

Identifying and Analyzing Fields and Themes of Social Innovation on Meta synthesis approach

Faezeh Ezzati Arasteh^۱, Alireza Aliahmadi*^۲, Mir Saman Pishvaei^۳, Mohammad RezaParsanejad^۴

Received: 09/04/2023

PP: 149-194

Accepted: 20/06/2023

Abstract

Considering the complex social challenges and the inadequacy of technological innovation in solving them, in recent years, the innovation literature has tended towards social innovation. Despite the increasing attention to social innovation, it is a broad concept and various fields of study have played a role in it. Therefore, this research aimed to prepare a comprehensive framework of the study areas of social innovation on Meta synthesis approach (Sandelowski & Barroso model) in order to reduce the dispersion of this study area and clear the way for researchers interested in this field. The statistical population was the researches published in the Google Scholar, Science Direct and Scopus databases, which were selected with the purposeful sampling method of 34 articles. Thematic analysis method was used to analyze the data. At the end of 75 codes, 12 sub-themes and eight dimensions or main themes include institutions, governance and local development, systematic change and dealing with social challenges, partnerships, alliances and networks, psychological aspects, management, and business, ethical aspects and development of transdisciplinary approach were identified and analyzed. Finally, based on the findings, a framework for studies in the field of social innovation was presented and topics for future research were suggested.

Keywords: Social Challenges, Social Innovation, Study framework, systemic approach.

Reference: Ezzati Arasteh., F., Aliahmadi, A., Pishvaei, M. S., & Parsanejad, M. (2023). "Identifying and Analyzing Fields and Themes of Social Innovation on Meta synthesis approach". *Innovation Management Journal*, 12(2), 149-194.

Doi: [10.22034/imj.2024.399096.2714](https://doi.org/10.22034/imj.2024.399096.2714)

^۱- The Student of Ph.D. Student in Science and Technology Policy, Iran University of Science & Technology, Tehran, Iran.

^۲- Corresponding Author: Full Professor, management Dept, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science & Technology, Tehran, Iran, alireza@iust.ac.ir.

^۳- Associate Professor, Economics Dept, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science & Technology, Tehran, Iran.

^۴- Assistant Professor, management Dept, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science & Technology, Tehran, Iran.

نوع مقاله: پژوهشی

شناسایی و تحلیل عرصه‌ها و مضامین شکل‌دهنده نوآوری اجتماعی با استفاده از رویکرد فراتلفیق^۱

فائزه عزتی آراسته^۲، علیرضا علی‌احمدی^{۳*}، میرسامان پیشوایی^۴، محمدرضا پارسانزاد^۵

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۳۰

صص: ۱۹۴-۱۴۹

دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

چکیده

با توجه به چالش‌های پیچیده اجتماعی و عدم کفایت نوآوری فناورانه در حل آنها، ادبیات حوزه نوآوری در سال‌های اخیر به سمت نوآوری اجتماعی گرایش پیدا کرده است. افزایش توجه به نوآوری اجتماعی و ورود حوزه‌های مطالعاتی گوناگون به آن، بر گستردگی این مفهوم افزوده است، به طوری که هنوز تعریف جامعی از آن ارائه نشده است. بنابراین پژوهش کنونی تلاش می‌کند با استفاده از روش فراتلفیق (الگوی سندلوسکی و باروسو)، یک چارچوب جامع از حوزه‌های مطالعاتی نوآوری اجتماعی ارائه دهد تا بدین ترتیب بتواند تا حدی از پراکندگی این حوزه مطالعاتی بکاهد و مسیر را برای پژوهشگران علاقه‌مند روشن سازد. جامعه آماری، پژوهش‌های منتشرشده در پایگاه داده‌های گوگل اسکالر، ساینس دایرکت و اسکوپوس بودند که بر این اساس، ۱۲۶ مقاله شناسایی و با روش نمونه‌گیری هدفمند، ۳۴ مقاله انتخاب شد. همچنین برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. در پایان، ۷۵ شناسه، ۱۲ مضمون فرعی و هشت بُعد یا مضمون اصلی شامل نهادها، حکمرانی و توسعه محلی، تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی، مشارکت‌ها، اتحادها و شبکه‌ها، جنبه‌های روانشناختی، مدیریت و کسب‌وکار، جنبه‌های اخلاقی و توسعه رویکرد فرارشته‌ای، شناسایی و تحلیل شد. در نهایت نیز براساس یافته‌های به‌دست‌آمده، چارچوبی برای مطالعات حوزه نوآوری اجتماعی ارائه شد و موضوعاتی برای تحقیقات آتی پیشنهاد شد.

کلیدواژه‌ها: چارچوب مطالعاتی، چالش‌های اجتماعی، نگرش سیستمی، نوآوری اجتماعی.

استناددهی (APA): عزتی آراسته، فائزه؛ علی‌احمدی، علیرضا؛ پیشوایی، میرسامان و پارسانزاد، محمدرضا. (۱۴۰۲). «شناسایی و تحلیل عرصه‌ها و مضامین شکل‌دهنده نوآوری اجتماعی با استفاده از رویکرد فراتلفیق». *نشریه علمی مدیریت نوآوری*، ۱۲(۲)، ۱۹۴-۱۴۹.

Doi: 10.22034/imj.2024.399096.2714

۱- مقاله کنونی برگرفته از رساله دکتری رشته سیاستگذاری علم و فناوری دانشگاه علم و صنعت ایران است.

۲- دانشجوی دکتری رشته سیاستگذاری علم و فناوری، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

۳- نویسنده مسئول: استاد گروه مدیریت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران. alireza@iust.ac.ir

۴- دانشیار گروه اقتصاد، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

۵- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران.

۱. مقدمه

نوآوری اجتماعی^۱ از مباحث نوظهوری است که در سال‌های اخیر، اهمیت آن افزایش یافته و روند توجه به آن در حال گسترش است (Vicker et al, 2017, Haxeltine et al, 2016). زیگر^۲ و همکاران (۲۰۱۷)، توجه به نوآوری اجتماعی را به دلیل نارضایتی از درک جریان اصلی نوآوری می‌دانند که تمرکز آن بیشتر بر فناوری و نوآوری بازارمحور و ایجاد ارزش اقتصادی است. با ظهور چالش‌های جدید اجتماعی^۳ (زیست‌محیطی، جمعیت‌شناختی و ...) که مسائلی با ماهیت پیچیده هستند، توسعه رویکردهای جدید به منظور مشارکت دادن هر چه بیشتر مردم در حل مشکلات اجتماعی به یک ضرورت تبدیل شده است. هولد و کاپ^۴ (۲۰۱۲) معتقدند که نوآوری‌های اجتماعی در هنگام مقابله با چالش‌های اجتماعی، اهمیت بیشتری نسبت به نوآوری‌های فناورانه پیدا می‌کنند. اگرچه تصدیق شده است که نوآوری‌های فناورانه نیز به مسائل اجتماعی می‌پردازند. همان‌طور که پول و ویل^۵ (۲۰۰۹) اظهار داشتند، همپوشانی بین نوآوری‌های اجتماعی و فناورانه قابل توجه است و بسیاری از نوآوری‌های فناورانه، پیشرفت قابل توجهی در کیفیت زندگی ایجاد کرده‌اند.

تحقیقات درباره نوآوری اجتماعی به میزان قابل توجهی رشد کرده است، ولی تاکنون درباره نوآوری اجتماعی، تعریف یکسو و توافق شده ارائه نشده است. موری^۶ و همکاران (۲۰۱۰)، نوآوری اجتماعی را چنین تعریف کرده‌اند: «ایده‌های جدید (محصولات، خدمات و الگوها) که همزمان نیازهای اجتماعی را برآورده می‌کنند و روابط اجتماعی یا همکاری‌های جدیدی ایجاد می‌کنند. به عبارت دیگر، آنها نوآوری‌هایی هستند که هم برای جامعه مفید هستند و هم توانایی جامعه را برای عمل افزایش می‌دهند. یا در تعریف دیگر مشخصاً بر سهم جامعه مدنی تأکید شده است: «پیکربندی دوباره شیوه‌های اجتماعی، در

۱. Social innovation
 ۲. Ziegler
 ۳. societal challenges
 ۴. Howaldt and Kopp
 ۵. Pol and Ville
 ۶. Murray



پاسخ به چالش‌های جامعه، که می‌خواهد نتایج را برای رفاه جامعه افزایش دهد و لزوماً شامل تعامل بازیگران جامعه مدنی می‌شود» (Polman et al, 2017). در تعریف دیگر نوآوری اجتماعی «ارائه ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید (محصولات، خدمات و الگوها) در سطوح مختلف اجتماعی - ساختاری است که عمدتاً به دنبال تغییر روابط قدرت و بهبود توانایی‌های انسانی و همچنین فرایندهایی است که از طریق آنها این راه‌حل‌ها انجام می‌شود»، در نظر گرفته می‌شود (Ziegler et al, 2017).

