

**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON: SOSYAL HİZMETLERDE SOSYAL
DESTEK UYGULAMASI**

**DOKTORA TEZİ
Talha FİDAN**

**Enstitü Anabilim Dalı: SOSYAL HİZMET
Enstitü Bilim Dalı: SOSYAL HİZMET**

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK

ARALIK 2020

T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON: SOSYAL HİZMETLERDE
SOSYAL DESTEK UYGULAMASI**

DOKTORA TEZİ
Talha FİDAN

Enstitü Anabilim Dalı: SOSYAL HİZMET
Enstitü Bilim Dalı: SOSYAL HİZMET

Bu tez 14/12/2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği/ oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

	Adı SOYADI	Kanaati			İmza
Jüri Başkanı (Danışman)	Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK	☐ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Bedrettin KESGİN	☐ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Muharrem ES	☐ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Zümrüt Ecevit SATI	☐ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Recep YILDIZ	☐ Kabul	☐ Düzeltme	☐ Ret	

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU
BEYAN BELGESİ

Tez Başlığı: Dijital Sosyal İnovasyon: Sosyal Hizmetlerde Sosyal Destek Uygulaması

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın toplam 142 sayfalık kısmına ilişkin aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve 13/01/2021 tarihinde aşağıda ismi yazılı araştırma görevlisi tarafından şahsıma iletilen Turnitin intihal tespit programı raporuna göre tezimin benzerlik oranı %4 'tür.

Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç,
2. Alıntılar dâhil,
3. 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç.

Bu bilgiler doğrultusunda tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

İmza

Adı SOYADI : Talha FİDAN
Öğrenci Numarası : 117303002
Ana Bilim Dalı : Sosyal Hizmet
Bilim Dalı : Sosyal Hizmet
Programı Türü: () Proje () Yüksek Lisans Tezi (X) Doktora Tezi

Arş. Gör. Abdurrahman Safa Ulu
Taramayı Yapan

Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK
Danışman

ÖNSÖZ

Tez çalışması sürecinde bilgisini paylaşan ve rehberlik eden danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK hocama, yönlendirmeleri ile beni cesaretlendiren Prof. Dr. Bedrettin KESGİN hocama, tezin içeriklerinin düzenlenmesi aşamasında yönlendirmeleri için Prof. Dr. Muharrem ES hocama, tezin sonlandırılması aşamasında içtenlik ve güler yüzlülüğü ile destek olan Doç. Dr. Zümrüt Ecevit SATI hocama ve yeni ufuklar açıp tezin olgunlaştırılması noktasında büyük desteklerini gördüğüm Doç. Dr. Recep YILDIZ hocama şükranlarımı sunarım.

Uzun ve yoğun çalışmalarla geçen bu süreçte maddi ve manevi destekleri ile motive eden anne ve babama, tüm zorluklara rağmen hayatımın her aşamasında desteğini benden esirgemeyen kıymetli eşime, çalışma sürecinde yeterli zaman ayıramadığım oğullarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

20/12/2020
Talha FİDAN

İÇİNDEKİLER

BEYAN	i
ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
ÖZET	ix
SUMMARY	x
GİRİŞ	1

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL ANALİZ VE METODOLOJİ

1.1. Kavramsal Analiz	7
1.1.1. İnovasyon Kavramı	7
1.1.1.1. İnovasyon Tanımı ve Tarihsel Gelişimi	7
1.1.1.2. İnovasyon Süreci	10
1.1.1.3. İnovasyon Çeşitleri	11
1.1.2. Sosyal İnovasyon Kavramı	20
1.1.2.1. Sosyal İnovasyon Tanımları ve İçeriği	20
1.1.2.2. Sosyal İnovasyon Düzey ve Boyutları	27
1.1.2.3. Sosyal İnovasyon Süreçleri	28
1.1.3. Dijital İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı	30
1.1.3.1. Dijital İnovasyon	30
1.1.3.2. Dijital Sosyal İnovasyon Tanımları ve İçeriği	31
1.1.3.3. Dijital Sosyal İnovasyonun İlkeleri	34
1.1.3.4. Dijital Sosyal İnovasyonun Ölçülmesi	36

BÖLÜM 2: DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE SOSYAL İNOVASYON, DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON VE SOSYAL HİZMETLERDE DİJİTALLEŞME

2.1. Dünya’da Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon	38
2.1.1. Sosyal İnovasyon Örnekleri	38
2.1.2. Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri	39
2.2. Türkiye’de Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon	47
2.2.1. Sosyal İnovasyon Örnekleri	47
2.2.2. Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri	48
2.3. Sosyal Hizmetlerde Dijital Sosyal İnovasyon	52
2.3.1. Sosyal Hizmetlerin Dijitalleşmesinde Araçlar	55
2.3.2. Sosyal Hizmetlerin Sunumunda Dijital Kanallar	59
2.3.3. Sosyal Hizmetlerin Sunumunda Temel Dijital Beceriler	61
2.3.4. Sosyal Hizmetlerde Teknoloji Kullanımının Standartları	62

BÖLÜM 3: DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON ÖRNEĞİ: SOSYAL DESTEK UYGULAMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi	63
3.1.1. Verilerin Sağlanması	64
3.1.1.1. Veri Kaynağı ve Araştırma Grubu	64
3.1.1.2. Veri Toplama Araçları	65
3.1.1.3. Veri Toplama Süreci	65
3.1.1.4. Verilerin Düzenlenmesi ve Analizi	65
3.1.2. Araştırmanın Geçerlik, Güvenirlik ve İnanırlığı	66
3.1.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	66
3.1.4. Etik Boyut	67
3.1.5. Literatür İncelemesi	67
3.2. Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon Farkındalığı	73
3.2.1. Sosyal İnovasyon Kavramı İle İlgili Neler Söyleyebilirsiniz?	73
3.2.2. Sosyal İnovasyona Neden İhtiyaç Vardır?	77
3.2.3. Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı İle İlgili Neler Söyleyebilirsiniz?	77
3.2.4. Dijitalleşmeye Neden İhtiyaç Vardır?	77
3.2.5. Dünyadan ve Türkiye’den Sosyal İnovasyon Örnekleri	78
3.2.6. Türkiye’de Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Yeterliliği	82
3.3. Dörtlü Sarmaldaki Paydaşlarda Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon	83
3.3.1. Ulusal Sosyal İnovasyon Sisteminde Paydaşlar ve Roller	83
3.3.2. Hükümetin Sosyal İnovasyon Stratejileri Neleri içermelidir?	85
3.3.3. İçinde Bulunulan Organizasyonun Sosyal İnovasyon Uygulamaları	86
3.3.4. Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Finansmanında Rol ve Sorumluluklar	89
3.3.5. Dijital Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Ekonomiye Yansıması	92
3.3.6. Dijital Sosyal İnovasyonlar İçin Teşvikler	93
3.3.7. Sosyal Hizmetlerde Sosyal İnovasyon Uygulamalarına Duyulan İhtiyaç	94
3.4. Sosyal Hizmetlerde Dijital Platform İçeriği	95
3.4.1. Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma	95
3.4.2. Türkiye’de Bireylerin Dijitalleşme ve Dijital Uygulama Beklentisi	98
3.4.3. E-Devlet Platformunda Hangi Sosyal İnovasyon Uygulamaları Yer Alabilir?	99
3.4.4. Sosyal Hizmetlere Yönelik Bir Dijital Sosyal İnovasyon Ürünü Olarak Bir Web Sitesi Yapılacaksa Bu Web Sitesi Neleri İçermelidir?	101
DEĞERLENDİRME	105
SONUÇ	120
ÖNERİLER	123
Sosyal Destek Uygulaması Önerisi	126
-Sosyal Desteğe İhtiyacım Var Bilgi Merkezi	128
-Sosyal Destek Merkezi Bul	133
-Sosyal Hizmet Etkinlikleri	135

-Sosyal Hizmetler İle İlgili Yapılan Çalışmalar	137
-Sosyal Hizmetler İş İlanları	139
-Sosyal Yardımlar ve Bağış	140
-Sosyal Ürünler	141
KAYNAKÇA	143
EKLER	153
ÖZGEÇMİŞ	161



KISALTMALAR

AI	: Artificial Intelligence
APP	: Application
BKM	: Bankalar Arası Kart Merkezi
CAPS	: Collective Awareness Platforms
CTA	: Call to Action
DSI	: Dijital Sosyal İnovasyon
EQ	: Emotional Quotient
ERP	: Enterprise Resource Planning
EU	: European Union
ID	: Identity
IOT	: Internet of Things
KKB	: Kredi Kayıt Bürosu
NESTA	: National Endowment for Science, Technology and the Arts
NFC	: Near Field Communication
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
PR	: Public Relations
RA	: Robotic Automation
RAM	: Rehberlik Araştırma Merkezi
SI	: Sosyal İnovasyon
SAAS	: Service as a Service
SOIL	: Sosyal İnovasyon Laboratuvarı
SOYBİS	: Sosyal Yardımlar Bilgi Sistemi
STEAM	: Science, technology, engineering, art, mathematics
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TEGEV	: Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı
TEPSİE	: The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe
THY	: Türk Hava Yolları
TTO	: Teknoloji Transfer Ofisi
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Global İnovasyon Endeksi (2020)	18
Tablo 2. Sosyal İnovasyon Tipolojisi.....	23
Tablo 3. Sosyal İnovasyon Düzeyleri	27
Tablo 4. Sosyal İnovasyonun Boyutları	27
Tablo 5. Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Düzeyleri	53
Tablo 6. Sosyal Hizmetlerin Dijitalleşmesinde Yardımcı Araçlar.....	60
Tablo 7. Temel Beceri Örnekleri	61
Tablo 8. Sosyal Hizmetlerde Teknoloji Kullanımının Standartları.....	62
Tablo 9. Nicel ve Nitel Araştırma Yaklaşımlarının Karşılaştırması	63
Tablo 10. Araştırma Grubuna Ait Profil Bilgileri	64
Tablo 11. “Sosyal İnovasyon” İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Tezler	68
Tablo 12. “Sosyal Yenilik” İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Tezler	69
Tablo 13. “Sosyal İnovasyon”, “Sosyal Yenilik” ve “Dijital Sosyal İnovasyon” İle İlgili Makale Çalışmaları	70
Tablo 14. “Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet”, “Sosyal Yenilik ve Sosyal Hizmet” ve “Dijital Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet” İle İlgili Yapılmış Bilimsel Çalışmalar	72
Tablo 15. Sosyal Destek Uygulaması ve Oluşturulacak Modüller	127
Tablo 16. Sosyal Hizmet Alanları.....	129
Tablo 17. Sosyal Hizmet Alanları, Alt kategori ve Konu Bazlı Sınıflandırma Matrisi	129
Tablo 18. Acil Sosyal Destek İhtiyacı İçin Konular.....	132
Tablo 19. Sosyal Destek Alınabilecek Kurum ve Kuruluş Türleri.....	134
Tablo 20. Kuruluşla İlgili Detay Bilgiler	135
Tablo 21. Etkinlik Türleri	136
Tablo 22. Etkinlik Detayları	136
Tablo 23. Çalışma Türleri.....	138
Tablo 24. Çalışmanın Alt Detayları	138
Tablo 25. Çalışan Arama Kriterleri.....	139
Tablo 26. İş Arama Kriterleri	140
Tablo 27. Sosyal Yardımların Detayları	140
Tablo 28. Sosyal Ürün Detay Bilgileri.....	141

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. İnovasyon Süreci	10
Şekil 2. Dörtlü Sarmal Modeli.....	13
Şekil 3. Sosyal İnovatörün Bileşenleri.....	26
Şekil 4. Sosyal İnovasyon Süreçleri	28
Şekil 5. Dijital Sosyal İnovasyon.....	32
Şekil 6. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları.....	39
Şekil 7. Teknolojisine Göre Digitalsocial.eu Proje Adetleri	40
Şekil 8. CAPS Focus Projeleri Ekosistemi	41
Şekil 9. CAPS Projeleri Zaman Çizelgesi	42
Şekil 10. Sanayi 4.0’da Sosyal Ürün Geliştirme Araçları	56
Şekil 11. Problem Bazlı Destek Arama Sayfası	132
Şekil 12. Problem Bazlı Destek Arama Alt Detay Sayfası.....	133
Şekil 13. Sosyal Problemle İlgili Nasıl Destek Alınmasını Belirten Ekran	133
Şekil 14. Sosyal Destek Merkezi Arama Ekranı	134
Şekil 15. Sosyal Destek Merkezi Arama Detay Ekranı.....	135
Şekil 16. Etkinlikler Ekranı	136
Şekil 17. Etkinlikler Detay Bilgi Ekranı.....	137
Şekil 18. Sosyal Hizmet Çalışmaları Ekranı.....	138
Şekil 19. Sosyal Hizmet Çalışmaları Detay Bilgi Ekranı	139

Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tez Özeti

Tezin Başlığı: Dijital Sosyal İnovasyon: Sosyal Hizmetlerde Sosyal Destek Uygulaması	
Tezin Yazarı: Talha FİDAN	Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK
Kabul Tarihi: 14/12/2020	Sayfa Sayısı: x (ön kısım) + 152 (tez) + 8 (ekler)
Anabilim Dalı: Sosyal Hizmet	Bilim Dalı: Sosyal Hizmet
Tarihin ilk zamanlarından bu yana sosyal problemlere çözüm arayışları olmuştur. Kemikleşmiş sosyal olgulara sürdürülebilir çözüm için dijital sosyal inovasyona olan ihtiyaç daha da artmıştır. Bu çalışmada, sosyal inovasyonun ve dijital sosyal inovasyonun; sosyal hizmetle ilişik paydaşlardaki farkındalık durumu, sektörlerdeki paydaşların sorumlulukları ve dijital sosyal inovatif bir sosyal destek uygulamasında olması gereken hizmetlerin ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi ile bu hizmetlerin hızlıca yayılması (difüzyonu) ve maliyetlerinin düşürülmesi için nasıl bir uygulamaya ihtiyaç duyulduğu analiz edilmiştir. Bu anlamda; inovasyon, sosyal inovasyon, sosyal hizmet ve dijitalleşme alanında çalışan uzmanlar, akademisyenler ve sivil toplum kuruluşu gönüllülerinden oluşan kişilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda; sosyal inovasyon farkındalığının dijital sosyal inovasyon farkındalığından görece daha yüksek olduğu, dijital sosyal inovasyon alanında yapılan az sayıda çalışmalar olmasına rağmen hâlâ bu alanın gelişme trendinde olduğu, devletin yasal alt yapı kurma ve fonların dağıtılması anlamında belirleyici ve regülasyon konusunda daha proaktif olması, üniversitelerin ve araştırma merkezlerinin sağlanan fonlarla sosyal inovatif ürün, hizmet veya süreç çıkarmada öncü olması, sosyal hizmetlere ulaşmada geliştirilecek platformun mobil cihazlara uyumlu, engelliler açısından erişilebilirliği yüksek, göçmenler açısından çoklu dil desteğine sahip, toplumun bütününe kapsayan ve problem bazlı olarak yönlendirmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bulgular neticesinde hem toplumsal farkındalığı artırmak hem de tüm paydaşların faydalanabilmesi amaçlı "sosyal problemlere çözüm arama, sosyal destek merkezi arama, sosyal hizmet etkinlikleri, sosyal hizmet çalışmaları, sosyal hizmetler iş ilanları, sosyal yardımlar&bağış ve sosyal ürünler" modüllerinden oluşan, web/mobil uygulama tabanlı bir sosyal destek uygulaması içeriği önerilmiştir. Bu uygulama; sosyal hizmetlerin dijitalleşmesinde kapsayıcı bir dijital sosyal inovatif hizmet olarak topluma kazandırılabilir.	
Anahtar Kelimeler: Dijital Sosyal İnovasyon, Sosyal Destek, Sosyal İnovasyon, Sosyal Hizmetlerin Dijitalleşmesi, Sosyal Hizmetlerde Dijital Sosyal İnovasyon	

Yalova University Insitute of Social Sciences Doctoral Thesis Summary

Thesis Title: Digital Social Innovation: Social Support Application in Social Services	
Thesis Author: Talha FİDAN	Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Recep ÇELİK
Date of Acceptance: 14/12/2020 Total Num. of Pages: x(first)+152(thesis)+8(attachments)	
Department: Social Work	Field of Study: Social Work
Since the earliest times of history, there has been a search for solutions to social problems. The need for digital social innovation for a sustainable solution to ossified social phenomena has grown. In this study, the aim of social innovation and digital social innovation is to identify the state of awareness among stakeholders associated with social work, the responsibilities of stakeholders in sectors and the services that should be in a digital social innovative social support platform. The digitization of social services and the rapid spread (diffusion) of these services and how an application is needed to reduce their costs have been analyzed. In this sense, semi-structured interviews were conducted with experts, academics and non-governmental organization volunteers working in the field of innovation, social innovation, social work and digitalization. As a result of interviews; social innovation awareness is relatively higher than digital social innovation awareness, although there are few studies conducted in the field of digital social innovation, this field is still on a development trend, the government needs to be decisive and more proactive about regulation in terms of establishing legal infrastructure and distributing funds, universities and research centers should be pioneers in producing social innovative products, services or processes with the funds provided, the application to be developed in reaching social services is mobile-compatible, has high accessibility for disabled people, has multi-language support for immigrants, covers the whole of society and has a need to guide it on a problem-based basis. As a result of these findings, the benefit of all stakeholders as well as increase the social awareness purposes, "in search of a solution to social problems, find social support center, social service activities, social work practices, social work job postings, social grants&social donations and products" modules, consisting of web/mobile based application "social support application" content have been proposed. This application will be able to be brought into society as an inclusive digital social innovative service in the digital age.	
Keywords: Digital Social Innovation, Social Support, Social Innovation, Digitization of Social Services, Digital Social Innovation at Social Services	

GİRİŞ

İnovasyon, Türk Dil Kurumu'nun tanımıyla “yenileşim” kavramı, 16.yüzyıldan bu yana kullanılmakta ise de yenilikler tarihin ilk döneminden itibaren yaşanmaktadır. Taş ile yapılan aletler, tekerleğin icadı, ateşin bulunması, 1700’lü yılların başında buhar makinesinin icadı ile başlayan Sanayi Devrimi birçok yenilikleri beraberinde getirmiştir. 1800’lü yılların sonlarında başlayan ve “teknoloji devrimi” olarak adlandırılan 2. Sanayi Devrimi elektrik, çelik, tren rayları, buharlı trenler ve kimya alanındaki yeniliklerle gerçekleşmiştir. Makineler ve elektrik birleştirilerek seri üretimler yapılmaya başlanmıştır. Elektronik ve bilgi teknolojileri ile otomasyon ve robotlarla üretim hızının artması gibi yeniliklerin yaşandığı dönem ise 1970’li yıllarda başlayan ve 3. Sanayi Devri olarak adlandırılan dönem olmuştur. Devamında ilk olarak Almanya’da 2011 yılında kullanılan Sanayi 4.0 kavramı ile “üretim süreçlerinin dijitalleşmesi”, “nesnelerin interneti ile süreçlerin tamamen robotlara bırakılması”, “yapay zekâ (AI)”, “3D yazıcılar” ve “büyük veri” kavramları kullanılmaya başlanmıştır. Bu tür endüstriyel devrimler sosyal sorunları da beraberinde getirmiştir. 1. Sanayi devriminin ekonomik sonuçları ile birlikte burjuva ve işçi sınıfı doğmuş; sanayileşme ile birlikte köylerden kente göçler başlamış, kent hayatına uyum sağlamada yaşanan zorluklar da yeni sosyal olguları beraberinde getirmiştir. Tarım sektöründe çalışan sayısı azalmış, modern tarım hem köy hem de kentte yaşayan insanların hayatında köklü değişikliklere neden olmuştur.

İletişimin hızlanması ve teknolojik gelişmeler bireylerin, grupların ve toplumların davranışlarının değişmesinde rol oynamaktadır. Sanayi 4.0 ile birlikte beyaz yakalıların dijital çağın mavi yakalıları olması, operasyonel işlerin yapay zekâ destekli robotik otomasyonlar ile yapılması bazı mesleklerin yok olarak işsizliğin artmasına ve multidisipliner bazı mesleklerin de doğmasına yol açmaktadır. Şirketler büyük veri (big data) toplayarak verileri yorumlayıp satmaya başlamışlardır. Bu durum da veri güvenliği ile siber güvenlik sorununu ortaya çıkartmıştır. Günümüzde ülkeler siber güvenlik orduları kurmaktadır. Bu anlamda oluşan bilgi toplumunda yetişmiş ve donanımlı iş gücüne ihtiyaç ortaya çıkmıştır. Robotlar insanların yaptıkları işleri hem hatasız hem de daha hızlı yapar hale gelmişlerdir. Bu da standartlaşmış işlerde operasyonel anlamda çalışanların işlerini robotlara devrederek işsiz kalmaları ile sonuçlanmaktadır. Bankalar ve telekomünikasyon şirketleri şube sayılarını azaltıp optimizasyon yaparak ve dolayısıyla çalışan sayısını azaltarak kâr etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu durum devletlerin işsizlikle mücadelede daha inovatif çalışmalar yapmasının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal problemler insanlık tarihi kadar eskidir ancak sanayi devrimi sonrası makineleşme, milenyum çağında internetin bulunması ve son dönemlerde robotik otomasyonlar, yapay zekâ uygulamaları, nesnelerin internet üzerinden birbiri ile haberleşmesi gibi teknolojik gelişmeler sonrası yaşadığımız dijital çağda sosyal problemler oldukça karmaşıklaşmıştır. Kutuplaşmaların arttığı, insanların kitleler halinde çabucak örgütlenip isteklerini dile getirdiği günümüzde daha plânlı, daha yenilikçi, daha kapsayıcı ve açık platformlarda neredeyse ücretsiz hizmetlerin sunulduğu politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. 2. Dünya Savaşı sonrası altın çağını yaşayan sosyal refah ve sosyal hizmetlerde, son 50 yıl içerisinde liberal politikalar nedeniyle sosyal harcamaların kısılması, farklı çözüm arayışlarını da

beraberinde getirmiştir. Mühendislik bilimleri ve sosyal bilimler birlikte multidisipliner çalışma ile sorunlara sürdürülebilir çözümler sunmak için çalışmalar yapılması ihtiyaçtır. Bu noktada dijital sosyal inovasyona ciddi görevler düşmektedir.

İletişim ve ulaşım araçlarının hızlanması ve sosyal medyadaki iletişim tüketimiyle, toplumda sosyal sorunların çeşitliliği de artmaktadır. Sosyal hizmet, farklılaşan ve hızla çoğalan sorunlara proaktif bir çözüm geliştirmek, hızla ve etkili müdahil olmak için inovatif çalışmalara ihtiyaç duymaktadır. Bireylerin veya toplumun bir problemine çözüm amaçlı çalışmalarla artı değer üreten, ekonomiye katma değer sağlayarak sürdürülebilir inovatif çalışmalar yapan, teknoloji alanında tüketici olmaktan ziyade üretici konumuna geçen ülkeler bilgi toplumunda öncüler arasında yerini almaktadır. İnsanı merkeze alan ve onun ihtiyaçlarına çözümler sunmak amaçlı yapılan inovasyonlara ihtiyaç duyulduğu tartışılmaya başlanmıştır. Bu anlamda 1990'lı yılların başında teorik ve pratik manada sosyal inovasyon tartışmaları yapıldığı görülmektedir. Çünkü yüzyıllar boyu aşılammış, kemikleşen problemlere daha farklı bakış açıları ile çözümler üretmemiz gerektiğini Albert Einstein şu sözü ile ifade etmektedir: “Oluşturduğumuz problemleri, o problemleri oluşturduğumuz andaki gibi düşünerek, benzer yaklaşımlarla çözemeyiz.” Bu anlamda farklı yaklaşımlara ve sosyal inovatif bakış açısına, fikrine, ürününe, hizmetine ve süreçlerine ihtiyacımız bulunmaktadır, yani “*Sosyal İnovasyon*” ’lara gereksinim vardır.

“Sosyal inovasyon dendiğinde ilk akla gelen örnekler nelerdir?” sorusuna verilecek cevap, inovasyonun toplumsal etkisinin globalleştiğine ya da globalleştiğinin bilinmesine şu örnekler delil mahiyetindedir: Muhammed Yunus’un Mikro Kredisi¹ ve açık üniversiteler² (open university). Bu tür toplumsal etkisi ve sosyal adalet sağlama kapasitesi yüksek, dezavantajlı birey ve grupların problemlerine çözüm sağlayabilecek, ekonomik ve sosyal refahı artırmaya yarayabilecek uygulamaların geliştirilmesi ve desteklenmesi için devletler ve Avrupa Birliği çalışmalar yapmaktadırlar. Türkiye’de de hükümetin ve Cumhurbaşkanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren Dijital Dönüşüm Ofisi’nin bu alanda yapılan çalışmaları yürütmesi, destek olması, fon sağlaması vb. önem taşımaktadır. Sosyal inovatif ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilebilmesi için kamu, üniversiteler, özel sektör ve üçüncü sektör kuruluşlarının ortak hedef ve projelerde birlikte çalışması beklenmektedir. Bu anlamda kamunun finansman, yönlendirme, kapasite geliştirme ve denetleme rolleri dikkat çekmektedir.

Sanayi 4.0 ile birlikte değişen ihtiyaçlar ve ortaya çıkan karmaşık sosyal problemlere çözüm daha etkili sosyal inovasyonları zorunlu kılmaktadır. Bunun için dijitalleşmenin, yapay zekâ (artificial intelligence), derin öğrenme (deap learning), robotik otomasyon (robotic automation), büyük veri, blokzincir (blockchain) ve açıklık (openness) gibi araçlarını kullanmanın, inovasyonun geniş kitlelere yayılmasını ve globalleşmesini hızlandıracağı alenen görülmektedir.

¹ 1970’li yıllarda Bangladeş’de temeli atılmış ve sonraki yıllarda hızla uygulamaya konulmuş Mikro Kredi ile düşük gelirliilere 100 dolar gibi cüzi bir borç ve taksitlendirme ile iş sahibi olabilmeleri sağlanmıştır.

² İlk olarak İngiltere’de daha sonra Dünyanın birçok ülkesine yayılmış olan Açık Üniversite kavramı; zamanında üniversite okuma imkânı olmayan orta yaşlılar için eğitimde yeni fırsatlar sunmuştur.

Ar-ge süreçleri ve bütçeleri oturmuş, gelişmiş sosyal devletlerin sosyal hizmet literatüründe dijital sosyal inovasyon, dijitalleşme ve sosyal ürün gibi kavramlara sıkça rastlanmaktadır. Ancak hâlâ yeterli olgunluğa erişmediği görülmektedir. Almanya, Amerika ve bazı İskandinav ülkelerinin literatüründe yer aldığı görülmüştür. Türkiye’de ise dijital sosyal inovatif bir ürün, hizmet veya süreç için ar-ge, akademik çalışma ve kaynak sayıları yok denecek kadar azdır. Son yıllarda inovatif projeleri destekleyici çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin;

- Bazı *kuluçka (inkübasyon) merkezleri*³ (PiloTT, Atölye, Impacthubist, İstasyon, Albarakagaraj, Social Innovation LAB, Lonca gibi);
- Bazı *melek yatırımcı kümelenmeleri*⁴ (E-tohum, Keiretsu Forum, Aslanoba Capital, 212 Ventures Capital, Inovent, ilab Ventures, İstanbul Startup Angels, Galata Business Angels gibi) ve
- Bazı *kitlesel fonlama platformları*⁵ (Fonbulucu, Fongogo, Ideanest, crowdfon ve Arıkovani gibi)

İnovasyon konusu ile daha çok mühendislik bilim dallarında çalışmaların olduğu görülmekle birlikte pratik ihtiyaçları olan sosyal hizmetlerde de çalışmalar yapılması giderek önemini ve gerekliliğini arttırmaktadır. Ama özelde Türkiye’de sosyal hizmete doğrudan veya dolaylı olarak etki eden inovatif proje sayısının oldukça az sayıda olduğu görülmektedir.

Türkiye’de sosyal hizmetlerin tarihi yüzyıllar öncesine dayansa da günümüz bilinen anlamında teorik ve pratik olarak konuşulmaya 1960 yılların başında başlanmıştır. Hacettepe Üniversitesi’nde bir araştırma enstitüsü kurulmuş ve kavramsal yazınlar ortaya çıkartılmaya başlanmıştır. Küreselleşme, savaşlar sonrası göç eden gruplar, iklim değişikliği, susuzluk, açlık kaynaklı hastalıklar ve yoksullarla zenginlerin arasındaki makasın gittikçe açılması gibi karmaşık problemler sadece bir alanı değil multidisipliner bakış açılarını gerektirmektedir. Ülkelerin kalkınma modellerinin zayıf kaldığı, ülkelerin yeni modeller araştırma yoluna gittiği günümüzde sosyal hizmetlerde de yeni yaklaşımlar ve yeni bakış açıları ile sosyal inovasyona ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Kronikleşmiş sosyal olgulara çözümler geliştiren sosyal hizmetlerde dijital sosyal inovasyonun araç olarak kullanılması fikrinden yola çıkılmaktadır. Sosyal inovasyonların difüzyonu ve az maliyetle çok kişiye ulaşabilmek için dijitalleşmesi yani “*Dijital Sosyal İnovasyon*” olması elzemdir.

Araştırmanın değerlendirme bölümünde klasik sosyal teoriler, inovasyon teorileri, sosyal hizmet yaklaşımları ve sosyal inovasyon teorileri bağlamında tartışmalar yapılmıştır. Yapısal işlevselci (fonksiyonalist) yaklaşım, çatışmacı yaklaşım, sembolik etkileşimci yaklaşım, sistem yaklaşımı, taklit teorisi, eylem teorisi, çatışma teorisi, sembolik etkileşimcilik, fenomenoloji, pratik teorisi, ekonomik kalkınma teorisi, piramidin tabanı teorisi, yapılaşma

³ Bir girişimciye girişimini geliştirmek için maddi ve manevi destekler sağlayan iş geliştirme ve destekleme merkezleridir.

⁴ Bir melek yatırımcı genellikle dönüştürülebilir borç veya mülkiyet eşitliği karşılığında, iş hayatına yeni atılmaya çalışan girişimciler için sermaye sağlayan bir bireydir. Melek yatırımcılar genellikle başlangıç anlarında ve çoğu yatırımcı girişimcileri desteklemeye hazır olmadığında onlara destek verirler.

⁵ Genellikle internet üzerinden çok sayıda insanın küçük miktarda paralarla bir girişimi destekleme uygulamasıdır.

teorisi, sosyal girişimcilik teorisi, sosyal değişim teorisi, sosyal etki teorisi, aktör ve ağ teorisi, eleştirel teori, sosyal hizmetlerin güçlendirme ve müdahaleci yaklaşımlar, ekolojik yaklaşım, multidisipliner yaklaşım, inovasyonun yayılma teorisi, kolektif zekâ teorisi, asıl ihtiyaca odaklanma yaklaşımı bağlamında tartışmalar yapılmıştır.

Sosyal çalışma, sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyonun Türkiye’de gelişim sürecinde olması; toplumda yeterince farkındalığının olmaması, sosyal hizmetlere ulaşmada kolaylık sağlayacak sosyal hizmetle ilişik tüm paydaşların faydalanabileceği dijital sosyal inovatif bir dijital uygulamanın olmaması çalışmanın hem temel çıkış noktasıdır hem temel araştırma problemini oluşturmaktadır. Problemin tespiti yanında farkındalık, neler yapılabileceği ve sosyal hizmete nasıl yansıtılabileceğine yönelik bir çalışma için sadece teorik çalışma yeterli gelmeyeceğinden alandan da araştırma yapmak bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmıştır. O nedenle alanda görüştüğümüz katılımcılara üç farklı aşamada cevapları aranan şu sorular yöneltilmiştir;

1. Aşamada : Dijitalleşme, inovasyon ve sosyal hizmetler profesyonellerinin sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon farkındalıkları ile ilgili sorular.
2. Aşamada : Dijital sosyal inovasyonların artması için başta kamu (Hükümet) olmak üzere, özel sektör/sanayi, üçüncü sektör kuruluşları ve üniversiteler/Ar-ge Merkezleri ‘in neler yapabileceğine dair sorular.
3. Aşamada : Sosyal hizmetlere yönelik dijital sosyal inovatif bir uygulamada hangi ürün ve hizmetler yer alabileceğine dair sorular.

Bu aşamalar sonrasında çalışmanın; politika belirleyicilere, özel şirket yöneticilerine, kurumsal sosyal sorumluluk departmanı yönetici ve çalışanlarına, akademisyenlere, sosyal hizmet eğitimi alan öğrencilere ve mezun olup sahada uygulama yapan meslek elemanlarına, sosyal hizmetlere ihtiyacı olan tüm birey ve gruplara ve onların yakınlarına sosyal destek sağlayacağı ve bu alandaki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Yine çalışmanın, Boelman’ın (2014) “Dörtlü Sarmal” modelindeki paydaşlara (1-kamu (hükümet), 2-özel sektör/sanayi, 3-üçüncü sektör kuruluşları, 4-üniversiteler/ar-ge merkezlerine) ne gibi rol ve sorumluluklar düştüğünü tespit ederek toplumsal problemlere nasıl çözümler sunulabileceğini ortaya çıkarmada katkı verecektir. Örneğin fonlamaların nasıl ve kim tarafında olabileceği; kolektif ve işbirlikçi çalışma modelleri, açık bilgi, açık veri, açık donanım ve açık ağların toplumsal sorunların çözümüne katkısı gibi.

Çevremizde sosyal hizmetlere ihtiyacı olan birey ve gruplar olduğunda kimden, nereden ve nasıl destek alınacağını bilinmediği olgusuyla temel bilgilerin bir web veya mobil platformdan verilebileceği fikri ortaya çıkmıştır. Sosyal hizmetlere ulaşmada kolaylık sağlayacak, sosyal hizmetle ilişik tüm paydaşların faydalanabileceği dijital, sosyal, inovatif bir platform geliştirilip hayata geçirilmesi ile sosyal problemlerin çözümüne sürdürülebilir katkı sağlanması da çalışmayı önemli kılmaktadır.

Vereceği katkıları dikkate alan çalışma, sosyal inovasyonun ve dijital sosyal inovasyonun sosyal hizmetle ilişik paydaşlar tarafından nasıl anlaşıldığını, sosyal hizmetlerin sunumunda dijitalleşmenin önemini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Çalışma sonunda sosyal hizmetlerin sunumunda dijital sosyal inovatif bir uygulama önerisi ve önerilen uygulamanın

geliştirmesi yapılarak bütüncül bir sosyal destek uygulaması olarak ihtiyacı gidermesi hedeflenmektedir.

Yine, sosyal hizmet sunan sosyal çalışmacıların ve sosyal hizmetle ilgili araştırma yapan araştırmacıların yararlanabileceği konu ve problem bazlı, sosyal desteğe ihtiyaç duyanların ise kime, hangi kuruma ve nasıl başvurabilecekleri gibi bilgilere kolayca erişebilecekleri bir çalışma ortaya koymak tezin amaçlarından biridir. Bu amaçla problemi yaşayanın ve problem üzerinde araştırma yapanın kendisini özne olarak görüp hızlıca destek alabileceği, süreçleri net, profesyonel bir kullanıcı deneyimi sunacak ön yüzü olan bir web ve mobil platform eksikliğinin tespiti yapılacaktır. Çünkü tespit sonrası bu eksikliğin giderilmesi, bu minvalde yeni bir platform ortaya koyarak piyasanın bu anlamdaki boşluğunun doldurulması, sosyal hizmetlerin konusu olan tüm paydaşlara fayda sağlanması, sosyal problemlere çözüm bulunması ve dolaylı yoldan ekonomiye yarar sağlanması amaçlanmaktadır.

Ayrıca yerel literatürde dijital sosyal inovasyon ve sosyal hizmetlerde dijital sosyal inovasyon ile ilgili yeterli araştırmacı ve kaynak bulunamaması da araştırmacıyı literatüre yeni kaynaklar katmak konusunda sorumlu kılmıştır. Araştırmanın bir amacı da bilimsel bilgi oluşturarak literatürü zenginleştirmektir.

Bu amaçlar doğrultusunda araştırmanın problemi belirlenmiştir. Problemi belirlemeye yardımcı olan en temel faktör ise temel bilgilere hızlı ve kolayca erişebileceği, kullanıcı dostu, web tabanlı veya mobil cihazlar tabanlı bir platformun eksikliğinin müşahade edilmesidir. Şöyle ki;

Sosyal hizmet bilimi açısından bir hizmetin, bir olgunun mevcutta var olup olmadığına, eğer varsa olması gerekenden farklı olup olmadığına bakılır. Dijitalleşen, bilgi akışının çok hızlı olduğu, veriye, bilgiye, ürün ve hizmetlere çok hızlı erişebildiğimiz bir çağda yaşıyoruz. Bu olumlu özelliklerin yanında sosyal problemler de oldukça karmaşık hâl almıştır. Bu problemlerin çözümü için mevcut yaklaşımlarımızdan farklı yaklaşımlar bulma ihtiyacı bulunmaktadır. İnsanı merkeze alan hem sosyal olup hem de dijital teknolojileri kullanarak girift sosyal problemlere çözüm getirmenin önemi daha da artmıştır. Dijital sosyal inovasyon kavramı ve bakış açısı bu paradigmanın sonucu olarak çıkmıştır.

Sosyal hizmetlerde dijital sosyal inovasyon alanının dünyada ve Türkiye’de henüz gelişmekte olduğu, bilgi ve ürün üretip sunabilecek kamu ve özel kurumlarda yeterli farkındalık ve planlama olmadığı, az sayıda bazı sivil toplum kuruluşlarının proje üretmek için çalışmalarda bulunduğu görülmektedir. Örneğin bir vatandaşın sosyal destek almak istediğinde veya bir yakını için aile danışmanına ve/veya sosyal çalışmacıya ihtiyaç duyduğunda merkezde ve taşrada hangi kurumlarla görüşmesi gerektiği, adres bilgileri ve hangi belgelerle başvuruda bulunabileceği gibi problem ve konu bazlı, temel bilgilere hızlı ve kolayca erişebileceği, kullanıcı dostu, web tabanlı veya mobil cihazlar tabanlı bir dijital uygulamanın eksikliği göze çarpmaktadır. O nedenle de çalışma, sosyal hizmet ile ilişki kuran a) birey ve/veya grupların, b) bakanlıklar, belediyeler, sosyal hizmet merkezleri, toplum merkezleri, aşevleri, hastaneler vb. kamu kurumlarının, c) özel şirketler ve STK’ların sosyal hizmetlerin sunumu ile ilgili dijital sosyal inovasyon uygulamaları üretebilmesi ve sosyal problemlere bütüncül çözümler sunabilmesi için neler yapılabileceğinin ortaya çıkartılmasına katkı sağlamak amacıyla.

Amacı doğrultusunda araştırmanın ana problemi şu şekilde belirlenmiştir. *Sosyal hizmetlere ulaşmada kolaylık sağlayacak, sosyal hizmetle ilişik tüm paydaşların faydalanabileceği dijital sosyal inovatif bir platform nasıl olmalıdır?* Alt problemler ise 3 maddede toplanmıştır.

- Dijitalleşme, inovasyon ve sosyal hizmet profesyonellerinin sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon farkındalıkları nasıldır?
- Dijital sosyal inovasyonların artması için dörtlü sarmalda (Boelman vd., 2014) bulunan paydaşlar (kamu/hükümet, özel sektör/sanayi, üçüncü sektör kuruluşları ve üniversiteler/AR-GE merkezleri) neler yapabilir?
- Sosyal hizmetlere yönelik dijital sosyal inovatif bir platformda hangi ürün ve hizmetler yer almalıdır?



BÖLÜM 1

KAVRAMSAL ANALİZ

Dijital sosyal inovasyonu anlayabilmek için inovasyon ve sosyal inovasyon kavramlarının etraflıca incelenmesi gerekmektedir.

Kavramsal analiz bölümünde inovasyonun tanımları, tarihsel gelişimi, inovasyon süreçleri ve inovasyon çeşitleri ele alınacaktır. İnovasyon kavramının detaylı incelenmesi sonrası sosyal inovasyon tanımları, sosyal inovasyonun düzeyleri, boyutları ve süreçleri detaylı bir şekilde ele alınacak, sonrasında dijital inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramları, dijitalleşmenin önemi, dijitalleşmenin araçları ve fonksiyonlarına değinilecektir. Dijital sosyal inovasyonun ilkeleri ve ölçülmesi başlıklarında hangi ilkelerin gözetilmesi gerektiği ve hangi araçlarla ölçülebileceği gibi konular ele alınacaktır.

1.1. Kavramsal Analiz

1.1.1. İnovasyon Kavramı

1.1.1.1. İnovasyon Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

İnovasyon, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir (Oslo Kılavuzu, 2005: 50). Temeli Latince bir sözcük olan “innovatus”a dayanan ve özünde yenileşmek anlamı barındıran terim, İngiltere’de “i” nnovation” olarak 16.yüzyıldan beri kullanılmaktadır (Zeren, 2010: 13). Şirin Elçi’nin (2007: 2 ve 23) ifadesiyle inovasyon; en geniş anlamıyla, bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi olarak tanımlanır. Bu nedenle de teknik, ekonomik ve sosyal süreçler bütünüdür. İnovasyonda yeni ve farklı fikirlerin süreklilik arz etmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir olmayan fikir ve ürünlerin rekabet gücü de zayıf olacaktır. İnovasyon bütünsel bir yaklaşım gerektirir ve organizasyon dâhilindeki tüm paydaşlar tarafından desteklenmelidir.

İnovasyon, icat edilmemiş bir ürün veya süreci icat etmekten değil, değer oluşturma yollarını keşfetmektir. İnovasyon için buluşlardan faydalanılabilir. Yapılmamış bir şeyi yaparak değer ortaya çıkartmak veya zaten yapılanı mevcut yapanlardan daha farklı yapmaktır, inovasyon. Ar-ge ile inovasyon aynı şeyler değildir. AR-GE yapılmadan da inovasyon olabilir. Elimizdeki bilgi ile inovasyonu harmanlayıp değer ortaya çıkartırsak para kazanır ve kazandığımız para ile ar-ge yapıp yeni bilgiler elde eder ve tekrar inovasyonlar ortaya çıkartabiliriz. AR-GE faaliyetleri inovasyon öncesi yatırım faaliyetleri gibidir.

Türk ekonomi tarihinde ciddi inovasyon örnekleri bulunmaktadır. Örneğin, dünyanın ilk ‘Arabalı Vapur’ fikri, Kurukahveci Mehmet Efendi’nin kurukahveyi öğütterek satması, taksilerin dolmuşa dönüştürülmesi, gırgır süpürgeleri ve benzeri pek çok diğerleri Türkiye’deki inovasyon uygulamalarının temelini atmıştır. Ateşin bulunması, tekerleğin icadı, Truva atı veya Fatih Sultan Mehmet’in gemileri karadan yürütmesi bu konuda akla gelen ilk örneklerdir. Çikolatanın icadı, postacılık alanındaki gelişmeler, bilgisayar ve

kuşkusuz asrın buluşu internet innovasyona çok daha iyi birer örnek olarak değerlendirilebilir (Zeren, 2010: 14).

Eğitimli ve donanımlı insan kaynağı, hata yapma imkânı olan özgür iş ortamı, inovatörleri destekleyen melek yatırımcılar, inovasyonu destekleyen bir vergi sistemi ve onu teşvik eden bir toplum ile başarılı inovasyon ekosistemi oluşturulması durumunda ülke olarak kalkınıp globalde öncü ülkeler arasında yer alınabilir. 1970’li yıllar sonrasındaki hızlı kalkınmasıyla Finlandiya ve Singapur bu şekilde başarıyı sağlamış ülkeler arasındadır.

Sosyal inovasyonu tanımadan önce inovasyon kavramına bakmak gerekmektedir. Yirminci yüzyılın başlarından bu yana inovasyon tanımı birçok kişi ve kurum tarafından yapılmaktadır. Inovasyonun Latincesi “Innovatus”dur. Türkçe literatürü incelediğimizde ise bu kavram yerine “yenilikçilik, yenilenme ve yenileşim” gibi kavramların kullanıldığı görülmektedir (Halaç vd., 2014 ve Özdemir vd., 2015). Ekonomik ve sosyal olarak hızla globalleşmiş dünyamızda bazı kavramlar ortak hale gelmiş ve standartlaşmıştır. Inovasyon kavramının da bu kavramlar içerisinde olduğu görülmektedir. Multidisipliner bir kavram olması ve farklı perspektiflerle kavramsallaştırma çabalarına karşın bu tanımların inovasyonu tam anlamıyla kapsamadığı, bu nedenle Türkçe literatürde de çoğunlukla orijinal hâli olan “*Inovasyon*” şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Biz de araştırmamızda inovasyon kavramını kullandık.

Inovasyon kavramı genel olarak teknolojik ürün ve hizmetler ile ilişkilendirilmiştir. Inovasyonu yeni ürün veya hizmet, üretim tekniği, organizasyon yapısı olarak tanımlayan Schumpeter (1934), inovasyonun sosyal alanda da yer alabileceğini ifade etmiştir. Nasıl ki ekonominin babası olarak Adam Smith kabul görmüşse, inovasyon üzerine çalışan kişiler de Schumpeter’i inovasyonun babası olarak görmektedirler. Ortaya koyduğu analizlerle inovasyon ve kalkınma ilişkisini sistematik bir şekilde ele almış ve inovasyonu yeni bir üretim biçimi olarak görmüştür. Schmookler (1966) de firmaların kendisi için geliştirdiği yeni bir ürün veya hizmetle veya üretimde yeni bir süreç ve yöntem kullanımıyla ilk defa teknik bir değişiklik yaptığı durumda bu firmanın inovasyona öncü olduğunu ve yaptığı bu işin de inovasyon olduğunu belirtmiştir.

1990’lı yıllara kadar genelde inovasyonun teknolojik yönleri üzerinde tartışmalar olmuştur. Inovasyon kavramı üzerinde çalışan ve inovasyonun sosyal bir süreç olduğunu ifade eden bir diğer önemli bilim adamı da iletişimci ve sosyolog Carl Rogers’tır. Sosyal yapılanmanın başarılı bir sonucu olarak inovasyonun ortaya çıkacağı fikrini ortaya koymuş ve inovasyonun yayılmasındaki 4 ana elementin; yeni bir inovasyon, belli kanallar aracılığıyla yapılan iletişim, üzerinde harcanan mesai ve bir sosyal sistemin üyelerinden oluştuğunu belirtmiştir (Rogers, 1995: 35)

Rogers gibi Peter Drucker da (2002) inovasyonun teknikten çok sosyal ve ekonomik bir kavram olduğunu ve inovasyonun bilgi, zekâ ve her şeyden önce odaklanmayı gerektirdiğini, girişimcilerin farklı bir iş ya da hizmeti ortaya çıkarmak için inovasyona ihtiyacı olduğunu ve inovasyonun bir disiplin ve uygulama yeteneği olduğunu söyler.

Uluslararası kabul görmüş kaynak olan Oslo Kılavuzunun son baskısında inovasyon şöylece tanımlanmaktadır. Inovasyondan sorumlu olan aktörün mevcutta sahip olduğu ürün veya

süreçlerden önemli ölçüde farklı olan, aktörler tarafından potansiyel kullanıcıların kullanımına sunulan (ürün) veya kullanıma açılan (süreç), yeni veya geliştirilmiş bir ürün, süreç veya bunların birleşimidir. (OECD/Eurostat, 2018: 20).

İnovasyon sonrası ortaya bir ürün veya süreç çıkması için bunların özgün, yeni veya bir değişim süreci içerisinde mevcuttaki ürün ve süreçleri geliştirici özelliğe sahip olması, ürettiği çözümlerin verimli olması ve ortaya bir katma değer koyması gerekmektedir. İnovasyonun amacı ekonomik kalkınma ve refahı sağlamak konularında iyileştirmeler yapmaktır. Bria F.'nin (2014: 11) ifadesiyle inovatif çözümler, çevresel sorunlara çözüm sunabilir, iş birliği ile çözümler sunabilir, daha iyi karar verme olanakları sunabilir, ekonomiye katılımcı ve kendi kendini yönetebilen modeller sunabilir. İnovasyon arayışı içerisinde olan aktörlerin (şahıslardan, özel sektördeki firmalardan, kamu sektöründeki paydaşlardan veya sivil toplum kuruluşlarından birisi olabilir) yapabilecekleri 8 faaliyet türü tanımlanmıştır.

1. AR&GE faaliyetleri
2. Mühendislik, tasarım ve diğer ilham verici faaliyetler
3. Pazarlama ve marka değeri faaliyetleri
4. Fikri mülkiyet ile ilgili faaliyetler
5. Çalışan eğitimi faaliyetleri
6. Yazılım geliştirme ve veri tabanı faaliyetleri
7. Duran varlıkların alınması veya kiralanması ile ilgili faaliyetler
8. İnovasyon yönetimi faaliyetleri (OECD/Eurostat, 2018: 35).

İnovasyona giden yukarıdaki faaliyetlerin sonucunda inovasyon ortaya çıkmayabilir. Özel sektörün bu faaliyetleri sürdürülebilir kılmada başarısız olduğu durumlarda hükümetler tarafından bu aktörlerin doğru projelendirilmiş süreçlerinin desteklenmesi kalkınma açısından gerekli görünmektedir. İnovasyon süreci ortaya konan yeni bir fikir ile başlar ve yapılacak yenilik ile ilgili konsept hazırlanır. Prototipi hazırlanan ürün veya hizmet geliştirilir ve piyasaya sunulur. Stanford Üniversitesinden Paul Romer'in (2005) de belirttiği gibi inovasyon, başlangıcındaki araştırmalardan prototiplerin geliştirilmesine, icadın kayıt edilmesi ve ticari başvuruların sonuçlanmasına kadar ilerleyen süreçleri kapsar.

Bir ülkede refahın artması için inovatif ürün, hizmet ve optimize edilmiş süreçlere ihtiyaç bulunmaktadır. İnovasyonu bir plan halinde sürdürülebilir hale getirmek özelde inovasyon sahibine ve genelde o yeniliğe sahip ülkeye rekabet gücü ve refah katmaktadır. İnovasyon; teknolojiye yaptığı katkılarla değil, çevresine kattığı değer ile inovasyon değerini kazanmaktadır. Firmaların verimli çalışması, müşterilerinin beklentilerini karşılayabilmesi, yeni pazarlara açılabilmesi, rekabet edebilmesi ve kârlılığını artırabilmesi için inovasyona ihtiyaçları vardır.

İnovasyon icattan farklıdır. İcat yeni bir ürün, hizmet veya süreç oluşturmada akla gelen fikir demektir ki işlevsellik kazanmamış olabilir. İnovasyon ise bu fikri geliştirmek için yapılan girişim demektir. Farklı olmakla birlikte inovasyon ve teknoloji kavramları ise sıkça birbiri ile ilişkili olarak düşünülmektedir. Teknoloji, inovasyon için önemli bir girdidir ancak her inovasyonun teknoloji kökenli olmasına gerek bulunmamaktadır. Bazen iş yapış şeklini,

süreci, deneyimi iyileştirmek de inovasyon olabilir. Bu nedenle inovasyon teknolojiyi kapsamaktadır.

1.1.1.2. İnovasyon Süreci

Elçi'ye (2007: 152) göre inovatif bir ürün geliştirmek için öncelikle fırsatlara odaklanılması gerekmektedir. Bu fırsatlar şirket içindeki çalışanlardan veya müşterilerden de gelebilir. Rekabet avantajı sağlamak isteyen firmanın fırsatları kovalaması ve sonrasında fırsatlar arasından bir veya birkaç tanesinin stratejik olarak belirlenmesi gerekmektedir. İnovatif ürün, hizmet veya süreç geliştirmeden önce gerekli bilginin toplandığından emin olunmalıdır. Bu bilgilerin kurumsal hafızada yer alması açısından yazılı olarak kayıt altına alınması önem arz etmektedir. Gerekli bilgiye sahip olduğunda diğer kaynaklarla harmanlayıp ürün, hizmet veya süreç geliştirilmesine başlanır. Geliştirme sonrası ticarileştirilmesine odaklanılır. Geliştirme öncesi aşamalarındaki başarı ve başarısızlıkların değerlendirilip öğrenilmiş dersler çıkartılması ile inovasyon süreci tamamlanmış olur. Öğrenme ve ders çıkartma aşaması, inovasyonun sürekliliği açısından çok önemlidir.

Şekil 1. İnovasyon Süreci



Kaynak: (Elçi, 2007:152)

İnovasyon farklı olmayı, farklı bakmayı ve farklı görmeyi gerektirir. Yeni fikirlerin üretildiği, desteklendiği ve bir havuzda toplandığı bir yapı kurulmalıdır. Yapıdaki paydaşlar daha iyisi için sorgulayabilen kişilerden oluşmalıdır. Açık iletişim ve öğrenilmiş derslerin paylaşımı ile inovasyonun başarısını azaltan durumlardan uzaklaşılabilir. Yeni bir ürün ortaya koymak doğal olarak risk almayı gerektirir ve başarısızlıklarla karşılaşılacaktır. Daha iyi nasıl yapabiliriz soruları ile başarısızlıkları arka planda bırakabilmek gerekir. Bir fikrin veya bilginin inovatif ürün, hizmet veya sürece dönüşebilmesi için iş birliği içerisinde sinerjik çalışan bir takıma ihtiyaç vardır. İnovasyon tek başına başarılması zor bir süreçtir.

Çözüm geliştirme öncesinde gereksinimler net olarak tespit edilmelidir. Konuyla ilgili ağlardan (network) fikirler alınması, mevcutta geliştirilecek çözüme yakın ürün, hizmet veya

süreçlerin iyi araştırılması, geliştirmek için ilgili teknolojiye hâkim olunması gereksiz tekrarın önüne geçecek ve zaman kaybını önleyecektir.

Geliştirilen çözümün performansı izlenmeli ve gerekli durumlarda öğrenilmiş derslerle iyileştirmeler yapılmalı ve inovasyonun sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Geliştirilen çözümün ticarileştirilip ekonomiye kazandırılması için marka oluşturma, reklam, tutundurma, satış ve satış sonrası müşteri hizmetleri ve teknik destek sağlanması için planlar hazırlanması da inovasyon süreci içerisinde yer almaktadır.

1.1.1.3. İnovasyon Çeşitleri

Schumpeter (1934) inovasyonu 5 kategoriye ayırmıştır.

1. Yeni ürünler,
2. Üretimdeki yeni yöntemler,
3. Yeni tedarik merkezleri,
4. Yeni pazarlardan faydalanma ve
5. İş düzenlemek için yeni yöntemler.

1900'li yılların başında yeni üretim yöntemleri ve yeni ürün inovasyonu çok kullanılmaya başlanmış, sonrasında süreç inovasyonu kullanılmaya başlanmıştır. Son 20 yıldır OECD ve Eurostat inovasyon kavramı ile ilgili geniş tanımlar sunmaktadır. Güncel baskısında inovasyonu 2 gruba ayırmaktadır.

1. *Ürün İnovasyonu* (Product Innovation): Firmanın pazarda sahip olduğu mevcut ürün veya hizmetlerinden önemli ölçüde farklılık gösteren yeni veya geliştirilmiş bir ürün veya hizmet
2. *İş Süreci İnovasyonu* (Business Process Innovation): Bir veya daha fazla iş birimi için, bir firmanın öncesinde geliştirdiği ve sahip olduğu mevcut iş süreçlerinden önemli ölçüde farklılık gösteren yeni veya geliştirilmiş iş süreci (OECD/Eurostat, 2018: 21).

Heiskala'ya göre (2007) beş inovasyon türü vardır; a) teknolojik, b) ekonomik, c) düzenleyici, d) normatif ve e) kültürel inovasyonlardır. Teknolojik yenilikler, varlıklarımızın maddi realitesini dönüştürmek için yeni yollar bulur. Ekonomik yenilikler, ekonomik değerin belirlendiği metod ve süreçlere vurgu yapmaktadır. Düzenleyici yenilikler, düzenleyici önlemlerin ve çevrenin dönüştürücülüğüne vurgu yapar. Yerleşik değer sistemleri ve sosyal normların yanı sıra mevcut bilişsel ve zihinsel çerçevelere meydan okuyan yenilikler ise normatif ve kültürel yeniliklerdir. Bu tipolojiye göre düzenleyici, normatif ve kültürel yenilikler sosyal yenilikler alanını oluşturur (Heiskala, 2007: 59).

İnovasyonlar özel sektörü kapsadığı gibi kamu sektörü ve sivil toplum kuruluşlarını da kapsamaktadır. Ticari şirketler ve bireylerin geliştirdikleri inovatif ürün ve süreçler ile sadece ekonomik fayda sağlanmıyor aynı zamanda sosyal refahın artmasında da önemli rol oynuyor. Kamuda yapılan inovasyonlar ise toplumda belirleyici rol oynamaktadır. Kamu hizmetlerinin topluma sunumunda geliştirilen yeni ürün ve süreçlerle hem tasarruf sağlanmakta hem de teknolojik yeniliklerin getirilmesi ile hız kazanılmaktadır. Etkili ve verimli iş süreçleri de yine inovasyonların sonucunda gerçekleşir.

Özel sektörde de şu özelliklere sahip şirketler ön sıralarda yer bulmaktadır ki yatırım şirketleri ve iş melekleri de bu tür firmalara yatırım yapmak için inovatif ürünlerine odaklanırlar.

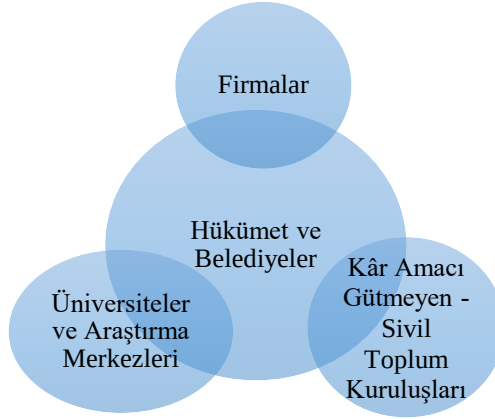
- Toplam kaliteye odaklanan,
- Anlamsız verileri bir araya getirip anlamlı sonuçlar çıkarmayı başaran,
- Çalışanlarının mutluluğuna ve sadakatine odaklanan,
- Bunun sonucunda müşteri memnuniyetinin de geleceğinin farkında olan,
- Tüm kanallarında benzer müşteri deneyimleri sunmayı başaran (omni channel), inovasyonu ve dijitalleşmeyi şirket kültürü haline getirmiş ve tüm çalışanlarını inandırmış şirketler.

İstihdamı artırarak refahı sürdürülebilir kılmak inovatif ürün ve süreçler geliştirilerek mümkündür. Politika yapıcılar da bunun için tüm paydaşlara uygun ortam ve destekleri sağlamaya öncelik vermeleri gerekmektedir. Elçi'nin (2007: 45) ifadesiyle kamudaki kurumların sinerjik bir şekilde çalışması ve ortak bir platformda etkileşim oluşturabilmeleri için “*Ulusal Inovasyon Sistemi*” ‘ne ihtiyaç bulunmaktadır. Sistemi yöneten bu ofis; bilgi akışının sağlanması, finansmanın yönetilmesi, yasa ve yönetmeliklerin çıkartılması için çalışmalar yapmakla sorumlu olarak dinamizmi sağlar.

Bu sistemde hükümet, özel şirketler, belediyeler, üniversiteler, araştırma kuruluşları, teknoparklar, alanla ilgili sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji merkezleri, dijital dönüşüm ofisi, patent ofisleri gibi kamu ve özel sektör kuruluşları bulunmaktadır. Paydaşlar arasındaki bilgi akışı ve iletişim ne kadar kaliteli ise o kadar iyi ürün ve süreç ortaya çıkar. Bu da nihayetinde inovasyonu oluşturur. Yasa koyucular refahın artırılması ve sürdürülebilir kılınması için çark vazifesi gören bu sistemin işlerliği ve önündeki engellerin kaldırılması için çalışırlarsa ortaya çıkan inovatif ürün ve süreçlerle gelişmede toplumsal ve büyük bir ivme sağlanabilir. Ulusal inovasyon sisteminin küresel inovasyon sistemi ile entegrasyonu ve diğer ülkelerle birlikte daha büyük projelere odaklanabilmesinin de önü açılırsa küresel manada etkin rekabet gücü sağlanabilir.

Hükümet, üniversiteler/araştırma merkezleri ve firmalar iş birliği yapıp, yeni ürün ve süreç geliştirmeye odaklanırlarsa, Elçi'nin anlatımıyla (2007) “Üçlü Sarmal” ile hem istihdama hem de sürdürülebilir kalkınmaya önemli katkı sağlayacaklardır. Üniversiteler; özel sektöre ihtiyaç duyduğu insan kaynağını sağlayıp, özel firmalarla iş birliği yaparak araştırmalarını ve ortaya çıkarttıkları ürünleri pazara sürebilirler. Hükümet de bu iki sarmalın birlikte çalışabilmesi için inovasyonu teşvik edici yasal alt yapı ve fon sağlar. Özel sektör tarafından geliştirilen inovatif ürün ve süreçler ile kamu kurumlarının ihtiyaçları da karşılanarak firmalar desteklenir. Hangi projelerde fon kullanıldığı ve kimin ne kadar destek aldığı tüm toplumun görebileceği şekilde şeffaflıkla yürütülmelidir. İnovatif bir ürün geliştirme aşamasında olan birey veya firmaların kaynaklara ulaşması kolaylaştırılmalı ve fırsat eşitliği sağlanmalıdır. Boelman (2014) üçlü sarmala Üçüncü Sektör kuruluşlarını (Non-Profit Organizations) eklemiş ve “*Dörtlü Sarmal Sistem Konsepti*” ile inovatif toplumun sosyal ihtiyaçlarının karşılanacağını düşünmüştür.

Şekil 2. Dörtlü Sarmal Modeli



Kaynak: Boelman (2014)

Hükümetlerin ulusal inovasyon strateji ve politikaları ile inovasyon ortamı oluşturmaları ve bu politikalar doğrultusunda tüm paydaşların ortak hedefe koşmasının sağlanması devletin en önemli görevlerindendir (Elçi, 2007: 49). Bunun için “Ulusal İnovasyon Ofisi” gibi merkezi bir yönetim ofisi ile tüm paydaşların koordinasyonu sağlanarak özel sektörün ihtiyaç duyduğu kaynaklara ulaşması desteklenmelidir. Başarılı hükümet politikasına örnek göstermek gerekirse; Tayvan, özellikle bilişim sektöründe inovasyon odaklı KOBİ’leri geliştirme politikası, kurdukları araştırma enstitüsü ve Hsinchu Teknoparkı ile işsizliğini azaltmış, tersine beyin göçünü sağlamayı başarmıştır (Elçi, 2007: 59).

Kamuda “*Açık İnovasyon 2.0*” kavramı ile ilgili çalışma yapan Satı (2019: 35), çalışmasında kamuda inovasyonların sosyal problemlere daha etkili ve etkin çözüm sunabilme kapasitesinin var olduğu ve hangi vatandaşa bu hizmeti sunacağını kolayca belirleyebileceğini belirtmiştir. Ayrıca kamuda inovasyonu zorunlu kılan etmenleri şu şekilde açıklamaktadır (Satı, 2019:37);

- Hızla artan uluslararası ekonomik rekabet ve ülkelerin küresel değer zincirinde yüksek katma değerli ürün ve hizmetler ile yer alma isteği
- Firmaların ve vatandaşların kamudan daha hızlı ve kaliteli hizmet beklentilerinin artması
- Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu teknolojilerin kamu hizmetlerinde kullanılmasının sağlayacağı faydalar
- Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan ekonomik, toplumsal ve kültürel değişiklikler ve kamunun bu değişikliklere ayak uydurma gerekliliği
- Topluma sunulan hizmetlerde kalitenin artırılması; hizmetlerin daha hızlı ve düşük maliyetler ile sunulmasının sağlanması
- Yoksulluk, sağlık, ulaşım, çevre gibi toplumsal sorunlara daha hızlı ve etkin çözümler bulunması
- Toplumun yaşam kalitesinin ve refah düzeyinin yükseltilmesi
- Kamusal karar alma süreçlerinde katılımcılığın ve toplumsal temsilin artırılması
- Demokrasinin geliştirilmesi
- İyi yönetim prensiplerinin kamu kurumlarında hayata geçirilmesi
- Kamu kaynaklarının etkin kullanılması
- Kamunun daha şeffaf ve hesap verebilir bir yapıya kavuşturulması

Avrupa'daki inovasyon çalışmalarına baktığımızda ilk olarak inovasyon politikalarına 1995 yılında "Green Paper on Innovation" belgesi göze çarpar. (European Commission Report 5/95, 1995) 1996 yılında da "İnovasyon Eylem Planı" oluşturulmuştur. Bu planda öncelikle inovasyon kültürünün oluşturulması ve AR-GE'lerin inovasyona dönüştürülme hedefleri vardır. Bürokratik işlemlerin basitleştirilmesi, eğitim ve vergide inovasyona zemin hazırlanması üye ülkeler tarafından hedef olarak konulur. 2005 yılında "Rekabetçilik ve İnovasyon Çerçeve Programı" onaylanır. Kobilerin inovatif faaliyetler için desteklenmesi, Enerji ve Bilişim konuları üzerine odaklanılması programa alınır. (Kamu Kurumlarında İnovasyon, 2012: 25)

Avrupa Komisyonu 2006 yılında inovasyon stratejilerini yayınlar. Teknoloji enstitüsü kurulması, üniversiteler, endüstri ve araştırma kuruluşları arasında yönetişimin sağlanması, eğitime daha çok kaynak ayrılması, fikri mülkiyet hakları, dijital ürün ve hizmetlerin belirlenmesi gibi konulara yer verilir. (European Commission Report, 2006:4)

Türkiye'de inovasyon konusu Avrupa Birliği ile aynı zamanlarda Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile 1996 yılında konuşulmaya başlanır. 1997 yılında onaylanan bilim ve teknoloji politikaları belgesinde teknolojinin merkezine inovasyon konulmuştur.⁶ Politikaların etkin şekilde inovasyona dönüşme hedefine dayalı olarak 2002 yılında TÜBİTAK'ın (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) koordinasyonu ile "Vizyon 2023" projesi hazırlanmıştır.⁷

2012 yılı itibarı ile Türkiye'de inovasyon finansmanına kolay erişimin sağlanması için kuluçka ve hızlandırma merkezlerinin kurulmaya başlandığı, üniversitelerin araştırmalarını ve çalışmalarını firmalar ile birlikte inovatif ürünlere dönüştürebilmesi için teknoparkların yaygınlaştırıldığı, özel sektörün AR-GE çalışmalarını destekleyen vergi teşvikleri, KOSGEB gibi kuruluşlar aracılığıyla hibe ve desteklerin sağlandığı görülmektedir. Fikri mülkiyet haklarının korunması amaçlı son yasal düzenlemeleri de 2016 yılında "Sinai Mülkiyet Kanunu" ile yapılmıştır. Ulusal inovasyon sisteminin etkinliğinin artırılması amaçlı hibe ve teşviklere daha çok bütçe ayrılması önem arz etmektedir.

Toplumda inovasyon ve kalite farkındalığı ne kadar çok ise inovasyon ekonomisinin oluşması da o derece kolaylaşır. Toplumun inovatif ürünleri istiyor ve satın alıyor olması için bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde üretici firmalar da kalite odaklı üretim yapar ve toplumdaki inovasyon beklentisini ve ihtiyacını karşılamaya odaklanır. Bu şekilde bir inovasyon kültürü ve bilinci oluşur. Bilinç oluşturulması noktasında politikacılara, üniversitelere ve teknoloji odaklı melek yatırımcılara büyük görevler düşmektedir. Yatırımcı; sıkı mali disipline sahip, düşük enflasyon ve faiz oranı olan, istikrarlı döviz kuru politikaları olan bir ülkeyi seçmek ister. Bu nedenle inovasyon için en öncelikli konu güvenilir ve sağlıklı makroekonomik yapıdır. Bürokrasinin olması ve yasaların inovasyonun önünü açmada yavaş kalması da uzun vadede o ülkeyi rekabet avantajından uzaklaştıracaktır. Vergi sisteminde özendirici ve teşvik edici olunmaması durumunda teknolojik ürünler üreten şirketler pazarda rekabet avantajlarını yitireceklerdir.

⁶ <https://www.inovasyon.org/pdf/BTPol.Turkiye.Arsivinden.pdf>

⁷ https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/Vizyon2023_Strateji_Belgesi.pdf

Gelişmiş, çok boyutlu düşünebilen, hayalleri olan beyinler, içlerinde girişimcilik ruhu olmaz ise bu fikirleri inovatif bir ürüne dönüştürmede zorlanacaklardır. Gençlerin girişimci olabilmesi için de gerekli finansmanın sağlanması adına kuluçka merkezleri fonksiyonlarını artırmalı ve daha fazla melek yatırımcı bu genç ve istekli insan kaynağının önünü açmaları gerekmektedir. Üniversitelerde daha çok girişimcilik ve inovasyon dersleri olursa, fikirlerin ürüne dönüşmesinde tohumlar atılmaya başlanmış olacaktır. İnovasyon, ar-ge'nin, yani bilginin ürüne ve ekonomiye kazandırılması demek olduğu için bu noktada Üniversitelere büyük sorumluluk düşmektedir. Fikirlerini ticari bir ürün/ hizmete dönüştürmek için, akademisyenlerin Teknoparklarda girişimcilerle birlikte daha çok laboratuvar çalışmaları yapması beklenmektedir.

İnovasyon kültürünü başarılı şekilde oluşturabilmek için en önemli sermaye bilgiyi iyi kullanabilen insan gücüdür. Bu insan kaynağını sağlayabilmenin yolları eğitim ile bu beyinleri yetiştirmek veya beyin göçünü ülkeye çekmekten geçtiği bilinmektedir.

İnsan kaynağı yetiştirmek için ülkeler ve şirketlerin birlikte neler yapabileceğine baktığımızda Hindistan'daki Amrita Üniversitesi, hükümet, ilgili bakanlık ve Microsoft ve Qualcomm gibi Amerikan şirketlerinin ortak bir projede rol aldığını ve insan kaynağı yetiştirmek için çalıştığını görürüz (Elçi, 2007:109). Hindistan'ın başarısındaki arka plana baktığımızda makroekonomisinin yurt dışındaki yatırımcılara güven verdiğini ve politik anlamda fikir birliğinin sağlanmış olduğunu görürüz.

Güney Kore ve Japon firmalarında inovasyon kültürü oldukça gelişmiştir. Yeni fikirlerin ürüne dönüşmesinin bir ödül karşılığında değil zaten işlerinin doğal bir parçası olduğunu düşünmektedirler. Şirketlerinin toplam kalite odaklı ve sürdürülebilir inovasyondaki başarısı Toyota, Honda, Toshiba, Panasonic ve Sony gibi global markalar çıkartmalarını sağlamıştır. (Arslanhan S. ve Kurtsal Y., 2010:10) İnovasyonun yayılma teorisi (Innovation Diffusion Theory) insanların neden yeni fikir ve teknolojileri kullandığı üzerinde duran, bu fikir ve teknolojilerin nasıl ve ne derece yayıldığını açıklamaya çalışan teorik bir paradigmadır (Kim, 2019: 62).

İnovasyon aktiviteleri içerisindeki aktivitelerin elbette bir harcaması, maliyeti olacaktır. Bu harcamalar Oslo Kılavuzu'nda (2018: 95) 7 ana tipte sıralanmıştır.

1. AR-GE faaliyetleri
2. Mühendislik, tasarım ve diğer yenilikçi aktiviteler
3. Pazarlama ve marka aktiviteleri
4. Fikri Mülkiyet harcamaları
5. Personel Eğitim harcamaları
6. Yazılım geliştirme ve veri ambarı aktiviteleri
7. Varlık alımı/kiralama harcamaları

Burada inovasyon kadar inovasyonun ölçülmesi ve uluslararası raporlanmasının da önemi açıkça görülmektedir. 2018 yılında yayımlanan 4. Oslo Kılavuzunun ana teması inovasyonun ölçülmesi olmuştur. Konu temelli yaklaşımla (Subject-based approach) firmaların tüm inovasyon aktivitelerinin, datalarının toplanmasını ve bu dataların nesne

temelli yaklaşımla (object-based approach) desteklenerek en önemli inovasyon aktivitelerinin toplanmasını konu alır (Oslo Manual, 2018: 30).

İnovasyon endekslerine baktığımızda ülkelerin inovasyon düzeylerinin ölçüldüğü çeşitli endekslerin olduğu görülmektedir. Ancak bunlardan en önemlileri; OECD Science, Technology and Innovation (STI) Scoreboard, European Innovation Scoreboard (EIS) ve Global Innovation Index (GII) 'dir. Ülkelerin ekonomik göstergeleri, AR-GE faaliyetleri ve eğitim düzeyi istatistikleri kullanılarak oluşturulan bu endeksler hangi ülkenin hangi alanda inovatif olduğunu da göstermesi açısından önemlidir.

OECD STI endeksi ülkelerin önce gayri safi milli hasılasına odaklanarak ülkelerin detaylı GDP (Gross Domestic Products) analizine odaklanmaktadır. Yıllara göre karşılaştırmalı raporlar sunarak tahminleme çalışması yapılmaktadır. Güncel olarak aylık bir şekilde rapor güncellenmekte, kriz, pandemi vb. durumlardan dolayı yaşanabilecek değişiklikler endekse yansıtılmaktadır. STI endeksinde her ülke kendi içerisinde analiz edilmekte, global anlamda ve ülkeler bazında politika önerisi yapılmaktadır.

Sağlık, sosyal ve ekonomi ana başlıklarında tarım, işsizlik, üretim, eğitim, iş gücü, nüfus, hizmetler, sosyal koruma gibi alt başlıklarda genelden özele istatistikler çıkartılarak gayri safi yurt içi hasıla hesaplanarak diğer ülkelerle karşılaştırılması yapılmaktadır. 2019 yılında kişi başına gayri safi yurt içi hasıla 51.834 TL olarak hesaplanmıştır. (TUİK,2019)

European Innovation Scoreboard (EIS) raporu yıllık olarak Avrupa Birliği ülkeleri, komşuları ve AB üye devletlerinin inovasyon performansını ölçmekte ve karşılaştırmalı raporlamaktadır. Bu sayede politikacılara bakış açısı sunmayı hedeflemektedir. Endeks Avrupa Birliği Komisyonu tarafından hazırlanmaktadır. 27 Avrupa ülkesi ortalaması gelişmiş ülkelerle karşılaştırılmaktadır. İnovasyon liderleri, güçlü yenilikçiler, orta düzey yenilikçiler ve mütevazı yenilikçiler şeklinde ülkeleri 4 kategoride gruplandırmaktadır. Gruplandırma yaparken inovasyon çalışmaları, ar-ge harcamaları, istihdam ve insan kaynağı yetiştirme gibi unsurlarda dahil toplamda 27 farklı parametreden oluşmaktadır.

- **İnovasyon Liderleri:** Danimarka, Finlandiya, Lüksemburg, Hollanda ve İsveç AB ortalamasının üzerinde,
- **Güçlü yenilikçiler:** Avusturya, Belçika, Estonya, Fransa, Almanya, İrlanda ve Portekiz'in inovasyon performansı AB ortalamasının üstünde veya yakınında,
- **Orta düzey yenilikçiler:** Hırvatistan, Kıbrıs, Çekya, Yunanistan, Macaristan, İtalya, Letonya, Litvanya, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya ve İspanya, AB ortalamasının altında;
- **Mütevazı yenilikçiler:** Bulgaristan ve Romanya'nın inovasyon performansı AB ortalamasının %50'sinin altında bir inovasyon performansı gösterdiği görülmektedir. (EU Commission, 2020)

2020 raporuna göre Güney Kore, Kanada, Avustralya ve Japonya gibi ülkeler Avrupa Birliği ortalamasının üzerinde inovasyon performansına sahip görünmektedir. (European Innovation Scoreboard, 2020)

Global Innovation Index (GII), Dünya Fikri Haklar Örgütü (WIPO), Cornell Üniversitesi ve INSEAD iş birliğinde her yıl düzenli olarak hazırlanmakta ve yayınlanmaktadır. 131 ülkenin değerlendirildiği 2020 yılı raporunda “*İnovasyonu kim finanse edecek?*” temasına vurgu yapılmıştır.



