

## SOSYAL YENİLİKÇİLİK: BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI\*

Duygu SEÇKİN HALAÇ\*\*  
Hakan EREN\*\*\*  
Çağrı BULUT\*\*\*\*

### Öz

Özellikle 1990'dan sonra bilimsel çalışmaların yoğunlaştığı sosyal yenilikçilik kavramı insanların hayat standartlarını ve refahlarını yükseltebilmek, daha önce karşılanmamış ihtiyaçlara çözüm önerileri ya da yeni fikirler sunabilmek olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türk kültürüne uygun, birey düzeyinde geçerli ve güvenilir bir sosyal yenilikçilik ölçeğinin geliştirilerek özellikle Yönetim yazınına kazandırılmasıdır. Bu doğrultuda, anket yönteminin kullanıldığı, farklı coğrafi ve sosyo-ekonomik bölgelerden üniversitelerin farklı fakültelerinden son sınıf öğrencilerinin katıldığı bir saha çalışması tasarlanmıştır. Yapılan analizler sonucu tek boyutlu, sekiz maddeden oluşan geçerli ve güvenilir bireysel sosyal yenilikçilik eğilimini ölçen bir ölçek geliştirilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Sosyal yenilikçilik, sosyal inovasyon, sosyal yenilik, ölçek geliştirme, üniversite öğrencileri, Türkiye.

### Abstract

#### Social Innovation: A Scale Development Study

Social innovation is defined as being new ideas or solution proposals to latent needs of humans in order to increase life standards and wealth. The concept has

---

\* Bu çalışmanın dar kapsamlı İngilizce özeti, PsySoc2012 Konferansında sunulmuş olup, sunulan metin konferans kitapçığında basılmıştır. Bu çalışmanın ölçek geliştirme ve saha araştırmasında verdikleri katkı ve desteklerden dolayı başta merhum Prof. Dr. Ahmet Ayhan olmak üzere, Prof.Dr. Ziya Burhanettin Güvenç, Prof.Dr. Cemalettin Çopuroğlu, Prof.Dr. Lütfihak Alpkan, Prof.Dr. Türkay Dereli, Doç.Dr. Zafer Acar, Doç.Dr. M. Atilla Öner, Yrd.Doç.Dr. A. Murat Fiş, Yrd.Doç.Dr. Selma Akpınar, Yrd.Doç. Dr. Burcu Güler ve Dr. Ertan Erkocaoğlu'na teşekkürlerimizi sunarız.

\*\* Arş.Gör., Yaşar Üniversitesi, İşletme Bölümü, 35100, Bornova-İZMİR, duygu.seckin@yasar.edu.tr

\*\*\* Dr., Kara Harp Akademileri, hkneren@yahoo.com

\*\*\*\* Doç.Dr., Yaşar Üniversitesi, İşletme Bölümü, 35100, Bornova-İZMİR, cagri.bulut@yasar.edu.tr

started to attract academicians' attentions, especially after 1990s. The aim of this study was to develop a valid and reliable individual level social innovation instrument which is suitable to Turkish culture and to contribute especially to management literature. In this context, survey method was used and a comprehensive field study was designed with the participation of senior students from different faculties of universities in different geographical and socio-economic regions. According to the findings, a reliable and valid social innovativeness scale with eight items was employed.

**Keywords:** Social innovation, social innovativeness, scale development, university students, Turkey.

## GİRİŞ

Yenilikçilik (ya da diğer adıyla inovasyon eğilimi) ve değişim döngüsünün sürekli ve iyi bir şekilde işlemesi sonucunda medeniyetler ve onun yer aldığı dünya gelişip ilerlemektedir. Yenilikçiliğin sadece ekonomik bir süreç veya sistem olmadığı düşünülmektedir. Eşitsizlikleri ortadan kaldıran, istihdam yaratan ve çevrenin korunmasına katkı sağlamaya yönelik toplumsal eğilimlerin toplamı bir dizi alt sistemi içeren bir süreç olduğu artık kabul edilen bir gerçektir. Yenilik, bu sistem ve süreçlerin potansiyel ve beklenen çıktısı olarak görülmektedir. Yeniliği, ulusal sosyo-ekonomik politikalarının merkezine yerleştirmeye çalışan ülkelerde, bireylerin yenilikçilik eğilimlerini davranışa yönlendirmeleri yönünde adımlar atabilmesi için öncelikle toplumda yenilik kültürünün oluşturulması gerekliliği olduğu kabul edilmektedir (OECD, 2012). Toplumsal kültürün yadsınamayacağı bu sosyal olguda, yeniliğin taşıyıcısı ve yürütücüsü olan sosyal girişimcilerin davranış biçimlerini yaşadıkları çevre ve aldıkları eğitimin belirlediği kabul edilmektedir (Güney, Nurmakhmatuly, 2007). Nitekim yenilikçiliğin, bireysel başarılarından bağımsız olarak toplumsal bir süreklilik gösterebilmesi, toplumda mevcut sosyal ve kültürel yapının temel karakteristiklerinin iyi bilinmesi ve analiz edilebilmesiyle mümkün olabilmektedir. Drucker (1985) ile Osborne vd. (1992) de yenilikçilik üzerine yapılan değerlendirmelerin, toplumların yaşam kalitesini arttırmak üzere yönetici ve politikacıların uzun vadeli planlamalarında yardımcı nitelikte olacağını belirtmektedirler.

İnsan kaynakları ve entelektüel sermayenin ülkedeki karakterleri, bilgi ve yenilikçilik faaliyetlerinin özgünlüğünü belirleyen en önemli etkenlerdendir. Yaratımsal sürecin merkezi bireydir. Yenilikçilik yazınındaki birçok çalışmada, firmalarda yenilik yaratma ve uygulaması araştırmacılar tarafından analiz edilmektedir (Rogers, 1995; Skyrme, 1999; Clayton, 1997; Kirton, 2000). Ancak, gelişen yenilikçilik görgül araştırma alanındaki çalışmalarda kavramın

halen örgüt veya işletmelerden bağımsız, birey seviyesinde araştırılmayı bekleyen bir boşluk olduğu göze çarpmaktadır.

Uygulama alanında ortaya koyduğu değişikliklerle uyumlu olarak yenilik, farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Teknolojik yenilik, oluşumunu, araştırma ve gözleminin göreceli daha kontrollü olmasından ötürü en çok üzerinde durulan yenilik çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü işletmelerin ve genel anlamda ülkelerin ekonomik getiri sağlamasında ve istihdam yaratılmasında teknolojik yeniliklerin katkısının çok fazla olduğuna inanılmaktadır. Drucker (1985), yenilikçiliğin sadece teknik bir süreç olmadığını aynı zamanda ekonomik ve sosyal bir süreç olduğunu belirtmektedir.

Zurbano (2006) ile Moulaert *vd.*, (2005), toplumsal gelişme olgusunun merkezinde teknolojik yenilik kavramına alternatif olarak, sosyal yenilik kavramının olduğunu savunmaktadırlar. Sosyal yenilik ilk olarak 19'uncu yüzyılın sonlarında "sosyal buluşlar (social inventions)" adıyla Max Weber tarafından tartışılmıştır. Sosyal yeniliğin gerekliliği, ekonomik etkinliği sağlamak için teknoloji ve yenilikle birlikte ele alınması ise 1930'larda Joseph Schumpeter ile olmuştur.

Sosyal yenilikçilik kavramının üzerinde uzlaşmış net bir tanımı bulunmamaktadır. Özellikle erken dönem araştırmacılar (örn. Freeman, 1988, Schumpeter, 1934, Drucker, 1985) örgütsel düzeyde rekabet gücünü arttırmak için, teknolojik yenilikçiliğe destek olan bireysel ve kurumsal yapılarıdaki değişimi sosyal yenilik olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda "yenilikçi iş stratejisinin" bir boyutu olarak özellikle yönetim alanı ile sınırlı kalmıştır. Diğer taraftan bazı araştırmacılar ise sosyal yenilikçiliği toplumsal düzeyde kültürel, ekonomik ve sosyal boyutları ön plana çıkararak bu alandaki iyileştirme ve yeniliklerle halkın bir bütün olarak ilerlemesi ve refaha kavuşması için yapılan faaliyetler olarak tanımlamaktadır (örn. Goldenberg, 2004b: 3, Mulgan *vd.*, 2006: 10). Dolayısıyla sosyal yenilikçilik bir taraftan bir organizasyondaki küçük ancak süreklilik arz eden sistematik fayda üretilmesi gibi daha küçük ölçekte değişimleri (Kulin, 2009), diğer taraftan ise sosyal yapıyı kökten değiştirecek yeni bir ulusun oluşumunu kapsamaktadır (Atatürk, 1927). Bu çalışma, sosyal yenilikçiliğin ikinci grup araştırmacıların tanımladığı anlamına ağırlık vererek, kavramı toplumsal kalkınmanın sağlanmasında önemli bir unsur olarak toplumsal düzeyde ele almaktadır.