آنچه مشخص است، این است که نوآوری اجتماعی یک مفهوم چندوجهی و چندرشته‌ای است و هنوز تعریف جامع و مشترکی از آن ارائه نشده است و به‌علاوه افزایش روند تحقیقاتی در این حوزه بر پراکندگی آن افزوده است (Nicholls et.al, 2015., Eichler & Schwarz, 2019). در پژوهشی که توسط دهکردی و کشتکار هرانکی (۱۳۹۴) انجام شده، نیز بر این موضوع تأکید و با استفاده از تحلیل محتوای تعاریف نوآوری اجتماعی، به مفهوم‌سازی آن پرداخته‌اند. با توجه به گستردگی تعاریف نوآوری اجتماعی و پراکندگی دانش و حوزه‌های مطالعاتی در آن، این پژوهش بر آن شد تا با استفاده از روش فراتلفیق^۱، که یک روش مرور نظام‌مند تحقیقات کیفی است، یک چارچوب جامع و یکپارچه از حوزه‌های مطالعاتی نوآوری اجتماعی ارائه دهد تا پژوهشگران علاقه‌مند از رشته‌های مختلف، بتوانند ضمن آشنایی با این حوزه نوظهور، مسیر تحقیقاتی خود را بهتر مشخص سازند.

۲. مبانی نظری پژوهش

نوآوری اجتماعی، ترکیبی جدید از رویه‌ها^۲ (همراه با ترکیبی از محصولات، فناوری‌ها و ...) است؛ همان‌طور که شومپتر، نوآوری‌ها را بیشتر مبتنی بر «ترکیبات جدید» می‌دانست تا مبتنی بر اختراعات ناب. وی فرایند تخریب خلاق را که به ظهور ترکیبات جدیدی از منابع موجود در محیط‌های تجاری، سیاسی و فرهنگی منجر می‌شد، معرفی کرد. اگرچه مفهوم «نوآوری اجتماعی»

۱. Meta synthesis
۲. practices

از زمان شومپیتر که پدر تحلیل نوآوری در اقتصاد به‌شمار می‌رود، تقریباً هرگز در ادبیات اقتصادی مورد استفاده قرار نگرفته است، اما او به‌وضوح اهمیت نوآوری اجتماعی را تشخیص داده است و همراه با نوآوری در فناوری بر ضرورت نوآوری اجتماعی به‌منظور تضمین اثربخشی اقتصادی آن تأکید کرده است (Moulaert et al, 2005).

همچنین هولد و شوارتز^۱ (۲۰۱۰)، نوآوری اجتماعی را ترکیبی جدید/پیکربندی جدید از شیوه‌های اجتماعی در زمینه خاص اجتماعی تعریف می‌کنند که عمدتاً به صورت هدفمند توسط برخی بازیگران به‌منظور پاسخگویی بهتر به نیازها و مشکلات اجتماعی نسبت به شیوه‌های تثبیت‌شده انجام می‌شود. همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمرکز مفهوم نوآوری اجتماعی، بیشتر بر «رویه»ها و نحوه ترکیب آنهاست؛ بنابراین نباید در تعریف نوآوری اجتماعی بر قصد یا نتیجه خاصی تأکید کرد، چرا که هدف از نوآوری اجتماعی، اساساً یک پدیده اجتماعی (یک شیوه عمل/ رابطه اجتماعی)^۲ است تا محصول یا فناوری جدید (Avelino et al, 2019).

برای درک بهتر تاریخچه نوآوری اجتماعی، بررسی مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها^۳، کارآفرینی اجتماعی^۴ و نوآوری اجتماعی، لازم به‌نظر می‌رسد. این مفاهیم را می‌توان به نوعی با یکدیگر مرتبط دانست که در یک مسیر تکاملی، مفاهیم آنها نسبت به هم تکمیل شده است. مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از اولین مفاهیمی بود که بر اهمیت مباحث اجتماعی تأکید داشت و در آن استدلال شد که شرکت‌های انتفاعی، نه‌تنها باید منافع مالکان، بلکه می‌بایست منافع سایر ذی‌نفعانی را که به‌نوعی تحت تأثیر فعالیت‌های آن شرکت هستند، در نظر بگیرند. ولی این مفهوم بیشتر به‌عنوان واسطه سودآوری تلقی شد، بدین معنا که شرکت‌های انتفاعی از طریق آن، ارزش اجتماعی را به‌منظور افزایش عملکرد خود ایجاد می‌کردند (Michelon et al, 2013). برخلاف

۱. Howaldt and Schwarz
۲. social practice or relation
۳. Corporate social responsibility (CSR)
۴. social entrepreneurs



شرکت‌های انتفاعی، کارآفرینان اجتماعی بر خلق ارزش دوگانه (مالی- اجتماعی) تأکید داشتند. کارآفرینان اجتماعی با اتخاذ یک رویکرد تجاری، در تلاش به منظور ایجاد نتایج اجتماعی بهتر برای یک جامعه مشخص (در مقابل منافع شخصی) هستند. آنها به دنبال شناسایی فرصت‌های حل مسئله برای نیازهای اجتماعی برآورده نشده بودند، این در حالی است که اقدامات و راهبردهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، وسیله‌ای به منظور حل نابرابری‌های اجتماعی و بسیاری از مسائل مهم اجتماعی نبودند (Emerson & Twersky, 1996).

در سال‌های اخیر، با پیچیده‌تر شدن مسائل اجتماعی، نوآوری اجتماعی، بازیگران ناهمگن را در ابتکارات و اقدامات نوآورانه شرکت داده و بیشتر مبتنی بر بخش سوم (تعامل مردم) توسعه یافته است و اهمیت آن، توانایی یافتن الگوهای جدید توسعه اقتصادی- اجتماعی با استفاده از رویکردهای پایین به بالاست که می‌تواند نیازهای جوامع محلی را به‌طور مؤثرتری نسبت به مداخلات بالا به پایین برآورده کند (Lombardi, 2017). در تعریف پلمن نیز که در قسمت مقدمه بدان اشاره شد، بر سهم جامعه مدنی تأکید شده است. نوآوری اجتماعی، یکی از ویژگی‌های اصلی الگوی جدید نوآوری است که به معنای باز شدن فرایند نوآوری در جامعه است (Rosted et.al, 2009). شرکت‌ها، دانشگاه‌ها و نهادهای تحقیقاتی تنها عوامل^۱ مرتبط در فرایند نوآوری نیستند. شهروندان و مشتریان به‌عنوان تأمین‌کننده اطلاعات مربوط به نیازها و مشکلات خود، نقش مهمی در نوآوری ایفا می‌کنند. به همین ترتیب، اسپیر^۲ (۲۰۰۶) و هایلتن و همکاران (۲۰۱۶) مفهوم کارآفرینی توزیع‌شده^۳ و عاملیت توزیع‌شده^۴ را به کار می‌برند تا نشان دهند که فعالیت‌های نوآوری اجتماعی به تعداد بی‌شماری از سازمان‌ها و گروه‌های مختلف وابسته است. این موضوع به اتخاذ رویکرد سیستمی نوآوری اجتماعی در سال‌های اخیر انجامیده است.

۱. agent

۲. Spear

۳. distributed entrepreneurship

۴. distributed agency

همچنین از آن‌جا که نوآوری اجتماعی به زمینه^۱ وابسته است و در بین رشته‌ها، کشورها و فرهنگ‌های مختلف، متفاوت درک می‌شود (Phills et.al, 2008)، تعاریف زیادی از آن ارائه شده که این موضوع بر ابهام آن افزوده است، به طوری که هنوز تعریف جامع و مشترکی از آن ارائه نشده است (Nicholls et.al, 2015., Eichler & Schwarz, 2019). جدول ۱، برخی از مهمترین تعاریف نوآوری اجتماعی را نشان می‌دهد:

جدول ۱. تعاریفی از نوآوری اجتماعی (نگارندگان)

توضیحات	تعاریف نوآوری اجتماعی	پژوهشگران
تأکید بر سازمان‌های اجتماعی که بتوانند اهداف اجتماعی را برآورد کنند. این سازمان‌ها می‌توانند در قالب کارآفرینی اجتماعی یا سازمان‌های مردم‌نهاد و سایر نوآوری‌های مردمی نمود یابد	نوآوری اجتماعی، فعالیت‌ها و خدمات نوآورانه‌ای هستند که هدف آنها تأمین نیازهای اجتماعی است و عمدتاً از طریق سازمان‌هایی که اهداف اصلی آنها اجتماعی است، گسترش و توسعه می‌یابند	Mulgan and et al (2007)
تأکید بر ماهیت جامع نوآوری اجتماعی و تأثیر غالب آن بر جامعه	یک راه‌حل جدید برای یک مسئله اجتماعی که مؤثرتر، کارآمدتر و پایدارتر از راه‌حل‌های موجود است و ارزش ایجادشده عمدتاً به کل جامعه (نه افراد خصوصی) تعلق می‌گیرد. نوآوری اجتماعی می‌تواند یک محصول، فرایند تولید یا فناوری باشد یا می‌تواند یک اصل، یک ایده، یک قانون، یک جنبش اجتماعی، یک مداخله یا ترکیبی از اینها باشد	Phills and et al (2008)
تأکید بر ماهیت جامع نوآوری اجتماعی و تأثیر غالب آن بر جامعه	نوآوری‌های اجتماعی، راه‌حل‌های جدیدی (محصولات، خدمات، الگوها، بازارها، فرایندها و غیره) هستند که به‌طور همزمان یک نیاز اجتماعی (به‌طور مؤثرتر از راه‌حل‌های موجود) را برآورده می‌کنند و به ایجاد قابلیت‌ها و روابط جدید یا بهبودیافته و استفاده بهتر از دارایی‌ها و منابع آن منجر می‌شوند. به عبارت دیگر، نوآوری‌های اجتماعی، هم برای جامعه خوب هستند و هم ظرفیت جامعه را برای عمل افزایش می‌دهد.	Murray and et al (2010) (Young Foundation, 2012)
تأکید بر تغییرات در رویه‌های اجتماعی که تعیین‌کننده تغییرات در رفتار افراد است	نوآوری اجتماعی را ترکیبی جدید/ پیکربندی جدید از شیوه‌های اجتماعی در زمینه خاص اجتماعی تعریف می‌کنند که عمدتاً به صورت هدفمند توسط برخی بازیگران	Howaldt and Schwarz