Tablo 1. Global İnovasyon Endeksi (2020)

Global Innovation Index 2020 rankings

Country/Economy	Score (0–100)	Rank	Income	Rank	Region	Rank	Median 30.94
Switzerland	66.08	1	HI	1	EUR	1	
Sweden	62.47	2	HI	2	EUR	2	
United States of America	60.56	3	HI	3	NAC	1	
United Kingdom	59.78	4	HI	4	EUR	3	
Netherlands	58.76	5	HI	5	EUR	4	
Denmark	57.53	6	HI	6	EUR	5	
Finland	57.02	7	HI	7	EUR	6	
Singapore	56.61	8	HI	8	SEAO	1	
Germany	56.55	9	HI	9	EUR	7	
Republic of Korea	56.11	10	HI	10	SEAO	2	
Hong Kong, China	54.24	11	HI	11	SEAO	3	
France	53.66	12	HI	12	EUR	8	
Israel	53.55	13	HI	13	NAWA	1	
China	53.28	14	UM	1	SEAO	4	
Ireland	53.05	15	HI	14	EUR	9	
Japan	52.70	16	HI	15	SEAO	5	
Canada	52.26	17	HI	16	NAC	2	
Luxembourg	50.84	18	HI	17	EUR	10	
Austria	50.13	19	HI	18	EUR	11	
Norway	49.29	20	HI	19	EUR	12	
Iceland	49.23	21	HI	20	EUR	13	
Belgium	49.13	22	HI	21	EUR	14	
Australia	48.35	23	HI	22	SEAO	6	
Czech Republic	48.34	24	HI	23	EUR	15	
Estonia	48.28	25	HI	24	EUR	16	
New Zealand	47.01	26	HI	25	SEAO	7	
Malta	46.39	27	HI	26	EUR	17	
Italy	45.74	28	HI	27	EUR	18	
Cyprus	45.67	29	HI	28	NAWA	2	
Spain	45.60	30	HI	29	EUR	19	
Portugal	43.51	31	HI	30	EUR	20	
Slovenia	42.91	32	HI	31	EUR	21	
Malaysia	42.42	33	UM	2	SEAO	8	
United Arab Emirates	41.79	34	HI	32	NAWA	3	
Hungary	41.53	35	HI	33	EUR	22	
Latvia	41.11	36	HI	34	EUR	23	
Bulgaria	39.98	37	UM	3	EUR	24	
Poland	39.95	38	HI	35	EUR	25	
Slovakia	39.70	39	HI	36	EUR	26	
Lithuania	39.18	40	HI	37	EUR	27	
Croatia	37.27	41	HI	38	EUR	28	
Viet Nam	37.12	42	LM	1	SEAO	9	
Greece	36.79	43	HI	39	EUR	29	
Thailand	36.68	44	UM	4	SEAO	10	
Ukraine	36.32	45	LM	2	EUR	30	
Romania	35.95	46	UM	5	EUR	31	
Russian Federation	35.63	47	UM	6	EUR	32	
India	35.59	48	LM	3	CSA	1	
Montenegro	35.39	49	UM	7	EUR	33	
Philippines	35.19	50	LM	4	SEAO	11	
Turkey	34.90	51	UM	8	NAWA	4	
Mauritius	34.35	52	UM	9	SSF	1	
Serbia	34.33	53	UM	10	EUR	34	
Chile	33.86	54	HI	40	LCN	1	
Mexico	33.60	55	UM	11	LCN	2	
Costa Rica	33.51	56	UM	12	LCN	3	
North Macedonia	33.43	57	UM	13	EUR	35	
Mongolia	33.41	58	LM	5	SEAO	12	
Republic of Moldova	32.98	59	LM	6	EUR	36	
South Africa	32.67	60	UM	14	SSF	2	
Armenia	32.64	61	UM	15	NAWA	5	
Brazil	31.94	62	UM	16	LCN	4	
Georgia	31.78	63	UM	17	NAWA	6	
Belarus	31.27	64	UM	18	EUR	37	
Tunisia	31.21	65	LM	7	NAWA	7	
Saudi Arabia	30.94	66	HI	41	NAWA	8	

Tablo 1 Devamı:

Country/Economy	Score (0–100)	Rank	Income	Rank	Region	Rank	Median 30.94
Iran (Islamic Republic of)	30.89	67	UM	19	CSA	2	
Colombia	30.84	68	UM	20	LCN	5	
Uruguay	30.84	69	HI	42	LCN	6	
Qatar	30.81	70	HI	43	NAWA	9	
Brunei Darussalam	29.82	71	HI	44	SEAO	13	
Jamaica	29.10	72	UM	21	LCN	7	
Panama	29.04	73	HI	45	LCN	8	
Bosnia and Herzegovina	28.99	74	UM	22	EUR	38	
Morocco	28.97	75	LM	8	NAWA	10	
Peru	28.79	76	UM	23	LCN	9	
Kazakhstan	28.56	77	UM	24	CSA	3	
Kuwait	28.40	78	HI	46	NAWA	11	
Bahrain	28.37	79	HI	47	NAWA	12	
Argentina	28.33	80	UM	25	LCN	10	
Jordan	27.79	81	UM	26	NAWA	13	
Azerbaijan	27.23	82	UM	27	NAWA	14	
Albania	27.12	83	UM	28	EUR	39	
Oman	26.50	84	HI	48	NAWA	15	
Indonesia	26.49	85	LM	9	SEAO	14	
Kenya	26.13	86	LM	10	SSF	3	
Lebanon	26.02	87	UM	29	NAWA	16	
United Republic of Tanzania	25.57	88	LI	1	SSF	4	
Botswana	25.43	89	UM	30	SSF	5	
Dominican Republic	25.10	90	UM	31	LCN	11	
Rwanda	25.06	91	LI	2	SSF	6	
El Salvador	24.85	92	LM	11	LCN	12	
Uzbekistan	24.54	93	LM	12	CSA	4	
Kyrgyzstan	24.51	94	LM	13	CSA	5	
Nepal	24.35	95	LI	3	CSA	6	
Egypt	24.23	96	LM	14	NAWA	17	
Paraguay	24.14	97	UM	32	LCN	13	
Trinidad and Tobago	24.14	98	HI	49	LCN	14	
Ecuador	24.11	99	UM	33	LCN	15	
Cabo Verde	23.86	100	LM	15	SSF	7	
Sri Lanka	23.78	101	UM	34	CSA	7	
Senegal	23.75	102	LM	16	SSF	8	
Honduras	22.95	103	LM	17	LCN	16	
Namibia	22.51	104	UM	35	SSF	9	
Bolivia (Plurinational State of)	22.41	105	LM	18	LCN	17	
Guatemala	22.35	106	UM	36	LCN	18	
Pakistan	22.31	107	LM	19	CSA	8	
Ghana	22.28	108	LM	20	SSF	10	
Tajikistan	22.23	109	LI	4	CSA	9	
Cambodia	21.46	110	LM	21	SEAO	15	
Malawi	21.44	111	LI	5	SSF	11	
Côte d'Ivoire	21.24	112	LM	22	SSF	12	
Lao People's Democratic Republic	20.65	113	LM	23	SEAO	16	
Uganda	20.54	114	LI	6	SSF	13	
Madagascar	20.40	115	LI	7	SSF	14	
Bangladesh	20.39	116	LM	24	CSA	10	
Nigeria	20.13	117	LM	25	SSF	15	
Burkina Faso	20.00	118	LI	8	SSF	16	
Cameroon	19.98	119	LM	26	SSF	17	
Zimbabwe	19.97	120	LM	27	SSF	18	
Algeria	19.48	121	UM	37	NAWA	18	
Zambia	19.39	122	LM	28	SSF	19	
Mali	19.15	123	LI	9	SSF	20	
Mozambique	18.70	124	LI	10	SSF	21	
Togo	18.54	125	LI	11	SSF	22	
Benin	18.13	126	LI	12	SSF	23	
Ethiopia	18.06	127	LI	13	SSF	24	
Niger	17.82	128	LI	14	SSF	25	
Myanmar	17.74	129	LM	29	SEAO	17	
Guinea	17.32	130	LI	15	SSF	26	
Yemen	13.56	131	LI	16	NAWA	19	

Kaynak: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2020-report>

Küresel krizlerle baş etmede inovasyonun etkisinin büyük olduğu, pandemi sürecinde bunun daha net anlaşıldığı vurgulanmıştır. İlk sırada İsviçre, ikinci sırada İsveç ve üçüncü sırada Amerika Birleşik Devletleri'nin yer aldığı raporda Güney Kore bu yıl ilk 10 ülke arasında ilk kez yerini almıştır. İngiltere dördüncü sırada, Singapur 8. sırada ve Endüstri 4.0 kavramının açıklandığı ülke olan Almanya 9. Sırada yer almıştır.

Türkiye ise 133 ülke arasında 51. sırada yer almıştır. Geçen yıllarla karşılaştırıldığında Türkiye'nin 2018 yılında 50, 2019 yılında ise 49. sırada yer aldığı görülmektedir. 2020 yılında geçen yıla göre iki basamak gerilediği görülmektedir. Üniversitelerin ve teknoparkların inovatif araştırma, ürün ve hizmet üretmede yavaş kaldığı görülmektedir. Orta gelir grubundaki ülkeler karşılaştırmasında inovasyon kalitesinde 66 ülkeden 41. sırada yer aldığı görülmektedir. Ar-ge harcamalarına daha çok bütçe harcanması gerektiği belirtilmektedir.

Ar-ge harcamalarının sektörlere göre dağılımının yer aldığı raporda ilk sırada donanım ve elektronik ekipmanlar (23.5%) yer alıyor. Bunu ilaç ve biyoteknoloji (18.8%), otomotiv (15.6%) ve yazılım ve hizmetler sektörünün (14.4%) en çok yatırım alan sektörler olarak takip ettiği görülmektedir.

Gelişmişlik düzeyi ile inovasyon düzeyi arasındaki korelasyona bakıldığında, inovatif açıdan en düşük performans gösteren ülkelerin sırası ile Rusya, Türkiye, Şili, Suudi Arabistan ve Arjantin olduğu yayımlanan 2020 yılı raporundan çıkarılmaktadır. (Global Innovation Index, 2020)

1.1.2. Sosyal İnovasyon Kavramı

1.1.2.1. Sosyal İnovasyon Tanımları ve İçeriği

Sanayi devrimi sonrası makineleşmenin ve teknolojik ekipmanların artması ile yeni fikirler, icatlar ortaya çıkmıştır. Bugün kullandığımız anlamda inovasyonu ilk kullanan Schumpeter 1912 yılında teknolojik inovasyon kavramına değinmiş ve teknolojik inovasyonun etkili olabilmesi için toplumsal yapıları değiştirebilmesi gerektiğini ifade etmiştir. (Schumpeter, 1947: 151) Schumpeter' in ekonomik kalkınma teorisindeki inovasyon tanımı, inovasyon araştırmasının başlangıç noktasıdır. (Howaldt ve ark., 2014)

İnovasyon kavramı üzerinde çalışan ve inovasyonun sosyal bir süreç olduğunu ifade eden Rogers, sosyal yapılanmanın başarılı bir sonucu olarak inovasyonun ortaya çıkacağı fikrini ortaya koymuş ve inovasyonun yayılmasındaki 4 ana elementin; yeni bir inovasyon, belli kanallar aracılığıyla yapılan iletişim, üzerinde harcanan mesai ve bir sosyal sistemin üyelerinden oluştuğunu belirtmiştir (Rogers, 1995: 35)

Peter Drucker da (2002) inovasyonun teknikten çok sosyal ve ekonomik bir kavram olduğunu ve inovasyonun bilgi, zekâ ve her şeyden önce odaklanmayı gerektirdiğini, girişimcilerin farklı bir iş ya da hizmeti ortaya çıkarmak için inovasyona ihtiyacı olduğunu ve inovasyonun bir disiplin ve uygulama yeteneği olduğunu söyler.

İnovasyon çeşitlerinin birbirlerinden etkilendiği, teknolojik inovasyonların ortaya çıkması için sosyal inovasyonun gerekli olduğu, teknolojik inovasyonların da sosyal olguların çözümü amaçlı yapılan yeniliklerin yayılmasını hızlandırdığını düşünen Mumford (2002)

ve Mulgan (2006) teknolojik inovasyon ile sosyal inovasyon arasındaki bağı dolaylı olduğunu belirtmiştir. Bu bağ teknolojik ve sosyal inovasyonun birbirlerini etkilediğini göstermektedir. Teknolojik inovasyon ticari başarıyı odaklarken, sosyal inovasyonun odağında sosyal refah ve sosyal problemleri yenilikçi yöntemlerle çözme fikri bulunmaktadır. Teknolojik inovasyonlar sosyal inovasyonu beslerken sosyal inovasyonlar da teknolojik inovasyonlar ortaya çıkartabileceği belirtilmiştir. (Mulgan, 2006:148)

Sosyal inovasyon kavramı sosyal değişime yol açan anormallikler ve sosyal buluşlar üzerine düşünen Max Weber'e kadar dayandırılabilir. (Helmut ve ark. 2019:14) 1980'li yıllarda şirketlerin kârlılığına ek olarak duyarlılığın artması ile topluma faydalı işler yapma fikri ve kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yer almaya başlamıştır. Bu bağlamda sosyal inovasyon önem kazanmış ve tanımlar ortaya konmuştur. (Zapf, 1989:174)

- İlk kapsamlı sosyal inovasyon tanımı 2000'li yılların hemen başında “The International Forum on Innovation” (Uluslararası Yenilik Forumu) tarafından “Bireylerin ve grupların yaşam kalitesini yükseltecek yeni hizmetlerin sunulması, iş gücü piyasasında yeni entegrasyon süreçlerinin tanımlanması, iş hayatında bireyleri güçlendirecek yeni işler ve yeni katılımlardır” şeklinde yapılmıştır.
- Mulgan'a (2006: 146) için sosyal inovasyon, sosyal ihtiyaçları gidermeyi gaye edinen, birincil hedefi toplumsal fayda sağlamak olan yenilikçi faaliyetlerdir. İş inovasyonlarının birincil amacı kârı artırma iken sosyal inovasyonda birincil amaç toplumsal faydadır.
- Giddens'in *Yapılaşma Teorisi* 'nden yola çıkan Heiskala (2007:59) sosyal inovasyonu “toplumun sosyal ve ekonomik performansını geliştiren, ortak güç kaynaklarını zenginleştiren o toplumun normatif, düzenleyici ve kültürel yapısındaki değişiklikler” olarak tanımlar.
- NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts) (2010: 5) için sosyal inovasyon hem araçlardaki hem de sonuçlardaki sosyal nitelikli; toplum için iyi olan, toplumun eyleme geçme kapasitesini yükselten inovasyondur. Sosyal gereksinimleri karşılarken yeni sosyal ilişkiler ve birliktelikler geliştiren yeni fikirler, ürünler, hizmetler veya modellerdir.
- Hubert (2011: 9) de sosyal inovasyonu; sosyal ihtiyaçları karşılayan, yeni sosyal ilişkiler ve iş birlikleri kuran yeni ürün, hizmet veya süreç olarak tanımlanmaktadır. O'na göre toplumun dinamizmini ve hareket kabiliyetini artırır. Bir sosyal sorunu çözmeyi amaçlar ve dezavantajlı birey ve grupları güçlendirir.
- Ionescu (2015: 60) sosyal inovasyona farklı bir bakış açısı getirmiştir. “Sosyal inovasyon; simetrilerin bir sistem olarak yapılandırılmasında, öğrenmenin sosyal eylemleri duyarlılaştırması, mevcut durumun iyileştirilmesi ve büyük gruplar için yaşam kalitesinin artırılması anlamında toplumsal bir değişime yol açan ve normların

ve/veya mevcut sosyal modellerin reddini etkileyen ve yeni bir tane benimseyen bir süreçtir.”

- Sosyal inovasyon, eşitlik, adalet ve güçlendirme için amacı ve etkisi olan sosyal zorluklara yeni çözümlerdir. (Anderson ve ark., 2014: 28)

Bu tanım, bir faaliyetin sosyal bir yenilik olarak nitelendirilmesi için dört kriteri karşılaması gerektiğini göstermektedir:

- a. Yeni olmalıdır,
- b. Sosyal soruna meydan okumalıdır,
- c. Asıl gaye eşitlik, adalet ve güçlendirme ortaya çıkartmak olmalıdır,
- d. Nihai sonuç veya etki eşitlik, adalet ve güçlendirme olmalıdır.

Görüleceği üzere tanımlar öncelikle “yeni” kavramı; sonrasında bu yeni fikir, ürün, hizmet ve sürecin sosyal, bireylere veya topluma faydalı olması durmaktadır. Bu anlamda sosyal bir sorunun çözümüne etki ettiği için “biçimlendirme” kavramı önemli görünmektedir ki sosyal inovasyon yeni ve biçimlendirme ile ilişkin olarak aynı zamanda birey ve grupların ilişkilerini “güçlendirme” fonksiyonuna da sahiptir. Zira sosyal sorunları ele alan ve insanın refahını mikro ve makro düzeyde artıran yeni ürün, hizmet veya süreçleri içeren (Pol ve Ville, 2009: 876) sosyal inovasyonun, bulunan mikro birçok örneği yanında makro manada sosyal refahı artırma potansiyeli bulunmaktadır. (Edwards ve Schachter, 2012: 682). Oslo Kılavuzu’ndaki (2018: 252) güncel tanımda da bu sosyal refaha atıf yapılmakta; bireylerin ve toplumların refah düzeyini artırmayı amaçlayan yeniliklere sosyal inovasyon denmektedir.

Yukarıdaki tanımlar göstermektedir ki, sosyal inovasyon makro manada hükümetler veya devletlerarası birliktelik ile yapılabilirken, mikro manada da şirketler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, üniversiteler, ar-ge merkezleri ve bireyler tarafından da yapılabilir. İlaveten sosyal inovasyon bireysel motivasyonlar ile başlayabilir ancak sürdürülebilir bir inovasyon olabilmesi için takım çalışması ister. Diğer disiplinlerle iş birliği yapılmadığı durumda zaten belirli bir maliyet ve efor isteyen inovasyonun sürdürülebilir olması pek de mümkün görünmemektedir. O nedenle Pol ve Ville’in (2009: 878) de belirttiği gibi sosyal inovasyon, “kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları desteği alırsa başarıyı daha kolay yakalayacak” ve sürdürülebilirlik kazanacaktır. Böylelikle hem finansman desteği alabilmiş hem yetişmiş insan gücüne erişebilmiş olacaktır. Hükümetlerin yönlendirici, düzenleyici ve destekleyici politikalar üretmesinin ve sosyal inovasyon yapanları güçlendirici yaklaşımlarının önemi ortaya çıkmaktadır. Nitekim Grimm vd. (2013) çalışmalarında hükümetlerin hukuki alt yapı sağlayıcı ve finansal destekleyici rolü üstlenmesi gerektiğini, makro ölçekte bir bakış açısının olmasının önemini anlatmıştır.

Tanımlar öncelikle dile getirilen “yeni” kavramı, aşağıdaki tabloda yer verilen sosyal inovasyon tipolojisinde kendini gösterir: “Yeni ürünler”, “yeni hizmetler”, “yeni süreçler”, “yeni pazarlar”, “yeni platformlar”, “yeni organizasyonel oluşumlar” ve “yeni iş modelleri” olarak.

Tablo 2. Sosyal İnovasyon Tipolojisi

Sosyal İnovasyon Çeşitleri	Örnekler
1 Yeni Ürünler	Engelliler için geliştirilmiş yardımcı teknolojiler; Sesli Kütüphane, Lazerli ve Konuşan Akıllı Baston, Braille Alfabeti Okuyucuları vb.
2 Yeni Hizmetler	Mobil Bankacılık (Mpesa, Kenya)
3 Yeni Süreçler	İş geliştirenler arası iş birliği ve kitlesel fonlama
4 Yeni Pazarlar	Fuarlar ve Zaman Bankacılığı (Para yerine iş gücü ile hizmet değişimi)
5 Yeni Platformlar	Sosyal problemlere çözüm amaçlı yeni yasal ve düzenleyici alt yapı ve platformlar
6 Yeni Organizasyonel Oluşumlar	İlgi odağı temelli şirketler
7 Yeni İş Modelleri	Sosyal bayilik (franchising) ve sosyal problemler için tam zamanında üretim (just in time) Örn. Aravind Eye Care System in India

Kaynak: The Young Foundation (2012: 25)

Bu kavramsal içerik ve tipoloji sosyal inovasyon ile ilişkili iki kavramı, aralarındaki farklar ile birlikte ortaya koymak- konuyu anlaşılır kılacaktır. Bu bağlamda sosyal girişimcilik mikro düzeyde ve bireysel iken sosyal girişim mezzo düzeyde ve örgütseldir. Sosyal girişimlerde bireylerin birlikte çalışmaları esastır ki sosyal girişimcinin bireysel faaliyetleri burada başat rol oynar ve sosyal girişimci, sosyal inovasyonu uygulayan kişidir. Sosyal inovasyonda ise birbiri ile çalışan, bir araya gelmiş grupların makro düzeyde etki gösterdiğini görürüz. İnovasyon sürecinde grupların birlikte çalışması, iş birliği önem kazanır. Bu haliyle sosyal inovasyon, sosyal girişim ve sosyal girişimciliği kapsar, etki düzeyi çok geniştir (Westley ve Antadze, 2010: 4).

Teknolojik inovasyonlar sosyal inovasyonlara göre oldukça eskidir. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan teknolojik inovasyonlar, sosyal inovasyonlardan ayrılmaktadırlar. Teknolojik inovasyonlar ekonomik üretkenlik ve ticari performans odaklı iken, sosyal inovasyonlar toplumsal fayda temellidir. Sosyal sorunların farklı yöntemlerle çözümüne odaklanılır. (Krlev, 2018: 19)

Teknolojik inovasyon ile sosyal inovasyon arasındaki fark, teknolojik inovasyonlar teknolojik araçların kullanımıyla ilişkilendirilir, sosyal inovasyonlar ise sosyal uygulamadaki değişikliklerle oluşmaktadır (Howaldt ve diğerleri, 2015).

Sosyal soruna çözüm aranması ve sosyal faydanın sağlanması inovasyonun asli hedefidir. Başka deyişle sosyal inovasyonda sosyal fayda ortaya koyma işi ana faaliyet konusu ile ilişkilidir. İnovasyon süreci sosyal değer üretmek için vardır. Ve kazanımların inovasyon sürecinin belki de çok daha sonrasında gelmesi beklenir. Dörtlü sarmalda (Boelman vd., 2014) bulunan paydaşların (*kamu/hükümet, özel sektör/sanayi, üçüncü sektör kuruluşları ve üniversiteler/AR-GE Merkezleri*) çoklu katılımı ile tüm paydaşların birbirine olan katkısı ve iş birliği inovasyonda önemlidir ki toplumsal değişim de inovasyonla birlikte toplumun ihtiyaçlarının karşılanması sonucunda olur. Bu çerçevede inovasyonun birçok paydaş ile etkileşimi sonucu ortaya çıktığı gerçeğini temel alan yaklaşım olan inovasyonda sistem yaklaşımı, ulusal inovasyon sistemi ve ofisinin var olması gerektiğini ve katalizör olarak bu ofisin devletin inovasyonlarını yönetmesi gerektiğini ileri sürer. Hükümet, üniversiteler, araştırma şirketleri, teknoparklar (inkübatörler), şirketler, melek yatırımcılar ve girişimcilerden oluşan inovasyon sisteminin devletin yönetiminde olması gerektiğini anlatır (Elçi, 2007: 177). Sosyal inovasyonu tanımlamada *sistemik yaklaşım* önerisinde bulunan Ionescu (2015: 56) karşılaştığımız sosyal problemlere ve olgulara çözüm için yeni

yaklaşımlar geliştirme konusunda alınacak yol olduğunu belirtmektedir. Einstein'ın "Kendi oluşturduğumuz girift problemleri, bu problemleri oluşturan yaklaşımlarla çözemeyiz" ifadesinin sosyal inovatif düşünce ve hareketlerle çözülebilmesi üzerine tartışmalar devam etmekte; sosyal inovasyonun toplumun problemlerine kalıcı çözümler sunma beklentisini karşılamak üzere katkıları konuşulmaktadır. İnsanların daha çok anlayışlı olmaya, daha çok birlikte çözümler üretmeye, daha yenilikçi çözümler bulmaya ihtiyaç duyduğu günümüzde sosyal inovasyona olan ihtiyaç daha da artmaktadır. Sosyal inovasyon, yerel veya yoksul grupların sorunlarını çözebilmek amaçlı bir emniyet valfi olarak görülmektedir.

Sosyal Değişim (*Social Change*), sosyal ilişkilerin yerleşik örüntülerindeki bir değişiklikten veya toplumsal değerlerdeki değişiklikten veya toplumda işleyen yapı ve alt sistemlerdeki değişiklikten bahseden sosyolojik bir kavram olduğu belirtilmiştir. (Ougburn, 1922 ve Moore, 1960) Moore (1960) ayrıca sosyal inovasyonların modern toplumları şekillendiren, onları sosyal değişimlere uğratan dinamikler olduğunu, geleneksel fonksiyonel yaklaşımı eleştirerek, sosyal değişimin daha çok dikkate değer bir kavram olduğunu ifade etmektedir. Küçük bir grubun değişiminden çok sosyal sistemlerin değişimine vurgu yapılmaktadır. (Ginsberg'den akt. Kiray, 2000:44)

Moore, modernleşme ile sosyal değişimin hızlandığını, sosyal değişim için aktif katılım sağlanması gerektiğini ve modern toplumların daha fazla kendi yaptıklarında sorumlu olacağını belirtmiştir. (Beck ve diğerleri, 1994) Sosyal değişimlerle oluşan sosyal problemlerin çözümü için sosyal inovasyonlara daha çok ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir. Sosyal inovasyonların bir sosyal değişim biçimi oldukları fikri Taylor ile (1970:71) sosyal psikolojide yer almaya başlamıştır.

Howaldt ve ark., (2015) çalışmasında sosyal inovasyonların yayılması konusu (*difüzyonu*), sosyolojik bir bakış açısıyla dikkat çekmektedir, çünkü sosyal değişimin büyük ve dönüştürücü süreçleri için bakış açıları sunduğunu belirtmişlerdir.

Sosyal Etki teorisi Latane (1981:345) tarafından ortaya atılmıştır. Üç farklı değişkenin fonksiyonu belirlediğini ifade eder. Değişkenlerden birisinin değişiminin sosyal etkiyi de değiştireceğini, bir tanesinin sıfır olmasının, tüm etkiyi yok edeceğini belirtmektedir. Bu değişkenler; 1) güç (*strength*), 2) yakınlık (*immediacy*) ve 3) sosyal kuvvetler (*social forces*)

Sosyal değişim aracı olarak sosyal inovasyonların toplum üzerinde olumlu yönde *sosyal etki* bırakması beklenmektedir. Büyük çaplı sosyal değişimlerin etkilerinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi amaçlı çalışmalar yapılmaktadır. (Krlev, 2018)

Ortaya çıktığı üzere, sosyal inovasyonların ilk amacı topluma faydalı bir yenilik olmasıdır, çünkü kâr amacından önce sosyal fayda amaçlanmaktadır. Ancak sürdürülebilir bir sosyal inovasyon için de iyi düşünülmüş bir kâr modelinin olması gerekmektedir. Aksi durumda inovasyonlar ve girişimler uzun soluklu olamamaktadır. İnovasyonlar kimi durumda kendi gelir modellerini kendileri kurabilmekte kimi durumlarda da devlet desteği alabilmektedirler. Ama sosyal fayda hedefinin her zaman ticari hedef ve kaygılardan önce gelmesi inovasyon olması için bir zorunluluktur.

Teknolojik gelişmeler ve yenilikler sosyal inovasyona katkı verirler. Bu katkı dezavantajlı birey veya grupları ne ölçüde topluma kaynaştırdığı ile ölçülebilir. Zira sosyal inovasyon

empati yapabilen, pozitif sosyal değişimleri düşünene ve bu ölçüde aksiyon alan kişileri barındırır ki bu kişilere “sosyal inovatör” denebilir. Sosyal inovatörlerin ruhsal, bedensel ve zihinsel açıdan güçlü liderler olarak bu kişilerin inovasyon ekosistemi içerisinde iş birliği (collaborative) içinde olmaları gerekir. Bu kişiler;

- Bedensel açıdan güçlü olmak için düzenli beslenmeye özen göstererek, egzersizler ile sağlığını korur.
- Zihinsel açıdan güçlü olmak için başkalarının ve kendisinin önceki deneyimlerinden öğrenilmiş dersler çıkarır, hayat boyu öğrenme, kritik ve stratejik düşünme gibi araçlarla zihnini canlı tutar.
- Ruhsal açıdan güçlü olmak için güçlü bir kişiliğe, kişisel tatmine, empati kurmaya, hayal ederek olayların bağlantılarını kurmaya özen gösterir ve en önemlisi değerleri vardır.

Bu 3 açıdan güçlü olmanın kazandırdıklarını da 3 noktada toplayabiliriz.

- Bedensel ve zihinsel açıdan güçlü olmak hem kendine hem çevresine güven sağlar.
- Bedensel ve ruhsal açıdan güçlü olmak; dikkatini toplama ve dikkatli olmada katkı sağlar.
- Zihinsel ve ruhsal açıdan güçlü olmak; güçlü duygusal zekânın (EQ) belirtisidir.

Tüm bu özelliklerin ve kazanımların bileşkesi sosyal inovatörü oluşturur. Sosyal inovatörün bileşenlerinin çıkarıldığı şekil, aşağıda sunulmuştur.

Şekil 3. Sosyal İnovatörün Bileşenleri



Kaynak: Social Innovation Hub (2019)

Schumpeter' in (1947) sosyal girişimcilik teorisinde bahsettiği sosyal girişimcilik kavramı sosyal inovasyon yerine kullanılabilir. Ancak bu kavramlar farklı kavramlardır. Her sosyal girişimci sosyal inovasyon yapamayacağı gibi her sosyal inovasyon yapan da sosyal girişimci olmayabilir. Sosyal girişimciler, Dees (1998)'in nitelendirdiği haliyle sosyal değişim ajanı olarak görülmektedirler. Sosyal girişimcinin rolü birlikte sosyal fayda için çalıştığı kişilerin ve tüzel kişiliğin faaliyetlerini kontrol etmektir. (Hughes 1936:183) Sosyal girişimcilik, yeni bakış açıları ile yeni girişimler ortaya çıkartılması ya da mevcut organizasyonların farklı bir şekilde yönetilerek sosyal refahı artırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Zahra ve diğerleri, 2009).

Sosyal girişimciler bireysel kazancın ötesinde toplumsal faydaya odaklanılır. Ticari işletmelerde kâr odaklılık varken, sosyal girişimlerde topluma faydalı olmak ön plandadır. Sosyal girişimlerde sürdürülebilir olmak için tabi ki bir gelir modelinin olması ve kâr düşüncesinin olması normaldir. Ancak çıkış noktasının ve asıl hedefin kâr maksimizasyonu olmaması gerektiği ifade edilmektedir. (Phillips ve diğerleri, 2015)

Mali sürdürülebilirlik her ikisi için de önemlidir. Sosyal inovasyon yenilikçi fikirlerle ilgili iken sosyal girişim bir iş modeli ile ilgilidir. Kâr amacı gütmeyen işletmeler sosyal girişimlerdir. Sosyal girişimcilik bir zihniyet ve bakış açısı sunabilir. Sosyal girişimler sosyal inovasyonları araç olarak kullanabilirler. Sosyal girişimci ile sosyal inovatör arasında ortak noktalardan birisi, her ikisinin de asıl hedefinin toplumsal fayda olmasıdır.

Sosyal inovatör mevcut problemlere, sosyal olgulara yenilikçi ürün, hizmet ve süreçlerle odaklanırken, sosyal girişimci mevcut süreçlerin işletilmesine odaklanabilmektedir.

1.1.2.2. Sosyal İnovasyon Düzey ve Boyutları

Sosyal inovasyon düzeyleri artırım, kurumsal ve yıkıcı düzeyler adlandırılmasıyla ve tanım, odak ve örnekler çerçevesinde tasnif edilmektedir.

Tablo 3. Sosyal İnovasyon Düzeyleri

Düzey	Tanım	Odak	Örnekler
Artırım	Piyasadaki hataları daha etkili bir şekilde ele almak için yapılır.	Ürünler	Kickstart.org (Afrika'daki yoksulluğa çözüm amaçlı sulama için düşük maliyetli, manuel sulama pompası)
Kurumsal	Mevcuttaki piyasa yapılarını yeniden yapılandırmak için yapılır.	Pazarlar	M-Pesa (Kenya'da yapılan Mobil Bankacılık Uygulaması)
Yıkıcı	Sosyal sistemleri ve yapıları değiştirecek şekilde bilişsel referans çerçevelerini değiştirmek için yapılır.	Politikalar	Tostan (İnsan Hakları Kuruluşu)

Kaynak: Nicholes ve Murdock (2012)

Sosyal inovasyon tüm sektörlerde gerçekleşir ancak rolleri birbirlerinden farklı olabilir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar sosyal fayda sağlamakta daha esnek iken kamu aynı esnekliği sağlayamayabilir. Kamu daha bütüncül sosyal fayda sağlayabilirken özel kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları daha mikro anlamda sosyal fayda sağlayabilirler. Buna rağmen daha çok sosyal faaliyetler üçüncü sektör kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Bu kurumlar kamunun ve özel sektörün dolduramadığı alanları doldururlar. Kamu, daha genel ve makro hizmetlere odaklanırken, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar mikro manada özel alanlara daha kolay odaklanabilmektedirler. Özel sektör sosyal inovasyonla ilgilenmek istese de birçok kurumla iş birliği yapması gerekeceği için diğer sektörlerden daha çok zorlanabilirler. Bu her sektörün güçlü ve zayıf olduğu alanlar bulunduğunu göstermektedir. Kamu sektörü çeviklik noktasında zayıf iken alt yapı sağlama ve ilgili paydaşları bir araya getirme noktasında üstünlüğü bulunmaktadır. Özel sektör de kendisinde birçok sosyal inovatif fikirler olmasına rağmen sermaye yetersizliği, insan kaynağına ulaşım ve diğer birey ve organizasyonlarla örgütlenme konusunda zayıf kalmaktadır.

Sosyal inovasyonun bireysel, organizasyonel, ağ/hareket ve sistem kurma boyutları bulunmaktadır. Sosyal etki bakımından organizasyonel etkisi bulunduğu bu durum sosyal inovasyonun organizasyonel boyutunu; sosyal etki oluşturmak adına bir topluluk ve ağ oluşturulduğunda ağ/hareket boyutunu oluşturmaktadır. Global anlamda etkisi olan ve bir sistem inşa eden boyutuna sistem boyutu denmektedir. Muhammed Yunus'un Mikrofinans örneği tamamen yeni bir sistem olduğu için sistem boyutu ile ele alınmaktadır.

Tablo 4. Sosyal İnovasyonun Boyutları

Boyut	Sosyal Süreç	Sosyal Çıktı
Bireysel	Birlikte Üretim (Southwark Circle)	Düşük Maliyetli Sağlık Çözümleri (Aravind Göz Hastanesi)
Organizasyonel	Wiki Production (Wikipedia)	Açık İşe Alım (Open-Hiring) Modeli (Greyston)
Ağ/Hareket	Açık Kaynak Teknolojisi (Linux)	Yoksulluğun azaltılması amaçlı kadınları geleneksel olmayan yöntemlerle eğitmek (Barefoot College)
Sistem	Mikrofinans (Grameen Bank)	M-Pesa Mobil Bankacılık

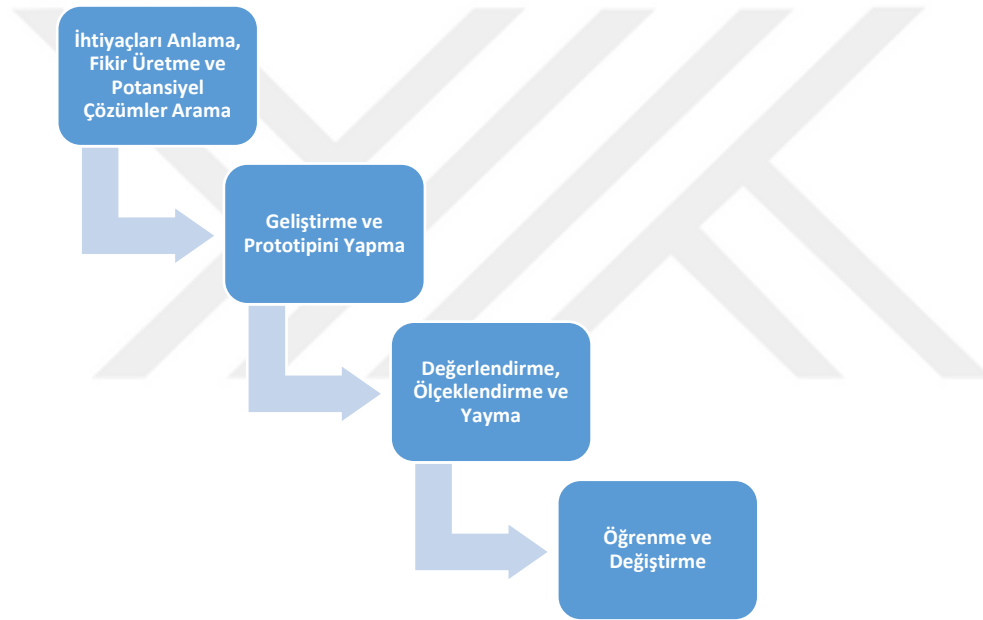
Kaynak: Nicholes ve Murdock (2012)

1.1.2.3. Sosyal İnovasyon Süreçleri

Sanayileşmenin ve makineleşmenin artması ile toplumda sosyal ve ekonomik anlamda birçok değişiklikler olmuştur. Günümüz dijital çağında mobil cihaz kullanımının artması, mekanikleşme, robotların insanların yaptığı operasyonel işleri devir alması, otonom araçlar, belli kalıplar içerisinde hareket etme gibi olguların sonuçları, sosyal problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu sosyal problemlere bütüncül ve sürdürülebilir bir çözüm üretme de sosyal inovasyondan geçiyor.

Sosyal inovasyon ile inovasyon sürecinin birbirine benzediği söylenebilir. Önce gereksinimler belirlenmekte, bunları karşılayacak alternatifler değerlendirildikten sonra arasından en uygunu seçilip bir prototip hazırlanmaktadır. Geliştirilen örnek modelin uygulanması ve uygulama sonrası gözlem ve değerlendirmesi olarak kısaca inovasyon sürecinden bahsedebiliriz. Sosyal inovasyon süreci 4 aşamadan oluşmaktadır;

Şekil 4. Sosyal İnovasyon Süreçleri



Kaynak: Mulgan, G. (2006)

Sosyal inovasyonun başlangıç noktasını bir sosyal olguyu algılama ve bu olgu için değer üretme fikri oluşturur. Önce ihtiyaçlara yönelik fikir geliştirme aşaması bulunmaktadır. İnovasyonu uygulayan kişilere inovatör veya girişimci denir. Bu kişiler toplumu gözlemleme, insanların ihtiyaçlarını algılama ve onları dinleme konularında maharetlidirler. Empati yetenekleri oldukça gelişmiştir. Başkalarını mutlu ettiklerinde daha mutlu olan, kendi iç motivasyonları bulunan kişilerdir. Genellikle kendileri de sosyal problemin mağduru ve diğerlerinin aynı mağduriyeti yaşamaması için çalışırlar. Aynı şekilde empati yeteneği gelişmiş, sahaya, problemlere ve danışana hâkim bir sosyal hizmet uzmanı veya bir sosyal hizmet kurumu kolayca sosyal inovatif bir fikir ortaya çıkartabilir. Ayrıca yapılan bilimsel ve sosyal araştırmalardan, anketlerden ve toplum yararına çalışan kuruluşların raporlarından da bir inovasyon fikri ortaya çıkabilir. (Erbil, 2015: 59)

Geliştirilen birçok fikirden hangisinin daha uygun olacağına karar verilip tasarımının ortaya konması ve pilot uygulaması ile test edilmesi süreci inovasyon sürecinin *ikinci adımı*nı oluşturur. Burada sosyal fayda sağlayıp sağlamadığı, amaçlanan faydanın ortaya çıkıp çıkmadığı kontrol edilir. Sosyal inovasyon geliştirme süreci uzun bir süreç olabilir. Başlangıcında derin araştırma yapılması, iyi projelendirilmesi ve uzman görüşlerinin toplanması gerekmektedir.

Üçüncü aşama test edilen çıktının kullanıma açılması sürecidir. Kullanıcılar bilgilendirilir ve daha fazla kullanıcıya ulaşmak için iletişim bu süreçte çok önemlidir. Tasarımın açıldığı yerel çevre ve kamunun birlikte temas etmesi gerekmektedir. (Mulgan, 2006: 153) Girişimci, yatırımcıların ve halkın nabzını iyi okumak durumundadır. İnternet ve sosyal medya ile inovasyon hızlıca yayılabilir. Geliştirilen ürün/hizmet veya süreç belli bir grupta test edilebilir ve difüzyonu (kitlelere yayılma) konusunda planlama yapılabilir.

İnovasyonun yayılması adımı pazarlama çalışmaları, marka çalışması, ödül, belge gibi teşviklerin önemi çok büyüktür. Bunun yanında kitle fonlama, kitle kaynak kullanımı ve scale-up tarzı girişimi büyüten fonlama ekosistemlerinden destek alınabilmektedir. Kullanıcılar ve yatırımcılar ürüne ikna olmalı ve kullanmayı istemelidir ki inovasyon gerçekleşebilsin. (Mulgan'dan aktaran Erbil, 2015: 63)

Kullanıcılara açtıktan sonraki süreç *-dördüncü aşama-* ise deneyimlerin izlenmesi ve öğrenilmiş dersler çıkarma sürecidir. Kullanıcıların geri bildirimleri alınır, toplanır ve raporlanır. Bu geribildirimler sonucunda değerlendirmeler yapılır ve ne gibi değişiklikler yapılabileceği belirlenir. Yeni ihtiyaçlar da ortaya çıkabilir, bu ihtiyaçların giderilmesi sağlanacaktır. Burada tasarım fazında birlikte çalışılan paydaşlarla tekrar bir araya gelinip geribildirimler üzerine konuşulur.

Sosyal inovasyonun ölçülmesi ile ilgili The Economist Intelligence Unit ve The Nippon Foundation'ın birlikte oluşturduğu Sosyal İnovasyon Endeksi yayınlanmıştır. Politika ve Kurumsal Çerçeve (44.44%), Finansman (22.22%), Sosyal Girişimcilik (15%) ve Sivil Toplum (18.33%) parametreleri ağırlıklarında ölçümler yapılmıştır. 79,4 puan ile Amerika Birleşik Devletleri birinci sırada yer alırken, ikinci sırada İngiltere ve üçüncü sırada Kanada yer almaktadır. Global İnovasyon Endeksinde birinci sıradaki İsviçre bu endekste onuncu sıradadır. En iyi kurumsal çerçeveye sahip ülke İngiltere, Sosyal İnovasyonun finansmanı noktasında en iyi ülkenin Kanada, Sosyal Girişimcilik konusunda ilk sırada Amerika Birleşik Devletler olmasına karşın Kenya ve Güney Afrika'nın bu alanda şaşırtıcı şekilde iyi olduğu ve Sivil Toplum konusunda ise İskandinav ülkelerinin üst sıralarda olduğu İzlanda'nın sosyal inovasyon ve sivil toplum konusunda en iyi ülke olduğu belirtilmiştir.

Türkiye 45 ülke arasında genel ortalamada 38. sırada yer almaktadır. Politika ve Kurumsal Çerçeve'de 35., Finansmanda 35., Girişimcilikte 11. ve Sivil Toplum başlığında ise 44. sırada yer aldığı görülmektedir. Sivil toplum başlığında alt parametrelere bakıldığında gönüllülük kültürü, politik katılımcılık, sivil toplum katılımcılığı, toplumdaki güven ve basın özgürlüğü başlıkları yer almaktadır. Türkiye'nin bu alt başlıklarda düşük puan alarak son sıralarda yer aldığı görülmektedir. (Social Innovation Index, 2016)

1.1.3. Dijital İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı

İnovasyon ve sosyal inovasyon kavramları sonrası toplumsal olgulara çözüm üreten sosyal inovasyonların dijital olarak yapılması konusu üzerine Avrupa’da ve dünyada araştırmaların 2012 yılı ortalarında yapılmaya başlandığı görülmektedir. Türkiye’de ise bu alanda yapılan çalışmanın yok denecek kadar az olduğu ancak son yıllarda dijitalleşmede hem kamusal alanda hem organizasyonel anlamda hem de bireylerin farkındalığı konusunda artış gözlenmektedir. Topluma faydası olacak inovasyonları geliştirecek bireyler tarafından, organizasyon ve faaliyetlerin dijital araçlar kullanılarak nasıl yapılabileceği noktasında daha çok çalışmalar yapılması gerekmektedir.

1.1.3.1 Dijital İnovasyon

90’lı yıllarda başlayan .com furyası ile internet üzerinden etkileşimler hız kazanmaya başlamış, bireyler e-posta alıp göndermeye, iletişimlerini bilgisayarlar üzerinden kurmaya başlamışlardır. Gelişen donanımlar, araçlar, yazılımlar, mikro çipler ve nano çiplerin ortaya çıkması ile bilgisayarlar cep telefonu ile birleşmiştir. 2000’li yılların ortasında akıllı cihazların daha çok kişinin cebine girmesi ile etkileşimler daha da artmıştır. Almanya’da ortaya atılan Endüstri 4.0 kavramı ile de robotların üretimi, makinelerin birbiri ile konuşması, yapay zekâ ile kendilerini geliştirme çalışmaları gibi yeniliklerle dijital çağın penceresi aralanmıştır.

Dijitalleşmenin en güncel tanımlarından birisi Oslo Kılavuzundaki (2018: 37) tanımdır. Dijitalleşme, dijital teknolojilerin mevcutta devam eden işlere uygulanarak yeni iş ve görevler oluşturulmasını sağlar. Dijitalleşmenin iş süreçlerini, ekonomiyi ve en genel manada toplumu geliştirme potansiyeli bulunmaktadır. Dijital yenilik, mevcut iş süreçlerini ve işgücü verimliliğini artırmak, müşteri deneyimini geliştirmek ve yeni ürünler, süreçler veya iş modelleri başlatmak için dijital teknoloji ve uygulamaların kullanılmasıdır. (Ciriello, 2018) Dünyanın en büyük taksi şirketinin taksisinin olmaması ve dünyanın en büyük konaklama şirketinin bir gayrimenkulünün bulunmaması dijital yeniliklere farklı bir açıdan bakılması ihtiyacını doğurmaktadır. Uber ve Airbnb gibi dijital şirketler, organizasyon dışındaki aktörlerin ek katkılarıyla genişletilebilecek bir dijital teknoloji platformu sunmaktadırlar.

Dijital araçların (tools) kullanımı için öncelikle internet kullanımının yaygınlaştırılması esastır. Çünkü dijital uygulamaların hemen hepsine yakını bir internet bağlantısı gerektirir. Sosyal faydanın ortaya çıkması ve maksimize edilmesi için internetin insanları birbirine bağlayan, sosyal yapan “ağ etkisi” (network effect) gereklidir (Bria, 2014: 1).

Dijital teknolojilere baktığımızda dijital anlamda veri üreten, işleyen, bu verileri depolayan bilgisayar temelli araçları içerir. Dijitalleşmede dijital teknolojiler ne kadar etkin ve armonik kullanılırsa verimlilik de o derece artacaktır. Dijitalleşme, firmalara zengin inovasyon fırsatları sunacaktır (OECD, 2017). Veri toplama, depolama (Data Base), analizi ve yorumlaması (Big-Data), yapay zekâ teknolojileri (AI), robotik otomasyon, bulut teknolojileri (cloud computing), blok zinciri (Blockchain) ve nesnelerin birbiri ile internet üzerinden iletişimi (nesnelerin interneti) gibi teknolojik yenilikler dijitalleşmeye yardımcı olan araçlardır. Dijital teknolojilerin bir diğer faydalı yanı da iş faaliyetlerini ortak noktada

birbirine bağlama potansiyelidir. Nitel bazı çalışmalar dijital tabanlı inovasyonların diğer endüstriyel inovasyonlardan daha yaygın olduğunu göstermiştir (Oslo Manual, 2018:122).

Sosyal sorunlara çözüm amaçlı geliştirilen dijital çözümler; ortak bilgi üretme platformları, açık kaynak kodları, düşük maliyetli donanımlar veya donanım paylaşımları (open hardwares), kitlesel fonlamalar ve nesnelerin interneti (wireless sensor networks) gibi teknolojik gelişmelerin yardımıyla olmaktadır (Digital Social Innovation Toolkit, 2015: 8).

Dijital teknolojiler, şirketlerin tek bir ürün yerine dijital platformlar oluşturarak yenilik yapmalarını sağlar. Bir dijital teknoloji platformu, diğer firmaların tamamlayıcı ürünler, teknolojiler veya hizmetler geliştirebilecekleri bir temel görevi gören teknolojik bir sisteme işlev sağlamaktadır. (Gawer, 2014: 1241)

Kurum ve kuruluşlar bahsi geçen dijital araçları kullanarak dijital dönüşüm yolculukları başlatmaktadır. Dijital dönüşüm süreci uzun süren, sürdürülebilir yatırımlar ve teknolojileri içeren bir süreçtir. Bir şirketin düşünme ve çalışma şeklini değiştirerek iş performansını dönüştürmek ve geliştirmeyi hedefler. Dijital dönüşüm sadece teknolojiyi değil, organizasyonu, süreçleri ve üst yönetimin katılımını da içermektedir. (Gregory, 2019: 121).

Dijital teknoloji ve inovasyon arasındaki ilişki esasında üç temel özelliğe sahiptir. Birincisi, bir bilginin dijitalleştirildikten sonra, herhangi bir dijital cihaz tarafından kaydedilebilir, dönüştürülebilir, dağıtılabılır ve izlenebilir olmasıdır. İkinci özelliği, dijital bilgiler yeniden programlama yoluyla düzenlenebilir ve harici sistemlerle etkileşim sonrası geliştirildikten sonra dijital çözümler üretme imkanının olmasıdır. Üçüncü özellik ise, dijital teknolojinin aynı anda dijital yeniliklerin geliştirilmesinin sonucu ve temeli olabilmesidir. Bu durum yüksek ölçeklenebilirlik ve düşük giriş engellerini gerekli kılar. Ve bu dijital süreç geniş katılım ve demokratikleşmiş inovasyonla sonuçlanır (Ciriello ve ark., 2018).

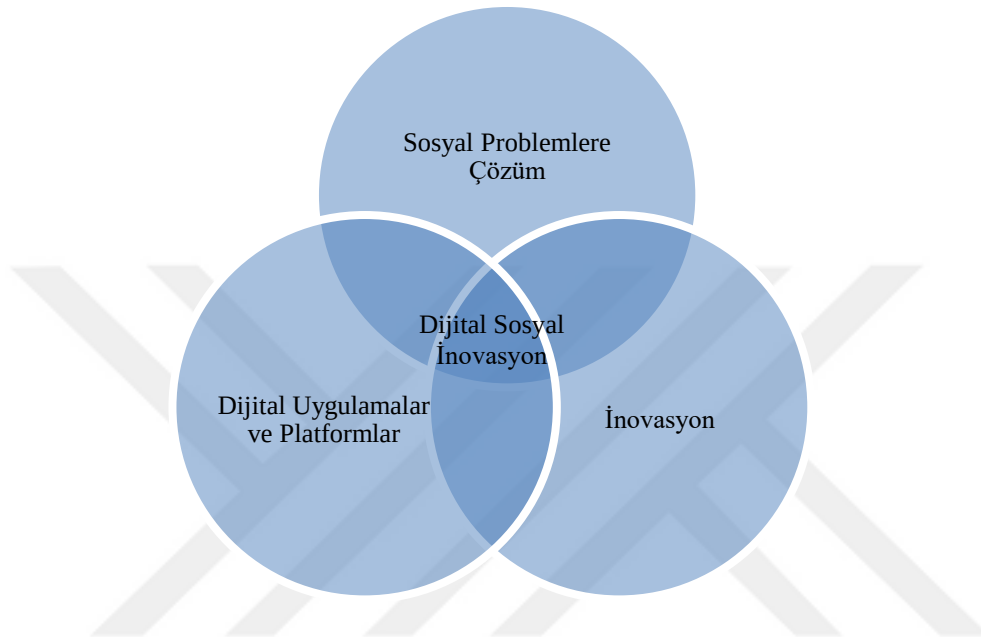
Dijital yenilik, yeni teknolojilerin geliştirilmesine veya mevcut dijital teknolojinin yenilikçi uygulamalarına yol açan yenilikçi bir başlangıçtır. Dijital inovasyon genellikle dijital dönüşümün öncüsüdür. (Verhoef ve diğerleri, 2019) Dijital yenilikler, dijital dönüşümlere sebep olabilecek, dijital dönüşüm süreç ve yolculuklarında ise dijital yenilikler keşfedilebilecektir.

1.1.3.2 Dijital Sosyal İnovasyon Tanımları ve İçeriği

Sosyal inovasyon paydaşları topluma faydalı olmak için, sosyal olgulara yeni ve farklı çözümler geliştirmenin yollarını aramaktadır. Dijital sosyal inovasyon da bunu yapmak için bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadır. Web ve mobil uygulamaları gibi bilgisayar ve mobil cihaz platformlarında iş birliği geliştirmenin ve bu şekilde sosyal değer üretmenin yollarını aramaktadırlar. Akademisyenler, politikacılar ve sosyal sorunları çözmek için yenilik peşinde koşan iyilik elçileri olan sosyal inovatörler günümüz karmaşık ve iç içe geçmiş sosyal sorunlarına çözüm bulmak için daha çevik ve sürdürülebilir yollar aramaya devam etmektedirler. Geniş tanımlarına geçmeden kısaca değinmek gerekirse; sosyal sorunlara yeni bakış açıları getirmek amaçlı yapılan yenilik ve çözümlerin dijital olanlarına “*Dijital Sosyal İnovasyon*” diyebiliriz. Dijital sosyal inovasyonla ilgili yapılan ilk kapsamlı çalışmasında Nesta “Kollektif zekâ” (collective intelligence) kavramı ile teorik alt yapısını oluşturmuş ve açıklamak için çalışmalar yapmıştır (Bria, F., 2014: 11). Nesta’ya (2015: 8)

göre, dijital sosyal inovasyon; sosyal girişimcilerin / inovatörlerin, bireylerin ve toplulukların, toplumda geniş alana yayılmış sosyal problemlere çözüm amaçlı, dijital teknolojiler kullanarak, iş birliği halinde bilgi (knowledge) ve çözümler oluşturmak için yaptıkları inovasyondur. Dijital sosyal inovasyon sadece bir amacı değil, bir çalışma şeklini de açıklar (Graziano, 2018). Aşağıdaki şekil bu tanım çerçevesinde dijital sosyal inovasyonu resmetmektedir.

Şekil 5. Dijital Sosyal İnovasyon



Dijital teknolojilerin sağladığı sosyal inovasyonun ne olduğu konusunda başka düşünürler tarafından ortaya konan yeni bir anlayışa göre dijital sosyal inovasyon, dağıtılmış ağlar, ortak bilgi üreten platformlar, açık veri, açık donanım, açık içerik ve açık kaynak yazılımı gibi yeni teknoloji trendlerini birleştiren çözümlerdir (Bria, 2014: 7). Ya da bireylerin ve grupların, geniş bir sosyal problemler yelpazesine çözümler üretmek için iş birliği yaptığı, internet, sosyal medya gibi bilgi teknolojileri araçlarını da kullanarak yaptıkları sosyal ve iş birliğine dayalı inovasyonlardır (Kaletka ve Pelka, 2015: 204).

Dijital sosyal inovasyon, ayrıca üç unsurun kesişimini de vurgular: inovasyon süreci, sosyal dünya ve dijital ekosistem. Sosyal boyut, inovasyonun odağının kendi içinde teknoloji olmadığını, önemli sosyal zorlukları ele almak için bir araç olarak görüldüğü belirtilir. İnovasyon kavramı, günümüzde mevcut olanlardan daha etkili, sürdürülebilir ve etik açıdan yeterli çözümlerin üretilmesiyle ilgilidir. Dijital boyut ise, ortaya çıkan teknolojilerin (bilgi işlem platformları, nesnelerin interneti, robotik otomasyon ve yapay zekâ gibi) sosyal hizmetler için potansiyel faydalarını vurgulamaktadır (Gaggioli, 2017).

Bria (2012) gelecekte internetin iki farklı modelini tartışıyor: merkezi bir modele karşı açık model ve merkezi bir model. Merkezi olmayan model, interneti, dijital sosyal inovasyonu teşvik eden, girişimcileri destekleyen ve insanlara güç vererek güçlendirme yaklaşımı ile güçlendirmeyi artıran bir ekosistem olarak ifade eder. Bu model, sosyal yoksunluklarla etkili ve etkin bir şekilde mücadele edebilen ve sosyal ihtiyaçlara cevap verebilecek dijital

yenilikleri, uygulamaları ve ağırları vurgulamaktadır. Merkeziyetçi model ise, bilgi merkezlerinin birkaç kişi tarafından kontrol edildiği ve bilginin sosyal ihtiyaçları karşılamayan ağırlar aracılığıyla kanallara edildiği tekeli ve merkezi bir modeli ifade eder (Fransman, 2014).

Dijital sosyal inovasyondaki amaç sosyal problemlere farklı, etkili, sürdürülebilir ve yeni çözümler aramak, bilgi transferini hızlı ve ucuz şekilde çözmektir. Dijital sosyal inovasyon uygulamaları, bir sosyal grubu veya sosyal ilişkileri etkilemeyi amaçlar. (Murray, Caulier-Grice and Mulgan, 2010: 97).

Dijital sosyal inovasyon araştırmaları; kitlesel kaynak kullanımı (crowdsourcing) ve kitlesel fonlama (crowd funding), büyük veri görselleştirme analizleri, P2P- iki paydaş arasındaki (Peer to Peer) üretim ve tüketim, e-demokrasi ve e-katılım kavramlarında yoğunlaşmaktadır (Anania, 2014: 3). İş birliği yaparak herkesin fikirlerini, kodlarını, araçlarını paylaştığı platformlar kitlesel kaynak kullanımını (crowdsourcing) oluşturur. CKAN ve CAPSSI (Collective Awareness Platforms for Sustainability and Social Innovation) gibi platformlar buna örnek olarak verilebilir. Sosyal problemleri çözmek için çalışan kişiler için açık kaynaklı ve açık mimarili alt yapı platformları sunarlar.

Teknolojinin ve dijitalleşmenin artması ve önemi ile ilgili yaklaşıma baktığımızda Bria (2014:11) Nesta'nın yaklaşımını Metcalfe'in yasası olan "Ağ Etkisi" (Network Effect) olarak belirtir. Toplulukların ortak zekâ ve bilgisinden yararlanmak için insan ve bilgi ağlarının sinerjisine ihtiyaç vardır. Ethernet'in mucidi Robert Metcalfe bir ağın değerinin, üyelerinin sayısının karesi oranında arttığını söyler (Yoo, 2015: 91) İnternet ve web, dijital sosyal inovasyonun ilk örnekleridir. İnternet ve webin sunduğu "ağ etkisi" sosyal inovasyonlar için ciddi bir fırsattır.

Teorik manada yaklaşımlar geliştiren, Avrupa Birliğinin Tepsie (The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe) projesinde araştırma raporu hazırlayan Millard ve Carpenter (2014: 18) sosyal inovasyonda dijital teknolojilerin kullanımını için iki yaklaşıma ihtiyaç olduğunu belirtirler.

- Birincisi; mevcut çözümleri iyileştirmek yerine dijital teknolojileri kullanarak "*asıl ihtiyaca odaklanma*" yaklaşımıdır. Kenya'daki MPESA örnek gösterilmektedir. Uzun araştırmalar, deneyler ve uzun süreçler yerine daha basit, insanların birbirine kolay para gönderme ihtiyacını mobil telefonlar üzerinden gideren dijital sosyal inovasyondur.
- Diğeri ise bir sosyal ihtiyaca çözüm güdüsü taşımayan açık veri, insanların becerileri ve dijital araçlarla yenilikler yapan "*tesadüfi yaklaşımdır*". Start-up ve scale-up tarzı girişimlerin güçlendirilmesi amaçlı yapılan hackathonlar örnek olarak gösterilmektedir.

Dijital sosyal inovasyonun paydaşları arasında sosyal fayda üretmede en istekli ve çevik olan sivil toplum kuruluşları, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar (Non-Governmental), sosyal hareketler ve yazılım geliştiriciler, hackerlar ve tasarımcılar gibi bireysel inovatörler yer alır.

Bria ve Baeck (2014:1) raporunda dijital sosyal inovasyon için 4 ana teknolojiye vurgu yapmaktadır. Bu teknolojiler;

- *Açık Donanım* (Open Hardware): Bu projeler “kendin yap” (do it yourself maker) hareketinden ilham almıştır. Sosyal problemlere çözüm amaçlı dijital araçlar geliştirirler.
- *Açık Ağlar* (Open Networks): Sosyal gelişim sağlamak için yapılan çalışmalarını paylaşmak amaçlı mobil cihaz veya bilgisayarların bağlandığı ve internetlerin paylaşıldığı ağlardır.
- *Açık Veri* (Open Data): Verileri kullanmak, analiz etmek ve yorumlamak amaçlı birey ve grupların hizmetine sunmak demektir.
- *Açık Bilgi* (Open Knowledge): Sosyal problemleri çözüm aramak amaçlı online platformlarda bir araya gelen birey veya gruplardır. Dijital sosyal inovasyonu geliştirmek üzere bilgi paylaşımları olmaktadır.

Bilginin dijital sosyal inovasyon için kullanılması gerekmektedir. Dezavantajlı birey, grup ve toplumlar için bilginin toplanması, değerlendirilmesi, analiz edilmesi için dijital sosyal inovasyonlara ve sosyal olgulara çözüm geliştirme ihtiyaç bulunmaktadır. Bilginin sosyal hizmetler ve dijital sosyal inovasyon için önemine işaret eden Skillsforcare (2015: 1) bilginin önemli olma nedenlerini şöyle açıklamıştır;

- Amaca uygundur,
- Sürdürülebilir bakım avantajı sağlar,
- Hataları minimize ederek hayat kurtarır,
- Şeffaflığı amaçlar,
- Maliyet avantajı sağlar,
- Rekabet avantajı sağlar.

Dijital sosyal inovasyonlar ve dijital platformlar büyümede aktif rol oynamaktadırlar. Hizmet alan ile hizmet vereni buluşturarak hem tasarruf hem verimlilik elde etmektedirler. Ama az sayıda teknoloji şirketi tüm dünyada dijital alanları domine etmiş durumdadır. Katılımı, açık donanım, açık ağlar, açık veri, açık bilgiyi ve iş birliğini artırmak, âdem-i merkeziyetçiliği azaltarak insanlığa faydalı teknolojiler üretmek için çalışan kişi ve kurumlara daha çok destek verilmesi gerekmektedir.

1.1.3.3. Dijital Sosyal İnovasyonun İlkeleri

Avrupa Birliği, 2012 yılında, dijital sosyal inovasyonu araştırma çalışmaları yapmaya başlamıştır ve birçok çalışma grubu oluşturulmuş, görevler belirlenmiş, araştırmalar yapılmış ve raporlar yayınlanmıştır. Tüm bu çalışmalar sonrası 2017 yılında yayınlanan Avrupa Birliği Projesi olan ChiC (Coordination and Support Action funded within the context of the European Commission CAPS program) programı sonrası DSI Fuarında sunulan “Dijital sosyal inovasyon bildirisi” ‘ne göre dijital sosyal inovasyonun 5 ana ilkesi belirlenmiştir (Capssi, 2017.)

1) Açıklık ve Şeffaflık: İşbirliğine dayalı yenilikler yapmak için tüm paydaşlara adil rekabet hakkı verilmesi ve erişilebilir olması için açık-donanım, ağ, veri ve bilgi platformları olmalıdır ve sosyal değişim için bunları kullanmak isteyenler için teşvik edilmelidir. Bilgiyi kullanan paydaşlar için bu bilgiyi sürdürülebilir hale getirmek de önemlidir. Açık bilgi,

açık veri, açık ağlar, açık donanım ve açık yazılım gibi teknolojiler dijital sosyal inovatörler için değerli alt yapılar sunmaktadır. İşbirlikçi çalışmalar için önemli teknolojilerdir.

2) *Demokrasi ve Merkeziyetçiliğin Dağıtılması*: Vatandaşların farkındalıklarını artırıcı ve politikacıların halkı korumaları için dikkatlerini çekici çalışmalar olmalıdır. Dijital araçların demokrasilerde kullanılması için teşvik edilmelidir. Örneğin; bozuk yol uygulaması ile bozuk yolların belediyelere vatandaşlar tarafından mobil uygulama ile bildirilmesi (Bozukyol app.) gibi toplumsal değer üreten projeler desteklenmelidir. Yine Finlandiya'daki Açık Bakanlık, Almanya'daki Liquidfeedback ve Kanada'daki CitizenLab örneklerindeki gibi halkın online olarak isteklerini sıralayıp mecliste karar alma mekanizmalarına girdi olarak sunabildikleri bir platform buna örnek olarak gösterilebilir. Belediyelerin yaptıkları plebisit- dijital oylama gibi bazı kararların o bölgede yaşayanlara bırakılması uygulamaları da örneklerdendir.

3) *Deney ve Benimseme*: Geliştirilen çözümlerin uygulanabilirliği için açık kalan kısımların belirlenip, bu noktaların giderilmesi için testlere ihtiyaç vardır. Bu anlamda inovasyonu olgunlaştırmak için girişimcileri, inovatörleri, kamu paydaşlarını ve akademisyenleri/araştırma merkezlerini bir araya getirmek için destek olunmalıdır ve teknolojik öncelikler belirlenmelidir. Burada Dörtlü Sarmal Modeli önemlidir. Sarmaldaki paydaşların görev tanımları ve rollerinin yasa ve yönetmeliklerle belirlenmesi iş birliklerini desteklemektedir. Fonlama mekanizmalarının kurulması ve yönetilmesi ekosistem ve inovasyonların difüzyonu açısından önemlidir.

4) *Dijital Beceriler ve Multi-Disiplinerlik*: Dijital alanda yetişmiş uzman ve dijital okuryazarların sayıca az olması inovasyon için engel teşkil etmektedir. Sosyal becerileri oldukça gelişmiş, toplum yararına gerekirse kâr maksadı olmadan toplum için çalışan yazılımcı, mühendis ve teknik personeller gerekmektedir. Bu anlamda multidisipliner çalışmalar ve araştırmalar için kurumların bir araya gelmesi gerekmektedir. Temel bilgi teknolojileri ve kodlama bilgisi okullarda müfredatta yer almalıdır. Dijital okuryazarlığın artırılması için kamunun eğitimciler yetiştirmesi ve bu ücretsiz halka açık eğitimler düzenlemesi beklenmektedir.

- 1) *Sürdürülebilirlik*: Sosyal inovatif bir ürün kendi kâr üretme modeline her zaman sahip olamayabilir. Bu noktada bu inovasyonların fonlarla desteklenmesi konusunda devlete önemli görevler düşmektedir. Fonların dağıtılması noktasında güçlü lobilere sahip şirketlerdense sosyal inovatörlere ve dijital sosyal inovatif projelere kaynak sağlanmalıdır. Kitlese fonlama gibi ulusal / uluslararası destek veren mekanizmalarla inovatörlerin buluşmasının yolları kolaylaştırılmalıdır. Destek almak için hızlı ve kolayca başvuru yapılabilmelidir.

Bu ilkeler çerçevesinde ve temelde dijital sosyal inovasyon geliştirmelerinin etkilerinin değerlendirilmesi ve ölçeklendirilmesi de bir diğer gerekliliktir. Loretta Anania'nın (2014: 7) belirlediği haliyle 2 problem bulunmaktadır.

- 1) *Üretilen Değer (Value)*: Genel kabulde inovasyonun başarısı için pazarda ürettiği kâra bakılır. Buna karşın sosyal inovatörün sosyal değer ürettiği ancak kârlılığa odaklanmadığı projeler vardır.

- 2) *Ölçeklendirme (Scaling)*: Sosyal girişimci üründen daha fazla üreterek yeni projeler başlatarak üreteceği kâr ile ölçeklendirilebilir. Ancak sosyal inovasyon projelerinde ölçeklendirme daha karmaşıktır. Birçok inovasyon projesi yereldir ve o topluma hitap eder.

1.1.3.4. Dijital Sosyal Inovasyonun Ölçülmesi

Dijital inovasyonun ölçülmesi amaçlı Nesta'nın "Dsi4eu" araştırması ile açık kaynaklı DSI Scale web uygulaması geliştirilmiştir. Dijital sosyal inovasyon projelerinin sosyal etkisi, açık teknolojilere açık olma durumu, bilgi paylaşma düzeyi gibi durumların ölçülmesini sağlamaktadır. 6 farklı gösterge ile projeler ölçülmektedir. (Bria ve Baeck, 2014: 44) Bu göstergeler;

- 1) Dijital sosyal inovasyon projesini etraflica incelemek için o projenin arka planındaki bilgilere ulaşmaya çalışılır.
- 2) Bir anlamda karşılaştırma (benchmarking) yapılmışsa kontrol edilir.
- 3) Sonrasında hedef kitlenin kimlerden oluşabileceği belirtilmiş mi kontrol edilir.
- 4) Projenin açıklık düzeyine bakılır.
- 5) Çevrenizdeki diğer insanlar ve paydaşların projeye nasıl katkıda bulunabilecekleri belirlenmişse bu durum incelenir.
- 6) Paydaşlarla ve çevreyle olan iletişimin kalitesi ve çıktısı olan ürün veya çözümün kalitesi değerlendirilerek projenin puanı ortaya çıkar.

Her bir değerlendirmede en az 0, en çok 5 olmak üzere 5'li skalada puanlar verilir. Değerlendirme sonunda puanlar toplanarak projenin nerelerde güçlü nerelerde zayıf olduğu ortaya çıkartılır. Dijital sosyal inovasyonun ölçümünde aşağıdaki sorulara cevap aranır, hususlar tespit edilir.

1. *Arka Plan Bilgisi*: "Çevrenizde bu projeye benzer projeler üreten kişilerle ilgili bilgi bulunuyor mu?" sorusuna cevap aranır. "Kimle benzer şeyler yapıyor?" ve "Neden yapıyorlar?", "Bu problemi tartışan bir grup/topluluk var mı?" soruları cevaplandırılırsa mevcut çözümler, ürünler hakkında daha çok bilgi toplanmış olur. Bu anlamda projenin farklılaştırılması veya farklı stratejilerle hareket etme ihtiyacı doğabilir. Öncesinde ne kadar çok bilgiye sahip olursanız projenin sağlıklı ilerlemesi ve sürdürülebilir başarılar sağlaması da o denli sağlanmış olmaktadır. Arka plan bilgisi 5 temel noktada toplanabilir.
2. *Hedef ve Paydaş Bulma*: Hedef kitlenin kim veya kimlerden oluştuğu, ürün veya projenin kimleri etkileyebileceği araştırılır. Bu anlamda hedef kitlenin çok iyi tanınması ve beklentilerinin net ve eksiksiz anlaşılması gerekmektedir. Projedeki tüm paydaşları ve hedef kitleleri iyi tanımak başarıyı artıracak ve olası engellerin daha öncesinde fark edebilmesi için fırsatlar sunacaktır.
2. *Açıklık (Openness) Düzeyi*: Projenin çıktıları ne kadar açık (open)? Çevredeki inovatörlerin ve diğer proje paydaşlarının da faydalanabilmesi için projenin ne kadar kısmının açık olacağı netleştirilmelidir. Belki küçük bir kısmı açılıp sonrasında tamamının açılması gibi stratejiler oluşturulacaktır. Başkalarının projelerine katkıda bulunmak, üretilen projenin de etkisini ve ölçümlendirilmesini artıracaktır. Açık

lisansların nasıl kullanılacağı, açık ortak çalışma alanlarının kullanımı ve paylaşımı ile başarı daha da katlanabilmektedir. Bu anlamda diğer projelerden öğrenilen bilgiler ve çıkartılan dersler ile projenin kalitesi daha çok artacaktır.

3. *Toplum / Gönüllü Katılımı*: “Çevrenizdeki diğer insanlar ve paydaşların projeye katkıda bulunması için bir strateji bulunuyor mu?” sorusuna cevap aranır. İnsanların ilgisi projeye ne kadar çok çekilirse projenin etkisi ve ölçümlemesi o oranda artacaktır. Bu insanları projeye dâhil etmek için bir taktik ve plan bulunuyorsa bu durum projenin bilinirliği ve başarısını artıracaktır.
4. *İletişimin Kalitesi*: İletişimin ne kadar net, açık ve etkili olduğuna bakılmaktadır. İletişimin kaliteli olması hedeflerin insanlara iyi aktarılmasını sağlar. Sunumda veya reklamasyonda başarılı olunursa projenin de başarısı ve etkisi o derece artacaktır. İletişimde projenin hikâyesini iyi anlatmanın da önemi büyüktür. Uluslararası projeyi takip edebilecek kişilere ulaşmak projenin bilinirliğini artıracaktır. Bu anlamda çoklu dil ile tanıtım ve sosyal medyanın kullanımı sağlanabilir.
5. *Ürün veya Çözümlerin Kalitesi*: Projenin diğer projelerden veya ürünlerden nasıl farklı olduğunun anlatılması projenin ölçülebilirliğine ve başarısına katkı sağlayacaktır. Kullanıcılardan ve profesyonellerden geri bildirim toplayarak ürünün etkisi ölçülebilir. Ürünün test edilmesi ve ürünün piyasadaki diğer ürünlerle karşılaştırılması (benchmarking) ürünü veya çözümü daha da geliştirecektir.

Dijital sosyal inovasyonların ölçülmesi noktasında Avrupa Birliği ve Nesta “*Avrupa Dijital Sosyal Inovasyon Endeksi*” ‘ni oluşturmuşlardır. Makro düzeyde ekosistemlere odaklanılmış, hükümetlerin, belediyelerin politikaları, girişimleri ve stratejileri rapora yansıtılmamıştır. Dijital yetenekler, altyapı, çeşitlilik ve kapsayıcılık, iş birliği, fonlama ve sivil toplum şeklinde 6 tema altında 32 farklı gösterge ile skorelama yapılmıştır. 65 Avrupa şehrinin skorlandığı endekste genel sıralamada Londra/İngiltere 1. Sırada yer almaktadır.

Tema bazlı birinci olan şehir ve ülkelere bakıldığında birinci olan şehir ve ülkeler aşağıda belirtilmiştir.

- Dijital Yetenekler: Londra/İngiltere
- Altyapı: Londra/İngiltere
- Çeşitlilik ve Kapsayıcılık: Helsinki/Finlandiya
- İş birliği: Londra/İngiltere
- Fonlama: Malmö/İsveç
- Sivil Toplum: Aarhus/Danimarka

Londra’nın dijital sosyal inovasyon noktasında çoğu temada ilk sırada yer aldığı, bu alanda çalışan kurum ve insan kaynağı noktasında zengin olduğu, açık veri, inkübasyon programları, iş birliğine açık platformların olması ve ekosistemin güçlülüğü gibi nedenler Londrayı başarılı kılan faktörlerdir. Sosyal ve dijital odaklı işletmelerin altyapılarının güçlü olduğu ve iş birliği ile daha da güçlendiği görülmektedir. Kuzey ve Batı Avrupa’nın Güney ve Doğu Avrupa’ya göre dijital anlamda çok güçlü olduğu sonucu görülmektedir. (The European Digital Social Innovation Index, 2019)

BÖLÜM 2

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE SOSYAL İNOVASYON, DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON VE SOSYAL HİZMETLERDE DİJİTALLEŞME

Dijital teknolojiler son 20 yılda hayatımıza birçok yenilik getirmiştir. Örneğin; Amazon, Google, Alibaba, Uber, Airbnb vb. örneklerin son yıllarda yıldızı parlamıştır. Fakat dijital inovasyonların sosyal olgulara bütüncül bir çözüm getirmesi için hâlâ gitmesi gereken çok yol olduğunu bilinmektedir. Dijital anlamda yetenekli sosyal inovatörlerin bu konularda çalışmalar yaptığını görmek sevindiricidir. Sosyal hizmet de bu inovasyon sürecinde yer alabilmelidir. Zira sosyal hizmet, sistem, güçlendirme ve ekolojik yaklaşımları dikkate alarak; bilgi, değer ve beceri temelinde; bireylere, ailelere, gruplara, örgütlere ve topluma yönelik uygulamaları olan uygulamalı bir meslek (Özmete ve Akgül Gök, 2015: 139) ve disiplindir. Sosyal hizmetler, dezavantajlı birey, grup ve topluma müdahalelerde bulunur. Kimi zaman devlet eliyle kimi zaman özel kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla müdahaleleri gerçekleştirir. Operasyonel anlamda güçlü olmak ve sürdürülebilir olmak için sosyal inovatif ürün/hizmet veya süreçlere ihtiyaç vardır. Bu sosyal inovasyonlar dijital olduğu noktada hem daha büyük kitlelere (difüzyon), hem daha az maliyetle müdahaleler yapılabilmektedir. Dijital sosyal inovasyonun bir fikir, proje ve operasyonel anlamda üretim/geliştirme maliyet ve süreçleri bulunmaktadır.

