

Katarzyna Zajda

Uwarunkowania innowacji społecznych w społecznościach wiejskich i metody ich stymulowania

Wstęp

Rozumienie terminu „innowacja” nastęrcza wiele problemów. Mogą one z jednej strony doprowadzić do trywializacji i banalizacji znaczenia innowacji, tj. uznania, że wszystko co nowe jest innowacyjne. Z drugiej zaś do przekonania, że innowacje są zarezerwowane tylko dla wąskiego grona establishmentu ekonomicznego, największych (najbogatszych) instytucji, organizacji mających potencjał ku temu, by kreować rozwiązania, które znajdą zastosowanie na rynku i przyniosą ich autorom konkretne profity finansowe. W powszechnej świadomości nie wyodrębnia się innowacji społecznych, jako tych, które ani nie wiążą się bezpośrednio z rynkiem, ani nie wymagają znaczących nakładów finansowych. Stanowią natomiast odpowiedź na problemy społeczne, które mogą i powinny być rozwiązywane przy udziale różnych zbiorowości społecznych.

Bogata literatura przedmiotu dotycząca innowacji została zdominowana przez ujęcia ekonomiczne i dyskurs odnoszący się do relacji między innowacjami a wzrostem gospodarczym. Tymczasem innowacje (nie tylko społeczne) są tworzone dla ludzi i przez ludzi, a w związku z tym ich uwarunkowania społeczne trzeba uznać za równie ważne (jeśli nie ważniejsze) od ekonomicznych. Wśród nich należy wymienić zdolność członków społeczeństwa do partycypacji społecznej, uczestnictwa w zróżnicowanych sieciach społecznych czy, szerzej, potencjał posiadanego przez nich kapitału społecznego.

Celem opracowania jest zobrazowanie uwarunkowań procesu innowacji społecznych w kontekście charakterystyk polskiej wsi i zwrócenie

uwagi na metody aktywizacji jej mieszkańców do uczestnictwa w ich tworzeniu, wdrażaniu oraz rozprzestrzenianiu.

Innowacje społeczne – definicje i uwarunkowania społeczne

Nie każda innowacja może być określana mianem społecznej. Mając na uwadze kryterium przedmiotowe wyróżnia się innowacje technologiczne (do których zalicza się innowacje produktowe oraz zmiany w procesie wytwórczym), organizacyjne (wśród których znajdują się innowacje organizacyjne niezwiązane z innowacjami technologicznymi oraz związane z nimi), ekologiczne (definiowane jako zmiany, które zapobiegają negatywnemu oddziaływaniu na środowisko naturalne), a także społeczne (Najder-Stefaniak 2010: 14–15).

Komisja Europejska w swoim *Przewodniku po innowacjach społecznych* (*Guide to Social Innovation*) innowacje społeczne definiuje jako „Stworzenie i zastosowanie nowych idei (produktów, usług, modeli) stanowiących odpowiedź na społeczne potrzeby i kreujących nowe relacje i powiązania społeczne”. Podkreśla, że innowacje społeczne stanowią odpowiedź na wyzwania powiązane i wynikające z procesu społecznych interakcji. Ich celem jest poprawa jakości życia jednostek i zbiorowości (*Guide to Social Innovation* 2013: 6). Podobne rozumienie innowacji proponują A. Davies, J. Caulier-Grice i W. Norman podkreślając, iż

Innowacje społeczne to nowe rozwiązania (produkty, usługi, modele, rynki, procesy itp.), które stanowią odpowiedź na potrzeby społeczne i doprowadzają do powstania nowych możliwości i relacji oraz lepszego wykorzystania aktywów i zasobów³⁰ (Davies, Caulier-Grice, Norman 2012: 5).

³⁰ Takie rozumienie innowacji odbiega od definicji ugruntowanych w socjologii za sprawą twórczości R. Mertona, a w socjologii polskiej przez W. Makarczyka. W opinii Mertona innowacja jest jedną z możliwości (obok konformizmu, rytualizmu, rezygnacji i buntu) osiągnięcia normatywnie określonych celów społecznych. Każde ze społeczeństw stawia je przed swoimi członkami, określając drogi ich realizacji. Jednostki innowacyjne nie postępują zgodnie z przyjętymi w tym zakresie definicjami dążąc jednak do osiągnięcia stawianych przed nimi celów (Merton 2002: 198). Natomiast W. Makarczyk w swojej (uważanej za pionierską) pracy pt. *Przyswajanie innowacji* przez innowacje rozumie wszelkie wartości kulturowe, które w danych warunkach przestrzennych i cza-

D. MacCallum i A. Mehmood analizując różne definicje innowacji społecznych zauważają, że łączy je podkreślanie znaczenia nadrzędnego ich celu – rozwiązywania (czy niwelowania) problemów społecznych (poza instytucjami rynku) z uwzględnieniem partycypacji wielu aktorów społecznych, przede wszystkim tych, których te problemy dotyczą (2010: 4).

Wśród innowacji społecznych wyróżnia się: 1) innowacje stanowiące odpowiedź na potrzeby społeczne grup zagrożonych wykluczeniem (m.in. młodych, migrantów, osób w podeszłym wieku) tradycyjnie nie zaspokajane przez rynek i inne instytucje, 2) innowacje ukierunkowane na rozwój zrównoważony (wymiar społeczny, ekonomiczny i środowiskowy funkcjonowania społeczeństw), 3) innowacje skoncentrowane na organizacyjnych zmianach relacji między różnymi instytucjami i ich grupami interesariuszy (*Guide to Social Innovation* 2013: 6–7).