۱. Context



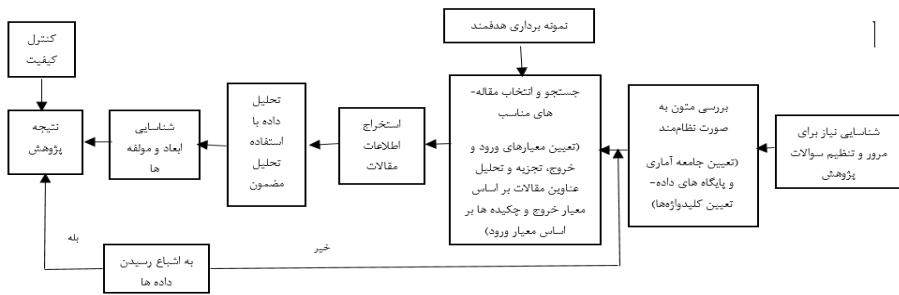
توضیحات	تعاریف نوآوری اجتماعی	پژوهشگران
	به‌منظور پاسخگویی بهتر به نیازها و مشکلات اجتماعی نسبت به شیوه‌های تثبیت‌شده انجام می‌شود	(2010)
تأکید بر نقش بازیگران جامعه مدنی در نوآوری‌های اجتماعی و ماهیت جامع نوآوری اجتماعی	پیکربندی دوباره شیوه‌های اجتماعی، در پاسخ به چالش‌های اجتماعی به‌منظور ارتقای رفاه جامعه و لزوماً شامل تعامل بازیگران جامعه مدنی است. تغییر شکل شیوه‌های اجتماعی به‌معنای ایجاد و تغییر شکل نهادهای رسمی یا غیررسمی به‌عنوان تنظیمات حکمرانی، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است.	Polman and et al (2017)

۳. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به گستردگی تعاریف نوآوری اجتماعی و پراکندگی دانش و حوزه‌های مطالعاتی در آن، این پژوهش بر آن شد تا با استفاده از روش فراتلفیق، یک چارچوب جامع و یکپارچه از حوزه‌های مطالعاتی نوآوری اجتماعی ارائه دهد و تا حدی بر این خلاء غلبه کند. فراتلفیق یک روش مرور ساختارمند بر مفاهیم، اطلاعات و نتایج مطالعات گذشته با شیوه شناسه‌گذاری متداول در پژوهش‌های کیفی است و برای یکپارچه‌سازی چندین مطالعه به‌منظور ایجاد یافته‌های جامع انجام می‌شود. این روش بر مطالعات کیفی متمرکز است و به ترجمه مطالعات کیفی به یکدیگر و فهم عمیق پژوهشگر برمی‌گردد؛ به‌عبارتی، فراتلفیق، ترکیب و تفسیر داده‌های اصلی مطالعات منتخب است (زیمر^۱، ۲۰۰۶). جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق مبتنی بر اطلاعات اسنادی است و جامعه آماری، پژوهش‌های منتشرشده در پایگاه داده‌های گوگل اسکالر، ساینس دایرکت و اسکوپوس هستند که براساس کلیدواژه‌ها تعریف‌شده و به‌منظور دستیابی به نمونه‌ای که اشباع نظری را موجب شود، پیمایش شدند. انتخاب پایگاه‌های داده پیش‌گفته به این دلیل بوده است که آنها به‌طور گسترده در جست‌وجوی منابع علمی معتبر مورد استفاده قرار می‌گیرند. رویکردی که برای نمونه‌گیری استفاده شد، از نوع هدفمند است و تلاش شد مرتبط‌ترین مقالات در حوزه نوآوری اجتماعی انتخاب شوند. همچنین برای

۱. Zimmer

تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شده است که یک شیوه شناسه‌گذاری متداول در تحقیقات کیفی است. برای بهره‌گیری از روش فراتلفیق، از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^۱ (۲۰۰۷) استفاده شد که مشتمل بر گام‌های ذیل است: گام ۱. تنظیم پرسش‌های پژوهش، گام ۲. بررسی متون به صورت نظام‌مند، گام ۳. جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب، گام ۴. استخراج اطلاعات مقالات، گام ۵. تحلیل و ترکیب یافته‌های علمی، گام ۶. کنترل کیفیت و گام ۷. ارائه یافته‌ها. شکل ۱، فرایند پژوهش را نشان می‌دهد:



شکل ۱. فرایند پژوهش مبتنی بر الگوی سندلوسکی و باروسو (نگارندگان)

۳-۱. تدوین پرسش‌های پژوهش

گام اول در اجرای روش فراتلفیق، مشخص کردن پرسش پژوهش است. همان‌طور که اشاره شد با وجود مطالعات گسترده در حوزه نوآوری اجتماعی، هنوز تعریف واحدی از آن ارائه نشده است و حوزه‌های مطالعاتی متنوعی از این مفهوم استفاده کرده‌اند و پراکندگی در ادبیات آن مشهود است؛ بنابراین پژوهش کنونی به دنبال این است که یک چارچوب جامع و یکپارچه از حوزه‌های مطالعاتی نوآوری اجتماعی ارائه دهد. پرسش این پژوهش به صورت زیر مطرح می‌شود:

- چارچوب مطالعاتی نوآوری اجتماعی چیست؟

۱. زیرحوزه‌های مطالعاتی (مؤلفه‌ها) نوآوری اجتماعی کدام‌اند؟



۲. حوزه‌های مطالعاتی (ابعاد) نوآوری اجتماعی در سطوح خرد، متوسط و کلان کدام‌اند؟

۲-۳. بررسی متون به صورت نظام‌مند

جامعه آماری این مطالعه، پژوهش‌های صورت‌گرفته در حوزه نوآوری اجتماعی در پایگاه‌های داده مختلف گوگل اسکالر، ساینس دایرکت و اسکوپوس بود. در ابتدا کلیدواژه «نوآوری اجتماعی» در پایگاه داده‌ها جست‌وجو شد و براساس مرور عناوین مقالات و چکیده‌ها، کلیدواژه‌های مشابه دیگری نیز استفاده شد. همچنین از نظرات گروه خبرگان (سه نفر از استادان دانشگاه و دو نفر از مدیران ارشد دولتی) در انتخاب کلیدواژه بهره گرفته شد. در نهایت کلیدواژه‌های مشابه نوآوری اجتماعی مانند «نوآوری مردمی»^۱، «نوآوری مبتنی بر جامعه»^۲، «شرکت اجتماعی»^۳، «کارآفرینی اجتماعی»^۴ و «نوآوری پایدار»^۵ با هر یک از گروه کلمه‌های مرتبط با بخش یا زمینه پژوهش ترکیب شد. از آن‌جا که در مقدمه نیز به گستردگی مفهوم نوآوری اجتماعی در حوزه‌ها و بخش‌های مختلف مطالعاتی پرداخته شد و هدف مطالعه بررسی ابعاد مختلف این مفهوم بود، بنابراین شش زمینه یا بخش مهم سلامت، کشاورزی، آموزش، انرژی، کسب‌وکار و برنامه‌ریزی شهری با توجه به نظر گروه خبرگان انتخاب شد. شکل ۲ این موضوع را نشان می‌دهد. سپس با بررسی عناوین، چکیده و محتوای مقالات تلاش شد تا مرتبط‌ترین مقالات با هدف پژوهش شناسایی شود. بازه زمانی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ در نظر گرفته شد. مقالات پیش از سال ۲۰۱۰، حذف شدند، چرا که هدف پژوهش، بررسی حوزه‌های مطالعاتی نوآوری اجتماعی در سال‌های اخیر بود و دلیل آن هم شناسایی جهت‌گیری‌ها و رویکردهای جدید از نوآوری اجتماعی است.

