy już, że musimy się uczyć korzystać z nich efektywnie i oszczędnie i szukać ku temu nowych sposobów. Dlatego istotą wielu wynalazków czy nowych rozwiązań, także w sferze społecznej, może być już sam fakt, że w lepszy, bardziej oszczędny sposób wykorzystują dostępne zasoby.

Dobrym przykładem problemu, który czeka na takie właśnie rozwiązanie, jest kwestia marnowania żywności. Statystyki są przerażające: jak podaje Ogólnopolska Federacja Banków Żywności, w Europie marnuje się 1/3 produkowanej żywności, w Polsce blisko 9 milionów ton rocznie. Jednocześnie na świecie 870 milionów ludzi jest niedożywionych. Istota

**DLA WAŻNYCH
I PALĄCYCH
SPRAW JEDNO,
OBIEKTYWNE
NAJLEPSZE
ROZWIĄZANIE
PO PROSTU NIE
ISTNIEJE**

problemu tkwi w sposobie wykorzystania dostępnych produktów oraz w stworzeniu połączeń między potrzebującymi a tymi, którzy nie potrafią wykorzystać nadmiaru dóbr.

Problem marnowania żywności dobrze oddaje specyfikę społecznych wyzwań społecznych, które coraz częściej wynikają ze splotu bardzo różnych czynników. Coraz więcej współczesnych problemów opiera się schematowi, w którym wystarczy znaleźć eksperta od danej kwestii i wypracować rozwiązanie. Coraz częściej okazuje się, że dla ważnych i palących spraw jedno, obiektywnie najlepsze rozwiązanie po prostu nie istnieje. Co więcej, nawet najlepsze, ale wymyślone w pojedynkę rozwiązanie może nie zadziałać, jeśli nie zaangażujemy w proces jego wypracowania osób, od których będzie zależało jego wdrożenie (np. urzędników, osób korzystających z danego rozwiązania). Jeśli poczują się oni współautorami danego pomysłu, jest większa szansa, że oswoją się z nim i podejną do jego realizacji z większym zaangażowaniem (czasem zaś po prostu powstrzymają się od protestu).

Wraz z nowymi sposobami wypracowywania rozwiązań dla skomplikowanych problemów społecznych pojawiają się także nowe teorie dotyczące tego, jak owe zmiany wprowadzać. Dawniej systemowe rozwiązania, które miały prowadzić do zmiany społecznej, bazowały głównie na różnego rodzaju regulacjach i powiązanim z nimi systemie kar (w przypadku odstępstwa od stosowania reguł). Takie podejście jednak często zawodzi i prowadzi do sytuacji odwrotnej – coraz częściej omijania przez obywateli zaprowadzonych reguł (w tej sferze z całą pewnością nie brakuje „innowacyjności”). Odpowiedzią na takie działanie jest często dalsze zacieśnienie, uszczelnianie, a nawet komplikowanie przepisów. Można jednak stworzyć dowolny, niezwykle surowy system regulacji, ale państwo prawie zawsze zostanie ograne i nie nadaży za „innowacyjnością” obywateli, starających się ominąć niewygodne prawo. Obiecującą alternatywą jest to, żeby sięgnąć po instrumenty perswazji i dialogu i doprowadzić do tego, żeby sami obywatele, zamiast kierować się obawą przed

WŁAŚNIE TO,
W DUŻYM
UPROSZCZENIU, KRYJE
SIĘ ZA POJĘCIEM
INNOWACJI
SPOŁECZNYCH
– CHODZI PO PROSTU
O POSZUKIWANIE
JESZCZE LEPSZYCH,
NOWATORSKICH
SPOSOBÓW NA
NAPRAWĘ CHOĆBY
MAŁEGO WYCINKA
RZECZYWISTOŚCI

LEPSZE I SKUTECZNIEJSZE NIŻ POLITYKA KAR JEST STWORZENIE SYSTEMU ZACHĘT

karą, uznali wartość przyjętych regulacji. Coraz częściej okazuje się więc, że lepsze i skuteczniejsze niż polityka kar jest stworzenie systemu zachęt.

Powody, aby uwierzyć w innowacje społeczne nie mają jednak wyłącznie negatywnego charakteru („świat ich potrzebuje”). Można znaleźć i takie, które dadzą się przyporządkować do kategorii powodów pozytywnych.