2.1. Dünyada Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon

2.1.1. Sosyal İnovasyon Örnekleri

Sosyal inovasyonlara olan ihtiyaç günden güne daha da artmaktadır. Sosyal devlet olgusu ile sosyal problemlerin çözümü için çalışan hükümetler artık sivil toplum kuruluşlarının ve özel sektörün desteğine de ihtiyaç duymaktadırlar. Problemlerin karmaşıklaşması, savaşlar, zengin ile yoksul arasındaki makasın daha da açılarak yoksulluğun artması, göç olgusu gibi nedenlerden dolayı toplumun büyük kısmına etki edebilecek sosyal inovasyonlar adından daha çok söz ettireceklerdir. Sosyal inovasyon düşüncesi, toplumun iyiliğini ve refahını hedeflediği ve sosyal inovasyonun topluma yön verici fonksiyonu bulunduğu için sosyal çalışmacılar, sivil toplum örgütleri, yerel kuruluşlar ve kamunun birlikte çalışması gerekmektedir.

Bu bağlamda toplumları yönlendiren birçok sosyal inovasyon örneği vardır ki 1800’lü yıllarda fabrikaları kooperatif olarak birlikte işletmeyi bulan Robert Owen en çok bilinenlerdendir. Yine 1800’lü yılların ikinci yarısında toplu konutlar ve konut yönetimi alanlarındaki ilk çalışmaları yapmış Octavia Hill ve yaşadığımız yüzyılın belki de en önemli sosyal inovasyonlarından birisi olan mikro kredi ve Grameen Bank’ın kurucusu 2006 yılında Nobel ödülü almış Bangladeşli Muhammed Yunus ilk akla gelen sosyal inovatörler ve sosyal inovasyon örnekleridir. Yine 1996 yılında Bombay, Hindistan’da Jeroo Billimoria tarafından kurulan ve 7 gün 24 saat çocuklar için hizmet veren acil yardım hattı olan “Childline” da önemli sosyal inovasyonlardandır. Topluluk ve Bireysel Gelişim Derneği (CIDA), Güney Afrika’daki dezavantajlı gençlere ücretsiz işletme derecesi veren ilk özel yükseköğrenim

kurumunun kurucusu Taddy Blecher de bunlara bir örnektir. Öğrencileri tarafından işletilen ve yönetilen, açık erişime sahip (open access) ücretsiz bir üniversitedir (Bornstein, 2004). Bu hikâyeler gibi yüzlerce belki milyonlarca insan hayatına dokunan sosyal inovasyonlar sosyal değişimler için üretilmeye devam edeceklerdir.

2.1.2. Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri

Dijital sosyal inovasyon, elinde bulunan ve genelde kıt durumda olan dijital kaynaklarla, birlikte çalışarak, veriyi, bilgiyi, interneti, ağlarını paylaşarak sosyal problemlere sürdürülebilir çözümler için modeller oluşturmak için daha fazlasını hedeflemektedir. Bu noktada hükümetler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, araştırma merkezleri ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar çalışmalar yapmaktadır. İngiltere, Avrupa’da Almanya ve son zamanlardaki ciddi yatırımları ile Estonya, Polonya ve Türkiye gibi ülkeler dijitalleşme ve dijital dönüşüm konularına öncülük etmektedir. Estonya devleti dijitalleşmeye 2010 yılında ciddi yatırımlar yapmaya başlamış ve e-residency kavramı ile uzaktan yani Estonya’da fiziki olarak bulunmadan -sınırlı- vatandaşlık, şirket kurma ve banka hesabı açma gibi işlemleri yapmaya başlamıştır.

Birleşmiş Milletler 2015 yılında 17 konuda sürdürülebilir kalkınma amaçları belirlemiş ve evrensel eylem çağrısı yapmıştır. Çağrı tüm bireyler ve topluluklara yapılmıştır. Öncelikle devletlerin sahiplenmesi, kurumsal bazda belediyeler, üniversiteler, özel sektör, sivil toplum kuruluşlarından ve tüm bireylerden bu anlamda uygulamalar geliştirmeleri beklenmektedir.

Şekil 6. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları



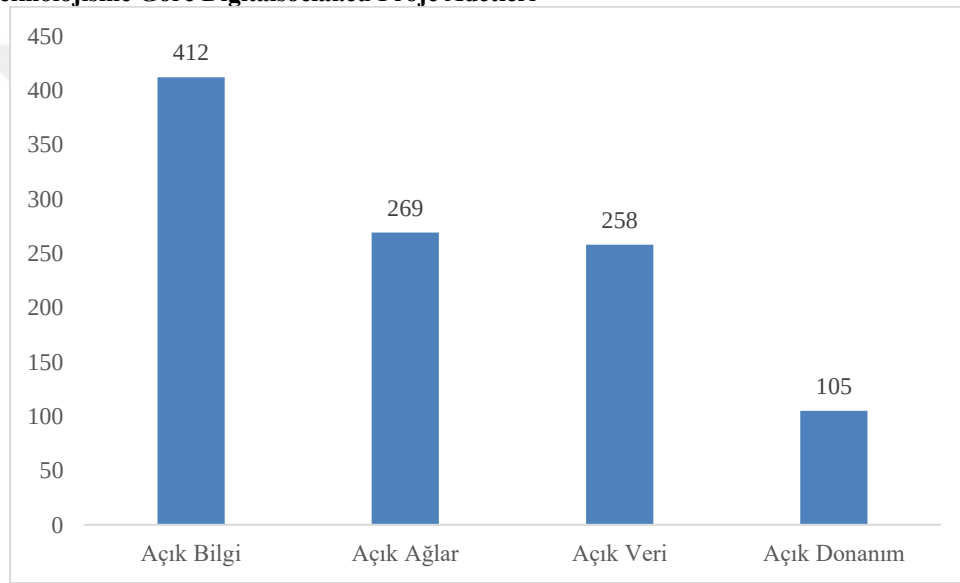
Kaynak: <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

Nesta, dijital sosyal inovasyonun etki analizini yapmıştır. Avrupa Birliği “digitalsocial.eu” platformu kurarak fikir toplama ve bu fikirler arasından belli projeleri fonlama projesi başlatmış, 2014 yılında projeye 130M Euro ayırmıştır (Anania, 2014: 2). Bu kaynak sosyal

inovasyon adına paydaşların katılımını artırmak için kullanılmıştır. Bu çalışmada -Ağustos 2014 itibarı ile- Avrupa genelinde 590 kuruluşun gerçekleştirdiği 645 projenin haritası çıkarılmıştır (Anania, 2014: 6). Bria'nın (2014: 3) raporuna göre digitalsocial.eu platformuna çoğunlukla “açık bilgi” teknolojisi ile ilgili projeler gelmiştir (412 adet). Sonrasında “açık ağ” ile ilgili 269 adet, açık data ile ilgili 258 adet ve açık donanım ile ilgili de 105 adet proje gelmiş görülmektedir (Mart 2014 verilerine göre). “Digitalsocial.eu” ya kayıtlı olan projelerin 39% ‘u açık bilgi, 26%’sı açık ağlar, 25%’i açık veri ve 10%’u da açık donanım teknolojileri ile ilgili olduğu görülmektedir.

Alanlarına göre projelere odaklanıldığında; 254 adet ile eğitim ve becerilerin geliştirilmesi amaçlı en çok katılım olmuş, sonrasında katılımcılık ve demokrasi ile ilgili 251 adet, 100 adet bilimsel projeler ve 104 adet sosyal projelere kitlesel fonlama olmuştur. (Bria, F., 2014: 4)

Şekil 7. Teknolojisine Göre Digitalsocial.eu Proje Adetleri



Kaynak: Bria, F. ve Baeck P., (2014: 2)

Dünya’da sosyal olgulara çözüm amaçlı dijital sosyal inovasyon noktasında en kapsamlı çalışmalardan birisi Avrupa Birliği tarafından yapılmıştır. Avrupa Komisyonu CAPS (Collective Awareness Platforms) projesi ile 44 projeyi fonlamıştır. (Passani, 2018) CAPSSI 44 proje ile “Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına” yardımcı olunması planlanmıştır. Projelerin büyük kısmı dijital alanda ve internet teknolojileri alanında olduğu için dijital sosyal inovasyon kapsamında örneklendirilmiştir. Yıllara göre projeler sınıflandırılmış ve zaman çizelgesi ile gösterilmektedir. Avrupa Birliği’nin dijital sosyal inovasyon anlamında kapsamlı çalışmalarının 2013 yılında başladığı ve Horizon 2020 hedeflerine kadar planlandığını görülmektedir.

CAPS girişimi, sürdürülebilirlik problemleri hakkında farkındalık oluşturmak ve ortak çözümler üretmek için çevrimiçi platformlar tasarlamayı ve yönlendirmeyi amaçlamıştır. Yeni dijital sosyal inovasyon biçimlerini mümkün kılan ağlara (insanlara, fikirlere, algılayıcılara) dayanan iş birliğine dayalı çözümleri teşvik eder (Caps, 2019).

Şekil 8. CAPS Focus Projeleri Ekosistemi



Kaynak: Capssi.eu (2018)

Avrupa Birliğinde Chest adlı kuruluş dijital sosyal inovasyon fikirleri ve prototipleri için 3 milyon Euro fonlama sunmuştur. En son yapılan ve Avrupa Komisyonu tarafından fonlanan çalışma Nesta tarafından yapılmıştır. Avrupa merkezli dijital sosyal inovasyon paydaşları ve ağları (network) haritalandırıp analiz edilmiştir (Anania, 2014: 5). CAPS'e dâhil olan 44 projeyi iyi uygulama örnekleri yapan şeyler, çok sayıda kişiye/topluma hitap edebilmeleri, müdahalelerini başarılı bir şekilde çoğaltarak veya artırarak projenin sınırlarının ötesine geçebilme potansiyeline sahip olmaları ve finansman süresi sona erdikten sonra dahi sürdürülebilirlik açısından iyi potansiyel göstermeleri olmuştur (Passani, 2018).

Şekil 9. CAPS Projeleri Zaman Çizelgesi



Kaynak: Caps Magazine (2018)

Projelerde 9 adet odak nokta belirlenmiştir. Bir bitkinin kökü, gövdesi ve çanak yaprağını ifade eden “Beraberindeki Önlemler” başlıklı odağında 7 proje bulunmaktadır. Toplamda 7 yılda bitmesi planlanan tüm projelerin ana temelini “Beraberindeki Önlemler” odağındaki

projeler oluşturmaktadır. Çiçeğin kendisini ve polenlerini yani özütünü ifade eden bölüm olan “İnternet Bilimi” odağında 8 proje bulunmaktadır. Çiçeğin gövdesinin kenarındaki yan yaprakları ifade eden diğer odaklarda ise 29 proje şu şekilde dağılmaktadır. “Açık Demokrasi” odağında 2 proje, “Açık Politika Oluşturma” odağında 1 proje, “Çevresel Hareketler” odağında 6 proje, “İşbirlikçi Ekonomi” odağında 2 proje, “İşbirlikçi Tüketim” odağında 5 proje, “Ortak Yapım” odağında 5 proje ve “Yeni İşbirlikçi Yaklaşımları” odağında ise 8 proje yer almaktadır.

Bazı projeler 4 yıldan fazla sürerken bazılarının geliştirmesi 1,5 yıl sürmüştür. ChildRescue ve Families_Share gibi projeler bu tezin yazım sürecinde henüz bitmemiş ve 2020 yılı sonunda bitmesi planlanmaktadır (*Pandemi sürecinden dolayı uzama ihtimali yüksektir*). Projelerin isimleri, kısa açıklamaları, zaman aralıkları, odaklandığı alan ve web adresi bilgisi Ek 2’deki matriste detaylarıyla gösterilmektedir.

Dijital sosyal inovasyona çeşitli uygulamalarda örnekler vermek mümkündür.

- * Airbnb uygulaması. İnsanların seyahat ettiklerinde veya kalacak evleri olmadığında evinin bir odasını cüzi bir para karşılığında paylaşması amaçlı kurulmuştur. Bu anlamda Uber, Bitaksi ve itaxi gibi uygulamalar da birer dijital sosyal inovasyondur.
- * Movemaker uygulaması. Sosyal olgulara çözüm bulmaya çalışan sosyal kiracıların birbirleri arasında ev takas etmelerini sağlayarak dijital sosyal inovatif bir çözüm ortaya sunmaktadır (Bria F., 2014: 7-8).
- * Arduino. Tasarımcılar ve interaktif projeler yapan kişiler için, kullanımı kolay donanım ve yazılıma dayalı açık kaynaklı ve açık donanımlı bir elektronik platform ve iyi bir dijital sosyal inovasyon örneğidir. Açık tasarım ve açık üretimi desteklemektedir.
- * Finlandiya’daki Açık Bakanlık (Open Ministry) ve Almanya’daki LiquidFeedback. Demokrasinin yayılması için katılımcı modellerdendir. Halk yasalaşmasını istediği konularda kamuoyu oluşturmak üzere bu platformlar üzerinden fikirlerini oluşturmakta ve yasa yapıcılara imzalarını iletmektedirler.
- * MySociety. İngiltere merkezli, dünyanın 40’tan fazla ülkesinde insanların aktif vatandaş olmalarına yardımcı olacak teknoloji, araştırma ve veriler sunan açık kaynak platformudur.
- * Open Knowledge Foundation. Hem içerik hem de veri dâhil olmak üzere ücretsiz olarak bilgi veren, paylaşılan, kâr amacı gütmeyen, küresel bir ağıdır.
- * FixMyStreet uygulaması. Yollardaki bozuk noktaların onarılması için kayıt bırakılabilen bir uygulamadır.
- * CKAN. Açık verilerin depolanması ve dağıtımı için web tabanlı bir açık kaynaklı yönetim sistemidir.

Bu uygulamalar hükümetlerin işlerini kolaylaştırdığı gibi halkın isteklerini de merkezileştirmiş ve ihtiyaç duyulan yasaların görüşülmesi için bir mekanizma olmuştur.

- * Yine paylaşım ekonomisini esas alan ücretsiz kripto para Freecoin, kitle fonlamasını kolaylaştırabilecek Peerby ve Goteo gibi yeni metodlar sunan dijital sosyal

inovasyonlar, inovatörlerin gelir modelini oluşturmada ve kitle fonlamada yardımcı olabilecek araçlardır.

- * Public Health England isimli İngiltere Devleti desteğinde NHS'nin "Oneyou" uygulaması, "How are you?" ve "Your mind plan" isimli 10 dakikalık küçük quizler ile ruhsal ve fiziksel durum tespiti yaptıktan sonra seçili videoyu izlemeyi ve 5 farklı ürününü kullanıcılara önermektedir. "NHS SmokeFree" 28 günde sigarayı bırakmaya yardımcı olmayı hedeflemektedir. "Active 10" ile yürüyüşleri izleyip daha fazla yürümek için motivasyon sağlamaktadır. "Drink Free Days" ile alkol bağımlılığı ile mücadele etmekte, "Couch to 5K" eğitmenler ile birlikte koşu yaparak 9 haftada sağlıklı bir vücuda kavuşturmayı planlamaktadır. "Easy Meals" uygulaması ile de sağlıklı ve lezzetli yemekler için tarifler sunmaktadır. (NHS, 2019)
- * Toowheels ise sportif tekerlekli sandalyeyi kendi kendine yapmak için açık kaynaklı bir sportif tekerlekli sandalye araç seti olarak dijital sosyal inovasyon örneği olarak FabLab tarafından geliştirilmiş bir open maker projesidir. Spor yapan ve özelleştirilmiş tekerlekli sandalye ihtiyacı olan bireyler, takımlar, spor organizasyonları ve hayır kurumları için kendilerinin de kişiye özgü özelleştirebilecekleri spor tekerlekli sandalye fırsatı oluşturmuştur.

Direk olarak sosyal hizmetlerin sunumunu kolaylaştıracak dijital sosyal inovasyon örnekleri de bulunmaktadır.

- * Open University, sosyal hizmetlere ilişkin birçok bilginin ve podcast'in olduğu dijital platformdur.

<http://www.open.edu/openlearn/body-mind>

<http://www.open.edu/itunes/subjects/health-and-social-care>

- * Wema Life Birleşik Krallık ve Hindistan'da bakım ve sağlıklı yaşam konusunda hizmet veren bir mobil uygulamadır. Kişisel bakım, yaşlı bakımı, engelli bakımı ve yatan hasta bakımı gibi hizmetleri sunanlar ile hizmet arayanları buluşturan bir mobil uygulama platformudur.

<https://www.wemalife.com/home>

- * E-learning for Healthcare; İngiltere'de sağlık ve sosyal hizmet çalışanları için ücretsiz online eğitim platformu olarak örnek gösterilebilir.

<http://www.e-lfh.org.uk/home/>

- * Alcohol Learning Centre, alkolün olumsuz etkileri ile ilgili bilgilendirmek amaçlı sosyal hizmet profesyonelleri için iyi bir dijital araç örneğidir.

<http://www.alcohollearningcentre.org.uk/alcoholeLearning/learning/IBA/IntroPage/index.html>

- * İngiltere, İskoçya ve Britanya'ya hizmet veren IRISS, sosyal hizmet eğitimleri ile ilgili binlerce vaka çalışması, video, makaleyi içerisinde barındıran dijital bir platformdur.

<http://lx.iriss.org.uk/>

- * “Dementia Services Development Centre”, demans hastalarına yönelik iyi bir bakım merkezinin veya evlerin nasıl geliştirilebileceği konusunda çalışmalar yapan, onların konforunu artırıcı faaliyetlere odaklanan bir sivil toplum kuruluşudur. Verdiği online eğitimler dijital sosyal inovasyon örneğidir.

<http://www.dementiacentreni.org/virtualhome>

- * SCIE (Social Care Institute for Excellence)’nin e-öğrenme modülleri ve kısa videolarla içerik sunan “Social Care TV” uygulaması sosyal hizmetler için zengin bir eğitim materyali kaynağıdır.

www.scie.org.uk/publications/elearning

- * Açık erişim ve açık ağlara örnek olarak İspanya’daki “Guifi.net” örnek olarak gösterilebilir. 63.000’den fazla kablosuz bağlantıya sahip ücretsiz ve açık bir internet erişim ağıdır. Ayrıca “Commotionwireless” ve “Tor” gibi uygulamalar da açık internet, açık data, ücretsiz yazılım ve açık donanım ilkeleri ile toplumdaki dezavantajlı birey ve grupların kullanımı adına dijital sosyal inovasyon örnekleridir (Bria, F., 2014).

- * Opentechschoool, 2012’de Almanya Berlin’de teknoloji eğitimini daha erişilebilir ve kapsayıcı olma hedefi ile kurulmuş bir dijital sosyal inovasyon örneğidir. Her cinsten ve her yaşta birey ve gruplara açık teknoloji eğitimi sunmaktadır.

- * Mecuris, Almanya’da kişiye özel 3D yazıcı ile ortez ve protez üreten bir girişimdir. Hem 3D yazıcılar için tasarım yapılan platformda hem de ortez ve protez ürünleri geliştirilmektedir.

- * Sidekickhealth, 2013 yılında İzlanda’da kurulmuş, oyunlaştırma kullanılarak geliştirilmiş veri odaklı dijital terapiler sunan dijital bir sosyal inovasyon ürünüdür.

- * Kanada’da CitizenLab, şehirde yaşayanların şehirlerini birlikte yönettikleri bir sivil katılım platformu örneğidir. Karar vermeyi daha demokratik, daha şeffaf ve iş birliğine dayalı hale getirmek için belediyeler ile şehirde yaşayanlar arasında bir araştırmacıdır. CitizenLab, bulut tabanlı yazılımı, veri analitiği ve mobil uygulamalar ile hükümetleri ve belediyeleri vatandaş odaklı hale getirmeyi amaçlamaktadır.

- * Amerika’da Kindly Care, bakım ihtiyacı olan yaşlılarla bakıcıların çevrimiçi bağlantı kurmalarına yardımcı olacak araçları sağlayan bir platform olarak hizmet vermektedir. Yani alıcı ile satıcıyı buluşturan bir pazar yeri gibi hizmet vermektedir.

<https://www.kindlycare.com/>

- * Amerika’da 4 büyük eyalette çalışan, uyku izleme, yaşlıların komşuları ile kolayca iletişimde bulunabilme, etkinlik hatırlatıcısı, sağlık izleme taşınabilir araçları, uzaktan sabah uyanış kontrolü, hareket izleme gibi hizmetleri donanımlarla sunan K4connect, yaşlı ve bakıma muhtaç kişiler için akıllı yaşam çözümleri sunmaktadır.

<https://www.k4connect.com/>

- * Amerika’nın bazı eyaletlerinde hizmet veren Seniorlink, hasta ve yaşlı bakımı noktasında profesyonel hizmetler sunan bakıcılar ile bakım ihtiyacı olanları buluşturan bir platform olarak hizmet vermektedir.

<https://www.seniorlink.com/for-families>

- * GreatCall ürünleri ile yaşlıların sevdiklerine erişim ve sevdiklerinin onlara erişebilmeleri amaçlı özel mobil ve giyilebilir cihazlar üreten bir inovatif girişimdir. Smart 2 ve Flip gibi ürünlerle kullanımı kolay ve tuşları büyük cep telefonları sunmaktadırlar. Acil çağrı butonuna sahip ve önceden belirlenen kişilere ve ambulansa çağrı bırakan Lively isimli bir cihaz üretmişlerdir. Akıllı telefonla çalışan, kol saati şeklindeki cihaz ile de acil çağrı ve izleme yapılabilmektedir. Ayrıca bu cihazlarda düşme algılama da yaparak kişinin düştüğünü aile bireylerine ve ambulansa haber verebilmektedir.

<https://www.greatcall.com/>

- * Digital Unite, 1996 yılından bu yana İngiltere’de dijital içerme, yani birey ve kurumların dijital becerilerini geliştirmek üzere çalışmaktadır. Birçok dijital inovasyon örneğini içerisinde barındırır.

<http://digitalunite.com/>

- * Hey Healthcare, akıl sağlığı hizmetlerine odaklanmış, terapistlerin kayıt olup hizmet sunmasına, raporlama yapıp fayda doğrulaması yapabilen ve sigortacıların sigortacılık hizmetleri yapabilmesine imkân tanıyan bir dijital sosyal inovasyon örneğidir.

<https://heyhealthcare.com>

- * Encellin, şeker hastalığını yok etmeyi hedefleyen sağlık sektörü girişimlerine odaklanmaktadır.

<http://www.encellin.com>

- * Vitau, kronik hastalığı olan ve düzenli ilaç kullanan hastaların ilaçları için abonelik hizmeti sunan Meksika merkezli bir dijital sosyal inovasyondur.

<https://vitau.mx>

- * Mindset health, hipnoterapi yönetimi ile huzursuz bağırsak sendromunu tedavi etmeyi hedefleyen dijital bir sağlık sektörü inovasyonudur.

<https://www.mindsethealth.com>

- * AudioFocus, tek kulağı duyan veya kulakları az duyan bireylerin kalabalık ve gürültülü alanlarda bireylerin birbirlerini duymalarına yardımcı olan dijital bir uygulama örneğidir.

<https://www.audiofocus.io>

- * Revercare, kullanıcıların yaşlı ebeveynlerinin bakımlarını kolaylaştırması amacıyla kurulmuş bir platformdur. Aileler ile sosyal çalışmacılarını bir araya getirip eğitim sunmaktadır.

<https://www.revercare.com>

- * Stoic, stresi azaltma ve iyi ilişkiler geliştirme noktasında yol göstericilik yapan duygu izleme uygulamasıdır. Bu anlamda terapi kökenli bir dijital sosyal inovasyon örneğidir.

<https://stoicroutine.com>

- * Blokzincir (blockchain) teknolojisi günümüzde en çok konuşulan dijital çözümlerden birisi haline gelmiştir. Merkezi bir doğrulama ve otorite olmaksızın, şifre bilimi yasaları ile güvenilir ve şeffaf çözümler “blokzincir” olarak tanımlanıyor. Blokzincir teknolojisinin sosyal hizmetlerde kullanım örnekleri de bulunmaktadır. Örneğin Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı kapsamında Ürdün’deki mülteci kamplarında nakit yardımları blokzincir sistemi üzerinden aracı banka ve fiziki paraya ihtiyaç olmadan gerçekleştirilmektedir. Kampta yaşayanlar kamptaki markete gittiklerinde göz taraması ile güvenlik doğrulaması sonrası alışveriş ödemesini gerçekleştirmektedir. Bu sayede yardım direk ilgili kişiye ulaşıyor. Bu durum yardımların araçlar veya hırsızlıklara maruz kalmadan yardım alabilmelerini sağlıyor. Bu durumun ölçülebilirliği, kamp içindeki marketlerin gücü kötüye kullanması ile fiyatların artması gibi sonuçları olduğu da eleştirilen konular arasındadır.

2.2. Türkiye’de Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon

2.2.1. Sosyal İnovasyon Örnekleri

Ekonomik buhran dönemlerinde yaşamış, barınma ve yiyecek ihtiyacını karşılamak için çalışmakta olan çocuklar günümüzde 60 yaş ve üzeri kimseleri temsil eder. Bu insanlar eğitim ve öğretim alma ihtiyacı hissetmiş olsalar bile imkânsızlıklardan dolayı okula gidememişlerdir. Ama Türkiye’de günümüzde Anadolu Üniversitesi’nde ilk defa açılan, günümüzde Erzurum Atatürk Üniversitesinde ve İstanbul Üniversitelerinde de eğitim veren “*Açık Öğretim Fakülteleri*” bu eğitim alma ihtiyacını karşılamak üzere kurulmuşlardır ki Türkiye’deki en büyük ve en önemli sosyal inovasyon örneği olarak gösterilebilir. Açık öğretim fakülteleri ile uzaktan video ve kitaplarla bilgi sahibi olabiliyor ve örgün öğretim dışında lisans veya ön lisans diploması alınabilmektedir.

Ayrıca Satı ve diğerleri tarafından (2013) e-üniversite uygulamaları ile ilgili yapılan çalışmada e-üniversite olabilmek için üniversitelerin neler yapabileceği, avantajları ve dezavantajları açıklanmıştır. Pandemi dönemlerinde e-üniversite alt yapısını kurmuş üniversitelerin hiç zorlanmadan eğitimlerine devam edebildiği görüldüğünde e-üniversite kavramının ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Oteller, restoranlar, yemekhaneler, marketler ve gıda üreticilerinin hizmetine sunulan ve toplumsal faydayı amaçlayarak fazla gıdaları etkin yönetmeye imkân veren girişim “*fazlagida.com*” Türkiye’den başarılı sosyal inovasyon örnekleri arasındadır. Gıdaların atık olmadan mümkün olduğunca geri dönüşümünün sağlanmasına çalışılmakta; israfı engelleyerek ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Böylelikle ihtiyaç sahiplerine daha uygun fiyatla gıdaları ulaştırarak açlık ve yoksulluğun azaltılması konusunda başarılı bir sosyal inovasyon örneği olarak toplumda bir sosyal probleme çözüm sunmaktadır.

Türkiye’de yaşlılar ve aile yanında yaşlılara bakan akraba veya bakıcıların faydalandığı ve kurum bakımı yerine yaşlı bireylerin en çok tercih ettiği aile yanında bakım hizmetinin etkin şekilde sağlanabilmesi için geliştirilmiş ve 5378 sayılı Engelliler Kanunu ile yürürlüğe girmiş “*Evde Bakım Ücreti*” de bir sosyal inovasyondur. Burada önemli olan nokta yaşlının sosyal ve fiziksel çevresinden uzaklaşmadan bakımın yapılmasıdır. Evde bakım aylığı, evde bir fiil

yaşlının bakımını yapan ve kanunda belirtilmiş şartları sağlayan kişilere net bir asgari ücret tutarında verilmektedir. Bu noktada yaşlılar ve bakımını üstlenenler için bir sosyal inovasyon örneği olarak yerini almaktadır.

Ayrıca “Alo 144 Sosyal Yardım” hattı ve “Alo 183 Sosyal Destek” hattı çağrı merkezleri Türkiye’de sosyal hizmetlerde yapılmış sosyal inovasyonlardandır. Evde tabletler aracılığıyla okuldaki eğitime destek veren “Otsimo” ve sosyal medya ve online uygulamalar ile işitme engellilere Türk İşaret Dili üzerinden eğitimler veren “Anlataneller” gibi sosyal inovatif çalışmalar otizmli ve işitme engelli bireyler için çözümler sunmaktadır. İlki 2008 yılında İzmir’de kurulan, engelli bireyler için özel tasarım evlerde bakım ve sosyal hizmet sağlanması için kurulan “Umut Evleri” topluma aktif olarak kaynaştırılma modeli ile iyi bir sosyal inovasyon örneğidir. Şiddete maruz kalmış kadınların sığınabileceği, 2009 yılından bu yana hizmet veren “Mor Çatı” kadın konukevleri; kadınların barınma, psikolojik, sağlık ve eğitim gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla hizmet vermeye devam etmektedir. Kadınlara yönelik son dönemde yapılmış en iyi sosyal inovasyon örneklerinden birisidir. Ve yine Muhammed Yunus’un mikro kredisine benzer 2002 yılında Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV) tarafından kurulmuş olan MAYA da kendi işini yapmak isteyen veya mevcut işini büyütmek isteyen kadınların mikro girişimlerinin desteklenmesini amaçlamıştır.

2.2.2. Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri

Sosyal inovasyon araştırmaları ve çalışmaları son 10 yılda Türkiye’de hız kazanmış olsa da dijital sosyal inovasyon çalışmaları yeni yeni ivme kazanmaktadır. Bu anlamda yasal alt yapılar ve Dijital Dönüşüm Ofisi gibi *kamusal organizasyonların* kurulması dijital çalışmaları hızlandırmaktadır. Dijital okuryazarlığın artırılması ve dijitalleşme uzmanı sayısına hâlâ ciddi oranda ihtiyaç olsa da Türkiye bankacılık ve telekomünikasyon sektörlerinde dünyadaki öncü ülkelerdendir. Deloitte’un 2018 yılında yayınladığı “Dijital Banking Maturity” raporunda Türkiye dijital şampiyonlar arasında gösterilmektedir. (Deloitte, 2018: 9)

- BCTR (Blockchain Türkiye) platformu çalışma grupları sonrası bazı raporlar üretmektedir. Bu raporların ücretsiz olarak indirilebilmesi için BKM Express (Bankalar Arası Kart Merkezi) ile iş birliği yapılmıştır. Önceden belirledikleri sivil toplum kuruluşlarına en az 1 TL bağışta bulunarak raporu cihazlarına indirebiliyorlar. Bu başarılı bir dijital sosyal inovasyon örneklerindendir. (Blockchain Türkiye, 2019)
- E-devlet platformu kamunun sunduğu en başarılı dijital sosyal inovasyon ürünü sayılabilir. Birçok kurum ve kuruluşun tek bir çatı altında birçok kamu hizmetini sunduğu bir platformdur. 2007 yılında hizmet vermeye başlayan portalde 637 kurum 44,7 milyon kullanıcıya 5.099 hizmeti web üzerinden ve 2.393 mobil uygulama üzerinden sunmaktadır. (Türkiye.gov.tr, 2019)
- Türkiye’de sosyal hizmetleri birebir ilgilendiren dijital sosyal inovasyon örneği olarak SOYBİS (Sosyal yardımlar bilgi sistemi) gösterilebilir. Sosyal yardım ihtiyacı olan bireylerin tespitinin insan odaklı olmaması, sosyal yardım başvurusunda bulunan

bireylere mükerrer yardımın önlenmesi, kaynakların etkin ve adil kullanılması amaçlı bir dijital sosyal inovasyon projesidir. E-devlet bağlantısı da bulunan bu sistem tüm sosyal hizmet paydaşlarının yararına olan bir yeniliktir. Kurumlar arası veri paylaşımı güvenli bir şekilde yapılmaktadır. Programın en önemli yararı müracaatçının başvuru sürecini kolaylaştırırken; bir müracaatçının eş zamanlı farklı kurumlardan sosyal yardım almasını engellemesidir. (Özmete, 2013: 3) SOYBİS sistemi, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarınca aktif olarak kullanılmaktadır (Yeşilirmak, 2010).

- 2015 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından E-devlet platformu ile entegre şekilde hizmet sunan E-nabız platformu kişisel sağlık kayıtlarının tutulması, kişinin istediği kişi ve kurumlarla paylaşılması amaçlı geliştirilmiş web ve mobil uygulama çözümleridir. Kişisel ve ailesel sağlık tarihçesi sunarken, 112 acil yardım butonu ile acil ambulans erişim hizmeti sunmaktadır. 7/24 online platformlardan kişisel kayıtlara ulaşılabiliriyorken giyilebilir teknolojilerden de sağlık kayıtları beslenebilmektedir. Aile doktorlarına, fizik tedavi uzmanına, psikolog ve psikiyatristine alerji test sonuçları, kan tahlil sonuçları, görüntülü inceleme rapor sonuçları, krizler, organ bağışı, hastalık geçmişi ve tedavi geçmişi gibi hastaya özel bilgilere erişim izni uzman bazında yapılabilmektedir. E-devlet şifresi ile sisteme girilebilirken ayrıca T.C. kimlik numarası ve e-nabız şifresi ile de platforma giriş yapılabilmektedir. Giriş sonrası izinler ve doktor randevuları tek bir platform üzerinden yapılabilmektedir. Bu anlamda sağlık verilerini dijitalleştiren başarılı bir kamu hizmetidir. Ayrıca Sporcu sağlığı bilgi sistemi ile sporcuların, ilaçların etken maddelerinin Dünya Anti-Doping Ajansı (WADA) yayınlarına göre doping etkisine sahip olup olmadığı bilgisini sorgulayabilecekleri bir platform da e-nabızda bulunmaktadır.
- Yine Sağlık Bakanlığı'nın sunduğu MHRS devlet hastanelerinden doktor randevusu alma mobil uygulamaları başarılı bir dijital sosyal inovasyon örneğidir.
- Engelsiz Sağlık İletişim Merkezi mobil uygulaması (ESİM) ile Sağlık Bakanlığı, öncelikle engelli ve yaşlı bireylerin nihayetinde tüm bireylerin kullanabilmesi için mobil uygulama geliştirmiştir. Öncesinde profil kaydı oluşturup TCKN, isim, soy isim bilgileri ve konum izinleri verdikten sonra doktor randevusu alabilir, çeviri desteği talep edebilir ve tek butonla anında bulunduğu konuma acil ambulans çağırma hizmeti sunarak kamunun sunduğu en başarılı dijital sosyal inovatif sosyal hizmet projelerinden birisi konumundadır.
- T.C. Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi tarafından geliştirilen “Mobil Kaza Tutanağı” uygulaması kaza sonrası tutanak doldurma işleminin mobil cihazlardan hızlı ve kolayca yapılabilmesine imkân vermiştir.

- 2019 yılında devletin sunduğu bir hizmet olarak “Tek Durak” projesi başlatılmıştır. Fiziksel bir noktada e-devlet platformu üzerinden gerçek kişiye aracılık eden bir temsilci tarafından verilecek kamu hizmetleri ile dezavantajlı ve diğer bireylerin eşit şartlarda kamu hizmeti alması hedeflenmektedir. Dezavantajlı bireylere fiziki noktalarda hizmet verilirken hem de dijital anlamda bilgisi olmayanlar için farkındalık sağlanacak, dijital içerme (Digital Inclusion) uygulaması yapılmış olacaktır.

Kamu tarafından sunulan dijital sosyal inovasyon uygulamaları olduğu gibi *özel sektör ve sivil toplum kuruluşları* tarafından geliştirilen dijital sosyal inovasyon uygulamaları da bulunmaktadır.

- WeWalk.io, dünyanın en akıllı bastonu sloganı ile Türkiye’den çıkmış ve ünü dünyada birçok ülkede yayılmış global bir dijital sosyal inovasyon ürünüdür. Görme engellilerin kullandığı akıllı baston, baş hizasındaki engelleri ultrasonik sensor ile algılayıp titreşim vermektedir. Bu sayede görme engellilerin tabelalara kafalarını vurmalarının önüne geçmeyi amaçlamıştır. WeWalk mobil uygulaması ile eşleştirilip cep telefonunu ceplerinden çıkarmadan navigasyon alabilmektedirler. Google haritalar ve Amazon Alexa ile entegre şekilde sesli komut ile çalışabilmektedir.
- “Yuvarla.org” ve “givin.co” gibi dijital sosyal inovasyonlar Türkiye’den başarılı örneklerdir. Yuvarla.org; sunduğu api ile bankalar, sivil toplum kuruluşları ve özel şirketler ile entegrasyon kurmaktadır. Müşteriler alışveriş sonrası veya bankaların internet ve mobil bankacılık uygulamalarından kredi kartı borcunu öderken küsuratını bir sonraki TL’ye yuvarlayarak kuruluşları damla damla biriktirip sosyal fayda amaçlı harcamak üzere sosyal yardımlar yapan sivil toplum kuruluşu, vakıf ve derneklerin havuzlarına akıtmaktadır. Yuvarla komisyon ücreti almaksızın sponsorluk üzerinden kâr modelini yürütmektedir.

Toplumsal etki uyandıran, Türkiye’deki sosyal inovasyonları destekleyen İmece, Bilgi Genç Sosyal Girişimci Ödülleri, Changemakers ve Xchange gibi platformlar sosyal inovatörlerin itici gücü olan organizasyonlardır. Bu tür inovatörleri destekleyen organizasyonlar, sosyal inovasyonun niteliği ve kapsamını da geliştirmektedir.

- Öğrenciler okul ihtiyaçlarını karşılamak için burslara ihtiyaç duymaktadırlar. “E-bursum”, burs vermek ve burs almak isteyen birey, sivil toplum kuruluşu ve şirketleri dijital bir platformda buluşturarak sosyal bir olguya çözüm bulan bir dijital sosyal inovasyon örneğidir.
- “Givin”de ise kullanılmayan eşyalar, desteklemek istenilen proje seçilerek satışa çıkartılıyor. Satılan eşyanın geliri seçilen proje ve sivil toplum kuruluşunun hesabına aktarılmaktadır. Alan ve satan kişiler bir amaç için alışveriş yapmış olur. Kullanılmayan eşyalar da ekonomiye kazandırılmış ve tasarruf sağlanmış olur. Gelirin 80%’i sivil toplum kuruluşunun hesabına iletilirken, 20%’si Givin’e kalmaktadır. Givin, sürdürülebilir gelir modelini bu şekilde oluşturmuştur.

- Turkcell'in alt yapı desteği ile Özel Medikalpark Hastanesi ile geliştirdikleri 5G ile ambulans içerisinde uzaktan ultrason ile teşhis koyabilme hizmeti geliştirilmiştir. Bu hizmet 5G hızında, sim kart üzerinden sağlanan internet bağlantısı ile gerçekleşmektedir. Anlık veri iletimi ile uzman hekim hastanede iken ambulanstaki hastanın teşhisini hastaneye gelmeden önce yapıp ameliyat planlaması yapabilmektedirler.
- “Albert.health”, hastaların doğru zamanda, doğru dozu almalarına ve bakıcılar için hayatı kolaylaştırmasına yardımcı olan ses temelli sağlık asistanı uygulaması olarak hizmet vermektedir. Mobil uygulama üzerinden sağlık verileri kayıt altına alınmakta, izlenebilmekte ve paylaşılabilir.
- Bulut tabanlı, SaaS modelinde sağlık hizmetleri sunan “Bulut Klinik”, sağlık kurumlarına web tabanlı, çoklu dil desteği ile sağlık hizmetleri sunabilmelerine imkân tanımaktadır.
- “HippocrApp”, Kocaeli Üniversitesi Teknoparkında geliştirilmiş sadece doktorlar ve diş hekimlerine hizmet veren konsültasyon ve iletişim platformu olarak başarılı bir dijital sosyal inovasyon örneğidir. Kayıt sonrasında tanınan ya da takip edilmek istenen hekimler listeden bulunarak takip edilebilir ve bağlantı isteği gönderilebilir. Vakalar dosya formatında oluşturulabilmekte ve istenen kişiyle, grupla ya da aynı branştaki tüm hekimlerle paylaşılabilir. Vaka yorumları alınabilmekte ve yorumlar onaylanabilir. HippocrApp'ta kongre ve kurs duyuruları, medikal gündem, hekimlere özel duyuru ve kampanyalar takip edilebilir.
- “FluAI” uygulaması, nezle, grip gibi üst yolunum yolu enfeksiyonlarında kullanıcıya kişisel analiz ve öneriler veren bir mobil sağlık uygulamasıdır. Hastalık belirtisi gösteren kişilerde, kişilerin ateş, öksürük vb. şikâyetleri ve boğazının fotoğrafı üzerinden yapay zekâ analizi ile durumu hakkında bilgiler ve öneriler sunmaktadır.
- Türk Telekom'un 2011 yılında sunduğu telefon kütüphanesi, görme engelliler için telefon üzerinden sesli kitap ve içerik hizmeti sunmaktadır. Şiirden romana, tarihten kişisel gelişime, deneme sınavlarından, betimlemeli filmlere 50'den fazla kategoride binden fazla sesli kitap, 20 adet dünyaca ünlü tablonun 20 ünlü isim tarafından seslendirilen betimlemeleri ve Anadolu Ajansı tarafından servis edilen anlık haberler bulunmaktadır. Kullanıcılar dinledikleri kitaba diledikleri zaman kaldıkları yerden devam edebiliyor, dinleme esnasında ileri veya geri alabiliyor, daha hızlı veya yavaş dinleyebiliyorlar. Anadolu Ajansı ve Boğaziçi Üniversitesinin de destek olduğu proje çok paydaşlı bir hizmettir.
- Sesli Adımlar mobil uygulaması, görme ve işitme engelli bireylerin alışveriş merkezi, havaalanı ve üniversite kampüsleri gibi alanlarda yardım almaksızın yönlendirilmelerini sağlamaktadır.

- Para Tanıma mobil uygulaması ile de görme engelliler mobil cihazları ile resim işleme (image processing) yapıp seslendirme yolu ile kolaylık sağlayan dijital bir dijital sosyal inovasyondur.
- Askıda ne var, gönüllü birey ve kuruluşların platforma bıraktıkları ürün ve hizmetlerden ihtiyacı olan üniversite öğrencilerinin faydalanmaları üzerine kurulmuş bir dijital inovatif üründür.
- Inosens, Geriatri, nöroloji, ortopedi, pediatri gibi rehabilitasyon alanlarına hitap eden Fizyosoft ürünü ile egzersizlerin video oyunları biçiminde oyunlaştırarak (gamification) tedaviyi kişiye özel hale getiren dijital sosyal inovasyondur.
- Spirohome, kronik solunum hastalarının evde kendi kendilerine ölçüm yapmalarını sağlayan yerli spirmetreyi geliştirmiştir. Nefes testi esnasında yönlendirerek ölçümler yapan mobil uygulaması ve spirocloud ürünü ile hizmet sunmaktadır.
- Orthero, diş ve çene bozukluğu tedavisinde kullanılan şeffaf apareyi yapay zekâ temelli dijital ortodonti yazılımı geliştirmiştir. Bu yazılımdaki çizimlerle kişiye özel şeffaf aparey 3D yazıcı ile üretilmektedir.
- Anlataneller.org.tr, duyma engellilere yönelik dijital okul olarak hizmet vermektedir. Engelli raporu ve engelli kartına sahip tüm bireyler ücretsiz olarak platforma üye olup matematik videolarından eğitim alabilmektedir.

Dijital sosyal inovasyonların sürdürülebilir olması için iş planlarını ve gelir modellerini iyi kurmuş olmaları gerekmektedir. Ancak öncesinde Dörtlü Sarmal'daki en geniş perspektifte olan ve denetleyici rolü de kendinde barındıran “Devlet/Hükümet” ‘in yasal düzenlemeleri, fonlama, hibe ve destek süreçlerini kurmuş olması beklenmektedir. Sivil toplum kuruluşları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar sosyal problemlere çözümler geliştirerek devletin üzerinden bazı operasyonel yükleri de alacaktır. Dijital sosyal inovasyonların sürdürülebilir hale gelmesi, hükümetlerin hedeflediği sosyal refaha erişmek için katalizör görevi görmektedir. Türkiye’de daha çok dijital sosyal inovasyon uygulamalarının geliştirilmesi için yasal alt yapının kurulması ve kamusal reformların hızlanması ve fonlama mekanizmalarının yönetilmesi gerekmektedir. Bu anlamda kamu tarafında çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

2.3. Sosyal Hizmetlerde Dijital Sosyal İnovasyon

Sosyal hizmetlerin sunumunda mevcut metot ve tekniklere ek olarak dijital bilgi ve iletişim teknolojileri de kullanılarak yapılan hizmetlerin kalitesi, kitle sayısı ve hızı artırılabilir. Dünya’nın bir yerinde yapılan bir sosyal hizmetin hızla başka yerlerde de yapılabilmesi yani difüzyonu için dijital inovasyonlara ihtiyaç vardır. Bu anlamda maliyet avantajı da sağlayan dijital sosyal inovasyonlar, sosyal hizmetlerin sunumunda önemli rol oynar hale gelmiştir.

Voigt ve arkadaşları (2016) bilgi ve iletişim teknolojileri odaklı sosyal hizmetlerde sosyal inovasyonları; yeni ilişkiler kurmak veya paydaşlar arasında işbirliğini güçlendirmek, ortak oluşturmak ve/veya kamu değerinin yeniden tahsisini için açık süreçleri teşvik etmek için bilgi ve iletişim teknolojilerinin yenilikçi kullanımından ortaya çıkan, bireylerin yaşam boyu ihtiyaçlarına ve sosyal koruma sisteminin zorluklarına yeni veya daha iyi cevaplar veren yeni yapılandırmalar ve sosyal pratiklerin kombinasyonları olarak tanımlamışlardır. Ve yine operasyonel yaklaşım çerçevesinde 4 alt boyut olacağını bildirerek sosyal inovasyonun elementlerini şu şekilde tanımlamışlardır;

- İhtiyaçlara yönelik, sonuç odaklı üretim,
- Birlikte değer oluşturma ve iş birliğine açık süreçler,
- Değişen paydaş ilişkileri,
- Kamusal değer oluşturma veya yeniden tahsis etme.

Newfoundland and Labrador (NL) Sosyal Çalışmacılar Yasası tanımına göre (2010);

- Danışanlara doğrudan danışmanlık ve terapi hizmetleri sunmak,
- İnsani hizmet programlarını geliştirmek, teşvik etmek ve sunmak,
- Sosyal politikaların gelişimine ve iyileştirilmesine katkıda bulunmak,
- Sosyal hizmet biliminde, tekniğinde ve uygulamasında araştırma yapmak

suretiyle psiko-sosyal problemlerin değerlendirilmesi, iyileştirilmesi, önlenmesi ve bireylerin, ailelerin, grupların ve toplulukların sosyal, psiko-sosyal işleyişinin artırılmasına “*Sosyal Hizmet*” denir. Sosyal hizmet mesleği, toplumsal değişimi, insan ilişkilerinde problem çözmeyi ve insanların refahını arttırmada güçlenmelerini ve özgürleşmelerini teşvik eder (IFSW, 2000).

ASWB tanımına göre (2015: 4) de bilgisayarları (internet, sosyal medya, e-posta, online iletişim araçları) ve diğer dijital araçları kullanarak (sabit ve akıllı telefonlar, video teknolojisi);

- Halka bilgi verme,
- Danışanlara sosyal hizmetleri anlatma,
- Danışanlarla iletişim kurma,
- Gizli bilgi ve olay kayıtlarını tutma,
- Müşterilerle ilgili bilgileri depolamak ve bu bilgilere erişmek,
- Profesyonel hizmetler için ödemeye aracılık etme

işine “*Elektronik Sosyal Hizmetler*” denir. Sosyal hizmetler ve dijitalleşme kavramlarından önce Elektronik sosyal hizmetler kavramı kullanılmıştır. Dijital kavramı elektronik kavramının yerini almaya başlamıştır. Tuncay (2010), Bilişim teknolojilerinin yani günümüz dijital araçlarının kullanım düzeylerini sosyal politika ve toplum düzeyi, kurum yönetimi düzeyi, doğrudan hizmet sunumu düzeyi ve hizmet alanlar düzeyinde sınıflandırmıştır. Bu anlamda sunulacak hizmetlerin bu ana ve alt başlıklar altında olması ve sosyal hizmet paydaşlarını kapsaması beklenmektedir.

Tablo 5. Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Düzeyleri

Sosyal Politika ve Toplum Düzeyi	Kurum Yönetimi Düzeyi	Doğrudan Hizmet Sunumu Düzeyi	Hizmet Alanlar Düzeyi
Sosyal Politika Geliştirme	Bilgiyi Toplama ve Raporlaştırma	Profesyonellerin Çalışmalarını Yönetmesi ve Raporlaştırması	Eğitim ve Bilgilendirme
Bilgiyi Yaygınlaştırma	Karar Verme Sürecini Destekleme	Profesyonellerin Hizmet Alanlarla Etkileşimlerinin Desteklenmesi-Bilgi Edinme ve Test Uygulamaları	İnternet Destek Grupları
Kurumlar Arası Eşgüdüm Sağlama	Finansal Yönetimi Kolaylaştırma	Profesyonellerin Hizmet Alanlarla Etkileşimlerinin Desteklenmesi - Konsültasyon ve Analiz Uygulamaları	
	Etkili Personel ve Gönüllü Yönetimi		

Kaynak: Tuncay T., (2010)

Sosyal hizmet nasıl multidisipliner bir alan ise dijital sosyal inovasyon da multidisiplinerdir. Bu anlamda paydaşların eşgüdümünün, kamu ve özel sektör arasındaki rol paylaşımlarının önemi daha da artmaktadır. Ancak refah sistemlerinin yaklaşımlarında farklar bulunmaktadır ki bu eşgüdüm ve rol paylaşımı farklı görünümeler arz edebilmektedir. Sosyal demokratik sistemlerde kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları ön planda değildir. Muhafazakâr (Conservative) sistemlerde ise tam tersi çok güçlü bir üçüncü sektör bulunmaktadır. Liberal sistemde ise güçlü bağları olan özel sektör görülmektedir. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin artması sonucu, sosyal refah karması (social welfare mix) modeli ile reformlar gerçekleştirilmektedir (Langer A., Günther S. ve Diğerleri, 2013: 6). Dahası sanayi devrimi sonrası makineleşme ve teknolojinin gelişmesi ile yetişmiş insan gücüne olan ihtiyaç daha da artmışken günümüzde sanayi 4.0'a geçilmeye çalışılmaktadır. Bu çalışma ve süreç ne kadar inovatif ve toplumda büyük etkiler uyandıran çalışmalar yapılsa ve tüketim toplumundan çok yenilikçi üretim toplumu olunursa o denli başarılı olunabilecektir (Tuncay, 2005: 127). Ayrıca Cox (2001: 532) sosyal hizmetleri etkileyen güncel sosyal problemlerin; özelleşme, küreselleşmenin ekonomik ve sosyal değişim etkileri, bireyselleşmenin artması, teknolojik gelişmeler ve çok kültürlülüğe uyum olduğunu belirtmektedir. Tüm bunlar sosyal hizmette inovasyona duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır. Sosyal inovasyon ve sosyal girişimler daha çok günümüz şirketlerinde kurumsal sosyal sorumluluk veya halkla ilişkiler görevi görmektedir. Ancak sosyal inovasyon noktasında, toplumsal etkisi yüksek, başarılı uygulamalar da bulunmaktadır. Dijital sosyal inovasyonlar ticari yönelimlerden çok; açık (open), ücretsiz (free), işbirlikçi (collaborative) veya dâhil edici (inclusive) mekanizmalara ve platformlara sahiptir. Bu bakımda ele alındığında da denilebilir ki sosyal hizmetlerin sunumunda dijital araçlar hem bireysel uygulayıcı hem de kurum düzeyinde birçok yenilik, kolaylık ve fırsatı da beraberinde getirmektedir. Danışan kayıtları elektronik ortamlarda tutulup, web veya mobil tabanlı uygulamalarla birey ve gruplar için e-terapi yapılabilir. Sosyal çalışmacılar en çok online olarak danışanlarla iletişim kurup, e-terapi yapmayı kullanmaktadırlar (NLSAW, 2010: 4). Kurumlar düzeyinde ise bir ERP (enterprise resource planning) uygulaması gibi konumlanıp uçtan uca vaka kayıtları, personel takibi, faturalama, bütçe planlama ve raporlama gibi bir kuruluşun ihtiyacı olan planlama hizmetleri için imkânlar sunmaktadır. Nesnelerin interneti, robotik otomasyonlar ve bulut tabanlı yazılımların [(Saas Modeli (Service as a Service))] artması ile birlikte dijital araçların hem bireysel hem de kurumlar düzeyinde sosyal hizmetlerin sunumunda sosyal çalışmacılara daha çok fırsatlar sunması beklenmektedir.

Fırsatların olduğu yerde risklerin olması da kaçınılmaz olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde büyük veriye (big data) sahip olmak sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Kişisel verilerin gizliliğı gereğince, kişisel ve daha da önemlisi bireylerin dezavantajlılık durumları ile ilgili detaylı mahrem bilgilerin güvenliğı, bunların nasıl ve ne şekilde korunacağı ile ilgili ön hazırlıkların yapılması gerekmektedir. Siber güvenliğin (veri güvenliğinin ve veri korumanın) önemi artmıştır. Bu anlamda kamu tarafından yönetilen merkezi bir siber güvenlik ekibinin denetiminde profesyonellerden destek alınması gerekmektedir.

Sanayi 4.0 ile birey, grup ve toplumları farklı sosyal problemler beklemektedir. Örneğin yapay zekâ, robotik otomasyon ve nesnelerin interneti ile makinelerin operasyonel işleri yapabilmesi ile işsizliğin daha da artabileceğı değerlendirilmektedir. Aynı zamanda farklı iş alanları da açılabilir. Kendisini yenileyemeyen, eğitim ile yönlendirilmeyen veya sertifikalandırılmayan bireylerin işsizlik olgusu ile karşılaşmalarının olası olacağı düşünülmektedir.

2.3.1. Sosyal Hizmetlerin Dijitalleşmesinde Araçlar

Dijitalleşme; dijital araçlar vasıtası ile daha yüksek yaşam standartları ve düşük fiyatlarla çok kişiye ulaşarak verimlilik ve daha yüksek fayda getirileri ile geri dönmektedir. Kısa vadede proje ve yatırım planlaması ile yüksek maliyetli gibi görünse de iyi bir iş planı ile uzun vadede sürdürülebilir fayda sağlamaktadır. Bu durum bazı iş alanlarının yok olmasına, kimisinin yok olmasına kimilerinin de dönüşüm geçirmesine sebep olabilir. İş ihtiyaçları değişecek ve dolayısı ile işlerin içeriğı ve o işleri yapmak için gereken insan kaynağı gereksinimleri de değişiklik gösterecektir. Bu anlamda dijital becerileri ve dijital bakış açıları gelişmiş bireylerin istihdamı ve kazancının daha yüksek olması beklenmektedir.

Dijital sosyal inovasyonların sosyal problemlere çözüm için çok yüksek potansiyeli bulunmaktadır. Dijital dönüşüm, dijital inovasyon araçları ile problemlere çözüm sunulduğunda gerçekleşmektedir. Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi için öncelikle dijitalleşmede kullanılan araçlardan bahsetmek gerekmektedir. Açık veri, açık bilgi, açık ağlar, açık internet, açık inovasyon gibi kavramlar sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi için araçlardır. 4. sanayi devriminin yaşandığı günümüz toplumunda sosyal hizmetlerin sosyal inovatif ürünlerle desteklenmesi için sosyal ürün geliştirme süreçleri ve araçları da önem arz etmektedir.

Şekil 10. Sanayi 4.0’da Sosyal Ürün Geliştirme Araçları



Kaynak: Forbes H. ve Schaefer D., (2017)

Bu araçlara, dijitalleşmenin günümüzdeki araçlarından yapay zekâ, veriden bilgiye (information) ve bilgeliğe (knowledge and wisdom) ulaşabilmek için büyük veri araçlarının kullanımı önemli bir hal almıştır. Şekilde görüldüğü üzere sanayi 4.0’da sosyal ürün geliştirme araçları katmanlardan oluşmaktadır.

İlk katman olan *küreselleşme 3.0* (Globalisation 3.0) ile anlatılmak istenen aslında birey ve grupların küreselleşmesidir (Walker, 2007: 19). Çin, Amerika ve Rusya’daki ürünlere 3-4 gün içerisinde ulaşabilir olmak ve yaşadığın ülkeden uzaktaki tüm ülkelere pazar yerleri aracılığıyla ürün satabilir olmak o kişi veya şirketlerin küreselleştiğinin de göstergesidir. Yine küreselleşme 3.0’dan Sanayi 4.0’a (Industry 4.0) geçişte belirli araçlar bulunmaktadır. Bu araçlardan geçişi hızlandırma işlevi görenler “Yüksek Hızlı İnternet” ve “Satın Alınabilir 3 Boyutlu Yazıcılar (3D Printers)” dır. Yüksek hızlı internet deyince aklımızda ilk fiber optik ağlar ve 5G mobil internet gelmektedir ki 5G için de fiber ağların önemi çok büyüktür (Zhang, 2014: 682). Yüksek hızlı internet; skype, whatsapp gibi iletişim araçlarında görüntülü ve sesli iletişim için ve en nihayetinde sanayi 4.0 için oldukça önemlidir. Önemli kilometre taşlarından birisi de 3 boyutlu yazıcılarla üretmek istediğiniz ürünün prototipinin hızlıca yapılması, esnek tasarımlarla hızlıca ürünü yenileme ve toplu üretimin en az hata ile yapılabilmesidir.

Bir sonraki katman *sosyal ağlar*dır. Sosyal ağlar; kitlesel fonlama (crowdfunding), kitlesel kaynak kullanımı (crowdsourcing) ve kitlesel iş birliği (mass collaboration) için katalizör görevi görmektedir. Bu süreçlerin olabilmesi için sosyal ağlara ihtiyaç bulunmaktadır. Dijital sosyal inovatörler sosyal medyayı fikirlerini daha çok kişiye ulaştırmak için kullanırlar.

Ayrıca inovatörler inovasyonlarını gerçekleştirebilmek ve ürünlerini ortaya koyabilmek için sermayeye ihtiyaçları olacaktır. Bu sermaye genelde genç sosyal inovatörlerde bulunmamaktadır. Bu nedenle kitlesel fonlama veya hibe, hızlandırma ve devlet fonları ile fikirlerini hayata geçirebilme imkânlarını yakalarlar. Günümüzde ödül bazlı, bağış bazlı, hisse bazlı ve borç/kredi verme bazlı kitlesel fonlama çeşitleri bulunmaktadır (Bock J. Ve diğerleri, 2014: 249). Kickstarter, Arıkovanı gibi ödül bazlı kitlesel fonlama araçları örnek olarak gösterilebilir. Dijital sosyal inovatörlerin en çok ihtiyacı olan bu süreçtir. Nasıl sermaye sağlayacağı, ürününü nasıl üreteceği/geliştireceği ve sürdürülebilirlik açısından nasıl bir kâr modeli kurması gerektiğini iyi bilmesi gerekir.

Düşünce aşamasını kitlelere açarak kitlesel manada farklı kültür, birey, tarz ve mesleklerdeki kişilerle beyin fırtınası yaparak artı değerler veya ürünler ortaya çıkmasına “kitlesel kaynak kullanımı” denmektedir. Üçüncü katman olan *kitlesel iş birliği* ise birçok kişinin fikir ve zekâsını kullanma sürecidir. (Doan, 2011: 87) Wikipedia, *ekşisözlük* gibi platformlar buna örnek olarak gösterilebilir. Kitlesel kaynak kullanımı, fikir sağlayıcı rolü ile kitlesel iş birliğinden ayrılır. Bir sonraki araç açık inovasyon (open innovation), bilgilerin, dataların ve yeniliklerin halka açılması ve kullanıma sunulması demektir. Tabi bilgi güvenliği riski oluşturmayan, kişisel veriler içermeyen veri ve bilgiler paylaşılmaktadır (Chesbrough, 2006).

Üçüncü katma içinde yer alan bulut tabanlı tasarım ve üretim (Cloud Based design & manufacture) sanayi 4.0’da çok önemli 2 süreçtir. SAAS (service as a service) modelinde birçok yazılım bulut tabanlı sistemlerle büyük kazanımlar elde etmiş ve inovasyonlarını kitlelere yaymıştır. Yemeksepeti, Apsiyon gibi hizmeti merkezi bir sisteme dönüştürmüş başarılı örnekler bulunmaktadır. Alibaba.com ise bulut tabanlı üretim yapan ve yapmaya olanak sağlayan şirketlerdendir. Yine üçüncü katman içinde yer alan nesnelerin interneti (internet of things) ve hizmet interneti (internet of services) sanayi 4.0’a ulaşmadaki son araçlardır. İnternete bağlı nesneler tarafından verilen hizmetler de hizmet interneti olarak tanımlanır (Mulholland, 2014) İnternet üzerinden haberleşen, siz evde yokken çiçeklerinizi sulayan, eve gelmeden önce arabanızın eve yaklaştığını bildirmesi ile klimayı ve perdeleri açan akıllı evler örnek olarak verilebilir. Katman içindeki açık inovasyon ise açık verilerden oluşur ve bu verileri kullanarak büyür. Araçların interneti merkezi bir trafik sistemine nereden gittiği bilgisini ve konumunu verdiğinde diğer sürücülerin farklı alternatifler kullanmasını sağlamaktadır. Google Haritalar ve Yandex navigasyon buna örnek olarak gösterilebilmektedir.

4. sanayi devrimi (sanayi 4.0) tüm bu yeni teknolojik alt yapılar üzerine kuruludur. Maynard (2015: 1005) sanayi 4.0’ı şöyle tanımlar: “Çerçeve, mal ve hizmet üretimini dönüştürmek amacıyla dijital ve fiziksel teknolojilerin ürün değer zinciri boyunca birleştirilmesini temsil eder.” Bu tanım sosyal hizmeti de kapsamaktadır. On yıllardır kullanılmakta olan inovasyon ve sosyal inovasyon kavramından uzak kalamayacak olan sosyal hizmetlerde sosyal inovasyon olgusunu ve dijitalleşmenin buna nasıl katkı sağlayabileceğini incelemek gerekmektedir. İnsanlar, gruplar, şirketler, toplumlar değişiyor ve değişmeye devam edecektir. Bu değişim ve dönüşümü yönetmek ve olumlu manada ivme kazandırmak da yine organizasyonlar içerisinde yer alan birey ve gruplara düşmektedir. Sosyal hizmetler de kendisini yenilemekte ve topluma büyük anlamda etki oluşturma potansiyeline sahip

dijitalleşme araçlarını kullanabilmektedir. Sosyal hizmetlerin dokunduğu kitleler (dezavantajlı gruplar) ve bu kitlelerin girift sosyal problemlerine çözüm getirmede bireylere, sivil toplum kuruluşlarına, özel şirketlere ve en başta da kamu (devlet) sektörüne ciddi görevler düşmektedir. Sosyal hizmetlerde temel girdi insandır ve insanın hayatına olumlu katkıda bulunacak yenilikler sosyal inovasyonlardır. Sosyal inovasyon sürecinde dokunduğu tüm paydaşlara artı değer katmayı hedefler.

Dijital sosyal inovasyon bir sosyal hizmet işletmesine yeni fırsatlar sunar. Bozkurt'un (2015: 92) ifadesiyle;

- Çalışan sadakati ve müşteri bağlılığı noktasında ciddi katkıları bulunur.
- İşletmenin verimliliğini artırır ve rakipleri arasında rekabet avantajı sağlar.
- Daha inovatif ürün/hizmet veya süreçleri bulmak için AR-GE yapmaya teşvik eder.
- Kurumsallaşmayı destekleyerek, sosyal sorumluluk değerlerine de olumlu katkılarda bulunur.

Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi ve internet tabanlı olarak sunulması birçok paydaşa avantaj sağlamaktadır. Sosyal politikacılar için; politika geliştirme, bilgiyi yaygınlaştırma, kurumlar arası eşgüdümü sağlama, kurum yöneticileri için; bilgiyi toplama ve rapor haline getirme, karar verme süreçlerini destekleme, finansal yönetimi kolaylaştırma, etkili personel ve gönüllülük yönetimi konusunda yardımcı olacaktır (Tuncay, 2010: 4). Günümüz yönetim metodolojilerinde büyük veri (big data) ve bu veriyi iş zekâsı (business intelligence) ile işlemenin önemi daha da artmış durumdadır. Veriyi (data) bilgiye (knowledge) dönüştüremeyen organizasyonlar dijital dönüşümde rekabet avantajı kazanamayabilirler.

Dünyada sosyal problemler çeşitlendikçe bu problemlere farklı çözüm yolları arama ihtiyacı da artmıştır. Sosyal hizmetlerde farklı bakış açıları geliştirmek, yenilikçi dijital çözümler için sosyal çalışmacılara sorumluluklar düşmektedir. Sosyal çalışmacılar, mühendisler, inovatörler, kamu ve sivil toplum kuruluşları sinerjisini sağlamada başat rol oynadıkları durumda kitlesel iş birliği alt yapısını oluşturabileceklerdir. Uzman oldukları alt dallarda ilgili paydaşları bir araya getirerek dijital sosyal inovatif ürün, hizmet veya süreçler ortaya koyabilmektedirler.

Bilinen ilk ücretli terapi hizmetini 1995 yılında veren Sommers güvenli web sitesi üzerinden online danışma hizmeti sunmuştur (Skinner ve Zack, 2004). Sosyal hizmetlerde de bilinen hizmetler (ilk yazışma, form ile bilgi toplama gibi) ilk olarak 2000'li yılların başında olmuştur (Finn ve Barak, 2010). Günümüzde yüzlerce online danışmanlık hizmeti sunan site bulunmaktadır. Örneğin kaygı ve yeme bozukluğu yaşayan, bipolar bozukluğu olan, evlilik içi şiddet ve çatışma yaşayan, bağımlılıkla mücadele eden bireyler ve gruplar, canlı video konferans veya chat yöntemi ile online danışmanlık alabilmektedirler (Haberstroh, 2009). Anlatmak istediğim odur ki; sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi ve bilgi teknolojilerinin araçlarından faydalanmasının hem sosyal çalışmacılara hem de sosyal hizmetlerden faydalanan paydaşlara ciddi katkıları olacaktır.

Kitlesel iş birliği, kitlesel kaynak kullanımı ve kitlesel fonlamalar temelli sosyal inovasyonlar, toplulukların katkılarını aldığı ve güçlü yanlarından beslendiği için oldukça etkilidir ve sosyal probleme ve çözümüne en yakın olanıdır (Mulroy ve Shay, 1997).

Mulgan'a göre (2006: 147) sosyal hizmetlere konu olan aşağıdaki alanlarda daha çok sosyal inovatif fikir, ürün/hizmet veya süreçlere ihtiyaç bulunmaktadır.

- *Yaşlıların İhtiyaçları*: Emekli maaşı, barınma, kurum bakımı, sosyal destek ve şehirlerin onlar için daha erişilebilir hale getirilmesi gibi ihtiyaçları bulunmaktadır.
- *Göç Olgusu ve Kültürel Çeşitlilik*: Topluma kaynaşma, barınma, yiyecek ve su temini, dil eğitimi gibi entegrasyon problemlerinin önüne geçecek sosyal inovasyonlara ihtiyaç vardır.
- *Kronik Rahatsızlıklar*: Diyabet, eklem iltihabı ve şeker gibi kronik hastalıklardaki artış sosyal inovatif çözümlerle desteklenmesi ihtiyacı içermektedir.
- *Davranışsal Problemler*: Alkol, uyuşturucu bağımlılığı ve kumar gibi problemler sonucunda artan davranışsal problemlerin çözümü için sosyal inovatif çözümlere ihtiyaç vardır.
- *Yetişkinliğe Geçişin Zor Olması*: Gençlerin ergenliklerini zararsız şekilde atlatabilecekleri, meslek seçimi, yaşam tarzı, yaşadıkları ilişkilerdeki çetrefilli problemlerin çözümü için yenilikçi yaklaşımlara ihtiyaç vardır.
- *Suçluluk*: Suç işlemiş, hüküm giymiş ve ceza evinde cezasını çekip dışarı çıktıktan sonra tekrar suç işleme eğiliminde olmaları ve suç işlemelerin önüne geçerek topluma kazandırılmaları farklı bakış açılarından bakılmasını zorunlu kılmaktadır.
- *Refah Düzeyi*: Ekonomik dengesizlikler sonucu düşen refah düzeyinin mutsuzluğu artırması gibi sosyal olgulara yenilikçi çözümler getirmek gerekmektedir.
- *İklim Değişikliği ve Şehirleşme*: Şehir planlamasının yeniden ele alınması, ulaşım sistemlerinin yeniden sosyal problemler bağlamında gözden geçirilmesi, artan sosyal konut ihtiyacına yönelik ve küresel ısınma, iklim değişikliklerine uyum sağlama noktasında yenilikçi çözümler getirilmesi ihtiyacı bulunmaktadır.

2.3.2. Sosyal Hizmetlerin Sunumunda Dijital Kanallar

Dijitalleşmenin temel amacı benzersiz bir müşteri yolculuğu ve deneyimi sunmaktır. Bunun için süreçler iyileştirilmeli ve yeni iş yapış modelleri geliştirilerek ürün yerine müşteri merkeze konulması gerekmektedir. Ürün odaklılıktan müşteri odaklılığa, süreç odaklılıktan deneyim odaklılığa geçiş yaşanmaktadır. Müşteriye iyi bir yol haritası sunmak ve deneyimi iyileştirmek için önce o yollardan geçilerek empati yapabilir, müşteriyi anlayabilir durumda olunması gerekmektedir. Şirketler uzun ve gereksiz iş süreçlerini kaldırıp süreçleri sadeleştirdiklerinde veya öğrenen makinelerle devrettiklerinde (Robotik Otomasyon), müşteri deneyiminin kalitesini artırıp operasyonel iş yüklerinden de kurtulmaktadırlar. Yeni iş modellerine baktığımızda ise mevcut ürün, hizmet ve süreçlerin dijital platformlar ve paylaşım ekonomisi ile şekillendiği görülmektedir. Dünyada Uber ve Türkiye'de Bitaksi uygulamaları mevcut taksiciliğe yeni bir bakış açısı getirmiş, Airbnb ev paylaşım modeli ile otel ve motellere göre daha ekonomik, günlük kiralama modelleri ile dev şirketlere dönüşmüşlerdir. Paylaşım ekonomisi mantığını dijital araçlar kolaylaştırmıştır. Bu noktada dijitalleşmenin müşteri deneyimini iyileştirmek ve sosyal inovasyon için güçlü ve iyi bir araç olduğu söylenebilmektedir.

Danışan birey veya grupların dijital becerileri de bu anlamda önemlidir. Bu kişilerin yeterince bilgi ve tecrübesi yok ise dijital platformlarda sosyal hizmetleri sunmak yerine farklı

platformlarda yüz yüze iletişim tercih edilebilir. Dijital becerileri gelişmiş kişilerle, dijital kanallar ve çözümler aracılığı ile de uzaktan sosyal hizmetler sunulabilmektedir.

Tablo 6. Sosyal Hizmetlerin Dijitalleşmesinde Yardımcı Araçlar

Kanallar	Açıklama
Online danışmanlık	Birey ve gruplarla online video konferans ve yazışma ile sunulan sosyal hizmet
Telefon üzerinden danışmanlık	Telefon ile konuşma yöntemi ile danışanlara sunulan sosyal hizmet
Siber terapi ve avatar terapisi	Danışanlar ve sosyal hizmet uzmanlarının kendilerini avatarlar ve 3 boyutlu grafik veya karikatürlerle temsil edip, o karakter üzerinden yapılan bireysel veya grup terapisi
Web tabanlı müdahaleler	Danışanlara bazı sorular sorarak onların ruhsal ve mental sağlıkları ile ilgili yönlendirilmelerini, ne yapmaları/yapmamaları gerektiğini belirten bir sosyal hizmet
Mobil uygulamalar	Danışanların klinik semptomları, davranışları ve ruh halleri ile ilgili bilgi toplamak, bildirimler ile onları yönlendirmek veya riskli konumlara yaklaşıtlarında uyarlamak üzere cep telefonlarına yüklenen mobil uygulamalar ile yapılan sosyal hizmet
Sosyal ağlar	Facebook, linkedin gibi sosyal ağlar üzerinden danışanlarla birbirini takip etmek ve bu ağlar üzerinden konuşarak terapi
E-posta	Danışanlara belli konular özelinde düzenli e-posta gönderimleri yapılır
SMS	Danışanlar kriz durumlarında, öncesinde veya sonrasında SMS aracılığıyla bildirimler yapar, sosyal çalışmacı da SMS ile yönlendirmeler yapar

Kaynak: Reamer, (2014)

Sosyal medya kullanımı dijital çağda ciddi oranda artış göstermiştir. Sosyal çalışmacılar da sosyal medyayı kullanırken aşağıdaki durumlara dikkat etmelidir (NLSAW, 2018: 10):

- Danışanlarla veya eskiden ona danışmış kimselerle görüşmelerinde sınırları net koyar ve bu sınırı korurlar.
- Danışanların veya eskiden ona danışmış kimselerin mahremiyetini ve gizliliğini korurlar.
- Sosyal çalışmacılar çalıştıkları kurumun sosyal medya politikalarına uyarlar.
- Sosyal çalışmacılar, profesyonel ilişkilerin başlangıcında ve gerektiğinde danışanlarını sosyal medya politikaları hakkında bilgilendirirler.

Sosyal hizmet kuruluşları ve sosyal çalışmacıların hizmet sunumunda faydalanabilecekleri birçok araç bulunmaktadır. Bu araçlardan çok sık kullanabilecekleri bir tanesi uzaktan eğitim (e-learning) uygulamalarıdır. Danışanlarına ücretsiz erişimli online eğitim hizmetleri sunmanın bazı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Şöyle ki (Skillsforcare, 2013: 1);

Ücretsiz Online Eğitimlerin Avantajları;

- İnternet bağlantısı olan herkesin açık (MMOC (Massive open online courses)) olarak ulaşabilmesi ve ücretsiz olması,
- Online eğitim içeriklerinin düşük riskli olması,
- Gelişimi desteklemenin ve informal öğrenmenin iyi bir yolu olması,
- Danışanın en müsait olduğu anda yapabilmesi ve ona özel olması gibi esnekliklerdir.

Ücretsiz Online Eğitimlerin Dezavantajları;

- Web ortamında bulmak zor olabilir,

- İeriğın gncelliğı ve kalitesi bilinmeyebilir,
- Eğitim sonunda genelde değerlendirme testleri olmadığı için eğitimin hedefine ulaşıp ulaşmadığının bilinmesi zor olabilir,
- Eğitim genelde kayıt altına alınmaz,
- Modüller standartlara bağlı olmayabilir,
- Genelde teknik destek veya öğretici bulunmaz, danışan tek başına bu eğitimi alır.

İçerikler makale, tez, e-kitap olarak yazı şeklinde, video veya animasyon şeklinde olabilir. Sosyal medyanın avantajıyla bireyler ve küçük gruplar da hızlıca içerik üreterek kitlelere ulaşabilmektedirler. Sosyal alışmacılar, mikro bloglar, instagram ve youtube gibi sosyal medya araçlarında içerik üreterek danışanlara, kendi ağlarına ve sosyal hizmet paydaşlarına sosyal destek noktasında yardımcı olmaktadırlar. Üniversiteler veya kuruluşlar webinars (online seminerler) aracılığıyla odak-grup çalışmaları yapmaktadır.

Ayrıca sosyal çalışmacılar örneğın konuşma terapisi ile ilgili dijital uygulamaları önceden bilip, danışanların evde uygulayabilmeleri için onlara çalışmaları için yardımcı olabilir. Bu tür uygulamalar genelde oyunlaştırılmış (gamification) olduğu için sıkılmadan pratik yapma ve iyileşme süreçlerini hızlandırma fırsatları yakalayabileceklerdir.