W literaturze przedmiotu można znaleźć opis wielu przykładów innowacji społecznych. W większości są one efektem realizacji projektów finansowanych ze środków unijnych. J. Andersen, K. Delica i M. Frandsen opisują efekty projektu *From Book Container to Community Centre*, w którym lokalną bibliotekę usytuowaną w najbiedniejszej dzielnicy miasta Aarhus w Danii (cechującego się szczególnie dużym odsetkiem imigrantów) przekształcono w centrum wspierające mieszkańców. Biblioteka określana mianem „składowiska książek” zyskała funkcję placówki świadczącej usługi doradcze i szkoleniowe imigrantom oraz edukacyjne dzieciom z mniejszości etnicznych. Stała się kluczowym elementem lokalnej sieci instytucji zaangażowanych w rozwiązywanie problemów społecznych ludności dzielnicy, w skład której wchodziły m.in. organizacje pozarządowe, ale również sami obywatele i ich nieformalne grupy (2010: 76).

Inny przykład innowacji społecznych opisuje J. Millard (2012: 29). W projekcie *Ageing and New Models for Elderly Care* zastosowano tzw. *Homeshare International Model* polegający na pomocy młodym osobom, głównie studentom, w znajdowaniu miejsca zamieszkania

sowych są traktowane przez ludzi jako nowe. Te wartości to elementy rzeczywistości, którym ludzie przypisują określone znaczenie (1971: 9).

u (najczęściej samotnych) osób starszych. Młodzi zyskiwali relatywnie tanie zakwaterowanie, a starsi pomoc domową i nowe relacje chroniące ich przed społeczną izolacją. Projekt stanowił odpowiedź na problemy starzejącego się społeczeństwa (wykluczenie, izolacja społeczna, stan zdrowia utrudniający wykonywanie obowiązków domowych) oraz młodej generacji (np. ograniczenie migracji zarobkowych ze względu na wysokie koszty wynajmu mieszkań).

W literaturze przedmiotu analizuje się m.in. uwarunkowania powstawania i rozprzestrzeniania innowacji społecznych związane z kapitałem ludzkim oraz społecznym (zob. Pietrasiński 1971: 13). W zakresie uwarunkowań związanych z kapitałem ludzkim najczęściej wskazuje się na cechy jednostek sprzyjające tworzeniu i wdrażaniu innowacji oraz ich rozprzestrzenianiu się – dyfuzji. P. Sztompka zalicza do nich twórczość jednostek, ich aktywność, wyobraźnię, zorientowanie na osiągnięcia, zdobywanie wiedzy, wysoki poziom poczucia autonomii, niezależności i integralności (2005: 50). Według E. Hagena jednostki posiadające szczególnie potencjał do tworzenia innowacji charakteryzują się: 1) ciekawością, czynnym nastawieniem do świata, poszukiwaniem ukrytych mechanizmów i prawidłowości w celu uzyskania możliwości wpływania na zjawiska, 2) poczuciem odpowiedzialności za złe strony świata, któremu towarzyszy poszukiwanie lepszych rozwiązań i podejmowanie prób wprowadzenia zmian, 3) otwartym i tolerancyjnym nastawieniem wobec podwładnych, pozytywnym stosunkiem do oryginalności i innowacyjności, 4) kreatywnością, niezaspokojoną ciekawością, pozytywnym wartościowaniem oryginalności i nowości (Hagen, cyt. za: Sztompka 2005: 225). Takie osoby cechują się również albo postawą pionierską w stosunku do innowacji, która – co podkreśla Z. Ratajczak – przejawia się w samodzielnym poszukiwaniu nowych, dotychczas niestosowanych rozwiązań, albo przynajmniej postawą recepcyjną, wyrażającą się w pozytywnym wartościowaniu (ocenie) innowacji i gotowości do naśladowania innowacji. Osoby o niskim poziomie kapitału ludzkiego częściej przejawiają postawę zachowawczą wobec innowacji, polegającą na niechętnym, sceptycznym do niej stosunku (1980: 194).

W zakresie uwarunkowań tworzenia, wdrażania i rozprzestrzeniania innowacji społecznych związanych z kapitałem społecznym wska-

zuje się na znaczenie dla tego procesu funkcjonowania zróżnicowanych sieci społecznych, stanowiących podstawę współpracy aktorów indywidualnych i zbiorowych, opartą na wzajemnym zaufaniu i wspólnie podzielanych przez nich wartościach i normach społecznych (Pietrzyk 2000: 51).

W literaturze anglojęzycznej, poświęconej związkom kapitału społecznego i innowacji, przywołuje się badania klasyka koncepcji kapitału społecznego J. Colemana, który (razem ze swymi współpracownikami) analizował dyfuzję innowacji w środowisku lekarzy. Studiując przepisywanie nowych leków zauważył, że z innowacjami w tym zakresie byli w większym stopniu zaznajomieni ci lekarze, którzy funkcjonowali w złożonych sieciach społecznych. O innowacjach dowiadawali się raczej od innych uczestników sieci niż z literatury naukowej (Coleman *et al.* 1966). Wskazuje się również na analizy M. Granovettera i R. Soong, których efektem było spostrzeżenie, że predyspozycja do absorpcji innowacji jest funkcją zachowań innych członków sieci (1985: 165–179), oraz M. Gladwella podkreślającego znaczenie dla procesu innowacji tzw. *connectors* – czyli łączników w sieciach społecznych, podmiotów cechujących się ponadprzeciętną liczbą połączeń z innymi ich uczestnikami (Gladwell 2000). Homogeniczność sieci nie sprzyja wytwarzaniu w ich ramach innowacji społecznych. W opinii E. Rogersa (zwolennika kategorii pojęciowej „system społeczny”) dyfuzja innowacji jest najbardziej efektywna, gdy uczestniczą w niej dość podobni, ale nie identyczni aktorzy społeczni. Homogeniczność znacznie ogranicza różnorodność zasobów, jakimi dysponuje system, a w związku z tym minimalizuje jego szanse na nawiązywanie wymian społecznych (Rogers 2003).