Te drugie można streścić w następujący sposób: jest o nie stosunkowo łatwo, więc czemu nie spróbować? Rozwojowi innowacji społecznych sprzyja fakt, że jeszcze nigdy w historii zdobywcze rozwoju technologicznego nie były tak dostępne, jak dziś. Dostęp do technologii pozwalającej na szybką budowę prototypów, przedmiotu czy aplikacji jest na wyciągnięcie ręki. Powstaje coraz więcej różnego rodzaju publicznie

dostępnych przestrzeni dedykowanych tego rodzaju działaniom – hub’ów, lab’ów itp. Podobnie, a może nawet lepiej, jest z technologiami informatycznymi. Rozprzestrzenienie się idei otwartego oprogramowania sprawia, że wiele rozwiązań sprzyjających współpracy między ludźmi, przekraczaniu barier i sieciowaniu można stworzyć bez wielkiego zaplecza i niemal bez budżetu.

Wszystko to powoduje, że – wracając do przywołanego na początku obrazu z reklamy – dziecięce marzenia o „lepszem świecie” nie są wcale złą metaforą dla obecnej sytuacji. Tym, co powinno nas motywować do poszukiwania innowacji społecznych, jest świadomość, że o realizację wielu marzeń o lepszym świecie jest dziś łatwiej niż kiedykolwiek dotąd. Można mieć przekonanie, że obmyślanie i wdrażanie pomysłów

na naprawę świata nie jest już zarezerwowane dla wąskiej grupy mędrców, ekspertów ani – tym bardziej – polityków. Również ta dziedzina życia, podobnie jak wiele innych, ulega dziś radykalnej demokratyzacji.

To powiedziawszy, warto wspomnieć o dwóch problemach, które wiążą się z rozwojem innowacji społecznych i rosnącą modą na to pojęcie. Po pierwsze, zjawisko to zawiera w sobie niesłuchanie silny czynnik, który po angielsku posiada zgrabną nazwę „*bullshit attractor*”. Chodzi o to, że bardzo łatwo je zbanalizować i stwierdzić, że niemal wszystko, co nowe i jakoś działa na ludzi, jest innowacją społeczną. Tymczasem jest dokładnie odwrotnie: prawdziwe innowacje – w dodatku te prawdziwie społeczne – to wciąż towar deficytowy, niezwykle wręcz rzadki i dostępny tylko nielicznym.

Po drugie, poszukiwanie innowacji społecznych nie może zwalniać nas od odpowiedzi na pytanie: czemu dane rozwiązanie służy? Na jaki problem odpowia-

da? O co lepszy będzie świat, gdy wprowadzimy dane rozwiązanie – na jakiej podstawie twierdzimy, że będzie lepszy? Krótko mówiąc, poszukiwanie nowych rozwiązań nie zwalnia nas wcale od dyskusji o wartościach, która nadal musi pozostać podstawą wszelkich działań na rzecz zmiany społecznej. Tego zapewne, miejmy nadzieję, nie zmieni nigdy żadna, nawet najbardziej zaawansowana technologia.

Jak w takim razie „odróżnić ziarno od plew”? Czy da się stworzyć „kamień probierczy” innowacji społecznych?

Podjęliśmy próbę wypracowania kilku kryteriów, które, naszym zdaniem, mogą pomóc w ocenie różnych wynalazków, rozwiązań czy systemów, pod kątem ich rzeczywistej innowacyjności i społecznej przydatności. Poniższą listę traktujemy nie jako skończoną propozycję, ale jako materiał do dyskusji. Zapraszamy zatem do jej podjęcia.

CZĘŚĆ 2 — JAK ROZPOZNAĆ PRAWDZIWE INNOWACJE SPOŁECZNE?

Naszą propozycję kluczowych cech innowacji społecznych wypracowaliśmy podczas warsztatów z udziałem zespołu Stoczni w styczniu 2013 r. oraz warsztatu podczas konferencji Sektor 3.0 w maju 2013 r., którego uczestnikami byli przedstawiciele różnych branż i sektorów.

Zestawu tych cech nie traktujemy jako skończonego zbioru

kryteriów, po których spełnieniu jakieś rozwiązanie czy wynalazek traktować będziemy bezwarunkowo jako „innowację społeczną”, zaś w przypadku nie spełnienia któregoś z nich – pozbawimy autorów prawa do posługiwania się tym pojęciem. Zaproponowane przez nas kryteria mają służyć przede wszystkim lepszemu zrozumieniu tego, czym właściwie są

innowacje społeczne, jak powinno się je rozwijać, na co zwracać uwagę i jak sprawiać, by w swojej „innowacyjności” były po prostu jak najlepsze.

Innowacje społeczne:

— **są implementowalne.** Ważniejszy od iskry geniuszu jest ogień, który będzie się palić. Innowacja to nie tylko genialny pomysł, idea, ale coś, co działa lub może zadziałać. Warunkiem, by spełnić to kryterium, jest odpowiedź na pytanie: czy dany wynalazek/rozwiązanie był wypróbowany? Jeśli tak, to czy zadziałał? Jeśli nie, to czy można sobie łatwo wyobrazić, że mógłby zostać wprowadzony w życie w dzisiejszych okolicznościach?