2.3.3. Sosyal Hizmetlerin Sunumunda Temel Dijital Beceriler

Dijital sosyal inovasyonlar; sosyal hizmetler sunan kişi ve kurumlara fırsat ve avantajlar sunar. Dijital araçlar bürokrasiyi azaltıp hızı artırır, kısa vadede başlangıç maliyeti olan projeler ve geliştirme maliyetleri olsa da uzun vadede maliyet avantajı sağlarken şeffaflık ve içerme noktasında da (inclusion) bk katkıları bulunmaktadır. Tüm sosyal hizmet alışanlarının E-devlet sitesine girebilmesi, sosyal medya araçlarından en az bir tanesini kullanabilmesi, mobil uygulama veya web sitesi üzerinden online fatura ödeyebilmesi gibi temel bazı dijital becerilerinin olması beklenmektedir. Profesyonellerin kendilerinde bazı becerilerin bulunması gerekir ki danışanların da ihtiyaç duyduklarında onlara dijital anlamda yardımcı olabilmeleri beklenmektedir. Sosyal hizmet çalışanlarının temel dijital becerilerini Skillsforcare Organizasyonu (2016) 4 ana kategoride alt örnekleri ile açıklamaktadır;

Tablo 7. Temel Beceri rnekleri

Kategori	Temel Beceri rnekleri
Bilgi yönetimi	• Evde bakım; akıllı telefon aracılığıyla uzaktan izleme sisteminin nasıl kullanılacağını bilmek • Evde bakım / günlük destek; dijital bakım planının nasıl güncelleyeceğini bilmek • Evde veya kurum bakımı; dijital devir kayıtlarının ustaca nasıl güncelleneceğini bilmek • Bilgiye erişmek, düzenlemek, depolamak, etiketlemek ve almak için dosyalar, klasörler birlikte çalışmak • Emniyet ve güvenlik uygulamalarına duyulan ihtiyaç anlamak • Güvenli şifreler oluşturma ve kullanma • Bilgisayar virüs riskini nasıl en aza indireceğini bilmek
Veri paylaşımı	• Uygun verilerin meslektaşlar ile nasıl güvenle paylaşılacağını bilmek • Verileri diğer kuruluşlardaki / mesleklerdeki kişilerle güvenle paylaşmak • Parola korumasını güvenli bir şekilde nasıl kullanacağını bilmek • Dijital kayıtları doğru bir şekilde tamamlayabilmek • Güvenli bir şekilde bilgi depolayabilmek • Takılabilir ve çıkarılabilir depolama aygıtlarını güvenle kullanabilmek • E-posta almak ve göndermek

Dijital becerileri sosyal bakımda kullanma	• Birinin şeker hastalığı uygulamasını kullanmasına nasıl yardımcı olacağını bilmek • Düşme izlemesi cihazı olan birine nasıl yardım edeceğini bilmek • Çevrimiçi olarak birisinin hizmetlere erişmesine nasıl yardım edeceğini bilmek (yardım istemek, kira ödemek, randevu almak gibi) • Desteklenen bir kişi için yerel faaliyetleri araştırmak için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmak • Desteklenen bir kişi için uzak bir tıbbi konsültasyonu nasıl kuracağını bilmek
Öğrenme ve gelişme	• Bir öğrenme hesabı için giriş ve şifre oluşturabilme • Öğrenmenin tamamlandığına dair sertifika çıktısı alabilme • Bir tablet veya akıllı telefonla mobil öğrenime erişebilme • Bir portföy için eğitimi dijital olarak kaydedebilme • Bir sayfayı sık kullanılanlara ekleyebilme • İlgili bilgileri bulmak ve seçmek için arama tekniklerini kullanabilme • Bilgileri seçerken ve kullanırken para birimine, alaka düzeyine, önyargıya ve telif hakkına dikkat etme

Kaynak: Skillsforcare (2016)

2.3.4. Sosyal Hizmetlerde Teknoloji Kullanımının Standartları

NLSAW (2012) tarafından dijitalleşmenin ve bilişim teknolojilerinin sosyal hizmetler pratiğinde yer bulabilmesi için bu alanda çalışmaları olan sosyal çalışmacıların teknolojik araçlar kullanımını desteklemek ve teknolojiyi kullanırken uygulamada dikkat edilmesi gerekenlerin belirlenmesi, etik değerlerin vurgulanması ve tüm sosyal hizmet paydaşlarını en iyi kullanım standartları hakkında bilinçlendirmek amacıyla bir araya gelerek bazı standartlar geliştirilmiştir.

Tablo 8. Sosyal Hizmetlerde Teknoloji Kullanımının Standartları

No	Sosyal Hizmetlerde Teknoloji Kullanımının Standartları
Standart 1	Sosyal hizmet uygulamalarında teknoloji kullanımı, sosyal hizmet mesleğinin değerleri, etikleri ve ilkelerine dayanmaktadır.
Standart 2	Sosyal çalışmacılar, işlerinde bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirmeye devam ederken, teknolojinin kullanımında ve uygulamada yeterlilik sağlarlar.
Standart 3	Açık rıza sürecinin bir parçası olarak sosyal çalışmacılar, müşterilere işin doğasında var olan riskler, fırsatlar ve pratikte kullandıkları teknolojiler hakkında bilgi verir.
Standart 4	Sosyal çalışmacılar, tüm elektronik yazışmalarını kuruluş politikaları, etik standartlar ve uygulama rehberleri doğrultusunda saklarlar.
Standart 5	Sosyal çalışmacılar dijital teknolojiler kullanarak (yani online danışmanlık, online destek grupları, video konferans vb.) yaptıkları terapi veya sosyal hizmetleri sağlarken, yargı alanındaki sorunların farkında ve sorumluluğundadırlar.
Standart 6	Teknolojik araç ve yaklaşımları kullana sosyal çalışmacılar, bilgi toplama ve araştırmayı etik güvenilirliği sağlayacak şekilde yaparlar.
Standart 7	Sosyal çalışmacılar, çıkar çatışmaları, ikili ve çoklu ilişkiler ve teknolojinin pratikte kullanımına ilişkin sınırlamaların farkındadırlar.
Standart 8	Sosyal adalet konuları ile ilgili çalışma yaparken, politik bir eylemde bulunurken veya bir şeyleri savunurken teknolojiyi kullanan sosyal çalışmacılar, sosyal hizmet mesleğinin değerlerine ve ilkelerine bağlı kalırlar.

Kaynak: (NLSAW, 2012:2)

Sosyal çalışmacılar, Saas olarak bulut tabanlı veya bilgisayar üzerinde kurulu programlar aracılığı ile danışanlarının kişisel bilgileri, önceki görüşme kayıtları gibi bilgilerini tutabileceği, kendi portföylerini oluşturup kendilerine ait bir veri tabanı oluşturarak dijital teknolojilerle kurumsal hafıza oluşturabilmektedirler. Semptomların hızlıca kelimeler ile aranıp bulunabileceği, ilaçların yan etkilerinin görülebileceği, müşterinin belirtilerinin ve ruh hâli değerlendirmelerinin hızlıca girilebileceği bir sistem sosyal çalışmacıların verimliliğini ve mobilitesini artıracaktır.

BÖLÜM 3

DİJİTAL SOSYAL İNOVASYON ÖRNEĞİ: SOSYAL DESTEK UYGULAMASI

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bilim araştırmaya, araştırma da yönetime dayanır. Araştırmanın yöntemini araştırmanın amacı belirler. Yöntem, bilimsel bilginin diğer bilgi türlerinden ayrışmasındaki en önemli noktadır. Bilginin bilimsel olması için sistematik bir araştırma ile elde edilmiş olması gerekmektedir. Bilimsel bilgi üretimi için de yöntemin nasıl olacağı ve nasıl bir bakış açısı ile bilgilere ulaşıldığı önem arz etmektedir.

İnovasyon ve sosyal inovasyon kavramları daha önceden çalışılmış olsa da dijital sosyal inovasyon kavramının bazı odak grup çalışmaları ve Avrupa Birliği araştırmaları ile 2013 yılında başladığı, dijital teknolojilerin yaygınlaşması ile birlikte tüm dünyada 2016 yılının başlarında daha çok araştırılma eğiliminin olduğu görülmektedir (Google Trends, 2019). Mulgan vd. (2007), sosyal inovasyon ve Bria (2014) dijital sosyal inovasyon kavramı ile ilgili çok daha fazla durum araştırmaları yapılmasına ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmanın bu ilk aşamasında inovasyon, sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramlarının ne şekilde tanımlandığı, çeşitleri ve süreçleri, dijital sosyal inovasyonun sosyal hizmetteki yeri ve önemini irdelemek amaçlı literatür taraması yapılmıştır. Dijital sosyal inovasyon ile ilgili gerek uluslararası gerekse de ulusal tez arşivlerinde çok az sayıda çalışmanın olduğunun görülmesi araştırmacının nitel araştırma yöntemi ve “Keşfedici Araştırma” (Exploratory Research) yaklaşımını benimsemesini gerekli kılmıştır. Stebbins (2001), araştırma konusu görece yeni ise ve bu konu ile ilgili hiç çalışma yoksa veya çok az sayıda çalışma var ise keşfedici araştırmaların kullanılabileceğini belirtmiştir. Bubbie ise (2010) bu tür araştırmaların sosyal problemleri derinlemesine algılamaya çalışmayacağını, araştırmacının detaylı çalışma için ön bilgiye ulaşabileceğini ileri sürer.

Dey (2003) de nitel araştırmaların, araştırma yapılacak birey, grup veya toplumların sosyal yapıları ile ilgili daha zengin bir analiz ortaya koyacağını belirtir. Nitel araştırmalarda bireylerin araştırma konusu üzerine ne anlamlar yüklediği ile ilgilenmektedir. Nicel araştırmalardan farklıdır. Şöyle ki;

Tablo 9. Nicel ve Nitel Araştırma Yaklaşımlarının Karşılaştırması

Nicel Yaklaşım	Nitel Yaklaşım
• Nesnel olguları ölçer. • Değişkenlere odaklıdır. • Güvenilirlik kilit önemdedir. • Değerden bağımsızdır. • Kuram ve veriler ayrıdır. • Bağlamdan bağımsızdır. • Çok sayıda olay, özne söz konusudur. • İstatistiksel analiz gerektirir. • Araştırmacı tarafsızdır.	• Toplumsal gerçeklik, kültürel anlam inşa eder. • Etkileşim içerisindeki süreçlere, olaylara odaklanır. • Hakiki olma kilit önemdedir. • Kuram ve veriler kaynaşmıştır. • Değerler vardır ve açıkça görünür. • Durumla sınırlıdır. • Az sayıda olay, özne söz konusudur. • Tema analizi gerektirir. • Araştırmacı ilişki içindedir.

Kaynak: Neuman (2009: 21)

Araştırma kapsamında sosyal inovasyon, dijital sosyal inovasyon ve sosyal hizmetle ilişkisi bağlamında derinlemesine bilgiye ulaşabilmek amacıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorulardan yararlanılmıştır. Bu yöntem, araştırmacıya ve soruların sorulduğu kişilere esneklik sağlaması, cevaplara farklı sorularla yaklaşılabilmesi ve derinlemesine analize imkân vermesi açısından tercih edilmiştir. Dijital sosyal inovasyonun multidisipliner bir kavram olması nedeniyle farklı bakış açılarından veri aktarımına imkân vermesi de yarı yapılandırılmış görüşmeleri değerli kılmaktadır. Çalışmada da görüşme formundaki sorular çerçevesinde keşfedici araştırma ile elde edilen veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

3.1.1. Verilerin Sağlanması

Nitel araştırma yöntemi ile yapılacak araştırmada katılımcılar, örneklemin belirlenmesinde çok sık kullanılan “amaçlı örneklem” ile belirlenmiştir. Örnekleme yer alacak müdür, akademisyen, dijital ve sosyal alanda uzman kişiler ve sosyal hizmetlerle ilişik paydaşlar da amaçlı örneklemin bir alt metodu olarak isimlendirilen “maksimum çeşitlilik örnekleme” ile belirlenmiştir. Amaç, ortak veya paylaşılan olguların var olup olmadığını öğrenmeye çalışmak ve probleme farklı odaklar tarafından yaklaşabilmektir. (Yıldırım ve Şimşek, 2008)

3.1.1.1. Veri Kaynağı ve Araştırma Grubu

Veri kaynağı olarak ya da verilerin toplanması mülakat tekniğinin uygulanması uygun bulunmuştur. Mülakata katılanlara ilişkin bilgiler Tablo-10’da detaylı olarak verilmiştir. Araştırmanın yorum bölümünde değerlendirilecek katılımcılarla ilgili kod numaraları tablonun ilk sütununda yer almaktadır. Mülakat saati belirlenirken hem katılımcıya hem de araştırmacıya uygun olan gün ve saatlerin belirlenmesi için özel çaba gösterilmiştir. Bazı mülakatlar çoklu mülakatlar olarak gerçekleştirmiştir (bir gün içinde birden çok mülakat).

Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon konularıyla ilgili uzman ve bunun sosyal hizmetler boyutunda ele alabilecek kişilerin tümüne ulaşılması mümkün olmayacağı için bu konulardan birisi ile ilişkili uzmanlar ve akademisyenler seçilmeye çalışılmıştır. Sosyal hizmetler, sosyal inovasyon, dijital sosyal inovasyon ve dijital dönüşüm alanlarında uzmanlıkları bulunan 89 kişi belirlenmiştir. Potansiyel mülakat havuzu belirlenirken web araştırmaları, linkedin profilleri ve üniversitedeki bilimsel araştırmaları incelenmiş ve uzmanlıklarına kanaat getirilmiştir. Türkiye’nin İstanbul, Ankara, Kocaeli ve Yalova gibi çeşitli illerindeki kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları, inovatörler, akademisyenler, sosyal girişimciler ve kamu çalışanlarından oluşan 89 kişinin 74’ü ile çeşitli nedenlerden dolayı görüşme sağlanamamıştır. İletişim bilgisinin eksik veya yanlış olması, kişinin gönderilen e-posta’ya cevap dönmemesi, randevu alınması ancak kişinin randevuya gelemeyecek olması ve yeni bir randevu vermekten kaçınması, kişinin kendisinin bu alanlarda uzman olmadığını belirterek soruları yanıtlamak istememesi gibi nedenlerden dolayı bu kişilerle mülakat yapılamamıştır. Mülakat talebini olumlu karşılayan ve randevu veren 15 kişinin tamamı ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu kişilerle yüz yüze, her birisi yaklaşık 2 saat süren ve toplamda yine yaklaşık 30 saat süren mülakatlar yapılmıştır.

Tablo 10. Araştırma Grubuna Ait Profil Bilgileri

Katılımcı Kodu	Görevi	Görev Yaptığı Yer	Görüşme Tarihi
K1	Akademisyen	Üniversite	4.03.2019
K2	Akademisyen	Üniversite	7.03.2019
K3	Akademisyen	Üniversite, Sosyal Araştırma Merkezi	12.03.2019
K4	Akademisyen	Üniversite, Social Innovation LAB	12.03.2019

K5	Yönetici	Özel Şirket, Dijital İnovasyon Birimi	12.03.2019
K6	Direktör	Sivil Toplum Kuruluşu	21.03.2019
K7	Akademisyen	Üniversite, Social Innovation LAB	24.03.2019
K8	Müdür	Özel Banka	26.03.2019
K9	Yönetici	Özel Banka	26.03.2019
K10	Grup Müdürü	Özel Banka, Dijital Dönüşüm	26.03.2019
K11	Müdür	Özel Banka, Dijital İnovasyon	26.03.2019
K12	Yönetici	Özel Banka, Dijital İnovasyon	26.03.2019
K13	Genel Müdür Yardımcısı	Kamu Bankası, CIO	05.09.2019
K14	Yönetici	Kamu Bankası, Ar-Ge ve İnovasyon	17.09.2019
K15	Yönetici	Özel Banka, Dijital Bankacılık	09.10.2019

3.1.1.2. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında kullanılan araç yarı yapılandırılmış ve açık uçlu soruları içeren mülakat formudur (EK 1). Mülakat formunda metinsel olarak ve mülakat öncesinde sözel olarak katılımcılara, yapılan araştırmanın içeriği, amacı ve hangi problemlere çözüm bulmayı hedeflediği gibi bilgiler verilmiş, araştırmanın bilimsel bir çalışma olduğu ve bütünüyle bilimsel amaçlar için kullanılacağı ve katılımcıların kimliklerinin kesinlikle gizli tutulacağı belirtilmiştir. Bu anlamda katılımcılara K1, K2 gibi kodlar verilmiş ve araştırma boyunca bu kod numaraları ile adlandırılmışlardır.

Form hazırlandıktan sonra konu ile ilgili uzmanların değerlendirmesine sunulmuştur. Uzmanlar; dijitalleşme ve sosyal inovasyon alanlarında çalışmaları olan, Sivil Toplum Kuruluşu tecrübesi olan 2 akademisyenden ve 1 sosyal girişimciden oluşmaktadır. Uzman görüşleri sonrasında 21 soru, birleştirilerek ve sadeleştirilerek 17 soruya indirilmiştir. Sosyal inovasyon ve dijitalleşme alanlarında özellikle dijital sosyal inovasyon alanında çok sayıda uzman kişilerin bulunamamış olması, görüşülen kişilerin bu sorulara cevap verme olasılıklarının düşük olduğu gibi değerlendirmeler; soruların sadeleştirilmesinde ve birleştirilmesinde belirleyici rol oynamıştır.

Mülakatlar katılımcının izni ile kayıt altına alınmış; kayıt işlemi mobil cihaz üzerinde bulunan “Voice Record” isimli mobil uygulama ile yapılmıştır. Tüm kayıtlar tek tek dinlenerek metin haline getirilmiştir. *Yazıya aktarımda kullanıcıların bire bir ifadeleri kullanılmış, kelime veya cümle düzenlemesi yapılmamıştır.* Ses kayıt dosyaları mülakat tarihi ve saati, katılımcı ismi ile adlandırılmış ve dijital ortamlarda arşivlenmiştir.

3.1.1.3. Veri Toplama Süreci

Veri toplama süreci 2019 yılı Ocak ile Ekim ayları arasındaki zaman zarfında gerçekleşmiştir. İlk form Ocak 2019 içerisinde hazırlanmış ve uzman görüşleri alınmak üzere değerlendirmeye gönderilmiştir. Gelen uzman görüşleri sonrasında Şubat 2019 başlarında ikinci form hazırlanmıştır. İkinci form tekrar uzman onayına gönderilmiş ve Şubat 2019 sonlarına doğru onay alınmıştır. İkinci formun hazırlanması ve onaylanması sonrasında Mart 2019 başında mülakatlara başlanmıştır. Mülakatlar Ekim 2019’da tamamlanmıştır. Verilerin düzenlenmesi, analiz edilmesi ve raporlanması ise 2019’un 4. çeyreğinde tamamlanmıştır.

3.1.1.4. Verilerin Düzenlenmesi ve Analizi

Verilerin dağınık olmasının önüne geçmek ve yanlışlık ihtimalini önlemek amacıyla düzenleme yapılmıştır. Bu minvalde; mülakat kayıtları bilgisayar ortamında oluşturulmuş

dijital kayıtlara aktarılmıştır. Mülakat tarihi, saati ve katılımcı ismi ile kayıtları tutulmuştur. Hızlı erişim adına tüm dosyalar tek bir klasörde toplanmıştır. Verilerin zarar görme ihtimaline karşı bulut ortamında ve harici harddisk ile 2 farklı yedeği alınmıştır. Verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır ki Yıldırım ve Şimşek'in (2008: 224) ifadesiyle betimsel analiz süreci dört adımdan oluşmaktadır.

- Çerçevenin Belirlenmesi: Araştırmanın ana hatlarının ortaya konması adımdır. Araştırmanın ilk bölümlerindeki literatür ve teorik bilgiler analizin çerçevesidir.
- Verilerin çerçeveye göre işlenmesi: Elde edilen verilerin anlamlandırılması için derlenip düzenlenme adımdır.
- Bulguların tanımı: Verilerden anlamlı bir bütün oluşturulması ve buket haline getirilmesi adımdır.
- Bulguların yorumlanması: Verilerin anlamlı hale getirilmesi sonrası elde edilen bulguların, araştırmanın temel amacı çerçevesinde yorumlanması adımdır.

Verilerin analiz edilmesinde bu 4 betimsel analiz tekniği takip edilmiştir.

3.1.2. Araştırmanın Geçerlik, Güvenirlik ve İnanırlığı

Nicel araştırmalarda özellikle araştırmanın kalitesinin üst düzeyde tutulması açısından geçerlik ve güvenilirlik kavramları ölçüt olmaktadır. Nitel araştırmalarda ise bu ifadeler yerine sonuçların doğruluğu ve araştırmacının yetkinliği gibi nedenlerde “inanırlılık” kavramı kullanılmaktadır. (Krefting, 1991: 215). Nitel araştırmalarda inanırlılık, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabirlik gibi 4 ana kıstastan en az birisinin araştırmada olması gerekmektedir. (Guba ve Lincoln, 1988; Creswell vd. 2003: 255). Ama daha çok inandırıcılık üzerinde durulmalıdır. Nicel araştırmalarla kıyaslanırsa objektiflik nitel araştırmalarda tamamıyla sağlanamamaktadır. O nedenle de tüm araştırma süreci, detaylarıyla ve açık şekilde çalışmaya yansıtılarak inanırlılığının sağlanması amaçlanmıştır. İnanılabilirliği artırmanın en önemli unsurlarından biri ise uzun süreli etkileşim ve konuda uzman kişiler ve katılımcıların teyididir. (Holloway & Wheeler, 1996). Bu hususta da azami gayret gösterilmiştir.

Geçerlik, nitel yöntem ve tekniklerle problemin veya araştırılan konunun tüm gerçekliği ile ortaya konmasıdır. Bu kapsamda verilerin objektif olarak toplanması, düzenli bir şekilde derlenmesi, belli analiz teknikleri ile analiz edilmesi, inandırıcılık ve kabul edilebilirliğinin mütemadiyen denetlenmesi gerekmektedir. Bu minvalde, araştırma çeşitli zamanlarda bu alanda uzman akademisyenler ve uzmanların incelemesine sunulmuştur. Uzmanların eleştirel gözle bakıp araştırmacıya verdikleri geri bildirimler ile de araştırmanın tutarlılığı ve inanırlılığının artırılması amaçlanmıştır. Araştırmanın dijital sosyal inovasyon, sosyal inovasyon ve sosyal hizmetler alanındaki farklı uzman kitlelerle multi-disipliner şekilde yapılması; akademisyen, yönetici, inovatör, girişimci, uzman gibi çeşitli veri kaynaklarının görüşlerinden faydalanılması ile de araştırmanın iç geçerliğinin artırılması hedeflenmiştir.

3.1.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Araştırma süresince de tespit edildiği üzere sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramı ve teorisinin hem ulusal hem de uluslararası kaynaklarda çok az sayıda yer aldığı görülmektedir. Ulusal kaynak sayısı uluslararası yayınlara görece çok daha az olduğu

gerçeğiyle büyük oranda yabancı dilde yayınlanmış kaynaklardan faydalanılmıştır. Araştırmacı uluslararası terminolojinin karşılığını Türkçe kaynaklarda bulamadığı durumda sıklıkla çeviri desteği almak durumunda kalmıştır.

Multidisipliner bir kavram olan dijital sosyal inovasyona akademisyen ve uzmanların farklı açılardan yaklaşması verilerin karşılaştırılmasını ve analizini zorlaştırmıştır. Bu anlamda inovasyon ve sosyal inovasyon kavramlarına dijital sosyal inovasyon, dijitalleşme ve dijital dönüşüm gibi farklı kavramlar eklenince konunun daraltılması zorlaşmıştır.

İlk başta dijital sosyal inovasyon konusuyla ilgili derinlemesine araştırma yapılması düşünülmüş ancak sosyal inovasyon ve ilişkili konuların bırakın sosyal hizmetlerde diğer alanlarda da oturmamış olması, araştırmacıyı hem sosyal inovasyon hem de dijital sosyal inovasyon kavramları bağlamında araştırma yapmaya yöneltmiştir. Dijital sosyal inovasyon alanındaki araştırmada mülakatların sınırlı örneklerinden sebeple, araştırmacının kusursuz sonuçlara sahip olması mümkün olmamıştır. Alanda uzman kişilerin azlığı hem dijital alanda hem inovasyon alanında hem de sosyal inovasyon alanında çalışan uzmanlarla mülakatı zorunlu kılmıştır. Çok sayıda kişi ile iletişime geçilmişse de mülakat yapmayı kabul eden kişi sayısı beklenen düzeyde olmamıştır. Kamu sektöründe belediyeler ve bakanlık çalışanları da araştırmaya dâhil edilmek istense de bu alanda bilirkişilerle görüşme fırsatı sağlanamamıştır. Araştırmada özel şirketlerde çalışan uzmanlar, akademisyenler ve dijital inovatörler yer almıştır.

3.1.4. Etik Boyut

Araştırmacı, araştırmacının modellenmesi, mülakatların yapılması, analiz edilmesi, sonuç ve önerilerde bulunması gibi aşamalarda bilimsel etik ilkelerine uyduğunu beyan etmektedir. Nitel araştırmalarda daha hassas olunması gerektiği gerçeğiyle hassasiyet noktasında özel çaba sarf etmiştir.

Hammersley ve Traianou (2012: 100)'nin gizlilik ilkesi gereğince mülakata katılan kişilerin izin verdiği, sadece kayıt altına alınmış verilerden analiz yapılmıştır. Görüşler ve söylemler ses kaydına alınmamışsa araştırmaya katılmamıştır. Araştırmacı katılımcıları mülakat öncesinde araştırmacının amacı, kapsamı, ana problemi noktasında bilgilendirmiştir.

Araştırmada mülakata katılan kişilerin gönüllü olarak katılmaları sağlanmıştır. Bu nedenle mülakata katılacak kişilerin müsait zamanında mülakat yapılabilmesi için araştırmacı tarafından özel çaba harcanmıştır. Mülakata katılan kişilerin vaktini almamak açısından öncesinde planlanan sorular ve sürelerle sadık kalınmıştır. Mülakata katılan kişi daha fazla veri sağlamak veya farklı problemlere kendisi değinmek istediğinde araştırmacı bu noktaları ayrıca dâhil etmiştir.

3.1.5. Literatür İncelemesi

Türkiye’de sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon ile ilgili ne tür akademik çalışmalar olduğu Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK)’ün tez arama veri tabanı üzerinden izinli ve izinsiz yüksek lisans ve doktora düzeyindeki araştırma tezleri “sosyal inovasyon”, “sosyal yenilik”, “dijital sosyal inovasyon”, “dijital sosyal yenilik”, “sosyal inovasyon ve sosyal hizmet” ve “sosyal yenilik ve sosyal hizmet” anahtar kelimeleri ile aratılmıştır.

“Sosyal inovasyon” anahtar kelimeleri ile aratıldığında ise bu alanda 2015-2019 yılları arasında 15 adet Yüksek Lisans tez çalışması ve 7 adet Doktora tezi olmak üzere toplamda 22 adet tez çalışması yapıldığı sonucu çıkmıştır. “Sosyal yenilik” anahtar kelimeleri ile aratıldığında ise 2010-2019 yılları arasında 5 adet Yüksek Lisans tez çalışması ve 3 adet Doktora tezi olmak üzere toplamda 8 adet tez çalışması yapıldığı görülmüştür. “Dijital sosyal inovasyon”, “dijital sosyal yenilik”, “sosyal inovasyon ve sosyal hizmet” ve “sosyal yenilik ve sosyal hizmet” aramaları sonucunda bu alanlarda hiç akademik bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Sosyal inovasyon noktasında az da olsa çalışmalar yapıldığı ancak “dijital sosyal inovasyon” noktasında hiç çalışma yapılmadığı görülmektedir. Bu çalışma “dijital sosyal inovasyon” alanında Türkiye’de yapılan ilk çalışma olması nedeniyle önemlidir.

Tablo 11. “Sosyal İnovasyon” İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Tezler

Yazar Tarih	Tez Başlığı İlgili Anabilim Dah	Bulgular / Sonuçlar
Yüksek Lisans Düzeyinde 3 Adet Çalışma		
SAKİNE KÖSE 2013	<i>Sürdürülebilirlik perspektifi içinde sosyal devlet yaklaşımı: STK'ların sosyal inovasyon rolü ve yoksullukla mücadelede son modeli</i> İşletme	Girişimcilik ile yoksulluğun açılması adına yapılan çalışmalara ve yoksulluğa çözüm amaçlı sosyal inovasyona dayalı yeni bir model olan ASDEP çalışmasına yer verilmiştir. Yoksulluk olgusuna sosyal inovasyon ile çözüm önerilen çalışmada devlet, toplum, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği ile verimliliğin sağlanabileceği belirtilmiştir.
ELİF GÜZELOĞLU YÖRÜK 2019	<i>Gelişen Ekonomilerde Sosyal İnovasyonun Yeri ve Önemi: Türkiye Örneği</i> İşletme	Sosyal inovasyonun Türkiye’deki durumunun incelendiği çalışmada potansiyelinin incelendiği görülmüştür. Sosyal inovasyon algısının geliştirilmesinde paydaşların rolleri araştırılmış ve sosyal İnovasyon örneklerine yer verildiği görülmüştür. Araştırma sonucunda Türkiye’de sosyal inovasyon kavramının bilinirliği olduğu ancak bu kavramın geliştirilmeye ihtiyaç duyulduğu, sosyal inovasyon uygulamalarında ve kullanımında bazı yetersizliklerin olduğu ve kamu, üniversite, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarınca desteklenmesi gerektiği sonucu çıkmıştır.
ARZU AKÇİL 2019	<i>Sosyal inovasyon üzerine bir araştırma</i> İşletme	Türkiye ve dünyadan sosyal inovasyon uygulama örneklerine yer verilen çalışmada zorlayıcı durum ya da yaşamsal aksaklıkların tek tip olmayıp çok çeşitli olduğu sonucunun ortaya çıktığı görülmüştür. Hem fakir ülkelerdeki hem de sosyal refah ülkelerindeki örnek vakaların ele alındığı görülmüştür.
Doktora Düzeyinde 5 Adet Çalışma		
CİHAT ERBİL 2015	<i>İşletmelerin inovasyon sürecinde sosyal fayda yaratma becerileri: Sosyal inovasyon çerçevesinde</i>	Sosyal İnovasyon süresinin uzun süreli bir yatırım ve arge çalışmaları istemesi gibi nedenlerle finansal hassasiyeti ve riskinin yüksek olduğu sonucu görülmüştür. Değişimin bireyden sistemlere doğru olması gerektiği belirtilmiştir. Türkiye’de kamu kurumlarının işlevlerinin uzun süreli politika geliştirilememesi gibi sorunlardan kaynaklı diğer

	<i>örnek uygulama</i> İşletme	sektörlerle karşılaştırıldığında yeterince etkin çalışmadığı sonucunun çıktığı görülmüştür.
MURADİYE ATEŞ 2017	<i>Sosyal inovasyon ve Türkiye: potansiyeli, dinamikleri ve sosyal inovatif çalışmaları desteklemede devletin rolü</i> Siyasal Bilimler	Kamunun desteklediği sosyal İnovasyon uygulama örnekleri ile literatüre katkı sağlandığı ve bu anlamda kamunun liderliğine atıf yapılarak Türkiye için “Sosyal İnovasyon Yol Haritası” oluşturulduğu görülmüştür. Kamuda sosyal inovatif uygulamalar yapılmasına rağmen bu çalışmaların sosyal inovasyon uygulamaları olduğunun kamuda farkındalığının düşük olduğu, sosyal inovasyon çalışmaları için bir yasal çerçevenin oluşturulması gerektiği, yerel yönetimlerin millete inovatif uygulamalar üretmede daha yakın olduğu ve desteklenmesi gerektiği, gençlerin sosyal inovatif uygulamaları yapabilmesi için projelerde etkin roller almasının sağlanabileceği bulguları bulunmaktadır. Sosyal girişimciliğin yasal ve mali alt yapısının olmamasının sosyal inovatif uygulamaların az olmasında bir etken olduğu sonucu çıkmıştır. Temel eğitimin ezberci anlayıştan sıyrılarak bilgi öğrenme ve üretme metoduna dönülmesinin altı çizilmiştir. Atalet ve gönüllü sivil toplum katılımının zayıf olması Türkiye’de muhtemel inovatif sosyal uygulamaların doğması ve gelişmesini önemli ölçüde etkilediği bulgular arasındadır. Devlet yasa yapıcı, denetleyici ve gerektiğinde uygulayıcı rolü ile (ortak kamu veri merkezleri oluşturulması gibi) sosyal inovasyonu desteklemelidir sonucu çıkan sonuçlar arasındadır.
SİMGE ÜNLÜ 2017	<i>Sosyal strateji geliştirme sürecinde sosyal inovasyon uygulamalarının rolü: Yerel yönetimler üzerine bir model önerisi</i> Halkla İlişkiler	Yerel yönetimlerin sürdürülebilir sosyal inovasyonları yapabilmesi için sosyal inovasyon ve stratejik halkla ilişkilerden oluşan “Yerel Çözüm Merkezi” önermesinde bulunulmuş, yerel toplumun katılımının sağlanmasının bu şekilde olabileceği sonucunun çıktığı görülmüştür.
PEYMAN UYSAL 2018	<i>Türkiye’de kırsal kalkınmada sosyal inovasyon</i> Ekonomi	Kırsal sorunların çözümünde en etkili sektörün vakıf ve derneklerde sivil toplum kuruluşları olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer bir aktörün ise kamu sektörü olarak ilçe tarım müdürlükleri olduğu ortaya çıkmıştır.
ÜMMÜ ÖZLEM ÇERÇİ 2019	<i>Sosyal inovasyonun kurumsal imaja etkisi</i> Halka İlişkiler	Sosyal inovasyonların kurumsal imaja etkisini ölçme amaçlı ölçek geliştirilmiştir. İmaj oluşturmada en etkili faktörün kalite faktörü olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kurumun güvenilirliği ve taahhüt edilen işin zamanında yerine getirilmesinin yanında kurumun yenilikçi olması sonuçları görülmüştür.

Kaynak: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> (Erişim Tarihi: 01/11/2019)

Tablo 12. “Sosyal Yenilik” İle İlgili Yurt İçinde Yapılmış Tezler

Yazar Tarih	Tez Başlığı İlgili Anabilim Dalı	Bulgular / Sonuçlar
Yüksek Lisans Düzeyinde 1 Adet Çalışma		

HİLAL SÜTCÜ 2019	Kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal yenilikçilik arasındaki ilişki: Karaman Sosyal Güvenlik İl Müdürlüğü örneği İşletme	Kurumsal sosyal sorumluluk algısı ile sosyal yenilikçilik eğilimi arasında ilişki olduğu ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının sosyal yenilikçilik eğilimi üzerinde de olumlu bir etki oluşturduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
Doktora Düzeyinde 2 Adet Çalışma		
HAKAN EREN 2010	Üniversite öğrencilerinin sosyal yenilikçilik kapasitelerinin teknolojik yenilikçilik eğilimlerine etkisini ölçmeye yönelik bir model önerisi Teknoloji Yönetimi	Üniversite öğrencilerinin yenilikçi ve girişimci özelliklerinin sosyal ve teknolojik yenilikçilik eğilimlerini ölçmek amaçlı ölçek geliştirilmiştir. Bireysel faktörlerin sosyal ve teknolojik inovasyon üzerinde, sosyal yenilikçiliğin, teknolojik yenilik üzerinde pozitif etkisi olduğu sonuç olarak ortaya çıkmıştır.
FATİH ÖZDEMİR 2017	Sosyal yenilik potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik ölçek geliştirme ve bulanık çok kriterli karar verme model önerisi İşletme	Sosyal yenilik ölçeği geliştirmiş ve sosyal yenilik potansiyelinin değerlendirilebilmesi için model önerilmiştir. Projelerin sosyal yenilik potansiyellerinin belirlenmesinde yeterli sermayeye erişim imkânı (fonlama), gerekli insan kaynağı ve sosyal girişimcilerin varlığı kriterlerinin en önemli kriterler olduğu belirtilmiştir.

Kaynak: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> (Erişim Tarihi: 17/11/2019)

Tablo 13. “Sosyal İnovasyon”, “Sosyal Yenilik” ve “Dijital Sosyal İnovasyon” İle İlgili Makale Çalışmaları

Yazar Tarih	Makale Başlığı Dergi Adı	Bulgular / Sonuçlar
Oktay Koç 2010	Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi	Sosyal inovasyon olabilmesi için sosyal girişimci ve sosyal girişimcilere ihtiyaç duyduğu belirtilmiştir. Buna ek olarak sürdürülebilir mali altyapı ve nitelikli iş gücünün önemli olduğu belirtilmiştir. Sosyal inovasyonların devamlılığı açısından geniş katılımlı sosyal destek arayışı içerisinde oldukları ifade edilmiştir. Sosyal inovasyonların tanıtılması amacıyla kitle desteği alabilmek için nitelikli tanıtım çalışmaları yapılması gerektiği sonucu belirtilmiştir.
Duygu SEÇKİN HALAÇ, Hakan EREN, Çağrı BULUT 2014	Sosyal Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Faktör analizi sonucunda tek boyutlu ve sekiz maddeden oluşan, sosyal yenilikçilik eğilimini ölçen bir ölçek geliştirilmiştir. Pilot çalışma sonrasında 9 madde 8 maddeye düşürülmüştür.
Emine ÖZMETE, Fulya Akgül GÖK	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon	Küreselleşen Dünya’da sosyal sorunların çeşitliliği ve karmaşıklığı arttıkça sosyal hizmetlerin de bu sorunlara çözüm üretebilmek için yenilikçi/innovatif yöntemlere olan

2015	<i>ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi</i> Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi	ihtiyacı artmaktadır. Yenilikçi yöntemlerin ve uygulamaların geleneksel uygulamaların yerini alması ile bu sorunların çözümünün daha da hızlı olacağı ve etkili çözümler üretilebileceği belirtilmiştir.
Fatih ÖZDEMİR, İlker Murat AR 2015	<i>Sosyal Yenilik Üzerine Bir Alan Araştırması</i> Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi	Sosyal yenilikle en fazla ilişkili olan kavramın sosyal girişimcilik kavramı olduğu, sosyal yenilikler ve uygulamalarının ortaya çıkmasında da en önemli olgunun sosyal beklentiler olduğu sonucu belirtilmiştir. Sektörler arasında sosyal yenilik süreçlerindeki en önemli rolün belediyeler olduğu tespit edilmiştir.
Kıymet YAVUZASLAN 2017	<i>Brexit Yol Ayrımında Avrupa Birliği Sosyal Bütünleşme Çabalarına İnovatif Bir Yaklaşım: Sosyal İnovasyon</i> Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	AB'deki sosyal inovasyon uygulamalarının AB ülkeleri arasındaki refah düzeyi farklılıklarının azaltılmasında, refah düzeylerinin artırılmasında ve AB'nin sosyal bütünleşmesinin sağlanmasında önemli roller üstlenebileceği sonucu değerlendirilmiştir.
Muradiye Ateş 2018	<i>Türkiye'de sosyal inovasyon uygulamaları ve genç nüfusun potansiyeli</i> Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı Dergisi	Gençler ve toplum için geliştirilecek politikalarda yenilikçi ve etkili çözümler sunabilen uygulamalar olması gerektiği sonucu belirtilmiştir. Katılımcı fonlama modelleri, sosyal girişimcilik sistemleri, freelance çalışma uygulamaları ve yeni fikirlere yönelik kitlesel fonlama uygulamaları gençlerin potansiyellerini açığa çıkartacak yenilikçi alanlar olarak sunulabileceği sonucu çıkartılabilir.
Buğra YILDIRIM, Tarık TUNCAY 2019	<i>Sosyal İnovasyonun ve Sosyal Girişimciliğin Sosyal Hizmet Mesleğinin Geleceğindeki Rolü</i> Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	Sosyal inovasyon ve sosyal girişimcilik; sosyal çalışanların toplumsal sorunların çözümü için geliştirdiği yeni strateji olarak teşvik edilmeli sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal sorunlara yenilikçi çözüm yolları bulmanın sosyal çalışanların öncelikli görevi olduğu sonucu belirtilmiştir. Sosyal inovasyonla birlikte değişim mesleğinden yenilikçi değişim mesleğine geçilmesi gerektiği belirtilmiştir.
Özlem TUNA, İbrahim KILIÇ 2020	<i>Türkiye'deki Kamu ve Özel Sektör Hastanelerinde Kurumsal Sosyal İnovasyon Yaklaşım ve Uygulamalarına Bir Yönelik Değerlendirme</i>	Kamu ve özel sektör hastanelerinin, sosyal inovasyonun gelişimi konusundaki çalışmalarını ölçebilmek için ölçek geliştirmesi yapılmıştır. Hastanenin türü ile inovasyon uygulamalarına fon ayırma ve inovasyon birimi olma arasında anlamlı ilişkiler olduğu, hastanelerin genel olarak kurumsal sosyal inovasyon yaklaşım ve uygulama düzeylerinin 5'li Likert derecelemesinde ortalamanın üzerinde olduğunun tespit edildiği görülmüştür.

	Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	
--	---	--

“Sosyal inovasyon” ve “sosyal yenilik” noktasında makaleler olduğu ancak “dijital sosyal inovasyon” konusunda Türkiye’de yayınlanmış bir makale çalışmasına rastlanmamıştır.

Tablo 14. “Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet”, “Sosyal Yenilik ve Sosyal Hizmet” ve “Dijital Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet” İle İlgili Yapılmış Bilimsel Çalışmalar

Yazar Tarih	Makale Başlığı Dergi Adı	Bulgular / Sonuçlar
Tarık Tuncay 2010	<i>E-sosyal Hizmetler: İnsani Hizmetlerde Bilişim Teknolojisi Uygulamaları</i> İzmir 3. İleri Yaş Sempozyumu: “Kırılğan Yaşlı”	Bilgi teknolojilerinin sosyal hizmetlerde kullanım düzeylerinin incelendiği çalışmada Bilgi teknolojilerinin daha çok kullanılmasının yenilikçi uygulamaların artmasında rol oynayacağı ve mesleki uygulamaların da geliştirileceği değerlendirilmiştir.
Tarık Tuncay 2005	<i>İnsani Hizmet Örgütlerinin Yönetiminde Bilişim Sistemleri</i> Toplum ve Sosyal Hizmet	İnsani hizmet organizasyonlarının bilişim teknolojileri ile desteklenmesi gerektiği, bilişim uygulamalarının Sosyal çalışmacıların vaka yönetimlerini hızlandıracağı, verilerin kayıtlı olmasının bir düzen getireceği sonucu ortaya çıkmıştır.
Öznur Bozkurt 2014	<i>Sosyal Hizmet İşletmelerinde Yenilik Yönetimi</i> Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Sosyal Hizmet Özel Sayısı	Sosyal hizmet işletmeleri değişen koşullar karşısında iş yapma usullerini, sağladıkları hizmetleri veya ürettikleri ürünleri yenilikçilik odaklı olarak şekillendirmek zorundadırlar. Yeniliklerin dirençleri doğurduğu ve bu dirençler karşısında kollektif çalışmayı ilke edinmiş ve yeniliği kültür haline getirmiş birey ve organizasyonların gerekliliği sonucu belirtilmiştir.
Reamer, F. G. 2014	<i>Clinical Social Work in a Digital Environment: Ethical and Risk- Management Challenges</i> Clinical Social Work Journal	Dijital teknolojinin sosyal çalışmada tedavi edici bir ortam sunarak sosyal çalışmacının klinik yeteneklerini geliştireceği değerlendirilmiştir. Sosyal hizmetlerde dijital teknolojilerin kullanımının etik sorunları giderdiği belirtilmiştir.
Gilberto Marzano 2020	<i>Digital Social Innovation And Labor Market Transformations</i> SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION	Dijital teknolojilerin büyük potansiyeller barındırdığı, işgücünü eğiterek, yetkinlikler kazandırabileceği belirtilmiştir. Teknolojinin insan yararına kullanılması gerektiği, insanlara eleştirel düşünme, üretkenlik gibi beceriler kazandırabileceği değerlendirilmiştir.
Steliana MORARU, Eugen Marius COMIŞ 2015	<i>Social Innovation- A Global Shaper Of The Digital Civil Society</i> Business Ethics and CSR Strategica	Sosyal inovasyonun dijital sivil toplumu nasıl şekillendirdiğine odaklanılmıştır. Uluslararası bağlam ve dijital sivil toplum haritalama girişimlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır. Dijital sivil toplumun, verileri daha etkin şekilde toplamak ve verileri kullanabilmesi için analitik araçlara ihtiyacı olacağı belirtilmiştir. Sosyal medya ve kitle fonlaması platformları güçlü dijital varlıklar olarak değerlendirilmektedir.
Cal J. Halvorsen	<i>Bridging Social Innovation and Social</i>	Sosyal hizmet akademisinin yenilikçi araştırmaları ve uygulamayı nasıl destekleyebileceği vurgulanmıştır. Sosyal

2017	Work: <i>Balancing Science, Values, and Speed</i> Research on Social Work Practice	hizmet görev süresi ve tanıtım süreçlerindeki önceliklerin sosyal hizmet araştırmasına etkileri belirtilmiştir.
------	--	---

3.2. Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon Farkındalığı

Latince'den gelen ve 16.yüzyıldan bu yana İngiltere'de kullanılan *inovasyon* kelimesi günümüzde yeni olan ürün, hizmet ve süreçleri ifade etmektedir. *Sosyal inovasyon* kavramı ise son 20 yıldır toplumun bütününe etki eden ve toplumsal değişimler yapan yenilikler olarak kullanılmaktadır. *Dijital sosyal inovasyon* kavramı ise son 10 yıldır kullanılmaktadır. Avrupa Birliği 2016-2020 Horizon Strateji belgesinde dijital sosyal inovasyonun artırılması ile ilgili geniş kapsamlı projeler yürütmektedir. Dijital sosyal inovasyon kavramının görece yeni kullanılmaya başlanması ve sosyal inovasyon konusunun dijitalleşmeyi de içermesi ve kapsamı dolayısıyla kavramların farkındalığı birlikte araştırılmıştır.

Bu çalışmada, inovasyon, sosyal inovasyon, dijital inovasyon ve dijital dönüşüm gibi alanlarda görev yapan akademisyenler, kamu görevlileri ve alanında uzman beyaz yakalı çalışanlarla kavramların bilinirliği üzerine araştırma yapılmıştır. Araştırma dâhilindeki katılımcılara sorular sorulmuş ve cevaplar aranmıştır.

3.2.1. Sosyal İnovasyon Kavramı İle İlgili Neler Söyleyebilirsiniz?

Katılımcıların sosyal inovasyona dair söylemek istedikleri sorulmuş ve kavramının henüz tam anlamıyla bilinirliğinin oturmadığı, bazı küçük yorumlamalarla anlatıldığı görülmüştür.

Sosyal inovasyon ile ilgili önce şunu söyleyeyim; aslında çok bilgim olduğunu düşünmüyorum, çok araştırma yapma şansım olmadı bu konuda. Ama şöyle tanımlayabilirim herhalde: bir inovasyonun parasal getiri yerine, insani hizmetlerde kullanılan yönü olarak düşünüyorum. Toplumsal faydaya, evet yani insanların birazcık daha yani böyle kâr etme güdüsüyle hareket etmeden, birazcık daha böyle insanlara faydalı olup kendilerini biraz daha mutlu etmeye çalıştıkları inovasyonlar olduğunu düşünüyorum. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Katılımcıların büyük çoğunluğu önce inovasyon kavramına değinmiş ve sonrasında sosyal inovasyon kelimesinden neler algıladıklarını ifade etmişlerdir. Bu anlamda K1 öncelikle inovasyonu bir ürün, yöntem, model ve süreç olarak tanımlamış, yeni bir kavram olmasına değinmiştir. Sonrasında sosyal inovasyon için toplumsal sorunlara odaklandığını şu şekilde anlatmaktadır:

İnovasyonla, sosyal inovasyon arasında farklar var tabi, ona değiniriz. Yani yeni bir kavram. Biz de bu kavramı Türkiye'de çalışmaya çalışıyoruz, önemli bir kavram, sorunların çözülmesinde yeni bir yaklaşım. Sosyal inovasyon aslında farklı bir yerden bakma meselesi. İnovasyon; bu bir ürün olabilir, bu bir yöntem olabilir, kurum olabilir, model olabilir, süreç olabilir. Yeni bir aracı toplumsal sorunların çözümünde kullanma olarak algılıyoruz sosyal inovasyonu (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

İnovasyonu fikrin somut bir ürün veya hizmete dönüşmüş hâli olduğu, icat ve AR-GE olmadığının altını çizen K11 öncelikle inovasyonu tanımlamaktadır.

Bence inovasyon bir fikrin somutlaştırma halidir. Yani fikrin bir hizmet, bir ürün, bir işe dönüştürülmesi halidir. Ben inovasyonu bu şekilde tanımlıyorum. İnovasyon bir icat değil, inovasyon şu şekilde AR-GE değil kesinlikle, inovasyon için bir patent alınmasına gerek yok. (Katılımcı 11, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyenlerden K1 ve K11 gibi, K4 de önce inovasyon kavramına değinmiştir. Sonra sosyal inovasyonu toplumsal fayda oluşturma aracı ve topluma fayda yaratmak için yeni iş fikri, yaklaşım veya ürün olarak aşağıdaki şekilde değerlendirmektedir:

Aslında sosyal inovasyonu tanımlarken önce inovasyonu tanımlamak gerekir. Uluslararası kaynaklarda inovasyonla ilgili birçok farklı tanım var. Aslında işin özüne baktığımızda yenilikçi iş fikirleri olarak bunu tanımlayabiliriz. Yani bir sürece yenilik katma, yeni bir buluş, yeni bir ürün geliştirmek ya da geliştirilen bir ürüne ve hizmete ekstra bir katma değer sağlamak inovasyondur. Baktığımızda başına sosyal getirdiğiniz zaman daha çok toplum için fayda yaratma anlamına gelmektedir. Yani yine işin sonunda yenilikçi bir iş fikri, yenilikçi bir yaklaşım, yenilikçi bir ürün, geliştirilebilir bir buluş ama toplum menfaatini daha çok sosyal sorunlara daha etkili ve verimli ve sürdürülebilir çözümler bulabilme anlamına geliyor. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

K1 ve K4 gibi K15 de önce inovasyon kavramına değinmiştir. Ayrıca K15 de K1 gibi kavramın yeni bir kavram olduğunu dile getirirken sosyal inovasyonu insanların acısını yenilikçi bakış açısı ile dindirmek olarak tanımlamaktadır.

İnovasyon bir yeniliktir. Yeni ürün, yeni hizmetleri, yeni süreçleri oluşturmak anlamına geliyor. Sosyal inovasyon ülkemizde yeni yeni gündem oluyor diyebiliriz. Dünyada da 10-15 yıllık bir geçmişi olduğunu biliyorum. Sosyal inovasyon; sosyal problemlere yenilikçi çözümler geliştirmeye odaklanılan bir alan diye düşünüyorum. Özetle; insanların acısını yenilikçi bakış açısı ile dindirebiliyorsak sosyal inovasyon oluyor. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

Katılımcıların çoğunluğu gibi K13 de önce inovasyon kavramını farklı yöntemler, farklı amaçlarla daha iyi olarak ortaya koymak olarak tanımlamakta; sosyal inovasyon kavramını da sosyalleşme bağlamında, toplum faydası gözetken farklı yöntemler olarak görmektedir.

Teknoloji olarak hiç düşünülmemiş bir fikir olsun diye bir kaygımız olmamalı. Zaten inovasyon bu değil! İnovasyon; bilindik şeyleri, farklı yöntemlerle, farklı amaçlarla tekrar ortaya koymak, onu daha iyi ortaya koymak daha fazla karşılık görmesini sağlamaktır. İnovasyon kavramı bir icat yapmak değildir. Aslında bildiğimiz, bilindik yöntemlerin dışına çıkıp toplam faydayı arttırmak. Yani bu ticari bir şirket için de geçerli olabilir, toplumsal bir fayda da olabilir başka bir konu alanında da olabilir. Yani inovasyonun temelde icattan farkı budur. Sosyal inovasyon dediğimiz zaman da yani tüm sosyalleşme çatısı altında konu çok geniş fayda sağlayacak, topluma dokunan, topluma faydası gözetilen her şey, her farklı yöntem, her farkındalık oluşturan konu bence sosyal inovasyondur. (Katılımcı 13, Görüşme, Eylül 2019)

Sosyal inovasyonu toplumsal ve çevresel meselelere yenilikçi yaklaşım ve çözümler geliştirmek, kompleks problemleri işbirlikçi ve çoğulcul yaklaşımla çözmek amaçlı üretilen fikir, proje, ürün, hizmet ve süreçler olarak değerlendiren K6'da konuşmasında inovasyonu kısa olarak tanımlamaktadır.

Temel anlamda sosyal meselelere, toplumsal meselelere, çevresel meselelere, kültürel meselelere yenilikçi bir şekilde yaklaşabilmek demek. Şimdi bu yenilikçi bir şekilde yaklaşım, bir çözüm geliştirmek. Yaklaşımları geliştirmek, iş birliği kaynakları birleştirmek, çözüm odaklı düşünme, kompleks (karmaşık) problemleri, çoğulcu problemleri çoğulculukla çözmek gibi yaklaşımları aslında benimsemek ve onun etrafında bunun olabilmesi için gelişen projeler, programlara sosyal inovasyon diyebiliriz. Yani inovasyon bir ürün, bir hizmet olarak da doğabilir, bir süreç olarak da

doğabilir. Sosyal inovasyon; dediğim gibi yenilikçi bir yaklaşım, sosyal konulara, sosyal meselelere yenilikçi yaklaşım geliştirmek. (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal inovasyonda başlangıç yani çıkış noktasının oldukça önemli olduğuna değinen K5 çıkış noktasının mutlaka sosyal bir probleme yenilikçi bir çözüm üretmek amaçlı olması gerektiği, kâr amacıyla yola çıkıp sosyal fayda oluşturan inovasyonları sosyal inovasyon olarak görmediğini vurgulamaktadır.

Sosyal inovasyon deyince hani benim aklıma gelen bir kere çıkış noktanız mutlaka bir sosyal fayda olması gerekiyor. Yani inovasyon var ve bunun bir sosyal yan etkisi var değil aslında çıkış motivasyonunuz benim için çok önemli, mutlaka motivasyonu bir sosyal meseleyi çözmek olması gerekiyor. Yani bu işte sağlığa erişim olur, açlık olur, bizimki gibi işte bireylerle sivil toplum arasındaki kopukluk olur, işte sizin tespit ettiğiniz gibi bir sosyal problem olması gerekiyor. Ve onu çözmek için yenilikçi bir çözüm getirmeniz gerekiyor. Mesela şunu ben sosyal inovasyon görmem; siz bir kâr amaçlı yola çıkıyorsunuz, hedefiniz kâr maksimizasyonu ve bunun sonucunda da bir sosyal fayda yaratılıyor. Bu değil, yani mutlaka çıkış noktanızın sosyal fayda olması gerekiyor onun sosyal inovasyon olması için. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

3.2.2. Sosyal İnovasyona Neden İhtiyaç Vardır?

“Sosyal inovasyona neden ihtiyaç vardır?” sorusu ile katılımcılardan ihtiyaç analizi yapması, neden sosyal inovasyona ihtiyaç duyulduğuna dair bilgiler vermesi talep edilmiştir. Sosyal inovasyona kadim problemlere çözüm üretmek amaçlı ihtiyaç olduğunu belirten K2 sosyal inovasyonun uzun süredir mevcut çözüm seçenekleri ile çözilemeyen sosyal problemlere çözüm olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir.

Kadim problemlere yenilikçi çözümler üretmek. Tam ifade bu; kadim problemleri yenilikçi çözmek. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

K1 de çok çeşitli sosyal problemlerin mevcut yollarla çözüme ulaştırılamadığı, bağış toplama ve yardım dağıtma gibi yöntemlerin pansuman görevi gördüğü, karmaşık ve uzun yıllardır devam eden kadim problemleri kalıcı çözmek için sosyal inovasyona ihtiyaç olduğunu şu şekilde açıklamaktadır:

Yeni ve eski bol miktarda sorun var; kadın, çevre, gençlik, eğitim, yoksulluk, açlık, şiddet, savaş, göç, hayvan hakları aklına gelebilecek her şey bu sorunları klâsik yöntemlerle çözmemizde bir sınır var. Çözebiliyor olsak çözerdik zaten, çözemiyoruz. Neden sosyal inovasyona ihtiyaç var çünkü çok sorun var. Sorunları klâsik yardımlaşma anlayışıyla, dağıtmayı severlik anlayışıyla, bağış toplayarak ya da kamudan birtakım yaparak yapamıyoruz tek başına. Yeni yaklaşımlara ihtiyacımız var, yeni yöntemlere ihtiyacımız var, yeni kurumlara ihtiyacımız var, ürünlere, hizmetlere, süreçlere ihtiyacımız var. Örneğin dünyada işte her yıl çeşitli rakamlar var, 1,8 milyon civarı insan temiz suya erişememekten kaynaklanan rahatsızlıklardan ölüyor, günde beş bin çocuk demek bu. Şimdi demek ki ne var? Bizim klâsik yöntemimizle, sosyal inovasyon olmadan, temiz su sağlama yöntemimiz: İşte barajlar yapılacak, bu barajlara sular dolacak, büyük temizleme üniteleri olacak, arıtma tesisleri olacak, oradan borular dönecek, o borular eve gidecek. Ama iki buçuk milyar insanın evinde tuvalet bile yok. Şimdi ne olacak peki? Bu insanlar ölsün diyemeyiz. Yani günün sonunda o zaman araya bir süreç girmesi gerekiyor. Yani evet, bu altyapı yatırımlarını yapalım ama bugün de milyonlarca insanın, yaklaşık 800 milyon civarında insan ki, bu yıl kalkınma hedefleri ilan edilmeden önce bir buçuk milyar insanda büyük bir sıçrama yapılmasına rağmen hâlâ 800 milyon insan bir bardak temiz su içmiyor dünyada ve bundan dolayı ölüyorlar. O yüzden burada bir inovasyona ihtiyaç var. Sosyal inovasyonu ayrı bir kavram olarak, bir şemsiye program olarak görmek yerine, sosyal inovasyonun; sosyal fayda

üreten kurumların ya da sosyal faydaya yönelik projelerin her birisinin içerisine yedirilebilecek bir ana akımlaştırıcı kavram olduğunu düşünüyorum. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Teknik inovasyonların sosyal inovasyonlarla bütünleşmesi, kâr amaçlı inovasyonlardan çok topluma fayda oluşturacak inovasyonların olması inovasyon kavramının kendisinde gizli olduğunu, teknik inovasyonların başarısı için topluma dokunması gerektiğini K2 şu şekilde açıklamaktadır:

İnovasyon kelimesinin kendinden dolayı ihtiyaç var. İnovasyon kavramı kendi tanımında zaten sosyal inovasyondan bahseder. Olayın hem teknik yönü hem de sosyal boyutu olduğunu söylüyor. Bunlardan Oslo Kılavuzunda yapılan tanımlarda yahut Avrupa Birliği'nin yaptığı tanımlarda toplumsal fayda sağlamak, toplumsal fayda yaratmak yani sadece kâr amaçlı değil de toplumsal fayda sağlamak amaçlı da birtakım yenilikler yapılması gerektiği ortaya çıkıyor. Bundan dolayı yine işte 1970'li yılların da başında Japon asıllı bir Amerikalı bilim insanı teknik inovasyonların hedefine ulaşabilmesi için mutlaka sosyal inovasyonlarla beslenmesi gerektiği, birleşmesi gerektiğini söylüyor. Türkiye'nin, Ortadoğu'nun ve Avrupa'nın en büyük problemi göç, azınlıklar, mülteciler. Ondan sonra eğitim başlı başına bir sosyal inovasyon problemi. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal inovasyonların sosyal politikaların aracı olduğu, politikaların faydaya dönüştüğü yer olduğunu belirten K3 son dönemlerde şiddet ve istismar konularının çözümü için sosyal inovasyona ihtiyaç olduğunu şu şekilde açıklamaktadır:

Türkiye'de yeterince sosyal politika var mı? Düşünce olarak belki var ama önemli olan sosyal politikalarda, bunu bir faaliyete dönüştürmek, güncelle taşımak ve bununla toplumun içselleşmesi. Toplumun içselleşmesi olmadığı sürece sen istediğin kadar politika geliştir. Şimdi mesela trafik Türkiye'deki en büyük sorun diyoruz. Sen yaya geçidinden geçerken adam üstüne sürüyor, bakmıyor. Yani kadına şiddet kesinlikle önemli, çocuğa şiddet, çocuk istismarı şu anda baktığımızda çok ciddi bir sorun. (Katılımcı 3, Görüşme, Mart 2019)

Birleşmiş Milletler Kalkınma Hedefleri ile sosyal sorunlara hâkim olduğumuzu ve nasıl çözmemiz gerektiği ile ilgili yenilikçi fikirlere yani sosyal inovasyona ihtiyaç olduğunu belirten K5 ihtiyacı şu şekilde dile getirmektedir:

Toplumsal çeşitli sorunlarımız var ve bunları anca yenilikçi çözümlerle ortadan kaldırabiliriz ve şu anda sorunları çok iyi biliyoruz. Birleşmiş Milletler'in kalkınma hedefleri... Yani biz çok iyi biliyoruz ki dünyada çok önemli sorunlar var. Bu suların kirliliğinden açlığa kadar... Şimdi bunlar zaten süre gelmişler ve bizim bunlara çözüm üretmek için farklı bakış açılarına, yenilikçi çözümlere ihtiyacımız var. Bir de yeni teknolojiler var elimizde. Bunları kullanarak aslında orada duran sorunlara belki çok daha efektif çözümler üretebiliriz. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

K7 sosyal inovasyona neden ihtiyaç olduğu konusuna açıklık getirirken şu konulara dikkat çekmektedir. Birçok insana hızlıca ve ucuz yollarla ulaşma ve onların sorunlarına çözüm geliştirme noktasında farklı bakış açıları, farklı yöntemler ve farklı kişilerle çalışmak gerekir. Ulaşılabilirlik (accessibility), görünürlük (visibility) ve herkesin karşılayabileceği (affordability) bir sistem ihtiyaçlarının analizler sonucu ortaya çıkmaktadır. İnsanların fiziksel, duygusal, inançsal, sosyal, kültürel ve entelektüel ihtiyaçlarını karşılamak için araştırmacılar o bölgeye gidip yaşamışlar ve ihtiyaç analizi yapmışlardır.

Son zamanlarda inovasyon ve teknoloji aşırı derecede ortaya çıktı. İnovasyon ve teknolojinin ortaya çıkışı aşamasında kitlesel olarak insanlara en ucuz şekilde ulaşabilecek bir alan oluşturmak istediler. 3 tane önemli konu var; accessibility-ulaşılabilirlik, visibility-görünürlük, affordability-yani belirli bir şekilde maddi bir anlamda herkesin karşılayabileceği bir sistem oluşturmak

istediler. Fakat fark ettiler ki en önemli konulardan bir tanesi şu; bütün bu son 20 yılı düşünelim ya da 30 yılı düşünelim, 1990 sonrasında, yaklaşık olarak 28-29 yıllık bir süreç... Burada görülen konu şu; bir anda istedikleri düzeyde insanlara bu anlamda, kitlesel anlamda hem de ucuz olarak ulaşabilecek hiçbir şey bulamadılar, bunun üzerine etnografik çalışmalar başladı. Özellikle Silikon Vadisi'nde en önemli konularından bir tanesi; Silikon Vadisi bu konuda değerlendirme yaparken etnografik çalışmalarda özellikle antropologları, psikologları kullandılar. Ve “Needs Analysis” dediğimiz ihtiyaç analizi yaptılar. İhtiyaç analizlerine göre de yeni ürünler geliştirmeye başladılar. Sosyal inovasyon ayağında asıl mesele; gerçekte insanların sağlıklı ilgili fiziksel ihtiyaçlarını görmek ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamak için, entelektüel ihtiyaçlarını, inanç ihtiyaçlarını karşılamak... Sosyal ihtiyaçlarını, kültürel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde need analysis... Yani birinci derecede ihtiyaç analizi yapıyorlar ve etnografik olarak gidip orada yaşıyorlar, gözlemliyor ona göre de ürün çıkartıyorlar. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

3.2.3. Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı ile İlgili Neler Söyleyebilirsiniz?

Sosyal inovasyon farkındalığının, dijital sosyal inovasyon farkındalığına görece daha çok bulunduğu, az sayıda ve dijital alanlarda çalışan kişilerin farkındalığının yüksek olduğu görülmüştür. Dijital inovasyon uzmanlarından K4 günümüzde birçok şeyin dijital haline geldiği, 3D Printer ile dijital objelerin çok hızlı bir şekilde ürüne dönüştürülebildiğini belirtmekte ve inovasyonun dijital boyutunu şu şekilde anlatmaktadır:

İşin teknolojik tarafı aslında dijital sosyal inovasyon. İnovasyonu önce tanımladık, sonra başına sosyal koyduk, sonra en başına da dijitali koyuyoruz. Artık her şey o kadar dijital hale geldi ki işte şu anda 3D yazıcı tamamı ile dijital ortamda yarattığımız bir ürünü fiziksel olarak alabildiğimiz bir hale geliyor. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

AR-GE merkezi yöneticisi olan K14, dijitalleşme, sosyal inovasyon ve toplumdaki karşılığını şu şekilde ifade etmektedir:

Dijital yönü de şöyle; dünya zaten dijitalleşmeye doğru gidiyor aslında normal bireylere maddi açıdan yapmış olunan geliştirmelere eş zamanlı olarak ücretsiz olarak sosyal tarafla da ilgili kullanılabilir. Sonuçta devam eden dünyada bir süreç var bundan elli yıl önce, yüz yıl önce bunlar yoktu. Yani daha çok fiziksel yenilikler... İnovasyon bile olsa bunlar bugün artık tamamen dijitalle yönelik. Yani görme engelli bir kişinin ödeme işlemini nasıl yapacağını belirlenmesi de aslında bir sosyal inovasyondur. Yani o insanlara biraz daha dokunmak gerekecek, onlara da fayda sağlamak gerekecek. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

Dijital bankacılık alanında uzun yıllar birikimi olan ve yöneticilik yapan K15 dijitalleşmenin maliyetleri azaltması ve büyük kitlelere ulaşmada bir araç olduğunu vurgulayarak dijital sosyal inovasyon kavramını şu şekilde açıklamıştır:

Dijitalleşme, teknolojinin gelişmesi ile birlikte dünyanın her yerinde var. Herkes bir şekilde maliyetlerini düşürüp, daha büyük kitlelere hizmet vermek için çalışıyor. Sosyal inovasyon alanında da projelerin daha büyük kitlelere yayılabilmesi için dijitalleşmenin şart olduğunu düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.2.4. Dijitalleşmeye Neden İhtiyaç Vardır?

Alanın neye çözüm getirebileceği noktasında bilgi alınmak istenen bu soruda akademisyen olan K1 dijitalleşmenin yaygınlaşma, kaynak bulma ve güç toplama için maliyeti etkin bir araç olduğunu vurgulamaktadır.

Dijitalleşme, yaygınlaşma açısından kendi davana ortak bulma açısından, kendi uğraştığı sosyal sorumluluk ilgili güç toplama açısından, kendi uğraştığı sosyal sorunlar ilgili yenilikçi bakış toplama açısından, kaynak bulma açısından, iletişim desteği açısından müthiş bir fırsat sunuyor.

O yüzden dijitalleşmekten çekinmemek gerekiyor, dijital inovasyonu bu anlamda kullanmak gerekir. Çünkü maliyeti etkin bir yöntem, yani 10 milyon kişiye ulaşmasının bedeli 15 bin lira olabilir. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

K1 gibi K4 de maliyetleri düşürme vurgusu yapmakta, dijitalleşmenin sınırları kaldırarak sürdürülebilirlik, hız ve operasyonel verimlilik kazandırdığını şöylece anlatmaktadır:

Şu anda sadece bir cisimden bahsediyoruz, organlar bile artık insan hayatına doğrudan temas eden şeyler bile bu tip 3D yazıcılarla yazdırılmaya başladı. Artık her şey dijitalleşiyor ve dijitalleşme aslında zorlayan, sizin önünüze bir “challenge” getiren unsur değil, aslında sizin hayatınızı kolaylaştıran bir unsur. Maliyetlerinizi düşürüp müşterilerinize fayda sağlayabiliyor, deneyimi ve operasyonel verimliliğinizi arttırabiliyorsunuz. Bunu kullanarak ekstra paralar kazanabiliyor şirketler. Dijital gelişmelerden ve trendlerden tabii ki de doğal olarak etkileniyor. Yani sizin yine örnek vereceğim dezavantajlı gruplar ya da göçmenler için yapacağınız şeyler fiziksel çalışmalar süreçler düşünüldüğünde belli bir kısıtta kalırken dijitalde neredeyse bu sınırlar ortadan kalkıyor, birçok insana erişebilme imkânı sağlıyor ve size hız kazandırıyor. Sürdürülebilirliği arttırmak, verimi arttırabilmek için dijitalleşmeden, dijital teknolojiye ileri teknolojilerden faydalanmak gerekiyor. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Sorunların büyük olduğunu vurgulayan K5, bu sorunları hızlı ve daha etkili çözebilmek için dijitalleşmeye ihtiyaç olduğunu şu şekilde dile getirmektedir:

Dijitalleşme bir kere müthiş hızlandırıyor yani dijital sosyal inovasyona ihtiyacımız var, çünkü sorunlar çok büyük. Ve dijitalleşme bunlara hızlı ve efektif çözümler getiriyor, bir kere zaman kazanıyorsun, daha efektif oluyorsun, daha az insanla iş yapma şansınız oluyor. Mesela büyük bir yatırım da gerekmeden belki yapabiliyoruz yani dijital bir çözüm ürettiğinizde. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Diğer katılımcılar gibi yaygınlaşma noktasına vurgu yapan K10, kavramın zıttı olan dijitalleşmeme ve dijitalin kesintisizliğini şu şekilde anlatmaktadır:

Şunu düşünelim mesela; siz topluma diyelim yemek dağıtıyorsunuz... Şimdi bunu bir dağıtırsın, beş dağıtırsın, on dağıtırsın. Ama her zaman, zaman ayıramazsın. Bunu bazı insanlar üzerinden yapabilirsin. İnsanlar işten ayrılırlar, askere giderler, hastalanırlar, bu işlere devam edemeyebilirler. Dijitalin böyle bir güzelliği var. Dijital sonuçta daha kesintisiz olmaya aday olan bir sistem. Dijitalleşmenin, dijitalleşmemeden en önemli farkı şu; çabuk yaygınlaşması, çabuk toplumlara ulaşması. Yani bugün dijitalleşme ile dünyanın her tarafından insanlar bir ürünü kullanabilir hale gelebiliyor. Dijitalleşme olmadan bu mümkün değildir. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

K10 gibi K9 da dijitalin yaygınlaştırma gücünden ve birçok kişiye ulaşmak için bir araç olduğunu dile getirmektedir:

Dijitalleşmenin en büyük artısı, tabii ki yaygınlaşma açısından. Şimdi konu ile ilgili lokal bir proje başlattığınızda erişebilme sayınız az. Ama bunu dijitalleştirdiğinizde birçok kişiye ulaşabilme imkânınız var. (Katılımcı 9, Görüşme, Mart 2019)

3.2.5. Dünyadan ve Türkiye’den Sosyal Inovasyon Örnekleri

Katılımcıların büyük çoğunluğu bildikleri sosyal inovasyon örnekleri ile ilgili bilgiler vermiştir. Katılımcıların örnekler noktasında çeşitliliği sosyal inovasyonların daha bilinir hale geldiğini göstermesi açısından önemlidir. Akademisyen ve sosyal inovasyon merkezi kurucularından K1 ulusal ve uluslararası çok çeşitli örnekler vermektedir:

Hollanda’da bir sosyal inovasyon ekibi var, onlar işçi sendikası kökenli ve işyeri mutluluğu ağırlıklı çalışıyorlar. Avustralya’dakilere bakıyorum, onlar kamu politikalarının iyileştirmesi

çalışıyorlar. Bizim kurucularımızın önemli bir kısmı sivil toplum kökenli olduğu için biz de ilk etapta sivil toplum alanında daha ziyade aktif olduk. Bilgi Üniversitesi'nin 8 yıldır yaptığı Bilgi Genç Sosyal Girişimci ödüllerinin her organizasyonunu biz yürütüyoruz. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Afrika'daki örnekleri de vurgulayan K1 çevresel boyuttaki sosyal inovasyonları ve sosyal etki olarak büyük ilgi uyandıran mikro krediyi şöyle örneklendirmektedir:

Mesela sisleri toplayanlar var. Sis topluyorlar, o zaman ne oluyor? Hiç baraj olmadan doğrudan suyu toplayabiliyorsunuz. Örneğin çok inovatif nanoteknolojik partiküller kullanan, çok ucuza satılan artırcılar var, tasarlayan insanlar var, bunlar satılıyor. Bunlar var, dolayısıyla sorunu bambaşka bir perspektifle çözüyorsunuz. Mikro kredi, ilk çıktığında bir sosyal inovasyon. Mikrokredi; geleneksel yöntemlerle krediye ulaşamayan insanların bir biçimde kredilendirilmesi demek. Yine aslında paralarını da ödüyorlar. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

İnsanların 100 Dolar ile nasıl iş sahibi olacağının somut bir örneği olan Mikrokrediyi K9 da şu şekilde anlatmaktadır:

Mikro kredi diye bir şey oldu. Pakistan'da Muhammed Yunus'un... Onun modeli çok güzeldi. Mesela 100 dolarla insanlara iş kurmasını sağlıyor insanlara. Belki 100 dolar sürekli yardım edersin ama insanlara en azından bir iş kurmaya, kendi ayakları üzerinde durma, ona balık tutmayı öğretme prensibi... (Katılımcı 9, Görüşme, Mart 2019)

K1 ve K9 gibi K4'de Muhammed Yunus'un Mikro Kredi ve Grameen Bank örneğine değinmektedir.