Sosyal yenilikçilik, politika yapıcılar, akademisyenler, uygulayıcılar ve kamuoyu tarafından ilgi çekmeye başlasa da, kavram ve uygulama olarak sadece örnek olaylarla ele alınmaktadır (OECD, 2010). Buna rağmen sosyal yenilikçilik, sosyo-ekonomik gelişim ile mikro düzeyde işletme stratejisi ve

performans ilişkisi içinde bilimsel çalışmalara destek sağlayacak bir araç olarak görülmektedir. Ancak sosyal yenilikçilik kavramının ölçümüne ilişkin bir ölçme aracı halen gelişen mevcut yazına kazandırılmamıştır. Dahası, bireylerde var olan sosyal yenilikçilik eğiliminin ölçümüne yönelik herhangi bir ampirik çalışmanın yapılmadığı da görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, sosyal yenilikçilik kavramının ölçümüne dair bu eksikliği birçok alan için başlangıç düzeyinde de olsa kapatmayı hedeflemektedir. Bu amaçla çalışmada, yazındaki kavramsal tartışmalardan yola çıkılarak, kapsamlı bir saha çalışması ile sosyal yenilikçilik eğilimini birey düzeyinde ölçebilecek bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda da, çalışmanın bugüne kadar apriori olarak öne sürülmüş ancak görgül olarak çalışma yapılmamış bu alandaki bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Konunun önemi dikkate alındığında, çalışmanın ilgili yazına öncelikle de Türk sosyoloji ve yönetim yazınlara anlamlı bir katkı sağlaması hedeflenmiştir.

“Sosyal yenilikçilik” eksenindeki bu çalışma ile elde edilecek ölçeğin, yazında sıklıkla yer bulmuş Ar-Ge ve teknoloji altyapısı gibi fiziksel sermayenin yanında maddi olmayan varlıkların düzeyinin tespitinde de kullanılması da ayrıca amaçlanmıştır. Daha net bir ifade ile maddi olmayan varlıkları ifade eden entellektüel sermayenin yaşam kaynağı (Karacaer, Aygün, 2009) ve ulusal yenilik sistemlerinin en temel unsuru olan bireylerin sahip oldukları ve kullandıkları bilgi, beceri, deneyim ve bu eksikliklerden kaynaklı motivasyonlarıyla oluşan insan sermayesinin düzeyinin tespitinde kullanılması amaçlanmaktadır.

## 1. SOSYAL YENİLİK VE YENİLİKÇİLİK

Sosyal yenilikçilik, fertlerin ve toplumun karşılaştığı ekonomik ve sosyal problemlere çözüm bulmak için yeni veya iyileştirilmiş etkinlikler, girişimler, hizmetler, süreçler veya ürünlerin uygulaması ve gelişimini (Goldenberg, 2004a; Tanimoto *vd.*, 2007; Neamtan, 2003), insanların hayatlarında olumlu değişimi sağlamak için somut yollar bulunmasını ifade etmektedir (Goldenberg, 2004b: 3). Kapsam olarak ele alındığında ise, çalışma koşullarından eğitime, bireysel düzeyden toplumsal gelişime, sağlığa ve çevre gözetiminden iklim değişikliği sorunlarına karşı sürdürülebilir fayda sağlayarak yeni sosyal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesidir.

Mulgan *vd.* (2006:10) sosyal yeniliği, “yeni fikirler” ile daha önce “karşılanmamış ihtiyaçlar” arasında bağlantılar kurarak, “insanların hayat standardını” yükseltecek şekilde çözümler üretilmesi olarak tanımlamaktadır. Phills *vd.* (2008) ise kavramı, bir sosyal probleme daha etkili, verimli, sürdürülebilir yeni bir çözüm bulmak veya var olan çözümlerden yola çıkılarak

bireylerden ziyade öncelikle toplum geneli için değer yaratmak olarak tanımlamaktadır. Sosyal yenilik hayat standartlarını yükseltmeyi ve insan kaynakları gelişimini hedefleyen, kültürel ve sosyal müesseseler ile eğitim sistemini ele almaktadır (Mahdjoubi, 1997).

Son yıllarda toplumun genelinin yenilik faaliyeti içerisinde yer aldığı ve ortak sorunlarının çözümünde sosyal yenilik konusunda çalışmalara ağırlık verdiği görülmektedir. Bu durum da kavramın bireyler, işletmeler ve toplum açısından taşıdığı öneme vurgu yapmaktadır. Karmaşık sosyal problemleri ortadan kaldırmak için tek bir çözümün olamayacağı ve yenilikçi bir yaklaşım kullanmak gerektiği artık kabul edilmekte ve sosyal yenilik olgusunun önemi anlaşılmaya başlanmaktadır (Conger, 2009).

Küçük firmalar ve az gelişmiş bölgeleri hedef alan politikalarda sosyal yeniliğin önemi (Woolcock, 1998; Cooke *vd.*, 1999), artan şehirleşme ile oluşan sorunların giderilmesi ve kentsel gelişimde sosyal yeniliğin rolü birçok araştırmacı (örn. Marx; Adler *vd.*) tarafından birey ve toplum bazında incelenmektedir. Özellikle, toplumdan dışlanmış insanların tekrar sisteme kazandırılması ve temel ihtiyaçlarının karşılanması bağlamında konu ele alınmış ve sivil toplum kuruluşları vb. inisiyatiflerin önemine vurgu yapılmıştır (Nussbaumer *vd.*, 2004; Gerometta *vd.*, 2005; Moulaert *vd.*, 2007; Zhang, Swanson, 2010).

Zapf (1989) sosyal yenilikleri, amaçlara ulaşmanın yeni yolları olarak tanımlamakta ve sosyal değişime yön verebilen, geleneksel yöntemlere göre daha etkin problem çözen yeni örgüt yapıları, yaşam tarzları veya hayatı düzenleyen kuralları içerdiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Conger (1974) de sosyal yeniliğin, bireysel veya müşterek ilişkileri değiştiren yeni bir yasa, organizasyon veya yöntem olduğunu, günümüzde yaşadığımız sosyal gerçeklerin zaman içerisinde geliştirilerek insanların bunlara uyum sağladığını ifade etmektedir. Evlilik ve hukuk gibi sistemlerin hepsinin, ilk ortaya çıkarıldıkları zamanlarda birer sosyal yenilik olduğunu vurgulayan Conger (1974), bu tür yeniliklerin sosyal gelişimin yönünü değiştirerek eski yöntemlerden daha iyi yollarla bireysel ve sosyal problemlerin çözümüne yardımcı olduğunu vurgulamaktadır.

Sosyal yeniliklerin mikro amaçları, bireylerin ya da grupların ihtiyaçlarının giderilmesi, yaşam standartlarının sürekli olarak geliştirilmesi, niteliklerinin zenginleşmesi veya bir örgütün üretiminin gelişmesini içermektedir. Sosyal yenilikler toplumda bir değişimi ifade ettiğinden makro amaçları, eşitsizliklerin ortadan kaldırılması ve sürdürülebilir gelişme konsepti ile yakından ilişkilidir (Buchegger *vd.*, 2000).

Bu tanımlarda genel olarak sosyal yeniliğin bir ihtiyacı, etkili yeni bir çözümü ve sonuçta bireye, topluma veya örgütlere fayda sağlaması gibi üç ana unsurun vurgulandığı anlaşılmaktadır. Bunun için de ilk olarak bir yeniliğin ortaya çıkması, ikinci olarak bu yeniliğin değişiklik meydana getirmesi ve üçüncüsü de uygulamaya geçildiğinde kabul edilebilmesi, başka bir ifade ile içselleştirilebilmesi gerekmektedir.

Mevcut yazın incelendiğinde sosyal yenilikçilik kavramının aşağıda belirtilen dört kullanımı öne çıkmaktadır:

- Sosyal problemleri çözmek ve mevcut veya yeni oluşan ihtiyaçları karşılamak için geliştirilen yeni ürün ve hizmetler vasıtasıyla yeni sistemlerin geliştirilmesi,
- Sosyal hareketler gibi oluşan piyasa dışı faktörlerin toplumda yarattığı iyileştirmeleri, bir başka deyişle, ekonomik yeniliklerden farklı olarak piyasa tarafından karşılanamayan ihtiyaçlara odaklanması,
- İşgücü potansiyelinin ve yeteneklerinin geliştirilerek (sosyal sermaye gelişimi) üretkenliğin artırılması için yeni yöntemlerin geliştirilmesi,
- Teknolojik yeniliklerin oluşumundan sonra toplumun bu yeniliklere uygun olarak düzenlenmesini içermektedir.

Sosyal yenilik yalnızca yeni çözümlerin ve konseptlerin geliştirilmesi değildir. Aynı zamanda mevcut çözümlerin yaygınlaştırılması ve detaylandırılmasında da ortaya çıkabilir (Weber *vd.*, 1992). Elde edilen sonuçların değerlendirilmesi ve ilerleyen aşamalarda faydalı ilavelerin yapılmasıyla, başlangıçtaki fikirlerin genişletilerek daha iyi çözümlerin bulunması sağlanır (Mumford, 2002: 259).