Odpowiedź na to pytanie nie musi mieć oczywiście natury zero-jedynkowej. Chodzi jednak o to, aby myśląc o innowacjach społecznych, brać pod uwagę rzeczywistą możliwość ich wdrożenia oraz, jeśli to możliwe, dążyć do przetestowania ich w warunkach, w jakich będą faktycznie funkcjonować.

— **są replikowalne i skalowalne.** W świecie biznesu jest

oczywiste, że wyprodukowanie pojedynczych egzemplarzy nowego produktu nie jest tak trudne jak jego sprzedaż na szerszą skalę. W świecie działań społecznych ta kwestia jest bardziej problematyczna. Nie dla wszystkich jasne jest, że łatwo jest zrobić coś, co fantastycznie zadziała w jednym miejscu, a trudniej pomyśleć o tym jako o pewnym patencie, który można lub nawet powinno się udostępnić innym. Naszym zdaniem myślenie w tych kategoriach powinno być wpisane w proces tworzenia innowacji społecznych, żeby nie pozostały one „lokalną nowinką”, ale mogły pomagać dążyć do przekrojowego rozwiązywania określonego problemu.

Oczywiście tego, czy dane rozwiązanie rozprzestrzeni się rzeczywiście na szeroką skalę, nie da się w pełni zaprogramować. Dotyczy to szczególnie świata internetu, w którym wiele treści rozprzestrzenia się na zasadzie wiralowej i nikt do tej pory nie zdołał opisać mechanizmu, który decyduje o tym, dlaczego coś „załapuje”, a coś nie. Tym niemniej, myślenie w kategoriach



TO ŁATWE,
SPRÓBUJ
SAMI



replikowalności i skalowalności własnych pomysłów jest czymś niezwykle istotnym w działaniach społecznych, które pretendują do miana innowacji.

— mają emancypacyjny charakter. Innowacje społeczne powinny prowadzić do usamodzielnienia osób czy grup, którym mają służyć lub na których potrzeby mają odpowiadać. Jeśli mają mieć naprawdę społeczny charakter, innowacje nie mogą prowadzić do sytuacji uzależnienia odbiorcy danego rozwiązania od jego dostawcy czy twórcy. Nie powinny być też tworzone według paternalistycznego schematu, w którym twórca czy wynalazca rozwiązuje jakiś problem za osoby, których on dotyczy. Ideałem, do którego powinien dążyć innowator społeczny, jest sytuacja, w której odbiorca tworzonej przez niego usługi, rozwiązania czy produktu uzyskuje możliwie daleko idącą samodzielność.

W tym sensie dobrą praktyką tworzenia innowacji jest włączenie w ten proces od samego początku jego późniejszych użytkowników czy odbiorców. Zwiększa to

znacznie szansę na to, że ostateczne rozwiązania będą miały faktycznie wyzwalający charakter, będą wzmacniać, a nie osłabiać podmiotowość ich odbiorców.

— są powiązane z realnymi problemami społecznymi.

Ważne, by tworząc innowacje, przyglądać się temu, co jest prawdziwym wyzwaniem współczesności. Odpowiadanie na rzeczywiste potrzeby powinno być główną motywacją do tworzenia innowacji. Oczywiście trudno o wypracowanie ścisłych kryteriów tego, co jest „prawdziwym” wyzwaniem – mogą one mieć charakter globalny albo lokalny. Chodzi jednak o to, by innowacje nie służyły generowaniu nowych potrzeb, ale by w pierwszej kolejności skupić się na tych, co do których wiemy, że są naprawdę palącymi problemami społecznymi – jak usługi publiczne i dostęp do nich, organizowanie się do współdziałania czy zarządzanie w sytuacjach kryzysowych.

— społeczny jest cel, a nie jedynie efekt uboczny. Portal Facebook osiągnął zapewne wiele

WAŻNIEJSZY OD ISKRY GENIUSZU JEST OGIEŃ, KTÓRY BEDZIE SIĘ PALIĆ

cech innowacji społecznych, takich jak łatwość skrzykiwania ludzi czy przycisk „lubię to” jako łatwy sposób wyrażenia swojego poparcia dla jakiejś sprawy. Jednak po pierwsze, był to od samego początku projekt czysto biznesowy. Po drugie, jego celem nie była odpowiedź na problem społeczny, a jedynie zaspokojenie potrzeby towarzyskości – reszta to właśnie efekt uboczny. Czy w takim razie można go uznać za innowację społeczną? Według naszej definicji – nie. Nie oznacza to oczywiście, że innowacje społeczne nie mogą działać w modelu biznesowym. Istnieje jednak zasadnicza różnica między czymś, co stworzono, by się sprzedawało, a przy okazji odpowiada na realne wyzwania społeczne, a czymś, co rozwiązuje jakiś społeczny problem, a sprzedawanie przedmiotu czy usługi jest jedynie drogą do roz-

powszechnienia tego rozwiązania i zapewnienia jego trwałości i niezależności.