Sosyal inovasyonun ilk örnekleri anlamına gelen, Muhammed Yunus tarafından denenen faizsiz borç vermek, mikrofinans işte sonrasında Grameen Bank kuruluyor, Nobel Barış Ödülü alıyor. En çok insan tarafından bilinen, işin içine yine dijital girmemiş olduğunu düşünürsek; mavi kapaklar tekerlekli sandalye projesi. Bu tip sosyal inovasyon projelerinde hitap ettiğiniz kitle ve hizmet edeceğiniz alan ne kadar hacim olarak genişlerse siz o kadar başarılısınız. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Eğitim alanında da Türkiye'de uzun yıllardır başarılı şekilde sürdürülen Açık Üniversiteler ve mekânsal örgütlenme örneğini veren K1 örneği şu şekilde detaylandırmaktadır:

Açık üniversite bir sosyal inovasyon örneğidir. Yani insanların çeşitli nedenlerle ekonomik koşullarla, yakınlarını kaybettikleri için, çevrelerinde bir üniversite olmadığı için, genç yaşta üniversiteye gidememiş olabilirler insanlar. Şimdi 1950'lerde birileri çıkıyor diyor ki üniversite ille gidip oturlan ve ders alınan bir yer olmak zorunda değil. Yani üniversitede ders öğreniliyor sonuçta, ben dışarıdan vereyim kitaplarını, bunlara çalışsın. Ve sonradan sınav yapayım bunları, gelsinler sınavlarına girsinler ve üniversite mezunu olsunlar demiş. Çünkü üniversiteye gidememiş, 30 yaşına gelmiş iki tane çocuğu var. Gündüzleri çalışmak zorunda olan birinin üniversite hayatına dönmesi mümkün değil. O zaman biz üniversiteyi gidilen ve ders alınan bir yerden çıkarırsak, mekânsal örgütlenmeyi yeniden yaparak o zaman insanlar üniversite mezunu olabilirler ve toplumdaki eğitim düzeyi artabilir. İşte mesela bir sosyal inovasyon. Nitekim Türkiye bunu dünyada en yaygın kullanan ülkelerden biri, milyonlarca insan Türkiye'de açık öğretime gidiyor. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Yine eğitimle ilgili Oxford Üniversitesine kabul kriterlerinden birisinin bir sosyal inovatif bir proje içerisinde çalışmış olmak olduğunu belirten K2 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Oxford'a paranızın ve puanınızı yetmesi yetmiyor, aynı zamanda sizin Oxford'da eğitim alabilmeniz için lisans seviyesinde daha önce bir sosyal hizmette görevli olmuş olmanız gerekiyor. Bu üniversitenin bir olmazsa olmazı mantığı da sosyal inovasyon kollarında ya da

sosyal hizmetler kollarında çalışmış insanların, erdemli, iyi insanlar olduğu varsayılıyor. Yani öyle bakılıyor. Daha önce bir sosyal hizmetler ya da bir sosyal inovasyon tecrübesi olmayan için; onu bir yaşlı bakım evine göndermişler ve bir yıl orada çalışmış, yaşlılara önce hizmet etmiş ve onlara birtakım inovatif çözümler... Mesela bir web sitesi kurmuş, onlara geceler düzenlemiş, yani herkesin yapmadığı yenilikler yapmış ve öyle kabul etmişler. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Gıda Bankacılığı ile birçok toplumsal ihtiyacı karşılayan proje örneğini veren K1 çevre ve sağlık anlamındaki sosyal inovasyon örneğini şu şekilde anlatmaktadır:

Gıda bankacılığı bir sosyal inovasyondur bu anlamda. Atılmakta olan ürünlerin, atılacak olan ürünleri belirli bir süreden önce toplayıp ihtiyacı olanlara veriyorsun. Çünkü onu atmak da bir maliyet süpermarketler için. Sen şimdi öyle bir mekanizma kuruyorsun ki; atma bunu yoksullara verelim diyorsun, bozulmasına da bir zaman var. 1 ay kala, 15 gün kala... Çünkü raf ömründen önce alıyorsun ve veriyorsun. Para harcayacağım hem de çöp için bile para harcayacağım bir şey için... Doğrudan insanlar için kullanıma açıyorsun. İşte bu bir sosyal inovasyon. Dolayısıyla bir sorunu klâsik yöntemle çözme fonlamayacağız. Bir sorunu yeni yöntemlerle, bunun hiç bulunmadığını düşün... Dünyada hâlâ bütün süpermarketlerin ömrü geçenleri çöpe attığını düşün. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Sağlık alanındaki sosyal inovasyonlardan bir örnek veren K3 Katarakt rahatsızlığının nasıl iyileştirilebileceği konusunu şu şekilde örneklendirmektedir:

Hindistan'ın en büyük sorunu ne? Katarakt. Katarakt körlüğe kadar götürür. Bilmem kaç milyon Hintli bundan mustarip. Ne yapıyorlar? Hastanelere gelmesinler, biz gidelim hastalara. Ve ciddi bir şey kuruyorlar, hastane ağı kuruyorlar, doktor ağı ve yerel ajans ağı kuruyorlar. İnanılmaz başarılılar, alana dağılıyorlar şimdi baktığım zaman gerçekten istatistiksel olarak bir katkısı var. (Katılımcı 3, Görüşme, Mart 2019)

K3 gibi K5 de önlenebilir bir hastalık olan Katarakt problemini örneklendirerek şu şekilde açıklamaktadır:

Peek Vision diye bir örnek var, bunu çok seviyorum. Bence mutlaka disiplin arası bakış açısı çok önemlidir. Birlikte disiplinleri aşarak bakmamız lazım. Mesela Peek Vision örneği şöyle; bir şey fark ediyorlar ki Afrika'da çok ciddi bir önlenebilir körlük var. Ama zor olan da şu; göz taraması yaptığımız makineler çok büyük ve onları böyle kötü yollardan köylere geçirmeniz çok zor. Telefona takılan bir aparat geliştiriyor ama bunu yapanlar; işte hem göz doktorları var ekipte hem işte Afrika ile ilgili uzmanlığı olan sosyal bilimciler var, hem de tabi ki de software ve hardware geliştiriciler var. Ve o aparatı geliştiriyorlar. Aparatı ben gördüm, ben de onu gözünüze tutarak göz muayenesi yapabiliyorum. O veri merkezi bir yere gidiyor ve işte tanı konuyor. Gerçekten o süreci çok hızlandıran efektif bir şeydir. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Yine sağlık alanındaki sosyal inovasyonlardan bir örnek veren K5, 3D printerlar ile basılan protez uzuvları şu şekilde anlatmaktadır:

Düşünün protezler... Ve işte özellikle çocuklar için mesela bu 3D printerdan (yazıcıdan) çıkan renkli protezler var. Harika! Hem maliyeti çok düşürdü hem de eğlenceli. Bu sene mavisini takar seneye pembesini takar. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Suç oranlarını azaltmada sosyal inovasyon örneklerini anlatan K6, Social Labs'lar aracılığıyla multidisipliner yaklaşımlar sergilendiğini şu şekilde anlatmaktadır:

Social Labs diye bir kavram var sosyal laboratuvarlar... Social Labs dediğim şey; bir problemi genel ölçekte farklı multidisipliner, farklı sektörlerden gelen bireylerin belirli bir süreçten geçerek çözüm üretmek. Social Labs 'ler fiziksel alanlar olarak da kurulabilirler ve insanlar orada bir araya gelerek devam edebilir. Ya da bu bir programdır; insanlar dijital ortamlarda bir araya gelir

çözüm üretir. Los Angeles galiba emin değilim... Genç nüfusun hapse girme oranı ve ardından çıktıktan sonra tekrar hapse girme oranı çok yüksek o bölgede ve hani bu şehir için, valilik için, belediye için ve büyük ölçekte de bakanlık seviyelerinde falan ciddi bir problem. Çözüm üretemedikleri bir problem olarak devam ediyor yıllardır ve bir tane sosyal girişim ortaya çıkıyor. İlk oradan çıkacak, hapishaneden çıkan gençleri bir programdan geçirip onlara, işte topluma hazırlama, çeşitli yetkinlikler kazandırma, kendi güvenini getirme... Bir programdan geçiren sosyal girişim var ve gidip işte bu sosyal girişim ile birlikte belediye gidiyor ve diyor ki ben bu programı uygulayacağım 3 aylık periyotlar ile. Ve buradan çıkan gençlerin nasıl topluma entegre olacağını siz de göreceksiniz. O yüzden bana atıyorum iki yüz bin TL garanti... Ben bir yıl boyunca iki yüz bin TL'yi senden istemiyorum ben bu yatırım yapıyorum, çocukları topluma kazandırdığı mı görünce ikinci yıl dört yüz bin TL yatırımı sen yap. Çünkü bu zaten devletin çok büyük bir problemi, çözüm üretemediği bir problem. Ve aslında devletin bu şekilde bedelli konularını farklı mekanizmalar, bazen kalkınma ajansları, bazen belediyeler üzerinden... İşte o zaman da etkisi devreye giriyor. Yani hakikatten o bir yılsonunda gerçekten ben bu çocukları topluma kazandıracağım dedi. O programdan geçen 100 öğrenci varsa seksene bakıyorsun, hakikaten nerelere gitmiştir? 80'i de bir yere gitmiş ise evet, gelişim çalışıyor. (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyen K7 Türkiye'de görme engelliler için yapılan, kabartmaların parmaklarla okunması ile anlaşılabilen, 3D yazıcı ile yapılan sanat eserlerinin bu anlamda hâlâ etkileri sürdüğü ve birçok görme engelli birey tarafından deneyimlendiğini şu şekilde anlatmaktadır:

Ne zaman gidip, birinci derecede içeriye girip, oradaki ihtiyaçları görüp, etnografik çalışma yapmaya başladığınızda... Mesela görme engellilerin, körlerin gerçek anlamda sanat eserleri ile ilgili olarak hiçbir, gerçekten deneyim almadıklarını, olmadıklarını gördüler. Önce betimlemelerle sergiler hazırlandı. Mesela 3D yazıcıdan, bildiğin en önemli Türkiye'deki ve dünyadaki sanat eserlerini üç boyutlu çıktı yapıp eserlerin birçok insan tarafından görülmesini sağladı. Bugün bile hâli hazırda o yaptığı 3D kaybolmadığı için, en azından elinde 20 tane parça var ve insanlar onları gerçekten dokunarak algılayabiliyor. Bu işte sosyal inovasyon. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Çevreci sosyal inovasyonların en büyük etkilerinden birisinin de insanlarda etki uyandırması olduğunu ve yapılan şeyin, "iyilik yapmak isteyenlerle iyiliğe ihtiyaç duyanları projelerle buluşturan İyilik Haritası projesi" olduğunu belirten K12 da konuyu şu şekilde örneklendirmektedir:

Avrupa'da özellikle plastik şişelerin toplandığı bir makine var; plastik şişelerinizi atıyorsunuz, tren bileti alabiliyorsunuz karşılığında. Hani bu seviyeye inmesi de kullanıcıya, bireysel seviyeye inmesi bu noktada oluyor. Bir reklama denk gelmiştik Mastercard yapmıştı. Reklam bill boardlarında şey geliyor; bir ekmek var yarım ekmek, diğer tarafında böyle küçük bir el var. Afrikalı çocuğun elini resmetmişler. Ona bir dilim ekmek bağışlamak istemez misiniz diye? Kartını ekrandan geçiriyor, bir dilim ekmek düşüyor ve çocuk onu gelip alıyor, sonrasında teşekkür ediyor. Yani o şekilde görselleştirilmiş muhtemelen telefonundan 1 dolar gönderdiğinde o etkiyi hissedemeyecek... O yüzden sosyal sorumluluk girişimlerinin en önemli şeylerinden biri ne yaptığını fark ettirmek karşı tarafa. İyilik haritası adı altında bir sosyal girişim var. Türkiye'nin illerinde hangi illerin haritası olduğu... Mesela orda ihtiyaçlar var, belki duymuşsunuzdur. Mesela Adana... Adana'ya tıklıyorsunuz şurada şöyle kitap ihtiyacı var, şu var bu var direkt onu karşılaya biliyorsunuz ya da işte onun için bir şey yapabiliyorsunuz, donation (bağış) yapabiliyorsunuz. Öyle noktalarda işte bahsettiğimiz gibi süreklilik problem oluyor. (Katılımcı 12, Görüşme, Mart 2019)

Türkiye ve dünyadan çeşitli sosyal inovasyon örnekleri veren dijital kanallar yöneticisi K15, engelliler ve sosyal içerme kavramları ile ilgili örnekleri şu şekilde sıralamaktadır:

Görme engelliler için geliştirilen bir elektronik baston var aklıma gelen. Hangi ülkeydi tam hatırlamıyorum, ancak Hollanda'da olabilir. İnsanları, görme engellileri baston yerine mobil uygulama ile yönlendirip, hayatlarını kolaylaştırıyordu. Bir de Nike'ın başı kapalı sporcular için türban projesi de hoşuma gitmişti. Başı kapalı bayanların spor yapma problem vardı, o da ilgimi çekti. Türkiye'de daha çok operatörler bu tür inovasyonlar, sosyal inovasyonlarda yer alıyor. Yine Turkcell'in görme engelliler için yaptığı bisiklet projesi vardı. Önde görme yetisi olan, arkada yetisi olmayan birinin olduğu, takım halinde yarışarak engellerin ortadan kalktığı bir proje vardı. Sosyal destek hattı var, 183. Ciddi anlamda arka tarafı beslenirse daha da iyi olacaktır. Bir de açık öğretim fakülteleri var, çok büyük kitlelere eğitim sağlıyor. Okuyamayan insanların uzaktan erişimini sağlayarak öğrenim hayatını sürdürebilmesini sağlıyor. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.2.6. Türkiye'de Sosyal Inovasyon Uygulamalarının Yeterliliği

Türkiye'deki sosyal inovasyon uygulamaları gün geçtikçe daha çok artmaktadır. Görece yeni bir kavram olması ve bilinmemesi göz önünde bulundurularak katılımcılara bu sorusu yöneltilmiş ve cevap aranmıştır. Sosyal inovasyonları yeterli bulmayan, artırılması için yaptıklarını anlatan K1, neden yeterli olmadığını da şu şekilde anlatmaktadır:

Sosyal inovasyonda asıl temel alan olarak da sosyal inovasyonun Türkiye'de tanınmasını, farkındalığın artmasını sağlamaya çalışıyoruz. Yaklaşık yılda 10.000 civarında insana sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon anlatıyoruz, makaleler yazıyoruz, çalışmalar yapıyoruz bununla ilgili. Tabii sosyal inovasyon projeleri Türkiye'de hemen hemen yok, çok az var. Bizim de bir iki tane projemiz oldu sosyal inovasyon geliştirilmesine yönelik. Atölye tarzı şeylerimiz oldu ama hani büyük bir proje olarak sosyal inovasyon çok yeni daha Türkiye'de. Yenilikçi uygulamaların Türkiye'de az olmasının nedenlerinden bir tanesi sosyal inovasyona dair yapısal fonların olmamasıdır. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal fayda bakış açısı ile çok çalışmaların olduğu ancak sosyal inovasyon uygulamaları noktasında yeterli olmadığını belirten K5 konuyu şu şekilde açıklamaktadır:

Son yıllarda arttı ama ben yeterli olduğunu düşünmüyorum. Pek çok TTO (Teknoloji Transfer Ofisi) bünyesinde sosyal inovasyon çalışmaları yapılıyor, çok güzel inkübasyon merkezleri var. Ankara'da mesela İstasyon var, harika! İmece var, bayağı güzel girişimler var, yani Ashoka var. Ashoka daha sosyal girişimcilik tarafında. Bizde herkes inovasyon yapmıyor ama inovatif bakış açıları var orada da. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal inovasyon uygulamalarının yeterli olmadığını ancak sosyal içermenin çok iyi seviyelerde olduğu, göç etmek zorunda kalanlara yardımseverlik noktasında iyi noktalarda olduğunu belirten K13 konuyu şöyle değerlendirmektedir:

Yeterli değildir tabi, ne anlamda değildir? Yapılabileceklerin sınırı yok. Hani bir de yaygınlık anlamında baktığınız zaman mesafe kat etmemiz gereken yerler olduğu çok net. Yani tabi ki bizim o anlamda, uygulama anlamında belki daha alacak yolumuz var ama öte taraftan baktığınız zaman dünyada yardımseverlik anlamında dünyadaki toplumlara fayda anlamında, Türkiye özellikle göç ile birlikte Suriyelilerin misafir edilmesi ile alakalı Türkiye çok farklı bir konumdadır. (Katılımcı 13, Görüşme, Eylül 2019)

Sosyal inovasyon uygulamalarını yeterli bulmayan K15, artırmak için şu önerilerde bulunmaktadır:

Örnekler var ama çok fazla yeterli olduğunu düşünmüyorum. Bu alanda daha çok yolumuz var diye düşünüyorum. Bu alanla ilgilenen girişimler, start-up'lar desteklenmeli, sayıları artırılmalı

diye düşünüyorum. Özellikle üniversitelerde akademisyenlerin bu alanda daha çok çalışma yapması gerektiğini düşünüyorum. Üniversiteler üzerinden bu hareketin yayılabileceğini düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.3. Dörtlü Sarmal'daki Paydaşlarda Sosyal İnovasyon ve Dijital Sosyal İnovasyon

Boelman (2014) Dörtlü Sarmal modelinde merkeze kamu sektörü olarak hükümet ve belediyeleri almakta, özel şirketler, üniversiteler, araştırma merkezleri ve sivil toplum kuruluşlarını kamunun yasal alt yapısı ve fon mekanizmalarına bağlı olarak anlatmaktadır. Bu modeldeki sektörlerde sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyonun durumunu araştırmak için katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Katılımcılara sektörlerin rolünü anlayabilmeye yönelik sorulan sorular ile cevap aranmıştır.

3.3.1. Ulusal Sosyal İnovasyon Sisteminde Paydaşlar ve Roller

Akademisyen K1 sosyal inovasyon sistemi ve örgütlenme bağlamında İngiltere örneğini şu şekilde anlatmaktadır:

Türkiye'de sosyal inovasyon sistemi olabilmesi için buna katkı yapabilecek olan aktörlerin bu tematik alan içerisinde örgütlenmesi lâzım ve buna yönelik daha yapısal bir fonların oluşması lâzım. Örneğin İngiltere'de Nesta, İngiltere hükümetinin verdiği fonlar ile çalışıyor ağırlıklı olarak. Şimdi İngiltere hükümeti diyor ki; mahkûmlar var, bunlar cezalarını dolduruyorlar fakat uzun yıllar içeride kalıyorlar. Dolayısıyla becerilerinin geliştirilmesi lâzım çünkü eğer ben becerilerini geliştirmesem dışarıya çıktığında suça bulaşma ihtimali çok yüksek. O zaman ben öyle bir program fonlamalıyım ki, bu cezasını tamamlayıp çıkmış mahkûmlara yönelik sivil toplum örgütleri ya da sosyal girişimler proje geliştirsinler. Ben de onları fonlayayım diyor. Bizim de öyle bir aklı üretmemiz gerekiyor; yani zarar oluşturduktan sonra değil, iş bittikten sonra değil, koruyucu önleyici işler yapmamız lâzım. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Kamunun sorumlulukları ve bu sorumlulukları diğer sektörlerle programlı bir şekilde paylaşabilmesi için iyi organize olan, organize edebilen ve kaynakları etkili şekilde kullanabilecek bir organizasyona ihtiyaç olduğu vurgulanmaktadır. Bu anlamda bakanlık nezdinde bu örgütlenmeyi başlatabilmek için bakanlığın adının dahi değiştirilebileceğini K2 şu şekilde ifade etmektedir:

Çalışma ve Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanlığı'nın "Sosyal İnovasyon Bakanlığı" olarak isminin değiştirilmesi çok önemli. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Devlet'in, belediyelerin yani kamunun işin merkezinde ve icracı olması gerektiğini anlatan K4 kamu ve özel sektörün iş birliği içerisinde çalışmasının gerekliliğini şu şekilde ifade etmektedir:

Devletin bu anlamda bence gerçekten icracı olması önemli. Yani devletin bu anlamda işte kurumsal firmalara belki start-up'lara, sivil toplum örgütlerine, üniversitelere, teknoloji transfer ofislerine bir öncülük etmesi gerekir, bir altyapı sağlaması gerekiyor. Ortak bir zeminde onları buluşturabilmesi ve onların iyi bir şekilde çalışmasını sağlaması gerekir. Bir firmaya bakıyorsun, hiç devletle alakası olmayan bir Apple. Diğer tarafta bakıyorsun Amerika Devleti işte bunlar bir arada çalışıyor. Aynı şekilde bizim de çok yetenekli teknoloji firmalarımız var. Devletin özellikle çözmesi gereken, topluma fayda sağlayabilecek inovasyon projeleri yapma noktasında bir kısmını in-house ilerletirken, bir kısmını da ekosistemle ilerletebilir. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Paydaşların içerisinde kamunun mutlaka olması gerektiği, üniversiteler ve teknoloji transfer ofislerinin önemli olduğunu, sivil toplumun işin bir tarafında olarak sosyal sorunların çözülebileceğini K5 şu şekilde ifade etmektedir:

Mutlaka kamu olması lâzım. Bence kamu çok önemli, üniversiteler özellikle. TTO'lar (Teknoloji Transfer Ofisleri). Mutlaka bunun bir akademik araştırma, işte geliştirme tarafında mutlaka olması lâzım. Bence sivil toplumun bir yerinde olması lâzım. Çünkü sosyal sorunların üzerinde yıllardır düşünen, çalışan insanlar var. Disiplinler üstü bakış açısı lâzım bütün bu insanların birlikte çalışabilmesi için. Tanımlar lâzım; sonunda bütün işte kamu, sivil toplum, üniversiteler, TTO'lar, inkübatörler bunların ortak bir tanım da ve strateji de birleşmesi tabi işi çok hızlandırılabilir. Birlikte çalışmak mutlaka gerekiyor, yani tek başına kimsenin yapabileceği bir şey değil bu. Ve anca birlikte efektif bir şekilde çalışırsak gerçekten sosyal sorunları çözebiliriz. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Kamunun tarafsız olması ve sistemin çok paydaşlı olması gerektiğine vurgu yapan K6, sistemde yer alan paydaşların rollerini şu şekilde anlatmaktadır:

Kamunun tarafsızlığını hissettirebileceği bir yapı olması lâzım. Dolayısı ile de o yüzden çok paydaşlı olabilmesi lâzım. Çok paydaşlı olabilmesinden de kasıt; farklı sektörlerden temsilcilerin olduğu ve temsilcilerin çeşitli araştırma ya da uygulamalarla bilgi aktardığı oraya ve bu bilgilerin görünür olduğu, paylaşılr, erişilebilir olduğu bir kamunun kolaylaştırdığı bir platform olması bence çok önemli. (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

Kamunun rollerinden birinin yasal alt yapıyı kurmak olduğunu, gençlerin, start-up'ların fonlanarak güçlendirilmesini K8 şu şekilde dile getirmektedir.

Burada kanun yapıcılara ben biraz değinmek istiyorum. Kitlese fonlamanın kanuni altyapısını düzenlemeliler. Bu yurtdışında çok yaygın bir şey. Hem start-up'lar için... Hani gençlerin yeni projeleri hem de toplumsal faydayı sağlıyor. Sosyal sorumluluk projeleri için çok önemli kaynak oluşturuyor. (Katılımcı 8, Görüşme, Mart 2019)

İnovasyonun ortaya çıkması için fonların adil bir şekilde kamu tarafından dağıtılmasına vurgu yapan K10 konuyu şu şekilde değerlendirmektedir:

Bursa'da bir tekstilcinin oğlu, hiçbir sorunu yok. Altında da güzel bir arabası var ve gidiyor belediyeden burs istiyor. Şimdi belediye bakıyor çocuğa, iyi bir çocuğa da benziyor. Ortalaması da yüksek. Bakıyor formuna; babam emekli, annem ev hanımı, dört kardeşimiz var, işte ben okuyorum ay sonunu zor geçindiriyorum falan yazmış. Mesela buna burs veriliyor. Böylece ihtiyacı olan bir adam burs alamıyor. Şimdi devletin mesela politikaları var. Ne yapıyor? Şehit ve gazi yakınlarına ev yapıyor. Şimdi gerçekten şehit ve gazi yakını mı dediğim zaman ne anlıyorum? Aslında şunu anlıyorum; Güneydoğu'da çatışırken şehit olmuş, arkasında çoluk çocuğu kalmış, ailesi kalmış, dul kalmış, dul maaşı bağlanmış ama zor ay sonunu getiriyorlar. İçinde oturabilecekleri bir evleri yok. Bunlara mesela ev alsın diye bir şey veriyorlar. Bunları daha rahat fonlarsın mesela. Ama bunu da doğru anlaması lâzım sistemin. Sistemin bu manipülasyonları çözebilecek de bir şeyi olması lâzım ki bir inovasyon ortaya çıksın. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Teknoparklar, üniversiteler ve özel sektöre vurgu yapan K15 ulusal sosyal inovasyon sistemindeki paydaşları şu şekilde dile getirmektedir:

Başta devlet, belediyeler kamu bacağında olmalı. Üniversiteler olmazsa olmaz, merkezde üniversiteler olması gerekir. Teknoparklar araştırma bacağında olabilir. Özel sektör ve sanayi kuruluşları sac ayağı olarak üçlü sisteme mutlaka entegre edebilmesi ve dünyaya yayması gerekir diye düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.3.2. Hükümetin Sosyal İnovasyon Stratejileri Neleri içermelidir?

Bu soru katılımcılara kamunun rollerini detaylandırmak amacıyla yöneltilmiştir. Kamudaki bankalar ve Merkez Bankası'nın fonlama ile ilgili rollerine değinen K2 konuyu şu şekilde değerlendirmektedir:

Ulusal sosyal inovasyon sistemi içerisinde, sosyal inovasyonla ilgili projeleri fonlayan bir bankaya ihtiyaç var. Türkiye'de Merkez Bankası, işte Ziraat Bankası, Halk Bankası... Sosyal inovasyon fonları yaratılması lâzım. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Hükümetin icracı olmaması, ülkenin her yerinde olması ve 3. Sektör kuruluşlarını destekleyici olması gerektiğini vurgulayan K3 konuyu şu şekilde açıklamaktadır:

Sosyal inovasyon merkezleri hep İstanbul'da, ama sosyal sorunlar İstanbul'da olduğu kadar Karadeniz'de de var, Doğu Anadolu'da da var, Muş'ta da var. Özellikle orada daha temel sıkıntılar var. Zengin fakir diye bakmamak lâzım olan ve olmayan diye bakmak lâzım. Devlet orada organizatör daha doğrusu aracı olması gerekir ama yöneten olmamalıdır. İşin içinde olmamalıdır yani tabii onun bir parçasıdır ama ana belirleyici faaliyeti toplumsal, sosyal politikalarda olmalıdır. Ama faaliyet alanında, daha temele bırakması, daha 3. faktöre bırakması gerektiğini düşünüyorum. (Katılımcı 3, Görüşme, Mart 2019)

Öncelikli strateji olarak yasal alt yapısının kurulması ve devletin merkeziyetçi rolünü K4 şu şekilde ifade etmektedir:

Yasası olması lâzım, kesinlikle bir mevzuatımız olması lâzım. Hatta belirli bir aşamada tabii ki bir zorunluluk haline getiremezsin ama bir yol gösterme, bir hedef gösterme anlamında devletin katalizör etkisi olması lâzım. Cumhurbaşkanlığı'na bağlı dijital dönüşüm ofislerinin ben çok faydalı olacağını düşünüyorum. Çünkü yarın öbür gün o projelerin sahipleri devlet olabilir ve devlet o projeleri geliştiren ekiplerden satın alabilir, yani exit edebilir aslında o firmalar. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

K4 gibi K6 da mevzuat eksikliğinin giderilmesi, fonların ve devletin elindeki kaynakların kullanıma açılmasını şu şekilde açıklamaktadır:

Öncelikle bir mevzuat çalışması yapılması lâzım. Kamunun elinde olan ve aslında verimli bir şekilde kullanamadığı kaynaklarını mesela açtı... Şunlar kullanılabilir; bilmem ne merkezlerimiz işte bazı konularında mekândır, bazı konularda ne bileyim fondur... (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

K8 de mevzuatsal alt yapı vurgusu yaparken denetleme ve fon dağıtımına öncelik verilmesini şu şekilde anlatmaktadır:

Kanun koyucular ya da kanun yapıcılar, yani devlet hükümet önünü açmalı. Hani bu tür projelerin kanuni altyapısını, mevzuatını yapmalı. Hani oradaki en azından destek veren gönüllülerin soru işaretlerini ortadan kaldırmak adına kabaca, hani finansa etmek desteklemek ve en önemli şey... Denetleme çok önemli... (Katılımcı 8, Görüşme, Mart 2019)

Kamunun girişimcilere fon dağıtımı noktasında strateji belirlemesine değinen K11 şunları ifade etmektedir:

Sosyal sorumluluk alanında fayda getiren girişimcilere bence en büyük desteği Melek Girişimciler değil de bunlardan zaten destek alamıyorlar... Kamu ve devletin buna destek vermesi gerekiyor. Bu girişimcilere destek vermesi lâzım. Onların öncülüğünde bu girişimler bence hayatta kalır. (Katılımcı 11, Görüşme, Mart 2019)

Yasal alt yapının kurulması ve dünya ile senkronize şekilde inovasyonlar için akademisyenlerin önemini K15 şu şekilde vurgulamaktadır.

İnsana hizmet eden çalışmalar üzerinde durmaları ve insanların hayatını kolaylaştırmalıdır. Diyoruz ya inovasyon acıyı dindirmektir. Yasal dayanak önemli tabi. Burada biraz da yasal alt yapının daha olgunlaştırılması gerekiyor. Dünya ve Avrupa ile entegre çalışılabilir. Akademisyenlerden oluşan kurullar ile mutlaka iş birliği yapılmalı. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.3.3. İçinde Bulunulan Organizasyonun Sosyal İnovasyon Uygulamaları

Hükümetin sosyal inovasyon stratejileri ile ilgili görüşler alınmasından sonra katılımcılara, içinde bulundukları organizasyonda sosyal inovatif çalışmalarının var olup olmadığını tespit etmek amacı ile sorulan sorunun cevapları aşağıda verilmiştir. Buna göre, Türkiye’de bu anlamda ilk organizasyonlardan birinin kurucuları arasında olan, sivil toplum kuruluşlarını güçlendirerek özel sektör ile de iş birliği içinde olduklarını belirten K1 yaptıkları çalışmaları şu şekilde ifade etmektedir:

Sosyal inovasyon Merkezi 2011 yılında kuruldu. 2011’in Eylül’ünde hedefimiz, bu var olan toplumsal, kültürel, ekonomik, çevresel sorunlara yenilikçi çözümler üretmek, yenilikçi çözümler üretenlerin bulunduğu bir yer olmak ve bu çözümleri gerçekleştiren uygulayan planlayanlara destek olmak. Sosyal inovasyon merkezi tam olarak ne yapıyor dediğimizde birkaç alanda çalışmalar yapıyor. Bir tanesi sivil toplum kapasite geliştirme çalışmaları yapıyoruz. Birlikte çalıştığımız STK’lar var işte, Kaçuv gibi, Rönesans Eğitim Vakfı gibi, Maya Vakfı gibi... Roche’la birlikte yürüttüğümüz bir kapasite geliştirme programı var. Oradaki 6 küçük hasta ve hasta yakını derneği gibi STK’ların daha güçlü, daha etkin, daha başarılı STK’lar haline gelmesini sağlamaya çalışıyoruz. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyen olan K2, sosyal inovasyon kongrelerini düzenleyen ve sosyal inovasyon araştırmaları yapan organizasyonun içerisinde olduğunu şu şekilde belirtmektedir:

Sosyal inovasyon uygulamaları araştırma merkezindeyim. Yani yapmış olduğumuz, içinde bulunduğum organizasyon bizzat sosyal inovasyon yapıyor. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Özel sektördeki bir şirkete danışmanlık veren akademisyen K3 yapılan çalışmaları şöyle anlatmaktadır:

Topraksız tarım var, daha az sulu sistemler. Şimdi mesela orada dijital sistemler de artık devreye giriyor. Dronlarla, mesela uygulamalarla iklimlendirmeyi ona göre yönetiyorlar. Keza sağlık sektöründe de öyle, işte senin haplarla kanındaki vitamin oranını ölçüyorlar. Bir girişim vardı geçen dönem Bayer sunumlarında; idrardan kan şekeri vesaire ölçmeye yarayan bir çubuk geliştirmişler. (Katılımcı 3, Görüşme, Mart 2019)

Kamu ve özel hybrid bir havayolu şirketi olan Türk Hava Yolları’nın dijital inovasyon biriminde çalışmalar yapan dijital inovasyon uzmanı K4 çalıştığı şirkette yaptıkları sosyal inovatif çalışmaları detaylarıyla şu şekilde anlatmaktadır:

Türk Hava Yolları bazı destinasyonlarda bazı rootlarda tek. Yani bugün bir Adıyaman’a gitmek istediğinizde, Siirt’e gitmek istediğinizde, Elâzığ’a gitmek istediğinizde başka bir alternatifiniz yok ve Türk Hava Yolları müşterisi oluyorsunuz. Aslına baktığımızda Türk Hava Yolları bu anlamda en büyük sosyal inovasyonu gerçekleştiren firma olmuştur. Çünkü dediğim gibi toplumun her birini etkilemiş burada dezavantajlı gruplar da var, normal insanlarda var, engelli grubunda olan vatandaşlarımız da var, devlet programları da var. Her kesime hitap ediyor. Görme engelliler için sağladığımız: Terminal Haritaları projemiz... Yani özellikle terminalde gezerken insanların özellikle görme engelli insanların check-in kontuarına ulaşmaları, pasaport

kontrolünden geçmeleri, sonra uçaklarının bulunduğu kapıya ulaşmaları anlamında bu tip projelere çalışıyoruz. En son Braille alfabesi ile bastığımız boarding kartlar, mobil biniş kartları... Yani artık görme engelli vatandaşımız onun için özel ayrılan dezavantajlı yolcular için özel ayrılan check-in kontuarında Braille alfabesi ile basılmış boarding kartını aldığı anda ne aldığını anlıyor. Uçağa çok rahat bir şekilde geçiş yapıyor. Web sitemizde ve mobil uygulamamızda erişilebilirlik seviyesini arttırmaya çalışıyoruz. Yani oradaki butonlar, oradaki metinlerin çok daha anlaşılır hale gelmesi... Üzerine basınca dinlenebilir hale gelmesi ve çok rahat bir şekilde görme engelli yolcumuzun mobil uygulamamızı kullanarak check-in yapmasını ve uçak bileti almasını sağlayabilecek altyapıları geliştirmeye çalışıyoruz. İşitme engelli ama okuyabiliyor, fakat işitme engelinden dolayı kelime dağarcığı çok aşağı seviyede. Ortaokul seviyesinde yani bir üniversite mezunu, meslek yüksekokulu işitme engelli mezununun kelime dağarcığı ortaokul seviyesinde kalıyor ve özellikle Türk Hava Yolları gibi uçuş regülasyonları fazla, uçuş kuralları fazla bir şirketten, bir sektörden hizmet alıyorsa yolcu; burada çok fazla kısıtlar, kurallar, limitler var. Mesela bagaj kurallarından tutun da ben havaalanına ne zaman gelmeliyim, havaalanına gelmeden önce ne yapmam gerekiyor, yok bagaj ağırlığı ne kadar olması gerekiyor vesaire vesaire. Bunları daha iyi anlayabilmesi için bir avatar projesi geliştirdik. Yine Eskişehir'de, Osmangazi Üniversitesi Teknoparkta yerli start-up'lardan bir tanesiyle proje geliştirdik, bu bir ar-ge projesi oldu, hatta patentine de başvurdular. Miles and responsibility; mesela özellikle yolcuların sene sonunda biriken millerini harcamama stresi var. Buradan çıkmış bir proje ve diyor ki; ya kardeş sen sırf milini harcamak için bir yerden bir yere uçmak zorunda değilsin. Harcamak için hiç ihtiyacın olmayan bir şeyi Shop and Miles sitesinden almak zorunda değilsin, sen bu milini gel bir yere bağışla. Hem milin boşa gitmesin. Miles and Coins projemiz var, yurtdışından geliyorsunuz, atıyorum Londra'dan geliyorsunuz. Cebinizde poundlar kalmış coin olarak, bozuk para olarak. Siz şimdi bu poundlarla uçağa bineceksiniz, sıkıntılar var, buraya getireceksiniz hiçbir anlamı yok, gidip bir döviz bürosuna change de edemiyorsunuz. Gitmeden önce bizim özel alanlarımızda bozuk paralarınızı bir kumbaraya atabilirsiniz. İşte oradaki cihazlar sayesinde ne kadar attığınız anlaşılır, Miles and Smiles numaranızı girebilirsiniz, bunun gene bir bağış olarak kullanabilirsiniz farklı bir yere gönderebilirsiniz, transfer edebilirsiniz. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Adımadım.org ile çalışmalar yapan ve aynı zamanda akademisyen olan K5 sivil toplum kuruluşlarını desteklemek, onlara olan güveni artırmak ve bireylerin güven sorununa çözüm bulmak amaçlı yaptıkları çalışmaları şu şekilde anlatmaktadır:

Adım Adım ne yaptı? Şimdi bizim tespit ettiğimiz sosyal sorun Türkiye için şuydu hani; dernekler, vakıflar bir yerde duruyor, bunların tabi sürdürülebilirliği için bağışlara ihtiyaçları var. Ama bu dernek, vakıflar yıllardır aslında daha çok fonları ve hibeleri şirketlere bağlı yaşıyorlar. Bağış konusunda bir tarafta da bireyler var. Bu bireyler de aslında toplumsal sorunların bazen farkında, bazen değil, farkında olduğunda bile ben kimim ki bir toplumsal sorunu çözerim diyor. Mesela kendinin aslında efektif olabileceğini düşünmüyor. Başka bir konu da mesela dernek ve vakıflara güvenmiyor. Yani onları yeteri kadar hesap verebilir, şeffaf olduklarını düşünmüyor ve paranın da oraya gideceğini düşünmüyor. Bizim çözmeye çalıştığımız sosyal sorun buydu; dernek ve vakıflarla bireyler arasındaki kopukluğu ortadan kaldırmak. Adım Adım STK'sı olabilmek için aslında Açıkçık'a üye olup orada bir dijital platformda bütün finansal bilgilerini, bağımsız denetim raporu, varsa bağışçı hakları beyannamesi falan... Onun üzerinden aslında sen şeffaf ve hesap verebilir olduğunu gösteriyorsun. Mesela diyebilirsiniz ki çocuk alanında kimler çalışıyor? Çocuğa tıklıyorsunuz, bütün alanda çalışan ve bütün finansal bilgileri... Tüm STK'ları görüyorsunuz ve hatta karşılaştırabiliyorsunuz. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Uluslararası bir sivil toplum hareketi olan Ashoka ile çalışmalar yürüten, sosyal girişimcileri destekleyen bir sivil toplum kuruluşu olan İmece çalışanlarından K6 yaptıkları çalışmaları şöyle belirtmektedir:

Ashoka ile bir haritalama çalışması yapmıştık. Yani hangi yapılar, ne alanlarda destek veriyor? Aracı kurumlar var, finans kuruluşları, devlete bağlı kuruluşlar... İmece'de mesela "Social Labs" gibi bir formatı, bir yaklaşımı nasıl yapabiliriz diye yola çıktık. Orada da mesela İmece Lab programı ortaya çıktı öylece. İmece Lab; iyi bir sosyal inovasyon örneklerinden biri. Kendisi yapı olarak o da şu; yaptığımız şey yarı online, yarı offline, communitemizi bir araya getirerek ortaya attığımız sosyal mesele, çözümler, fikirler, projeler çıkarılmasını sağlamak ve buradaki hedef kitlemiz de gençler. Gençlerde bu yenilikçi, sosyal fayda odaklı kapasiteyi yetiştirmeye yönelik... İmece Lab'ın bir önemli tarafı da sosyal inovasyon anlamında önemli bir diğer elementi de farklı kurumları bu mesele etrafında bir araya getirmek. İmece iyi bir sosyal inovasyon örneği. Bir problem olarak hem farklı sektörlerin kaynaklarını birleştirmeyi sağlıyor hem gençlerde bu anlamda kapasite geliştiriyor hem de bir sosyal meseleye çoklu çözüm üretiliyor ve o gündemi tutuyorsun bir süre. (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyenlerden K7 Boğaziçi Üniversite'sinde yaptıkları çalışmalardan, sosyal inovasyonun alanında uzman kişilerle iş birliğine açık bir alan olduğundan (multidisipliner) ve kurdukları "Sosyal Inovasyon Lab" 'ı şu şekilde anlatmaktadır:

Boğaziçi Üniversitesi'nin görme engelliler kısmı var. Çok güzel bir hikâye, gerçek bir hikâye. Gidiyordun eskiden işte gelip para istiyorlar bizden, biz de parasal yardım ediyorduk. Sonrasında dediler ki bizim kitap okumaya ihtiyacımız var. O zaman ne yaptık öğrencileri organize ettik, çocuklar gidip orada kitap okumaya başladılar, sosyal sorumluluk projelerini yapmaya başladılar. Boğaziçi Üniversitesinde Fikret Ataman'la beraber Sosyal inovasyon Laboratuvarı kurduk, SOIL diye geçiyor. Sosyal inovasyon laboratuvarı; bunun en önemli özelliği mesela üç tane bölge yaptık Türkiye'de. Bir tanesi İznik Gölü'nün etrafında, diğeri İstanbul, üçüncüsü ise İzmir'de. Özellikle de şu şekilde mesela İznik'teki projeyi anlatayım. Gittik İznik'e bir grup öğrenci ile, bir haftalık yatmalı, kalmalı yani gerçekten orada kalarak, turist gibi değil. Laboratuvar, gerçek anlamlı. Orada bir otelde kaldık, sabahleyin erkenden kalktık, sporlarımızı yaptık, yürüyüşlerimizi yaptık ve alana girdik. Alanda gerçekten İznik Gölü çok ciddi şekilde kirleniyordu. İznik Gölü'nün bir türlü kirliliğini çözemiyorlar. O yüzden kirliliğe sebebiyet veren insanlarla sorunların değerlendirmelerini yaptık ve oradaki insanlarla beraber hem hani yörede oturan insanlar hem yetkililer, -bu işte belediyeleri olabilir, diğer yetkilileri olabilir- o yetkililerle beraber konuşup problemleri anladık ve ihtiyaç analizi yaptık. İhtiyaç analizine göre çözüm ürettik, beş altı tane önemli proje çıktı. Mesela bunlardan bir tanesini dünya çevre örgütü destekliyor, bir tanesi Avrupa Birliği projesi olarak yazılıyor, bunlar önemli konular. İşte bir kısmı göldeki arıtmayı sağlamak diye, işte toplamak bunları ya da içeriye yararlı bakteriyi sunmak gibi enteresan konular. Ve bu analizleri yaparken en önemli konularımızdan bir tanesi şu; sosyal inovasyonun güzel olan tarafı, alandaki uzman insanlarla beraber iş birliği de yapabiliyorsun. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Kamu bankalarından birisinde yöneticilik yapan K13 yaptıkları çalışmaları ve nasıl topluma dokunduğunu şu şekilde dile getirmektedir:

Görüntülü çağrı merkezi hizmetimiz, engelsiz bankacılık adı altında özellikle dijital platformları, kanalları kullanarak yaptığımız pek çok uygulama... Onun dışında pek çok sivil toplum kuruluşuna ve birlikte yaptığımız "Kuş Evi" gibi projeler devlet tarafından da desteklenen projeler bunlar... Bunlar PR'dan (Public Relations: Halka İlişkiler) ziyade, reklamdaki ziyade hakikaten bizim yapmak istediğimiz, vakıf temelinde olduğumuz için yapmayı prensip olarak addettiğimiz konulardır. O yüzden çok fazla PR da görülmeyebilir yani bu anlamda. Türkiye Spastik Çocuklar Derneği ile yaptığımız ortak bir proje var, başladığımız ki bu global bir proje. Dolayısı ile Avrupa Birliği tarafından da fonlandı, buna kabul aldık, birkaç yönden çok anlamlı. Konu itibarıyla engelli bireylerin dijital platformları kullanarak, dijital yetkinlikleri kullanarak özellikle interneti ve internetin getirdiği nimetleri ve aslında teknolojiyi biraz daha kullanmayı, severek kullanmayı sağlaması işlerini görebilmesi... Örneğin bir e-mail den bakabilmesi... Sizin, bizim gibi bakamıyorlar çünkü insanlar engelli oldukları için. Belki sesli, belki hareketli

desteklenmesi gerekiyor. Bunlar tabi yani e-maili aç diye sesli bir komut ile e-mail'in açılması ve sesli bir şekilde o e-mail in kendini okuması gerekiyor. Anlatabiliyor muyum? Çünkü dokunamayabilir, farklı farklı kas hareketleri ile alakalı, farklı büyüklükteki engel sahipleri olabiliyor. %80 engelli ile %60 engelli arasında fark oluyor. Göz ile ilgili hassasiyeti, kas ile ilgili hassasiyeti olabiliyor. Dolayısıyla tüm bunları aslında içinde barındıran çok güzel ve çok anlamlı bir proje. (Katılımcı 13, Görüşme, Eylül 2019)

Özel bir bankada dijital kanallar yöneticisi olan K15 çalıştığı şirkette sosyal inovatif çalışmalardan çok, PR amaçlı kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin yapıldığını şu şekilde vurgulamaktadır:

Kurumumda projeler yapılıyor ama inovatif, sosyal projeler görmedim. Daha çok kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yapılıyor, PR amaçlı. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.3.4. Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Finansmanında Rol ve Sorumluluklar

Sivil toplum kuruluşlarında ve yeni kurulan küçük firmalarda (Start-up ve Scale-up) büyük problemlerden birisinin sürdürülebilirlik ve bunun için fonlara erişim olduğu görülmektedir. Bu anlamda neler yapılabileceğinin, kime, ne sorumluluklar düştüğünün ortaya çıkartılması amacıyla katılımcılara sorusu yöneltilmiş ve cevap aranmıştır. Akademisyen olan K1 finansman konusunda ana sorumlunun hükümet olduğunu, özel şirketlerin finansman noktasında birincil sorumlu olmayıp şirketlere fırsatlar olduğunu ve kalkınma ajanslarının fonların dağıtılmasında önemli olduğunu belirterek şu açıklamaları yapmaktadır:

Merkezi hükümete düşüyor bu doğru. Özellikle bakanlıklar aracılığı ile kamusal stratejileri aracılığı ile ilgili taraflar ile bir araya gelerek bir siyaset belgesi oluşturulursa, bu siyaset belgesi bakanlıklar aracılığı ile bir uygulanan planlara çevrilirse bir katkısı olabilir. Çünkü kamunun da yapıp ettiği işleri daha sosyal inovatif açısından düşünme ihtiyacı var. Şimdi sosyal inovasyon kavramı tam olarak oturmamış bir kavram, onun için Türkiye'de birtakım yenilikler yapılıyor ama çok kavramsal düşünülerek yapılmıyor. O yüzden de buralarda yapılabilecek işler olduğunu düşünüyorum. Kamunun, yerel yönetimlerin de kesinlikle sosyal inovasyon alanında yapılabilecekleri çok fazla şeyler var. Çünkü doğrudan insana ve topluma dair işler yapıyorlar ve çevreye dair işler yapıyorlar. O yüzden sosyal inovasyon süreçleri kesinlikle güçlendirilebilecekleri alanlar bunun içinde yapmaları gereken şey; yapıp ettikleri şeyleri ben daha farklı nasıl yaparım sorusunu ilgililere sorarak yürütmek. Şirketler açısından baktığımızda bu sadece kamunun bir görevi değil, şirketler açısından da sorumluluklar var ve aslında fırsatlar var şirketler açısından. Çünkü sizin belki de bir atığınız, örneğin bir sanayisi şirketisiniz sizden bir atık çıkıyor. Türkiye'de örnekleri var böyle çimento fabrikalarında var. Mesela bir atığınız var atık sürekli atık ve onun için para harcıyorsunuz. Atıkları bir yere atmak da masraf. O atığı bu sefer bir girdi haline getirdiğimizde hem çevresel etkilerini azaltmış oluyorsunuz hem de yeniden para kazanacağınız başka bir iş yapıyor, dolayısıyla hem bir çevresel sosyal boyutu var, hem de ekonomik bir boyutu var. O yüzden özel sektör kendi yapıp ettiği işlerin nasıl olacağına bakmalı. Kalkınma Ajansını önemli görüyorum. Kalkınma ajansları; eğer iş yapış biçimleri, bazıları çok iyi işler de yapıyor bu arada, onları da söylemek gerekir. En azından bazı alanlarda bunun sosyal inovasyon alanında daha da genişlemesi gerektiğini düşünüyorum. Asıl düşen rollerden biri o. Çünkü devlet, sivil toplum ya da özel sektörü kalkınma ajansı ile fonluyor ağırlıklı olarak. O yüzden onların rolünü çok kritik buluyorum. Belki sadece buna yönelik bir sosyal inovasyon fonu kurulabilir. Yani Merkezi hükümetten gelen, Kalkınma Ajanslarına gelen fonun belli bir bölümünü sosyal inovasyona ayrılması... Nasıl inovasyona ayrılan teşvikler olduğu gibi, sosyal aktörler başta olmak üzere şirketler ve kamu kurumları da dâhil sosyal inovatif projelere ya da hibelere başvurma şansının açılmasında fayda olduğunu düşünüyorum. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal inovasyonun finansmanı ve fona erişim için mevzuatsal düzenleme gerektiğinin ve bütüncül bir sosyal inovasyon yasasının yapılmasının altını çizen K2 konuyu şu şekilde açıklamaktadır:

Kanuni yasal altyapı lâzım, yasal altyapı olmadıktan sonra bunu çözemeyiz. Bir kere Türkiye'de sosyal inovasyon teşviki yok. Türkiye'de sosyal inovasyon teşviki olmamasının sebebi; mevzuattaki inovasyon kelimesinin teknik ve sosyal olarak ayrılması. Eğer mevzuattaki İnovasyon; teknik ve sosyal olarak ayrılırsa problem çözülecek. Dolayısıyla inovasyona verilen bütün destekler teknik ve sosyal diye ayrılmış olacak. Ekonomist dergisinin sosyal inovasyon indeksinde 44 ülke arasında 42. sırada, sondan ikinciyiz. Altımızda Çin var, bir de bir ülke daha var tam hatırlamıyorum. Gerçekten Türkiye'de sosyal inovasyon uygulamaları çok az. Sosyal inovasyon indeksinin, Ekonomist dergisinin sosyal inovasyon indeksinin 4 tane alt boyutu var. Yani skoru oluşturan 4 tane boyut var. Bunlardan bir tanesi Kanuni altyapı, bir tanesi fona erişim, bir diğeri girişimcilik faaliyetleri, bir diğeri de sosyal devlet ne kadar etkili? Vakıf medeniyeti diyoruz kendimize ama böyle bir sıralamada en an alt sıralamadayız, çakılmışız neredeyse. 2016 verileri bunlar, onu da söyleyeyim. Ancak burada şunu görüyoruz; Türkiye'de sosyal inovasyon konusunda, girişimcilikte Dünya 8. siyiz. Ama fona erişim konusunda son sıralamalardayız ve sosyal etki anlamında da son sıralardayız. Yani hem kavram anlaşılamamış hem de Kanuni altyapı tam oluşmamış. Türkiye'de derhal sosyal inovasyon ile ilgili Kanuni alt yapının hazırlanması lâzım. Bu yapıldığı takdirde Türkiye'de birtakım sosyal inovasyon ile ilgili alanlar işler hale gelebilir. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin dijitalleşme stratejisi 2023'te türkiyecumhuriyeti.gov.tr yi full olarak, %100 olarak harekete geçirmek. O anlamda ülkenin hedefleri ile paralel bir akıl geliştirilmiş olmamız lâzım. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

K1 ve K2 gibi kamunun fonu girişimcilere dağıtma rolüne değinen K4 yapılan yatırımların yine ülkeye döneceğini şu şekilde açıklıyor:

Siz karşılıksız bütçesi olmayan, ama girişimcilik ruhuna sahip belirli teknolojilere hâkim gruplara yatırımlar yaparsınız onların dönüşü yine zaten ülkeye olacaktır. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Girişimcilerin sürdürülebilir bir kâr modeli olması gerektiğine, kâr edebileceğine ancak kâr dağıtamayacağına vurgu yapan K5 kâr varsa mutlaka sistemin içerisine dâhil edilerek tekrar sosyal fayda üretmesi gerektiğini şu şekilde ifade etmektedir:

Mutlaka bir gelir modeli olması lâzım, yani bir ürün ya da hizmet üretmesi lâzım ve bu ürün ve hizmetin gelir üretmesi gerekiyor. Kâr da edebilir ama bence kâr dağıtamaz. Bir ürün ve hizmet olacak, ürün ya da hizmetin bütün masraflarını karşılayacak, maaşlar ödenecek, kira ödenecek neyse o ondan sonra bir karlılığı olabilir. Bütün bunlar kaldıktan sonra ama eğer öyle bir ekstra bir kâr varsa onu dağıtmak yerine bence o sosyal faydayı arttırmak için sistemin içine döndürmesi lâzım, onu içerde kullanması lâzım. Finansman için tabi yurt dışından fonlar da alınabilir, burada yatırım destekleri alınabilir, kamudan destek alınabilir. Yani bazen hem AB fonları hem kamu iş birlikleri ile güzel işler yapılabilir. Ürün olacaksa ya da hizmet... Oradan da bir gelir modeli olacağı için zaten kendini döndürecektir. Bence mutlaka sürdürülebilir bir işte olması gerekir. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Belediyelerin modası geçmiş, öğrenci bulamayan kursları kapatıp daha güncel konularda gençleri fonlayabileceği konusunda K6 şu açıklamaları yapmaktadır:

Belediyelerde gençlik merkezleri, kadın merkezleri falan var, bazıları bomboş. İçeride hiçbir şey yapılmıyor. Niye? Çünkü mesela içerde atıyorum gençlere yönelik işte takı kursu, işte bilmem ne kursu açılıyor... Şimdi artık bunlar “irrelevant – ilgisiz”. Şimdi o 18 yaşındaki çocuk gidip takı öğrenmek istemiyor, takı yapmak istemiyor. Şimdi o zaman o gençlik merkezi var, evet gençlik

merkezi bütçesi de var. Gençlik merkezi başında bir de proje koordinatörü var. (Katılımcı 6, Görüşme, Mart 2019)

Kitlesel Fonlama (Crowd Funding) ile küçük paralarla, çok kişiyi projeye dâhil ederek fon toplama konusuna vurgu yapan, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın (İMKB) bu noktada etkisini artırması gerektiği, üniversitelerin daha çok sosyal projelerde rol alması gerektiğini K7 şu şekilde anlatmaktadır:

Yaklaşık olarak öğrenci sayısı yüz binin üstünde. Yüz bin öğrencinin gerçekten sosyal sorumluluk projelerinin içine girmesi gerekiyor. Hatta son zamanlarda üniversitelerde de artık sosyal sorumluluk ihtiyaç haline geldi. Her üniversite ya vakıfta ya bir yerde çalışmasını istiyor bu çocukların. Bir defa belirli bir platformda toplanıp, belirli bir alanda toplanıp ihtiyaçları görmek açısından... Sadece parasal anlamda değil, o insanları yönlendirmek gerekiyor. Ki biraz önce bahsettiğim; sosyal sorumluluk projesini iyi bir şekilde değerlendirdikten sonra, özellikle Avrupa Birliği projeleri destek projeleri de alabilme şansı oluşturabiliyorsunuz. Lokal çemberden de değerlendirebilirsiniz ve en önemlisi sanayiden de. Aslında birçok sanayinin sosyal sorumluları olabilir yani bence buradaki en önemli konu problemin iyi değerlendirilmesi ve paradan önce ihtiyaç sahiplerinin, sosyal sorumluluk projesi yapma ihtiyacı olan insanların projelendirilmesi gerekiyor. İMKB'nin devreye girip bu "crowd founding" meselesini çözmesi lâzım. Çünkü Amerika bu "crowd funding" ile topluyor. Yani ben 300 lira 100 lira veremem ama 20 lira verebilirim. Bu tür çalışmalarda crowd funding oluşturulması ve bunların takip edilmesi lâzım. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Projeleri olan start-up'ların da bir gelir modeli, çıkış stratejisi olması gerektiğini söyleyen K11, finansman noktasında, girişim sermayesi anlamında özel sektörden ve yatırımcılardan çok güven sorunlarına değinirken, kamunun, devletin rolüne şöyle vurgu yapmaktadır:

Bu işe girdikleri zaman bir gelir modeli olmasını düşünüyorlar, bir çıkış stratejisini planlıyorlar. Bunları planlarken sosyal inovasyon yaptıklarında bunun çok fazla gelir anlamında bir faydası olmadığı için belki buna yanaşmıyor olabilirler. Dolayısıyla buradan nereye yola çıkabilir, nereye gideriz? Sosyal inovasyonu geliştiren girişimlere birilerinin destek vermesi lâzım. Hem fon sağlamada hem girişim sermayesi sağlamada... Bunu genelde yatırımcılar, Melek Yatırımcı diye... Bunları yapanlar çok fazla yanaşmıyor çünkü bunlar tamamen şey bazlı bakıyorlar olaya; finansal bir fayda var mı karlılık var mı? Bir güven unsuru söz konusu... Yani güven noktasında bazı şeylerin olgunlaşması lâzım. Çünkü o parayı veren, bunu geçmişte çok örneği var... Bunu yani medya boyutunda parayı toplayıp, hani finansman anlamında başka yerlere aktaranlar, kendi kişisel menfaatlerini düşünenler var. Parayı toplayıp şu kişi adına parayı topluyoruz, şu organizasyon adına parayı topluyoruz ama topladıkları parayı kendi kişisel menfaatleri için kullanan grup, kişiler çok oldu ve bunlarla ilgili de haber de çıkınca, bunlarla ilgili toplum da bilinçlenince... Bu sefer o fayda sağlayan şey gerçekten sosyal fayda sağlayan, sosyal inovasyonu geliştirme anlamında girişimlere destek veren fonların toplanmasında sıkıntı oluyor. (Katılımcı 11, Görüşme, Mart 2019)

TÜBİTAK ve belediyelerin fon sağlamadaki rollerine ve girişimcilerin sürdürülebilirlik anlamında fon bulmaya ihtiyacı olduğunu K14 şu şekilde ifade etmektedir:

Ödenekler çok düşük olabilir. En az tanıtımının diğer projeler kadar çok olması gerekir diye düşünüyorum. Yani ben bir dijital girişimci isem bu tarafta da kendime yer buluyor olmam lâzım. Fon alıyor olmam lâzım. O tarafta da kendi fonumu bulup ticari bir şeyler çıkartıyor olabilmem lâzım. TÜBİTAK'ın normal yapmış olduğu fonlamalardan yapay zekâ, 5G, blockchain teknoloji destekli yapmış olduğu yatırımlar kadar bunlara da yatırım vermesi lâzım. Melek yatırımcıların onlara vermiş olduğu özen kadar bunlara da özen vermiş olması lâzım. Belediyeler aslında çok fazla devletten, İller Bankası'ndan ödenek alıyorlar. Paralarının bir kısmını bu tarz yerlere mesela devlet zorunlu tutabilir. Denilebilir ki İller bankasından ayrılan paranın %2-3'ünü sosyal

sorumlulukta harcamak zorundasınız ya da özürllere harcamak zorundasınız denilebilir. Ancak bu şekilde kalkındırılabilir. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

Finansman noktasında en büyük rol ve sorumluluğun devlette (hükümet) olduğu, fonların doğru yerlere yönlendirilmesini K15 şu şekilde anlatmaktadır:

Bir kere en büyük rol devlete düşüyor. Tabi burada en büyük pay devletin olduğu gibi Avrupa Birliği fonlarının doğru yerlere kanalize etmesi de bu noktada önemli. Çünkü özel sektör ne kadar destek verse de bu alana çok girmek istemiyorlar. Kâr odaklı baktığı için bu alan girmek istemiyor. Sosyal inovasyon aslında gelir beklentisi olmadan yapılsa bile neticede bunu yapan kişilerin belli bir paraya ihtiyacı olacak. Bunu da devletin finanse etmesi, denetlemesi, akademisyenlerin bunları yapacak insan kaynağını üretmesi ve girişimcilerin ürünler üretmesi ile bir ekosistemin mutlaka kurulup bu düzenin bu şekilde yürütülmesi gerekiyor diye düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.3.5. Dijital Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Ekonomiye Yansıması

Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon proje ve uygulamaları için başlangıç sermayesi, iyi organize olmuş çevik (agile) bir ekibe ve uzun vadede projelerinin sürdürülebilirlik kazanabilmesi için de fon bulmaları gerekmektedir. Kısa vadedeki getirilerinin hesaplanmasında zorluk olsa bile uzun vadede topluma fayda ve gelir anlamında getirileri olacağı bilinmektedir. Bu anlamda katılımcılara “dijital sosyal inovasyon uygulamalarının ekonomiye yansıması ile ilgili neler söylemek istersiniz?” sorusu yöneltilmiş ve bu uygulamaların ekonomiye olan etkileri araştırılmak istenmektedir.

K1 kaynakların dijitalleşme noktasında doğru yerlere yönlendirilmesi ile bir kazanım sağlanacağı ve dijital sosyal inovasyonların az olmasını şu şekilde anlatmaktadır:

Azlığı neden kaynaklanıyor? Türkiye'nin gelişmekte olan bir ülke olmasından kaynaklanıyor. Türkiye'deki kaynakların ağırlık olarak betona ve bahçeye gömülmesinden kaynaklanıyor. Artık dijital bir çağdayız, yani her şey dijital. Evdeki televizyonumuz dijital, internet sistemlerimiz dijital, cebimizdeki telefon dijital. Sağlık hizmetleri birbiri ile konuşuyor, dijital. İnternetle her yere bağlanıyor yani, bu geri çevrilebilir bir süreç değil. Dolayısıyla dijitalleşme artık bizim bir gerçeğimiz, bunu kabul etmemiz gerekiyor. Tabii ki kendi yaşamımız, kültürel hayatımızı da tamamen dijitalleştirmeye kaptırmadan. Ama günün sonunda dijitalleşme belirli bir gerçeklik, bunu öyle okumak gerekir. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyen ve sosyal inovasyon merkezi yöneticilerinden olan K2 sosyal inovasyonların difüzyonu konusunda değinmiş ve bunun için dijitalleşmenin büyük kitlelere ulaşarak ekonomik etki oluşturmaları konusunda önemini şu şekilde anlatmaktadır:

Bir kere öncelikle difüzyon dediğimiz, yani yayılma meselesi, kitlelere yayılma meselesi çok önemlidir. Dijitalleşmenin en önemli özelliği de işte bu. Bir fikri ya da bir düşünceyi ya da bir reklamı ya da bir yazıyı ya da bir kitabı çok hızlı bir şekilde, birden fazla yani büyük kitlelere yayılabildiği için ekonomi üzerinde ciddi bir etkisi olacaktır. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Yaşam standartlarının artırılması, dijitalleşen organizasyonların öncü rol oynayacağı vurgusu yapan K10 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Dijitalleşmenin şöyle de bir sakıncası var. Dijitalleşmede dijitalleşip başaran, bütün parsayı toplar, diğerleri avcunu yalar. Yani şöyle; eskiden bizde bin tane makas üreticisi vardı, bini de üretim yapıyordu, bini toptancıya satıyordu, bini de işte başka marketlere satıyor. Niye? Çünkü bu makas Çin'de üretiliyorsa Çin'den Şengen'e göndermek zorunda. Hindistan'da biliyoruz. Yani ben gitmedim ama gidenler anlatıyor, okuyoruz duyuyoruz, izliyoruz. İnsanlar hakikaten

fakirliğin içinde yaşıyorlar. Bu insanların mesela aşlarının bile dijital ortamda takip ediliyor olması, mesela bir köyün aşlanıp diğer köyün aşlanmadığını databaseden ona bir alarm gelecek. Mesela diyecek ki üç yıl önce şu aşı yapıldı artık bu aşının tekrar yapılması lâzım. Bu insanlara gibi bir sistem bile oradaki yaşam standardını müthiş etkileyebilir, bebek ölümlerini azaltabilir. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Yatırımcıların kısa vadeli geri dönüşler beklediği, uzun vadeli kazanımlara Avrupa Birliği'nde sosyal içerikli projelere ve dijital projelere fonlama noktasında öncelik verildiğini şu şekilde anlatmaktadır:

Avrupa Birliği bunu yapıyor biliyorsunuz; Avrupa Birliğinde Erasmus projeleri var. Erasmus projeleri genellikle sosyal içerikli projeler ama Avrupa Birliği aynı zamanda Horizon 2020'de ekonomiye kazandırılacak dijital işlemlerin yapay zekâ, işte 5G vs. Bu işlemleri ikisini de aynı eşgüdümlü olarak yönetiyor. Türkiye'de TÜBİTAK'ın fonlamış olduğu projeler genellikle biraz daha kazanca yönelik, işte yapay zekâyâ... Tamam, biz de destekliyoruz diyorlar. İşte 5G'yi biz de destekliyoruz diyorlar. KOBİ'leri destekliyoruz, şu kadar fon veriyoruz KOSGEB'le şu kadar para veriyoruz. Melek Yatırımcılarda hep aynıdır zihniyet olarak. Kendilerine para kazandırabilecek, getiri sağlayabilecek şeyler üzerine giderler. Sosyal sorumluluktur vs. Bu tarz şeylerin üstüne çok gitmezler çünkü oraya verilen parayı, bir nevi şey olduğunu düşünürler; geri dönüşü olmayacak bir para olarak düşünürler. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

3.3.6. Dijital Sosyal İnovasyonlar İçin Teşvikler

Dijital sosyal inovasyonların artırılması, daha çok ilgi ve toplumsal etki uyandırması adına ne tür teşviklerin olabileceğinin öğrenilmesi adına katılımcılara yöneltilen soruya verilen cevaplar daha çok kamu otoritesine atıf yapmaktadır. Teşvikler için akademisyenler ve kamu otoritesinin çalışmalarının çok önemli olduğunu ifade eden K1 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Sosyal inovasyon alanında üçüncü bir şey kurumların eksikliği... Türkiye'de çok önemli, kurum yok mesela... Çevre alanında çalışan dernekler, vakıflar var. Kadın alanında çalışan dernekler, vakıflar... Ama sosyal inovasyon alanında çalışan dernek, vakıf, kooperatif vesaire alanlar yok. Kamuda bir otorite yok. Evet, dolayısıyla nasıl olacak? 4.'sü de şu akademisyenlerin konu ile ilgilenmesi lâzım. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Teşviklerin TÜBİTAK ve TEGEV (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı) gibi kurumlarla var olduğu ancak teşviklerin sosyal inovasyon vurgusu ile farkındalığının artırılabilceğini K4 şu şekilde ifade etmektedir:

Teşvikler zaten şu anda ülkemizde herhangi bir iş fikri olan, projesi olan tüm takımlara, şirketlere TÜBİTAK üzerinden TEGEV destekleri var, Avrupa Birliği'nin bazı destek programları var. Çok fazla yatırımlar, başlangıç yatırımları alabiliyorsunuz, o anlamda projelerinizi geliştirebiliyorsunuz. Tabii bunlar ticari projeler olurken bir yandan sosyal inovasyon projeleri de olabiliyor. Bu anlamda bence farkındalığı arttırmak önemli. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

K7 teşviklerden ziyade kitlesel fonlamanın önemini şu şekilde vurgulamaktadır:

Kitlesel fonlama. Kitlesel fonlamaya çok önem vermek lâzım, bu anlamda değerlendirecek şekilde ayarlamak lâzım. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Start-up ve Scale-up tarzı girişimcilerin ortak amaç için hızlıca bir araya gelip ürünler ortaya koyduklarını K10 şöyle ifade etmektedir:

Fintech'lerde 3-4 kişi var, üç dört tane arkadaş bunlar. O üç dört tane arkadaş oturup çay içerken, kahve içerken, yemek yerken ürün fikirleri ortaya çıkartabiliyorlar. Neden? Çünkü birbirleri ile

iyi anlaşıyorlar, hepsinin güçlü olduğu alanlar var. Mesela birisi kodcu, birisi pazarlamacı, birisi de diyelim ki hukuk işlerini biliyor. İşte şirket nasıl kurulur? Onlar iyi arkadaşlar, ortak bir amaca koşuyorlar. Evet, amaçları şu; bir x yazılımı geliştirelim, bir app'i geliştirelim. Yazılımcı diyor ki; ben bunu ortalama dört ayda yazarım diyor. Pazarlamacı diyor ki ben bunları, şunları satabilirim diyor. Hukukçu diyor ki bunun şu lisansı alması gerekebilir. Hepsi ayrı yerlerden koşturuyorlar ama aynı amaçla koşturuyorlar. Aralarında herhangi bir şey yok. Kimse gidip de yazılımcı şunu söyle düşünmüş, ben buna katılmıyorum, ben bunu yapmıyorum demiyor. Çünkü ortak karar alıyorlar. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Küçük girişimcilerin ilk fırsatta çıkış (exit) yapmak yani ürünlerini satmak, paraya dönüştürmeyi düşündüğünü bu noktada devletin teşvik noktasında başat olmasına K14 şu şekilde anlatmaktadır:

Tabii paraya dönüştürmeye çalışıyorlar hemen. Ondan dolayı hem melek yatırımcılar hem devletin TUBİTAK kurumu bu konuda biraz daha buraya ödenek ayırabilir, kişiler gelişimlerini ona göre de yapabilirler. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

Devletin sosyal inovasyon fonu oluşturması ve K10 gibi kitlesel fonlama vurgusu yapan K15 teşviklerle ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir:

Devlet bu konuda ne kadar destek veriyor ne kadar karşılığı var çok bilmiyorum. Mutlaka ciddi desteğin devlet tarafından veriliyor olması gerekiyor. Sosyal inovasyon fonu oluşturulabilir bu noktada. Bu fon ile girişimciler fonlanabilir. Çünkü hep diyoruz ya girişimcilerin de ayakta kalması gerekiyor. Kitlesel fonlama mekanizmaları ile fon toplanabilir. Turkcell'in Arıkovanı projesi var, Fongogo gibi kitlesel fonlama platformları var, bu manada kullanılabilir. Üniversiteler kendi kuluçka merkezlerinde bu tür ürün ve uygulamalar için daha çok paydaşı bir araya getirici konferans ve sempozyumlar düzenleyebilir ve farkındalığı daha çok artırabilirler. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019).

3.3.7. Sosyal Hizmetlerde Sosyal İnovasyon Uygulamalarına Duyulan İhtiyaç

Toplumsal refah düzeyinin artırılması amaçlı sosyal inovasyonun sosyal hizmetlere nasıl katkılar sunabileceğinin araştırılmasına yönelik sorulara verilen farklı cevaplar aşağıda verilmiştir.

Sosyal hizmetlerin Türkiye'de görece yeni olduğunu belirten ve sosyal problemlere yenilikçi çözümler için multidisipliner bir yaklaşıma ihtiyaç olduğunu belirten K1 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Sosyal hizmetler Türkiye'de yeterince gelişmiş bir alan değil. Türkiye'de Hacettepe Üniversitesi'nde çok iyi bir sosyal hizmetler bölümü vardı, ama uzun yıllar tek bir üniversite idi. Türkiye'de tabii şimdi daha da sayıları arttı, sosyal hizmetler alanında çok iyi yetişmiş akademik kadrolar var. Sosyal hizmetle ilgili dünyadaki örnekleri toplayan birtakım arama çalışmaları yapılabilir, politika önermeleri geliştirilebilir. Multidisipliner bir yaklaşıma ihtiyaç var, tam da bunun cevabı budur. Yani sosyal hizmetler için verilebilecek en temel cevap budur diye düşünüyorum. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal hizmetlerin dijital bir platform altında toplanması gerektiğinin altını çizerek, özel şirketlerin bir fon oluşturup sosyal inovasyonla ilgili çalışmalar yapanlara indirimler yapabileceğini K2 şu şekilde ifade etmektedir:

Türkiye'de ve dünyada aslında dijitalleşmenin önünde kimse duramayacağı için dijitalleşmeye bir kere ayak uydurmak gerekiyor. Bu dijitalleşme çerçevesinde insanların şunu yapması lâzım, daha

doğrusu ülkelerin şunu yapması gerekiyor; bu sosyal hizmetlere yönelik birçok destek var, birçok faaliyet var. Bunların bir dijital platform altında toplanması gerekiyor. Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde firmalar kendi aralarında sektörü olabilir. Efendim başka ne bileyim; bölgesel olabilir fark etmez... Sektörel ya da bölgesel olarak firmalar kendi aralarında şöyle bir fon kurabilirler; biz sosyal inovasyonu destekliyoruz her kim ki sosyal inovasyonla ilgili şey yaparsa ona yüzde on indirim. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Özel veya kamu fark etmeksizin büyük organizasyonların ayda 1 iş günü sosyal inovatif faaliyetler için izin verebileceklerini K9 şu şekilde ifade etmektedir:

Belki çalışanlarda şöyle bir şey... 22 günün 1 günü sosyal projede çalışma hakkı getirebilir. Böyle bir kural getirirlerse, zorlama mümkün değil de gönüllülük esası olur. Ama insanlar en azından bazen şey oluyor mesai kavramı içerisinde bunu yapar ise daha rahat yapmış olur. (Katılımcı 9, Görüşme, Mart 2019)

Devlet ve özel şirketlerin sahip olduğu büyük verinin (big data) işlenerek anlamlı sonuçlar çıkartılıp bir “sosyal puan” çıkartılabileceğini anlatan K10 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

E-devlette hepimizin bilgileri var önemli bilgileri var. Mesela nerede oturduğumuz orada belli, gelir durumun belli, kaç yıldır çalışıyor olduğun belli, kaç tane tapun var, ne kadar vergi ödedin, bunlar hep belli. KKB (Kredi Kayıt Bürosu) diye bir yer var. KKB’den benim aşağı yukarı finansal anlamda ne kadar okur yazar olduğumu ne kadar böyle kredilerime dikkat ettiğimi, harcamaları ne kadar düzgün yaptığımı, bunlar hep belirli olan data sourcelar var. Şimdi bu data sourcelardan yola çıkarak benim nasıl bir kişiliğe sahip olduğum ortaya çıkabilir ve ondan sonra da ben mesela bir yardım almak istediğimde, bir yardım vermek istediğimde, bir girişimin içine girmek istediğimde benim aşağı yukarı bir reytingim ortaya çıkabilir. Reytingime göre de bir sosyal puan olabilir. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal hizmetler ve dijitalleşme bağlamında topluma refah olarak yansımaları K13 şöyle ifade etmektedir:

Tek tuşla bir yere ulaşabilmek, canlı destek alabilmek... (Katılımcı 13, Görüşme, Eylül 2019)

Yapılan uygulamaların kapsayıcı olabilmesi için dijitalleşmesi gerektiğini söyleyen K15 şunları anlatmaktadır:

İlk aklıma gelen eğitim oluyor. Eğitim tarafı ile başlamak doğru olur diye düşünüyorum. Özellikle engelli ve yaşlı insanların bu konuda öncelikli hakların sağlanması gerekiyor. Çünkü onların daha çok ihtiyacı oluyor. Sosyal hizmetlerle ilişkili kişileri kapsayıcı projeler olmalı mutlaka. Yapılan projeler eğer dijital olarak yapılırsa daha çok kitlelere kolayca ulaşabilir olması kanısındayım. Tabi bu projelerin iyi projeler ve yere basan ve karşılığını bulan projeler olması şart. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.4. Sosyal Hizmetlerde Dijital Uygulama İçeriği

Katılımcılara dijital sosyal inovasyon örnekleri, bireylerin dijitalleşmesi ve beklentileri, E-Devlet platformu bağlamında sosyal inovasyonlar ve bir sosyal destek uygulamasının neler içerebileceği ile ilgili sorular sorulmuş ve cevaplar aranmıştır.

3.4.1. Dijital Sosyal Inovasyon Örnekleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma

K1 Kitlel Fonlamanın kendisinin bir dijital sosyal inovasyon olduğunu söyleyerek şu örnekleri vermiştir:

Kitle fonlaması uygulamaları iyi bir dijital sosyal inovasyon örneğidir. Turkcell'in Arıkovanı, evet onlardan bir tanesi, Fongogo var. Türkiye'de mesela Projemefon, Kral fon var. Dünyada Kickstarter var önemli örneklerden biri Patreon var, Gofund var, sonra Kiva var. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Akademisyen olan K2 Türkiye'de İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin otomatlar ile yapmış olduğu ve çevreye yönelik bir dijital sosyal inovasyon örneğini şöyle anlatmaktadır:

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin yaptığı harika bir proje; plastikleri getiriyorsunuz, size akbil 10 kuruş, 20 kuruş, 15 kuruş para veriyor. Tam bir sosyal inovasyon projesidir. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Görme engelliler, internete erişemeyenler ve sığınmacılarla ilgili global ve Türkiye'deki örneklerden çeşitler sunan K4 şu örnekleri vermektedir:

Görme engelliler; bakıyorum çok sık giyiniyorlar. Bir gün sordum nasıl yapıyorsunuz, renklerin bu kombinasyonunu nasıl sağlıyorsunuz? Renk ölçer sensörler var mesela. Her sabah kıyafetlerini gösteriyormuş. Çok güzel bir dijital sosyal inovasyon projesi. Görme engelli vatandaşlarımız için anlatılan sesli kitap uygulamaları var, bunlar çok hoşuma gitmişti. Sığınmacılar için geliştirilen Facebook çeviri aracı yine aynı şekilde. Bir yerdesin, sen bir şeyler konuşmak istiyorsun, anlık çeviri yapabilmem için 2 dili bilen insanlarla yazışyorsun. Onlar sana anlık olarak dönüşüm yapıyorlar yani Google translate'in birazcık daha canlı insanlarla çalışan versiyonu. Aslında en büyük sosyal inovasyon projelerinden bir tanesidir Google translate. Cloud internet projesi var. İnternet götürüyor interneti olmayan yerlere balonlarla. Tamam, ticari kaygısı var, insanları internete bağlanmayı istiyor, çünkü yine oradan bir para kazanacak Google. Ama sonuçta bir sosyal yönü de var. Hiç internete girmeyen insanlar internetle buluşuyor. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

K5, Türkiye'den E-bursum ve Yuvarla örneklerini vererek şu şekilde detaylandırmaktadır:

E-bursum'u dijital inovasyon olarak görüyorum ben. Gerçekten işin içinde ciddi bir sorun vardı. Yani bursa erişim çok zor, süreçleri çok zor, şeffaf ve hesap verebilir değil. Mesela bağış süreçleri olduğu gibi ve gençler zaman kaybediyor, burs veren de acayip bir zaman ve para harcıyor. Mesela o sorun çok güzel bir dijital platformda ortadan kaldırıldı. Yuvarla; Emre ve Erdi diye iki tane sosyal girişimcinin kurduğu bir şey, orada siz alışveriş yaptığınızda mesela Biletix'ten bilet aldığınızda... Sonunda çıkıyor, bunu sen diyor bir STK için yuvarlamak ister misin? Aşağıda STK opsiyonları çıkıyor, sen ona evet diyorsun mesela. WWF seçiyorsun işte 3 lirası oraya gidiyor. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Açık Üniversite (Open University) ve sesli kütüphane ile görme engelli bireylerin dijital olarak desteklendiği projeleri K7 şu şekilde anlatmaktadır:

Türk Telekom'un yaptığı bir şey vardı; dijitalleşme sayesinde bir insan telefonla bağlanıp istediği bir kitabı sesli kütüphane gibi dinleyebiliyor. Bence bunlar dijitalleşmenin getirmiş olduğu konu. Yani sizin maddi durumunuz yeterli değil ama bu anlamda siz bunu çok rahatlıkla götürebiliyorsunuz. Bir aplikasyon yapılmış, siz sinemaya gidiyorsunuz. İstedığınız sinemaya gittiğinizde kullanabileceğiniz, kulaklığınızı takarak betimlemeyi izleyebiliyorsunuz. Yani sadece spesifik bir sinemaya gelmeniz gerekmiyor. Turkcell'in yapmış olduğu uygulama... Mesela bu çok önemli bir konu. Böylece hem ne olduğunu anlayabiliyorsunuz hem maddi durumunuzun hiçbir şekilde ne kadar olduğuna bakmadan, "affordability", yani kendinizin buna katlanabilecek bir maddi değeri olmuş olabilir aynı zamanda herkese "accessible" hale getirebiliyorsunuz. Anadolu Üniversitesi'nin görme engelliler ve engelliler üzerine üniversite eğitimi açması... Mesela bunların en iyi örneklerinden bir tanesi. Stanford üniversitesi online ders açıyor 400 öğrenci katılabiliyor buna. Bu az rakamlar değil, siz aslında normalde sadece 80-

100 öğrenciye ulaşabileceğiniz bir yerde dijitalleşme böyle bir ortam sağlıyor. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Tüketici Hakları Derneği ve Yeşilay Derneği'nin sunmuş olduğu hizmetlerin örneğini veren K8 hizmetlerin detayını şöyle anlatmaktadır:

Yeşilay'ın uygulaması var mesela, mobil uygulaması. Bir yerde eğer ki sigara içilmeyecek bir yerde, sigara içiliyorsa mobil uygulamadan lokasyon belirtiyorsun burada içiliyor diye. Direkt Yeşilay'a gidiyor. Bu çok güzel bir uygulama bunun farklı farklı kamuda versiyonları var bildiğim kadarıyla. Tüketici Haklarını Koruma Derneği'nin de böyle bir uygulaması var. (Katılımcı 8, Görüşme, Mart 2019)

Drone ile sosyal yardımların dağıtılması, Yuvarla, E-Bursum ve Yeşilay örneklerine diğer katılımcılar gibi K10 da şu şekilde değinmektedir:

Afrika'da bazı projeler var gördüğüm kadarıyla. Mesela şimdi yardım dağıtmak zordur ama yardım dağıtmayı nasıl çözmüşler? Drone ile yardım dağıtmışlar mesela. Şimdi bu bir inovasyon, dijital teknolojiyi kullanarak... Aslında temelde işin içinde bir kâr güdüsü olmadan yapılan, insanlara faydalı olan bir yenilik... Ülkemizde mesela BKM Express'in yaptığı bu bağış olayları gibi... Yuvarla.org gibi... Şimdi insanlar şöyle yapıyorlar; genelde bir yere bağış yapacakları zaman genellikle böyle mobil şubeye girip 5 lira göndermek zor gelebiliyor. Ama BKM Express'ten bir hareketli transaction yaptığında, o anda yuvarlaması ile "Şunu şuraya bağışlamak ister misin?" dediğinde, bir tık ile işlem çözülüyor. Bu güzel bir inovasyondur. Burs platformu olarak e-bursum mesela... Bunun Afrika'da bir örneğini görmüştüm, Türkiye'de de var. Burs uygulamalarında şimdi burs vermek isteyen kurumlar var, öbür taraftan da burs almak isteyen öğrenciler var. Burada aslında bir burs almak isteyen öğrenci için temel problem nedir? Burs vereni bulmak ya da burs verene kendini doğru anlatabilmek. Burs veren için problem nedir? Aslında temelde doğru insanı, gerçekten ihtiyacı olanı bulmak. Yeşilay'ın Yeşil detektör uygulaması var. Bir yerde sigara içildiğini gördüğüm anda Yeşil Detektör yazıyorum, tık çıkıyor. Mesela aramıyorum içinde. Aynı müşteri deneyimini yaşamaya çalışıyorum yani. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

K5, K10 gibi K13 de Yuvarla örneğini vermektedir. Bu anlamda gelir modelinin sponsorluk olduğu Yuvarla'nın iyi bir dijital sosyal inovasyon farkındalığı sağladığı görülmektedir.