۱. Grassroots innovation
۲. Community-based initiatives
۳. Social enterprise
۴. Social entrepreneurship
۵. Sustainable innovation

مربوط به نوآوری اجتماعی

OR
 Social innovation
 Grassroots innovation
 Community-based initiative
 Social enterprise
 Social entrepreneurship
 Sustainable innovation

AND

مربوط به بخش یا زمینه

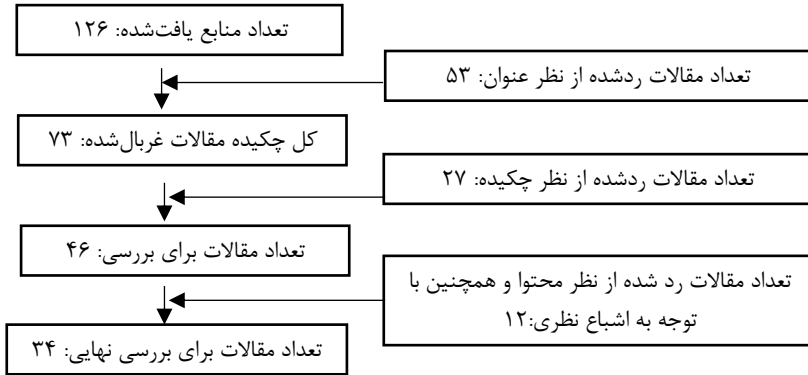
OR
 Education
 Agriculture
 Energy
 Health
 Business
 Urban planning

شکل ۲. کلیدواژه‌ها در جست‌وجوی نظام‌مند

۳-۳. جست‌وجو و انتخاب مقاله‌های مناسب

در این مرحله مقالات شناسایی‌شده براساس معیارهای شمول و خروج، بررسی و انتخاب شدند. با توجه به معیارهای خروج مقالات: ۱. مقالاتی که پیش از سال ۲۰۱۰ منتشر شده بودند، ۲. مقالاتی که از نظر محتوایی غنی نبوده و استناد پایینی داشتند (حداقل تعداد استنادات، دورقمی بودن آن در نظر گرفته شد)، ۳. مقالاتی که مشخصاً به نوآوری اجتماعی نپرداخته بودند، بلکه بیشتر بر جنبه فناورانه نوآوری تأکید داشتند، ۴. مقالات نامرتبط که در راستای اهداف و پرسش‌های پژوهش نبودند و ۵. مقالاتی که به زبان انگلیسی نبودند، از بررسی خارج شدند. درباره معیار شمول نیز مقالات چاپ‌شده در مجلات مدنظر قرار گرفت و از آن‌جا که هدف پژوهش، بررسی حوزه‌های متنوع موجود در ادبیات نوآوری اجتماعی بود، مقالات در همه بخش‌های اشاره‌شده مانند سلامت، انرژی و برنامه شهری مورد توجه قرار گرفت. همچنین از روش ارزیابی حیاتی کسب^۱، برای ارزیابی کیفیت پژوهش‌ها استفاده شد. این ابزار به کمک ۱۰ پرسش‌یه پژوهشگران کمک می‌کند تا اعتبار تحقیقات کیفی را مشخص کند. بر این اساس ۱۲۶ منبع شناسایی شد و پس از غربالگری اولیه و بررسی براساس معیارهای پیش‌گفته، در نهایت ۱۲ مقاله امتیاز پایین گرفتند و از فرایند مطالعه حذف و ۳۴ منبع به‌عنوان مقالات اصلی پژوهش انتخاب شدند. شکل ۳، فرایند انتخاب مقالات و جدول دو، مشخصات مقالات منتخب را نشان می‌دهد:

۱. CASP



شکل ۳. فرایند جست‌وجو و انتخاب مقالات (نگارندگان)

جدول ۲. مشخصات مقالات منتخب (نگارندگان)

ردیف	عنوان	نویسندگان (سال انتشار) / نام مجله	تعداد استنادات	روش مطالعه
۱	توسعه چارچوب نوآوری اجتماعی تدریجی و رادیکال در توسعه مناطق روستایی	ورچر ^۱ و همکاران (۲۰۲۳) / مجله مطالعات روستایی	۲۹	روش مطالعه چند موردی
۲	ارزیابی و بهبود سهم پژوهش دانشگاه در نوآوری اجتماعی	بلچر ^۲ و همکاران (۲۰۲۲) / مجله شرکت اجتماعی	۱۵	استفاده از چارچوب ارزیابی کیفیت تحقیقات فرارشته‌ای و مطالعات موردی
۳	یک الگوی کسب‌وکار برای نوآوری اجتماعی	کاسپارین ^۳ و همکاران (۲۰۲۱) / مجله مطالعات بازرگانی	۱۰۷	رویکرد نظریه داده‌بنیاد (استراوس و کوربین)
۴	روایات نوآوری اجتماعی در مناطق روستایی - تحلیل مقایسه‌ای ابتکارات جامعه‌محور در اسکاتلند و اسپانیا	ورچر و همکاران (۲۰۲۱) / مجله جامعه‌شناسی روستایی	۵۵	مطالعه چند موردی
۵	نوآوری اجتماعی، تغییرات اجتماعی و نقش سیاست‌ها	لوکچ ^۴ و همکاران (۲۰۲۰) / مجله پایداری	۳۱	الگوسازی اکتشافی و تحلیل مطالعه موردی
۶	ایجاد فرصت مشترک برای نوآوری اجتماعی	دسیلوا ^۱ و همکاران (۲۰۲۰) / مجله مدیریت	۵۰	مطالعات چند موردی

۱. Vercher
 ۲. Belcher
 ۳. Gasparin
 ۴. Lukesch

ردیف	عنوان	نویسندگان (سال انتشار) / نام مجله	تعداد استنادات	روش مطالعه
		بازاریابی صنعتی		
۷	تأثیر شبکه‌های ابتکارات نوآوری اجتماعی در جوامع روستایی حاشیه‌نشین	لومباردی ^۲ و همکاران (۲۰۲۰) / مجله شبکه اجتماعی	۵۱	مطالعه موردی (یک ابتکار نوآوری اجتماعی) و تحلیل کیفی شبکه‌های اجتماعی (SNA)
۸	نوآوری اجتماعی تحول‌آفرین و (عدم) توانمندسازی	اولینو ^۳ و همکاران (۲۰۱۹) / مجله تغییرات اجتماعی و پیش‌بینی فناورانه	۵۴۸	مطالعه چند موردی (سه مورد از ابتکار نوآوری اجتماعی)
۹	جعبه اینترنت: یک نوآوری اجتماعی در آموزش روستاهای چین	چو ^۴ و همکاران (۲۰۱۹) / مجله خدمات کودکان و نوجوانان	۳۵	مطالعه موردی
۱۰	نوآوری اجتماعی: یکپارچگی دیدگاه‌های نهادی در سطوح خرد، متوسط و کلان	وان ویجک ^۵ و همکاران (۲۰۱۹) / مجله کسب‌وکار و جامعه	۳۱۷	مرور ادبیات و تحلیل مضمون
۱۱	روایت‌های تغییر: چگونه ابتکارات نوآوری اجتماعی تحول اجتماعی را ایجاد می‌کند	ویتمایر ^۶ و همکاران (۲۰۱۹) / مجله آینده	۱۹۳	مطالعه چند موردی (چهار مورد ابتکار نوآوری اجتماعی)
۱۲	آیا نوآوری اجتماعی می‌تواند تمایزی در جوامع وابسته به جنگل ایجاد کند؟	نیجینیک ^۷ و همکاران (۲۰۱۹) / مجله سیاست و اقتصاد جنگل	۷۰	مرور ادبیات و تحلیل محتوا
۱۳	ارزیابی نوآوری اجتماعی در بخش‌های فراساحلی در دریای شمال هلند	سوما ^۸ و همکاران (۲۰۱۹) / مدیریت اقیانوس و ساحل	۲۹	مطالعه چند موردی
۱۴	نهادینه کردن نوآوری اجتماعی: شکل دادن به هنجارها و رفتارهای جامعه در طول فرایند نوآوری	پورتیک و ارنان ^۹ (۲۰۱۹) / مجله کسب‌وکار و جامعه	۶۵	مطالعه چند موردی

۱. De Silva
۲. Lombardi
۳. Avelino
۴. Chow
۵. Van Wijk
۶. Wittmayer
۷. Nijnik
۸. Soma
۹. Purтик & Arenas



ردیف	عنوان	نویسندگان (سال انتشار) / نام مجله	تعداد استنادات	روش مطالعه
۱۵	چگونه ذی‌نفعان خارجی به نوآوری اجتماعی در ورزش برای توسعه شکل می‌دهند	سون سون و هانبریک ^۱ / مجله مدیریت ورزشی (۲۰۱۹)	۸۲	تحلیل مضمون
۱۶	پیامدهای چارچوب سیاستگذاری برای توسعه نوآوری اجتماعی مبتنی بر جنگل در اسلوونی	روگجا ^۲ و همکاران / مجله سیاست و اقتصاد جنگل (۲۰۱۸)	۴۱	تحلیل محتوای اسناد خط مشی‌گذاری
۱۷	الگوی نوآوری اجتماعی برای مقابله با حاشیه‌نشینی	فون ژاکوبی ^۳ و همکاران / مجله کارآفرینی اجتماعی (۲۰۱۷)	۴۴	مطالعه موردی و استفاده از الگوی CrESSI
۱۸	نوآوری خدمات عمومی و منطق‌های نهادی متعدد، مورد مطالعه: شرکت‌های اجتماعی ترکیبی حوزه سلامت	ویکرز ^۴ و همکاران / مجله سیاست تحقیق (۲۰۱۷)	۲۱۶	مطالعه چندموردی (هشت شرکت اجتماعی در بخش بهداشت)
۱۹	چگونه منطق نهادی مانع نوآوری می‌شود، مورد مطالعه: ابتکار آزمایش حیوانات	کوجمن ^۵ و همکاران / مجله تغییرات اجتماعی و پیش‌بینی فناوریانه (۲۰۱۷)	۳۴	مطالعه موردی عمیق (بر روی یک ابتکار برای انجام آزمایشات بدون حیوان)
۲۰	به سوی روشی برای ارزیابی نوآوری اجتماعی در جوامع روستایی وابسته به جنگل	سکو ^۶ و همکاران / مجله سیاست و اقتصاد جنگل (۲۰۱۹)	۵۵	مطالعه موردی
۲۱	یک نظریه نوآوری اجتماعی تحول‌آفرین: یک چارچوب رابطه‌ای و ۱۲ گزاره	پل ^۷ و همکاران / مجله سیاست تحقیق (۲۰۲۰)	۱۸۷	مطالعات موردی و مرور ادبیات
۲۲	تغییردهندگان بازی آفریقا و تسهیل‌کننده نوآوری اجتماعی و سیستمی	سولینگ ^۸ / محیط زیست و جامعه (۲۰۱۶)	۳۹	مطالعه موردی
۲۳	مهارت عبور از پارادوکس به‌عنوان	جای ^۱ (۲۰۱۳) / مجله	۱۶۱۴	یک مطالعه موردی عمیق از