Innowacje społeczne nie powstają bez zaangażowania obywateli, ich organizacji, różnych zrzeszeń. Są efektem procesu społecznej interakcji, na który składają się cztery etapy: 1) identyfikacji potrzeb społecznych, 2) kreowania nowych rozwiązań, 3) ewaluacji efektywności tych rozwiązań, 4) monitorowania tej efektywności w praktyce (*Guide to Social Innovation* 2013: 6). Szanse na wdrożenie procesu innowacji społecznych pozostają w związku ze społeczną partycypacją. A. Davis, J. Simon, R. Partick i W. Norman wyjaśniają ten związek wskazując na:

1) cel innowacji społecznych, którym jest zaspokajanie potrzeb społecznych, co wymaga ich identyfikacji i zdefiniowania przez samych zainteresowanych, dysponują oni bowiem ukrytą wiedzą na ich temat – nie zawsze udostępnianą zewnętrznym obserwatorom (2012: 5–6).

2) redukcję kosztów wytworzenia i wdrożenia innowacji, związaną z partycypowaniem w tym procesie obywateli, grup docelowych zainteresowanych zniwelowaniem czy rozwiązaniem dotyczących ich problemów społecznych. Według E. von Hippela, uczestnictwo odbiorców innowacji w identyfikacji potrzeb, wytworzeniu innowacji i jej zastosowaniu skraca łańcuch transferu o niepotrzebne zaangażowanie podmiotów trzecich, odpowiedzialnych np. za identyfikację potrzeb społecznych (Hippel 1994: 429–439). Zdaniem F. Westleya wyeliminowanie jakiegś grupy z procesu innowacji, w sytuacji, kiedy ma ona jej dotyczyć, oznacza istotną stratę w kontekście jej wytworzenia (Westley 2008).

3) zasoby generowane dzięki społecznej partycypacji, związane z wiedzą ukrytą, udostępnianą przez zainteresowanych w procesie społecznego wytwarzania innowacji. Jak podkreśla Ch. Bason włączenie do tego procesu większej liczby osób umożliwia wykreowanie całej palety różnych możliwości, spośród których do wdrożenia można wybrać tylko niektóre (Bason 2010: 8–9). A. Davies i J. Simon w innej pracy dodają, że włączenie obywateli w cały proces innowacji społecznych legitymizuje go, a przez to ułatwia zmianę ich postaw, opinii i zachowań (2013: 6).

Wybrane cechy kapitału społecznego zbiorowości wiejskich a mechanizmy stymulowania innowacji społecznych na wsi

Ani w przeszłości, ani współcześnie nie brakuje problemów stanowiących podstawę kreowania, wdrażania i rozprzestrzeniania innowacji społecznych. Wiąże się z nimi nie tylko nadzieje na zniwelowanie czy rozwiązanie tych problemów, ale również na stymulowanie zasobów kapitału społecznego (*Guide to Social Innovation* 2013: 10–11). F. Moulaert i J. Nussbaumer podkreślają, że innowacje społeczne mają

szczególne znaczenie dla obszarów wiejskich i terenów nisko zurbanizowanych, cechujących się wieloma problemami społecznymi często niezauważanymi lub trywializowanymi – np. na wsi głód jest mniej dotkliwy, ponieważ zawsze można czerpać zasoby z przydomowych ogródków (Moulaert, Nussbaumer 2007: 16). Z drugiej strony innowacjom mogą „przeciwdziałać” pewne cechy społeczności wiejskich, takie jak poziom i wymiar cechującego je kapitału społecznego (kapitał wiążący vs. pomostowy) (zob. Putnam 2008).

Mieszkańcy wsi są znacznie mniej ufni w porównaniu z mieszkańcami miast, zwłaszcza największych³¹ (Cybulska 2012: 4–5). Charakteryzują się natomiast większym zaufaniem do instytucji działających w sferze publicznej, wśród których znajdują się m.in. WOŚP, Caritas, PCK, wojsko, harcerstwo, Kościół rzymskokatolicki, policja, władze lokalne, Unia Europejska, NATO, sądy, gazety, rząd, partie polityczne, sejm i senat (Cybulska 2012: 15–16). Cechuje ich również większa ufność do bezpośredniego otoczenia – najbliższej i dalszej rodziny, znajomych, osób z którymi pracują na co dzień, sąsiadów, proboszcza swojej parafii oraz osób pracujących społecznie w tej samej miejscowości³² (Cybulska 2012: 9–10). To na rzecz własnego środowiska są oni gotowi działać społecznie. W mniejszym stopniu niż mieszkańcy największych miast wyrażają natomiast gotowość do wspierania osób obcych (Kowalczyk 2012: 2, 6), a także rzadziej zgadzają się z opinią, że ludzie tacy jak oni, działając wspólnie z innymi, mogą pomóc potrzebującym lub są w stanie rozwiązać przynajmniej niektóre problemy swojego środowiska, osiedla, wsi bądź miasta (Kowalczyk 2012: 4).