Aklıma ilk gelen dijitali de işin içine katarak... Yuvarla diye bir şey var biliyorsunuz. Yuvarla bence çok mantıklı ve makul. Hatta onun farklı formatları da... Mevcut projelerde de yeni projelerde de kullanabilirsiniz. Yani herkes bence bunu şey yapabilir, düşürülebilir diye düşünüyorum. Temelde herkesin bildiği gibi çok kusurlu, işte 3,99 TL olan bir şeyi alırken... Örneğin e-ticaretten, başka bir yerden, fark etmiyor... Bunu 4 TL'ye yuvarlayalım mı? O aradaki farkı da işte şuradaki Kızılay gibi, AFAD gibi yahut daha farklı sivil toplum kuruluşlarına aktarılması anlamında çok ciddi meblağlara ulaştığını biliyorum. (Katılımcı 13, Görüşme, Eylül 2019)

Türkiye'de Spastik Engelliler Vakfı ve bir kamu bankasının AR-GE Merkezi Avrupa Birliği Fonları ile spastik engellilerin eğitimi temalı uygulamayı şu şekilde anlatmaktadır:

Avrupa Birliği'nden 10 ülke 11 paydaş ile bunların içinde Türkiye'de Spastik Engelliler Vakfı'nın bulunmuş olduğu... Tek teknoloji üstlenicisi olarak da Vakıf Katılım olarak yapılmış, AR-GE birimi olarak yapılmış bir proje... 2019 Aralık ayında başlanacak bu projeye 2021, 2022 gibi sonuna doğru... 2022'nin de başına doğru bitecek proje tamamlandığında Spastik Engelli çocukların dijital tool'ları kullanması, bir maili nasıl atabilir, bir fotoğrafı nasıl çekebilir, bir tableti nasıl kullanabilir, nasıl şifre koyabilir, nasıl şifre kaldırabilir gibi... Çok basit, çok temel ama onların işlerini kolaylaştırabilecek, işlemlerini yapabilecekleri bir uygulama... Bu eğitim ile sağlanacak. Hem ebeveyn eğitimi olacak... Ekran yüzeyinden şuraya git, şuna bas, onu yap...

Kimisi de bunu öğrenemez, daha ağırdır hastalığı. Ona da ebeveyni yardım ederek bunu öğretecek. Onun desteği ile o toolu kullanmayı o öğretecek, o kendisi yapacak, ilerletecek çalışmalarını. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

Droncell, Yuvarla ve göçmenlere dil desteği sağlayan uygulama örneklerine değinen K15 şunları anlatmaktadır:

Turkcell'in Droncell uygulaması vardı, afet durumlarında direk uygulamaya geçirebileceği baz istasyonları ile insanlara hizmet vermek için... Facebook, sosyal medya çok yayıldı. Göçmenlere dil desteği sağlanıyor. Yuvarla.org var, alışverişlerinizin kalan kuruşlarını yuvarlayıp, kalan kısımlarını Kızılay'a ya da farklı hayır kurumlarına bağışlayarak bir nevi sosyal sorumluluk yapıyor, büyük kitlelere ulaşabiliyor. Küçük meblağlar ile büyük meblağlara erişebiliyorlar, büyük kitlelere erişebiliyorlar. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.4.2. Türkiye'de Bireylerin Dijitalleşme ve Dijital Uygulama Beklentisi

Bu başlıkta katılımcıların Türkiye'deki dijital farkındalıkla ilgili bilgileri öğrenilmek istenmiştir. Dijital sosyal inovasyon farkındalığının yeterli olmadığı, gençlerin daha çok farkındalığı olduğu, bu anlamda tanıtımlarla desteklenmesi gerektiğini K5 şu şekilde ifade etmektedir:

Mesela Ashoka da gördüğüm şey olabiliyor; birine sen sosyal girişimcisin bu yaptığın sosyal inovasyon diyorsunuz ve aday gösteriyorsunuz mesela... "Yaptığım sosyal girişim mi?" diyor. Yani bazen de sosyal girişimci bunun farkında değil, sosyal inovasyon yaptığının farkında olmayabiliyor. Çünkü o yalnızca sosyal sorunu çözmeye motive ve inovatif bir bakış açısı getiriyor. Sonra sen ona diyorsun ki; bu yaptığın sosyal inovasyon. O yüzden şey çok önemli tabi; tanımların olması, farkındalığın artması... Belki de burada medya kampanyaları, iletişim çalışmaları çok önemli. Ama bir yandan da iç iletişim, bu işi yapan insanların... Bu İstasyon'dur, Ashoka'dır, İmece'dir, impact-up dır ve TTO lar birbirimizden haberdar olmamız çok önemli. Yani herkes başka bir yerden bir şey yapmaya çalışıyor. Dolayısıyla birbirimizden öğrenecek çok şeyimiz var, bence o da çok önemli. Dijitalleşme yükselen bir değer, özellikle gençler bunun farkında. Yani efektif olmak istiyorlarsa, iyi bir iş yapmak istiyorlarsa... Yaygınlaştırmak, kopyalamak, yurt dışına çıkma falan yani tabi bunun için dijital teknolojilerden mutlaka faydalanmak lâzım. Ama sanki bir önceki kuşakta birazcık daha tereddüt var, yani dijitalle güvensizlik olduğunu hissediyorum. Yani bu tamamen benim bireysel gözlemlerim ile ilgili. Ama genç kuşakta mutlaka dijitalle ilgili bir şey yapmak var, hep kafa öyle çalışıyor, hep bunun aplikasyonunu nasıl yapabilirim, işte böyle web platformda nasıl olur? Mesela artırılmış gerçeklik falan, onlar üzerinden de yani gençlerde en azından öyle bir vizyon ve bunun ne kadar önemli olduğuna dair bir bakış açısı, bir farkındalık var. Ama bir önceki jenerasyon birazcık daha tereddüt, şüpheyle yaklaşıyor. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Teknoloji kullanımı açısından Türkiye'nin önde olduğu, genç nüfusun yeniliğe açık olduğuna değinen K10 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir.

Türkiye çok değişik bir örnek diye düşünüyorum. Türkiye, gelişmekte olan bir ülke olarak gözüktüyor. Öyle ama, öbür taraftan teknoloji kullanımında birçok istatistik bakımından Türkiye çok ileride. Bunu genç nüfusa bağlayabiliriz. İnsanların yeniliğe açık oluşuna da bağlayabiliriz. Ama temelde bence Türk insanında şöyle bir şey var; biraz böyle eksik kalma korkusu yaşıyor insanlar. Yani şöyle mesela bir şey var; biri bir şey ediniyor, diğeri de ben niye edinmeyeyim diyor. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Türkiye'nin dijital anlamda çok ileride olduğunu özellikle bankacılık alanında birçok yenilikte öncü olduğunu K14 şu şekilde anlatmaktadır:

Türkiye bankacılığın inovatif anlamda amiral gemisi olan ülkelerden birisi dünya üzerinde. Özellikle Avrupa'da çoğu ülkenin ilerisinde. Hatta bankacılığın iyi olduğu ülkelere bile ilerideyiz. Bizdeki kampanya yöntemleri, kredi kartı kullanımları inanılmaz derecede çok aktif. Olabildiğince gelişmiş sistemler bizde. Kampanya ve Bonus sistemi... İngiltere, Türkiye'den insanları transfer ederek bu sistemi kendisi hayata geçirmeye başladı. O yüzden Türkiye çok iyi o konuda. Bu sektörde çalışan bizleri zorluyor çünkü en ileride olduğumuz için en iyiye iyi bir şeyler katmak durumunda kalıyoruz. Ben bu halimle Bulgaristan'a, Romanya'ya, Asya'da bir yerde var olan bilgim ile inanılmaz işler başarabilirim. Ama Türkiye'de zaten her şey yapılmış, her şey inovatif. Dijital tarafı yapılmış... Biliyorsunuz İstanbul Kart'ın yüklemeleri bile artık şeylerle yapılıyor... Cep telefonlarının NFC ayarları ile kredi kartından envai çeşit ödemeler yapıyoruz. Alışveriş merkezlerinden, sitelerden istediğimiz gibi alışveriş yapıyoruz, bonuslar kazanıyoruz. Set kartlar vesairedir, yemek kartları ile bir sürü alışverişler yapabiliyoruz, hem yemekleri istediğimiz gibi yiyebiliyoruz. Türkiye bu konuda dijital anlamda inanılmaz derecede iyi bir durumda. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

İnsanların işlerini hızlı yapabilmek için dijitalleşmeye hızlı uyum sağladığı, genç nüfus ile Türkiye'nin ülke olarak ileride olduğunu K15 şu şekilde anlatmaktadır:

Günümüzde aslında insanlar işlerini en hızlı şekilde halletmek istiyor. Bunun için ise dijital uygulamalar ve platformlar çok önem kazanıyor. Çünkü teknolojinin gelişmesi ile birlikte hayat hızla akıyor ve insanlar her şeye yetişemez oldular. Bir de genç bir nüfusa sahibiz. Teknoloji ile yaş ters orantıda. Yaş azaldıkça yeni teknolojilerin kabulü de çok hızlı oluyor. Türkiye dijital teknoloji anlamında iyi durumda diye düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.4.3. E-Devlet Platformunda Hangi Sosyal İnovasyon Uygulamaları Yer Alabilir?

Türkiye'de uzun yıllardır hizmet veren ve birçok işlemin dijital olarak yapılabildiği "E-Devlet" kavramı "Dijital Türkiye" olarak güncellenmiştir. (Resmî Gazete, Ekim 2019: 16) Platformun içeriğinde birçok kamu kuruluşunun hizmetleri sunulmaktadır. Bu başlık altında, sosyal inovasyon bağlamında bu platformda ne tür uygulamaların yer alabileceğine dair düşüncelerine ulaşılmak istenmiştir. Kullanıcı deneyiminin artırılmasına ve beklenen hizmetlerin vatandaşlara sorulması gerektiğini vurgulayan K1 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Adı üstünde, devlet olduğu için sonuçta dili biraz daha, görünümü şey açısından statik buluyorum. Biraz yani birazcık daha kullanıcı dostu olabilir diye düşünüyorum. Birincisi söylemem gereken; vatandaşa sormaları lâzım. Vatandaş ne istiyor? Artık vatandaş örneğin her şey için devlete gitmek zorunda olmamalı. Ki yeni uygulamalar var, biliyorum faturayı, şeyi bile aboneliği bile internet üzerinden yapan uygulamalar var, bunların artırılması lâzım. Ve bunun da tüm Türkiye'ye yayılması lâzım, sadece İstanbul'dan kalmaması lâzım. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

Platformda "Sosyal İnovasyon" butonu olması gerektiğini K2 şu şekilde ifade etmektedir:

Başlı başına bir sosyal inovasyon butonu olmalıdır. Ama o sosyal inovasyon butonu da mutlaka bakanlıkla entegre olmalıdır. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Farkındalığın artırılması için kamu spotlarında yer alınmasının gerektiğini ve bazı güvenlik doğrulamaları ile birçok işlemin dijitalle aktarılması gerektiğini belirten K4 konuyla ilgili şunları aktarmaktadır:

Burada toplumdaki farkındalığı ve bilinirliğini arttırmak için farklı kamu spotları reklamlar yapsınlar, bazı hizmetlerin oradan verildiğini bilmeyen insanlara ulaşılmalı. Eğer sen bir nüfus

müdürlüğüne gidip yeni doğan bebeğinin nüfus cüzdanını çıkartıyorsan emin ol oradaki süreç dijitalleşebilir. Nasıl ki ben şimdi ikametgâh çıkarmak için muhtarlığa gitmiyorum ya da askerlik belgesi çıkartmak için askere alma şubesine gitmiyorum, bunlar zamanında yapılmış. Dolayısıyla bence şu anda yapılabilecek en iyi şey tüm fiziksel hizmetlerin dijitalleşmesi. Devletin bir otorite olarak şunu sağlaması lâzım: bir kart, parmak izi, iris, bunlar iki yollu otantikasyonla da olabilir. Artık ben tapuya gittiğimde yanımda nüfus cüzdanımın olmasına gerek yok, beni tanı. Biyometrik ID ile ve avuç içi vb. ile... Şimdi özel hastaneye gidiyorsun geçmişe yönelik borcunu sorgulama için avuç içini koyuyorsun, adam nüfus cüzdanı istemiyor. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal etkinliklerin kullanıcılara bildirilmesi ile etkinlik takvimi oluşturulabileceğini K9 şu şekilde ifade etmektedir:

E-devlet üzerinde olan sosyal etkinliğe, faaliyete daha rahat ve güvenli bir şekilde katılabilirim. Kendi adıma söyleyeyim bağış yapma adına da çocuklar için bir etkinlik olabilir... Maddi boyutundan ziyade bir de böyle, bu tarz faaliyetleri koordine etmek adına çok da güzel bir platform olurdu e-devlet. İnsana güven verirdi. (Katılımcı 9, Görüşme, Mart 2019)

E-devlet platformunun fona erişim ve fon başvuru noktasında kullanılabileceğini K11 şu şekilde ifade etmektedir:

Sosyal inovasyon için bence burada en büyük sıkıntı; fonun sağlanması. Desteğin sağlanması, finansal desteğin sağlanması... Böyle bir finansal fon sağlarsa bence girişimler gelişen teknolojileri kullanarak çok güzel hizmet ürün veya süreç geliştirebilirler. Temel sıkıntı bu fonun sağlanması için de girişim fonunun, girişim sermayesinin sağlanması içinde devlet, e-devlet platformunu kullanabilir, başvuru alabilir. (Katılımcı 11, Görüşme, Mart 2019)

K9 gibi K12 de E-devlet'in etkinlik takvimleri noktasında insanları bilgilendirmesi gerektiğini K12 şu şekilde ifade etmektedir:

E-devlet zaten tutulmuş bir platform ve onu daha bir interaktif hale getirmekten bahsediyoruz. Çok ciddi bir trafiği var oranın ve dönüşüm anlamında çok güzel bir oranı var. Oraya girip hakikaten rezervasyon yaparım. Şu tarihte arkadaşlarım ile gidip ağaç dikim yaparım vb. (Katılımcı 12, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal hizmetlere ihtiyaç duyan kişilere ulaşabilecekleri önemli noktaların bilgilerini ve konumunu verebileceği, engellilerin de kullanımı için erişilebilirliğinin artırılması gerektiğine vurgu yapan K14 konuya şu şekilde açıklık getirmektedir:

Sosyal hizmetlerle de ilgili veya sosyal inovasyonu da bu konuda ele alarak... (Engelli) insanların, spastik engellilerin... Veya mesela çocuğunuza bir okul arıyorsunuz... Çocuğunuz down sendromlu... Bana en yakın okulu nerede, arayayım dediğinizde... Direkt mesela E-devlet üzerinden girip, size en yakın okula yönlendirebilir veya bu konu ile ilgili bir hoca arıyorsun, özel de olabilir bunlar... Çünkü devlet belirli bir saate kadar olanları karşılıyor. Size özel olanları da paranız var ise size özel olanları da sunabilir. Bu kişiler belli yardımları almak istiyorlarsa... Ben nasıl belediyeden elektrik su faturamı veya diplomamı vs. transkriptimi gidip e-devlet üzerinden sorgulayabiliyorsam, bu insanların da belirli işlemleri yapıyor olabilmesi lâzım. Onlara özgü, cep telefonlarından kabartmalı veya anlayabileceği şekilde programlar yazılması lâzım. Sesli uyarı sistemleri olabilir. Onlar için E-devlet üzerinden işlerini kolaylaştıracak gelişmeler yapılabilir. (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

K1 gibi K15 de platformda kullanıcı deneyiminin artırılmasına, büyük verinin yorumlanabilir halde olmasına (anonimleştirilmesi), fona ve yarışmalara farkındalık ve başvuru noktasındaki çalışmalara şöyle vurgu yapmaktadır:

E-devlet uygulamasını çok başarılı buluyorum, çok iyi işlere de imza atıyor, atmaya devam ediyorlar diyebilirim. Biraz daha kullanıcı dostu özellikler kazandırılabilir. Elleriinde çok büyük veri var. Bu verileri analiz ederek belki çıkarımlarda bulunup teklifler sunabilirler kişilere. Sosyal inovasyonla ilgili proje yarışmalarına başvurular alınabilir buradan, hem farkındalık oluşturulur. Bir de fon sağlanması için ilk analizler bu platform üzerinde de sağlanabilir diye düşünüyorum. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

3.4.4. Sosyal Hizmetlere Yönelik Bir Dijital Sosyal İnovasyon Ürünü Olarak Bir Web Sitesi Yapılacaksa Bu Web Sitesi Neleri İçermelidir?

Kavram ve uygulama farkındalığı sonrası araştırmada Dörtlü Sarmal'daki sektörlerle ne gibi rol ve sorumluluklar düşebileceği, sosyal hizmetlere dijital bir platformda ne gibi hizmet ve uygulamaların yer alabileceği araştırılmıştır. Platformda ihtiyaç duyan insanlara bilgi verilebileceğini K1 şöyle ifade etmektedir:

Bir bilgi, bence kritik şey bilgi. Ana bilgi, doğru bilgi... Net, insanların bakabileceği, referans olabileceği, temel kaynakların yer aldığı, insanları boğmayan, sıkmayan ama alana yeni girmiş birilerinin de bir şeyler bulabileceği... Daha çok bilen insanların yeni kaynaklar takip edebileceği, paydaşların yararlanabileceği bir boyut olsa iyi olur diye düşünüyorum. (Katılımcı 1, Görüşme, Mart 2019)

K2 de platformun öncelikli rolünün farkındalık oluşturmak ve bilgi vermek olduğunu, fonlara, hibe ve teşvik programlarına erişim bilgilerinin verilebileceğini şu şekilde açıklamaktadır:

Web sitesi öncelikle sosyal inovasyon farkındalığı yaratmak için. Yani nedir? Farkındalığın dışında da yani deminden beri söylediğimiz bu yasal altyapı eğer kurgulanırsa o yasal altyapının müsaade ettiği bütün ne kadar destek, hibe, teşvik program... Ben özel bir girişim olmaması gerektiği yönünde bir öneride bulunmak isterim. Yani bence bu bir özel bir girişim olmamalı. Bence bu devlete önerilmesi gereken bir şey. Çünkü özel girişim içerisine girdin mi Türkiye'de olay cemaatlara, vakıflara, vakıfların içine giriyor. Olmuyor yani. Yani insani şey girmemesi gerekiyor. Bunun tamamen devlet otoritesinde, bu sistemi regüle eden, düzenleyen, aynı zamanda ihdas eden yani dağıtan otorite olması lâzım. (Katılımcı 2, Görüşme, Mart 2019)

Platform olacaksa kategorik bir platform olması, projelerin tanıtılması ve reklam tabanlı olmaması gerektiğini K3 şöyle anlatmaktadır:

Bir platforma ihtiyaç var mı çok emin değilim. Yani orada şöyle onu çok doğru belirlemek lâzım. Amaç tarafları bir araya getirmekse o zaman kategorik bir platform olması lâzım. Dolayısıyla orada çok sade ve çok fazla reklam olmayan, reklam tabanlı olmaması gerektiğini düşünüyorum. Büyük şirketlerin şu anda yönettiği sosyal inovasyon projeleri orada tanıtılabilir. (Katılımcı 3, Görüşme, Mart 2019)

Kişilerin sosyal hizmetlere ihtiyaç duyduklarında veya duyan birisi ile karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiği bilgisini veren, chatbot ile hızlıca bilgi verebilen bir platform olabileceğine ve kitlesel fonlama tarzı proje bazlı küçük miktarlarla bağış toplanabileceğini ifade eden K4 örneklerini şu şekilde detaylandırmaktadır:

Kadına şiddet çok fazla ama atıyorum trafikte gidiyorsun kediye köpeğe çarptın mesela ne yapacaksın? 112 iyi mi araman lâzım yoksa onun bir özel telefon numarası mı var? Ve aradığın zaman her türlü oradaki bakımı, ona iyileştirme süreci ile ilgili her türlü süreci üstleniyorlar. Burada bir chat botun çok fazla iş göreceğini düşünüyorum ben. Yani burada statik bir datadan bahsediyoruz ve bu statik dataya çok fazla ve hızlı bir şekilde kullanıcıların erişebilmesi için. Yani şu anda ben seni anlayacak, NLP üzerinde çalışabilecek algoritmalarla birlikte. İşte, şu anda

ben bir adamın kadına şiddet uyguladığını görüyorum dediğinde evet burada bir kadına şiddet var hemen 183'ü ara diye komut verebilecek. Türk insanında bir yardım yapma isteğini doğurabilmeniz için gerçekten bir şeye şahit olması gerekiyor. Ben de şöyle bir şey dedim; her gün 3 tane olur, 6 tane olabilir, kampanya çıkaracaklar ve bu kampanyaları yönetecek bir ekip olacak. Bu kampanyalar; mesela ilik nakli olması lâzım 125 bin lira ihtiyacı var ameliyat için... Bu gerçekten incelenmiş, sağlık raporu incelenmiş olan hastaneye gidecek. Bu arada paradan bahsediyorum, kişiler yok... Ya da birisinin ameliyat olması lâzım, ameliyat Türkiye'de yapılamıyor. Amerika'ya gidecek, Amerika'da ameliyat olacak, onun masrafları falan vs. Ya da bacağı kopmuş, bacağının bir proteze ihtiyacı var, 5 bin TL gibi kampanyalar... Ve işin güzelliği şu; ben birisine 500 lira vermek, 1000 lira vermek yerine 500 kişiye bir lira vermeyi tercih ediyorum. Bir anda 250 bin kişi girdi sadece bir tuşa basıyorsun ve 3 dakika içinde basman gerekiyor. 1 ila 5 TL arasında yardım yapabiliyorsun. Öyle büyük yardım yok. Önemli olan çok insan tarafından o yardımın toplanabilmesi. Yani bir kişinin 200 bin lira vermesi ile 200.000 kişinin bir lira vermesi çok farklı bir olay. Ve sonra sana rapor geliyor ve nasıl kitlesel fonlamada başta hedeflenen bütçeye ulaşıldığında proje kapanıyor, bunda da öyle. Ve sonra bir bakıyorsun bir buçuk ay sonra vatandaş ameliyat olmuş, bacağı takılmış ya da göz nakli yapılmış artık görmeye başlıyor. Video çekiyorsun ve sadece yardım yapan insanlara bu videoyu gönderdiğini düşün o gözün görmesinde senin de bir desteğin, vesilen, katkı oluyor. Düzenli, her gün bir hikâyeye dokunuyorsun. Burada toplumsal, sosyolojik bir sürü olay var. Yani insanın kendi durumuna şükretmesi, ona destek olabiliyor olması, desteğe ihtiyacı olan adamın umudu olabiliyor olman... Bu inanılmaz bir şey. (Katılımcı 4, Görüşme, Mart 2019)

İhtiyaçların, sosyal problemlerin gruplanması, erişilebilirliğinin yüksek olması, konu bazlı arama yapılabilmesi, sadece kamuyu değil tüm sektörlerin uygulamalarını içermesi, ücretli sattığınız gelir getirecek bir ürün veya hizmet olduğunda bunun ücretli olduğunun belirtilmesi ve gerektiğinde STK'lara bağış toplaması yapılabileceğini K5 detayları ile şu şekilde anlatmaktadır:

Öncelikle, yani sosyal sorunlara ya da ihtiyaçlara göre gruplamanız gerekir. Yani bunu bir şekilde gruplamanız gerekir, bunu mesela sağlıkla ilgili olan ihtiyaçlar, ondan sonra eğitimle ilgili olan ihtiyaçlar, engellilik ile ilgili olan ihtiyaçlar... Bir kere kullanıcı için çok kolay bir kullanım olması lâzım çünkü bu hizmetlere ihtiyaç duyan insanlar teknoloji okuryazarlığı olmayan insanlar olabilir. O yüzden çok kolay bir şekilde, erişilebilirliği çok iyi olması lâzım, yani kullanıcı deneyimi çok kolay olması lâzım. Mesela yazacağım Alzheimer ya da bir şey yazdım; konu bazlı, problem bazlı, ondan sonrada mesela neler var? Devlet ne tür hizmetler veriyor bu konuda, sivil toplum kuruluşları ne yapıyor bu konuda? Mesela Alzheimer Derneği'nin aplikasyonu varsa hâli hazırda onu da gördüm. Yani onlara da entegre olması lâzım. Sırf devletin hizmetleri değil mesela sivil alanda da böyle yapabilir. Alzheimer bir arkadaşımız var, kayboluyor. Ne yapılabilir? Ben orada Alzheimer girdiğimde bana ne yapabileceğimi, kimlerden destek alınabileceğini benim bölgede... Bölgesel olarak da arayabiliyor olmam lâzım. Mesela bu anlamda çalışan STK vardır, onun da işte Alzheimer hastalığına yönelik şöyle bir gündüz bakım evi vardır, oraya bırakabilirsin. Mesela İstanbul'da Alzheimer Derneği'nin Kuştepe'de gündüz bakım evi var, belki o bölgedesin, onu göreceksin bak oraya da gidebilirsin diye. Sırf kamunun ve sosyal hizmetin değil, gerçekten bu alanda çalışan STK'ların da sisteme entegre olması lâzım. Çünkü onların da ürettiği çözümler var, bizim onları da görebiliyor olmamız lâzım. Hizmetler bir yerdedir, ürünler bir yerdedir. Yani hizmetlerin arasında ücretsiz hizmetleri de koymak gerekir. Yani ücretsiz hizmetler Alzheimer Derneğinin bir şeyi var, ama bir yandan da sırf Alzheimer hastalarını kabul eden, böyle bir özel bakım evi var. O da olabilir ama bu ücretli, onu da bir opsiyon olarak gösterebilirsin. Bir de ürünler var işte... Sensor var, şu var bu var diye... Yani eğer siz orada ücretli bir hizmeti gösteriyorsanız onun ücretli olduğu işaretli olması ve işte oradan da çıkması için bir ücret tanınması gerekir bir taraftan da ürünler de koyabilirsiniz. STK lar var. Sen de o sistem üzerinden gidip bir bağışla yapabilirsin. Yani görüyorsun. Mesela kadın alanında kimler

çalışıyor? Hangisi şeffaf, hesap verebilir? Oradan direk bağış yap butonu var, bağış yapabiliyorsun. Ama bağış yapabilmek için yardım toplama izni olması lâzım. (Katılımcı 5, Görüşme, Mart 2019)

Sosyal problemlere çözüm olan ürün ve hizmetlerin daha görünür hale getirilmesinin bu platformda olabileceğini belirten K7 şunları aktarmaktadır:

Project Zero; dünyadaki bütün sosyal inovasyonlarla ilgili yapılmış olan çalışmaları bir platformda topluyor. Onu Birleşmiş Milletler'e kotalamış durumda, desteklenmiş durumda. Aslında normalde hiçbir paraları yok, ama görünür buluyor yani bir takdir ediyor, onun sınıflandırılıyor. Bu tür şeyleri özendirmek açısından önemli. Yani çok fazla para vermene gerek yok aslında. İnsanları yaptıklarının sonucunda görünür kılmak, bir yerde derecelendirmek, ödüllendirmek bence çok önemli. Yani web sitesinin asıl amacı bir platform oluşması. (Katılımcı 7, Görüşme, Mart 2019)

Konumların harita üzerinde konum ile gösterilebileceği ve konuma götürülebileceğini K8 şöyle ifade etmektedir:

Tüm sivil toplum kuruluşlarını haritada şey yapıyor. Hangi sivil toplum kuruluşunun nerede olduğu, amacının ne olduğu, ne lâzım olduğu hepsi tek bir platformda görülebiliyor. Yani harita üzerinde yardım edilebilir... (Katılımcı 8, Görüşme, Mart 2019)

K10, uygulamanın erişilebilir ve ulaşılabilir olması için mobil uygulama olması veya mobil cihaz uyumlu olması gerektiğini, reklamların sıkıcı olmaması gerektiğini, teknik olarak önce web uygulaması sonrasında mobil uygulama platformuna taşınabileceğini şu şekilde açıklamaktadır:

Bir kere bu web uygulaması değil mobil uygulama olması lâzım. Web uygulaması olduğunda, yani şöyle düşünelim. Bu uygulama anlık acil durumlarda insanların kullanabileceği bir şey olması lâzım. İnsanlar anlık acil durumlarda genelde cep telefonlarına yönelirler. Bir de şöyle iki tane kuralımız var o konuda; bir “mobile-first” diyoruz, bütün dijitalcilerin konuştuğu şey. İkincisi de bir şey mobilde yoksa yoktur, ya da bozuktur diyoruz. Şimdi diyelim ki internet şubemizde mesela bir şey var, mobilde yok. O zaman yok kabul ediyor, ya da bozuk kabul ediyoruz. Mobilde de mutlaka olması lâzım. Dijital neyi getiriyor? Mobilitayı getiriyor. Aslında mobilite olunca ne olması gerekiyor? Aslında insanların her zaman bir yerlerden bilgilerine ulaşması, anlık hızlı işlemlerle kararlarını alıp, hemen uygulamaya geçebilmesi, erişilebilir olması. Mobil uygulamalara bakıyorum, kullanıcı deneyimi açısından iyi olanlar yüzde 5'i geçmez. Çok kötüler, yani reklam alanların zaten tamamı çok kötü. Çünkü bir anda reklam çıkıyor. O anda buraya basıyorsun, o seni başka bir yere götürüyor, o an böyle işler karışıyor, uygulamayı silesin geliyor. Yani o yüzden basit bir şey yapıldığında aralarında dikkat çekmez yani onu demek istiyorum. Web'den başlama fikri iyi olabilir, bunu responsive yapmak iyi bir fikir olabilir ama ileride app. olarak bu devam etse bence daha iyi bir fikir olur, yaygınlaşması daha kolay olur. Bu tarz bir platformda insanların ihtiyacı olduğu kadar önemli olur. Yani çok ihtiyacı olmazsa insanlar her zaman kullanmazlar ve çok indiremezler. Bu nedenle web başlamak için daha mantıklı olabilir. Çünkü adam Google'dan arayacak, girecek, bildirecek ve işi bitecek. Ama app.'i neden indirir insan? Sürekli kullanacak ise indirir. Benim öyle indirip hiç kullanmayıp, sonradan da sildiğim çok app. var veya bir kere kullanmışım, acaba nasıl bir şeydir diye bakmışım, işime yaramamış. (Katılımcı 10, Görüşme, Mart 2019)

Acil durumlarda “panik buton” gibi bir acil kısayol tuşu yapılabileceğini K11 şu şekilde anlatmaktadır:

İhtiyaç ve acil durumlarda hani mesela “Yeşil Detektör” diye Yeşilay'ın bir uygulaması var. Orada da hani örneğin panik buton diye bir şey konulabilir ve ilgili emniyet makamlarına o

mercilere bilgi verebilir ve onunla ilgili çalışmalar yapılabilir veya belediyelere. (Katılımcı 11, Görüşme, Mart 2019)

Platformda etkinlik takvimi olması gerektiğine K12 şu şekilde vurgu yapmaktadır:

Evliyim, çocuğum var. Hafta sonu bana şöyle bir şey diyebilir; işte 5 ağaç alıp, bunu hafta sonu ailenle ekmek istemez misin? İşte 5 ağaç parası ödeyeceğim orada ve hafta sonu çocuklarımla beraber gidip etkinlik yapacağım. Hem onlara doğa sevgisini aşılayacağım. (Katılımcı 12, Görüşme, Mart 2019)

Uygulamanın kullanımı kolay, çoklu platform desteği sağlayan, engelliler için erişilebilirliği olan bir platform olması gerektiği ile ilgili K14 şunları ifade etmektedir:

Bir kere kolay kullanılabilir olmasını isterdim. Yani hem tabletim var ise tabletimden hem efendime söyleyeyim cep telefonum var ise hem cep telefonumdan hem web sitesinden... Çünkü web sitesinde yapılan bir şey her zaman bilgisayardan açılmıyor. Aynı formatta görülemeyebiliyor. Cep telefonunda açtığımızda formatı bozulabiliyor. Formatın bozulmadan çalışıyor olabilmesi lazım. Kişinin gözleri düzgün görmüyor olabilir. Harflerin büyütülüp, küçültülebilir olması lazım. Renklerin bazılarını algılamada zayıf çekiyor olabilir. Renk körleri ve şeyler için onlara göre daha basit ve statik renkler ile işlemler yapılabilmesi... (Katılımcı 14, Görüşme, Eylül 2019)

Çoklu dil desteğinin göçmenler için önemli olduğuna, basit ve anlaşılabilir olması gerektiğine, harita üzerinden yönlendirme yapabilen ve bilgileri net veren ve mutlaka mobil uygulama olan bir platform olması gerektiğini K15 şöyle ifade etmektedir:

Çoklu dil desteği çok önemli. Göçmenler var, bu kişilerin belli yerlere erişimi için dil desteğine ihtiyaçları var. Bir bilgi platform olabilir. Basit ama anlaşılabilir olması gerekiyor. Herkesin girdiğinde ne yapması gerektiğini net olarak anlayabilmesi gerekiyor. Kişileri doğru yere yönlendiriyor olması gerekiyor. Sosyal olarak toplumun ihtiyaç duyduğu toplum merkezlerine, sosyal hizmet merkezlerine nasıl ulaşabileceklerini göstermeli. Navigasyon tarzı, harita üzerinde insanların kolayca ulaşabileceği, o bölgeye yakın... Nerede, ne hizmet alabilir olduğunu gösteren bir platform olabilir. Ve bu platform mutlaka mobil uygulamalarda da yapılması gerekir diye düşünüyorum. Ben dijital tarafta çalışan bir bankacıyım. Eskiden internet şube, mobil şubeye göre çok kullanılıyordu. Lokomotif görevi alıyordu. Şimdi mobil şube sayıları Webi 3'e, 4'e katladı. Hiç webi kullanmayıp sadece mobil uygulamayı kullanmış insanlar var. Şu an herkesin elinde cep telefonu var ve mobil uygulama bu noktada çok önemli. Mobil uygulamanın mutlaka olması gerekiyor. (Katılımcı 15, Görüşme, Ekim 2019)

DEĞERLENDİRME

Sosyal bilimlerde çalışanların en önemli görevlerinden ilkinin araştırma nesnesinin inşası olduğunu belirten Bourdieu ve arkadaşları (1991), toplumsal olguların sadece kendi kendilerine ortaya çıkmayacağı, onların elde edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu anlamda yapılan araştırma sonrasında araştırmanın bulgularının geniş bir şekilde analizi ile bazı ana bulgular şu şekilde şekillenmiştir: profesyoneller arasında sosyal inovasyon farkındalığının dijital sosyal inovasyon farkındalığından daha çok olduğu görülmüştür. İnovasyon ve sosyal inovasyon bağlamında örüntülerin kurulduğu ancak dijital manadaki yorumlamaların yüzeysel olduğu görülmüştür. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu kamu sektörüne çok iş düştüğünü belirtmiş, özellikle yasal alt yapı noktasındaki yüksek beklentilerini ifade etmişlerdir. Ayrıca devlet'in özel sektör veya sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan inovasyonlar için fon sağlama noktasında büyük sorumlulukları olduğunu beyan etmişlerdir. Sağlanan teşvik, hibe ve fonlarla özel girişimlerin sayılarının artacağı değerlendirilmiştir. Bu anlamda dijital sosyal inovatif bir ürün veya hizmet olarak kurulabilecek sosyal destek uygulamasında; birey ve grupları yaşanan sosyal problem bazlı bilgilendiren, sosyal desteğin nereden ve nasıl alınabileceğini gösteren, sosyal çalışmaların ve etkinliklerin tanıtıldığı bir platform olabileceği değerlendirilmektedir.

Sosyal inovasyon kavramından ne anlaşıldığı ile ilgili sosyal fayda oluşturabilmek amacıyla farklı pencerelerden bakabilme, yeni bir iş, süreç ve model olduğu, kâr etme güdüsü olmadan topluma ve bireylere faydalı olmak için akıllıca fikirler, bilindik şeylerin farklı yöntemlerle toplum yararına kullanmak olduğu belirtilmiştir.

Karmaşık sosyal meselelere, yenilikçi bakış açıları ile yeni ve farklı çözümler bulmaya çalışmanın kısaca sosyal inovasyonu ifade edeceği değerlendirilmektedir.

Klasik yöntemlerle çözüme kavuşturulamamış, kadim problemlere yenilikçi çözümler bulmak için, açlık ve susuzlukla mücadele eden ülkeler için, eğitim ve göç olgularına akılcı çözümler bulabilmek için ihtiyaç analizleri yapılarak sosyal inovasyonlara ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Albert Einstein'ın "Oluşturduğumuz problemleri, o problemleri oluşturduğumuz andaki gibi düşünerek çözemeyiz" sözü problemlerin çözümlerini farklı bakış açılarından yaklaşarak çözmemiz gerektiği konusunda yol gösterici olmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan sosyal problemler ve problemlere çözüm arama ihtiyacı günümüz toplumlarında daha çok hissedilir hale gelmiştir. Sanayi devrimi ile başlayan ve Endüstri 4.0'da dijitalleşme ile ivme kazanmış teknolojik faaliyetler günümüzde daha çok sosyal problem üretir konumdadır. Köyden kente göç, ailelerin küçülmesi, savaşlar sonucu evlerini terk ederek göç etmek durumunda kalan insanlar da sosyal olgular oluşturmaktadır. Karmaşık problemleri çözmek için öncelikle problemi, konu ve coğrafya özelinde analiz edebilmek için o bölgenin, o insanların ne ihtiyaçları olduğunun iyi anlaşılması gerektiği değerlendirilmektedir. Gereksinimler anlaşıldıktan sonra sadece o olgulara özel terzi kesimi (tailored) çözümler geliştirilebilecektir.

Sosyal problemlere dijital çözümler sunarak problemleri yenilikçi yöntemlerle çözmeye arayışında olma, dezavantajlı birey ve grupların ihtiyaçlarının dijital araçlarla nasıl

çözölebileceği, düşük maliyetlerle daha çok kişiye erişilip problemlerinin çözölmelerinin dijital sosyal inovasyon kavramı ile karşılanacağı belirtilmiştir.

Endüstri 4.0 kavramı ile dijital dünyanın kapıları açılmış, hayatımıza birçok kolaylık getiren nesnelerin interneti, yapay zekâ, robotik otomasyon, büyük veri gibi kavramlar dijitalleşme ve dijital dönüşüm kapsamında hayatımıza girmiştir. Robotların insanların yerine çalışmaları ile yeni iş sahaları ve meslekler ortaya çıkmış, bazı mesleklerde çalışanlar da işsizlikle yüzleşmek durumunda kalmaktadırlar. Otonom (Sürücüsüz) otomobillerin hayatımıza girmesi ile 100 yıldan fazladır hüküm süren şoförlük mesleği riskli duruma gelmiştir. 40 insanın 20 günde yapabildiği otomobil, 20 robot tarafından birkaç günde üretim bandından inebilmektedir. Hem hız hem de iş gücü noktasında makinelerin insanların yerini alması birçok sosyal olguyu da beraberinde getirmektedir. Dijitalleşme, hayatımıza yenilikler, kolaylıklar, kitlesel kazanımlar getirdiği gibi daha karmaşık, çözölmeleri zaman alabilecek problemleri de beraberinde getirmektedir. Dijitalleşme araçlarının sosyal olgulara çözüm sunabilmesi için yapılan yenilikçi çalışmaların dijital sosyal inovasyon olarak anlaşıldığı değerlendirilmektedir.

Maliyetleri düşürüp deneyimi artırarak müşterilerinize fayda sağlayabiliyor, operasyonel verimliliği arttırabilmek için, dijital araçlarla global anlamda çok sayıda insana erişilecek hızlı ve etkilipliği kazandırdığı için dijitalleşmeye ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Dijital araçlar geliştirerek hizmete sunmak için iyi projelendirilmesi ve analiz edilmesi gerekmektedir. Bu durum da maliyetleri arttırmaktadır. Ancak -ilk başta maliyetli olsa da- iyi projelendirilmiş dijital bir çözümün çok sayıda kişiye erişip fayda sağlayacağı için sosyal inovasyonlar ve sosyal problemlere çözüm olması açısından önemli olduğu değerlendirilmektedir. Örneğin 3D Printer ile üretilen yapay uzuvlar başlangıç maliyeti yüksek olsa da daha sonrasında kişiye ve ihtiyaca özel çok hızlı ürün geliştirmeleri yapılabilmektedir.

Katılımcılara bildikleri sosyal inovasyon örnekleri sorulmuştur. Bu anlamda düşük bütçelerle bireylerin kendi işlerini yapabilmeleri için borçlandıran Mikrokredi, Afrika’da Sis bulutlarını toplayarak su elde etmeye çalışılması, mavi kapaklar toplanarak geri dönüşüm sağlanması ve engelliler için tekerlekli sandalye alınması, uzun yıllar birçok ülkede eğitim alamamış ve alamayacak durumda olan kişilere eğitim veren Açık Üniversiteler, artık veya raf ömrü dolmaya yakın yiyeceklerin toplanarak bozulmadan önce onları ihtiyaç sahipleri ile buluşturan Gıda Bankacılığı, Katarakt hastalarının ayağına giden Mobil Göz Kliniği, 3D Printer ile yapılan protezler, cezaevinden çıkan kişilerin kendi işlerini kurarak topluma kazandırılması amacıyla görev alan Social Lab’lar, plastik şişeleri toplayarak onlara para veren makineler, görme engellileri sesli yönlendirerek yürüten baston gibi örnekler verilmiştir.

Çok çeşitli sosyal inovasyon örnekleri bulunmaktadır. Ancak dünyada sosyal inovasyon denince akla ilk gelen örneğin Bangladeş’te Muhammed Yunus’un “Mikrokredi” ‘si ve tüm ülkelerdeki “Açık Okullar” ve “Açık Üniversiteler” olduğu değerlendirilmektedir. Çalışmanın bir bölümünde detaylı bir şekilde sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon örneklerine değinilmiştir.

Türkiye’deki sosyal inovasyon uygulamalarının yeterliliği konusunda; geliştirilmesine yönelik farkındalık ve atölye çalışmaları yapıldığı, yapısal fonların yetersizliğinden kaynaklı yeterince sosyal inovatif projeler geliştirilemediği, son yıllarda artan Teknoparklar ve Teknoloji Transfer ofislerine rağmen hala yeterli denebilecek düzeyde olmadığı, sosyal inovasyon için insan gücü yetiştirme açısından üniversitelerin rolünün önemli olduğu belirtilmiştir.

Ülkemizde son yıllarda teknolojiye ve yenilikçi çalışmalara daha çok önem verildiği, fonlarla ve vergi avantajları ile desteklendiği, Teknoparklarla birlikte çalışma alanları oluşturulduğu görülmektedir. Ancak proje sayısı, start-up şirketler ve globalde değerli şirketlerin (unicorn) sayısının istenen düzeyde olmadığı değerlendirilmektedir. Endüstri 4.0 kavramı ile dijitalleşmenin hız kazandığı günümüz toplumlarında daha çok dijital sosyal inovatif ürün, hizmet ve süreçlerin görülmesi beklenmektedir.

Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramlarının farkındalığı, neden ihtiyaç duyulduğu, dünyadan ve Türkiye’den örneklerin sorulduğu ve uygulamaların yeterli olup olmadığının öğrenilmesi amaçlanarak katılımcılara sorular yöneltilmiştir. Tüm katılımcıların aynı oranda aynı sorulara cevap vermediği görülmektedir. Yaklaşık 30 yıldır konuşulan, üzerinde tartışılan, makaleler yazılan, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından uygulamalarla desteklenen sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyonların artarak devam edeceği ifade edilmektedir.

Ulusal sosyal inovasyon sisteminde paydaşların rolleri sorulduğunda bunun için İngiltere’deki Nesta örnek verilerek yapısal fonların oluşturulması gerektiği, problemin oluştuktan sonra değil koruyucu önleyici çalışmaların yapılması gerektiği, “Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın” “Sosyal İnovasyon Bakanlığı” olarak isminin değiştirilmesinin önemli olduğu, devletin icracı konumunda olarak fonları dağıtması ve şirketlere destek vermesi gerektiği, paydaşların içerisinde Kamunun rolünün çok önemli olduğu çok paydaşlı bir yapının olması gerektiği, kitlesel fonlamanın kanuni altyapısının oluşturulması gerektiği, özel sektör, üniversiteler ve devletin bu yapı içerisinde olması gerektiği belirtilmiştir.

Kamunun sorumlulukları ve bu sorumlulukları diğer sektörlerle programlı bir şekilde paylaşabilmesi için iyi organize olan, organize edebilen ve kaynakları etkili şekilde kullanabilecek bir organizasyona ihtiyacı olduğu görülmektedir. Kamuda bakanlıklar, belediyeler, Üniversiteler ve araştırma merkezleri ile özel sektörün sinerjisi ile bir Ulusal inovasyon sistemi oluşturulabileceği değerlendirilmektedir.

Hükümetin sosyal inovasyon stratejisinde sosyal inovasyon projelerini destekleyen bir bankanın olabileceği, Hükümet’in icracı olmadan ülkenin her yerinde olarak 3. Sektör kuruluşlarını destekleyici rolde olması gerektiği, mevzuat noktasındaki eksikliklerin giderilerek Dijital Dönüşüm Ofisinin katalizör olması gerektiği, fonlarla faydalı çalışmaların desteklenmesi, gerektiğinde devlet olarak satın alınabilmesi, sosyal işlerde Melek Yatırımcıların yeterince destek olmadığı, desteklerin Kamudan beklendiği, akademisyenlerden oluşan kurullarla iş birliği içerisinde olması gerektiği ifade edilmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu yasal alt yapı noktasında çalışmalar olması gerektiği konusunda görüş bildirmektedirler. Bu noktada Türkiye’de Eylül 2018’de dijital anlamda üst kurul olan Dijital Dönüşüm Ofisi kurulmuştur. Organizasyonel değişiklikler sonrası yasal alt yapı çalışmaları da beklenmekteydi. Ekim 2019’da Dijital Dönüşüm Ofisi’nin görevlerini belirleyen yeni bir kararname çıkartılmıştır. En dikkat çeken kavramlardan birisi yıllardır “E-Devlet” olarak kullanılan kavramın “Dijital Türkiye” olarak kullanımı olmuştur. Kamunun dijital dönüşümüne öncülük ederek dijital dönüşüm ekosisteminin oluşturulması, Siber Güvenlik, Büyük Veri ve Yapay Zekâ gibi konularda stratejiler oluşturulması, yapılacak çalışma ve projelerin koordinasyonu gibi görevleri icra edeceği resmî gazetede yayınlanmıştır. (Resmî Gazete, Ekim 2019: 16).

Sivil toplum kapasite geliştirme çalışmaları, topraksız tarım, haplarla kan değerlerinin gerçek zamanlı olarak (real time) ölçülmesi, idrardan kan şekeri ölçülmesi, THY’de görme engelliler için oluşturulan Terminal Haritaları, müşterilerin uçuş millerinin kalanlarını bağış yapabilmeleri için Miles&Responsibility projesi, dernek ve vakıfların şeffaf olabilmeleri için Açıkçık platformu, farklı kurumları bir araya getirip projeler üreten İmece, İznik gölünün temizlenmesi için sosyal inovatif çalışmalar yapan SOIL (Sosyal İnovasyon Laboratuvarı), görme engelliler için görüntülü çağrı merkezi gibi sosyal inovasyon çalışmalarının çalıştıkları kurum/kuruluşlar tarafından yapıldığı belirtilmiştir.

Kamu, özel şirketler, sivil toplum kuruluşları ve üniversiteler bünyesinde birçok sosyal inovatif çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Kamu şirketlerinin topluma dokunan projelerde aktif rol ve sorumluluk aldığı, sivil toplum kuruluşlarının bireyleri bilgilendirme, yönlendirme ve güçlendirme görevi gördüğü, üniversitelerin sosyal laboratuvarlar ile sahada çalışmalar yaptığı, özel şirketlerin bir kısmının da daha çok PR amaçlı kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde yöneldiği görülmektedir.

Sosyal inovasyonun finansmanında en büyük rolün Hükümete düştüğü, oluşturulacak siyaset belgesi ile bakanlıklar ve kamu bankalarının harekete geçirilebileceği, yerel yönetimlerin de bu anlamda büyük katkılar sağlayacağı, Kalkınma ajanslarının önemli rolleri olduğu, hibelere başvurunun ve fona erişimin kolay olması, sosyal etkisi yüksek işlerin fonlanması, bu anlamda kanuni alt yapıların sağlanmış olması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca girişimlerin kendi gelir modellerinin ilk baştan olmasının da önemli olduğu dile getirilmiştir. Kitlel fonlamalarla küçük para ile çok kişinin inandığı projelere destek olmasının önemi vurgulanmıştır. Bir grup ise sosyal inovasyonla uğraşacak grupların maddi kaygı içerisine girmemesi ve fonlarla özel olarak desteklenmesi gerektiğini belirtmiştir.

Sivil Toplum Kuruluşlarında ve yeni kurulan küçük firmalarda (Start-up ve Scale-up) büyük problemlerden birisinin sürdürülebilirlik ve bunun için fonlara erişim olduğu görülmektedir. Kendi gelir modellerini oluşturduktan sonra fon bulma çalışmalarının yapılmasının faydalı olacağı görülmektedir. Finansman anlamında hükümetin, bakanlıkların ve yerel belediyelerin önemli olduğu, fona erişimin kolay olması, verilen fonun denetlenerek belli bir süre izlenmesi ve aşama açık hedefler koyup o aşamaları geçtikçe fonlama yapılmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Dijital sosyal inovasyon uygulamalarının ekonomiye olan yansımaları ile ilgili kaynakların/fonların doğru alan ve projelere yönlendirilmesinin önemli olduğu, bir projenin

dijital araçlarla çok kişiye ulaşması (difüzyonu), maliyetinin düşük olmasının ekonomik olarak tasarruf sağladığı, oluşturulan sistemlerin yaşam standartlarını artıracığı, Melek yatırımcıların ve hatta devlet fonlarının sosyal inovatif projelere ayrılmadığı belirtilmiştir.

Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon proje ve uygulamaları için başlangıç sermayesine, iyi organize olmuş çevik (agile) bir ekibe ve uzun vadede projelerinin sürdürülebilirlik kazanabilmesi için de fon bulmaları gerektiği değerlendirilmektedir. Kısa vadedeki getirilerinin hesaplanmasında zorluk olsa bile uzun vadede topluma fayda ve gelir anlamında getirileri olacağı bilinmektedir.

Dijital sosyal inovasyonların artırılması, daha çok ilgi uyandırması, toplumsal etki uyandırması adına ne tür teşvikleri verilebileceği konusunda, bu konuda çalışmaların olması için akademisyenlerin, kamu kuruluşlarının ve sivil toplum kuruluşları sayısının artması gerektiği, Avrupa Birliği'nin TÜBİTAK üzerinden destek ve teşvikler sağladığı, teşviklerden çok kitlesel fonlama platformlarının önemli olduğu, TÜBİTAK gibi kurumların küçük start-up'ları destekleyerek satış yapma (exit) fikrinin önüne geçebileceği belirtilmiştir.

Boelman'ın (2014) Dörtlü Sarmal'ında kamuyu merkeze aldığı modele benzer şekilde katılımcılar da kamu sektörünün yasal altyapı, fon sağlama ve fonların adaletli bir şekilde dağıtılması gibi başat rolleri olduğunu beyan etmektedirler. Kişilerin yapmış olduğu sosyal faaliyetlerle bir sosyal puan toplayabileceği ve bireylerin bir sosyal puanının olabileceği fikri, ortaya çıkan ilginç fikirlerden biri olmuştur. Ayrıca Ekim 2019'da görev ve sorumlulukları detaylandırılan T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi'nin kamunun dijital sosyal inovasyon uygulamalarını artıracığı düşünülmektedir. Yine özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının yapabilecekleri noktasında katılımcıların bir kısmı kitlesel fonlamanın kullanılabileceğini ifade etmektedir. Şirketlerin bir araya gelerek bir fon oluşturarak sosyal inovasyonlarda bulunan kişilere belli oranda indirimler sunması fikri özel sektörün bir araya gelerek (collaboration) yapabileceği inovasyonlardan birisi olarak görülmektedir. Ayrıca melek yatırımcılardan sosyal inovasyonlar için fon beklentisinin düşük olduğu görülmektedir. Buna rağmen start-up'lara kamu fonları ve kitlesel fonlama gibi araçlardan yeterli fonlar sağlandığında dijital sosyal inovasyonlar noktasında büyük işler çıkartabilecekleri güveninin olduğu görülmektedir.

Dijitalleşmenin difüzyon (büyük kitlelere yayılma) etkisine vurgu yapan akademisyenlerin, dijital sosyal inovasyon uygulamalarının çoğalması anlamında üniversiteler, araştırma merkezleri, tekno parklar, teknoloji transfer ofisleri gibi kuruluşlardan beklentileri olduğu görülmektedir.

Toplumsal refaha katkı açısından sosyal hizmetlerde ne tür sosyal inovasyonlara ihtiyaç duyulduğu sorulmuş ve sosyal hizmetlerin Türkiye'de görece yeni olduğu ve sosyal problemlere yenilikçi çözümler için multidisipliner bir yaklaşıma ihtiyaç olduğu, sosyal hizmetlerin dijital bir platform altında toplanması gerektiği, özel şirketlerin bir fon oluşturup sosyal inovasyonla ilgili çalışmalar yapanlara indirimler yapabileceği, çalışanlara ayda 1 gün sosyal bir projede çalışma hakkı verilebileceği, devletin her vatandaşı için elindeki verilerle bir sosyo-ekonomik puan çıkartabileceği belirtilmiştir. Habermas (1973: 30) belirttiği gibi doktor-hasta gibi bir ilişkinin makro boyutta sosyal sınıflar için

kurulmasının problem oluşturacağını belirtmiştir. Bu anlamda toplumdaki tüm bireyler için sosyo-ekonomik puan çıkartmak istendiğinde daha dikkatli olunması gerektiği, bu puanın kullanım alanlarının nereler olacağı, kimlerle paylaşılması gerektiği gibi olgular üzerinde tartışmalar yapılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Sosyal hizmetlerin Türkiye'deki geçmişinin 50 yıl, sosyal inovasyon kavramının da 30 yıl olduğu görülmektedir. Dijital sosyal inovasyon kavramı ise daha yeni bir kavram olmakla birlikte dünyada 10 yıldır konuşulmakta, Avrupa Birliği konuyu 2014 yılında gündeme almış ve 2016-2020 Horizon Strateji belgesinde ele almıştır. Türkiye'de görece yeni olması nedeniyle bu alanda yapılan akademik çalışmaya rastlanmamış olup ve dijital sosyal inovatif uygulamalarının da sayısının oldukça az olduğu bilinmektedir. Bu anlamda sosyal hizmetlerle ilgili kısa ve özet bilgilerin yer aldığı yenilikçi, bilgilendiren, yönlendiren bir dijital platforma ihtiyaç olduğu görülmüştür. Aile içi şiddet, çocukların şiddet görmesi ve suçlara sürüklenmesi, büyük ailelerin bir arada yaşaması olgusunun azalması, ailelerin daha yalnızlaşmış olması, yoksul ile zengin makasının daha da açılması ile yoksulluğun artması, ekonomik problemler, hayvan hakları, çevre kirliliği, göç olgusu nedeniyle birçok kişinin göç etmesi gibi çeşitli sosyal problemler bulunmaktadır. Bu problemlere derinlemesine çözüm sağlanamasa da bireylerin bu problemlerle karşılaştıklarında öncelikli ne yapmaları gerektiği konusunda ön bilgilendirme ve yönlendirme sağlanabileceği görülmektedir.

Dijital sosyal inovasyon örnekleri olarak; kitlesel fonlama uygulamalarının kendisinin bir örnek olduğu, Arkovani, Fongogo, Kralfon, Kickstarter, Kiva ve Gofund gibi oluşumların fon toplamada faydalı olduğu, İstanbul Büyükşehir Belediye'sinin pet şişeleri bir vending machine ile toplamasının iyi bir örnek olduğu, görme engelliler için renk ölçen sensörler, sesli kütüphane uygulamaları, simültane çeviri yapabilen yazılımlar, E-bursum uygulaması ile burs alanlar ile burs verenleri buluşturan platform, kuruluşları yuvarlayarak hayır kurumlarına bağış yapabileceğiniz Yuvarla uygulaması, Anadolu Üniversitesinin görme engellilere özel eğitim vermesi, Yeşilay'ın mobil uygulamasında sigara içilmemesi gereken yerde sigara içiliyorsa o yerin bildirilebilmesi, drone ile sosyal yardımların dağıtılması, afet vb. durumlarda dronecell ile mobil baz istasyonu gibi örnekler verilmiştir.

Sosyal inovasyonların difüzyonu yani büyük kitlelere ulaştırılmasında en büyük araçlardan birisi günümüzde "*Dijitalleşme*" 'dir. Dijitalleşme Robotik Otomasyonu, Yapay Zekâyı, Büyük Veri ve Siber Güvenlik gibi konuları kapsamaktadır. Sosyal hizmetler bağlamında dijitalleşme kavramına baktığımızda sosyal hizmet uygulamalarında dijitalleşmenin sağlanmasının günümüzde gerekliliği ortaya çıkmış ve ülkeler bunun için çalışmalar başlatmıştır. İngiltere ve Avrupa Birliği'ni kapsayan NESTA tarafında yapılan "Digital Europe" projesi kapsamında girişimcilerden sosyal problemlere çözüm olabilecek projeler üretmeleri ve bunun bir platform altında konsolide edilmesi sağlanmıştır. Benzer bir proje Türkiye'de Aralık 2019'da "Dijital Türkiye Fikir Maratonu" adı ile TÜRKSAT ve T.C. Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından düzenlenmiştir. Üniversitelerin lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin takım oluşturarak teknik ya da sosyal problemlere dijital, sürdürülebilir, uygulanabilir ve teknoloji odaklı çözümler bulmaya çalışması, fikir üretmesi beklenmiştir.

Türkiye’de bireylerin dijitalleşme ve dijital uygulama beklentisi konusunda bireylerin aslında dijital sosyal inovasyon uygulamaları yaptığı ancak bunun farkında olmadıkları, bu anlamda medya çalışmaları yapılması gerektiği, Türkiye’nin teknoloji kullanımında istatistiklerde önde olduğu, insanların yeniliklere açık olduğu ve dijitalleşmeye hızlı uyum sağladığı, özellikle bankacılık ve iletişim teknolojilerinde Türkiye’nin iyi bir konumda olduğu belirtilmiştir.

Teknolojiye hızlı adapte olabilen ve yenilikleri denemekten mutlu olan büyük ve genç bir nüfusa sahip olduğu, bu anlamda beklentilerin yüksek olduğu, rekabetin dijital anlamda da yüksek olduğu, Insider, Getir ve Yemek Sepeti gibi globalde başarılar sağlamış ve yatırımlar sağlamış dijital uygulamaların olmasının beklentiyi daha da artıracığı, daha başarılı uygulamaların çıkma potansiyelinin olduğu değerlendirilmektedir.

E-devlet platformunda hangi sosyal inovatif uygulamaların yer alabileceği konusunda, bir sosyal inovasyon butonu olması gerektiği, e-devlet platformunun ne hizmetler verdiğinin insanlara kamu spotları ile tanıtılması gerektiği, e-devletten duyurulan bir etkinliğe kolayca katılınabileceği, fon başvurularının e-devlet üzerinden kolayca alınabileceği, kime bu fonların verilebileceğinin analizinin yapılabileceği belirtilmiştir.

Türkiye’de uzun yıllardır hizmet veren ve birçok işlemin dijital olarak yapılabildiği “E-Devlet” kavramı “Dijital Türkiye” olarak güncellenmiştir. (Resmî Gazete, Ekim 2019:16) Platformun içeriğinde birçok kamu kuruluşunun hizmetleri sunulmaktadır. Devletin elinde büyük veriler bulunmaktadır. Bu verilerin birbiri ile korelasyonu ve farklı servislerin sentezi ile değerli verilerin üretilebileceği ve bu verilerin fon kullandırımında kullanılabileceği, e-devlet platformunun fona erişim konusunda, etkinliklerin duyurulması konusunda ciddi bir potansiyeli bulunduğu değerlendirilmektedir.

Sosyal hizmetlere yönelik dijital bir uygulamada ne gibi hizmet ve uygulamaların yer alabileceği konusunda, bu uygulamanın öncelikle doğru, kısa ve net bilgiler veren bir platform olması gerektiği, sosyal inovasyon farkındalığı oluşturabilmesi gerektiği, bu uygulama devlet kontrolünde olursa daha etkin işler yapabileceği, reklam tabanlı olmaması gerektiği, yapılan etkinlikler ve projelerin tanıtıldığı, sosyal bir problemle karşılaştığında bireylerin ne yapmaları gerektiğini hızlıca öğrenebilmesi gerektiği, sosyal hizmete ihtiyaç duyanlarla hizmet verenlerin buluşturulduğu bir platform olabileceği, sosyal ihtiyaçlara ve sosyal sorunlara göre gruplanması gerektiği, harita üzerinde ilgili kurum ve kuruluşları gösterebilen, web uygulamasından ziyade mobil uygulama olması gerektiği, engellilerin erişilebilirliğine uygun olması gerektiği, göçmenler için çoklu dil desteği sunan bir platform olması gerektiği belirtilmiştir.

Araştırma bulgularının değerlendirilmesi sonrası teorik tartışmalar yapılacak ve araştırma bulguları ile birlikte genel bir çerçevede değerlendirilmesi sağlanacaktır.

Sosyal Hizmetler, sosyal teoriler ve sosyoloji üzerinden teorileştirilmiş ve uygulama pratiklerinde ayrıca diğer beşerî bilimler, psikoloji ve tıp gibi bilimlerle de etkileşim içerisinde olmuştur. Klasik sosyal teorisyenlere baktığımızda Auguste Comte, Weber ve Durkheim sosyolojik çerçevesel teoriler kurmuş düşünürler olarak tarihte yerini almıştır.

Bu klasik sosyal teorisyenler günümüze perspektifler sunarken, 1960'lı yıllardan sonra diğer disiplinlerden farklı düşünce ve kavramlarla sosyal teoriler daha çok desteklenmeye başlanmıştır. (Turner, 2008:258)

Sosyal teori geleneksel olarak *Yapısal İşlevselci (Fonksiyonalist) Yaklaşım*, *Çatışmacı Yaklaşım* ve *Sembolik Etkileşimci Yaklaşım* şeklinde sınıflandırılmaktadır. (Jacobsen ve ark., 2004: 25). *Fonksiyonalist* yani *yapısal işlevselci teoriye* göre, “organizma” yani toplum parçalardan oluşur ve bu parçalar bir “sistem” oluştururlar. Yapısal işlevselci yaklaşımın kurucusu büyük boy teorisyenlerden Parsons (1951), süreçlerin, kategorilerin ve sosyolojik teori alanlarının işlevselci bir *Sistem Teorisi*⁸ içinde bir araya getirilebileceğini düşünüyordu. (Turner, 2008:259). Sistem kavramı Latin sözlüğündeki *systema* dan gelmektedir ve bir araya gelme, birleşme anlamını taşımaktadır. (Duyan, 2010: 133) Aralarında anlamlı ilişki ağları vardır ve birisindeki değişiklik diğerlerini de etkilemektedir. Yapısal işlevsel yaklaşımın yapısal kısmı biyolojik modelden gelmekte ve tipolojik kavramları kullanarak bir sistemin durağan özelliklerini tamamlamaktadır. (Whyte, 1961: 251).

Parsons'a (1951) göre sosyal davranış, sosyal sistemin en temel ögesidir. Sistemin içerisindeki aktör ve diğer aktörler arasındaki etkileşimleri ifade etmektedir. Parsons, ampirik detaylardan bağımsız sistemci özellikler üzerine düşünmüştür. (Sorokin, 1966). Sistem yaklaşımı günümüz inovasyon araştırmalarına da ışık tutmaktadır. Westall (2007) sistem içerisinde farklı aktörlerin birbirleriyle etkileşimlerinin gerçekleştiği belirtmektedir. Sosyal davranışların sosyal sistem içerisindeki etkileşimlerinin yönetilebilmesi için bu çalışmada ulusal sosyal inovasyon sisteminin önemine vurgu yapılmıştır. Sistemler yaşayabilmeleri için işlevleri özelleşmiş olan alt sistemlere ihtiyaç duymaktadır. (Habermas, 1974). Dijital sosyal inovasyonun ulusal bir sosyal inovasyon sistemi içerisinde yer bulabilmesi için sistemler arası iş birliği çalışmaya, sektörlerin kendi içlerinde küçük sistemler oluşturarak büyük sistemlerin katalizörleri olabileceği değerlendirilmektedir.

Benzer şekilde Ludwig von Bertalanffy'nin genel sistem kuramından, sosyal hizmetlerin sistem yaklaşımı alınmıştır. Sistem kuramı aslında biyolojik bir yaklaşım olmasına karşın 1970'li yıllarda Hearn, sistem kuramını sosyal hizmete uyarlamıştır. Psikodinamik kuram gibi neden sonuç ilişkisinden ziyade bireyi ve içinde bulunduğu durumu ve ilişkileri bir bütün olarak tanımlamaktadır. Birey ve çevre karmaşık bir ilişki içerisinde. Çevrenin birey üzerinde etkisi olabilir ve bireyler de toplumu oluşturarak çevre üzerinde etki alanı oluşturabilmektedirler. Sosyal hizmetlerde sistem yaklaşımı bir olgunun anlaşılması için sistemdeki tüm değişkenlerin hesaba katılması gerektiğini ileri sürer. Sistem yaklaşımında bütün, tüm parçaların toplamından farklıdır ve daha fazladır. (Duyan, 2011: 131) Sosyal hizmetlerdeki sistem yaklaşımı ve değişim ajanı sistemi bağlamında sosyal destek

⁸ Toplumlar farklı alt sistemlerden oluşan, birbiri ile karşılıklı ilişki içinde bağımsız ve kendine yeten sistemler olarak görülmektedir. Sistem çeşitli öğeler arasındaki yapısal ilişkileri göstermektedir. Parsons'a göre aynı eylemi gerçekleştirmek için birleşen birimlerin karşılıklı ilişkilerinin ortaya çıkardığı bir kümedir sistem ve genel anlamda toplumu temsil eder. Örneğin ekonomik sistem vasıflı işçiler için eğitim sistemine, okullar da gelecekteki öğrencileri için aileye bağımlıdır. Her sistemin ayakta kalması için temel ihtiyaçlarını karşılaması ve uzman alt sistemler geliştirmesi gerekir. Bu ihtiyaçlar adaptasyon, hedefe ulaşma, entegrasyon ve yapı devamlılığıdır. (Müftüler, H.G., 2019:102, Slattey, 2007: 376)

uygulaması oluşturulmuştur. Hem platform içerisindeki tüm paydaşlara hizmet edecek, hem geliştikçe ve geliştirdikçe tüm sektörler faydalı olacak, hem de sistemlerin büyümesini sağlayacaktır. Sosyolojik anlamda kamuda, özellikle sistem kurucu ve denetleyici rolü olan Çalışma, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın toplumsal değişim oluşturmaya yarar sağlayacaktır.

Tarde'yi alternatif bir sosyal teorinin öncüsü olarak tanıyan ve ona aktör-ağ teorisinin erken atası diyen Latour (2010:32) Tarde'nin bireylerin farklılıklarına rağmen *taklit teorisi* ile (imitation theory) benzer davranışlar göstererek nasıl bir sosyal düzen kurabildikleri konusunda çalışmalar yaptığını tartışmaktadır. Sembolik etkileşim kuramının kurucusu Blumer (1962) bireylerin ve grupların birbiriyle etkileşiminin ve konuşmalarının insani bir olgu olduğuna inanıyordu. Blumer'e göre, gruplar bireyler tarafından oluşturulur ve bir toplumu tanımlayanlar ise aralarındaki *eylemler*dir. Etkileşim yoluyla bireylerin "onaylayarak, düzenleyerek ve yeniden tanımlayarak ortak semboller üretebileceklerini" savundu. (Carter ve ark., 2015) Sosyal inovasyonların bir sosyal değişim biçimi oldukları fikri Taylor ile (1970:71) sosyal psikolojide yer almaya başlamıştır. Küçük bir grubun değişiminden çok sosyal sistemlerin değişimine vurgu yapılmaktadır. (Ginsberg'den akt. Kıray, 2000:44) Değişimin *yapısal işlevsellik* perspektifinden bir değer sistemi olarak kabul edilip edilmediği, Karl Marx'ın *çatışma teorisi* perspektifinden hiyerarşik bir değişim olup olmadığı ve sosyal ilişkilerdeki bir değişim olup olmadığı hem bir araştırma konusudur hem de teorik bir yaklaşımdır. (Jäger ve Weinzierl, 2007'den aktaran Howaldt ve ark., 2014). Sosyal inovasyonların sistemsel olarak sosyal dönüşümüne nasıl katkı sağladığı ileride daha detaylı tartışılacaktır.

Pierre Bourdieu'nun *Pratik Teorisi*⁹ yeni sorular ve cevaplarla sosyoloji alanını desteklemektedir. Bourdieu hayatı boyunca epistemolojik düşünceye yön vermiş, sosyolojiyi insanların eylemlerini kavramak için bir başlangıç noktası olarak görmüştür. (Jourdain, 2016:15) Bourdieu, sosyolojinin toplumsal hayatı sadece yapıya değil, bireysel eylemler ve öznelerarası anlamlara da odaklanarak ele alması gerektiğini tartışır. Bourdieu tek yanlı eyleyici yaklaşımını da reddeder, çünkü ona göre sosyolog bireysel eylemlerin toplumsal bağlamlarını açıklayabilmelidir (Seidman, 2004' dan aktaran Meder ve Çegin, 2011: 242). Bourdieu ayrıca ortaya attığı *rasyonel eylem teorisinde habitus* un yerine bilim insanlarını yerleştirir. Habitus'u dünyanın nasıl anlaşıldığı, değerlendirildiği ve ne yapılmasının makbul olduğuna ilişkin bir bilgi biçimi olarak ifade etmektedir. Habitus toplumsal yapılar ve sınıflarla ilgilidir. *Eylemi* de açıkça ortaya konmuş hedeflere bilinçli şekilde ulaşma çabası olarak tanımlanmaktadır. (Turner, 2008: 259) Bazı teorisyenler,

⁹ Bourdieu, eyleyicinin pratiğinin yeni bir kavrayışının zorunlu olduğunu savunur. Bu yeni kavrayışın başarılması için göz önüne alınması gereken şey, eyleyici ve entelektüel gözlemcinin eylem kavramına olan farklı ilgileridir: ilki "pratik" bir ilgiye, ikincisi "teorik" bir ilgiye sahiptir. Bourdieu, eyleyicinin öznel bakışına bel bağlamaksızın teorik ilişkinin sınırlarını kavramak suretiyle, gerçek bir toplumsal failer ve toplumsal yapılar anlayışı savunur: "Pratiklerin Bilimi". Nesneyle teorik ilişkinin analizi, geleneksel olarak sosyal bilimlerde iki karşıt epistemolojiden birinin üstesinden gelmektir: öznenin deneyim dünyasını anlamaya çalışan öznelci (fenomenolojik) bakış; ekonomik veya linguistik gibi pratiği biçimlendiren ve eyleyiciler arasındaki nesnel ilişkileri tesis eden nesnelci bakış. Bourdieu nesnelci adımdan epistemolojik kopuşun gerekliliğini üç temel nesnel bilgi formu dolayımında tartışır: pozitivism, yapısalcılık ve entelektüalizm. (Meder M. ve Cegin G., 2011)

sembolik etkileşimci çerçeveyi çok geniş ve genel bulmaktadır. Bunlardan birisi olan Bourdieu de, *sembolik etkileşimcilik*, *fenomenoloji* gibi öznelci yaklaşımları eleştirir. Çünkü Bourdieu için sosyal hayat, etkileşimden daha fazlasını içerir ve öznelci yaklaşımların önemli bir kavramı olan *etkileşim* terimi, sembolik etkileşimcilikteki *durum tanımlarından* veya etnometodolojideki *açıklayıcı pratiklerden* daha fazlasına sahiptir. Sembolik etkileşimcilikteki *aktör* ve etnometodolojideki *üye*, aksiyonerlerin özel gruplar ve sınıflar içinde sorumlulukları olduğunu kavrayamamış soyutlamalardır. (Turner, 1991: 513)

Pratik teorisi sosyal bir varlık olarak sosyal inovasyonu tarif etmemizi sağlıyor. Pratik teorisi, anlamlar, kaynaklar veya yetkinlikler gibi genel terimlerle farklı türleri tanımlar. Pratik teorisi, aktör-ağ teorisi, Tarde'nin taklit teorisi birbirine bağlıdır ve birleştirilebilir. Latour'un (2007) ana varsayımı, insanların yanı sıra insan olmayanların da bir aktör ağı oluşturarak aktör haline gelmesidir. "İnsan olmayan" terimi öncelikle yeniliklere ve teknolojilere atıfta bulunur. Bu varsayım, ilişki kurmanın bir aktör olmak için birincil olduğunu ima eder. Bir aktör ağı oluşturma sürecinde, yeni aktörler *aktör ağını* değiştirir, ancak aynı zamanda aktör ağı tarafından da değiştirilecektir. (Howaldt ve ark., 2014:20).