Tidd *vd.*'ye göre (2005) ekonomik olan yenilikler genellikle Ürün (**P**roduct), Süreç (**P**rocess), Konum (**P**osition) ve Paradigma (**P**aradigm) yeniliği olarak dört gruba ayrılırlar. Sosyal yeniliği ele alırken de bu tipoloji faydalı bir başlangıç noktası olabilmektedir. Örneğin, azınlıkların entegrasyonunu güçlendirmek amacıyla geliştirilen dil entegrasyon programı gibi yeni bir eğitim programı bir ürün yeniliğidir. Bir yeni ya da mevcut ürün yenilikçi bir yolla iletilebilir. Örneğin, bu ürün internet aracılığı ile (süreç yeniliği) yeni bir hedef kitleye (konum yeniliği) ulaştırılabilir. Çığır açan tarzda bir yenilik, örneğin herkesin seçme ve seçilme hakkına sahip olması ya da fırsat eşitliği, paradigma değişimini beraberinde getirebilir (paradigma yeniliği).

Yenilik literatüründe genel olarak süreç, fikir geliştirme aşamasından prototip ve pilot çalışmaya, geliştirmeye ve öğrenmeye kadar olan benzer aşamalardan geçerek gelişir. Yeni bir çözüm için fikir geliştirme, bu çözümün ilk kullanımı (örn: pilot proje gibi) ve fikrin geniş bir kesim tarafından kabul edilerek yayılması arasında uzun bir zaman geçebilmektedir (Buchegger *vd.*, 2000). Coates'e (2000: 122) göre sosyal yenilik oluşumu, problemin tanımlanma süreci, öneri ve alternatiflerin denenmesi, yapılacakların tanımlanması ve müteakiben deneme, test etme ve değerlendirme süreçlerini takip eder.

Sosyal yenilik, yeni sosyal etkileşim yolları, yeni politikalar, yeni endüstriler ve kuruluşların oluşumunu sağlayan bir yaratıcılık şeklidir (Damanpour, 1991; Drazin *vd.*, 1999; Gryskiewicz, 2000). Örneğin, Uluslararası Para Fonu gibi kuruluşlar bu şekilde oluşturulmuştur. Sosyal yeniliklerin başarılı olması, kültürel olarak kabul edilebilir, ekonomik olarak sürdürülebilir ve teknolojik olarak uygulanabilir olmasına bağlıdır. Sosyal yenilikler teknolojik yeniliklerle (mekanik, kimyasal, elektronik vb.) aynı hızda geliştirilememektedir. Sosyal yeniliklerin geniş bir kesim tarafından kabul görüp uygulanması uzun zaman alabilmektedir. 1809'da İsveç'te ortaya çıkan ombudsmanlık, ikinci olarak 110 yıl sonra 1919'da kurumsallaşmaya başladığı Finlandiya'da uygulanana kadar yaygınlaşmamıştır. Sonraki yıllarda ise Danimarka, Norveç ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde de uygulama alanı bulmuştur (Örn. Örnek, 1992). Sümerlerden bu yana geçen 6500 yılda, eğitim ve öğrenim esaslarını değiştiren yasalar, kuruluşlar ve yeni yöntemler sayesinde eğitim bugünkü duruma gelebilmiştir (Westfall, 1998) ve halen evrimini sürdürmektedir.

Farklı sosyal yenilik şekilleri birbirleriyle yakın ilişkilidir. Yeniliklerle beraber gelişen diğer yardımcı yenilikler sayesinde sosyal bir sistem gelişmektedir. Örneğin, mahkemelerin kurulmasının ardından hâkim, jüri, avukat, dava, savunma, yeni kanunlar ve hukuk fakülteleri gibi daha birçok yenilik, her birisi kendi başına geliştirilmiş olmasına rağmen genel adalet sisteminin etkin ve etkili olması amaçlarıyla sisteme dahil edilmiştir (Conger, 2009). Kütüphanelerin kurulması beraberinde yeni ihtiyaçlar doğurmuş ve birçok yeniliğin de gelişimini sağlamıştır. Nitekim insanların sahip olmadığı veya olamayacağı kitaplara ulaşmalarını sağlamak amacıyla önceleri kütüphanelerde abonelik sistemi geliştirilmiş (Mumford, 2002: 257) ve günümüzde bireysel internet erişimi olanakları ile yeni çözüm yolları halen bulunmaktadır.

Eğitim ile ilgili yeniliklere bakıldığında, okulların ve üniversitelerin geliştirilmesinden sonra gelen tüm yeniliklerin, eğitimi daha etkin hale getirdiği görülmektedir. Sınıflarda öğretimin başlaması, devam zorunluluğunun

getirilmesi, anaokullarının açılması, eğitimde aşamaların oluşturulması, testlerin geliştirilmesi, rehberlik danışmanlarının kullanılması, eğitim amaçlı televizyonların yayına başlaması, yaşam boyu öğrenme programlarının sunulması ve bilgisayar destekli müfredatın oluşturulması, eğitimin etkinliğini arttıran önemli güncel uygulamalardan bazılarıdır. Bilgisayar ve internet destekli uzaktan öğrenim sistemleri ise mevcut kurumsal yapının dışında yeni bin yıla ve post-moderniteye uygun alternatif yöntemlerle de bireysel gelişim ve öğrenmenin zaman ve mekândan bağımsız yapılabileceği fikrini kabullenmeye götürmektedir. Bu nedenle bilgisayar destekli eğitim büyük bir sosyal yenilik sayılabilmektedir (Conger, 2009).

Otomobillerin yaygınlaşması yalnızca modern üretim hatları ve içten yanmalı motor teknolojilerinin geliştirilmesi ile sağlanmamıştır. Sürücü kursları, yol işaretleri, garajlar ve trafik görevlileri gibi birçok sosyal yeniliği beraberinde getirirken (Mulgan *vd.*, 2007: 34), enerji kaynaklarına bağımlılığı arttırmış, alternatif enerji kullanım yollarında da yeniliklere yönelimi beraberinde getirmiştir.

Dil Reformu, Devletçi İktisadi Kalkınma Modeli, Köy Enstitüleri, saat ve takvim uyumlaştırılması gibi, Türkiye Cumhuriyetinin kuruluş aşaması şüphesiz birçok sosyal yenilik örneği ile doludur. Günümüzde ise kamu hizmetlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesini sağlayan e-devlet, Akıllı Kent Otomasyon Sistemi (AKOS), görme engellilerin eğitimi alanında hizmetler üreten Altı Nokta Görme Engelliler Derneği, katılımcılığı ve çoğulculuğu sağlama, iktisadi kalkınmaya destek olma, kamu hizmetlerine katkıda bulunma gibi toplumsal fayda sağlamaya yönelik, TEMA, AKUT, Türk Eğitim Vakfı, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı gibi kuruluşlar çeşitli sosyal yenilik örneklerini faaliyetleri kapsamında geliştirerek uygulamaktadırlar.

Sosyal yenilik, sadece bireylere ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara özgü değildir. Politikacılar ve devlet (toplum sağlığı için yeni yöntemler geliştirilmesi vb.), pazarlar (açık kaynak yazılımı, organik gıda vb.), hareketler (adil ticaret -fair trade- yaklaşımıyla çalışanların haklarını ve bölgenin sosyal gelişimini gözeten üretim ve ticaret), sosyal organizasyonlar (düşük gelirliilere iş imkânı sağlanması için mikrokredi modelinin kullanılması vb.) ve akademik çevreler (çocuk yetiştirmede pedagojik modeller vb.) tarafından da geliştirilirler. Daha birçok başarılı sosyal yenilik de bu sektörler arasında oluşmakta ve günlük hayatımızda normalleşmektedir.

## 2. YÖNTEM VE UYGULAMA

Sosyal yenilikçiliğin algısal ölçümünün hedeflendiği bu çalışmada anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket tasarlanmadan önce sosyal yenilikçilik ölçeğini



geliştirebilme amacıyla derinlemesine bir yazın taraması yapılmıştır. Mevcut ulusal ve uluslararası yazında sosyal yenilikçilik çalışmaları kavramsal tartışmaları içermekte olup, herhangi bir ampirik çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal yenilikçilik ile ilgili bir ölçek ihtiyacı yazının gelişmesi ile beraber bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaya başlamıştır. Literatürdeki bu boşluğu doldurabilmek için bu çalışmada sosyal yenilikçilik eğilimini ölçebilmek üzere bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır. Literatürden yararlanılabilecek öncül bir ölçek çalışması olmadığı için, yazındaki tanımlar ve ileri sürülen önermeler dikkate alınarak ölçek ifadeleri oluşturulmuştur. Bu süreçte alanlarında uzman birçok uzmanın görüşleri alınmış, uluslararası literatürün yoğunluğu nedeni ile kavramın tanımlanmasında kullanılmış olan ifadelerin Türkçeye düzgün çevrilebilmesinde çeviri-geri çeviri yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak alanında uzman akademisyenlerle oluşturulmuş çalışma grubu 24 ifadeden oluşan bir tutum ölçeğine ulaşmıştır (ölçek ifadeleri için Tablo-1'e bakınız).