۱. Svensson & Hambrick

۲. Rogelja

۳. Von Jacobi

۴. Vickers

۵. Kooijman

۶. Secco

۷. Pel

۸. Swilling

ردیف	عنوان	نویسندگان (سال انتشار) / نام مجله	تعداد استنادات	روش مطالعه
	سازوکار تغییر و نوآوری در سازمان‌های ترکیبی	آکادمی مدیریت		سازمان ترکیبی
۲۴	کارآفرینان نهادی، شبکه‌های جهانی و ظهور نهادهای بین‌المللی برای مدیریت مبتنی بر اکوسیستم	روسن و اولسن ^۲ (۲۰۱۳) / مجله سیاست دریایی	۱۰۵	مطالعه موردی
۲۵	نظریه عاملیت دگرگون‌کننده در سیستم‌های اجتماعی - اکولوژیکی	وستلی ^۳ و همکاران (۲۰۱۳) / محیط زیست و جامعه	۷۵۹	مرور ادبیات، بحث و تطبیق
۲۶	الگوهای کسب‌وکار برای نوآوری پایدار و دستورالعمل‌هایی برای تحقیقات آتی	بونز و لودک-فروند ^۴ (۲۰۱۳) / مجله تولید پاک	۲۹۴۷	مرور ادبیات در سه سطح (سازمانی، بین‌سازمانی و اجتماعی)
۲۷	توسعه نوآوری‌های مردمی: بررسی نقش نوآوری‌های مبتنی بر جامعه در گذار انرژی پایدار	سیفنگ ^۵ و همکاران (۲۰۱۲) / مجله دولت و سیاست	۱۱۶۸	مطالعه موردی
۲۸	اتحاد بین بخشی و نوآوری اجتماعی: زمانی که شرکت‌ها با جامعه روبه‌رو می‌شوند	هریسون ^۶ و همکاران (۲۰۱۲) / مجله اقتصاد عمومی و تعاونی	۶۰	مطالعه موردی
۲۹	بسیج منابع در کارآفرینی اجتماعی بین الملل: بریکولاژ به‌عنوان سازوکار تحول نهادی	دسا ^۷ (۲۰۱۱) / مجله نظریه و عمل کارآفرینی	۵۴۴	مطالعه موردی عمیق از مشارکت شرکت‌های فناوری-اجتماعی
۳۰	ارتباط کارآفرینی نهادی و ایجاد اشکال جدید سازمانی: یک الگوی چندسطحی	تریسی ^۸ و همکاران (۲۰۱۱) / مجله علم سازمان	۱۴۰۴	مطالعه موردی عمیق از دو کارآفرین نهادی
۳۱	(باز) شکل‌گیری مشارکت‌های بین بخشی راهبردی: فرایندهای رابطه‌ای نوآوری اجتماعی	لی بر و برنزی ^۹ (۲۰۱۰) / کسب‌وکار و جامعه	۳۲۵	مطالعه چند موردی (جفتی) (چهار مشارکت بین‌بخشی)

۱. Jay
۲. Rosen & Olsson
۳. Westley
۴. Boons & Lüdeke-Freund
۵. Seyfang & Haxeltnet
۶. Harrisson
۷. Desa
۸. Tracey
۹. Le Ber and Branzei

ردیف	عنوان	نویسندگان (سال انتشار) / نام مجله	تعداد استنادات	روش مطالعه
۳۲	موانع مشارکت شرکت‌های استارت‌آپ اجتماعی	ماس و باسینگ ^۱ (۲۰۱۰) / مجله جوامع کارآفرین	۳۷	مطالعه چند موردی (چهار کارآفرینی اجتماعی)
۳۳	تحلیل کارآفرینی اجتماعی از دیدگاه نهادی: شواهدی از اسپانیا	آربانو ^۲ و همکاران (۲۰۱۰) / مجله کارآفرینی اجتماعی	۲۴۱	یک مطالعه چند موردی (هفت کارآفرین اجتماعی)
۳۴	تقویت نوآوری اجتماعی و تحول در مدیریت اکوسیستم	بیگز ^۳ و همکاران (۲۰۱۰) / محیط زیست و جامعه	۴۷۴	مطالعه چند موردی (سه تحول در مدیریت آب شیرین)

۳-۴. استخراج اطلاعات مقالات

محتوای مقالات منتخب به منظور دستیابی به اطلاعات معنادار، چند بار مطالعه شد. در این پژوهش برای تحلیل و استخراج اطلاعات از روش تحلیل مضمون که از روش‌های متداول در شناسه‌گذاری داده‌های کیفی است، استفاده شد.

۳-۵. ترکیب یافته‌های حاصل از مطالعات کیفی

در این مرحله، شناسه‌های شناسایی شده در مرحله پیش بررسی شد و شناسه‌های دارای ماهیت مشابه، ذیل یک دسته قرار گرفتند و مفاهیم (مضمون فرعی) را تشکیل دادند و در ادامه نیز مفاهیم مشابه یک مقوله (مضمون اصلی) را ایجاد کردند. در این پژوهش از رویکرد بروان و کلارک^۴ (۲۰۰۶) به دلیل انعطاف‌پذیری و نظام‌مند بودن توأمان استفاده شد:

الف. آشنایی با داده‌ها: پژوهشگر برای آشنایی با عمق و گستره محتوایی داده‌ها، لازم است که خود را در آنها غوطه‌ور سازد که معمولاً شامل بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال است.

ب. ایجاد شناسه‌های مفهومی اولیه: این مرحله، شامل ایجاد شناسه‌های مفهومی اولیه از داده‌هاست. شناسه‌ها، ویژگی داده‌هایی را معرفی می‌کنند که

۱. Maase and Bossinck

۲. Urbano

۳. Biggs

۴. Braun & Clarke

برای تحلیلگر، جالب به نظر می‌رسند. این شناسه‌ها ممکن است در متن به صورت مستقیم یا به صورت مستتر باشند.

ج. جست‌وجوی شناسه‌های گزینشی: پژوهشگر در این مرحله، تحلیل شناسه‌ها را آغاز می‌کند و در نظرمی‌گیرد که چگونه شناسه‌های مشابه ادغام یا برای ایجاد یک زمینه کلی، ترکیب شوند. همچنین شناسه‌های ناقص یا نامرتب و همچنین شناسه‌های تکراری، کنار گذاشته می‌شود.

د. شکل‌گیری زمینه‌های فرعی (مضمون فرعی): این مرحله، شامل دو مرحله بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی زمینه‌های فرعی است. مرحله اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های شناسه‌گذاری شده است و در مرحله دوم اعتبار مضمون‌ها در رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. پژوهشگر در انتهای این مرحله، بایستی آگاهی کافی از اینکه مضمون‌های مختلف کدام‌ها هستند، چگونگی تناسب آنها با یکدیگر و کل داستانی که آنها درباره داده‌ها می‌گویند، در اختیار داشته باشند.

ه. زمینه‌های اصلی (مضمون اصلی): پژوهشگر در این مرحله، مضمون‌های اصلی که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف می‌کند و مورد بازبینی دوباره قرار می‌دهد. سپس داده‌های داخل آنها را با کمک روش شناسی‌های مبانی نظری و دیگر مباحث، تحلیل می‌کند و به‌وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی را که یک مضمون در مورد آن بحث می‌کند، مشخص می‌نماید و تعیین می‌کند که هر مضمون اصلی، کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد.