Bugün kullandığımız anlamda inovasyonu ilk kullanan Schumpeter (1912) *teknolojik inovasyon* kavramına değinmiş ve teknolojik inovasyonun etkili olabilmesi için toplumsal yapıları değiştirebilmesi gerektiğini ifade etmiştir. (Schumpeter, 1947: 151). Schumpeter'in *ekonomik kalkınma teorisindeki* inovasyon tanımı, inovasyon araştırmasının başlangıç noktasıdır. Schumpeter, farklı şeyler yapmanın mutlaka bir buluş olması gerektirmediğini vurgular. Schumpeter'e göre mucit, genellikle buluşu kâr haline getiren bir kişi olan girişimciden farklıdır. Sosyal süreçler olarak, buluş ve inovasyon aynı şeyler değildir. (Howaldt ve ark., 2014). İnovasyon kavramı üzerinde çalışan ve inovasyonun sosyal bir süreç olduğunu ifade eden Rogers, sosyal yapılanmanın başarılı bir sonucu olarak inovasyonun ortaya çıkacağı fikrini ortaya koymuş ve inovasyonun yayılmasındaki 4 ana elementin; yeni bir inovasyon, belli kanallar aracılığıyla yapılan iletişim, üzerinde harcanan mesai ve bir sosyal sistemin üyelerinden oluştuğunu belirtmiştir. (Rogers, 1995: 35). Peter Drucker'da (2002) inovasyonun teknikten çok sosyal ve ekonomik bir kavram olduğunu ve inovasyonun bilgi, zekâ ve her şeyden önce odaklanmayı gerektirdiğini, girişimcilerin farklı bir iş ya da hizmeti ortaya çıkarmak için inovasyona ihtiyacı olduğunu ve inovasyonun bir disiplin ve uygulama yeteneği olduğunu söyler.

İnovasyon teorilerinden *piramidin tabanı teorisi* (*Bottom of the pyramid*) günde 2.5 Amerikan dolarından daha az geliri olan yaklaşık 4 milyar insana teknolojinin de desteğini alarak yenilikçi iş modelleri ile hizmet etmeyi amaçlamaktadır. (Howaldt ve ark., 2014:43). Prahalad (2004) yoksullara bireysel olarak hitap etmenin küçük küçük de olsa hem onları kalkındıracağını hem de aslında büyük bir pazar olduğu vurgusunu yapmaktadır. Yoksulları tüketirerek bazı ürün ve hizmetlere ucuz yolla sahip olmalarının mı yoksa üretirerek onları yoksulluk sınırından çıkarmanın mı daha sürdürülebilir ve etkili bir kalkınma sağlayacağı tartışılmaktadır. Karnani (2006:2) ise, özel sektörün bu pazarı üretici olarak görerek, onlara bir şey satmaktansa onlardan bir şey almanın yoksulluğun azaltılmasında daha büyük rolü olduğunu savunmaktadır. Bu anlamda Muhammed Yunus'un mikro finansı iyi bir örnek

olarak gösterilebilir. Dezavantajlı bireylerin, evlerinde üretebilecek konumda olan kişilerin el işleri, dikiş-nakış işleri, paketleme (fason üretim) gibi eğitim gerektirmeden güçlendirilebilecekleri, daha sonrasında kendi üretimlerini yapabilmeleri için desteklenebileceği bir üretici-üreten etkileşiminin geliştirilecek sosyal destek uygulamasında sağlanabileceği değerlendirilmektedir.

Zapf (1989:177) sosyal inovasyonların “hedeflere ulaşmanın yeni yolları, yeni örgütlenme biçimleri, yeni düzenlemeler, yeni yaşam biçimleri, sosyal dönüşümün yönünü değiştiren, sorunları önceki uygulamalardan daha iyi çözen bir kavram olduğu ve bu nedenle *taklit etmeye* ve *kurumsallaştırmaya* değer olduğuna inanmaktadır. (Howaldt ve Schwarz (2016:14). Sosyal inovasyon kavramı sosyal değişime yol açan anormallikler ve sosyal buluşlar üzerine düşünen Max Weber’e kadar dayandırılabilir. (Helmut ve ark. 2019:14). Mulgan’a göre (2012) sosyal inovasyon alanında uygulama, teori veya araştırmadan çok önce ilerlemiştir ve teorinin pratiğe yetiştirilmesi gerektiğini tartışmaktadır. Teorilerin bilinmeyenleri açığa çıkartarak uygulamaya rehberlik etmesi gerektiğini savunur. Diğer fiziki bilimlere aksine sosyal alanda teori ve uygulama arasındaki bağlantı nettir, sosyal teorilerin amaçlarından ve kullanımlarından ayrılamaz. (Mulgan, 2012: 20). Moore’a (1960: 813) göre sosyal inovasyonlar bireylerin sorunlarının çözümü için gösterilen çabalar. Moore (1960:815) ayrıca sosyal inovasyonların modern toplumları şekillendiren, onları sosyal değişimlere uğratan dinamikler olduğunu, geleneksel fonksiyonel yaklaşımı eleştirerek, sosyal değişimin daha çok dikkate değer bir kavram olduğunu ifade etmektedir.

Giddens’in *Yapılaşma Teorisi*¹⁰ üzerinden tartışan Heiskala (2007:59) sosyal inovasyonu toplumun sosyal ve ekonomik performansını geliştiren, ortak güç kaynaklarını zenginleştiren o toplumun normatif, düzenleyici ve kültürel yapısındaki değişiklikler olarak belirtmiştir. Fiziksel ihtiyaçların giderilebilmesi, toplumun fiziksel çevresi ile gerekli düzenlemeleri ve çalışmaları yapmasını gerektirmektedir. (Parsons, 1967). Toplumu ve içindeki bireyleri geliştirmede yenilikçi çalışmaların yapılmasının sosyal refah noktasındaki atılımların sağlanmasında önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Schumpeter’in (1947) *sosyal girişimcilik teorisinde* bahsettiği sosyal girişimcilik kavramı sosyal inovasyon yerine kullanılabilir. Ancak bu kavramlar farklı kavramlardır. Her sosyal girişimci sosyal inovasyon yapamayacağı gibi her sosyal inovasyon yapan da sosyal girişimci olmayabilir. Sosyal girişimciler, Dees (1998)’in nitelendirdiği haliyle sosyal değişim ajanı olarak görülmektedirler. Sosyal girişimcinin rolü birlikte sosyal fayda için çalıştığı kişilerin ve tüzel kişiliğin faaliyetlerini kontrol etmektir. (Hughes 1936:183).

Sosyal değişimin, sosyal ilişkilerin yerleşik örüntülerindeki bir değişiklikten veya toplumsal değerlerdeki değişiklikten veya toplumda işleyen yapı ve alt sistemlerdeki değişiklikten bahseden sosyolojik bir kavram olduğu belirtilmiştir. (Ogburn, 1922 ve

¹⁰ Yapılaşma teorisi (*theory of structuration*), toplumsal ilişkilerin zaman ve uzam içinde yapılanmasını ifade etmektedir. Giddens, modern toplumsal teori, merkezî sorunlarının eylem ve yapı arasında kurulmuş olan bir karşıtlıktan türediğini savunmakta ve buna yapılaşma kavramıyla bir çözüm önermektedir. Bu yaklaşım günümüzde pek çok sosyolog ve siyasetbilimci arasında yaygın bir ilgiyle karşılanmış ve tartışılmıştır. (Giddens, 1999).

Moore, 1960). *Değişim teorisi* sadece bir programın bir bütün olarak etkili olup olmadığı hakkında bilgi üretmeye değil, aynı zamanda kullandığı yöntemlerin nasıl etkili olduğunu ve değişimin gerçekte nasıl elde edildiğini anlamaya da odaklanır. (Howaldt ve ark., 2014:50). Moore, sosyolojik teorilere kavramsal açıklık getirmek için sosyal inovasyonu kullanır ve geleneksel yapısal-fonksiyonel analizi eleştirirken nihayetinde sosyal değişimi hedeflemektedir. Sosyal değişim modern toplumlara özgü artan gerilimlerin bir sonucu olarak kabul edilir ve sosyal yenilikler bu gerilimleri azaltmanın birçok yolundan biri olarak kabul edilir. (Beck ve ark., 1994). Coser'e göre (1964: 211) Durkheim, sosyal inovasyon ve sosyal değişimin önemini tam olarak takdir edemedi, çünkü sosyal düzen ve denge ile meşguldü. Sosyal inovasyonun toplumu şekillendiren, toplumsal değişimi sağlayan bir mekanizma olduğu, bu anlamda iyi niyetle başlayan sosyal inovasyonların toplumu da olumlu anlamda değişimlerle destekleyeceği değerlendirilmektedir.

Sosyal etki teorisi Latane (1981:345) tarafından ortaya atılmıştır. Üç farklı değişkenin fonksiyonu belirlediğini ifade eder. Değişkenlerden birisinin değişiminin sosyal etkiyi de değiştireceğini, bir tanesinin sıfır olmasının, tüm etkiyi yok edeceğini belirtmektedir. Bu değişkenler; güç (strength), yakınlık (immediacy) ve sosyal kuvvetler (social forces) dir. Sosyal değişim aracı olarak sosyal inovasyonların toplum üzerinde olumlu yönde sosyal etki bırakması beklenmektedir. (Krlev, 2018). Sosyal bilimler, ticari veya teknolojik inovasyonun teorik söyleminden ziyade sosyal inovasyona değer temelli bir yaklaşım için daha fazla fırsat sunmaktadır. (Anderson ve ark., 2014: 24) Bu anlamda sosyal fayda, sosyal etki ve sosyal değişim için inovasyonların teknolojik olmasından öte insana ve topluma artı değerler katmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Sosyal inovasyonlar, bireyleri güçlendirmeye çalıştıkları için ticari hizmet yeniliklerinden farklıdır. Ticari hizmetlerin tüketiminin fiyatlara, gelirlere ve tercihlere dayalı olduğu gibi, sosyal inovasyonların kullanımı daha çok ihtiyaçlara dayanmaktadır. (Hodgson, 2008: 246). Sosyal inovasyonların niyeti ve kime faydası olacağı önemlidir. Dezavantajlı birey ve grupların faydasına olan inovasyon, sosyal etki uyandıran ve değişim sağlayan sosyal inovasyon olabilecektir.

Eleştirel teori Frankfurt Okulu'nda ilk olarak Theodor Adorno ve Max Horkheimer'in çalışmaları ile ele alınmış ve iletişim eşitliği alanındaki çalışmaları ile de bilinen Jürgen Habermas'ın çalışmaları ile ikinci aşamasında daha da tanınır hale gelmiştir. (Tyson, 2006) Habermas'a göre (1971) yorumlama gücü (hermeneutic) değerli olduğu kadar, eleştiren ve yorumlayan kişinin rolü de oldukça önemlidir. Eleştirel teori, daha da önemlisi eleştirel sosyal teoriler, sosyal inovasyonun toplum üzerindeki etkileri ve toplum için ne ölçüde iyi kabul edilebilecekleri açısından açık uçlu olduğunu iddia edenlere karşı tezat oluşturmaktadır. Eleştirel teori, geleneksel teorinin aksine anlamaya veya açıklamaya, bir bütün olarak eleştirmeye ve sosyal değişimi sağlamaya yöneliktir. Toplumun, adaletsizlik ve eşitsizlik, hakimiyet ve bağımlılığın olmadığı bir toplum olarak ortak iyiliğe dönüşmesini önermektedir. (Anderson ve ark., 2014: 14). Horkheimer ve Adorno'ya göre (1969) eleştirel teori üç kriteri karşılamalıdır; ilk olarak mevcut sosyal gerçeklikte neyin yanlış olduğunu açıklamalı, sonrasında yanlışlığı değiştirmek için aktörleri tanımlamalı ve hem eleştiri için açık normlar hem de sosyal dönüşüm için uygulanabilir hedefler ortaya koymalıdır. Bu araştırmada sektörlerin üzerinde neler düşeceği araştırılmış eleştirel teorideki yanlış

değiştirmek için tanımlanması gerek aktörler ve sorumlulukları araştırılmıştır. Bu anlamda kamuya, ilgili bakanlıklara büyük rol ve sorumlulukların düştüğü değerlendirilmektedir.

Sosyal hizmetlerde kuramsal anlayışlara bakıldığında ekoloji yaklaşımı, sistem yaklaşımı ve gelişimsel yaklaşım *açıklayıcı anlayış* olarak, yapısal kuram, güçlendirme kuramı ve davranışçı kuram ise *müdahaleci anlayış* şeklinde belirtilmektedir. (Landon ve Feit, 1999: 20) Bazıları teorik boyutta bilgi üretirken bazıları ise meslek veya eylem boyutunda bilgiler üretmektedir. Sosyal Hizmeti kendine özgü yapan boyutu sosyal değişim için çevreyi hedef almasıdır. Sosyal değişim ile gelişmeyi hedefler. Çevresi içinde bireyi güçlendirmeyi hedefler. (Duyan, 2010: 11) Sosyal değişim ve sosyal etki oluşturma noktasında sosyal hizmetin elinde meslek boyutu da göz önüne alındığında birçok araç bulunmaktadır. Sosyal hizmetlerin sunumunda ve difüzyonunda dijitalleşmenin faydasının büyük olduğu, az maliyetlerle çok kişiye ulaşılarak toplumsal etki uyandırılacağı ve büyük değişimler sağlanabileceği değerlendirilmektedir.

Sosyal hizmet uygulamaları bağlamında ilk zamanlar psikanalitik kuram ve Freud'un medikal modeli kullanılıyordu. 1960'lı yıllarda bu yaklaşım sorgulanmaya başlamış ve çevresel faktörlerin de önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal hizmetlerde *ekolojik yaklaşım*, geleneksel sistem yaklaşıma bazı alanlarda destek verebilmesi amaçlı ortaya çıkmıştır. Sosyal hizmetler, çevresi içinde bireyi temel alarak, onu özneleştirerek birey ve çevresindeki sistemler arasındaki karşılıklı etkileşime odaklanmaktadır. Ekolojik yaklaşım, sorun çözme odaklı bilinen geneli yaklaşım modeli ve uygulamalarına bilgi sunmaktadır ve uygulama anlamında bütünlük içermektedir. Ekolojik yaklaşım, hem içsel hem de çevresel faktörlere vurgu yapmaktadır. Ekolojik yaklaşım kural koyuculara çok yönlü bir bakış açısı sunmaktadır. (Duyan, 2010: 169 ve 174) Hükümetlerin ulusal sosyal inovasyon sistemi ile hem bireyi hem de çevresini birlikte destekleyebilecek güce ve etkiye sahip olduğu araştırmada katılımcılar tarafından iletilmiştir. Bu sistem hem bireyi hem de bireyin çevresindeki aileyi, eğitim sistemini, istihdam sistemini ve inanç sistemini etkileyecek ve olumlu sosyal değişim noktasında başat rol oynayabilecektir. Ulusal inovasyon sistemi içerisindeki faktörler yaptıkları çalışmalarda sosyal refah düzeyini sürdürülebilir olarak artıracaktır.

Sosyal hizmetlerde *güçlendirme yaklaşımı* oldukça önemli bir yaklaşımdır. Dahilindeki tüm birey, grup ve sistemler insan odaklıdır ve insanın gelişimine, şartlarının iyileşmesine odaklıdır. (Zoe ve Baden, 1997) Sosyal hizmet uzmanları da danışanlarını güçlendirecek profesyoneller olarak görülmektedir. Bu yaklaşım 1960'lı yıllarda psikoloji, eğitim ve sosyal hizmet gibi bilim dallarında ortaya çıkmıştır. Güçlendirme süreci, önce bireyden başlayarak kişilerarası ve sonrasında toplumsal düzeye evrilen bir harekettir. (Duyan, 2010: 200) Araştırmada katılımcılar dijital bir sosyal destek uygulaması ile kişilerin hem kendilerini güçlendirmeye yardımcı olabilecek bilgilere erişebileceği, yine bireylerin çevresinde sosyal hizmete ihtiyaç duyanları nasıl güçlendirebileceği ile ilgili bilgiler alabileceğini belirtmişlerdir. Müdahaleci anlayıştaki güçlendirme kuramına atıf yapılarak, bireylerin hem kendilerini, hem çevresindeki kişileri destekleyebileceği bir dijital platformda hangi fonksiyonların yer alabileceği araştırılmıştır. Farkındalık sağlayarak ve bilinçlendirerek bu

uygulamanın bireyi, grupları ve makro anlamda toplumu güçlendirici rolünün olacağı değerlendirilmektedir.

Problem bazlı sosyal hizmet ihtiyacı olanlar bu ihtiyacı nereden ve nasıl karşılayacağını bilememektedir. Sosyal hizmetler ve sosyal inovasyon farkındalığının daha çok artırılması için *İnovasyonun Yayılma Teorisi*¹¹ (*Innovation Diffusion Theory*) bağlamında sosyal hizmetlerle ilgili çalışmaların, inovatif proje ve ürünlerin büyük kitlelere ulaştırılması önemlidir. Özellikle günümüz sosyal, politik ve ekonomik kriz zamanlarında, sosyal inovasyon birçok umut uyandırmış, akademik ve politik tartışmaların daha çok yapılmasını sağlamıştır. (Jenson ve Harrisson, 2013: 7). Burada dijitalleşmenin de rolünün de önemli olduğu, hizmetlerin ve yeniliklerin difüzyonu için de sosyal hizmetlerde dijitalleşme konusunun daha çok tartışılması gerekmektedir. Godin (2017: 24), inovasyon çalışmaları perspektifinden benzer bir argüman yaparak, inovasyonun yayılmasının başlı başına yaratıcı bir süreç olduğunu belirtmektedir. Araştırmada katılımcıların büyük çoğunluğu, dezavantajlı birey/gruplar için iyi niyetle yola çıkılmış sosyal inovasyonların dijital teknolojilerle, daha az maliyetle daha çok kişiye ulaştırılabileceğini belirtmişlerdir.

Sosyal hizmetlerde çözümlerin kişiye, probleme ve olguya özel olabilmesi için dijital sosyal inovasyonun önemi büyüktür. Büyük veri kullanımı ve dijital araçlarla daha küçük gruplara ve bireylere indirgenebilir. Klasik çözümlerin yetersiz kaldığı durumlarda olguya özel terzi modeli (tailored) ile çözümler önemlidir. Bu anlamda mevcut çözümlere odaklanma yerine dijital teknoloji ve araçlarla “*Asıl İhtiyaca Odaklanma Yaklaşımı*”¹² ile daha basit, probleme özel, daha az maliyetli çözümler geliştirilebilecektir. Araştırmada her sektörün kendi yapabileceklerine, güçlü yanlarının desteklenmesi gerektiği vurgusu yapılmıştır. Kamu finansal destekleyici, sistem kurucu ve denetleyici rolü ile ekosistemde yerini alırken, özel sektör ve üçüncü sektörün de kendi güçlü yanlarına odaklanması gerektiği belirtilmiştir. Bu anlamda asıl ihtiyaçlar daha net tespit edilecek ve nokta atışı çözümlerin ilgili sektörler tarafından sağlanabileceği değerlendirilmektedir.

Bria (2012) gelecekte internetin iki farklı modelini tartışıyor: merkezi bir modele karşı *açık model* ve *klasik merkezi bir model*. Merkezi olmayan model, interneti, dijital sosyal inovasyonu teşvik eden, girişimcileri destekleyen ve insanlara güç vererek güçlendirme yaklaşımı ile güçlendirmeyi artıran bir ekosistem olarak ifade edilir. Bu model, sosyal yoksunluklarla etkili ve etkin bir şekilde mücadele edebilen ve sosyal ihtiyaçlara cevap verebilecek dijital yenilikleri, uygulamaları ve ağları vurgulamaktadır. Merkeziyetçi model ise, bilgi merkezlerinin birkaç kişi tarafından kontrol edildiği ve bilginin sosyal ihtiyaçları karşılamayan ağlar aracılığıyla kanalize edildiği tekeli ve merkezi bir modeli ifade eder (Fransman, 2014). Araştırmada açık platformların, açık ağların ve açık hizmetlerle merkezi olmayan dağıtık bir model ile dijital sosyal inovatif uygulamalar geliştirilebileceği ve yeniliklerin hızlıca yayılması (difüzyonu) için de açık inovasyonlara daha çok ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Bu anlamda geliştirilecek sosyal destek uygulamasında kişilerin

¹¹ Bu çalışmanın 1.1.1.3. İnovasyon Çeşitleri bölümünde teoriler kısmında bahsedilmiştir.

¹² Bu çalışmanın 1.1.3. Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı bölümü sayfa 25’de teori detayından bahsedilmiştir.

birbirini güçlendirebileceği, fikirlerle ve ücretsiz faydalarla destek olabileceği fonksiyonların yer almasının önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Dijital Dönüşüm Ofisi, bakanlıklar, belediyeler, üniversiteler, araştırma merkezleri, özel sektör kuruluşları ve yenilikçi fikirleri olan bireylerin sosyal inovasyon anlamında ortak paydada buluşabileceği, fikir jimnastiği yapabileceği, start-upların tohum desteği alabileceği, şirketlerin büyüyebilmesi için fon alabileceği bir çatı platformun oluşması önemlidir. Sosyal inovasyon ekosistemine kamunun denetim ve finansal destekleme rolleri ile liderlik etmesi ve koordinasyon sağlaması önem arz etmektedir. Bu ekosistemin paylaşım ekonomisini, kitlesel fonlama araçlarını, katılımcı bütçe modellerini ve sinerjiyi temel alan “*Kollektif zekâ*” (*collective intelligence*) teorisi¹³ ile ilişkilendirilmesi sosyal hizmetlerdeki “*Multidisipliner Yaklaşım*” ile benzer yaklaşımdır.

Dezavantajlı bireyler, gruplar ve bunların yakınlarının faydalanabileceği bir destek platformunun geliştirilmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir. İçerik konusunda danışmanlık alınabilir. Mobil uygulama penetrasyonunun tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de arttığı aşikârdır. Native uygulama geliştirme web sitesi geliştirmesine göre daha az maliyetli olduğu bilinmektedir. Katılımcılar platformun mobil uygulama tabanlı olması gerektiğini ifade etmişlerdir ancak ilk başta maliyet açısından web tabanlı bir platform olarak başlayıp daha sonra mobil uygulama geliştirmelerinin yapılmasının daha efektif olacağı değerlendirilmektedir. Uygulamanın bağış toplama ve dağıtma gibi rollerinden çok, kısa ve özet bilgi verme uygulaması olabileceği, (daha sonrasında vakıf/dernek statüsü alınıp bağış toplama izni alınırsa bağış da toplanabilir), en yakın sosyal hizmet merkezine ulaştırabilme, sosyal ürünlere ve sosyal etkinliklere erişmek isteyenlerin bilgilendirilerek yönlendirmeler yapılabilmesi, sosyal hizmetlerde eleman ihtiyacı olanların iş ilanı verebileceği ve bu sektörde çalışmak isteyenlerin başvuru yapabileceği bir web sitesinin geliştirilebileceği değerlendirilmektedir. Sosyal destek uygulaması önerisi bölümünde bu uygulamanın neler içerebileceği detayları ile anlatılmıştır.

¹³ Bu çalışmanın 1.1.3. Dijital Sosyal İnovasyon Kavramı bölümü sayfa 31’de teori detayından bahsedilmiştir.

SONUÇ

Mevcut kemikleşmiş ve uzun zamandır devam eden problemlerin çözümü için kapsayıcı çözümlerin geliştirilemediği için onlarca yıldır devam eden açlık, susuzluk, çevre kirliliği, göçe zorlanma, şiddet gibi olgular halâ devam etmektedir. Bu problemlerin çözümü için de daha farklı bakış açılarına ihtiyaç duyulduğu, çözümlerin sadece bir kişi, kurum ya da sektörü ilgilendirmedeği ve işbirlikçi şekilde yenilikçi düşünmeye daha çok ihtiyaç olduğu aşikârdır. Yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni süreçler, yeni değerler, yeni organizasyonlar, yeni politikalar ve yeni sistemler geliştirme için yeni bakış açıları herkes için elzemdir. Her kurum ve kuruluşun, her sektörün farkındalık oluşturma çalışmaları ile başlayan, herkesin kendi yapabilirliği ölçüsünde üzerine düşen sorumlulukları bulunmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde kavramsal analiz çalışması yer almıştır. İnovasyon'un tanımları yapılmış, tarihsel gelişimi anlatılmış, inovasyon süreçleri ve inovasyon çeşitleri anlatılmıştır. İnovasyon kavramının detaylı incelenmesi sonrası sosyal inovasyon tanımları sıralanmış, sosyal inovasyonun düzeyleri, boyutları ve süreçleri detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Bu kavramlardan sonra dijital inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramları açıklanmıştır. Dijitalleşmenin önemi, dijitalleşmenin araçları ve fonksiyonları anlatılmıştır. Dijital sosyal inovasyonun ilkeleri ve ölçülmesi başlıklarında hangi ilkelerin gözetilmesi gerektiği ve hangi araçlarla ölçülebileceği konuları yer almıştır. İnovasyon kavramı genellikle teknolojik araçlarla birlikte kullanılmaktadır. Yeniliklerin insana yani topluma dokunmadığı zaman yalın kalacağı için sosyal inovasyon kavramı ile ablam kazandığı tartışılmıştır. Endüstri 4.0 kavramı ve dijital çağın gelmesiyle sosyal inovasyonların da dijitalleşme ile arttığı gözlenmiştir. Bu anlamda çalışmanın dijital sosyal inovasyon bağlamında literatüre katkı sağlayacak olması önemlidir.

Çalışmanın ikinci bölümünde Dünyadan ve Türkiye'den sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon örnekleri detaylı bir şekilde verilmiştir. Ayrıca sosyal hizmetlerle dijital sosyal inovasyon kavramları birlikte incelenmiştir. Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesinde hangi araçların kullanılabileceği, sosyal hizmetlerin sunumunda kullanılabilecek dijital kanallar, sosyal hizmet uzmanlarının hangi temel dijital becelere sahip olması gerektiği ve sosyal hizmetlerde teknoloji kullanımının standartları başlığında sosyal hizmetlerdeki dijitalleşme süreçleri detaylıca anlatılmıştır. Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon örnekleri kavramların daha met anlaşılması ve nasıl etki bıraktıklarının gözlenmesi açısından önemli çıktılar sunmaktadır. Dijital sosyal inovatörler için sistem değiştirmek için ilham verebilecek örnekler bulunmaktadır. Bu örnekler bütüncül bir şekilde incelendiğinde biraz farklı düşünerek zaten elimizde mevcut olan araçlarla büyük etkiler oluşturabilecek sosyal inovasyonlar gerçekleştirilebilecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemi anlatılmış, araştırmanın verilerinin nasıl sağlandığı, araştırma grubunun nasıl belirlendiği, veri toplama süreci ve veri analizinin nasıl yapıldığı açıklanmıştır. Araştırmanın geçerliği, varsayımları ve sınırları anlatılmış ve literatürde hangi çalışmalara bakıldığı bilgileri araştırmanın yöntemi başlığı altında belirtilmiştir. Sonrasında üç alt bölüm halinde araştırma bulguları açıklanmıştır. Sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon farkındalığı ile ilgili bölümde sosyal inovasyon kavramı ile ilgili bilinenler, ona neden ihtiyaç olduğu, dijital sosyal inovasyon ile ilgili

bilinenler, ona neden ihtiyaç duyulduğu sorularına katılımcıların verdiği cevaplar sıralanmıştır. Ayrıca katılımcılardan Dünyadan ve Türkiye’den verebilecekleri sosyal inovasyon örnekleri sorulmuş ve cevapları sıralanmıştır. Katılımcılara hangi sektörlere ne gibi rol ve sorumluluklar düşeceği ile ilgili sorular sorulmuş ve cevaplar alınmıştır. Ulusal sosyal inovasyon sisteminde hangi paydaşların yer alabileceği, hükümetin sosyal inovasyon stratejilerinin neler olabileceği, içinde görev aldıkları organizasyonun sosyal inovasyon çalışmalarının olup olmadığı, sosyal inovasyon uygulamalarının finansmanı için kimlere hangi sorumluluklar düştüğü, dijital sosyal inovasyon uygulamalarının ekonomiye yansması ve sosyal hizmetlerde sosyal inovasyona duyulan ihtiya a ilişkin sorular y neltilmış ve katılımcıların cevapları belirtilmiştir. Sosyal hizmetler dijital platform içeriği ile ilgili katılımcılara sorular y neltilmış ve cevaplar alınmıştır. Dijital sosyal inovasyon örnekleri istenmiş, Türkiye’de bireylerin dijitalleşme ve dijital uygulama beklentisi, E-devlet platformunda hangi sosyal inovasyon uygulamalarının yer alabileceği, sosyal hizmetlere yönelik bir dijital uygulama yapılırsa bu uygulamada hangi ürün ve hizmetlerin yer almasının bekleneceği sorulmuş ve katılımcıların cevapları sıralanmıştır.

Avrupa Birliği, Amerika ve bazı gelişmiş ülkeler ortaya çıkan sosyal problemlerin çözümü amaçlı ekonomik, organizasyonel, kültürel ve toplumsal yeni fikir, süreç, ürün ve hizmet geliştirmeleri gerektiğini anlamış ve 2010 yılı itibarı ile sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon araştırma fonları oluşturarak bu anlamda çalışma yapan projeleri fonlamışlardır. Sosyal inovasyon kavramını daha iyi araştırmak, her ülkeye özel tarzda kesimi ne tür çözüm mekanizmaları geliştirebilecekleri noktasında programları fonlamaktadırlar. Çalışmada anlatılan Nesta, Tepsie, Capss, Simfact ve DSI4EU gibi projeler buna örnek olarak gösterilebilir.¹⁴

Türkiye’de dijital sosyal inovasyon alanında yazınların ve araştırmaların yok denecek kadar az olması çalışmanın ana motivasyon noktasını oluşturmuştur. Türkiye’de sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon alanı diğer gelişmiş ülkelere görece daha yavaş geliştiği görülmektedir. Kavramların bilinirliğinin az olması, sosyal inovasyonlara yapılacak mali ve yasal mevzuatın oluşturulamamış olması, şirketlerin bu alana yeterince ilgi göstermemesi, sektörler arası iş birliklerinin zayıf olması ve bu iş birliğini geliştirecek ekosistemin olmaması gibi nedenlerden bu alanın daha yavaş geliştiği sonucu çıkmıştır.

Sosyal hizmetler, sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon alanlarının görece yeni alanlar olması ve kavramlarla derinlemesine bilgi verebilecek uzman kişilere ulaşmada zorluk yaşansa da araştırma sonucunda anlamlı veriler ortaya çıkmıştır. Sosyal hizmetlere ulaşmada kolaylık sağlayacak, sosyal hizmetle ilişik tüm paydaşların faydalanabileceği dijital bir platform sosyal problemlerin çözümüne değerli katkılar sağlayacaktır. Sosyal hizmetlerin hangi alanlarda faaliyet gösterdiği, sosyal hizmetlere ihtiyaç duyulduğunda ne yapılması gerektiği, nerelere başvurulması gerektiği ve bu lokasyonlara nasıl ulaşılabileceği ile ilgili problem bazlı ve bütüncül dijital bir bilgi platformunun gerekliliği sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal hizmet uygulamaları ve çözümleri ile pratik bilgiler içeren inovatif ve dijital bir platform geliştirilip buradaki bilgiler ne kadar çok kişiye ulaştırılabilirse o uygulama/platform Türkiye’de ilklerden olacak ve büyüme potansiyeli yüksek olabilecektir.

¹⁴ Bu çalışmanın 41. sayfasında bu projelerin detaylarına yer verilmiştir.

Dijitalleşme ve dijital inovatif uygulamalar, sosyal hizmetlerin sunumu için çoklu fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlardan online platformlar, dijital sosyal inovasyonun itici güçleridir; dijitalleşmede öncü rol oynamaktadırlar. Tüketicilerin seçeneklerini artırıp erişimi kolaylaştırarak rekabet gücünü ve toplumun daha katılımcı rol oynamasını sağlamaktadırlar. Bunun dışında sosyal çalışmacılar; konusuna uygun geliştirilmiş mobil uygulamalar, online danışmanlık (video konferans ile), cep telefonları üzerinden görüntülü konuşarak sosyal hizmet sunumu gerçekleştirebilmektedirler. Özellikle fiziksel engeli olup sosyal hizmet merkezlerine ulaşmakta zorluk yaşayan birey ve gruplar için dijital çözümler önem arz etmektedir. Sadece engelliler için değil 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen örnekteki pandemi gibi dönemlerde de tüm toplum için fayda sağlayacaktır.

Klasik sosyal hizmetler sunumunun yanında insanların sosyal hizmetlere erişimde güçlük yaşadığı durumlarda, internet üzerinden online olarak erişip bazı temel bilgilere erişip koruyucu önleyici sosyal hizmetleri en azından birey bazında kendisine ve çevresine uygulayabiliyor olması gerekmektedir. Dijital çağda ve insanların evlerinden çıkmakta tereddüt ettikleri pandemic dönemlerde bu tür dijital servislere olan ihtiyaç daha da artmıştır. Bilgi değerlidir, sınıflandırılmadığı ve konularla ilişkilendirilmediği durumda ham veri olarak kalacaktır. Sosyal destek uygulamasının sosyal hizmetler ve sosyal destekler özelinde dağınık bilgileri toplayarak tek bir platformda ilgili paydaşlara sunabilmesi değerli olacaktır.

Sosyal inovasyon noktasında farkındalıkların olduğu ancak dijitalleşme ve sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi noktasında farkındalık çalışmaları yapılması gerektiği sonucu çıkmıştır. Türkiye’de ve dünyada sosyal inovasyon uygulamalarının henüz gelişmekte olduğu ve farkındalığın artması için daha çok akademik çalışma ve sivil toplum bilinçlendirme çalışmaları yapılması gerekmektedir. Bu anlamda üniversitelere, araştırma merkezlerine rol ve sorumluluklar düşmektedir.

Kamu sektörünün diğer sektörler için yasa koyucu, piyasa yapıcı, finansman sağlayıcı, denetleyici ve birlikte çalışılabilmesi için uygun platformlar oluşturması gerekliliği sonucu çıkmıştır. Bu noktada Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve E-Devlet platformuna büyük sorumluluklar düşmektedir. Diğer sektörlerin motivasyonu amaçlı devamlılığı olan hibe ve destek fonlarının oluşturulması ve bu fonların devletin uygun araçları vasıtası ile dağıtılması gerekliliği oluşmuştur. Bunun için de dijital sosyal inovasyon ekosisteminin oluşturulmasının önemli olduğu sonucu çıkmıştır. Özel sektörün kâr amaçlı düşüncesinin yanında sosyal inovasyon çalışmaları ile de marka değerini artırabileceği belirtilmiştir.

Türkiye’de genç nüfusun fazla olduğu ve teknolojik adaptasyonun çok hızlı olduğu, geliştirilecek dijital platformlarının kabulünün hızlı olacağı görülmüştür. Dijital kabulün hızlı olması ve Türk toplumunun dayanışma, yardımseverlik gibi güçlü yanlarının olması da dijital sosyal inovasyonların hızlı büyüme potansiyeline sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesi anlamında sosyal problemlere, basit, akılcı ve daha az maliyetli, yenilikçi bakış açısı ile çözümler sunulabilmesi için daha çok bilimsel araştırmaya, inovatif ürünlere, hep birlikte iş birlikçi ve multidisipliner çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

ÖNERİLER

Toplumda sosyal hizmetler ve sosyal inovasyon farkındalığı oluşturmak ve bu farkındalığı daha da yukarı çekmek için bu kavramlar kamu spotları ile topluma anlatılabilir. Sosyal inovatif proje yarışmalarının sayısı artırılabilir. Bu anlamda proje geliştiren birey ve grupları bir araya getirebilecek organizasyonlar düzenlenebilir. Farkındalık ve projelerin artırılması için sektörlerin daha çok birlikte çalışması gerekmektedir.

Bireylerin ve inovatörlerin birlikte yeni projeler geliştirme, proje finansmanına erişme gibi iş birliği ve açık bilgi platformları oluşturulur ve bu online ağa üyelik, projeleri detaylandırma, finansman sağlayan kuruluşların projelere kolay erişimi gibi işlemler kolaylaştırılırsa dijital sosyal inovatif daha çok proje ortaya çıkacaktır. Erken aşama tohum fonlama programları ve finansal olmayan destek türleri artırılmalıdır. İngiltere'de Açık Veri Enstitüsü tarafından yürütülen inkübatör programı ve Bethnal Green Ventures tarafından yürütülen dijital sosyal inovasyon hızlandırıcı programı, erken aşamadaki işletmeleri desteklemek için danışmanlık, finansman ve yer sağlama gibi örnekler başarılı örneklerdir. (Bria F., 2014: 6). Yine okul çağındaki çocukların ileride dijital sosyal inovatörler olabilmeleri için okullarda kodlama eğitimleri ve fikir üretme atölyeleri yapılabilir. Bu noktada Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığı birlikte projeler üretebilir ve özel sektör veya sivil toplum desteği ile bu projenin gerçekleştirilmesini sağlayabilir. Özel sektör kuruluşları bu tip projeler için fonlanabilir. Estonya'daki 10-19 yaş arası gençlere kodlama eğitimi, 5-10 yaşa arasındaki çocuklara Lego ile robotic eğitimi veren "Nutilabor Smartlabs" buna örnek olarak verilebilir.

Sosyal problemlere dijital sosyal inovasyonun nasıl çözümler sunabileceği üzerine daha çok araştırmalar yapılmalı ve nasıl projelere ihtiyaç olduğu katılımcı bir ağ ile ortaya çıkartılmalıdır. Dijital sosyal inovasyonları yürüten en önemli araçlar katılımcı, işbirlikçi paydaşlar ve bunlara sağlanan verilerdir. Veri olmaz ise dijital sosyal inovasyonların sürdürülebilir olması düşük olasıdır. Kamu, elindeki büyük veriyi dijital sosyal inovatörler ile kişisel verilerin gizliliğine aykırı olmadan, analiz edilebilir şekilde paylaşırsa açık veriler üzerinden başarılı dijital inovasyonlar geliştirilebilecektir. Bu anlamda iyi bir örnek olarak; kâr amacı gütmeyen kuruluş olan Praxis'in Estonya Hükümeti ile kurduğu hükümet bütçe verilerini açma ve görselleştirme konusundaki ortaklık, kamu harcamalarında daha fazla şeffaflık oluşturmuştur. (Bria ve Baeck, 2014: 29). Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi bu anlamda ekosistemi bir araya getirici projelerin sayısını artırabilir. Tübitak, Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve Teknoloji Bakanlığı birlikte ekosistem oluşturucuları destekleyebilir.

Hükümet ve politika koyuculardan öncelikli beklenenler; yasal düzenlemeler ve dijital sosyal inovasyonun yasal alt yapısının kurulmasıdır. Ulusal sosyal inovasyon stratejisi oluşturularak dijital öncelikler belirlenebilir. Problemlere doğrudan cevap veren, esnek politika ve düzenleyici yaklaşımlar hükümetlerin başlıca odak noktasıdır. Yasal olarak tanımlanması, desteklenmesi sonrası daha çok dijital sosyal inovasyon gerçekleşmesi için ilgili paydaşları bir araya getirme sorumluluğu bulunmaktadır. Genellikle fikir sahibinin yeterli maddi ve yetiştirilmiş insan kaynağına erişimleri sınırlı olacağı için, bu noktada fon sağlama veya fon sahipleri ile dijital sosyal inovatörlerin buluşturulması için organizasyonlar düzenlenmesi

rolü yine kamunun üstlendiği rollerdir. Dijital sosyal inovasyonlar, bir hizmetin sunulmasını yöneterek hükümet ve kamu kuruluşlarının işlerini kolaylaştırmaktadırlar. Bu noktada Finlandiya'daki "Açık Bakanlık" ve İzlanda'daki "Sizin Öncelikleriniz" dijital sosyal inovasyonları devletlerin elini kolaylaştırdığı gibi, halkın katılımının daha da artmasını, demokratikleşmeyi sağlamaktadırlar. Genelleyici çözümlerden öte terzi kesimi, problem odaklı çözümler üretilebilmesi için Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın problem bazlı çalışmaların ve projelerin sayısını artırması sağlanabilir. Yapılacak proje ve çalışmaların insanı merkeze alması, sistem odaklı olması ve politikalarla uyumlu olması önemlidir. Bakanlık bünyesinde bu çalışmaları koordine etmek amaçlı "Sosyal İnovasyon Dairesi Başkanlığı" kurulabilir. Stratejik planlarda dijitalleşme ve inovasyon vurguları yapılabilir. Bu birim Dijital Dönüşüm Ofisi, E-devlet, Yüksek Öğretim Kurumu ve Milli Eğitim Bakanlığı ile koordinasyonları sağlayarak hem kendi sorumluluk alanlarındaki bilgiye sahip olma noktasında (know-how) hem de yasama, fon oluşturma, projelendirme, fonların dağıtımı gibi işlerde başat rol oynayabilir.

İnovasyonun daha çok özel firmalar tarafından, sosyal inovasyonun sivil toplum kuruluşları ve girişimciler tarafından yapıldığı düşünülürken dijital sosyal inovasyonda çoklu paydaşların işbirlikçi şekilde rol aldığı görülmektedir. Dijital sosyal inovasyonun hayata geçirilme sürecinde tüm paydaşların üzerine düşen rol ve sorumluluklar olduğu açıktır. Bu noktada yasal alt yapı, fonlama ve denetim fonksiyonlarında en büyük ve önemli görev hükümetlere düşmektedir. Özel sektörün önünü açıcı yasal düzenlemelerin hızlı bir şekilde oluşturulması dijital sosyal inovasyonların hayata geçmesinde bir temel görevi görecektir. Belediyeler ve kamu kuruluşları üniversitelerin yetiştirmiş olduğu insan kaynağı ve ürettikleri bilimsel çalışmaların ürünlerini özel sektörle birlikte piyasaya sunmaları için bu paydaşlara destek olmalıdırlar. Araştırma merkezleri ve üniversiteler kamunun gücünden faydalanmalıdır. Özel sektörün ürettiği ürünler kamu kuruluşları tarafından satın alınır ve kullanılırsa inovasyonların sürdürülebilirliğine katkı sağlanır. Kamu dijital sosyal inovasyon hizmetleri sunmakla görevlidir. Bunun için yapılacak deneyler ve AR-GE için gerekli kaynakların, finansman veya destek modellerinin oluşturulması ve desteklenmesi için çalışmalar yapmaktadır. Finansal olmayan kaynakları da diğer paydaşlara sunarak destek olmaktadır. Örneğin, arsa, yer veya gerekli verilerin sağlanması için gerekli çalışmaları yapar ve takip eder. Üretilen inovasyonlara kamu ortak olarak direkt de fonlayabilecektir.

Akıllı şehirler ve akıllı sağlık hizmetleri için iyi bir dijital alt yapıya, büyük veriye ve bu verilerin orkestrasyonunu yapacak gelişmiş dijital merkezler olmalıdır. Bu noktada belediyelere, şirketlere, kâr amacı gütmeyen kuruluşlara, üniversitelerin AR-GE merkezleri olan teknoparklara ve girişimcilere proje desteği ve fon sağlanması noktasında kamu otoritelerinin yönlendirmeleri gerekmektedir. 360 derece görüş açısına sahip, devriye atabilen ve suça ilişkin tespitleri olan yapay zekâ (AI) teknolojisi ile donatılmış robot polisler de kısa zaman içerisinde polis departmanlarında görülebilir. Dijital sosyal inovasyonların yaygınlaşması amaçlı standartların belirlenmesi çalışmaları yapılırsa ve kamunun hizmet alımının hangi alanlarda ihtiyaç olduğu, dijital ürünlerin kamunun hangi açığını kapatacağı ve nasıl entegre edileceği gibi konular belirlenirse özel sektör ve dijital inovatörlerin önü açılacaktır.

Dijital sosyal inovasyonların kamu harcamalarını düşürme potansiyeli büyüktür. İyi projelendirilmiş, iyi modellenmiş dijital projeler sürdürülebilir kalkınmaya ciddi anlamda destek sağlayacaktır. Kamu kuruluşları ellerindeki verilerle inovatörleri destekleyerek dijital anlamda potansiyeli daha da artırabileceklerdir. Veriler blockchain tabanlı sistemlerde güvenli şekilde saklanabilir ve paylaşılabılır.

Küçük, orta ölçekli ve büyük şirketlerin dijital sosyal inovasyon için geliştiricileri ve kullanıcıları bir araya getirerek bu alanda inovasyona önemli katkıları bulunmaktadır. Bazı büyük banka ve telekomünikasyon şirketleri deneyler ve AR-GE için tohum aşamasındaki inovatörlere finansman sağlamaktadırlar. Türkiye’de özel sektörün inovasyon, sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon kavramlarından çok halka ilişkiler (PR) amaçlı etki alanı dar, az maliyetli kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde rol almayı seçtiği görülmektedir.

Üniversiteler ve araştırma merkezleri dijital sosyal inovasyon alanının hem teori hem de pratiklerinin araştırılması, üretilmesi ve insan kaynağı yetiştirme noktasında önemli rol oynamaktadırlar. Üniversiteler, çalışmaları ile hükümetlere ve yerel yönetimleri yönlendirme potansiyeline sahiptirler. Vaka çalışmaları veya ürünler öncelikle üniversite laboratuvarlarında test edilmekte ve sonrasında özel girişimlere dönüşerek piyasada yerini bulmaktadırlar. Bu anlamda üniversite öğrencilerinin geliştirerek piyasada ürünleştirdiği bir örnek İtalya’daki Arduino’dur (Bria F., 2014). Üniversitelerin ve araştırma merkezlerinin teknoloji üreterek, analizler yaparak, yeni teknoloji ve yöntemler ile inovasyon çalışmalarına önemli destekleri olduğu görülmektedir. Üniversitelerin Sosyal Hizmet bölümlerinde dijital sosyal inovasyon derslikleri açılarak sosyal hizmet uzmanlarının dijital yetkinlikleri yüksek profesyoneller olması sağlanabilir.

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları da multidisipliner araştırmaları ve dijital sosyal inovasyonu teşvik edici panel, sempozyum ve çalışmalar düzenlemektedirler. Bu noktada zayıf kalan ve tabandaki küçük hareketlerin büyümesi için bu hareketlere destek vermekte; gelişen teknolojilere çok kişinin erişebilmesi için çalışmalar yapmakta; bireylerin daha demokratik şekilde en alttan en üste ulaşabilmesi için dijital sosyal inovasyonu desteklemektedirler. Bu bağlamda büyük vakıf, dernek ve yardım kuruluşlarının dijital sosyal inovatif ürünler gelişmesi için açık platformları desteklediği de görülmektedir. Bu aktörler dijital sosyal inovasyonların başlaması ve yürütülmesinde oldukça aktiftirler. Dijital sosyal inovasyon odaklı çalışan inovatörler ve inkubatörler ile çalışmak, bu anlamda onları desteklemek için aktif rol almaktadırlar. Örnek olarak Open Knowledge Foundations ile en yaygın kullanılan açık kaynak veri tabanı CKAN’ı geliştirerek diğer paydaşların faydalanabilmesi için kurumsal çalışmalarda bulunmuşlardır. (Bria ve Baeck, 2014: 30) Sosyal yardımların dağıtılması görevi proje ve kişi bazlıya indirilerek sivil toplum kuruluşları tarafından dağıtılması sağlanabilir. Kızılay, AFAD ve Diyanet Vakfı gibi kuruluşlar vasıtası ile bireylere dağıtımı sağlanabilir. Diğer özel vakıf ve dernekler de hangi kişilere ne kadar yardım yaptıklarını şeffaf bir şekilde belgelendirmeleri ve projelendirmeleri durumunda bu rolü kamunun üzerinden alabilirler.

Kalkınma çabalarında özellikle yoksulluk, kıtlık ve sosyal problemler bağlamlarında dijital sosyal inovasyonun nasıl rol alabileceği T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı

tarafından araştırma konusu yapılabilir. Bunun için üniversitelerde online proje yarışmaları düzenleyebilir ve belli gruplar desteklenerek uygulamabilir projeler üretilmesine destek olunabilir. Bakanlık e-devlet üzerinden vatandaşların kolayca yardım başvurusu yapabilmesi, aldığı yardımları görebilmesi, sosyal yardım veya sosyal hizmete ihtiyaç duyanlarla ihtiyacı karşılamak isteyenleri buluşturabilecek bütüncül bir kitlesel sosyal yardım platformu sunabilir. Bu yardımlar bakanlık denetiminde ve belli sınırlar içerisinde olabilir.

Sosyal hizmetlerde bireylerin iç dünyaları ve yaşadıkları olaylar ile ilgili mahremiyetler ve bu bilgilerin güvenliği üst noktadadır. Bu anlamda sadece yetkili sosyal çalışmacıların erişebileceği, devletin yönetiminde olan uygulamalar bulunmaktadır. Haricindeki birey ve kuruluşların yapacakları çalışma ve uygulamalarda daha yüzeysel bilgi ve işlemlere odaklanılmalıdır. Özel bilgilere yetkisiz kişilerce erişilmesi bireylerin mahremiyeti ve toplumdaki konumları açısından problem oluşturacaktır ve istenmeyen sonuçlar doğurabilecektir. Hükümetin kendi vatandaşının özel bilgilerinin güvenliğini sağlayacak bilgi güvenliği mekanizmalarını kurması gerekmektedir. Bu mekanizmaların işleyebilmesi için hızlıca uluslararası kapsayıcı düzeyde veri güvenliği yasaları çıkartılabilmesi gerekmektedir.

Sosyal hizmetlerin dijitalleşmesinde bir dijital sosyal inovasyon örneği olarak sosyal destek uygulaması; web uygulaması üzerinden kodlanıp ilk fazda bilgi verme modülleri sosyal hizmetlere kazandırılabilir. Geliştirme maliyeti, teknik karmaşıklık düzeyinin yüksek olması, bazı regülatif zorunluluk ve izinler nedeniyle “sosyal hizmetler iş bulma, sosyal yardım ve bağış ve sosyal ürün” modüllerinin daha sonraki fazlarda geliştirilip sosyal hizmetlere kazandırılması sağlanabilir. Gerekli yasal izinlerin alınabilmesi, bağışa aracılık edilmesi ve satış yapıp gelirlerinin şeffaflığı açısından bir dernek veya vakıf olarak ilerlenmesi elzemdir. İleriki aşamalarda gerekli şartlar oluştuğunda sosyal destek uygulamasının E-Devlet (Dijital Türkiye) platformunda da yer alabileceği değerlendirilmektedir. Sosyal destek uygulamasında ne gibi hizmetlerin sunulabileceği detaylı olarak bir sonraki kısımda önerilecektir.

Sosyal Destek Uygulaması Önerisi

Sosyal hizmetlerin gelişimi ve uygulamaların difüzyonu yani büyük kitlelere yayılabilmesi için dijital araçlar yardımcı olabilecektir. Bu dijital araçlar web uygulaması (web sitesi), mobil uygulamalar veya ileri web uygulaması (progressive web app) olabilir.

Araştırma katılımcılarından K10 bu şekilde bir uygulamanın mutlaka mobilitesinin olması gerektiği ve mobil cihazlardan açılabilmesi gerektiğini şu şekilde belirtmektedir;

Bir kere bu web uygulaması değil mobil uygulama olması lâzım. Web uygulaması olduğunda, yani şöyle düşünelim. Bu uygulama anlık acil durumlarda insanların kullanabileceği bir şey olması lâzım. İnsanlar anlık acil durumlarda genelde cep telefonlarına yönelirler. Bir de şöyle iki tane kuralımız var o konuda; bir “mobile-first” diyoruz, bütün dijitalcilerin konuştuğu şey. İkincisi de bir şey mobilde yoksa yoktur, ya da bozuktur diyoruz. Şimdi diyelim ki internet şubemizde mesela bir şey var, mobilde yok. O zaman yok kabul ediyor, ya da bozuk kabul ediyoruz. Mobilde de mutlaka olması lâzım. Dijital neyi getiriyor? Mobilitayı getiriyor. Aslında mobilita olunca ne olması gerekiyor? Aslında insanların her zaman bir yerlerden bilgilerine ulaşması, anlık hızlı işlemlerle kararlarını alıp, hemen uygulamaya geçebilmesi, erişilebilir

olması. Mobil uygulamalara bakıyorum, kullanıcı deneyimi açısından iyi olanlar yüzde 5'i geçmez. (K10, 2019)

Araştırma katılımcılarından K14 de platformun çoklu cihaz desteği olması gerektiğini şu şekilde ifade etmiştir;

Bir kere kolay kullanılabilir olmasını isterdim. Yani hem tabletim var ise tabletimden hem efendime söyleyeyim cep telefonum var ise hem cep telefonumdan hem web sitesinden... Çünkü web sitesinde yapılan bir şey her zaman bilgisayardan açılmıyor. Aynı formatta görülemeyebiliyor. Cep telefonunda açtığınızda formatı bozulabiliyor. Formatın bozulmadan çalışıyor olabilmesi lâzım. (K14, 2019)

Dijitalleşme konusunda uzman olan K10, web ile başlanıp daha sonrasında mobil uygulama ile devam edilebileceğini şu şekilde anlatmıştır;

Web'den başlama fikri iyi olabilir, bunu responsive yapmak iyi bir fikir olabilir ama ileride app. olarak bu devam etse bence daha iyi bir fikir olur, yaygınlaşması daha kolay olur. Bu tarz bir platformda insanların ihtiyacı olduğu kadar önemli olur. Yani çok ihtiyacı olmazsa insanlar her zaman kullanmazlar ve çok indiremezler. Bu nedenle web başlamak için daha mantıklı olabilir. Çünkü adam Google'dan arayacak, girecek, bildirecek ve işi bitecek. Ama app.'i neden indirir insan? Sürekli kullanacak ise indirir. Benim öyle indirip hiç kullanmayıp, sonradan da sildiğim çok app. var veya bir kere kullanmışım, acaba nasıl bir şeydir diye bakmışım, işime yaramamış. (K10, 2019)

K10 ve K14'ün tartışmaları sonucu hem maliyet açısından hem de çoklu platformda kullanılabilmesi için uygulamanın teknik yapıda kodlaması yapılırken mobil uyumlu (responsive) yazılarak daha sonraki aşamalarda mobil uygulamalarının (IOS ve android uygulamaları) geliştirilmesinin sağlanabileceği değerlendirilmiştir.

K15'de mutlaka bir mobil uygulamasının olması gerektiğini şu kelimelerle ifade etmiştir;

Bu platform mutlaka mobil uygulamalarda da yapılması gerekir diye düşünüyorum. Ben dijital tarafta çalışan bir bankacıyım. Eskiden internet şube, mobil şubeye göre çok kullanılıyordu. Lokomotif görevi alıyordu. Şimdi mobil şube sayıları Webi 3'e, 4'e katladı. Hiç webi kullanmayıp sadece mobil uygulamayı kullanmış insanlar var. Şu an herkesin elinde cep telefonu var ve mobil uygulama bu noktada çok önemli. Mobil uygulamanın mutlaka olması gerekiyor. (K15, 2019)

Native mobil uygulamalar arka plan ve ön yüz geliştirmesi için tasarımcılar ve birden fazla yazılımcı (developer) gerektirdiği ve her bir sayfa için ayrı ayrı parçalarda tek tek çalışma gerekeceği için (component based) oldukça maliyetli olacaktır. Bu nedenle ilk çapta uygulamanın mobil uyumlu web sitesi olarak yapılıp, daha sonraki aşamalarda mobil uygulamalar içerisine alınması başlangıç açısından en optimize çözüm olarak durmaktadır. Uygulama önerileri geliştirilirken araştırma bulguları da yönlendirici oldu. Katılımcıların nasıl yönlendirmelerde bulunduğu öneri detaylarında belirtilecektir. Bu uygulamanın genel ismi "**sosyal destek uygulaması**" olabilir. Uygulamada şu ana başlıklarla farklı hizmetler sunulabilir. Sosyal desteğe ihtiyaç duyan bireyler için bölümler halinde konu bazlı bilgi verilerek yönlendirme yapılabilir ki 2 faz altında (sanal pos entegrasyonu, bağış toplama faaliyet izni ve iş arama ve bulma modülünün detaylı olması gibi teknik nedenlerden dolayı fazlandırma önerilmektedir) tablolştırılırsa şöyle bir dağılım ortaya çıkmaktadır.

Tablo: 15. Sosyal Destek Uygulaması ve Oluşturulacak Modüller

Sosyal Destek Uygulaması

Bölümler / Modüller	Açıklamalar
Birinci Faz	
“Sosyal desteğe ihtiyacım var”	Sokakta yürürken sosyal yardıma ihtiyacı olduğunu belirterek dilencilik yapan, göç ettiğini belirtip yiyeceğe ve barınmaya ihtiyacı olan, yan komşusunda şiddete maruz kalan bir birey gördüğünde ne yapılması gerektiği, nerelere başvurması gerektiğini bilmeyenlerin olması araştırmanın çözüm getirmek istediği konular içerisindedir. Bireylerin konu, alan ve problem bazlı bilinçlendirilmesi adına “sosyal desteğe ihtiyacım var” bilgi merkezi oluşturulabilir. Sosyal hizmet alanları, alt kategoriler ve konuları ile problem bazlı bir modül oluşturulabilir. Bazı acil ulaştırılması gereken konular için acil sınıflandırması yapılabilir.
En yakın sosyal hizmet merkezi ve kurumları	İl, ilçe bazlı listelenip nasıl ulaşılabileceği bilgisi verilebilir. Sosyal desteğe, bireyler ve yakınları ihtiyaç duyduklarında sosyal destek almak için neler yapabilecekleri konusunda bilgi verilerek başlanabilir. Sosyal destek almak için ne yapılabileceği ile ilgili bilgi alan bireyler eğer kurum ve kuruluşlara başvurmaları gerekiyorsa kendisine en yakın sosyal hizmet merkezi, hastane, eğitim kurumu, rehberlik araştırma merkezi, aile danışma merkezi, aşevi ve sosyal hizmetlere ilişkin sivil toplum kuruluşları gibi yerlere hızlıca nasıl ulaşabileceğinin bilgisini alabilirler. Dezavantajlı grupların hangi konu ile ilgili desteğe ihtiyacı var ise hızlıca o konuyla ilgili bilgi alabileceği, menü ağaçları oluşturulmuş ve yönlendirici kısa bilgiler yazılmalıdır. Dezavantajlı grupların hangi konu ile ilgili desteğe ihtiyacı var ise hızlıca o konuyla ilgili bilgi alabileceği, menü ağaçları oluşturulmuş halde yönlendirici kısa bilgiler yazılmalıdır.
Sosyal hizmet etkinlikleri	Türkiye ve dünyada yapılacak kongre, sempozyum, eğitim, panel ve konferans gibi etkinlikler verilebilir. Araştırmacı, akademisyen, sosyal çalışmacı, sivil toplum kuruluşlarındaki paydaşlar ve sosyal hizmet öğrencilerinin faydalanabilmesi için; yakın zamanda hangi sosyal hizmet etkinliklerinin olduğu, neleri içerdiği ve etkinlik yerine nasıl ulaşılabilceği konusunda bilgiler verilir.
Sosyal hizmet proje ve çalışmalar	Sosyal hizmetlere ilişkin proje, bildiri, makale, tez gibi bilimsel çalışmalar gösterilebilir. Özel girişimler, sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyonların da yer aldığı bölüm sosyal hizmet paydaşlarının kullanımına sunulabilir.
İkinci Faz	
Sosyal hizmetler iş ilanları - açık pozisyonlar	İş ilanı ekleme ve görüntüleme özelliği olabilir. Dezavantajlı bireylerin, sosyal çalışmacıların, sosyal hizmetler çalışanlarının/personelinin çalışabilecekleri açık pozisyonları gösteren, başvuru alabilen ve ilgili şirketlerin iş ihtiyacını girebilecekleri bir sayfa oluşturulabilir.
Sosyal yardımlar ve bağış	Sosyal yardımlara nasıl erişilebileceğine dair bilgiler ve bağış yapmak isteyenler için ilgili bağış toplayabilen kurum ve kuruluşların listelenmesi yoluyla sosyal yardımlara ihtiyaç duyanlar ile sosyal yardımda bulunmak isteyenlerin buluşma noktası olabilir; bağış toplamaya aracılık edilebilir. Askıda simit geleneğinin dijitalleşmiş ve makro hâli olarak düşünebileceğimiz sosyal yardımlar ve bağış modülü oluşturulabilir.
Sosyal ürünler	Sosyal ürünlerin tanıtılabileceği, satışının yapılabileceği ve satılan sitelere yönlendirilebileceği; başka deyişle sosyal hizmet paydaşlarının kullanımı amaçlı sosyal ürünlerin nereden ve nasıl tedarik edilebileceğini gösteren ve bazı ürünlerin online satışını amaçlayan bölüm/sosyal ürünler modülü yer alabilir.

Sosyal Desteğe İhtiyacım Var Bilgi Merkezi

Dijital çağda teknolojik imkânların artması, insanların sosyal medya ve mobil cihazlarla daha çok süre geçirmesi gibi olgular daha karmaşık sosyal problemleri de beraberinde getirmektedir. Sokakta yürürken sosyal yardıma ihtiyacı olduğunu belirterek dilencilik yapan, göç ettiğini belirtip yiyeceğe ve barınmaya ihtiyacı olan, yan komşusunda şiddete

maruz kalan bir birey gördüğünde ne yapılması gerektiği, nerelere başvurması gerektiğini bilmeyenlerin olması araştırmanın çözüm getirmek istediği konular içerisindedir. Araştırma katılımcılarından K1'in dediği gibi öncelikle doğru ve net bilgiyi vererek, insanları sıkmadan, uzman kişilerin de faydalanabilmesi gerektiği şu şekilde anlatılmıştır;

Bir bilgi, bence kritik şey bilgi. Ana bilgi, doğru bilgi... Net, insanların bakabileceği, referans olabileceği, temel kaynakların yer aldığı, insanları boğmayan, sıkmayan ama alana yeni girmiş birilerinin de bir şeyler bulabileceği... Daha çok bilen insanların yeni kaynaklar takip edebileceği, paydaşların yararlanabileceği bir boyut olsa iyi olur diye düşünüyorum. (K1, 2019)

K1 gibi araştırma katılımcılarından K5'de ihtiyaçlara göre gruplandırılması gerektiği ve kullanıcı dostu olması gerektiğinden bahsetmiştir;

Öncelikle, yani sosyal sorunlara ya da ihtiyaçlara göre gruplamanız gerekir. Yani bunu bir şekilde gruplarınız gerekir, bunu mesela sağlıkla ilgili olan ihtiyaçlar, ondan sonra eğitimle ilgili olan ihtiyaçlar, engellilik ile ilgili olan ihtiyaçlar... Bir kere kullanıcı için çok kolay bir kullanım olması lâzım çünkü bu hizmetlere ihtiyaç duyan insanlar teknoloji okuryazarlığı olmayan insanlar olabilir. O yüzden çok kolay bir şekilde, erişilebilirliği çok iyi olması lâzım, yani kullanıcı deneyimi çok kolay olması lâzım. Mesela yazacağım Alzheimer ya da bir şey yazdım; konu bazlı, problem bazlı... (K5, 2019)

Bireylerin konu, alan ve problem bazlı bilinçlendirilmesi adına “sosyal desteğe ihtiyacım var bilgi merkezi” oluşturulabilir. Öncelikle sosyal hizmetlerin hangi alanlarda faaliyet gösterdiğine yoğunlaşılmalıdır. Sosyal hizmetlerin aşağıdaki alanlarla ilgili çalışmaları bulunmaktadır.

Tablo 16. Sosyal Hizmet Alanları

- 1- Aile
- 2- Çocuk
- 3- Okul
- 4- Gençlik
- 5- Engellilik
- 6- Yoksulluk ve Sosyal Yardım
- 7- Göç ve Kentleşme
- 8- Yaşlılık
- 9- Tıbbi
- 10- Suçluluk

Kaynak: Duyan V. ve diğerleri, (2008)

Araştırma da K3 uygulamanın kategorik şekilde bilgi verebileceğini belirtmiştir.

Amaç tarafları bir araya getirmekse o zaman kategorik bir platform olması lâzım.

Biz de sosyal hizmet alanlarının, problemlerin genel itibarı ile bu kategorilerle ilgili olduğu ve sosyal desteğin bu alanlar altında aranacağını görmekteyiz. Sosyal hizmet alanları, alt kategoriler ve konuları ile problem bazlı bir modül oluşturulabilir. Belirlenen ana problem, alt problemler ve alan sınıflandırmaları ile ilişkilendirilebilir.

Tablo 17. Sosyal Hizmet Alanları, Alt kategori ve Konu Bazlı Sınıflandırma Matrisi

No	Sosyal Hizmet Alanları	Alt Kategori	Konular
1	Acil		Evsiz Barınağı Bul
2	Acil		Aile İçi Şiddet Bildir
3	Acil		Çocuk İstismarı Bildir
4	Acil		Ruh Sağlığı Acil Durum Bildir (İntihar vb.)
5	Acil		Tıbbi Acil Durum Bildir
6	Acil		Yaşlı İstismarı Bildir
7	Aile	Aile Danışmanlığı	Arabuluculuk

8	Aile	Aile Danışmanlığı	Boşanma
9	Aile	Aile Danışmanlığı	Çocuk Sahibi Olma
10	Aile	Aile Danışmanlığı	Ebeveynlik Eğitimleri
11	Aile	Aile Danışmanlığı	Evlat Edinme
12	Aile	Aile Danışmanlığı	Evlilik
13	Aile	Aile Danışmanlığı	İsim Değiştirme
14	Aile	Aile Danışmanlığı	Koruyucu Aile, Velayet ve Vasiyet
15	Aile	Bebek	Bebek Bezi ve Temizlik Malzemeleri
16	Aile	Bebek	Bebek Gereçleri
17	Aile	Bebek	Bebek Kıyafeti
18	Aile	Bebek	Beslenme Eğitimi
19	Aile	Ev İhtiyaçları	Ev Güvenliği
20	Aile	Ev İhtiyaçları	Evcil Hayvan Bakım
21	Aile	Ev İhtiyaçları	Genel Ev Gereçleri
22	Aile	Ev İhtiyaçları	Isınma ve Serinleme
23	Aile	Ev İhtiyaçları	İnternet Bağlantısı
24	Aile	Ev İhtiyaçları	Kişisel Güvenlik
25	Aile	Ev İhtiyaçları	Mobilya
26	Aile	Ev İhtiyaçları	Tamir ve Bakım
27	Çocuk ve Genç		Bakıcı Desteği
28	Çocuk ve Genç		Çocuk Islahı
29	Çocuk ve Genç		Gençlerin Kültüre Uyum
30	Çocuk ve Genç		Okul Kıyafeti
31	Çocuk ve Genç		Oyuncak
32	Çocuk ve Genç		Sokak Çocukları ve Dilenen Çocuklar
33	Çocuk ve Genç		Teknoloji Bağımlılığı
34	Engellilik		Bakım
35	Engellilik		Destekli Yaşam
36	Engellilik		Engelli Yardımları ve
37	Engellilik		İşitme Cihazı
38	Engellilik		Yardımcı Teknolojiler
39	Engellilik		Yetişkin Engelli Günlük Bakım
40	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Bağımsız Yaşam Becerileri Kazanma
41	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Evsizler için Barınaklar
42	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Evsizler için Çamaşırhaneler
43	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Evsizler için Yiyecek ve Kıyafet
44	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Evsizler için Hamamlar
45	Göç ve Kentleşme	Evsizler	Kısa Süreli Barınaklar
46	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	Göçmen Gözaltı
47	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	İltica Başvurusu
48	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	Sınır dışı Edilme
49	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	Topluma Uyum
50	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	Vatandaşlık Başvurusu
51	Göç ve Kentleşme	Göçmenler	Vize İşlemleri
52	Göç ve Kentleşme	Sosyal Konut	Ev Sahibi Olabilme Eğitimleri
53	Göç ve Kentleşme	Sosyal Konut	Geçici Konut
54	Göç ve Kentleşme	Sosyal Konut	Kira Yardımı
55	Göç ve Kentleşme	Sosyal Konut	Sosyal Konut
56	Göç ve Kentleşme	Sosyal Konut	Taşınma Yardımı
57	Okul		Bilim ve Teknoloji (Steam, Tematik vb.)
58	Okul		Burs ve Eğitim
59	Okul		Genç Yaz Kampları
60	Okul		Kitap ve Materyal
61	Okul		Okul Öncesi Eğitim ve Materyal Desteği
62	Suçluluk		Denetimli Serbestlik
63	Suçluluk		Hukuki Destek
64	Suçluluk		Meslek Edinimi ve Topluma Uyum
65	Suçluluk		Suç ve Terör Mağduru Desteği

66	Tıbbi	Bağımlılık ve Tedavisi	Alkoliklik Tedavisi
67	Tıbbi	Bağımlılık ve Tedavisi	Aşı ve Aşılama
68	Tıbbi	Bağımlılık ve Tedavisi	Sigara Bırakma Tedavisi
69	Tıbbi	Bağımlılık ve Tedavisi	Uyuşturucu Tedavisi
70	Tıbbi	Genel Sağlık	Alternatif Tıp
71	Tıbbi	Genel Sağlık	Cenaze Hizmetleri
72	Tıbbi	Genel Sağlık	Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon
73	Tıbbi	Genel Sağlık	Görme Testi
74	Tıbbi	Genel Sağlık	Gözlük
75	Tıbbi	Genel Sağlık	Sağlık Eğitimi
76	Tıbbi	Genel Sağlık	Sağlık Hizmetleri için Ulaşım
77	Tıbbi	Genel Sağlık	Sağlık Sigortası
78	Tıbbi	Genel Sağlık	Sosyal Hizmet Çalışanları ve Sağlığı
79	Tıbbi	Genel Sağlık	Şeker Hastalığı ve Tedavisi
80	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	AIDS ve Korunma Yöntemleri
81	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Aile Planlaması ve Desteği
82	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Doğum Kontrolü
83	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Doğuma Hazırlık ve Eğitim
84	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Ebe
85	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Hamilelik Testi
86	Tıbbi	Hamilelik ve Doğum	Kürtaj
87	Tıbbi	Ruh Sağlığı ve Tedavisi	Danışmanlık ve Terapi
88	Tıbbi	Ruh Sağlığı ve Tedavisi	Depresyon Tedavisi
89	Tıbbi	Ruh Sağlığı ve Tedavisi	Destek Grubu
90	Tıbbi	Ruh Sağlığı ve Tedavisi	Öfke Kontrolü Desteği
91	Tıbbi	Tıbbi Malzeme	İlaç
92	Tıbbi	Tıbbi Malzeme	Tıbbi Gereç ve Malzeme
93	Tıbbi	Tıbbi Malzeme	Tıbbi Laboratuvar ve Test
94	Yaşlılık		Emeklilik ve Yaşlılık Desteği
95	Yaşlılık		Yaşlı Evde Bakım
96	Yaşlılık		Yaşlılık Günleri ve Eğlenceleri
97	Yaşlılık		Yaşlının Bir Yere Taşınması
98	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	Finansal Okuryazarlık Eğitimi
99	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	İş Bulma ve Yerleştirme
100	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları
101	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	İşçi Hakları
102	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	Meslek Edindirme Kursları
103	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal İş ve Meslek	Sivil Toplum Gönüllülüğü ve Eğitimi
104	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	Aile İçin Geçim Desteği
105	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	İş Kıyafeti
106	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	İşsizlik Yardımı
107	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	Kıyafet
108	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	Sosyal Yardım Başvurusu
109	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	Yiyecek
110	Yoksulluk Yardım	ve Sosyal Sosyal Yardımlar	Yiyecek Kuponları

Araştırmada K4 bazı konular ve olaylarla ilgili hızlıca aksiyon alınabilmesi gerektiğini belirtmiştir;

Kadına şiddet çok fazla ama atıyorum trafikte gidiyorsun kediye köpeğe çarptın mesela ne yapacaksın? 112 iyi mi araman lâzım yoksa onun bir özel telefon numarası mı var? Ve aradığın zaman her türlü oradaki bakımı, ona iyileştirme süreci ile ilgili her türlü süreci üstleniyorlar. (K4, 2019)

K11’de panik butonu gibi bir buton ile hızlıca bilgi ve yönlendirme alınabilmesi gerektiğini şu şekilde belirtmiştir;

Orada da hani örneğin panik buton diye bir şey konulabilir ve ilgili emniyet makamlarına o mercilere bilgi verebilir ve onunla ilgili çalışmalar yapılabilir veya belediyelere. (K11, 2019)

Bu bulgulardan yola çıkarak acil ulaşılması gereken konular için acil sınıflandırması yapılabilecektir.

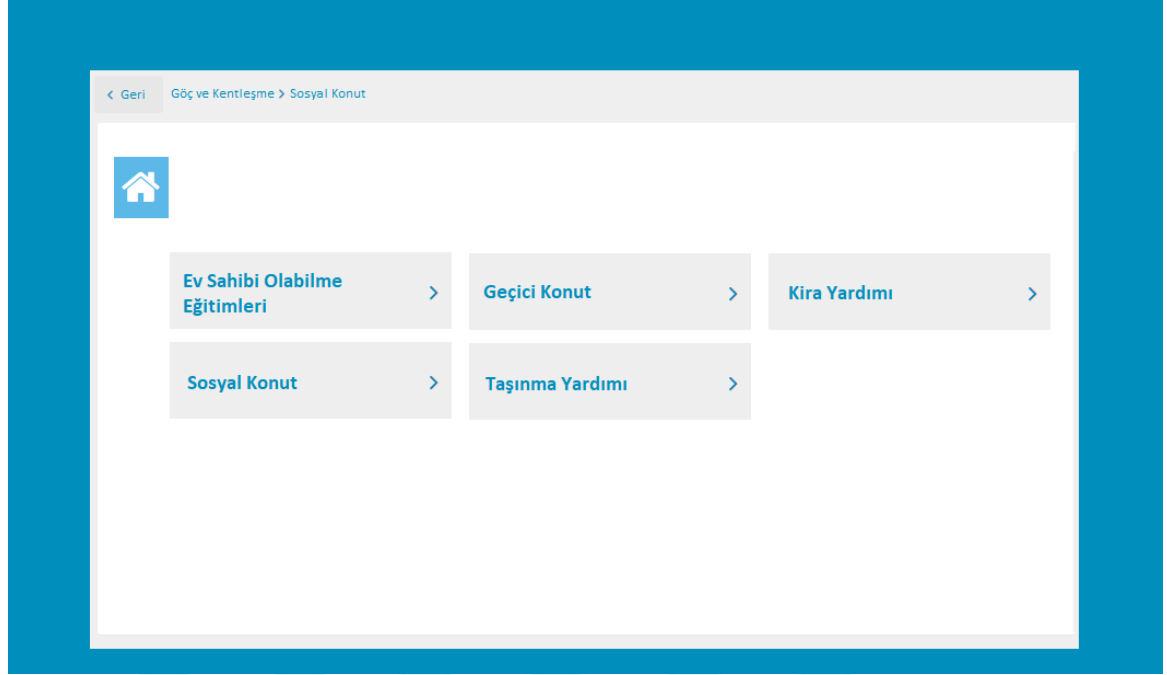
Tablo 18. Acil Sosyal Destek ihtiyacı için konular

Evsiz Barınağı Bul
Aile İçi Şiddet Bildir
Çocuk İstismarı Bildir
Ruh Sağlığı Acil Durum Bildir (İntihar vb.)
Tıbbi Acil Durum Bildir
Yaşlı İstismarı Bildir

Şekil 11. Problem Bazlı Destek Arama Sayfası



Şekil 12. Problem Bazlı Destek Arama Alt Detay Sayfası



Şekil 13. Sosyal Problemlerle İlgili Nasıl Destek Alınmasını Belirten Ekran



Sosyal Destek Merkezi Bul

Sosyal destek arayışındaki bireyler hangi sosyal probleme çözüm aradıklarını bilemeyebilirler. Problemi kendileri yaşıyor olabilir veya bir yakını için de sosyal destek arıyor olabilirler. Problemin çözümü için ne yapmaları gerektiği ve gerekli durumlarda hangi kurum ve kuruluş ile görüşmeleri gerektiği bilgisine ihtiyaç duyarlar.