Araştırmada veri toplamak amacı ile “sosyal yenilikçilik” ile birlikte, ayırışma geçerliliğini sınamak amacı ile “teknolojik yenilikçilik” ölçeği de kullanılmıştır. Mevcut uluslararası yazından yararlanılarak nihai analizlerde kullanılmak üzere 5 maddeden oluşan teknolojik yenilikçilik ölçeği oluşturularak anket formuna eklenmiştir.

Konu hakkında yönetim ve organizasyon, teknoloji yönetimi ve sosyoloji alanlarından uzmanların görüşleri alınarak ölçek tekrar değerlendirilmiş, hem sosyal yenilikçilik hem de teknolojik yenilikçilik ölçümünde kullanılmak üzere Likert tipi ifadelerle yanıt alınabilecek eşit aralıklı (interval) bir ölçeğe ulaşılmıştır.

Anket formunun genel yapısının geri dönüş oranına etkisi dikkate alınarak anket formu oluşturulurken yazında belirtilen hususlara dikkat edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır: (1) demografik özelliklerle ilişkili sorular; (2) 5'li Likert tipinde hazırlanmış, sosyal yenilikçilik ve teknolojik yenilikçilik ölçekleri yer almaktadır. Öğrencilerden bu görüşlere her bir cümle için ne derece katıldıklarını belirtmeleri için “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden birini seçmeleri istenmiştir.

Çalışmamızın örnekleme için üniversitelerin çeşitli fakültelerinde öğrenimlerine devam eden son sınıf öğrencileri hedeflenmiştir. Üniversite öğrencilerinin seçilmesinin nedenleri arasında yenilikçi düşünme ve yenilik uygulamalarında toplumun diğer kesimlerine göre öncü rol oynamaları, teknoloji ve küresel rekabetin hızla arttığı günümüzde üniversite eğitimi nitelikli insan gücüne artan işgücü talebi ve geleceğin toplumsal yapısının bu kesim tarafından yönlendirileceği veya şekillendirileceği varsayımları yer

almaktadır. Çalışmanın ülke genelini temsil edebilecek analiz sonuçlarına ulaşabilmesi için, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel toplum kesimlerini temsil edebilecek farklı şehirlerden 10 üniversite seçilmiştir. Seçilen 10 üniversiteden basit tesadüfi örnekleme tekniği ile rassal olarak araştırmanın örneklemini oluşturan 767 öğrenci saha çalışmalarının yürütülmesi için seçilmiştir. Öngörülen örneklem büyüklüğünün evreni temsil edeceği değerlendirilmektedir. Üniversite son sınıf öğrencilerinden oluşan ve ülke genelini temsil edecek böyle bir homojen örneklem yapısı, yaş, eğitim ve tecrübe gibi kritik demografik değişkenlerin kontrol edilme ihtiyacını ortadan kaldırdığı için avantaj sağlamaktadır (Mueller *vd.*, 2000:69).

Düzenlenen anket formu, çalışmamıza destek verebileceklerini belirtmiş olan Türkiye genelindeki -Ankara (2), İstanbul (2), Aydın, Kocaeli, İzmir, Gaziantep, Elazığ ve Samsun- 10 üniversitenin öğretim üyelerine posta ile iletilmiştir. Belirtilen illerden seçilmiş üniversitelerin Tıp Fakülteleri, Mühendislik-Mimarlık Fakülteleri, Fen Edebiyat ve Eğitim Fakülteleri, Siyasal Bilgiler Fakülteleri, İİBF, Su Ürünleri ve Turizm Fakülteleri ile Meslek Yüksek okullarının son sınıflarında öğrenim gören öğrencileri gönüllülük esasına göre araştırmaya katılmışlardır. Anketteki ifadelerin net bir şekilde anlaşılabilmesi için araştırmayı destekleyen öğretim üyeleri tarafından katılımcılara bilgi sunulmuş, ayrıca araştırmanın amacı ve kapsamı anket formu üzerinde belirtilmiştir.

### 3. ANALİZ VE BULGULAR

Sosyal yenilikçiliğin ölçümü için bu çalışmada öne sürülen iki aşamalı veri toplama süreci öngörülmüştür: (1) Ölçek geliştirme amacı ile pilot çalışma ve (2) Nihai analizler.

#### 3.1. Ölçek Geliştirme Pilot Çalışması ve Faktör Analizleri

Bu çalışmanın 'Yöntem ve Uygulama' bölümünde detayları belirtilmiş olan sosyal yenilikçilik ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik düzeylerinin araştırılması amacı ile pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma için hazırlanan anket formunda "Sosyal Yenilikçilik Ölçeği" madde havuzuna Tablo-1'deki 24 madde konulmuştur.

Pilot çalışma Fırat Üniversitesi Mühendislik, Fen-Edebiyat, Elektrik-Elektronik, Teknik Eğitim, Veteriner ve Tıp Fakültelerinden 101 öğrenciye (31 erkek, 70 bayan) toplam bir aylık süre kapsamında tesadüfi olarak anketörler aracılığıyla ayrı ayrı uygulanmıştır. Elde edilen verilerin SPSS 15.0 paket programına girişleri yapılarak, verilerin doğruluğu test edilmiş ve herhangi bir hataya rastlanmamıştır. Lisans eğitimi alan son sınıf öğrencilerininin 24 ifadeye

verdikleri cevapların ölçek puanı; olumlu ifadelerle sırasıyla 5 (kesinlikle katılıyorum), 4 (katılıyorum), 3 (kararsızım), 2 (katılmıyorum) ve 1 (kesinlikle katılmıyorum) puanları verilerek hesaplanmıştır. Olumsuz ifadeler ise veriler ters kodlanarak değerlendirilmiştir.

**Tablo 1. Pilot Çalışma Ölçek Maddeleri**

Madde	Ölçekteki İfadeler
S1	Sosyal konular ilgimi çeker.
S2	İnsanların yaşam kalitesini artırmak için çabalarım.
S3	Toplumda, politik ve sosyal değişimler yaratmanın yollarını ararım.
S4	Sürdürülebilir bir toplumsal gelişim için öncelikle insanlarda davranış değişiklikleri yaratmak gerekir.
S5	Toplumun yenilikçi gücünü artırmak için bilimsel yeni eğitim teknikleri geliştirmek isterim.
S6	Toplumun refahını artırmak için sosyal içerikli yeni ürünler ve hizmetler geliştirmek isterim.
S7	Sosyal ihtiyaçları gidermek ve problemlere çözüm bulmak için yeni teknolojileri kullanırım.
S8	Toplumda, sosyal dayanışma ve sosyal katılımı artırmanın yollarını ararım.
S9	Sosyal değer yaratacak ve toplumu daha etkin hale getirecek yeni fikirler üretirim.
S10	Sosyal, insani ve organizasyonel gelişim sağlanmadan teknolojik yeniliklerin ekonomiyi ve yaşam koşullarını iyileştirmediğine inanırım.
S11	Sosyal alanlarda (eğitim, sağlık, çevre, sanat ve ekonomi gibi) gelişim yaratacak potansiyele sahibim.
S12	Uzun vadeli sağlıklı bir ekonomi yaratmak için sosyal yenilikler hayati öneme sahiptir.
S13	Sosyal normlarda ve kurallarda değişiklik yapacak fırsatlar ararım.
S14	Herhangi bir maddi çıkar beklemeden çevremdekilere faydalı olmak isterim.
S15	Sorunları bulur ve sistemi değiştirecek çözümler üretirim.
S16	Elimdeki kaynaklarla sınırlı kalmadan sürekli yeni fırsatlar peşinde koşarım.
S17	Sosyal problemlerle ilgili kendimi sorumlu hissedirim.
S18	Toplumda bir farklılık yaratmak, benim için kişisel başarıdan daha önemlidir.
S19	Sosyal problemleri (yakın çevremden başlayarak) insanlarla görüşmek bana haz verir.
S20	Sosyal oluşumların (sivil toplum, dernek, politika vb.) faaliyetlerinde aktif rol oynarım.
S21	Ticari bir yenilik ve finansal bir değer yaratmak yerine sosyal değişim ve değer yaratmayı tercih ederim.
S22	Empati yapar ve insanlara yardım etmek isterim.
S23	Toplumsal sorunları bireysel çabamla çözemeyeceğime inanırım. (-)
S24	Toplumsal sorunlar karşısında çaba göstermem gerektiğine inanırım. (-)

Geçerlilik testi, bireyin ölçülmek istenen özelliğini ne derece doğru ölçtüğü ile ilgili bir kavramdır. Konunun yenilikçilik ve girişimcilik boyutları yanında birey ve toplumsal boyutları göz önüne alınarak işletme yönetimi ve sosyoloji öğretim üyelerinin görüşleri doğrultusunda, madde sayısını azaltılıp azaltılmaması ve test maddelerinin ölçülmek istenen davranışı yansıtmayı yansıtmadığının cevabını almak maksadıyla içerik (content) geçerliliği uygulanmıştır.

Yapılan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği istatistiği sonucu, maddeler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğunu göstermiştir (KMO: 0.779). Bartlett Küresellik Testi sonucuna göre ise maddeler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir ( $\chi^2_{(276)}=701.384, p<.000$ ).