³¹ W badaniu CBOS z 2012 r. na skali zaufania o rozpiętości od –3 do +3 tej zbiorowości terytorialnej została przypisana wartość –0,84. Dla porównania wartości przypisane innym zbiorowościom terytorialnym wynosiły odpowiednio: dla miast do 20 tys. mieszkańców –0,59, dla miast liczących od 20 do 100 tys. mieszkańców –0,54, identycznie jak dla miast mających od 101 do 500 tys. mieszkańców oraz –0,34 dla miast największych, powyżej 501 tys. mieszkańców (Cybulska 2012: 4–5).

³² Średni wskaźnik zaufania sfery prywatnej, mierzony na skali od 0 do 8 dla wsi wynosi 5,78 (dla innych zbiorowości terytorialnych odpowiednio: dla miast do 20 tys. mieszkańców 5,85, dla miast liczących od 20 do 100 tys. mieszkańców 5,48, dla miast mających od 101 do 500 tys. mieszkańców 5,13, dla miast największych (powyżej 501 tys. mieszkańców) 5,27 (Cybulska 2012: 9–10).

Osoby żyjące na wsi deklarują ponadprzeciętną aktywność społeczną stwierdzając, że w ubiegłym roku zdarzyło się im dobrowolnie i nieodpłatnie pracować na rzecz swojego środowiska, kościoła, osiedla, wsi albo też pracować społecznie na rzecz potrzebujących. W 2012 r. taką deklarację złożyło 26% mieszkańców wsi w stosunku do 22% mieszkańców miast liczących do 20 tys. zameldowanych, 17% mieszkańców miast mających od 20 do 100 tys. zameldowanych, 17% mieszkańców miast od 101 do 500 tys. zameldowanych oraz zaledwie 9% mieszkańców największych miast (Hipsz 2012: 13). Aktywność społeczna mieszkańców wsi przybiera głównie niesformalizowany charakter. Rzadziej niż mieszkańcy największych miast należą oni do organizacji sformalizowanych i struktur heterogenicznych.

A zatem cechy kapitału społecznego, jakim dysponują mieszkańcy wsi, skłaniają do stwierdzenia, że nadal jest to raczej kapitał wiążący, o charakterze rodzinno-sąsiedzko-parafialnym. Nie są to jednak cechy spójne, w związku z czym można je w różny sposób interpretować. Dla przykładu w opinii B. Fedyszak-Radziejowskiej (analizującej w *Raporcie o stanie wsi 2012* kapitał społeczny jej mieszkańców również z wykorzystaniem badań CBOS z 2012 r.) kapitał ten ulega jakościowej zmianie i traci swój tradycyjny, rodzinno-sąsiedzki charakter. Autorka wysuwa nawet (dość ryzykowny) wniosek, iż:

Kapitał społeczny polskiej wsi jest mocną stroną jej mieszkańców, szczególnie rolników. Nawet jeśli nowe badania CBOS pokazują, że wciąż jest on bardziej rodzinno-sąsiedzko-parafialny niż kapitał społeczny zamożnych mieszkańców wielkich miast – działających na rzecz znajomych i środowisk pracy, to jego poziom jest relatywnie wysoki i, co ważne, obecny w działalności obywatelskiej w stowarzyszeniach i organizacjach społecznych. Mocną stroną kapitału społecznego wsi jest wysoka akceptacja norm współpracy i współdziałania związana z religijnością i przejawiająca się także w aktywności na rzecz parafii (Fedyszak-Radziejowska 2012: 123).

Jeśli przyjąć tezę, że kapitał społeczny mieszkańców wsi jest bliższy *bonding* niż *bridging social capital*, to należy uznać, iż nie sprzyja on innowacjom społecznym, podobnie jak postrzeganie mieszkańców wsi w kategoriach tradycjonalistów oraz osób negatywnie odnoszących się do zmian społecznych. Jak pokazują analizy CBOS, taki wizerunek

osób zamieszkujących polską wieś jest nadal aktualny (Hipsz 2012: 4), a społeczne zwierciadło, w którym się oni przeglądają, może negatywnie wpływać na ich postawy względem innowacji. Mają oni problem z jej zdefiniowaniem (por. Tuziak 2013) i często nie wierzą w możliwość jej wykreowania bez zaangażowania ogromnych środków finansowych (zob. Zajda 2012). Tymczasem – jak podkreślają K. Krzysztofek i M. Szczepański –

Jeśli w świadomości jednostkowej i zbiorowej nie ugruntuje się potrzeba, a tym samym akceptacja zmiany, to ta przebiegać będzie w wolnym tempie, nierzadko przyjmując zdeformowaną postać. Dlatego ważne jest uzmysłowienie konieczności zmian o charakterze innowacyjnym i modernizacyjnym głównym ich aktorom i podmiotom – zarówno zbiorowościom lokalnym i regionalnym, jak też jednostkom (2002: 41).

Metody stymulowania innowacji społecznych mają na celu nie tylko wykreowanie konkretnych działań służących zniwelowaniu jakiegoś problemu, ale również aktywizację obywateli do udziału w tym procesie, wzmocnienie ich partycypacji społecznej opartej na społecznym zaufaniu i wspólnie podzielanych normach i wartościach wzmacniających postawy komunitariańskie.

Interesującą typologię metod angażowania obywateli w proces innowacji społecznych (przy użyciu technik wykorzystywanych w socjologii w charakterze technik badawczych) zaprezentowali A. Davies, J. Simon, R. Patrick i W. Norman posługując się dwoma kryteriami. Były to: 1) Informowanie o teraźniejszości vs. rozwiązania dla przyszłości; 2) Włączanie w proces innowacji społecznych niewielu obywateli vs. włączanie w ten proces wielu z nich.