و. بازبینی نهایی و تهیه گزارش: این مرحله شامل بررسی، مقایسه و دریافت مشارکت خبرگان است که پس از تهیه مطالب، تحلیل پایانی و نگارش گزارش، انجام می‌شود. جدول سه، یک نمونه استخراج شناسه از متن مقالات را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نمونه‌ای از استخراج شناسه‌ها از متون مقالات منتخب (نگارندگان)

متن	شناسه‌ها
«یکی از جنبه‌های جالب قابل توجه در مورد کارآفرینی اجتماعی این است که برخی از عوامل فرهنگی - اجتماعی محیط می‌توانند برای تحریک کارآفرینان اجتماعی و ایجاد شرکت‌های اجتماعی، خیلی مؤثر باشد»	نقش نهادهای غیررسمی در نوآوری اجتماعی
«عملیت‌ها می‌توانند با برقراری تعامل بین منطق‌های مختلف نهادی، از ایجاد تنش بین آنها جلوگیری کنند و تغییر در سازمان‌های ترکیبی را هدایت کنند. اگر یک منطق بر سایر منطق‌های نهادی مسلط شود، چنین تغییری می‌تواند ظرفیت سازمان‌های ترکیبی را برای نوآوری از بین ببرد»	نقش عاملیت‌ها در برقراری تعامل بین منطق‌های مختلف نهادی
«چالش‌های کنونی جوامع از نظر تأثیرات، به‌هم‌پیوسته و سیستمی هستند و با ویژگی‌های شرارت و تداوم مشخص می‌شوند. بنابراین تغییر نظام‌مند و دگرگون‌کننده برای مقابله با چنین چالش‌هایی ضروری است.»	تغییر نظام‌مند و دگرگون‌کننده برای مقابله با چالش‌های اجتماعی

۳-۶. کنترل کیفیت (اعتباریابی تحقیق)

در روش‌های کیفی، به جای روایی و پایایی، از مفهوم قابلیت اعتماد استفاده می‌شود. در این پژوهش از دیدگاه گوبا و لینکلن که قابلیت اعتماد را شامل چهار معیار قابل قبول بودن، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری و انتقال‌پذیری می‌دانند، استفاده می‌شود. بدین منظور از راهبردهای متعددی برای افزایش قابلیت اعتماد استفاده می‌شود. جدول ۴، این موضوع را نشان می‌دهد:

جدول ۴. کنترل کیفیت پژوهش بر اساس دیدگاه گوبا و لینکلن (نگارندگان)

معیار	اقدام صورت‌گرفته
قابل قبول بودن	نمونه‌گیری مقالات به صورت هدفمند و بر مبنای اعتبار (پس از بررسی معیارهای مطرح‌شده در مرحله بررسی مقالات و ارزیابی کیفیت آنها)
	درگیر شدن طولانی‌مدت پژوهشگر در زمینه پژوهش (۲ سال) و مطالعه چندین بار به‌طور فعال موردی و یادداشت‌برداری مکرر استفاده از راهبرد حداقل مداخله در توصیف (استفاده از عبارات توصیفی مانند «نقل‌قول»)
قابلیت اطمینان	استفاده از رویکرد تکثرگرایی در پژوهشگر (برای اعتبارسنجی شناسه‌ها، شناسه‌گذاری نیز توسط یک فرد آشنا با مباحث نوآوری و علوم اجتماعی، صورت گرفت و با استفاده از شاخص کاپا، میزان توافق سنجیده شد که مقدار ۰,۶۸ به‌دست آمد و می‌توان ادعا کرد که استخراج شناسه‌ها از پایایی مناسبی برخوردار است).
تأییدپذیری	استفاده از شیوه یادداشت‌برداری و شناسه‌گذاری پاسخ‌ها ارائه نتایج پژوهش به چهار نفر از خبرگان برای تأیید
انتقال‌پذیری	انتخاب مقالات معتبر ارائه جزئیات بیشتر از زمینه‌ای که پژوهش در آن انجام شده است.

۴. ارائه و تحلیل مضامین حسب مورد

پس از شناسه‌گذاری و تحلیل مضمون تعداد ۷۵ شناسه، ۱۲ مضمون فرعی و هشت مضمون اصلی شناسایی شد که به تحلیل آنها پرداخته می‌شود. جدول ۵، ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری اجتماعی را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، نوآوری اجتماعی از مباحث گسترده و پراکنده است و حوزه‌های مطالعاتی گوناگونی را دربرمی‌گیرد.

جدول ۵. مضامین نوآوری اجتماعی (نگارندگان)

بُعد (مضمون اصلی)	مؤلفه (مضمون فرعی)	شناسه‌ها	برخی از منابع
نهاده‌ها	نقش نهادها و تغییرات نهادی در نوآوری اجتماعی	شرایط نهادی محدودکننده نوآوری اجتماعی، شرایط نهادی تقویت‌کننده نوآوری اجتماعی، تأثیر نهادهای رسمی (مانند قوانین و مقررات) بر نوآوری اجتماعی، تأثیر نهادهای غیررسمی (عوامل فرهنگی - اجتماعی) بر نوآوری اجتماعی، رویکرد چندسطحی (تعامل سه سطح نهادی خرد، متوسط و کلان در فرایند نوآوری اجتماعی) و درک فرایند تحول و تغییرات نهادی	آربانو و همکاران (۲۰۱۰) تریسی و همکاران (۲۰۱۱) دسا (۲۰۱۱) جای (۲۰۱۳) ویکرز و همکاران (۲۰۱۷) وان ویجک و همکاران (۲۰۱۹)
	سازمان‌های ترکیبی	ایجاد اشکال سازمانی جدید به‌منظور حل مسائل اجتماعی، اهمیت ترکیب منطقی‌های نهادی متفاوت (بازار، بخش عمومی و جامعه مدنی) برای حل مسائل پیچیده، نقش تعارضات منطقی‌های نهادی مختلف و پارادوکس پنهان خدمات در سازمان‌های ترکیبی برای ایجاد تغییرات	
	نقش عاملیت‌ها در تغییر نهادی	تأثیر نگرش‌های اجتماعی و مسئولانه کارآفرین اجتماعی در ایجاد تغییرات نهادی، استفاده از سازوکارهای مشروعیت‌سازی توسط کارآفرین اجتماعی / نهادی برای دستیابی به منابع، طراحی اشکال جدید سازمانی توسط کارآفرین اجتماعی، نقش عاملیت‌ها در برقراری تعامل بین منطقی‌های نهادی مختلف و کارنهادی در سطوح سه‌گانه	



برخی از منابع	شناسه‌ها	مؤلفه (مضمون فرعی)	بُعد (مضمون اصلی)
روگجا و همکاران (۲۰۱۸) فون ژاکوبی و همکاران (۲۰۱۷) لوکچ و همکاران (۲۰۲۰) لومباردی و همکاران (۲۰۲۰) سکو و همکاران (۲۰۱۹) نیجنیک و همکاران (۲۰۱۹) ورکر و همکاران (۲۰۲۳)	نقش نوآوری اجتماعی در توسعه روستایی، توانمندسازی و افزایش ظرفیت جوامع محله، نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری اجتماعی، رویکردهای پایین به بالا (نقش مشارکت شهروندان) در توسعه منطقه‌ای، تأثیر نوآوری اجتماعی بر حاشیه‌نشینی، فقر و محرومیت، تأثیر چگونگی روابط سه‌گانه دولت، جامعه و بازار بر نوآوری اجتماعی و توسعه محلی و نقش چارچوب سیاستگذاری بر توسعه نوآوری‌های اجتماعی	توسعه پایدار، شمولیت و توانمندسازی جوامع	حکمرانی و توسعه محلی
پل و همکاران (۲۰۲۰) کوچمن و همکاران (۲۰۱۷) سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲) ویتمایر و همکاران (۲۰۱۹) اولینو و همکاران (۲۰۱۹) سوبلینک (۲۰۱۶)	تغییر نظام‌مند و دگرگون‌کننده برای مقابله با چالش‌های شرور، هم‌تکاملی نوآوری اجتماعی با انواع دیگر تغییر (نظیر تغییردهندگان بازی و روایت‌های تغییر)، نقش روایت تغییر در تغییرات دگرگون‌کننده، رویکرد نظام نوآوری اجتماعی، سازوکار تغییر اجتماعی پایدار، کاربرد مطالعات گذار و نظریه مدیریت راهبردی گوشه در زمینه نوآوری‌های اجتماعی	رویکرد سیستمی به نوآوری اجتماعی	تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی
لی‌بر و برنزی (۲۰۱۰) ماس و باسینگ (۲۰۱۰) هریسون و همکاران (۲۰۱۲) آربانو و همکاران (۲۰۱۰) سیلوا و همکاران (۲۰۲۰) سون سون و هانبریک (۲۰۱۹) اولینو و همکاران (۲۰۱۹) سوما و همکاران (۲۰۱۹)	نقش فرایندهای ارتباطی در نوآوری اجتماعی، مشارکت شرکت‌های انتفاعی با سازمان‌های اجتماعی، نقش یادگیری تعاملی ایجادشده بین شرکا در مدیریت رابطه، مشارکت‌های بین‌المللی در حوزه اجتماعی، موانع مشارکت‌های بین‌بخشی، مدیریت فعالانه اختلافات، درنظرگرفتن توأمان همکاری و رقابت، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی، توسعه سرمایه رابطه‌ای، نقش برقراری روابط با ذی‌نفعان متنوع (کاربران نوآوری، سرمایه‌گذاران و ...) در توسعه فعالیت‌های نوآورانه، نقش واسطه‌ها در برقراری ارتباط بین بازیگران مختلف و نقش شبکه‌سازی در	نقش تعاملات و مدیریت همکاری‌ها و ارتباطات در نوآوری اجتماعی	مشارکت‌ها، اتحادها و شبکه‌ها