Powyższe pięć cech uznajemy za kluczowe dla stwierdzenia zarówno rzeczywistej innowacyjności, jak i społecznej przydatności różnych pomysłów, wynalazków i rozwiązań. Jednak ta lista nie wyczerpuje kryteriów, o których powinniśmy pamiętać, rozmawiając o innowacjach społecznych.

Ważnym elementem innowacji społecznych powinna być troska o efektywność – a nie o efektywność. Przez „efektywność” należy rozumieć, że rezultat wdrożenia danego rozwiązania jest na tyle widoczny i przekonujący, iż opłaca się włożyć konieczny nakład pracy i środków, by go osiągnąć. To o tyle ważne, że dość łatwo możemy utożsamiać innowacje z czymś bardzo efektywnym, wręcz efekciarskim – tymczasem

ta cecha powinna być czymś wtórnym w stosunku do rzeczywistych efektów, jakie można osiągnąć, stosując dane rozwiązanie.

To powiedziawszy, warto zwrócić uwagę, że duża część innowacji społecznych to wcale nie coś zupełnie nowego, ale efekt odkrywanych na nowo tradycji. Takie zjawiska jak instytucje mikrokredytów, rozmaite kooperatywy, kółka samokształceniowe i tym podobne mogą w dzisiejszym świecie uchodzić za innowacyjne rozwiązania społeczne, a tymczasem nie jest to nic innego jak ożywienie i nowa interpretacja wzorców sprzed 100 czy nawet 200 lat. Istotne jest więc to, by poszukując innowacji nie tylko zachwycać się tym co nowe, ale także tym, co dawno zapomniane,

a warto odkurzenia i użycia w nowym kontekście.

Wreszcie, warto mieć świadomość, że innowacje niejako z definicji zawierają w sobie czynnik ryzyka. Co więcej, dla ich rozwoju potrzebne są warunki, które pozwalają zaryzykować. Jeśli chcemy generować innowacje, musimy pamiętać o tym, że elementem procesu ich tworzenia i wdrażania mogą być spektakularne porażki – które jednak pozwalają stworzyć na nowo dane rozwiązanie, ucząc się na błędach. Podejście do wspierania innowacji powinno być podobne do podejścia wspierania kultury i sztuki – nie można żądać natychmiastowego sukcesu, należy zostawić odpowiedni margines swobody i ryzyka.

CZĘŚĆ 3 — INNOWACJE A SPRAWA POLSKA

Istnieje szereg powodów, dla których Polska nie jest, jak się zdaje, liderem innowacji społecznych. Czy istotnie jesteśmy mniej innowacyjni, czy może tylko „innowacyjni inaczej”?

My, Polacy, mamy – po części zasłużenie – utrwalony wizerunek osób, które potrafią przetrwać i adaptować się do różnych, nawet ekstremalnych, warunków. Nie zawsze ma to jednak charakter komplementu. Czasem wprost lub między wierszami pojawia się

zarzut spryciarstwa, cwaniactwa i skłonności do innowacyjnego (a jakże!) omijania reguł i nadmiernej skłonności do zabiegania o swoje interesy, nawet kosztem innych. Mamy olbrzymie historyczne doświadczenie i poniekąd usprawiedliwienie dla takich praktyk. Tym niemniej dobrze byłoby, abyśmy chcieli i mogli naszą innowacyjną energię skierować na sprawy inne niż działalność adaptacyjna (konformizm lub omijanie reguł), a bardziej na szukanie

istotnie nowych rozwiązań. I to nie tylko dla własnych, ale także wspólnych problemów.

Jakie są ograniczenia dla rozwoju innowacji społecznych w Polsce?

Zagadnienie to jest bardzo rozległe, lista problemów zapewne mogłaby być długa, a wiele jej elementów nie jest specyficznie polskich. W tym miejscu ograniczymy się jednak wyłącznie do skrótowej i, siłą rzeczy, upraszczającej diagnozy. Zacząć ją można od często przywoływanych „kłopotów z kapitałem społecznym”. W tym wypadku jego deficyt przekłada się na problemy we współdziałaniu (brak skryptów kooperacji), nieufność, skłonność do patentowania wiedzy i do zachowań rywalizacyjnych. Pochodną problemów z zaufaniem może być brak gotowości do przyznawania się do porażek. Zwłaszcza ta ostatnia umiejętność jest warunkiem koniecznym jakichkolwiek innowacji.