Informowanie o teraźniejszości odnosi się do sposobów, za pomocą których obywatele mogą dostarczać informacji dotyczących ich obecnych problemów, doświadczeń, wyzwań przed którymi stoją. Te informacje są niezbędne do powstania innowacji i stanowią podstawę realizacji pierwszego z etapów tego procesu. Społeczne zaangażowanie jest również ważne w kolejnych etapach wdrażania innowacji – w fazie testowania prototypów, wprowadzania po raz pierwszy rozwiązań celem sprawdzenia ich efektywności.

Rozwiązania dla przyszłości – kryterium odnosi się do wszelkich form zaangażowania, które umożliwiają obywatelom kształtowanie idei leżących u podstaw innowacji. Mogą to być idee nowe, ale również te dotyczące zmiany już istniejącego porządku rzeczy, ulepszenia czegoś, dopasowania do obecnych wyzwań. Idee obywatele mogą kreować samodzielnie, ale również służyć w tym zakresie pomocą innym (tzw. innowatorom). Zaangażowanie pozwala włączyć obywateli w realizację innowacji i uniknąć problemu wyuczonej bezradności (por. Leadbeater 2009: 2).

Drugie kryterium uwzględnia różnice między liczbą obywateli zaangażowanych w proces innowacji. Metody włączające wielu z nich (autorzy nie precyzują dokładnie ilu) umożliwiają rozpoznanie zjawisk ukrytych, wzorów postępowania, zachowań, trendów, które mogą leżeć u ich podstaw. Metody włączające tylko niewielu pozwalają uzupełnić ten statystyczny obraz o jakościowe dane albo zobrazować problemy małych grup.

Dwa wyszczególnione tu kryteria pozwalają analizować metody obywatelskiego zaangażowania w proces innowacji za pomocą dwóch pytań. Po pierwsze, jakiego rodzaju wkład wnoszą obywatele do procesu innowacji? Czy polega on na dostarczaniu informacji o obecnych problemach, czy może takich, które pozwalają stworzyć przyszłościowe rozwiązania (wychodzące poza perspektywę teraźniejszości)? Po drugie, jaka jest skala partycypacji obywateli w procesie społecznych innowacji? Czy w procesie tym partycypuje wielu z nich, czy też uczestniczą w nim tylko jednostki bądź niewielkie ich grupy? (Leadbeater 2012: 17–18).

Do metod włączania niewielu obywateli w proces dostarczania informacji niezbędnych do powstania innowacji społecznych, a odnoszących się do ich obecnej sytuacji, zalicza się *user led research* oraz *citizens mapping needs* (Leadbeater 2012: 21–22).

User led research – to badania realizowane na potrzeby innowacji społecznych, projektowane przy udziale samych badanych. Włącza się ich w każdy etap procesu badawczego, zaczynając od koncepcji, poprzez tworzenie próby, etap terenowy, zbieranie danych, ich analizę i wyciąganie wniosków (Leadbeater 2012: 27).

Citizens mapping needs – to grupa metod, wśród których najbardziej znana jest tzw. PRA – Participatory Rural Appraisal, stosowana w rozwoju innowacji społecznych w Afryce i Azji (określana również mianem *Participatory Learning and Action*). Włączenie w proces innowacji społecznych polega na zachęcaniu grup zmarginalizowanych do projektowania ich własnych badań na ten temat, opartych na komunikacji bezpośredniej, wizualizacji, nagrywaniu (metoda uwzględnia duży poziom analfabetyzmu członków tych zbiorowości). Badani mogą odgrywać również rolę przewodników oprowadzających profesjonalnych badaczy po swoich społecznościach lokalnych. Za pomocą tzw. *transect walks* weryfikuje się też informacje pochodzące z zastosowania innych metod mapowania. W procesie badawczym powstają mapy opisujące kluczowe elementy życia społeczności, relacje zachodzące w jej ramach, sposób funkcjonowania, społeczne problemy (Leadbeater 2012: 23).

Wśród metod aktywizujących wielu obywateli do uczestnictwa w procesie tworzenia innowacji społecznych w wymiarze *Informing about present states* zalicza się:

Crowdsourcing data platforms – platformy internetowe, na łamach których obywatele mogą wypowiadać się na temat nurtujących ich problemów społecznych, np. FixMyStreet.

Rating platforms – platformy umożliwiające obywatelom dzielenie się swoimi opiniami na temat różnych instytucji publicznych, np. placówek służby zdrowia (w Wielkiej Brytanii platforma *I Want Great Care*, w Polsce *RateMyTeachers.com*).

Do metod włączania niewielu obywateli w proces innowacji społecznych, których celem jest stworzenie rozwiązań dla przyszłości, *Developing future solutions*, zalicza się *Co-design*, *Idea camps*, *Positive deviance inquires*.

Co-design polega na włączeniu do procesu innowacji społecznych obywateli za pomocą serii warsztatów tematycznych, których celem jest wypracowanie konkretnych rozwiązań dla jasno określonych problemów społecznych (Leadbeater 2012: 36).

Idea camps to rodzaj warsztatów wyjazdowych poświęconych innowacjom społecznym, w których biorą udział grupy wymagające wsparcia.

Positive deviance inquiries to metoda, której celem jest pokazywanie społecznych problemów samym zainteresowanym i wypracowywanie sposobów ich rozwiązania poprzez obserwację dobrych przykładów (Leadbeater 2012: 38–39).