Katılımcılardan K5 uygulamadan en yakındaki sosyal hizmet birimlerinin, stklarının, bulunabileceğini anlatmıştır;

Alzheimer bir arkadaşımız var, kayboluyor. Ne yapılabilir? Ben orada Alzheimer girdiğimde bana ne yapabileceğimi, kimlerden destek alınabileceğini benim bölgemde... Bölgesel olarak da arayabiliyor olmam lâzım. Mesela bu anlamda çalışan STK vardır, onun da işte Alzheimer hastalığına yönelik şöyle bir gündüz bakım evi vardır, oraya bırakabilirsin. Mesela İstanbul'da Alzheimer Derneği'nin Kuştepe'de gündüz bakım evi var, belki o bölgedesin, onu göreceksin bak oraya da gidebilirsin diye. Sırf kamunun ve sosyal hizmetin değil, gerçekten bu alanda çalışan STK'ların da sisteme entegre olması lâzım. Çünkü onların da ürettiği çözümler var, bizim onları da görebiliyor olmamız lâzım. (K5, 2019)

Buradan yola çıkarak bireylerin karşılaştıkları problemin çözümü için bir kuruma gitmeleri gerektiği kanaati oluşursa bu kurumlara nasıl ulaşabilecekleri, iletişim adresleri, telefon numaraları ve web sitesi adresleri gibi bilgilerin yer aldığı bir modül ile hızlı ve kolay bir şekilde ilgili kurum bilgilerine ulaşabilecekleri bir modül oluşturulabilir.

Tablo 19. Sosyal Destek Alınabilecek Kurum ve Kuruluş Türleri

Kategori	Tür
Sosyal Hizmetler	İl Müdürlükleri Belediye Merkezleri
Eğitim	Engellilere Özel Okullar Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi Rehberlik Araştırma Merkezi (RAM) Aile Danışma Merkezi
Sağlık & Sosyal Yardım	Yaşlı Bakım ve Yaşam Merkezi Fizik Tedavi Merkezi Aşevi Sivil Toplum Kuruluşları Hastane
Çalışma	SGK Sosyal Güvenlik Merkezi İŞKUR Ofisi

Şekil 14. Sosyal Destek Merkezi Arama Ekranı

Sosyal destek ihtiyacı olan birey ulaşmak istediği kurum ve kuruluşla ilgili öncelikle il ve kurum bilgisini seçer. O ile bağlı tüm kurumları da seçmek isteyebilir. Tarayıcısında veya

mobil cihazında hangi il ve ilçede olduğu bilgisi geçici bellekte kayıtlı ise kullanıcının seçmesine gerek olmadan harita üzerinde direk en yakın kurum ve kuruluşlar gösterilebilir.

Katılımcılardan K8, harita üzerinden de kurum ve kuruluşların bulunabileceğini belirtmiştir.

Tüm sivil toplum kuruluşlarını haritada şey yapıyor. Hangi sivil toplum kuruluşunun nerede olduğu, amacının ne olduğu ne lâzım olduğu hepsi tek bir platformda görülebiliyor. Yani harita üzerinde yardım edilebilir... (K8, 2019)

Konum izni ilk girişte alınarak konum bazlı gösterim yapılabilir. K8'in de belirttiği gibi kullanıcı konum seçimi ile harita üzerinde adrese gidebilir.

Tablo 20. Kuruluşla İlgili Detay Bilgiler

- 1- Kategori
- 2- Kurum Türü
- 3- Kurum Adı
- 4- Kamu/Özel Bilgisi
- 5- Web Sitesi Adresi
- 6- Telefon Numarası
- 7- Adres
- 8- İlçe
- 9- Konum

Şekil 15. Sosyal Destek Merkezi Arama Detay Ekranı

Sosyal Destek Merkezi Bul								
İstanbul			Tümü					
Kategori	Kurum Türü	Ad	Kamu/Özel	Web Sitesi	Telefon Numarası	Adres	İlçe	Konum
Sosyal Hizmetler	İl Müdürlüğü	Ümraniye Ofisi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Ümraniye	
Sağlık&Sosyal Yardım	Aşevi	Üsküdar Aşevi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Üsküdar	
Eğitim	Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi	Özel Fdn Özel Eğitim Merkezi	Özel	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Maltepe	
Sağlık&Sosyal Yardım	Hastane	ABC Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Kadıköy	
Çalışma	Sosyal Güvenlik Merkezi	Pendik Sosyal Güvenlik Merkezi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Pendik	
Sosyal Hizmetler	Belediye Merkezi	Abc def ghi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Fatih	
Sağlık&Sosyal Yardım	Sivil Toplum Kuruluşu	Abc def ghi	STK	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Bağcılar	
Eğitim	Engellilere Özel Okul	Abc def ghi	Özel	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Kartal	
Eğitim	Aile Danışma Merkezi	Abc def ghi	Özel	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Başakşehir	
Çalışma	İşkur Ofisi	Abc def ghi	Kamu	www.sosyaldestek.org	0212 123 45 67	Abc Cd. Bcd Sk. No:1	Beyoğlu	

Sosyal Hizmet Etkinlikleri

Sosyal hizmet ile ilgili paydaşların veya sosyal destek almak isteyenlere yardımcı olmak isteyen, sosyal hizmetlere ilgi duyan tüm birey ve grupların faydalanabileceği “Etkinlikler”

modülü; sosyal hizmete ilişkin eğitim, kongre, panel, sempozyum, konferans ve vaka çalışması bilgilerini içerebilir.

K7 insanların iyi bir şey yaptıklarında bunun görünebilir olması gerektiğinden bahsetmiştir. Biz de sosyal hizmet etkinlikleri ve çalışmaları bölümünde onların görünür kılınabileceğini düşünüyoruz.

İnsanları yaptıklarının sonucunda görünür kılmak, bir yerde derecelendirmek, ödüllendirmek bence çok önemli. Yani web sitesinin asıl amacı bir platform oluşması. (K7, 2019)

K12 de bu uygulamadan bir etkinlik paylaşıldığında ailesiyle katılabileceğini ifade etmiştir;

Evlüyüm, çocuğum var. Hafta sonu bana şöyle bir şey diyebilir; işte 5 ağaç alıp, bunu hafta sonu ailenle ekmek istemez misin? İşte 5 ağaç parası ödeyeceğim orada ve hafta sonu çocuklarımla beraber gidip etkinlik yapacağım. Hem onlara doğa sevgisini aşılayacağım. (K12, 2019)

Tablo 21. Etkinlik Türleri

- 1- Eğitim
- 2- Kongre
- 3- Panel
- 4- Sempozyum
- 5- Konferans
- 6- Vaka Çalışması

Şekil 16. Etkinlikler Ekranı

Etkinlikler				
Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmetler	10.12.2019	İstanbul	Kongre	>
Dijital Sosyal İnovasyon	13.12.2019	Yalova	Konferans	>
Yaşlılık ve Sosyal Hizmet	15.01.2020	Bandırma	Sempozyum	>
Sosyal Hizmet ve Belediyeler	15.01.2020	Ankara	Panel	>
Dijital Sosyal İnovasyon	20.01.2020	Bursa	Eğitim	>
Dijital Sosyal İnovasyon	20.01.2020	Kütahya	Vaka Çalışması	>

Günümüze en yakın tarihe göre sıralanmış, etkinlik tarihini, türünü, düzenleyici kuruluş bilgisini ve etkinliğin nerede yapılacağını belirten kısa bir CTA (Call to Action) ile kullanıcıların dikkatine sunulabilir. CTA bileşenler, kullanıcılara özet bilgi vererek onlara detaylarını görmeleri için istek uyandıracak yönlendirmelerdir. Etkinliğin detaylarına ulaşmak isteyen kişiler farklı bir sayfada etkinliğin detaylarına ulaşabileceklerdir.

Tablo 22. Etkinlik Detayları

- 1- Etkinliğin Adı
- 2- Etkinlik Tarihi
- 3- Düzenlendiği Yer
- 4- Düzenleyen Kuruluş
- 5- Etkinlik İçeriği
- 6- Etkinliğe İlişkin Web Sitesi Bilgisi

- 7- Etkinliğe İlişkin Adres Bilgisi
- 8- Etkinliğe İlişkin E-Posta Adresi Bilgisi
- 9- Etkinliğe ve Düzenleyen Kuruluşa Ait Görseller

Şekil 17. Etkinlikler Detay Bilgi Ekranı

Etkinlikler

Belli Ölçülerde Görsel veya Banner Alanı

İş Geliştirme Seminer Serisi#31

Etkinlik İçeriği

Kimler katılmalı?

- İş fikrini hayata geçirme konusunda belirsizlik yaşayanlar
- İş fikri arayan ve kendi girişimini hayata geçirmek isteyen
- Yaşadığı ya da gördüğü bir problemi girişim ile çözmek isteyen
- Geliştireceği ürün için sürdürülebilir ticari model oluşturmak isteyen
- Hayata geçireceği girişim ile çevresine ve dünyaya değer sunmak isteyen

İş Geliştirme Seminer Serisi'nde ne öğrenilecek?

- Teknoloji girişimlerinin nasıl ticarileşeceği
- Bir teknoloji girişimi kurmadan önce, esnasında ve sonrasında bilinmesi gerekenler
- Başlangıç aşamasındaki teknoloji girişimlerine yatırım ve risk sermayesinin nasıl çalıştığı

Etkinlik Tarihi: 6 Kasım 2019

Etkinlik Mekanı:
İTÜ Ayazağa Kampüsü, ARI 3 Binası, -2.Katta İTÜ Çekirdek Seminer Salonu

Organizasyon:
İTÜ Çekirdek | Erken Aşama Kuluçka Merkezi

ITUÇEKİRDEK

cekirdek@ariteknoent.com.tr

[Etkinlik Sitesine Git](#) ➔

Sosyal Hizmetler İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Sosyal hizmet alanı ile ilgili yapılmış projeler, bu alanda yazılmış tezler, yapılan sosyal inovasyonlar, dijital sosyal inovasyonlar ve girişimler ve ürünlerin bilgileri bu modülde verilebilir.

K3 özel girişimlerin çalışmalarının da bu uygulamada tanıtılabileceğini belirtmiştir. Sosyal Hizmetlerle ilgili yapılan çalışmaların gösterileceği modül bu öneri ile şekillenmiştir.

Büyük şirketlerin şu anda yönettiği sosyal inovasyon projeleri orada tanıtılabilir. (K3, 2019)

Özet bilgiler verildikten sonra bunları detaylıca incelemek isteyenler için ilgili kaynağa yönlendirme yapılabilir. Sosyal hizmetlerin geliştirilmesi amaçlı yapılan çalışmalar 6 ana türde toplanabilir. İleride çalışma türlerini artırıcı çalışmalar yapılabilir.

Tablo 23. Çalışma Türleri

- 1- Proje
- 2- Makale
- 3- Tez
- 4- Bildiri
- 5- Sosyal İnovasyon Örnekleri
- 6- Dijital Sosyal İnovasyon Örnekleri

Şekil 18. Sosyal Hizmet Çalışmaları Ekranı

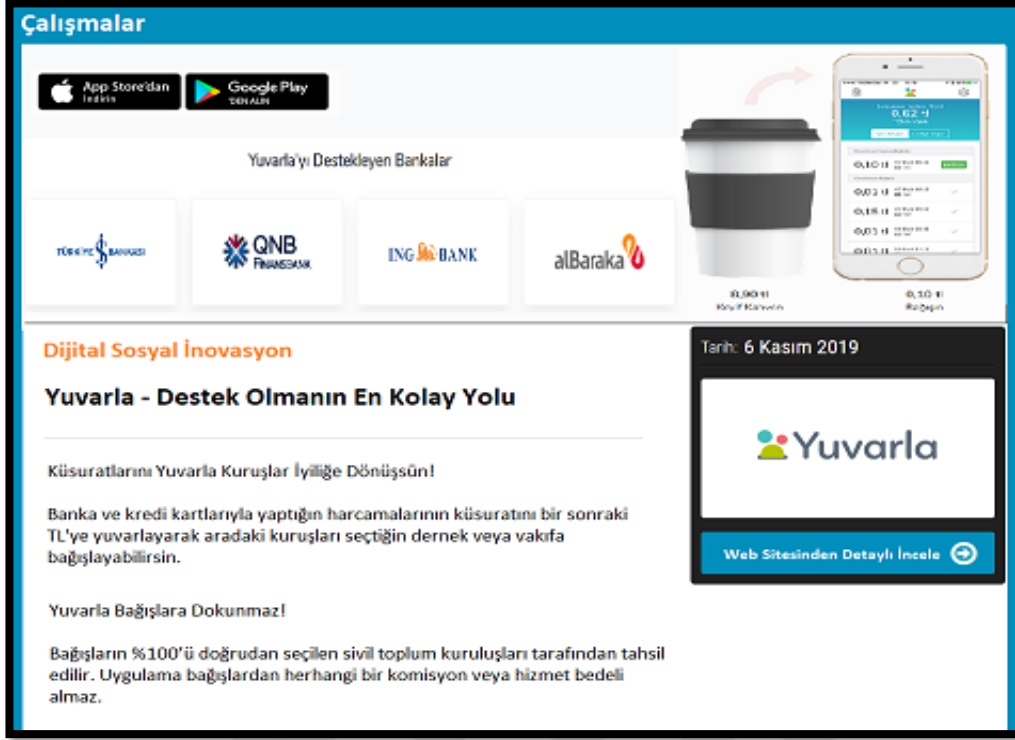
Çalışmalar			
Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmetler	Proje	10.12.2019	>
Dijital Sosyal İnovasyon	Makale	13.12.2019	>
Yaşlılık ve Sosyal Hizmet	Tez	15.01.2020	>
Sosyal Hizmet ve Belediyeler	Bildiri	15.01.2020	>
Dijital Sosyal İnovasyon	Sosyal İnovasyon	20.01.2020	>
Dijital Sosyal İnovasyon	Dijital Sosyal İnovasyon	20.01.2020	>

Kullanıcı detaylarını görmek istediği çalışmayı seçer. Alt detaylarda çalışmanın başlığı ve açıklama alanı olabilir. Açıklama alanın ve verilebilecek web sitesi bağlantısı ile ilgili kaynağa gidip daha detaylı inceleme yapabilir.

Tablo 24. Çalışmanın Alt Detayları

- 1- Başlık
- 2- Çalışma Türü
- 3- Açıklama
- 4- Tarih
- 5- Çalışma Türü
- 6- Organizatör ve Çalışma Görselleri

Şekil 19. Sosyal Hizmet Çalışmaları Detay Bilgi Ekranı



Sosyal Hizmetler İş İlanları

Sosyal hizmetler alanı uygulamalı bir alandır. Dezavantajlı birey ve gruplarla çalışmalar yaptığı ve onların topluma kaynaşması amaçlandığı için, bu kaynaştırma görevini de yerine getirecek profesyonellere ihtiyaç bulunmaktadır. Sosyal hizmetlerin ihtiyacı olduğu insan kaynağı üniversiteler ve ilgili kuruluşlar tarafından sağlanmaktadır. İş ve işçi bulma ile ilgili devletin ve özel sektörün birçok kuruluşu olmasına rağmen sosyal hizmetler özelinde ve sadece bu alana hizmet veren platformların yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu boşluğu doldurması amaçlı sosyal hizmetler iş ilanları modülü geliştirilebilir. Bu modülde sosyal hizmet personelleri, sosyal destek sağlayan işçiler ve bakım konusunda yardımcı personellerle sosyal hizmet işverenleri bir araya getirilebilir. Sosyal hizmetlerde ara eleman ihtiyacı her zaman olacaktır ki ara elemanların kolayca iş arayabilmeleri sosyal hizmetlerin gelişimi açısından oldukça önemlidir.

Hem işverenlerin çalışan arama kriterlerince işçi bulması hem de iş arayanların iş bulma kriterlerince kendilerine çalışma sahası bulmaları beklenmektedir. İş beklentisi içerisinde olan kişiler nasıl bir iş beklediklerinin kriterlerini standartlara göre belirleyebilir. İşverenler de iş arayışındaki kişiye aradığı iş fırsatını sunabilir. Bireyler kendi hikâyesini metinsel veya kendi çektiği video ile anlatabilir.

Tablo 25. Çalışan Arama Kriterleri

- 1- İl
- 2- Şirket Adı
- 3- Şirket Sektörü
- 4- Pozisyon Bilgisi
- 5- Genel Nitelikler
- 6- İş Tanımı
- 7- Çalışma Şekli

-
- 8- Eğitim Düzeyi
 - 9- Engellilik Düzeyi
 - 10- Maaş Aralığı
 - 11- Çalışma Saatleri
-

Tablo 26. İş Arama Kriterleri

-
- 1- İl
 - 2- Pozisyon Bilgisi
 - 3- Şirket Sektörü
 - 4- Çalışma Şekli
 - 5- Eğitim Düzeyi
 - 6- Engellilik Düzeyi
 - 7- Maaş Beklentisi
 - 8- Çalışabileceği Saat Aralığı
 - 9- Görsel
 - 10- Benim Hikâyem- Metin
 - 11- Benim Hikâyem- Video
-

Sosyal Yardımlar ve Bağış

Bu modülde sosyal yardım toplayabilen sivil toplum kuruluşları ile çalışıp onların sistemlerine entegre olup online bağış yapabilme imkânı getirilebilir. Burada bağış yapmak isteyenlerin konu bazında ve hangi dezavantajlı gruplar için bağış yapmak istedikleri önem arz etmektedir. Bu nedenle sosyal desteğe ihtiyacı olan birey/gruplar bazında ve kurum bazında seçimler yapılabilmelidir. Ayrıca hangi dezavantajlı birey/gruba bağış yapmak istenirse bu grupları filtreleyip, gelen sosyal yardım kuruluşlarına bağışta bulunulabilir. Proje bazlı desteklerde de hangi kuruluşların, hangi dezavantajlı grup için hangi hedefli projeleri olduğu görülebilir. Bu sayede proje bazlı bağışlar da yönlendirilebilecektir.

Tablo 27. Sosyal Yardımların Detayları

-
- 1- Sosyal Yardım Kuruluşu
 - 2- Sosyal Yardım Kuruluşu Logosu
 - 3- Hizmet Verdiği Sosyal Hizmet Alanları
 - 4- Dezavantajlı Birey/Grup Bazlı Bağış
 - 5- Bağış Tutarı
 - 6- Proje- Başlık
 - 7- Proje Görselleri
 - 8- Proje Açıklaması
 - 9- Projede Destek Verilen Birey/Gruplar
-

Araştırma katılımcılarından K4, yardım arayan ile yardım etmek isteyenlerin kitlesel fonlama şeklinde buluşturulabileceği bir fonksiyonun yer alabileceğini şu şekilde anlatmıştır;

Türk insanında bir yardım yapma isteğini doğurabilmeniz için gerçekten bir şeye şahit olması gerekiyor. Ben de şöyle bir şey dedim; her gün 3 tane olur, 6 tane olabilir, kampanya çıkaracaklar ve bu kampanyaları yönetecek bir ekip olacak. Bu kampanyalar; mesela ilik nakli olması lâzım 125 bin lira ihtiyacı var ameliyat için... Bu gerçekten incelenmiş, sağlık raporu incelenmiş olan hastaneye gidecek. Bu arada paradan bahsediyorum, kişiler yok... Ya da birisinin ameliyat olması lâzım, ameliyat Türkiye'de yapılamıyor. Amerika'ya gidecek, Amerika'da ameliyat olacak, onun masrafları falan vs. Ya da bacağı kopmuş, bacağının bir proteze ihtiyacı var, 5 bin TL gibi kampanyalar... Ve işin güzelliği şu; ben birisine 500 lira vermek, 1000 lira vermek yerine 500 kişiye bir lira vermeyi tercih ediyorum. Bir anda 250 bin kişi girdi sadece bir tuşa basıyorsun ve 3 dakika içinde basman gerekiyor. 1 ila 5 TL arasında yardım yapabiliyorsun. Öyle büyük yardım yok. Önemli olan çok insan tarafından o yardımın toplanabilmesi. Yani bir kişinin 200 bin lira vermesi ile 200.000 kişinin bir lira vermesi çok farklı bir olay. Ve sonra sana rapor geliyor ve

nasıl kitlesel fonlamada başta hedeflenen bütçeye ulaşıldığında proje kapanıyor, bunda da öyle. Ve sonra bir bakıyorsun bir buçuk ay sonra vatandaş ameliyat olmuş, bacağı takılmış ya da göz nakli yapılmış artık görmeye başlıyor. Video çekiyorsun ve sadece yardım yapan insanlara bu videoyu gönderdiğini düşün o gözün görmesinde senin de bir desteğin, vesilen, katkı oluyor. Düzenli, her gün bir hikâyeye dokunuyorsun. (K4, 2019)

Bu açıklamaların da yönlendirmesi ile sosyal yardım ve bağış modülünde 2 dakikalık kısa video ve problemi/ihtiyacı kısaca belirten metin ile olay bazlı sosyal yardım veya bağış toplama yapılabilir. Örneğin; bir akülü sandalye ihtiyacı olan birisi talebini video ile iletebilir. Omurilik Felçlileri Derneği ile ortaklaşa yürütülecek bir proje ile bağış yapmak isteyenler, videodaki ihtiyacını anlatan bireyin ihtiyacını karşılamak için Omurilik Felçlileri Derneği üzerinden bağış yapabilirler. Bu noktada bağış kabulü ulaşmak istenen paraya geldiğinde otomatik kesiliyor ve bunun iletişiminin platformda yapılıyor olması gerekmektedir. Bağış yapan ile bağış alanı buluşturma işlemi; konu özelinde ilgili Devlet'in akredite ettiği bir kurum aracılığı ile kayıt altında ve makbuzlu bir şekilde yapılması önemlidir. Bu proje "Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı"nın mutlaka denetimi altında olmalıdır.

Sosyal Ürünler

E-ticaretin gelişmesi ile uluslararası ve ülke (Türkiye) genelinde birçok pazar yeri sitesi ortaya çıkmıştır. N11, Gittigidiyor, Alibaba, Shopify, Amazon, epttvm gibi online pazar yerleri açıldığında alışveriş çok daha kolay ve hızlı hale gelmiştir. Tematik satış siteleri ile ne aradığını bilen birey veya gruplar için günümüz pazar yerleri karmaşık görünmektedir. Bu nedenle görme engelliler için lazerli konuşan baston, yürüme engelliler için elektrikli veya manuel tekerlekli sandalye, işitme cihazları, GPS ile otistik engelli veya Alzheimer hastalarının takibinin yapılabilmesi gibi sosyal inovatif ürünlerin bulunabileceği bir pazar yerinin boşluğu görülmektedir. Bu boşluğu doldurmak üzere sosyal ürünleri ile ilgili bilgilendirme yapan, nereden alınabileceğini gösteren veya direkt buradan satışının yapılacağı "sosyal ürünler" modülü oluşturulabilir.

Tablo 28. Sosyal Ürün Detay Bilgileri

- 1- Ürün Başlığı
- 2- Ürün Açıklaması
- 3- Ürün Görselleri
- 4- Ürün Videosu
- 5- Ürün Yorumları
- 6- Ürün Beğenisi
- 7- Ürün Fiyatı
- 8- Stok Adedi
- 9- Sosyal Hizmet Alanı
- 10- Dezavantajlı Birey/Grup
- 11- Başkası İle Paylaş
- 12- Sıralama
- 13- Filtreleme

Uygulamada göçmenlere, ülkede bulunan yabancılara da destek verilebilmesi için en az 3 farklı yabancı dilde hizmet sunabilmesi önemlidir. Bu anlamda K15'in şu şekilde ifadeleri yönlendirici olmuştur;

Çoklu dil desteği çok önemli. Göçmenler var, bu kişilerin belli yerlere erişimi için dil desteğine ihtiyaçları var. Bir bilgi platform olabilir. Basit ama anlaşılabilir olması gerekiyor. Herkesin girdiğinde ne yapması gerektiğini net olarak anlayabilmesi gerekiyor. (K15, 2019)

Uygulamanın kontrolünün sivil bir inisiyatiften çok kamu elinde olması gerektiği konusunda K2'nin önemli yönlendirmeleri olmuştur.

Ben özel bir girişim olmaması gerektiği yönünde bir öneride bulunmak isterim. Yani bence bu bir özel bir girişim olmamalı. Bence bu devlete önerilmesi gereken bir şey. Çünkü özel girişim içerisine girdin mi Türkiye'de olay cemaatlara, vakıflara, vakıfların içine giriyor. Olmuyor yani. Yani insani şey girmemesi gerekiyor. Bunun tamamen devlet otoritesinde, bu sistemi regüle eden, düzenleyen, aynı zamanda ihdas eden yani dağıtan otorite olması lâzım. (K2, 2019)

Bu anlamda sosyal destek uygulamasının Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın inisiyatifi ile E-devletten de erişilebilecek şekilde ayrı bir uygulama olarak konumlandırılmasının anlamlı olacağı değerlendirilmektedir.



KAYNAKÇA

- Anania, L. ve Passani A. (2014). A Hitchiker 's Guide to Digital Social Innovation. *20th ITS Biennial Conference*. Rio de Janeiro <http://hdl.handle.net/10419/106838> Erişim Tarihi: 04.07.2019
- Anderson T., Curtis A. ve Wittig Clauida. (2014). Definition and Theory in Social Innovation. *Master of Arts in Social Innovation*. Danube University. Krems.
- Arslanhan S. ve Kurtal Y. (2010). *Güney Kore inovasyondaki başarısını nelere borçlu? Türkiye için çıkarımlar*. TEPAV Politika Notu.
- Aswb, (2015). *Regulation and Standards Committee Report*. Association of Social Work Boards <https://www.aswb.org/members/annual-meeting/official-actions/regulation-and-standards-committee-report/> Erişim Tarihi: 04.07.2019
- Ateş, M. (2017). Sosyal İnovasyon ve Türkiye: Potansiyeli, Dinamikleri ve Sosyal İnovatif Çalışmaları Desteklemede Devletin Rolü. *Doktora Tezi*. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Politika Anabilim Dalı. Ankara.
- Babbie, E. ve Mouton, J. (2010). *The Practice of Social Research*. Cape Town: Oxford University Press.
- Beck, U., Giddens, A. Ve Lash, S., (1994). *Reflexive modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Stanford: Stanford University Press.
- Bellini, F., Passani, A., Klitsi, M. ve Vanobbergher. (2016). Exploring the Impact of Collective Awareness Platforms for Sustainability and Social Innovation. *Eurokleis Press: Rome*.
- Blokchain Türkiye, (2019). *Toplumsal Sorunların Çözümünde Blokzinciri ve Hayal Kırıklığı* <https://bctr.org/toplumsal-sorunlarin-cozumunde-blokszinciri-ve-hayal-kirikligi-12228/> Erişim Tarihi: 04.11.2019
- Blumer, Herbert. (1962). Sembolik Etkileşim Olarak Toplum. *In Human Behavior and Social Process: An Interactionist Approach*. Edited: Arnold M. Rose. Houghton-Mifflin.
- Bock, J. A., Frydrych D., King T. ve Koeck B. (2014). *Exploring Entrepreneurial Legitimacy in Reward-based Crowdfunding Venture Capital*. (247 – 269)
- Boelman, Kwan, Lauritzen, Millard ve Schon (2014). Growing Social Innovation: A Guide For Policy Makers. A Deliverable of The Project: “The Theoretical, Empirical and Policy Foundations For Building Social Innovation in Europe” (Tepsie). *European Commission – 7th Framework Programme*. Brussels: European Commission Dg Research.
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu P., Chamboredon J.C. ve Passeron J.C. (1991). The Craft of Sociology: Epistemological Preliminaries, İng. Çeviren: R.Nice. New York ve Berlin.
- Bozkurt, Ö. (2015). Sosyal Hizmet İşletmelerinde Yenilik Yönetimi. Süleyman Demirel Üniversitesi *Vizyoner Dergisi Sosyal Hizmet Özel Sayısı*. (89-106).
- Bria, F. (2012). *Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe*, Nesta, EU, DOI: 10.2759/448169.
- Bria, F. (2014). *Digital Social Innovation Interim Report*. Nesta. European Union.

- Bria, F. ve Baeck P. (2014). *Digital Social Innovation: What It is and What We Are Doing?* Nesta.
- Capssi, (2017). *Digital Social Innovation Manifesto*. <https://www.dsimanifesto.eu/manifesto/> Erişim Tarihi: 21.06.2019
- Capssi, (2018). Connected Technologies For Social Good. *Caps Magazine*. https://capssi.eu/wp-content/uploads/CAPSmagazine_2018_web.pdf Erişim Tarihi: 15.11.2019
- Carter, Michael J. ve Celine Fuller. (2015). Sembolik Etkileşimcilik. *Sociopedia*. DOI: 10.1177 / 205684601561
- Chesbrough, H. W., Vanhaverbeke W., ve West J. (2006). *Open Innovation: Researching A New Paradigm*. Oxford: Oxford University Press.
- Ciriello, R., Richter, A. & Schwabe, G. (2018). *Digital Innovation*. *Bus Inf Syst Eng* 60, (563-569) <https://doi.org/10.1007/s12599-018-0559-8>
- Coleman, N. (2011). E-Social Work: A Preliminary Examination of Social Services Contact Centres. *Doktora Tezi*. Department of Health and Social Studies at University of Warwick.
- Coser, L. A. (1964). Durkheim's Conservatism and Its Implications for His Sociological Theory. *In Essays on sociology and philosophy*. Harper & Row. (211-232). New York.
- Cox, E. (2001). Community Practice Issues in The 21st Century: Questions and Challenges For Empowerment-Oriented Practitioners. *Journal of Community Practice*. 9(1). (37-55).
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., ve Hanson W. E. (2003). Advanced Mixed Methods Research Designs. *Handbook of Mixed Methods In Social and Behavioral Research*. (209-240).
- Çerçi, Ü. Ö. (2019). Sosyal İnovasyonun Kurumsal İmaja Etkisi. *Doktora Tezi*. T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı. Konya.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Deloitte, (2018). *Digital Banking Maturity*. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/AboutDeloitte/central-europe/ce-digital-banking-maturity-study-emea.pdf?nc=1> Erişim Tarihi: 19.11.2019
- Dey, I. (2003). *Qualitative Data Analysis: A User Friendly Guide For Social Scientists*. Routledge.
- Doan, A., Ramakrishnan R. Haley A. Y. ve Alon Y. H. (2011). Crowdsourcing Systems on the World-Wide Web. *Communications of Teh ACM*. (54:4). (86-96).
- Drucker, P. F. (2002). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*. 80(8). (95–100, 102-148).
- Duyan, V., Sayar Ö.Ö., ve Özbulut M. (2008). Sosyal Hizmeti Tanımak ve Anlamak. (170-187) *Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği*. Ankara
- Duyan, V. (2010). Sosyal Hizmet Temelleri, Yaklaşımları ve Müdahale Yöntemleri. *Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği*. Ankara
- Edwards, S. M. E., Matti, C. E. ve Alcántara E. (2012). Fostering Quality of Life through Social Innovation: A Living Lab Methodology Study Case. *Review of Policy Research*. (29:6). (672-692).

- Elçi, Ş., (2007). *İnovasyon: Kalkınma ve Rekabetin Anahtarı*. İstanbul: Technopolis Group.
- Erbil, C. (2015). İşletmelerin İnovasyon Sürecinde Sosyal Fayda Yaratma Becerileri: Sosyal İnovasyon Çerçevesinde Örnek Bir Uygulama. *Doktora Tezi*. T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Konya.
- Eren, H. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi. *Doktora Tezi*. Kara Harp Okulu Komutanlığı Savunma Bilimleri Enstitüsü Teknoloji Yönetimi Anabilim Dalı. Ankara.
- European Commission Report (1995). Green Paper on Innovation. *Supplement 5/95*. Luxembourg
- European Commission Report (2006). Putting knowledge into practice: A broad-based innovation strategy for the EU. *Communication From The Commission To The Council, The European Parliament, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions*. Brussels
- Finn, J. ve Barak, A. (2010). A Descriptive Study of E-Counsellor Attitudes, Ethics and Practice. *Counselling and Psychotherapy Review*. 24(2). (268-277).
- Forbes, H. ve Schaefer D. (2017). Social Product Development: The Democratization of Design. Manufacture and Innovation. *27th CIRP Design Conference*. DOI: 10.1016/j.procir.2017.02.029
- Fransman M. (2014). Models of innovation in Global ICT Firms: The emerging global innovation ecosystems. *JRC Scientific and Policy Reports – EUR 26774 EN*. Seville: JRC-IPTS
- Gaggioli, A. (2017). Digital social innovation. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(11), (723-723).
- Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research policy*. 43(7), (1239-1249).
- Giddens, A. (1999). Toplumun kuruluşu: Yapılaşma kuramının ana hatları. (Çev. Hüseyin Özel). *Bilim ve Sanat Yayıncılık*. Ankara.
- Godin, B. (2017). Critical Studies of Innovation: Alternative Approaches to the Pro-Innovation Bias. Vinck, Dominique, eds. Edward Elgar. Cheltenham.
- Graziano, V., Romano Z. ve Cangiano S. (2018). *What is (Not) Digital Social Innovation?* <https://digitalsocial.eu/blog/90/> Erişim Tarihi: 15.05.2019
- Gregory V. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*. Volume:28(2). (118-144). <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>.
- Grimm, R., Fox, C., Baines, S. ve Albertson K. (2013). Social Innovation, an Answer to Contemporary Societal Challenges? Locating The Concept In Theory and Practice. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 26 (4). (436-455).
- Guba, E. G. ve Lincoln, Y. S. (1988). Do Inquiry Paradigms Imply Inquiry Methodologies. *Qualitative Approaches to Evaluation In Education*. (89-115).
- Güven, T. (2019). Sosyal Yenilikçiliğin Ürün İlgilenimi Üzerine Etkisi (Çevreçi Tüketiciler ve Çevre Dostu Ürünler Üzerinde Bir Araştırma). *Doktora Tezi*. T.C. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Erzurum.
- Habermas, J. (1971). Knowledge and Human Interests. Beacon Press. Boston.

- Habermas J. (1973). *Theory and Practice*. İng. Çeviren: J. Viertel. Beacon Press. Boston.
- Habermas, J. (1974). *Towards a rational society: student protest, science and politics*, Beacon Press. Boston.
- Haberstroh, S. (2009). Strategies and Resources For Conducting Online Counseling. *Journal of Professional Counseling: Practice, Theory and Research*. 37(2). (1–20).
- Halaç, D. S., H. Eren ve Ç. Bulut. (2014). *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 32 (1). (165-190).
- Hammersley, M. ve Traianou, A. (2012). *Ethics In Qualitative Research: Controversies and Contexts*. London: SADE Publication.
- Heiskala, R. (2007). Social innovations: Structural and power perspectives. *Social Innovations, Institutional Change and Economic Performance*, Chapter 3, (52-79). Edward Elgar Publishing.
- Helmut K. A., Krlev G. ve Mildenerberger G. (2019). *Social Innovation Comparative Perspectives*. Routledge, New York
- Hodgson, G. M. (2008). An institutional and evolutionary perspective on health economics. *Cambridge Journal of Economics*. 32 (2). (235-256).
- Holloway I. ve Wheeler S. (1996). *Qualitative Research For Nurses*. Oxford: Blackwell Science Yayınları.
- Horkheimer, M. ve Adorno, T. (1969). *Dialectic of Enlightenment*. Continuum. New York.
- Howaldt, J., Butzin, A., Domanski, D., ve Kaletka, C. (2014). Theoretical Approaches to Social Innovation - A Critical Literature Review. *A deliverable of the project: 'Social Innovation: Driving Force of Social Change' (SI-DRIVE)*. Sozialforschungsstelle. Dortmund.
- Howaldt, J., Kopp, R. ve Schwarz, M. (2015). *On the theory of social innovations: Tarde's neglected contribution to the development of a sociological innovation theory*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Howaldt, J. ve Schwarz, M. (2016). Social innovation and it's relationship to social change: Verifying existing Social Theories in reference to Social Innovation and its Relationship to Social Change. *SI-DRIVE Social Innovation: Driving Force of Social Change*. TU Dortmund University. European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no 612870.
- Hubert, A. (2011). *Empowering People, Driving Change. Social Innovation in the EU*. Luxemburg: Oficiul pentru Publicatii al Uniunii Europene.
- Hughes, E. C. (1936). *The ecological aspect of institutions*. *American Sociological Review* 1 (2). (180–189).
- Ifsw, (2000). *International Federation of Social Workers* <https://www.ifsw.org/what-is-social-work/global-definition-of-social-work/> Erişim Tarihi: 04.07.2019
- Jacobsen, V., Fursman, L., Bryant, J., Claridge, M. & Jensen, B. (2004). Theories of The Family and Policy. *New Zeland Treasury Working Paper* 04(02). Ch:4. (25-34).
- Jenson, J. ve Harrison, D. (2013). Social innovation research in the European Union: Approaches, findings and future directions. *Policy Review*. https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/social_innovation.pdf.

- Jourdain, A. ve Naulin S. (2016). Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları, *İletişim Yayıncılık A.Ş.* İstanbul.
- Langer A., Günther S. ve Diğerleri, (2013). Theoretically Informed Case Studies. *Innoserv, The 7th Framework Programme of European Union*. Germany.
- Ionescu, C. (2015). About The Conceptualization of Social Innovation. *Theoretical and Applied Economics Volume XXII*. 3(604). (53-62).
- Kaletka, C. ve Pelka B. (2015). (Digital) Social Innovation through Public Internet Access Points. TU Dortmund University. Dortmund. http://www.simpact-project.eu/publications/scientific/Pelka_Kaletka_DSI.pdf Erişim Tarihi: 05.09.2018
- Karnani, A. G. (2006). Fortune at the bottom of the pyramid: a mirage. How the private sector can help alleviate poverty. *Ross School of Business, Paper No:1035*.
- Kıray, M. (2000). Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme. *Bağlam Yayıncılık*. İstanbul.
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Contractor, N. S. (2019). Seniors' usage of mobile social network sites: Applying theories of innovation diffusion and uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 90, 60-73. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.046>
- Krefting, L. (1991). Rigor in qualitative research: The Assessment of Trustworthiness. *American Journal of Occupational Therapy*. 45(3). (214-222).
- Krlev, G. (2018). *Measuring social impact: The conceptual and empirical advance-ment of an emergent concept (DPhil Dissertation)*. University of Oxford, Oxford.
- Landon P.S. ve Feit M. (1999). Generalist social work practice. Eddie Bowers Publishing. Iowa.
- Latané, B. (1981). *The psychology of social impact*. *American Psychologist*, 36(4), 343-356. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.36.4.343>
- Latour, B. (2007). Reassembling the social. Oxford: Oxford University Press.
- Latour, B. (2010). Eine neue Soziologie für eine neue Gesellschaft. Einführung in die Akteur-Netzwerk-Theorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Maynard, A. D. (2015). Navigating the Fourth Industrial Revolution. *Nature Nanotechnology*. (10). (1005-1006) <https://www.nature.com/articles/nnano.2015.286> Erişim Tarihi: 04.07.2019
- Mecirus, *The Digitalization of Prosthetics and Orthotics*. <https://www.mecuris.com/?lang=en> Erişim Tarihi: 15.11.2019
- Meder M. ve Çeğin G. (2011). Bourdieu'yü Okumak: Post-Pozitivist Bir Sosyolojinin İmkânı Üzerine. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2011 10(1). ISSN:1303-0094. (233-256)
- Millard, J. ve Carpenter G. (2014). Digital Technology In Social Innovation: A Synopsis. *TEPSIE*. Denmark.
- Moore, Wilbert E. (1960). A reconsideration of theories of social change. *American Sociological Review*. 25 (6): (810-818).
- Mulgan, G. (2006). The Process of Social Innovation. 1 (2). (145-162) *International Forum on Social Innovation*. www.ifs-i-conferences.com Erişim Tarihi: 18/06/2019

- Mulgan, G. (2012). Social Innovation Theories: Can Theory Catch Up with Practice?. In Franz Hans-Werner, Hochgerner Josef, Howaldt Jürgen (Eds.), *Challenge Social Innovation* (19-42). Springer-Verlag. Berlin.
- Mulholland, A. (2014). Internet of Things – No, it’s the Internet of Services. *Constellation Research* <https://www.constellationr.com/blog-news/internet-things-no-it-s-internet-services> Erişim Tarihi: 03.07.2019
- Mulroy, E. A. ve Shay, S. (1997). Nonprofit Organizations and Innovation: A Model of Neighborhood-Based Collaboration to Prevent Child Maltreatment. *Social Work*. 42(5). (515-524). Doi: 10.1093/sw/42.5.515.
- Mumford, M. (2002). *Social Innovation: Ten Cases From Benjamin Franklin*. Creativity Research Journal. 14. 253-266. 10.1207/S15326934CRJ1402_11.
- Müftüler, H.G., (2019). Parsons Sistem Teorisi Açısından Kuşaklar Arası İlişkilerde Çatışma ve Dayanışma. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*. ISSN: 2602-3393
- Murray, R., Caulier-Grice, J. ve Mulgar, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. London: Young Foundation/NESTA.
- Mükemmeliyet Merkezi, (2012). *Kamu Kurumlarında İnovasyon: Kamu Kurumlarında İnovasyonun Gelişmesinde Etkili Olan Faktörlerin Analizi ve İnovatif Örgütsel Modellerin Geliştirilmesi*. İstanbul
- Nandan, M., London M. ve Goodley T. B. (2014). *Social Workers as Social Change Agents: Social Innovation, Social Intrapreneurship and Social Entrepreneurship*. Kennesaw: Kennesaw State University Faculty Publications.
- Nesta, (2015). *Digital Social Innovation Toolkit* by DSI4EU. <https://dsi4eu.github.io/toolkit/> Erişim Tarihi: 07.09.2018
- Neuman, W. L. (2009). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar Cilt 1*. (Çev.: Sedef Özge). İstanbul: Yayın Odası.
- Nicholls, A. ve Murdock A. (2012). *The Nature of Social Innovation. Social Innovation Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*. (1-30).
- Nlsaw, (2010). *Electronic Social Work Practice*. Newfoundland & Labrador Association of Social Workers https://nlasw.ca/electronic_social_work_practice_criteria_for_RSW_in_NL Erişim Tarihi: 04.07.2019
- Nlsaw, (2012). *Standards For Technology Use In Social Work Practice*. St. Johns. Canada.
- Nlsaw, (2018). *Standarts of Practice for Social Workers in Newfoundland and Labrador*. Newfoundland & Labrador Association of Social Workers http://www.nlasw.ca/sites/default/files/inline-files/Standards_of_Practice_0.pdf Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Oecd/Eurostat, (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. 4th Edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Oecd, (2013). “Knowledge networks and markets”. *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*. (7). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5k44wzw9q5zv-en>.

- Ogburn, W. F. (1922). *Social change: With respect to culture and original nature*. New York: Viking Press.
- Özdemir, F. ve İ.M. Ar. (2015). *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*. 4 (1). (17-43).
- Özdemir, F. (2017). Sosyal Yenilik Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Geliştirme ve Bulanık Çok Kriterli Karar Verme Model Önerisi. *Doktora Tezi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Bilim Dalı. Trabzon.
- Özmete, E. (2013). Sosyal Hizmet ve İnovasyon. *Biz Bir Aileyiz Dergisi*. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayını. 1(4).
- Özmete, E. ve Akgül Gök F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*. 26(2). (127-143).
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. New York: The Free Press.
- Parsons, T. (1967). *Sociological Theory and Modern Society*. New York: The Free Press.
- Passani, A., Spagnoli, F., Prampolini, A., Firus, K., Van Der Graaf, S. ve Vanobberghen, W. (2014). *IA4SI Methodological framework – First version. A deliverable of the project “IA4SI – Impact assessment for Social Innovation”*. European Commission – 7th Framework Programme.
- Passani, A. ve De Rosa S. (2018). *ChiC D.3.5: CAPS Good Practices Report- Final version* https://capssi.eu/wp-content/uploads/ChiC_D.3.5_CAPS_Good_Practices_Report-Final_version.pdf Erişim Tarihi: 16.11.2019
- Perron, B. E., Taylor H. O., Glass J. E. ve Leys J. M. (2010). Information and Communication Technologies in Social Work. *Advances in Social Work*. 11(1). (67-81).
- Phillips, Wendy & Lee, Hazel & Ghobadian, Abby & O'Regan, Nicholas & James, Peter. (2015). Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review. *Group & Organization Management*. 40. 10.1177/1059601114560063.
- Pol, E. ve Ville, S. (2009). Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term? *The Journal of Socio-Economics*. 38. (878-885). Doi: 10.1016/j.soc
- Prahalad, C. K. (2004). *The fortune at the bottom of the pyramid: eradicating poverty through profits*. Pearson Prentice Hall. New York.
- Reamer, F. G. (2014). Clinical Social Work in a Digital Environment: Ethical and Risk-Management Challenges. *Clinical Social Work Journal*. 43(2).
- Resmî Gazete, (2019). *T.C. Cumhurbaşkanlığı Resmî Gazete Sayı:30928*. Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinde Değişiklik Yapılmasına Dair Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi (Kararname Numarası: 48) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191024-1.pdf> Erişim Tarihi: 26.10.2019
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations 4th Edition*. New York: The Free Press.
- Romer, P. (2005). *The Arc of Science*. Stanford University. <https://pdfs.semanticscholar.org/34d4/95682539fa3ccf4560306ee41eb74a535d64.pdf> Erişim Tarihi: 05.01.2019
- Salavou, H. (2004). The Concept of Innovativeness: Should We Need to Focus? *European Journal of Innovation Management*. 7(1). (33-44). <https://doi.org/10.1108/14601060410515628>

- Satı, E. Z., Karataş E.K., Özen Z., Koçoğlu F.Ö. ve Erol Ç. (2013). "E-Üniversite"ye Yolculuk. *Akademik Bilişim '13- XV. Akademik Bilişim Konferansı*. (344-349).
- Satı, E.Z. (2019). Kamu Sektöründe Stratejik Yönetimi Etkinleştirmede Açık İnovasyon 2.0: Türk Kamu Sektöründe Uygulanma Koşullarını Değerlendirme. *Strategic Public Management Journal Volume 5, Issue 10*, (31-53).
- Schmookler, J. (1966). *Invention and Economic Growth*. World: Harvard University Press. (113-115).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and The Business Cycle*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*. 7(2). (149-159).
- Skillsforcare, (2013). *Learning Technologies in Social Care: A Brief Guide For Learners*. United Kingdom <https://www.skillsforcare.org.uk/Documents/Learning-and-development/Learning-technologies/Learning-technologies-for-social-care-a-brief-guide-for-learners.pdf> Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Skillsforcare, (2015). *6 Reasons Why Information and Data is Important When Running A Successful Social Care Business*. United Kingdom <https://www.skillsforcare.org.uk/NMDS-SC-intelligence/Informatics/What-is-informatics.aspx> Erişim Tarihi: 05.07.2019
- Skillsforcare, (2016). *Core Digital Skills in Social Care*. Leeds. <https://www.skillsforcare.org.uk/Learning-development/ongoing-learning-and-development/core-skills/Core-skills.aspx> Erişim Tarihi: 05.07.2018
- Skinner, A. ve Zack, J. S. (2004). Counseling and the Internet. *American Behavioral Scientist*. 48. (434-446).
- Slattery, M. (2007). *Sosyolojide Temel Fikirler*. (Çev. Ü. Tatlıcan & G. Demiriz). Sentez Yayıncılık. Bursa.
- Sorokin, P. A. (1966). *Sociological Theories of Today*. Winchester: Renaissance
- Stebbins, R. A. (2001). *Exploratory Research in the Social Sciences*. 48. Sage.
- Tatar, B. Ş. (2018). Firmaların Sosyal İnovasyon Uygulamalarına İlişkin Tüketici Tutumlarının Ölçülmesine Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması. *Doktora Tezi*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. İstanbul.
- Taylor, J. B. (1970). *Introducing social innovation*. The Journal of Applied Behavioral Science 6 (1), (69-77).
- Topsakal, Y. (2017). Sosyal İnovasyon: Antalya Destinasyonunda Faaliyet Gösteren Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Doktora Tezi*. T.C. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Antalya.
- Tuncay, T. (2005). İnsani Hizmet Örgütlerinin Yönetiminde Bilişim Sistemleri. *Toplum ve Sosyal Hizmet*. 16. (125-145).
- Tuncay, T. (2010). E-Sosyal Hizmetler: İnsani Hizmetlerde Bilişim Teknolojileri Uygulamaları. *İzmir: 3. İleri Yaş Sempozyumu: "Kırılğan Yaşlı". 1.*
- Turner S. P. (2008). Sosyal Teori ve Sosyoloji: Klasikler ve Ötesi. *Küre Yayınları*. İstanbul

- Turner, J.H. (1991), “Constructivist Structuralism: Pierre Bourdieu”, The Structure of Sociological Theory, J.H. Turner (eds.) Wadsworth Publishing Company, Fifth Edition.
- Tyson, L. (2006). Critical Theory Today. Routledge. New York.
- Uysal, P. (2018). Türkiye’de Kırsal Kalkınmada Sosyal İnovasyon. *Doktora Tezi*. T.C. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler İktisat Anabilim Dalı. Antalya.
- Ünlü, S. (2017). Sosyal Strateji Geliştirme Sürecinde Sosyal İnovasyon Uygulamalarının Rolü: Yerel Yönetimler Üzerine Bir Model Önerisi. *Doktora Tezi*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı. İstanbul.
- Verhoef, P. B., Thijs B., Y., Bhattacharya, A., Dong, J., Fabian N., Haenlein, M. (2019). *Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda*. Journal of Business Research. 122. 10.1016/j.jbusres.2019.09.022.
- Voigt, C., Misuraca, G., Kucsera C. ve Lipparini, F. (2016). ICT-enabled Social Innovations in Social Services: Mapping the Evidence. *Conference for E-Democracy and Open Governement*. Austria.
- Walker, M. (2007). *Globalization 3.0. The Wilson Quarterly*. (16-24).
- Westall, A. (2007). How can innovation in social enterprise be understood, encouraged and enabled. *Office of the Third Sector*. London.
- Westley, F. ve Antadze, N. (2010). Making A Difference: Strategies For Scaling Social Innovation For Greater Impact. *Innovation Journal*. 15(2). (1-20).
- Whyte, W. F. (1961). The Social Theories of Talcott Parsons, A Critical Examination. In Max Black (Eds.), “Parsonian Theory Applied to Organizations”. New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice-Hall Inc. (244-267).
- Yeşilirmak, U. İ. (2010). Sosyal Yardım Alanında Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı: Örnek Model Sosyal Yardım Bilgi Sistemi. *Sosyal Yardım Uzmanlık Yeterlilik Tezi*. Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Yoo, C.S. (2015). *Moore’s Law, Metcalfe’s Law, and The Theory of Optimal Interoperability*. Colorado: Colorado University Press. <http://ctlj.colorado.edu/wp-content/uploads/2015/12/v2.Final-Yoo-11.25.15-JRD.pdf> Erişim Tarihi: 25.06.2019
- Zapf, W. (1989). *Über Soziale Innovationen*. Soziale Welt, 40(1–2), 170–183.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- Zeren, D. (2010). Mobil Hizmet İnnovasyonlarının Kabulü: Türkiye Örneği. *Doktora Tezi*. Türkiye Cumhuriyeti Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Adana.
- Zhang, Y. (2014). The Standard of ‘Civilisation’ Redux: Towards the Expansion of International Society 3.0? *Millennium*, vol. 42, no. 3,- *Journal of International Studies*. (674-696).
- Zoe O. ve Baden S. (1997). Gender and Empowerment: Definitions, Approaches and Implications for Policy. UK Bridge Development. Gender Report Number:40.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

https://capssi.eu/wp-content/uploads/CAPSMagazine_2018_web.pdf Erişim Tarihi: 15.11.2019

<https://www.nhs.uk/oneyou/apps/> Erişim Tarihi: 18.11.2019

<https://sinnhub.org/en/fundraising-strategies/#1488107433497-cf9c66bb-6701> Erişim Tarihi: 15.11.2019

<https://sidekickhealth.com/> Erişim Tarihi: 15.11.2019

<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> Erişim Tarihi: 16.11.2019

<https://trends.google.com.tr> Erişim Tarihi: 26.06.2019

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/collective-awareness> Erişim Tarihi: 20.06.2019

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_1150 Erişim Tarihi: 20.12.2020

https://eiuperspectives.economist.com/sites/default/files/Social_Innovation_Index.pdf? Erişim Tarihi: 15.12.2020

<https://www.nesta.org.uk/data-visualisation-and-interactive/european-digital-social-innovation-index/> Erişim Tarihi: 16.12.2020

EKLER

EK.1: Mülakat Formu

No	Yarı Yapılandırılmış Sorular	Alt Problem Bağlantısı
1	Sosyal İnovasyon kavramı ile ilgili neler söyleyebilirsiniz?	Farkındalık
2	Sosyal İnovasyona neden ihtiyaç vardır?	Farkındalık
3	Dijital Sosyal İnovasyon kavramı ile ilgili neler söyleyebilirsiniz?	Farkındalık
4	Dijitalleşmeye neden ihtiyaç vardır?	Farkındalık
5	Dünyadan ve Türkiye’den dikkatinizi çeken Sosyal İnovasyon örnekleri verebilir misiniz?	Farkındalık
6	Türkiye’de Sosyal İnovasyon uygulamaları yeterli midir?	Farkındalık
7	Ulusal Sosyal İnovasyon Sisteminde hangi paydaşlar, nasıl rol almalıdır?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
8	Hükümet’in Sosyal İnovasyon Stratejileri neleri içermelidir?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
9	İçinde bulunduğunuz organizasyonun Sosyal İnovasyon uygulamaları var mıdır?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
10	Sosyal İnovasyon uygulamalarının finansmanı için kimlere, ne gibi rol ve sorumluluklar düşüyor?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
11	Dijital Sosyal İnovasyon uygulamalarının ekonomiyeye yansımaları ile ilgili neler söylemek istersiniz?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
12	Dijital Sosyal İnovasyonlar için ne tür teşvikler olmalıdır?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
13	Toplumsal refaha katkı sunması açısından Sosyal Hizmetlerde ne tür Sosyal İnovasyon uygulamalarına ihtiyaç olduğunu düşünüyorsunuz?	Dörtlü sarmaldaki paydaşlarda sosyal inovasyon ve dijital sosyal inovasyon
14	Dünyada ve Türkiye’de bildiğiniz Dijital Sosyal İnovasyon örnekleri var mıdır, nelerdir?	Sosyal destek uygulaması ve içeriği
15	Türkiye’de bireylerin dijitalleşme ve dijital uygulama beklentisini nasıl değerlendiriyorsunuz?	Sosyal destek uygulaması ve içeriği
16	E-devlet platformunda hangi Sosyal İnovasyon uygulamaları yer alabilir?	Sosyal destek uygulaması ve içeriği
17	Sosyal Hizmetlere yönelik bir Dijital Sosyal İnovasyon ürünü olarak bir web sitesi yapılacaksa bu web sitesi neleri içermelidir?	Sosyal destek uygulaması ve içeriği

EK.2: CAPS PROJELERİ DETAYLI AÇIKLAMALAR

Proje Adı ve Zaman Aralığı	Açıklaması	Odağı	Web Adresi
CAPS2020 Ekim 2013 – Ağustos 2015	CAPS2020 projesi, Horizon 2020 bağlamında yıllık CAPS uluslararası Konferansı'nın organizasyonuna odaklandı. Büyük harflerle proje isimlerinin ortaya çıkışı ve çeşitliliği bağlamında, büyük harflere odaklanan yıllık uluslararası bir konferansın yapılması önemliydi.	Beraberindeki Önlemler	www.caps2020.eu
WEB-COSI Ekim 2013 – Aralık 2015	Web-COSI projesi, istatistik ve yeni sosyal ilerleme ve refah önlemleri alanında vatandaşları ve toplumu yoğun bir şekilde ilgilendiren bir koordinasyon eylemiydi. Web-COSI, çeşitli toplulukları toplu bir tartışmaya dâhil etmek için state of art web 2.0 teknolojisini ve sosyal medya araçlarını kullandı.	Açık Politika Oluşturma	www.webcosi.eu
IA4SI Ekim 2013 – Mart 2016	IA4SI (Impact Assessment For Social Innovation) projesi yeni sosyal inovasyon girişimlerinin toplum üzerindeki potansiyel sosyo-politik, ekonomik ve çevresel etkilerini değerlendirebilecek yapılandırılmış bir metodoloji geliştirmeyi ve girişimlerin sosyal düzeyde daha geniş etkilerini belirleyebilecek temel özellikleri haritalamayı amaçlamıştır.	Beraberindeki Önlemler	www.ia4si.eu
SCICAFE 2.0 Ekim 2013 – Mart 2016	SciCafe 2.0 projesi, işbirlikçi tedarik, bilgi paylaşımı, toplumsal zorlukların katılımcı yönetimi ve vatandaşları demokratik danışma sürecine dahil etmek için metodolojik olarak yönlendirilmiş deneyler için taşınabilir bir sanal platform ve gözlemevini destekledi.	Beraberindeki Önlemler	www.scicafe.eu
D-CENT Ekim 2013 – Mayıs 2016	D-CENT (Decentralised Citizens Engagement Technologies) projesi, toplulukların veri paylaşmasına ve büyük toplumsal zorlukları ele almak için iş birliği yapmasına yardımcı olmak için İnternet kullanımını hızlandırmayı amaçladı. D-CENT, başarılı açık kaynak kod tabanlılardan, kolektif farkındalık için merkezi olmayan ve açık bir platform oluşturmuştur.	Açık Demokrasi	www.dcentproject.eu
CHEST Ekim 2013 – Haziran 2016	CHEST (Collective Enhanced Environment For Social Tasks) sosyal etkileşimi ve sosyal yeniliği harekete geçirmek için bir Pan-Avrupa “varlık noktası” yaratmayı amaçladı. Proje, sosyal inovasyon, girişimcilik, erken evre iş inkübasyonu, hizmet tasarımı ve yaratıcılık alanlarında geniş bir organizasyon, ağ ve program tabanı oluşturdu.	Beraberindeki Önlemler	www.chest-project.eu
P2PVALUE Ekim 2013 – Eylül 2016	P2PVALUE projesi, bilgi toplumunda daha da önem kazanan yeni bir sosyal inovasyon biçimi olan "Müşterek Tabanlı Akran Üretimi (CBPP)" konusunu inceledi. Proje, esnek ve sürdürülebilir CBPP topluluklarının oluşturulmasını kolaylaştırmak için tasarlanmış bir yazılım platformu geliştirdi.	İnternet Bilimi	www.p2pvalue.eu

CATALYST	Sosyal İnovasyon için uygulamalı zekâ ve analitik aracıdır. CATALYST projesi, ortak zekâda uzmanlaşmış (Collective Intelligence) önde gelen akademik araştırmacıları, halk katılımı platformları ve Sosyal İnovasyon konusunda ciddi deneyimleri olan toplulukları bir araya getirmiştir.	İnternet Bilimi	www.catalyst-fp7.eu
USEMP	USEMP (USER EMPOWERMENT FOR ENHANCED ONLINE PRESENCE MANAGEMENT) projesi kullanıcıları dağıttıkları veya etkileşime girdikleri veriler üzerindeki kontrollerini geliştirerek güçlendirecek bir çerçeve geliştirmeyi amaçladı. Çerçeve, OSN'lerin ve vatandaşların sağladığı bilgi işlem ve kontrol araçları arasındaki mevcut asimetriyi azaltmıştır.	İnternet Bilimi	www.usemp-project.eu
NETCOMMONS	Toplum temelli ağları incelemek, desteklemek ve teşvik etmek için başlamıştır. Net Commons, küresel internetin mevcut baskın modeline tamamlayıcı veya hatta sürdürülebilir bir alternatif sunabilecek topluluk tabanlı ağ ve iletişim hizmetlerini incelemeyi, desteklemeyi ve teşvik etmeyi amaçlamaktadır.	İnternet Bilimi	www.netcommons.eu
DECARBONET	Vatandaşın güçlendirilmesi ve kolektif farkındalığın davranışsal değişime çevrilmesi için bir karbonizasyon platformudur. DecarboNet projesi, kolektif farkındalığın oluşturucularını belirleyerek, farkındalığı davranışsal değişime çevirerek altta yatan süreçleri analiz etmek ve görselleştirmek için yeni yöntemler sunarak kolektif farkındalığı artırmayı amaçladı.	Çevresel Hareketler	www.decarbonet.eu
CAP4ACCESS	CAP4ACCESS (Collective Awareness Platforms for Improving Accessibility) projesi, erişilebilirliği iyileştirmek için mekânsal bilgileri toplu olarak toplamak ve paylaşmak için pilot test yöntemleri ve araçları geliştirmeyi amaçladı. Amaç, sınırlı hareket kabiliyetine sahip bireyler için engellerin farkındalığını artırmak ve bu engelleri kaldırmak için çevrimiçi haritaların ve mobil cihazların gücünü kullanmaktır.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.cap4access.eu
WIKIRATE	WikiRate projesi, tüketicilerin kendilerini etik ekonomik vatandaşlar olarak ifade etmelerine yardımcı olma vizyonuna sahipti. Wikirate'in amacı, şirketlerin sosyal ve çevresel uygulamaları hakkında bilgi almasını sağlayan yer olma idi.	İşbirlikçi Tüketim	www.wikirate.eu
MAKINGSENSE	MakingSense, açık kaynak yazılım, açık kaynak donanım, dijital maker uygulamaları ve açık dizayn uygulamalarının yerel topluluklar tarafından nasıl daha etkin kullanılabileceğini gösterecektir.	Ortak Yapım	www.making-sense.eu
POWER	POWER (Political and social awareness on water environmental challenges) AB su politikası için önemli bir araç oluşturarak, bilgi ve su kıtlığı, güvenlik, kalite ve farklı AB yerel yönetimlerde su tüketimi ile ilgili	Çevresel Hareketler	www.power-h2020.eu

	konularda deneyimlerini paylaşmak için öncülük eden su hareketidir.		
OPENCARE	Açık, işbirlikçi sağlık ve bakım çözümleri yapmak için çalışan bir topluluktur. Opencare, hikâyeleri paylaşmak ve insanların günlük gerçekleri, ihtiyaçları ve yaşam tarzlarına köklü yeni çözümler oluşturmak için, sanal ve fiziksel dünyada, insanları bir araya getiriyor.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.opencare.cc
MAKE-IT	Küresel tasarım ve yerel üretim ile "maker" hareketidir. MAKE-IT projesinin genel amacı, yapımcı hareketinin büyüdüğü ve faaliyet gösterdiği kolektif farkındalık platformlarının (CAPS) rolü, özellikle sosyal yenilikleri kullanma ve sürdürülebilirliği sağlamaktır.	Ortak Yapım	www.make-it.io
OPEN4CITIZENS	OPEN4CITIZENS projesi, açık veriyi kullanarak halkın kullanımına yeni hizmetler sunmak ve çağdaş şehirlerin akıllı şehir kavramına ilerlemesi bağlamında çalıştı. Bununla birlikte akıllı şehir fikri, günlük yaşamda hizmetlerin ilerici bir dijitalleşmesine işaret ederken, bu ilerlemenin sosyal yönleri çoğunlukla ihmal edilmiştir.	İnternet Bilimi	www.open4citizens.eu
CAPTOR	CAPTOR (Collective awareness platform for tropospheric ozone pollution) Avrupa vatandaşları ile ozon ölçümü için düşük maliyetli sensörler ağı kurmayı ve sürdürmeyi, sensor ağından yüksek kaliteli, düşük maliyetli ve geçerli ozon verileri sunmayı, tartışma süreçlerini ve yerel düzeyde öğrenme süreçlerini desteklemeyi hedeflemektedir.	Çevresel Hareketler	www.captor-project.eu
CAPSELLA	CAPSELLA (Collective Awareness Platforms For Environmentally-Sound Land Management) projesi iki tamamlayıcı alana odaklanmaktadır: tarımsal biyoçeşitlilik ve gıda tedarik zinciri. Bölgesel tarımsal biyoçeşitlilik ile ilgili açık veri depoları oluşturarak, bu alanlar için çözümler geliştirmek adına veri toplama ve veri entegrasyonunu kullanır.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.capsella.eu
ASSET	ASSET projesi, bireysel tüketici ve toplum inşasından karar vermeyi içeren yeni bir tüketim biçimini amaçlamaktadır. Sosyal medyaya bağlı bir akıllı telefon uygulaması aracılığıyla bir tüketici ara yüzü, bireysel alışveriş kararlarını desteklemek ve toplumla etkileşim kurmak için bir araç sağlar.	İşbirlikçi Tüketim	www.asset-consumerism.eu
CHAINREACT	Chainreact, tedarikçi ağlarını şeffaf, anlaşılabilir ve duyarlı hale getirmek için bir çabadır, böylece şirketler ve paydaşları kurumsal ağ etkilerini görebilir, tepki verebilir ve dönüştürebilir. Sorumsuz faaliyeti belirleyecek, sorunları sorun çıkartanlara bağlayacak ve şirketleri sorunları ele almaya teşvik edecektir.	İşbirlikçi Tüketim	www.chainreact.org
MAZI	Konum bazlı farkındalık oluşturma aracıdır. MAZİ, yerel toplulukları güçlendirmek, sosyal uyumu teşvik etmek için bir temel	İnternet Bilimi	www.mazizone.eu

Aralık 2018	olarak konum tabanlı kolektif farkındalık oluşturmak ve ortak alanın tasarımı ve Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin toplumdaki rolü etrafında disiplinler arası etkileşimleri kolaylaştırmak için gereken teknoloji ve bilgiyi sağlamayı amaçlamaktadır.		
NEXTLEAP Ocak 2016 – Aralık 2018	Yeni nesil tekno-sosyal yasal şifreleme, erişim ve gizlilik üzerine çalışmıştır. NEXTLEAP, merkezi olmayan internet mimarisinin temel haklarını koruyan sosyo-teknik biliminin, internetin etik ve felsefi temellerinin yeniden düşünülmesini ve bunu başarmak için merkezi olmayan protokollerin modüler spesifikasyonunun oluşturulmasını takip eder.	İnternet Bilimi	www.nextleap.eu
HACKAIR Ocak 2016 – Aralık 2018	Hava kalitesi için kolektif farkındalık platformudur. HackAIR açık platformu, vatandaşların topluluklarının, dış hava kirliliği ile ilgili bilgileri üretmeye ve yayınlamaya, vatandaş biliminin, çevrimiçi sosyal ağların, mobil ve açık donanım teknolojilerinin ve katılım stratejilerinin gücünden yararlanmaya kolayca katılmalarını sağlayacaktır.	Çevresel Hareketler	www.hackair.eu
STARS4ALL Ocak 2016 – Aralık 2018	STARS4ALL tüm bakım ve Avrupa gökyüzü karanlığını korumak için vatandaşları teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Geceleri yapay ışık, güvenlik, zenginlik ve modernite duygusu ile ilişkilidir. STARS4ALL, yapay ışığın olumsuz etkileri hakkında farkındalık yaratıyor.	Çevresel Hareketler	www.stars4all.eu
COMRADES Ocak 2016 – Aralık 2018	Comrades, teknolojilerin toplulukların kriz durumlarına karşı daha dirençli olmalarına nasıl yardımcı olabileceğini araştıran ve bilgileri en iyi şekilde paylaşmanın yolunu sağlayarak, zaman içinde gerekli yardıma devam etmelerini sağlayan bir açık kaynak ve topluluk esneklik platformudur.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.comrades-project.eu
SOCRATIC Ocak 2016 – Aralık 2018	Küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için Kreatif Sosyal zekâ platformu olarak kurulmuştur. SOKRATIC, vatandaşlar ve/veya kuruluşlar için istenen küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için özel yenilikçi çözümleri iş birliği içinde tanımlamaları için bir platform oluşturmayı amaçlamaktadır. Platform yeni zorluklar öneriyor, katılımcıları davet ediyor ve en umut verici fikirleri topluca seçip uyguluyor.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.socratic.eu
SAVINGFOOD Ocak 2016 – Aralık 2018	Savingfood, gıda atık döngüsünün tüm aktörlerini çözümün bir parçası haline getirerek, gıda atıklarını azaltmak için bir sosyal hareket yaratmayı amaçlamaktadır. Proje, gıda ve bilginin karşılıklı olarak paylaşıldığı yararlı bir ortam oluşturmak için gıda atıkları, teknik ve bilimsel toplulukları bir araya getiriyor.	İşbirlikçi Tüketim	www.savingfood.eu
CROWD4ROADS Ocak 2016 – Aralık 2018	Crowd4roads projesi, daha sürdürülebilir araç kullanım alışkanlıklarının ve yol bakım politikalarının geliştirilmesi ve benimsenmesinde sürücü ve yolcuların	İşbirlikçi Ekonomi	www.c4rs.eu

	ilgisini çekmeyi amaçlamaktadır. BlaBlaCar ve SmartRoadSense firmaları rol almaktadır.		
EMPATIA Ocak 2016 – Aralık 2018	EMPATIA (Enabling Multichannel Participation Through Ict Adaptations) katılımcı bütçelemeyi sağlayarak, sürdürülebilirlik sürecinin ana itici gücü olan katılımcı süreçlerin hem karar verme döngüsünü hem de uygulama döngüsünü tam olarak kapsayabilecek Bilgi ve İletişim Teknolojileri platformunu üretmeyi amaçlamaktaydı.	Ortak Yapım	www.empatia-project.eu
PROFIT Ocak 2016 – Aralık 2018	PROFIT (Promoting Financial Awareness and Stability) finansal farkındalığı teşvik etmek ve vatandaşların ve piyasa katılımcılarının finansal yeteneklerini geliştirmek için bir platform geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu özel finansal eğitim araç kitleri, crowdsourcing araçları, gelişmiş tahmin ve yeni bir kişiselleştirilmiş öneri sistemi içermektedir.	Açık Demokrasi	www.projectprofit.eu
DSI4EU Şubat 2016 – Nisan 2017	DSI4EU Avrupa (Dijital sosyal inovasyon) projesi kilit DSI alanlarında çalışan sosyal girişimciler, hackerlar, topluluklar ve akademisyenleri bir araya getirerek yapım hareketi, işbirlikçi ekonomi, açık demokrasi ve dijital haklar gibi dijital sosyal inovasyon alanlarındaki projeleri destekleyip büyötmüştür.	Beraberindeki Önlemler	www.digitalsocial.eu
CHIC Temmuz 2016 – Aralık 2018	CHIC (Coordinating High Impact For Caps), geniş bir perspektifte CAPS odaklı çabaları güçlendiren, koordine eden ve dijital, sürdürülebilir ve sosyal inovasyonun topluma nasıl nüfuz edebileceği üzerinde çalışan koordinasyon ve destek eylemidir. Bu, topluluk oluşturma, bilgi paylaşımı ve en iyi uygulama tanımlama ve tanıtım yoluyla yapılır.	Beraberindeki Önlemler	www.capssi.eu
PIE NEWS / COMMONFARE Temmuz 2016 – Haziran 2019	PIE News projesi, 25% ve güvencesiz işçiler, çalışan yoksullar, güvenlik ağları tarafından korunmasız insanlar ve Avrupa nüfusunun yükselmesi ile artık eğitim sisteminde olmayan ve iş bulmakta zorluk çeken gençlerden oluşan “yeni yoksullar” için yaşam koşullarını iyileştirmeyi hedeflemektedir.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.pienews.eu
OPENMAKER Aralık 2016 – Kasım 2019	OPENMAKER girişimi, 4. Sanayi devrimini hızlandırmak için bir Avrupa projesidir – yapımcılar ve üreticiler arasındaki radikal dağılımı, âdemi merkezîyetçiliği ve kitlesel iş birliğini teşvik eder. Tasarım, geliştirme, üretim ve yönetimi katalize etmeyi amaçlamaktadır.	Ortak Yapım	www.openmaker.eu
DECODE Haziran 2017 – Haziran 2019	Paylaşım ekonomisi için veri egemenliğini savunur. DECODE, çevrimiçi kimliği, kişisel ve diğer verileri ve toplu yönetişimi vatandaş dostu ve gizliliğe duyarlı bir şekilde yönetmek için pratik araçlar geliştirmiştir. Teknolojik mimariye dokunan bilgilere erişim haklarını belirlemek için veri konuları için güçlü dijital haklar üzerinde durmaktadır.	İnternet Bilimi	www.decodeproject.eu

DSISCALE	DSISCALE, çevrimiçi ve çevrimdışı koordinasyon, destek ve akran öğrenme etkinlikleri sunmak için belirli sosyal zorluklar etrafında farklı uygulayıcılar, politika yapıcılar, fon sağlayıcılar ve diğer dijital sosyal inovasyon paydaşlarını (DSI) bir araya getirecektir. Bu faaliyetler etkilerini büyütmek ve ölçeklendirmek için DSI girişimlerini destekleyecektir.	Beraberindeki Önlemler	www.digitalsocial.eu
Ocak 2018 – Haziran 2019			
PTWIST	Plastik yaşam döngüsü farkındalığı ve sürdürülebilir inovasyon için açık platformdur. Twist, vatandaşların farkındalığını, dairesel ekonomiyi ve sürdürülebilir yeniliği artırarak plastiğin yeniden kullanımı için açık bir platformdur. Faaliyetler mevcut açık kaynak, blockchain, oyunlaştırma, kitle kaynaklı bileşenler ve açık veri çözümlerine dayanmaktadır.	Çevresel Hareketler	www.ptwist.eu
Ocak 2018 – Ocak 2020			
CHILDRESCUE	Childrescue, kayıp çocuk vakalarının daha hızlı ve etkili bir şekilde çözülmesi, özellikle kayıp mülteciler çocukların belirlenmesi için kolektif farkındalık, beceriklilik ve eylem kullanır. Bu, kayıp çocuklar hakkındaki arka plan bilgilerini artırmak için açık sosyal veriler kullanılarak yapılır.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.childrescue.eu
Ocak 2018 – Ocak 2020			
SHARE4RARE	Kolektif zekâ kullanarak nadir hastalıklara adanmış sosyal medya platformudur. SHARE4RARE nadir hastalıklardan etkilenen hastaların ve ailelerin yaşam kalitesini artırmak için kolektif bir çevrimiçi platformdur. Hastalar ve aileler, araştırmacılar ve klinisyenlerle doğrudan temas halinde olup, kendi hastalıklarının araştırmacıları olarak hareket ederler ve deneyimlerini paylaşırlar.	Yeni İşbirlikçi Yaklaşımlar	www.share4rare.eu
Ocak 2018 – Ocak 2020			
GRASSROOTS WAVELENGTHS	Yüksek derecede birbirine bağlı topluluklar için ölçeklenebilir dijital platform üzerinden yayın yapan radyodur. Grassroots Wavelengths, küçük, ucuz ve yüksek oranda bağlanmış mikro FM istasyonları oluşturmaktadır. Bulut verileri ve telefonla desteklenen istasyonlar, sivil bir bilgi platformu niteliği taşımaktadır. İstasyonlar teknik ve topluluk bağlantılarıyla “ağ etkileri (network effects)” üretebilir.	İşbirlikçi Tüketim	www.grassrootsradio.eu
Ocak 2018 – Ocak 2020			
MADE4YOU	Made4You, fiziksel sınırlamaları olan insanlar için açık sağlık hizmetlerinin ortak tasarımını kolaylaştırır. Dijital üretime dayalı açık ve içermeci sağlık bakım uygulamasıdır. Engelli vatandaşların mevcut yerel topluluklarını ve ailelerini, sağlık profesyonellerini ve yapımcılarını birbirine bağlamak için Careables.Org adı altında bir ekosistem inşa etmeyi amaçlamaktadır.	Ortak Yapım	www.careables.org
Ocak 2018 – Ocak 2020			
FAMILIES_SHARE	Dijital sosyal inovasyon aracılığıyla sosyalleşme ve iş-yaşam dengesini kurarak zaman paylaşma aracıdır. Families_Share projesi, ailelerin çocuk bakımı, ebeveynlik, okul sonrası boş zaman etkinlikleri ve diğer ev işleri ile ilgili zaman ve görevleri	İşbirlikçi Ekonomi	www.families-share.eu
Ocak 2018 – Kasım 2020			

paylaşmasına yardımcı olmak için tasarlanmış bir platform sunar. Özellikle düşük gelirli ailelere odaklanır. Çocuk Bakımı faaliyetleri, görev desteği ve aile etkinlikleri yapılmaktadır.

Kaynak: Caps Magazine, (2018)



ÖZGEÇMİŞ

İlkokulu Kayseri’de Ahmet Paşa İlkokulu’nda, ortaokulu Fatih İlköğretim Okulu’nda ve lise öğrenimini ise Lüleburgaz Keprütepe Anadolu Öğretmen Lisesi’nde tamamladı. 2008 yılında Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi’nde İşletme (İngilizce) bölümünde Lisans eğitimini, 2011 yılında ise Fatih Üniversitesi MBA (İngilizce) Yüksek Lisans eğitimini bitirdi. 11 yıldır iş hayatında olan ve profesyonel iş hayatına Türkiye Finans’ta dijital bankacılık alanında başlayan Talha, Türk Telekom’da online işlemler analisti olarak uzun süre görev aldı. 2019 yılından itibaren Vakıf Katılım’ın bilgi teknolojileri bölümünde, dijital kanallar ve kullanıcı deneyimi alanında iş mimarı olarak çalışmakta ve aynı şirketin ar-ge merkezinde araştırmalarını sürdürmektedir. Evli ve 2 çocuk babasıdır.