Brakuje w Polsce mechanizmów wczesnego rozpoznawania innowatorów społecznych. System edukacji ich nie wspiera i raczej skłania do konformizmu niż innowacyjności. Na wszystkich szcze-

blach zorientowany jest na indywidualne sukcesy i rywalizację, a nie na pracę zespołową.

Administracja publiczna, która powinna być najbardziej zainteresowana innowacjami społecznymi, sama często okazuje się bardziej problemem niż częścią rozwiązania. Jej działania są zrutynizowane, a innowacyjna energia zużywana jest na adaptacje do różnego rodzaju wymagań formalnych oraz zmuszanie do tego innych (np. organizacji pozarządowych, które zostały zamknięte w tej samej klatce często kompletnie niemądrych formalizmów). Innowacyjności nie sprzyja też fakt, że w większości przypadków administracja nie jest w stanie przyznawać się do błędów. Często brakuje jej kompetencji i, co gorsza, woli do rzetelnego oceniania własnych działań, a co za tym idzie – wzmacniania tych, które okazują się skuteczne i eliminowania tych, które zawodzą.

Poważnym problemem jest też to, że w sprawie innowacji społecznych zbyt często powtarzane są automatycznie te same, niewystarczająco trafne recepty. Jedną z nich jest przekonanie, że

wspierać trzeba wyłącznie działania na styku biznesu i nauki. Wspominaliśmy już wcześniej, że innowacje powstają przede wszystkim „pomiędzy” – niejako „na szwach”, ale szwów tych jest znacznie więcej niż tylko pomiędzy firmami a światem akademickim.

Wszystko to powoduje, że w Polsce na razie trudno mówić o środowisku przyjaznym dla tworzenia i rozwijania innowacji społecznych. Rodzi się zatem pytanie: czy da się to zmienić i kto mógłby to zrobić?

Wiele spośród czynników określonych przez nas jako bariery ma trwałe strukturalne i kulturowe przyczyny, a tym samym nie jest możliwa ich szybka zmiana. Nie oznacza to jednak, że należy skapitulować. Rozumiejąc, jak ograniczone mamy możliwości, warto mimo wszystko stworzyć mechanizmy sprzyjające rozwojowi innowacji społecznych. Na czym powinny one polegać?

Zacznijmy od tego, że autentyczne innowacje społeczne są, jak już pisaliśmy, przede wszystkim odpowiedzią na realne społeczne potrzeby. Ich wspieranie jest możliwe, ale organizowane być musi

z wielką ostrożnością – tak, aby nie szkodzić zamiast pomagać. Uwaga ta w szczególności dotyczy programów wsparcia finansowanych ze środków publicznych. Można wskazać wiele paradoksalnych przypadków, gdzie całe sektory przemysłu dofinansowane szczodrze ze środków publicznych okazały się ostatecznie mniej innowacyjne i konkurencyjne niż te, które musiały liczyć tylko na siebie i środki prywatne. Podobny paradoks można było zaobserwować w przypadku systemu wspierania tzw. ekonomii społecznej, który raczej zniechęcił organizacje pozarządowe do ekonomicznej własnych działań i w jeszcze większym stopniu uczynił je klientami administracji.

Uwagi te są ważne w kontekście przygotowywanych obecnie warunków wykorzystywania środków UE w tzw. nowym okresie programowania. Innowacje społeczne mają odgrywać w nim szczególną rolę. Ważne, aby mechanizmy ich wspierania uwzględniały kilka istotnych warunków.

Po pierwsze, proces wytwarzania innowacji nieuchronnie wiąże się z eksperymentowaniem

MY, POLACY,
MAMY – PO
CZĘŚCI ZASŁUŻENIE
– UTRWALONY
WIZERUNEK OSÓB,
KTÓRE POTRAFIĄ
PRZETRWAĆ
I ADAPTOWAĆ SIĘ DO
RÓŻNYCH, NAWET
EKSTREMALNYCH,
WARUNKÓW

AUTENTYCZNE INNOWACJE SPOŁECZNE SĄ PRZEDÉ WSZYSTKIM ODPOWIEDZIĄ NA REALNE SPOŁECZNE POTRZEBY

i ryzykiem. Jego ponoszenie powinno być akceptowalne. Ujmując rzecz opisowo – trzeba liczyć się z tym, że do wytworzenia 1 realnej i wdrożonej innowacji trzeba „zużyć” lub zaniechać np. 10, 50 czy 100 pomysłów i prototypów.

Po drugie, innowacje społeczne (szczególnie te finansowane ze środków publicznych) muszą odpowiadać na realne potrzeby i deficyty, a nie być sztuką samą dla siebie. Wcale nie banalnym zagadnieniem jest zdefiniowanie owych potrzeb możliwie konkretnie (a zatem nieco precyzyjniej niż np. „bezrobocie” czy „wykluczenie społeczne”).