بُعد (مضمون اصلی)	مؤلفه (مضمون فرعی)	شناسه‌ها	برخی از منابع
		نوآوری اجتماعی	
جنبه‌های روانشناختی	نقش عوامل احساسی در تغییر و نوآوری	استرس و اضطراب اجتماعی نوآوران اجتماعی، تأثیر احساسات منفی (تنهایی، دلسردی و ناامیدی) بر نوآوری اجتماعی، فرسودگی از نوآوری و تغییر، تأثیر احساس تعلق به گروه‌ها برای تغییر اجتماعی، مقاومت در برابر تغییر، تأثیر احساسات جامعه بر مشارکت در توسعه نوآوری‌های اجتماعی، تأثیر احساسات توانمندساز (تأثیر، معنا، شایستگی و حق انتخاب) بر نوآوری اجتماعی	سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲) وان ویچک و همکاران (۲۰۱۹) جای (۲۰۱۳) اولینو و همکاران (۲۰۱۹)
مدیریت و کسب‌وکار	نقش رهبری در نوآوری اجتماعی	نقش رهبری رفتاری در نوآوری اجتماعی، مدیریت ذی‌نفعان متنوع، توانایی اقلان‌سازی و جلب حمایت، درک و شناخت فرصت‌ها، انتخاب‌های راهبردی رهبران، مهارت‌های شناختی رهبر، چشم‌اندازسازی مطلوب از تغییر، نقش مهارت‌های رهبری (مهارت‌های احساس‌سازی و تسهیل روابط) در نوآوری اجتماعی	
	راهبرد سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی	ایجاد فرهنگ نوآورانه در سازمان‌های اجتماعی، توانمندسازی کارکنان در همه سطوح سازمانی، گروه‌سازی از افراد با پیشینه‌های متنوع، استخدام افراد با توانایی کار با منطق‌های نهادی مختلف، حفاظت یا اشتراک‌گذاری دانش با توجه به منطق‌های نهادی مختلف، راهبردهای برقراری ارتباط با بازیگران خارجی سازمان (کاربران خدمات، سرمایه‌گذاران و ...)، راهبرد مدیریت مالی در منطق‌های متعدد نهادی	بونز و لودک- فروند (۲۰۱۳) ویکرز و همکاران (۲۰۱۷) وستلی و همکاران (۲۰۱۳) جای (۲۰۱۳) کاسپارین و همکاران (۲۰۲۱)
	الگوی کسب‌وکار پایدار	امکان‌پذیری ایجاد نوآوری‌های پایدار در نظام‌های اجتماعی- فنی از طریق الگوهای کسب‌وکار، هم‌آفرینی تولیدکننده و مصرف‌کننده، هم‌آفرینی بین تلاش	



بُعد (مضمون اصلی)	مؤلفه (مضمون فرعی)	شناسه‌ها	برخی از منابع
		کسب‌وکارها برای حل چالش اجتماعی و سودآوری آنها، عوامل موفقیت کسب‌وکار پایدار، پیشنهاد ارزش پایدار و الگوی مالی مبتنی بر رفع نیازها	
جنبه‌های اخلاقی	پیامد منفی نوآوری اجتماعی و پیامدهای اخلاقی آن	پیامدهای ناخواسته نوآوری اجتماعی، ماهیت متناقض نوآوری‌های اجتماعی، اثرات نامطلوب نوآوری اجتماعی بر برخی از بازیگران	وان‌ویگ و همکاران (۲۰۱۹) اولینو و همکاران (۲۰۱۹) پل و همکاران (۲۰۲۰)
توسعه رویکرد فرارشته‌ای	نقش تحقیقات فرارشته‌ای در نوآوری اجتماعی	روش‌های تحقیقاتی مرتبط با دانش بومی، رویکردهای پژوهشی مسئله‌محور، نقش هم‌آفرینی دانش در نوآوری اجتماعی، پژوهش مشارکتی مبتنی بر جامعه	سویلینک (۲۰۱۶) بلچر و همکاران (۲۰۲۲) سکو و همکاران (۲۰۱۹)

۴-۱. نهادها

نهادها، چه رسمی (مانند مقررات و قوانین) و چه غیررسمی (مانند ارزش‌ها، روال‌ها و هنجارها) بر نوآوری اجتماعی مؤثر هستند و می‌توانند باعث تقویت یا برعکس ممانعت از آن شوند؛ چرا که کارکرد مهم نهادها، کاهش عدم قطعیت به‌وسیله ایجاد یک ساختار پایدار برای تعامل انسانی است، به‌طوری‌که عملکرد بازیگران مختلفی را که از طریق ساختار انگیزه‌ها و فرصت‌ها در جامعه مشارکت می‌کنند، هدایت می‌کند (آربانو و همکاران، ۲۰۱۰؛ دسا، ۲۰۱۱). همچنین انتقاداتی بر نظریه نهادی، مبنی بر این که نهادها در مقابل تغییر مقاومت می‌کنند و این نظریه در توضیح تحول سازمانی ناتوان است؛ مطرح شده است. بنابراین گرایش به سمت نقش عاملیت بر تغییرات نهادی در ادبیات دیده می‌شود (تریسی و همکاران، ۲۰۱۱). ایجاد اشکال جدید سازمانی، تناقضات نهادی (به‌عنوان مهمترین عوامل تحول در نهادها) و ترکیب منطق‌های متفاوت نهادی از مباحثی است که در ادبیات بررسی شده به‌دست آمد. همچنین، به‌دلیل وجود شکاف بین دیدگاه‌های خُرد و کلان در نظریه‌های اجتماعی و انتقاد به تحقیقات نهادی به‌دلیل عدم توجه به سطح خُرد، بیشتر مطالعات بررسی شده، رویکرد چندسطحی را برای حل این مسئله اتخاذ کرده-

اند. در ادامه به تشریح برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه پرداخته می‌شود.

جدول ۶. مروری بر برخی از مقالات منتخب در حوزه نقش نهادها بر نوآوری اجتماعی (نگارندگان)

نویسندگان	شرح
وان ویجک و همکاران (۲۰۱۹)	الگویی سه‌سطحی از فرایند نوآوری اجتماعی براساس دیدگاه نهادی ارائه دادند. این الگو نشان می‌دهد فرایندهای نوآوری اجتماعی، حاصل پویایی مفاهیم عاملیت ^۱ ، رابطه ^۲ و نهادینه‌شدن ^۳ در سه چرخه به هم پیوسته سطوح خرد، متوسط و کلان است: در سطح خرد بر روی افراد، تعاملات بین بازیگران و عاملیت تمرکز شده است. بدین صورت که افراد در تعاملات با هم، عاملیت بیشتری خواهند یافت، چرا که تعاملات، آنها را تحت احساساتی ^۴ قرار می‌دهد تا بتوانند دیدگاه‌های دیگران را شنیده و درک کنند. همین امر بر انعطاف‌پذیری ^۵ بیشتر آنها کمک کرده و باعث می‌شود از محیط نهادی حاکم تا حدی (یا به‌طور کامل) جدا ^۶ و زمینه برای پذیرش دیدگاه‌های جدید ایجاد شود. در سطح متوسط بر ایجاد فضای تعاملی و افزایش تعاملات ^۷ بین بازیگران متنوع تأکید شده است. این تعاملات باعث مشخص شدن تنش‌های بازیگران شده و فرصتی را برای نوآوری اجتماعی فراهم می‌سازد. بدین صورت که بازیگران در مورد جهان‌بینی‌شان وارد مذاکره ^۸ شده و سپس الگوی جدیدی را که قابلیت نهادینه‌شدن دارد، هم‌آفرینی ^۹ می‌کنند. چرخه دوم توسط چرخه اول فعال می‌شود. درنهایت در سطح کلان، زمینه‌های نهادی، پویایی چرخه‌های خرد و متوسط را هدایت و تلاش‌های نوآوری اجتماعی برآمده از چرخه‌های خرد و متوسط را تقویت یا متوقف می‌کند. اگر این تلاش‌های نوآوری اجتماعی بتواند زمینه نهادی را بازتعریف کند، تغییرات بزرگی را ایجاد خواهد کرد.
ویکرز و همکاران (۲۰۱۷)	در پژوهشی نشان می‌دهد که چگونه نوآوری عمومی از تعامل منطق‌های نهادی مختلف (نه تنها منطق بخش دولتی/ عمومی، بلکه منطق بازار و جامعه مدنی)، با وجود تنش بین هنجارها و شیوه‌های مختلف شکل می‌گیرد. مطالعه آنها بر سازمان‌های ترکیبی ارائه‌دهنده خدمات بهداشتی و درمانی متمرکز بود. در این مطالعه، سازوکارهایی را که به تعامل بین منطق‌های متعدد منجر می‌شود، مشخص شده‌اند. همچنین نتیجه مهم دیگر این پژوهش، نقش عاملیت‌ها برای شکل دادن به جهان اجتماعی و ساختارهای کلان است.
جای (۲۰۱۳)	یک الگوی فرایندی برای تغییر در سازمان‌های ترکیبی ارائه می‌کند. او نشان داد که همیشه تضاد آشکار بین منطق‌های گوناگون (منطق بخش انتفاعی و منطق بخش غیرانتفاعی) به نوآوری منجر

۱. agentic
 ۲. relational
 ۳. situated
 ۴. emotion
 ۵. reflexivity
 ۶. disembedding
 ۷. interaction
 ۸. negotiations
 ۹. cocreation