Uczestnictwo w procesie wypracowywania „Rozwiązań dla przyszłości” wielu obywateli, skłania do zastosowania metod partycypacji, takich jak *Idea banks*, *Competitions*, *Large-scale ideation exercises*.

Idea banks – banki pomysłów znane od roku 1968. Obecnie stosowane w Amsterdamie, Berlinie i Paryżu w ramach projektu „Open Cities”. Polegają na zgłaszaniu władzom lokalnym przez obywateli propozycji rozwiązania jakiegoś problemu społecznego.

Competitions – konkursy, w których można pozyskać środki na sfinansowanie własnego pomysłu na innowacje społeczne. Dla przykładu w 2010 r. Fundacja Rockefellera, GlobalGiving i InnoCentive ogłosiły konkurs na innowacje dotyczące oczyszczania wody w krajach rozwijających się, w którym uczestniczyło ponad 2200 osób, a dla zwycięzcy przewidziano 40 000 \$ nagrody.

Large-scale ideation exercises – metody polegające na skupianiu dużej liczby obywateli na spotkaniach poświęconych rozwiązywaniu problemów społecznych. Przykładem ich zastosowania jest *Future City Game* stworzona przez British Council, Centre for Local Economic Strategies i Manchester’s Centre of Urban Life. Uczestnicy spotkania (mieszkańcy miasta o różnych cechach społeczno-demograficznych) w grupach wypracowują idee leżące u podstaw innowacji społecznych (Leadbeater 2012: 30–34).

Zaprezentowane metody aktywizacji obywateli do uczestnictwa w tworzeniu i wdrażaniu innowacji społecznych były stosowane zarówno w społecznościach miejskich, jak i wiejskich. Słabą stroną niektórych z nich jest jednak krótkotrwały kontakt członków społeczności, sprowadzony głównie do uczestnictwa w jednym, konkretnym procesie innowacji, w którym zmierza się do wypracowywania rozwiązań dla dotyczącego ich problemu społecznego.

Metodą wykorzystywaną na obszarach wiejskiej Europy, która służy innowacjom społecznym i jest oparta na długofalowej interakcji przedstawicieli społeczności lokalnej, również tych, których proces in-

nowacji nie musi dotyczyć, jest metoda LEADER. Sama jest uważana za innowacyjną i jednocześnie za bardzo trudną do wdrożenia, ponieważ zakłada m.in. zmianę relacji między mieszkańcami wsi reprezentującymi tzw. trzy sektory – publiczny, społeczny i gospodarczy (Zajda 2011; Psyk-Piotrowska *et al.* 2013).

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że relacje między władzami lokalnymi (reprezentującymi sektor publiczny) a przedsiębiorcami nie należą do najlepszych. Badacze wskazują na traktowanie przedsiębiorców w urzędach jak intruzów, niechcianych (roszczeniowych) gości, wyjątkowo pragmatycznych – zainteresowanych tylko taką kooperacją, która (najlepiej w krótkim okresie) przyniosłaby im zyski (Kłodziński, Rosner 2000: 150). Ponadto władze lokalne faworyzują niektórych z nich nawiązując kontakty najczęściej z właścicielami największych, kluczowych dla rozwoju lokalnego firm lub z tymi przedsiębiorcami, którzy już sprawdzili się we współdziałaniu i mogą wesprzeć finansowo różnego rodzaju inwestycje czy wydarzenia kulturalne (Zajda 2013).

Odnośnie do relacji władz lokalnych i sektora społecznego często negatywnie ocenia się układ paternalistyczny, który istnieje między nimi i stawia w uprzywilejowanej sytuacji władze lokalne, ograniczając autonomię organizacji pozarządowych. Dodatkowo zwraca się uwagę na fakt, że wśród ogółu tych organizacji władze priorytetowo traktują ochotnicze straże pożarne, kluby sportowe i koła gospodyń wiejskich, postrzegając inne jako potencjalne zaplecze dla nowych liderów politycznych, konkurentów do władzy (zob. Herbst 2008a; 2008b; Śpiewak 2008).

O interakcje między przedsiębiorcami i organizacjami pozarządowymi w społecznościach wiejskich w ogóle jest trudno. Ci pierwsi, szukając przede wszystkim szans dla swoich produktów i usług w społeczności lokalnej, współpracują z NGO (np. sponsorując ich działalność) wtedy, kiedy upatrują w tym możliwości zwiększenia ich konkurencyjności. Ci drudzy małych i średnich wiejskich przedsiębiorców postrzegają poprzez pryzmat twardej konkurencji rynkowej, a nie filantropów gotowych bezinteresownie wspierać lokalne NGO (Zajda 2013).

Za pomocą metody LEADER dąży się do zmiany tych, nierzadko bardzo trudnych, relacji między trzema sektorami zapraszając ich przedstawicieli do długofalowej współpracy w lokalnych grupach

działania na rzecz wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju wsi. Zmiana relacji ma przyczynić się do wzmocnienia kapitału społecznego reprezentantów trzech sektorów zaangażowanych w ich działalność, definiowanego jako potencjał współpracy oparty na zaufaniu społecznym oraz wspólnie podzielanych normach i wartościach. Interakcje społeczne, nie ograniczone do jednego projektu, ale trwające całymi latami, mają z jednej strony doprowadzić do powstania i wdrożenia innowacji społecznej, jaką jest trwałe partnerstwo trójsektorowe. Z drugiej, do powstania innych innowacji społecznych, takich, które byłyby ukierunkowane na rozwiązywanie czy niwelowanie problemów społecznych, z jakimi zmagają się mieszkańcy obszaru partnerstwa, na rzecz którego wpływa lokalna grupa działania.