Po trzecie, konieczne wydaje się stworzenie otoczenia sprzyjającego pojawianiu się innowacji, ich prototypowaniu, testowaniu

oraz, co najważniejsze, ich upowszechnianiu i wdrażaniu. Bardzo ważne jest, aby otoczenie to było tak skonfigurowane, by tworzyło sekwencję dobrze połączonych ze sobą elementów pozwalających przechodzić kolejne etapy – od pomysłu do przemysłu. Owo „procesowe” podejście jest warunkiem sensowności całego systemu. System taki składać się musi z różnych instrumentów (działania, zasoby, praktyki, instytucje, sektory) pracujących wspólnie. Trzeba myśleć o nim jako sieci współdziałania wielu podmiotów i środowisk. Szczególną rolę w tej sprawie mogłyby pełnić swoicie rozumiane „węzły” (hub-y) innowacji społecznych, czyli miejsca dedykowane temu, by nowe rozwiązania inkubować, spotykać

ze sobą ludzi, którzy mogą się przyczynić do ich rozwoju oraz je wdrażać. To tam właśnie powinny znajdować połączenie wysiłki różnych środowisk (sektor pozarządowy, administracja, miasta, uczelnie czy wreszcie biznes, który mógłby występować jako inwestor dla niektórych innowacji).

Takich mocnych węzłów, współpracujących, ale jednocześnie w najlepszym znaczeniu tego słowa rywalizujących między sobą o innowacje, mogłoby być obecnie w Polsce (biorąc pod uwagę realną dostępność zasobów intelektualnych i organizacyjnych) co najmniej kilka, a może nawet kilkanaście. Niezwykle ważne jest, aby ich powstanie miało charakter autentyczny a nie oportunistyczny. Niedobrze będzie, gdy takie miejsca powstaną tylko dlatego, że pojawiły się na to pieniądze albo brakuje pomysłu na to, co zrobić z już istniejącymi instytucjami, które w związku z tym będą się przekształcać pod kątem innowacji społecznych. Węzły, o których mowa, powinny być budowane strategicznie i mieć wizję

swojego strukturalnego zakorzenienia i trwałości także po okresie finansowania ze środków UE.

Wsparcie innowacji społecznych to rzecz jasna nie tylko zadania krajowych czy regionalnych instytucji publicznych. Olbrzymie znaczenie będą miały w tym miasta (które samodzielnie szukają sposobów na bycie innowacyjnym), uczelnie (pod warunkiem istotnych reform ich funkcjonowania i relacji ze światem zewnętrznym), biznes (który musi szukać swoich przewag konkurencyjnych właśnie w obszarze innowacji), a także organizacje pozarządowe (czy szerzej – środowiska aktywnych obywateli), które powinny częściej wracać do właściwej im roli innowatorów i reformatorów – a nie petentów, jak to często dziś ma miejsce. Dopiero zmieszanie – w odpowiednich proporcjach – i wstrząśnięcie tych składników może dać istotnie nową jakość. Ten rodzaj innowacji może się okazać koniecznym i pierwotnym warunkiem zaistnienia wszystkich innych.

PRZYKŁADOWE INNOWACJE

ANONIMOWI ALKOHOLICY

Istota przedsięwzięcia — Anonimowi Alkoholicy to model leczenia się z uzależnienia od alkoholu opracowany w latach 30. w USA. Polega na dobrowolnym uczestnictwie w grupach samopomocowych, których uczestnicy chcą pozostać w trzeźwości i motywują się nawzajem do wyjścia z nałogu. Pomaga w tym tzw. Metoda Dwunastu Kro-

ków opracowana przez założycieli organizacji, którzy sami byli alkoholikami. Jednak kluczowa nie jest sama metoda, ale idea samopomocy i wspierania się nawzajem przez osoby uzależnione. Osoby, którym udało się wyjść z nałogu, dzielą się swoimi doświadczeniami z tymi, którzy dopiero stawiają pierwsze kroki na drodze do trzeźwości.

Anonimowi Alkoholicy działają na zasadzie „franczyzy” – w każdym miejscu na świecie może powstać wspólnota AA, jeśli tylko jej działalność opiera się na idei samopomocy i przyjętych przez AA zasadach.

Kto? — Założyciele – Bill Wilson i Dr Robert Smith, USA

Kiedy? — Pierwsza grupa – 1935 r.

Skala i implementacja — 1 stycznia 2013 oszacowano, że w 114 642 grupach w co najmniej 150 krajach spotyka się 2 131 549 członków

Cel społeczny i powiązanie z realnymi problemami — wspólnota została założona przez osoby będące

w nałogu, a jej jedynym celem było wzajemne wspieranie się w wychodzeniu z trzeźwości. Wg danych PARPA, w Polsce od alkoholu uzależnionych jest ok. 2% populacji (800 tys. osób).