Ölçeklerin faktör yapılarının teorik beklentilerle uyuşup uyuşmadığını test etmek için bir dizi faktör analizi uygulanmıştır. Bu süreçte ölçeğin faktör matrisi oluşturulmuş ve değişkenlerle faktörler arasındaki korelasyonları temsil eden faktör yükleri incelenmiştir. Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerinin yüksek olması, o maddelerin birlikte bir kavramı-yapıyı-faktörü ölçtüğü anlamına gelmektedir. Veri indirgeme prosedüründe faktör sayısı belirlenirken öz değeri 1 ve daha yüksek olan faktörler dikkate alınmıştır.

Tek boyutluluk geçerliliği kapsamında bir sonraki aşamada bu faktörlere; bağımsızlık, yorumlamada açıklık ve anlamlılık sağlamak amacıyla bir eksen döndürmesi (varimax rotation) uygulanmış ve faktör yüklerinin tek faktörde toplanmasını sağlayana kadar analize devam edilmiştir. Faktör yük değerinin, 0.45 ve üstü olması, seçim için iyi bir ölçü sayıldığı için (Büyüköztürk, 2006: 124), maddelerden bu değerlere sahip olanlar dikkate alınmıştır. Faktör analizi tekrar edilerek uygun sonuca ulaşana kadar faktör yükü düşük maddeler analiz dışı bırakılarak sürece devam edilmiştir.

Ölçeğin faktör yapılarının görülebilmesi ve tüm değişkenlerden yararlanılarak bireyin yenilikçi özelliklerinin tek bir bileşik endeks şeklinde tespit edilebilmesi için yapılan faktör analizine ait (Döndürülmüş Temel Bileşenler Analizi) bulgular Tablo-2'de verilmiştir. Döndürülmüş temel bileşenler analizi sonucunda, sosyal yenilikçilik eğiliminde sekiz boyutlu bir faktör yapısı elde edilmiştir. Sekiz faktör, toplam varyansın %64.60'ını açıklamaktadır. Güvenilirlik analizlerinde bir adım daha ileri gidilerek, belirtilen 24 madde için soru ile bütün arasındaki korelasyonlar yöntemi (item-total correlation) değerleri ile soru silinirse güvenilirlik katsayısı (reliability coefficient if item deleted) değerleri göz önünde bulundurularak madde eleme yöntemi tercih edilmiştir. Belirtilen madde eleme testleri ve faktör yapısını bozan maddelerin yapıdan elenmesi sonucunda elde edilen tek faktörlü yapıda açıklanan toplam varyans %53,078'dir. Buna göre, analizde önemli faktör

olarak ortaya çıkan faktörlerin birlikte, maddelerdeki toplam varyansın ve ölçeğe ilişkin varyansın çoğunluğunu açıkladıkları görülmektedir. Açıklanan varyans değerlerinin %50'nin ve ölçekteki ifadelerin faktör yükleri 0.65'in üzerindedir ki bu da ölçeğin geçerliliğini desteklemektedir (Hair *vd.*, 1998).

**Tablo 2. Temel Bileşenler Analizine İlişkin Bulgular**

Madde No.	Faktörler							
	1	2	3	4	5	6	7	8
S14	.785							
S10	.697							
S7	.633							
S8	.592							
S13	.553							
S11		.759						
S15		.625						
S6		.533						
S9		.468						
S4		.461						
S1			.749					
S12			.634					
S2			.580	.511				
S22				.825				
S21					.809			
S5					.558			
S24						.688		
S20						-.650		
S18					.406	.572		
S17						.465		
S23							-.757	
S19							.506	
S16								.701
S3								-.529

Güvenilirlik, bireyin test maddelerine verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanır (Büyüköztürk, 2006: 169) ve ölçeğin istenen özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir. Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesinde, ortalama korelasyonlarının hesaplanması yolu ile ölçümün içsel tutarlılığını gösteren alfa katsayısı (Cronbach'ın Alfası) kullanılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğin güvenilir olduğunun söylenebilmesi için alfa katsayısının aldığı değer 0.70'den yüksek olması beklenmektedir (Nunnally, 1978). Testler esnasında alfa değerini düşüren maddeler analizden çıkarılmış ve istenen seviye elde edildiğinde analize son verilmiştir. Araştırma kapsamında uygulanan anketin alfa değeri (0.776) eşik seviye olan 0.70'in üzerinde olduğundan oldukça güvenilirdir (Tablo-3).

**Tablo 3. Ölçeğin Faktör Yükleri, Faktör Analizine İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerleri**

Madde No.	Faktör Yükü	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )	Toplam Açıklanan Varyans (%)
S7	.778	0.776	53.078
S8	.758		
S13	.712		
S14	.712		
S10	.678		

Keşfedici faktör analizi sonucu ortaya çıkan beş maddelik tek boyutlu yapının doğrulayıcı yapı geçerliliği için uyum indeksleri incelenmiştir. EQS 6.1 kullanılarak yapılan belirtilen testler sonucunda, uyum indeksleri oldukça iyi değerler vermesine rağmen, kıkare değerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir [ $\chi^2_{(5)}=3.95$  p: 0.85; NFI=0.98; NNFI=1.00; CFI=1.00; IFI=1.00; GFI=0.99; RMSEA=0.00]. Pilot çalışmadaki örneklem sayısının az oluşu belirtilen durumun bir nedeni olarak görülebilir. “P değeri”nin anlamsız bulunması sonucu, uzman grubun görüşleri tekrar alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda, belirtilen 5 maddelik yapıya mevcut 24 madde içerisinden cümle yapıları düzeltilerek, 4 maddenin daha ilave edilerek daha büyük bir örneklem üzerinde sosyal yenilikçilik ölçeğinin test edilmesine karar verilmiştir. Bu belirtilen 4 maddeden bir tanesi ise mevcut iki maddenin tekrar harmanlanarak yeni bir cümle yapısında sunulmasını da içermektedir. Bu düzenleme ile içerik olarak yeterli tanımlama sağlanacağı üzerinde mutabık kalınmıştır. Dolayısıyla, nihai analizlerde 9 maddelik sosyal yenilikçilik ölçeğinin kullanılmasına karar verilmiştir.

### 3.2. Nihai Analizler

101 kişi ile yapılan pilot çalışmanın ardından oluşturulan anket formu, 10 üniversitede 767 kişiye uygulanmıştır. Uygulama sonucunda alınan verilerle ölçeğin son halini oluşturmak için analizlere devam edilmiştir.

Ankete cevap verenlere ait demografik verilere bakıldığında büyük çoğunluğunun 21-24 yaş aralığında ve erkek olduğu görülmektedir (Tablo-4):

Alınan cevaplara göre öğrencilerin aileleri, Ankara ve İstanbul başta olmak üzere ülke genelindeki toplam 74 ilde yaşamaktadır. Bu veri, örneklemin homojenliğini destekler niteliktedir (Tablo-5).

**Tablo 4. Ankete Cevap Verenlerin Yaş Aralığı ve Cinsiyeti**

Yaş Aralığı	Sıklık	Oran (%)
19-20	81	12.8
21-24	551	69.6
25-29	122	15.9
> 30	13	1.7
Cinsiyet		
Bayan	298	38.9
Bay	469	61.1

**Tablo 5. Ankete Cevap Verenlerin Ailesinin Yaşadığı Şehirler**

Ailenin Yaşadığı İl	Sıklık	Oran(%)	Ailenin Yaşadığı İl	Sıklık	Oran(%)
Ankara	162	21.1	İzmir	24	3.1
İstanbul	117	15.3	Mersin	23	3.0
Kocaeli	34	4.4	Adana	22	2.9
Elazığ	28	3.7	Diğer İller (66 İl)	330	43
Malatya	27	3.5	Toplam	767	100

Fakültelere göre dağılımlar incelendiğinde, teknik ve sosyal bilimlerden sağlanan katılımın homojen bir örneklem yapısının oluşturulmasını desteklediği görülmektedir (Tablo-6).

**Tablo 6. Ankete Cevap Verenlerin Fakülteleere Göre Dağılımı**

Fakülte	Sıklık	Oran (%)
Fen-Edebiyat	92	12.1
Mühendislik ve Mimarlık	188	24.8
İktisadi ve İdari Bilimler (İİBF)	168	22
Siyasal Bilgiler	40	5
Eğitim	104	13.7
Tıp	27	3.3
Su Ürünleri	15	1.9
Turizm ve Otelcilik	47	6.1
Meslek Yüksek Okulu	86	11.1

Faktör analizinde örneklemin yeterliliği ve faktör analizi için uygunluğu Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve küresellik (Bartlett test of sphericity) testi yapılarak değerlendirilmiştir. Ölçeğin KMO değerinin 0.889 olması, örneklem büyüklüğünün iyi seviyede olduğunu göstermiştir. Verilerin çoklu normal dağılımdan gelip gelmediğini test etmek amacıyla yapılan küresellik testi oranının ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu ( $p<0.000$ ) saptanmıştır. Bu oranlar anket formunun güvenilir olduğunu, ölçekler ile toplanan verilere faktör analizi uygulanabileceğini göstermiştir.