Dotychczasowe analizy wskazują, że w wielu lokalnych grupach działania pojawiły się zjawiska utrudniające powstanie autentycznego partnerstwa. Wśród nich należy wymienić ich municypalizację bądź kolonizację przez władze samorządowe próbujące (głównie w sposób nieformalny) zdominować ich prace. Przykładem tego zjawiska jest wywieranie wpływu na skład organu zarządzającego czy decyzyjnego poprzez rekomendację do nich osoby powiązanej z władzą lokalną w roli reprezentanta sektora społecznego bądź gospodarczego. Innym niekorzystnym zjawiskiem utrudniającym współpracę trzech sektorów w lokalnych grupach działania jest petryfikacja ich zarządów i rad, utrudniająca włączenie się w ich prace osób spoza lokalnego establishmentu, czyli najczęściej osób, które weszły w skład tych organizacji już w czasie Pilotażowego Programu LEADER + „na zaproszenie” władz lokalnych, najczęściej inicjujących realizację podejścia LEADER. Te niekorzystne zjawiska potwierdzają tezę o trudnościach związanych z wprowadzaniem w życie zwłaszcza tych innowacji społecznych, których celem jest zmiana relacji, zachowań i postaw.

Podsumowanie

Wiele kwestii społecznych nie może być rozwiązanych przy wykorzystaniu tradycyjnego podejścia w politykach społecznych typu *top-*

-down, chociażby ze względu na złożoność problemów nie mających jednego sposobu rozwiązania, a wymagających różnych scenariuszy w zależności od wielu zmiennych społecznych. Podejmowana interwencja jest zawsze formą interakcji z podmiotami zainteresowanymi, niemożliwą do podjęcia bez ich partycypacji. Tym samym innowacje społeczne, których celem jest niwelowanie społecznych problemów, wymagają zasobów kapitału społecznego – zaufania, norm i wartości, które mają ułatwiać współdziałanie.

Innowacje społeczne nie są możliwe do realizacji w każdej społeczności lokalnej. Z jednej strony nie wszystkie z nich muszą rozwijać się innowacyjnie, z drugiej nie wszystkie mają taką możliwość ze względu na co najmniej trzy uwarunkowania: społeczną percepcję innowacji jako procesu zarezerwowanego dla firm dysponujących znacznym kapitałem finansowym, niewielkie zasoby kapitału ludzkiego związane m.in. z wykształceniem, kreatywnością ludzi oraz niski potencjał kapitału społecznego (ograniczoną czy też niewielką umiejętność współpracy i chęć uczestnictwa w procesie innowacji zwłaszcza grup docelowych, których problem – będący podstawą procesu innowacji – dotyczy).

Zaprezentowane metody stymulowania innowacji są *de facto* metodami aktywizacji obywateli do aktywnego uczestnictwa w tym procesie. Mogą być one ukierunkowane na włączenie ich w któryś z etapów tego procesu lub we wszystkie, zakładać ujęcie tego włączenia w pewne ramy czasowe bądź wręcz przeciwnie, traktować go jako proces, który nigdy nie zostanie zamknięty.

Metoda LEADER należy do tych metod generowania innowacji, których celem jest zmiana relacji między trzema sektorami kluczowymi dla rozwoju wsi. Jej efektywne wdrożenie przyczynia się do rozwoju wsi za pomocą autentycznych innowacji społecznych, tj. takich, które uwzględniają uczestnictwo mieszkańców wsi w procesie rozwiązywania lokalnych problemów. Jednocześnie ich pomyślnie zrealizowanie wzmacnia partnerstwo i zasoby kapitału społecznego osób i podmiotów, które je tworzą. Tę zmianę traktuje się jako nigdy nie zakończony proces, którego efektywność można ocenić dopiero z perspektywy kilkunastu lat. Wydaje się, że jej realizacji nie sprzyjają nie tylko deficyty kapitału ludzkiego czy społecznego mieszkańców wsi, ale również

procedury biurokratyczne. Procedury te z dość specyficznych organizacji pozarządowych (struktur hybrydowych) uczyniły nowe agencje rozwoju lokalnego, których efektywność zależy nie tyle od autentycznego włączenia w proces innowacji społecznych mieszkańców wsi, ile od poprawnego rozliczenia kosztów jego realizacji i wywiązania się z góry założonych efektów.

Bibliografia

- Andersen J., Delica K., Frandsen M., 2010, *'From 'book container' to community centre – bottom linked innovation of public services supporting community empowerment'*, [w:] *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood, A. Hamdouch (eds), KATARSIS project, final report, European Commission, Brussels
- Bason C., 2010, *Leading Public Sector Innovation: co-creating for a better society*, Policy Press, Bristol
- Coleman J., Katz E., Menzel H., 1966, *Medical innovation: Diffusion of a medical drug among doctors*, Bobbs-Merrill, Indianapolis
- Cybulska A., 2012, *Zaufanie społeczne*, komunikat CBOS, nr 33/201
- Davies A., Caulier-Grice J., Norman W., 2012, *Introduction to Innovation: A literature review of the methods and policies for innovation'. A deliverable of the project. "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*, European Commission – 7th Framework Programme, Brussels
- Davies A., Simon J., 2013, *'Citizen engagement in social innovation – a case study report'. A deliverable of the project. "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*, European Commission – 7th Framework Programme, Brussels
- Davis A., Simon J., Partick R., Norman W., 2012, *Mapping citizen engagement in the process of social innovation. A deliverable of the project. "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*, European Commission – 7th Framework Programme, Brussels
- Fedyszak-Radziejowska B., 2012, *Społeczności wiejskie: ewolucyjne zmiany, zrównoważony rozwój*, [w:] *Polska wieś 2012. Raport o stanie wsi*, J. Wilkin, I. Nurzyńska (red.), Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa
- Gladwell M., 2000, *The Tipping Point*, Brown and Company, New York
- Granovetter M., Soong R., 1985, *Threshold Models of Diffusion and Collective Behaviour*, „Journal of Mathematical Sociology”, vol. 9
- Guide to Social Innovation 2013*, European Commission