Emancypacyjny charakter — głównym celem działania AA jest emancypacja jego uczestników: sprawienie, by samodzielnie potrafili żyć w trzeźwości. Często zdarza się, że osoby, które już żyją w trzeźwości, stają się liderami grup AA i dzielą się swoim doświadczeniem z innymi.

Więcej informacji — www.aa.org

SPÓŁECZNE MAPOWANIE PRZESTRZENI

Istota przedsięwzięcia — portale internetowe pozwalające na społeczne mapowanie przestrzeni są coraz popularniejszym narzędziem sieciowania mieszkańców miast. Służą też lepszemu kontaktowi obywateli z administracją odpowiedzialną za jakość i stan przestrzeni publicznej.

Jednym z pierwowzorów tego typu narzędzi był brytyjski portal FixMyStreet, uruchomiony w 2007 r. Pozwala on każdemu użytkownikowi wprowadzić na mapę swojej miejscowości „alerty” związane z przestrzenią – informujące np. o dziurze w jezdni, zdewastowanym przystanku czy źle oznakowanym przejściu dla pieszych. Te

informacje automatycznie pojawiają się na mapie online, widocznej dla wszystkich użytkowników, ale, co bardziej istotne, trafiają także wprost do przedstawicieli administracji odpowiedzialnych za dany problem – np. do lokalnego zarządu dróg. Na stronie można m.in. na bieżąco monitorować stan sprawy, którą się zgłosiło.

W Polsce na podobnej zasadzie do FixMyStreet działa m.in. ogólnopolski serwis www.naprawmyto.pl, a także warszawski system www.warszawa19115.pl. Na zasadzie społecznego mapowania powstają także strony poświęcone konkretnym zagadnieniom w przestrzeni, np. Warszawska Mapa Pustostanów – <https://pustkawarszawa.crowdmap.com/>.

Kto? — MySociety, Wielka Brytania.

Kiedy? — FixMyStreet – 2007 r.

Skala i implementacja — narzędzia na bazie FixMyStreet powstały w 15 krajach na świecie, nie uwzględniając stron nie będących wierną kopią FixMyStreet, ale działających na podobnej zasadzie (np. www.naprawmyto.pl).

Cel społeczny i powiązanie z realnymi problemami — podstawowym celem jest poprawa jakości przestrzeni oraz usprawnienie kontaktu między samorządem a mieszkańcami.

Emancypacyjny charakter — większość narzędzi do mapowania przestrzeni jest darmowa i prosta w obsłudze. Darmowe tworzenie społecznościowych map umożliwia np. serwis crowdmap.com.

Więcej informacji — www.fixmystreet.org, www.naprawmyto.pl, www.crowdmap.com

STOLIKI PAMIĘCI

Istota przedsięwzięcia — „stolik pamięci” to narzędzie wspierające aktywizację osób starszych poprzez dostarczanie im w przystępny i atrakcyjny sposób różnego rodzaju zasobów wiedzy i kultury.

Jest to rodzaj multimedialnego urządzenia (przypominającego stół), które posiada kilka ekranów. W jego pamięć wgrane są różnego rodzaju materiały (filmy, pliki audio, skany artykułów, zdjęcia

itd.) przypominające o Holandii na przestrzeni kilkudziesięciu lat (od lat 20-tych do 80-tych XX w). Okres ten pokrywa się z różnymi etapami w życiu osób starszych. Materiały te można uzupełniać, ale także komentować.

Korzystając z tego urządzenia, osoby starsze ćwiczą (stymulują) swoją pamięć. Jednocześnie materiały, które oglądają, stają się pretekstem do rozmowy z innymi, wymieniania się wspomnieniami itd.

Urządzenia te dedykowane są przede wszystkim różnego rodzaju miejscom pobytu osób starszych (np. domy seniorów, dzienne świetlice itd.). Mają zwiększyć atrakcyjność oferty takich miejsc oraz urozmaicić możliwości interakcji między osobami pozostającymi pod ich opieką.

Kto? — Stolik Pamięci wymyśliła i wdrożyła holenderska organiza-

cja WAAG Society (www.waag.org)

Kiedy? — pierwsza wersja powstała w 2002 r.

Skala i implementacja — 75 stolików działających w różnego rodzaju instytucjach opieki w Holandii.

Cel społeczny i powiązanie z realnymi problemami — zwiększenie jakości życia w ośrodkach opieki, izolacja społeczna i wykluczenie cyfrowe osób starszych, stymulowanie pamięci i interakcji między podopiecznymi ośrodków opieki.

Emancypacyjny charakter — w obecnej wersji stolik pozwala jedynie na komentowanie zgromadzonych materiałów, nie ma jeszcze wersji pozwalającej np. na dodawanie swoich „pamiętek” czy na nagrywanie wspomnień.