**Tablo 7. Ölçek Maddeleri, Faktör Yapısı, Ölçeğin Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerleri**

Madde	Madde İçeriği	Faktör Yükleri
S2&S6	Toplumun yaşam kalitesini artırmak için sosyal içerikli yeni ürünler ve hizmetler geliştirmek isterim.	0.742
S3	Toplumda, politik ve sosyal değişimler yaratmanın yollarını ararım.	0.646
S5	Toplumun yenilikçi gücünü artırmak için bilimsel yeni eğitim teknikleri geliştirmek isterim.	0.715
S7	Sosyal ihtiyaçları gidermek ve problemlere çözüm bulmak için yeni teknolojileri kullanırım.	0.570
S8	Toplumda, sosyal dayanışma ve sosyal katılımı artırmanın yollarını ararım.	0.777
S9	Sosyal değer yaratacak ve toplumu daha etkin hale getirecek yeni fikirler üretirim.	0.696
S10	Sosyal, insani ve organizasyonel gelişim sağlanmadan teknolojik yeniliklerin ekonomiyi ve yaşam koşullarını iyileştirmediğine inanırım.	-
S13	Sosyal normlarda ve kurallarda değişiklik yapacak fırsatlar ararım.	0.582
S14	Herhangi bir maddi çıkar beklemeden çevremdekilere faydalı olmak isterim.	0.559

Ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi için keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Analize Tablo-7’de belirtilen 9 madde ile başlanmıştır. Döndürülmüş temel bileşenler analizine ait bulgular Tablo-7’de verilmiştir.

Madde S10’nun faktör yükü 0.40 değerinin altında kaldığı için Tablo-7’de belirtilememiştir. Bu madde dışındaki tüm maddeler tek faktöre beklendiği gibi yüklenmiştir. Maddelerin faktör yüklerinin 0.55’in üzerinde değerler aldığı görülmektedir. Ayrıca, Tablo-8’den de görüldüğü gibi madde analizi sonuçlarına göre madde-ölçek toplam korelasyon değeri 0.291 olup madde



silindiğinde ölçek alfa değeri 0.858 olarak tespit edilmiştir. Faktör yapısına olumsuz etkisi göz önüne alınarak, bu madde analiz dışı bırakılmıştır. Sonuçta, belirtilen 8 maddelik tek boyutlu yapı için toplam açıklanan varyans %51.382 ve Cronbach Alfa değeri 0.858 olarak bulunmuştur.

**Tablo 8. Madde İfadeleri Düzeltilmiş Hali İle Madde Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Madde	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Madde-Ölçek Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Ölçek Alfa Değeri
S2&S6	32.14	24.447	.638	.787
S3	32.57	25.079	.517	.802
S5	32.24	24.517	.623	.789
S7	32.20	25.574	.518	.802
S8	32.27	24.846	.650	.787
S9	32.43	25.201	.582	.794
S10	32.59	26.132	.291	.858
S13	32.56	25.583	.502	.803
S14	32.12	26.152	.456	.809

Keşfedici faktör analizinde bir faktöre ait maddeler analiz edildiğinde bu maddelerin grup olarak bir faktöre yüklenmesi o faktörün tek boyutluluk geçerliliği hakkında bilgi vermektedir. Bu analizlerde faktör özdeğeri 1 olarak belirlendiğinde, her bir faktöre ait değişkenlerin tek bir faktöre yüklenmesi faktörlerin tek boyutlu olduğunu göstermektedir. Tek boyutluluğu desteklemek amacı ile Tukey toplanabilirlik testinden (Tukey's additivity test) de yararlanılmıştır. Tukey testinde, "nonadditivity" değerinin anlamsız olarak bulunması, analiz edilen veri setinin tek boyutluluğunu destekleyici niteliktedir (Algina, Kesselman, 1997). Yapılan test sonucunda "nonadditivity" değeri ile elde edilen sonuç tek boyutluluğu destekler niteliktedir [ $F(1, 5369) = 0.115$ , desteklenmemiştir].

Faktör analizi sonucunda sosyal yenilikçilik eğilimini ölçen tek boyutlu bir faktör yapısı elde edilmiştir. Pilot çalışma sonucunda elde edilen 9 madde, analizler sonucunda 8'e düşmüştür. Nihai ölçeğin hangi maddelerden oluştuğu Tablo-7'de görülmektedir. Söz konusu 8 madde, toplam varyansın yaklaşık olarak %51'ini açıklamaktadır. Ölçeğin güvenilirliği için madde analizine bağlı olarak hesaplanan ve 0.70'den yüksek olması beklenen (Nunnally, 1978) alfa

değerinin, 0.858 gibi yüksek bir değere sahip olması, ölçeğin güvenilir olduğunu kanıtlamaktadır.

Teknolojik yenilikçilik ölçeği, ulaşılmış olan 8 maddelik sosyal yenilikçilik ölçeğinin anlamlı şekilde ayrıştığını gözlemleyebilmek üzere kullanılmıştır. Bu doğrultuda, iki ölçek maddeleri keşfedici faktör analizine alınmışlardır (bk. Tablo-9). 5 maddelik teknolojik yenilikçilik ölçeğinin toplam varyansın %56.171'ini açıklamakta olup, Cronbach Alfa değeri 0.804 olarak hesaplanmıştır. Tablo-9'dan da görüldüğü üzere, bu iki ölçek maddeleri keşfedici faktör analizinde anlamlı şekilde birbirlerinden ayrılmışlardır.

Bu araştırmada, keşfedici faktör analizlerini takiben, bir de doğrulayıcı faktör analizi sonucuna yer verilerek öne sürülen tek boyutlu sosyal yenilikçilik ölçeğinin uyum iyiliği testleri incelenmiştir.

**Tablo 9. Sosyal Yenilikçilik ve Teknolojik Yenilikçilik Ölçeklerine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları**

Madde	Faktörler	
	Sosyal Yenilikçilik	Teknolojik Yenilikçilik
SI8	.777	
SI2&6	.742	
SI5	.715	
SI9	.696	
SI3	.646	
SI13	.582	
SI7	.570	
SI14	.559	
TI4		.783
TI2		.759
TI3		.743
TI5		.729
TI1		.609

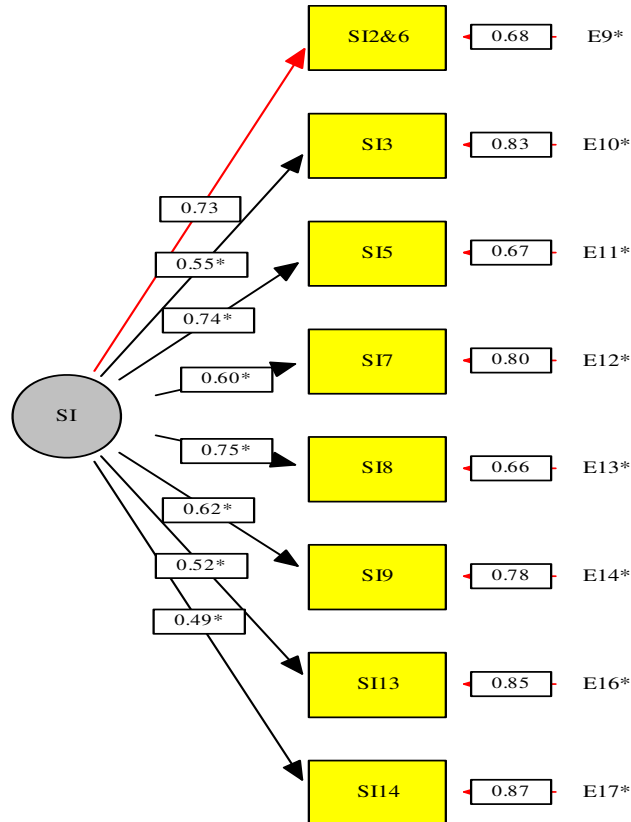
Tek boyutlu olarak 8 maddelik sosyal yenilikçilik ölçeği maddelerinin doğrulayıcı faktör analizi uyum istatistiği sonuçları Tablo-10'da sunulmuştur. Uyum istatistikleri genel olarak değerlendirildiğinde, 8 maddelik tek boyutlu yapının iyi uyum gösterdiği görülmektedir.

Tablo 10. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İstatistiği Sonuçları

Uyum İyiliği İstatistiği	$\chi^2/df$	CFI	NFI	NNFI	IFI	GFI	RMSEA
Kabul Edilebilir	<5	>0.90	>0.90	>0.90	>0.90	>0.90	<0.08
Tek Boyutlu SI yapısı	5.61	.951	.941	.931	.951	.962	.078

Şekil-1’de doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilmiş tek boyutlu yapının faktör yüklerini de içeren görseli sunulmuştur. Ulaşılan 8 maddelik tek boyutlu yapıda, uyum istatistiklerine iyi uyum sağlamaları dışında, değişkenler anlamlı şekilde yüklenmişlerdir. Dolayısıyla, öne sürülen 8 maddelik tek boyutlu yapının, sosyal yenilikçilik kavramını ölçmede başarılı sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

Şekil 1. Tek Boyutlu Sosyal Yenilikçilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Görsel Sunumu ve Faktör Yükleri



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, derinlemesine bir literatür taraması ve kapsamlı bir saha araştırması yolu ile bireylerin sahip olduğu sosyal yenilikçilik eğilimlerini ölçmeye yardımcı bir araç geliştirebilmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklem üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir. Konu ile ilgili literatür incelenmiş ve sosyal yenilikçilik eğilimini yansıtan özellikler, literatürde yapılan kavramsal çalışmalardan yola çıkılarak tespit edilmiştir. Literatürde henüz ampirik olarak incelenmemiş olan, ancak toplumda yenilikçi davranışlar ile ilgili çalışmalarda ele alınması gerekli bir konsept olan bireysel sosyal yenilikçilik eğilimini ölçecek bir ölçek çalışma kapsamında geliştirilmiştir.