- Hagen E., 1962, *On the Theory of Social Change*, IL: Dorsey Press, Homewood
- Herbst J., 2008a, *Inny trzeci sektor: Organizacje pozarządowe na terenach wiejskich*, [w:] *Wiejskie organizacje pozarządowe*, M. Halamska (red.), IRWiR PAN, Warszawa
- Herbst J., 2008b, *Współpraca organizacji pozarządowych i administracji publicznej w Polsce 2008 – bilans czterech lat*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa
- Hippel E. von, 1994, *Sticky Information and the Locus of Problem Solving: Implications for Innovation*, „Management Science”, vol. 40: 4
- Hipsz N., 2012, *Potencjał społecznikowski i zaangażowanie Polaków w wolontariat*, komunikat CBOS, nr 23
- Kłodziński M., Rosner A., 2000, *Małe i średnie firmy a rozwój gospodarczy obszarów wiejskich*, [w:] *Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich wschodniego i zachodniego pogranicza*, M. Kłodziński, A. Rosner (red.), IRWiR PAN, Warszawa
- Kowalczyk K., 2012, *Gotowość Polaków do współpracy w latach 2002–2012*, komunikat CBOS, nr 19
- Krzysztofek K., Szczepański M., 2002, *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice
- Leadbeater C., 2009, *The Art of With, An Original Essay for Cornerhouse*, Manchester
- MacCallum D., Mehmood A., 2010, *Preface: From the study of social exclusion to the analysis of socially innovative strategies*, [w:] *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*, F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood, A. Hamdouch (eds), cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/124376771EN6.pdf
- Makarczyk W., 1971, *Przyswajanie innowacji*, Ossolineum, PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk
- Mehmood A., Hamdouch A. (eds), 2010, *KATARSIS project*, final report, European Commission, Brussels
- Merton R., 2002, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, PWN, Warszawa
- Millard J., 2012, *Social innovation in the age of the sparing economy: local challenges that meet the network effect* a publication of the project: *The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe (TEPSIE)*, European Commission – 7th Framework Programme, Brussels
- Moulaert F., Nussbaumer J., 2007, *L'innovation sociale au coeur des débats publics et scientifiques. Un essai de déprivatisation de la société*, [w:] *L'innovation sociale: émergence et effets sur la transformation des sociétés*, J.L. Klein, D. Harisson (eds.), Presses de l'Université du Québec, Québec
- Najder-Stefaniak K., 2010, *Wstęp do innowatyki*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa
- Pietrasinski Z., 1971, *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*, PWN, Warszawa
- Pietrzyk I., 2000, *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, PWN, Warszawa
- Psyk-Piotrowska E., Zajda K., Krettek-Kamińska A., Walczak-Duraj D., 2013, *Struktura i uwarunkowania kapitału społecznego lokalnych grup działania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź

- Putnam R., 2008, *Samotna gra w kregle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Ratajczak Z., 1980, *Człowiek w sytuacji innowacyjnej*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Rogers E., 2003, *Diffusion of Innovations*, Free Press, New York
- Sztompka P., 2005, *Socjologia zmian społecznych*, Wydawnictwo ZNAK, Kraków
- Śpiewak R., 2008, *Czy organizacje pozarządowe są wsi potrzebne*, [w:] *Wiejskie organizacje pozarządowe*, M. Halamska (red.), IRWiR PAN, Warszawa
- Tuziak A., 2013, *Innowacyjność w endogenicznym rozwoju regionu peryferyjnego. Studium socjologiczne*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa
- Westley F., 2008, *The Social Innovation Dynamic*, Social Innovation Generation at the University of Waterloo, Waterloo
- Zajda K., 2011, *Nowe formy kapitału społecznego wsi. Studium przypadku lokalnych grup działania z województwa łódzkiego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź
- Zajda K., 2012, *Rozwój wielofunkcyjny, zrównoważony i innowacyjny w gminach wiejskich. Realizacja typu idealnego czy działania pozorne (na przykładzie powiatu radomszczańskiego)*, „Wieś i Rolnictwo”, 3 (156)
- Zajda K., 2013, *Władza lokalna, organizacje pozarządowe i przedsiębiorcy – współdziałanie na rzecz rozwoju wsi w powiecie radomszczańskim*, „Samorząd Terytorialny”, 3 (267)

Determinants of social innovations in rural communities and the methods of their stimulation

Summary:

In the chapter, the problem of the conditions of social innovations (such as human and social capital) was analyzed. On the basis of the literature of the subject (mainly English) the term social innovation was defined and the problem of its social perception was discussed. In the context of the characteristics of rural communities (especially the potential of their social capital) the method of citizens mobilization to participate in the innovation process was described as well as the LEADER approach – a social innovation that can stimulate the other ones.

Key words:

social innovation, social mobilization, social capital, the LEADER approach.