Więcej informacji — www.storytable.com

UNIwersYTETY LATAJĄCE

Istota przedsięwzięcia — pierwszy Uniwersytet Latający powstał w Warszawie w latach 80. XIX wieku. Były to konspira-

cyjne kursy samokształceniowe dla kobiet, dla których edukacja na poziomie uniwersyteckim była zamknięta. Nazwa wywodzi się

od braku stałej siedziby i permanentnych zmian miejsca wykładów. Studentki zobowiązane były do comiesięcznych wpłat w wysokości 2-4 rubli, z których, poza opłacaniem pracy wykładowców, finansowano „podarunki” dla rewirowych strażników.

W latach II wojny światowej na podobnej zasadzie prowadzono nauczanie na podziemnym Uniwersytecie Warszawskim. Z kolei w latach 70. XX wieku Uniwersytet Latający został reaktywowany przez działaczy opozycji demokratycznej. W mieszkaniach prywatnych organizowano pod historyczną nazwą wykłady z zakresu nauk humanistycznych i społecznych.

Kto? — pierwszy Uniwersytet Latający powstał z inicjatywy społeczników warszawskich, m.in. Jana Stanisława Dawida.

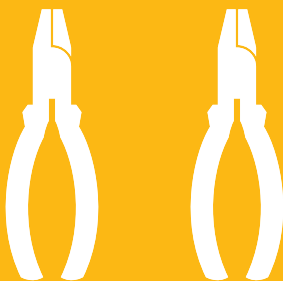
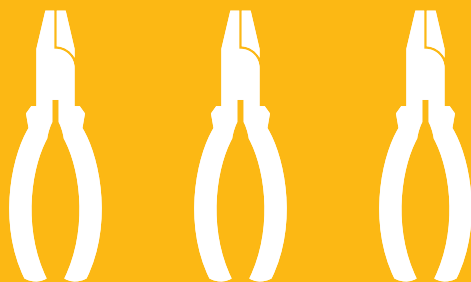
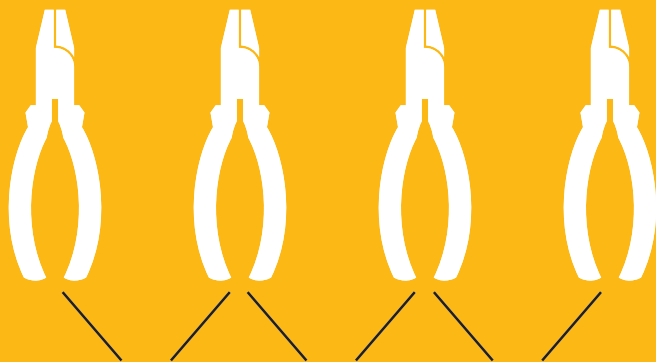
Kiedy? — pierwszy – od 1882 r., po 1905 r. funkcjonujący jawnie jako Towarzystwo Kursów Naukowych.

Skala i implementacja — pierwszy Uniwersytet Latający przez dwadzieścia lat istnienia wykształcił około pięć tysięcy kobiet, jedną z nich była późniejsza noblistka – Maria Skłodowska-Curie. Idea odradzała się później w różnych okolicznościach historycznych.

Cel społeczny i powiązanie z realnymi problemami — Uniwersytety Latające aktywowały się zawsze w sytuacji, gdy prowadzenie edukacji wyższej było niemożliwe lub utrudnione przez zewnętrzne czynniki (np. okupacja, cenzura itd.) Jest to więc przykład innowacji, która ma rację bytu jedynie w określonych warunkach politycznych.

Emancypacyjny charakter — w przypadku pierwszego UL wymiar emancypacyjny dotyczył przede wszystkim roli kobiet w społeczeństwie (nie miały one wówczas wstępu na wyższe uczelnie).

Więcej informacji — www.miaastospoleczne.pl



„GŁOS Stocznii”, Zeszyt 2: Innowacje

Wydawca:

Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”

www.stocznia.org.pl, e-mail: stocznia@stocznia.org.pl

ISBN: 978-83-62590-11-7

Warszawa 2014

Opracowanie tekstów:

Jan Mencwel, Kuba Wygnański

Redakcja i korekta:

Jan Mencwel

Współpraca:

Zofia Komorowska, Maria Perchuć, Ewa Stokłuska, Wojciech Rustecki,

Maria Wiśnicka, Marcin Zaród

Projekt graficzny, ilustracje, skład i łamanie:

Kuba Maria Mazurkiewicz (zespoldwespole.org)

Tekst złożono krojami TeX Gyre Schola i TeX Gyre Adventor.

Głos Stocznii powstał przy wsparciu:



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe



Publikacja dostępna na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 3.0 Polska.