Türkiye’de yenilikçilik konusu üzerine ampirik ve teorik çalışmalar yapılmış olmasına rağmen, ulusal düzeyde üniversite öğrencilerini kapsayan uygulamalı çalışmalar yeterli sayıda değildir. Sosyal yenilikle ilgili ise teorik çalışmalar yeni yeni gündeme gelmeye başladığı için kısıtlıdır. Araştırmanın sağlayacağı farkındalık ve ortaya koyacağı bilimsel katkı, özellikle toplumlarda yenilikçilik konusunda öncü rolü üstlenen, geleceğin bilim adamları ve yöneticilerinin yetiştirildiği yerler olan üniversitelerimiz ile ulusal yenilik sisteminin tüm paydaşlarının kullanabileceği önemli bir araç olacaktır.

Sosyal yenilikler, eğitim sisteminin tarihi gelişiminde, sağlıkta, trafikte ve benzeri birçok alanda değişim yaşanmasını sağlayarak, teknolojik gelişimi direkt olarak etkilemekte ya da işgücü potansiyelinin ve yeteneklerinin geliştirilerek üretkenliğin artırılmasında dolaylı etkiler yapmaktadır. Bu nedenle sosyal yenilikler, teknolojik yeniliklerin tamamlayıcısı ve güçlendirici etkilerinden birisi olarak görülmektedir. Sosyal yenilikler, insan kaynaklarının ve organizasyonların geliştirilmesi için sunduğu yeni yöntemlerle, teknolojik yenilikçilik zemininin oluşturulmasına ve sürdürülebilir olmasına da katkı sağlamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde bireylerin sosyal yenilik konusunda desteklenmeleri, yeni yapılanmalar, örnek uygulamalar ve projelere destek verilmesi toplum gelişiminin ve sosyal anlamda değişimin başarılmasında katkı sağlayacaktır.

Türk toplumu, “ortaklaşa davranmaya” önem veren, “dayanışmacı/kolektivist” eğilimleri baskın bir kültürdür (Aytaç, İlhan, 2007). Kolektivist bir kültüre sahip olunmasının, mevcut bilgi birikimi ve yeteneklerin toplum geneline fayda sağlamak amacıyla sosyal alanda üretilecek çözümlere insanları yönelttiği kabul edilmektedir. Türk toplumunun sahip olduğu kolektivist kültürel özelliklerden dolayı, sosyal yenilikçiliğe daha yatkın ya da istekli olmasının bu açıdan değerlendirilmesi fayda sağlayacaktır. Güney vd.’nin (2007) özetlemiş olduğu gibi toplumsal kültür girişimcilik ruhunu ve dolayısıyla

bir ülkenin yenilikçilik kapasitesini etkilerken daha çok girişimcilik ve yapısal faktörler arasında arabulucu pozisyonundadır. Aynı çalışmada bireyselci toplumların yenilikçi tutum için daha uygun bir ortam yarattığından da bahsedilmektedir. Bu durumda yapısal faktörler arasında belirtilen aile ve eğitimin, toplumsal yenilikçilik kapasitesini arttırabilmesinde en önemli rolü oynayacağı açıktır. Kolektivist bir toplum olarak Türk toplumunun, yenilikçilik kapasitesini eğitimle -özellikle üniversitelerde sunulan girişimcilik eğitimleri ile- (Seckin Halac, Bulut, 2012) arttırılabilmesi beklenmektedir. Dahası, bu eğitimlerle yenilikçi eğilimleri artmış bireylerin kendi çocuklarını yetiştirerek yeni nesillerle geliştirmesi mümkün görünmektedir.

Her sosyal bilim araştırmasında olduğu gibi, bu çalışmanın da kısıtları mevcuttur. Bunlardan bir tanesi anket yönteminden ve katılımcı algılarını ölçmeye yönelik bir çalışma olmasından kaynaklanmaktadır. Bir diğer kısıt ise, örneklemin üniversite son sınıf öğrencilerini kapsamasıdır. Ankette yer alan bazı sorulara iş yaşamına atıldıktan sonra farklı cevaplar verebilecekleri de düşünülmelidir. Bu bağlamda, çeşitli STK ya da parti gençlik kollarında aktif görev alan öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışma daha farklı sonuçlar elde edilmesine sebep olabilirdi.

Araştırmacılar, farklı yenilikçilik eğilimlerinin ölçülmesi amacıyla yapacakları çalışmalarda, geliştirilen sosyal yenilikçilik eğilimi ölçeğinden istifade edebileceklerdir. Ölçeğin, üniversite öğrencilerinden oluşan bir grup üzerinde geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapıldığından, öncelikle üniversite öğrencileri ile araştırma yapan araştırmacılar tarafından kullanılabilir. STK ya da parti gençlik kolları faaliyetlerinde bulunan öğrenciler üzerinde çalışmanın tekrarlanması farklı bir bakış açısı sunabilecektir. Farklı örneklem gruplarına (sektörel, bölgesel ve ulusal vb.) uygulanabilmesi için de geçerlilik ve güvenilirlik işlemlerinin yeniden yapılması gerekmektedir.

Sosyal yenilikçilik konusunda aktif olarak faaliyet yürüten gruplar arasında olan sivil toplum örgütleri, sosyal girişimciler, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, vakıflar ve özel sektör kuruluşlarında gelecekte yapılacak çalışmalarla bu çalışmada kullanılan ölçeğin geliştirilmesi faydalı olacaktır.

## **KAYNAKÇA**

Algina, J., H.J. Kesselman (1997) "Detecting Repeated Measures Effects with Univariate and Multivariate Statistics", **Psychological Methods**, 2, 208-218.

Ashoka C. (2011) Home Page, 21 Mayıs 2011 <http://www.ashoka.org/>

- Aytaç, Ö., S. İlhan (2007) "Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik bir Perspektif", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 18, 101-120.
- Atatürk, M.K. (2006) **Nutuk (1919-1927)**, (Haz: Z. Korkmaz), Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Bornstein, D. (1998) "Changing the World on a Shoestring: An Ambitious Foundation Promotes Social Change by Finding Social Entrepreneurs", **Atlantic Monthly**, 281(1), 34-39.
- Buchegger, B., M. Ornetzeder (2000) "Social Innovations on the Way to Sustainable Development", **ESEE Conference Proceeding**, Vienna.
- Büyüköztürk, Ş. (2006) **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı** (6. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Clayton, P. (1997) **Implementation of Organizational Innovation**, Toronto: Academic Press.
- Coates, J.F. (2000) "Innovation in the Future of Engineering Design". **Technological Forecasting and Social Change**, 64, 121-132.
- Conger, S.D. (1974) **Social Inventions**, Prince Albert, Canada: Saskatchewan Newstart
- Conger, S.D. (2009) Social Inventions, **The Innovation Journal**, Canada, 20 Mayıs 2011, [http://www.innovation.cc/books/conger\\_social\\_inventions1\\_09232009min.pdf](http://www.innovation.cc/books/conger_social_inventions1_09232009min.pdf)
- Cooke, P., D. Wills (1999) "Small Firms, Social Capital and the Enhancement of Business Performance through Innovation Programmes", **Small Business Economics**, 13, 219-234.
- Damanpour, F. (1991) "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of the Effects of Determinants and Moderations", **Academy of Management Journal**, 34, 555-590.
- Dees, G.J. (2007) "Taking Social Entrepreneurship Seriously", **Transaction Social Science and Modern Society**, 44(3), 24-31.
- Dees, G.J. (2001) "The Meaning of Social Entrepreneurship", **Stanford University Graduate School of Business**, 15 Mayıs 2011, [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)
- Drazin, R., M.A. Glynn, R.K. Kazanjian (1999) "Multilevel Theorizing about Creativity in Organizations: A Sensemaking Perspective", **Academy of Management Review**, 24, 286-323.
- Drucker, P.F. (1985) **Innovation and Entrepreneurship**, London: Heinemann.
- Drucker, P.F. (2002) **Managing in the Next Society**, New York: Truman Talley.

- Elçi, Ş. (2006) **İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, Ankara: Pelin Ofset.
- Fontan, J. M., J.L. Klein, D.G. Tremblay (2004) "Innovation and Society: Broadening the Analysis of the Territorial Effects of Innovation". **Research Note, 2004-07A, University of Québec**, 20 Mayıs 2011, <http://www.teluq.quebec.ca/chaireecosavoir/pdf/NRC04-07A.pdf>
- Freeman, C. (1988) "Japan: A New National Innovation System?", DOSI, G. vd. (Ed.) **Technology and Economy Theory**, London: Pinter.
- Gerometta, J., H. Häussermann, G. Longo (2005) "Social Innovation and Civil Society in Urban Governance: Strategies for an Inclusive City", **Urban Studies**, 42(11), 2007-2021.
- Güney, S., A. Nurmakhamatuly (2007) "Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma", **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 10(18), 62-86.
- Güney, S., Ö. Yalçın, A. Çetin (2007) "Girişimcilik ve Kültür", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 1(2), 53-77.
- Goldenberg, M. (2004a) "Social Innovation in Canada How the Non-profit Sector Serves Canadians and How It Can Serve Them Better", **Canadian Policy Research Networks Inc. Project (CPRN)**, Research Report W/25, Ottawa.
- Goldenberg, M. (2004b) "The Future of Social Innovation in Canada", **Canadian Policy Research Networks Inc. Project (CPRN)**, Research Report W/26, Ottawa.
- Gryskiewicz, S. (2000) "Cashing in on Creativity at Work". **Psychology Today**, 33, 62-67.
- Hair, J.F., R. Anderson, R.L. Tatham, W.C. Black (1998) **Multivariate Data Analysis**, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Janiūnaitė, B., G. Cibulskas, M. Kriauciūnienė, J. Almonaitienė, V. Tumėnienė (2004) "Manifestation of Citizens' Innovative Culture Features in the Context of Learning Cities Development", **Social Sciences**, 4(46).
- Karacaer, S., M. Aygün (2009) "Entelektüel Sermayenin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi", **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 27(2), 127-140.
- Kıncıoğlu, N.G. (2004) "Gelişmekte Olan Ülkelerde ve Ülkemizde Yenilikçiliğe (İnovasyona) Engeller ve Teşvikler, Üniversitelerin ve Araştırma Birimlerinin Rolü", **I. Ulusal Mühendislik Kongresi**, 20-21 Mayıs 2004, Eski Foça, İzmir.

- Kirton, M.J. (2000) "Adaptors and Innovators at Work", M.J. Kirton (Ed.), **Adaptors and Innovators: Styles of Creativity and Problem Solving**, London: Routledge, 51-71.
- Kulin, A. (2009) **Kardelenler, Çağdaş Türkiye'nin Çağdaş Kızları**, İstanbul: Remzi Kitabevi:
- Langenhove, L.V. (2001) "About Innovating the Social Sciences and Innovation in Society", OECD (Ed.), **Social Sciences and Innovation**, Paris, 29-34.
- Leadbeater, C. (1997) **The Rise of the Social Entrepreneur**, London: Demos.
- Mahdjoubi, D. (1997) "Social Innovation: Integrating Learning and Technological Innovation, the Mapping of Innovation", 10 Mayıs 2011, [http://www.ischool.utexas.edu/~darius/map\\_inov.pdf](http://www.ischool.utexas.edu/~darius/map_inov.pdf)
- Mair, J., I. Marti (2006) "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight", **Journal of World Business**, 41, 36-44.
- Moulaert, F., F. Martinelli, S. González, E. Swyngedouw (2007) "Between Path Dependency and Radical Innovation Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities: Urban Development", **European Urban and Regional Studies**, 14(3), 195-209.
- Moulaert, F., J. Nussbaumer (2005) "The Social Region Beyond the Learning Economy", **European Urban and Regional Studies**, 12(1), 45-64.
- Moulaert, F., F. Martinelli, E. Swyngedouw, S. González (2005) "Towards Alternative Model(s) of Local Innovation", **Urban Studies**, 42(11), 1969-1990.
- Mueller, S.L., A.S. Thomas (2000) "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness", **Journal of Business Venturing**, 16, 51-75.
- Mulgan, G., N. Wilkie, S. Tucker, R. Ali, F. Davis, T. Liptrot (2006) "Social Silicon Valleys-a Manifesto for Social Innovation", **The Young Foundation**, 22 Mayıs 2011, [http://www.anobium.es/docs/gc\\_fichas/doc/5IMOVYfjkw.pdf](http://www.anobium.es/docs/gc_fichas/doc/5IMOVYfjkw.pdf)
- Mulgan, G., S. Tucker, R. Ali, B. Sanders (2007) "Social Innovation: What It Is, Why It Matters and How It Can Be Accelerated", **The Young Foundation**, 22 Mayıs 2011, [http://www.youngfoundation.org/files/images/03\\_07\\_What\\_it\\_is\\_\\_SAID\\_.pdf](http://www.youngfoundation.org/files/images/03_07_What_it_is__SAID_.pdf)
- Mumford, M.D., P. Moertl (2003) "Cases of Social Innovation: Lessons from Two Innovations in the 20th Century", **Creativity Research Journal**, 15(2-3), 261-266.



- Mumford, M.D. (2002) "Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin", **Creativity Research Journal**, 14(2), 253-266.
- Neamtan, N. (2003) "Non-profit Sector and Evaluation: The State of Play in Quebec", OECD (Ed.), **The Non-Profit Sector in a Changing Economy**, Paris, OECD, 221-238.
- Nunnally, J.C. (1978) **Psychometric Theory**, New York: McGraw Hill.
- Nussbaumer, J., F. Moulaert (2004) "Integrated Area Development and Social Innovation in European Cities", **City**, 8(2), 249-257.
- OECD (2010) "Social Entrepreneurship and Social Innovation", in **SMEs, Entrepreneurship and Innovation**, OECD Publishing
- OECD (2012) "Building an Innovation Culture", in **OECD Science, Technology and Industry Outlook 2012**, OECD Publishing.
- Osborne, D., T. Gaebler (1992) **Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector**, New York: Penguin Press.
- Örnek, A. (1992) **Kamu Yönetimi**, İstanbul: Meram Yayın.
- Phills, J.A., K. Deiglmeier, D.T. Miller (2008) "Rediscovering Social Innovation", **Stanford Social Innovation Review**, Fall.
- Pot, F., F. Vaas (2008) "Social Innovation, the New Challenge for Europe", **International Journal of Productivity and Performance Management**, 57(6), 468-473.
- Rogers, E.M. (1995) **Diffusion of Innovations** (4. Baskı), New York: The Free Press.
- Schumpeter, J.A. (1942) **Capitalism, Socialism and Democracy**, New York: Harper&Row.
- Schumpeter, J.A. (1934) **The Theory of Economic Development**, Cambridge MA, Harvard: University Press.
- Seelos, C., J. Mair (2004) "Social Entrepreneurship the Contribution of Individual Entrepreneurs to Sustainable Development", **IESE Business School Working Paper**, No 553.
- Seçkin Halaç, D., Ç. Bulut (2012) "Entrepreneurial Education at Universities: A Conceptual Framework". **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 7(1), 11-22.

- Shaw, E., S. Carter (2007) "Social Entrepreneurship: Theoretical Antecedents and Empirical Analysis of Entrepreneurial Processes and Outcomes". **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 14(3), 418-434.
- Skyrme, D.J. (1999) **Knowledge Networking Creating the Collaborative Enterprise**, New York: Butter-Worth-Heinemann.
- Tanimoto, K., M. Doi (2007) "Social Innovation Cluster in Action: A Case Study of the San Francisco Bay Area". **Hitotsubashi Journal of Commerce and Management**, 41(1): 1-17.
- Tanimoto, K. (ed.) (2006) **Social Enterprise: The Emergence of Social Enterprise**, Chuokeizai-Sha: Tokyo.
- Thom, N. (1990) "Innovation Management in Small and Medium-sized Firms", **Management International Review**, 30(2), 181-192.
- Tidd, J., J. Bessant, K. Pavitt (2005) **Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change** (3. Baskı), Chichester: John Wiley&Sons:
- Weber, R. J. ve D.N. Perkins (1992) **Inventive Minds: Creativity in Technology**, New York: Oxford University Press.
- Westfall, R.S. (1998) **Modern Bilimin Oluşumu**, Ankara: TÜBİTAK:
- Westley, F. (2008) **The Social Innovation Dynamic**, SiG@Waterloo, 18 Mayıs 2011, [http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic\\_001\\_0.pdf](http://sig.uwaterloo.ca/sites/default/files/documents/TheSocialInnovationDynamic_001_0.pdf)
- Williamson, O.E. (1991) "Strategizing, Economizing, and Economic Organization", **Strategic Management Journal**, 12, 75-94.
- Woolcock, M. (1998) "Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework", **Theory and Society**, 27, 151-208.
- Zhang, D. D., L.A. Swanson (2010) "Social Entrepreneurship: Towards Sustainable Development", **6. International Conference on Business, Management and Economics (ICBME'10) Conference**, Bildiri Kitabı, Izmir, Turkey.
- Zapf, W. (1989) "Über Soziale Innovationen", **Soziale Welt**, 40(1/2), 170-183.
- Zurbano, M. (2006) "Social Innovation and Services Governance: R&D Services in the Basque Economy", **XVI International RESER Conference**, Lisbon.