<p>نمی‌شود، بلکه حتی می‌تواند باعث شکست در سازمان‌ها شود. در این پژوهش، بر مفهوم دوگانه (پارادوکس) خدمات^۱ که ابتدا به صورت نهفته رُخ می‌دهد و نقش مهم آن در تغییر سازمانی، تأکید شده است. وجود فرایندهای حس‌سازی در سازمان به‌منظور تشخیص به‌موقع این دوگانگی (پارادوکس) خدمات و انجام اقدامات مؤثر برای گذار از آنها و برقراری پویایی بین منطق‌های گوناگون، عامل مؤثر در تغییر سازمانی شناسایی شد. بنابراین عاملیت‌ها برای ایجاد تغییر و نوآوری در سازمان ترکیبی، نقش مؤثری دارند.</p>	
<p>به بررسی نحوه هدایت منابع توسط کارآفرینان در محیط‌هایی که از نظر نهادی شرایط مناسبی ندارند (مانند کشورهای درحال توسعه) می‌پردازد. این مقاله به این نتیجه رسید که عاملیت‌ها به‌ویژه در کشورهای فاقد نهادهای حمایتی، نقش حیاتی دارند؛ به‌طوری‌که عاملیت‌ها می‌توانند از طریق سازوکار مشروعیت‌سازی به منابع موردنیاز دست یابند، بنابراین اقدامات کارآفرینی می‌تواند تأثیر تحول‌آفرینی بر محیط نهادی بگذارد. همچنین این پژوهش فرایندهای خُرد کارآفرینی در سطح خُرد را با نظریه نهادی در سطح کلان پیوند و توضیح می‌دهد که چگونه مشارکت‌های اجتماعی فرد (کارآفرین) به تغییرات نهادی در سطح جامعه کمک می‌کند.</p>	<p>دسا (۲۰۱۱)</p>
<p>در پژوهشی بر نقشی که کارآفرینان اجتماعی می‌توانند در ایجاد تغییرات نهادی (کار نهادی)^۲ داشته باشند، متمرکز شده است. این پژوهش یک مطالعه موردی عمیق از دو کارآفرین نهادی است که توانسته‌اند با ترکیب دو منطق متضاد منطق خُردفروشی انتفاعی و منطق حمایت از بی‌خانمانی (غیرانتفاعی)، شکل سازمانی جدیدی را ایجاد کنند؛ به‌طوری‌که این امر به یک رویکرد پذیرفته‌شده برای مقابله با بی‌خانمانی در سراسر انگلستان تبدیل شد. این مطالعه نشان داد که ایجاد شکل‌های جدید سازمانی به کار نهادی در سطوح سه‌گانه (شناخت فرصت، طرح مسئله و ایجاد راه‌حل در سطح خُرد؛ ایجاد شکل جدید سامانی در سطح متوسط، ایجاد ارتباط و گفت‌وگو سازی در سطح کلان) نیاز دارد.</p>	<p>تریسی و همکاران (۲۰۱۱)</p>
<p>در پژوهش خود به نقش نهادهای غیررسمی بر فعالیت کارآفرینی اجتماعی^۳ تأکید می‌کنند. آنها با این استدلال که کارآفرینی اجتماعی می‌تواند توسط چارچوب نهادی تسهیل یا محدود شود، از دیدگاه نهادی استفاده کرده‌اند، نتایج پژوهش آنها نشان داد که عوامل نهادی غیررسمی (ازجمله تأمین نیازهای مرتبط با ارزش‌های اجتماعی جدید (مانند توسعه پایدار، نقش زنان) بسیار مؤثرتر از عوامل نهادی رسمی، بر توسعه منطقه بسیار کارآفرین اسپانیایی کاتالونیا عمل کرده‌اند.</p>	<p>آربانو و همکاران (۲۰۱۰)</p>

۱. بدین صورت که اعضای یک سازمان ترکیبی که برای انجام مأموریت خود، اقداماتی انجام می‌دهند. ولی وقتی نتایج این اقدامات را تفسیر می‌کنند، متوجه برخی از ابهامات و تناقضات می‌شوند. به‌طوری‌که بررسی نتایج از دریچه منطق خدمات عمومی، موفقیت و بالعکس از دریچه منطق بازار، شکست به‌شمار می‌روند. این دوگانگی (پارادوکس) خدمات در سازمان‌هایی با منطق دوگانه به‌وجود می‌آید.

۲. Institutional work کارهای نهایی به «اقدام هدفمندانه افراد و سازمان‌ها با هدف ایجاد، حفظ و اخلاص در نهادها» اشاره دارد.

۳. Social entrepreneurship

۲-۴. حکمرانی و توسعه محلی

الگوهای نوآوری منطقه‌ای مختلفی (از جمله ناحیه صنعتی، نظام نوآوری منطقه‌ای و ...) در طی سال‌های گذشته برای توسعه منطقه‌ای ارائه شده است. ولی تأثیر این سیاست‌ها بر توسعه منطقه‌ای، مبهم بوده است. ادبیات جدید در توسعه منطقه‌ای از این الگوها به این دلیل که تنها از یک منطق (منطق بازار) پیروی می‌کند، انتقاد کرده و بر این اعتقاد است که توسعه منطقه‌ای باید براساس یک دیدگاه چندبُعدی از نوآوری، پویایی اقتصادی و حکمرانی جامعه باشد. در واقع تغییر در حکمرانی (مشارکت بیشتر بازیگران بخش خصوصی و جامعه مدنی) از ابعاد مهم نوآوری اجتماعی است که در ادبیات نوآوری اجتماعی، فراموش شده است (Moulaert & Sekia, 2003). همچنین مضامینی نظیر بسیج از پایین به بالا، مشارکت شهروندان، سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار در نظریه‌های توسعه شهری جایگزین شده است و مفهوم نوآوری اجتماعی، مفهومی است که برای متحد کردن این مفاهیم، معرفی شده است و به ارضای نیازهای انسان (و توانمندسازی) از طریق نوآوری در روابط و حکمرانی جامعه می‌پردازد (Moulaert, 2005). برخی از مقالات مورد بررسی در این شاخه قرار می‌گیرند که در ادامه به آنها پرداخته می‌شود.

جدول ۷. مروری بر برخی از مقالات منتخب در حوزه توسعه محلی و حکمرانی (نگارندگان)

نویسندگان	شرح
لوکچ و همکاران (۲۰۲۰)	پژوهشی را با هدف کشف شرایط نهادی و سیاستگذاری تأثیرگذار بر نوآوری اجتماعی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که نوآوری اجتماعی، زمانی بیشترین موفقیت را خواهد داشت که روابط سه‌گانه بین دولت، سازمان‌های واسطه‌ای و بازیگران محلی وجود داشته باشد. همچنین توجه به سه بُعد سیاستگذاری (۱. سیاست‌های نهادی، ۲. سیاست‌های بخشی و ۳. سیاست‌های ساختاری) برای موفقیت در نوآوری اجتماعی، از دیگر نتایج این پژوهش است.
لومباردی و همکاران (۲۰۲۰)	به بررسی تأثیر ابتکارات نوآوری اجتماعی در روابط جوامع حاشیه‌نشین روستایی پرداخته است. از آن‌جا که ابتکارات نوآوری اجتماعی، فرصتی برای تقویت روابط بین اعضای جامعه روستایی با استفاده از تغییر شبکه‌های اجتماعی موجود است، در این مقاله با استفاده از روش تحلیل شبکه-های اجتماعی، تأثیر مداخلات نوآوری اجتماعی ارزیابی شد و نتایج نشان داد که طرح نوآوری اجتماعی به‌طور مؤثر به بهبود کیفیت روابط اجتماعی انجامیده است.
نیچنیک و همکاران	به بررسی نقش نوآوری اجتماعی در توسعه جوامع روستایی وابسته به جنگل پرداخته است. نتایج نشان داد که نوآوری اجتماعی، ظرفیت قابل توجهی برای ارائه ارزش برای این جوامع دارد و اقدامات



نویسندگان	شرح
(۲۰۱۹)	نوآورانه بازیگران متنوع (جوامع علمی، کارآفرینان، سیاستگذاران، سرمایه‌گذاران و نمایندگان جوامع وابسته به جنگل) و استفاده از ترکیب مناسب رویکردهای بالا به پایین (ابزارهای سیاسی، مشوق‌ها) و پایین به بالا (افزایش ظرفیت نهادی جوامع محله، توسعه سرمایه اجتماعی و مهارت‌های موردنیاز برای حمایت از آنها) برای حل چالش‌های محله، مؤلفه‌های مهم برای افزایش توانمندسازی جوامع محلی است.
روگجا و همکاران (۲۰۱۸)	به بررسی شرایط و چارچوب سیاستگذاری برای توسعه ابتکارات نوآوری اجتماعی مبتنی بر جنگلداری در اسلوونی به منظور توسعه مناطق روستایی و جلوگیری از مهاجرت ساکنان آن، پرداخته است. محور قرار گرفتن مباحث اقتصادی در اسناد سیاستی اسلوونی و تأثیرگذاری آن بر مفاهیم نوآوری اجتماعی از یافته‌های این مطالعه است که در نتیجه آن، نوآوری اجتماعی به‌مثابه بنگاه اجتماعی در نظر گرفته شده است و چارچوب سیاستی به‌طور جامع از ابتکارات نوآوری اجتماعی پشتیبانی نمی‌کند. بنابراین در این پژوهش بر روش‌های غیربازارمحور برای توسعه ابتکارات نوآوری اجتماعی مبتنی بر جنگلداری (مانند چارچوب سیاستی و ابزارهای سیاستی جنگل که همکاری و شبکه‌سازی را هدف قرار می‌دهند) تأکید شده است.

۳-۴. تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی

در بررسی‌های انجام‌شده، مجموعه دیگری از مقالات یافت شد که می‌توان آنها را در این دسته قرار داد که هدف آنها بیشتر کشف سازوکار تغییر اجتماعی پایدار و در این راستا فرایند نوآوری اجتماعی است. مؤلفه مهمی که در این دسته از مقالات مشهود است، اتخاذ رویکرد سیستمی به نوآوری اجتماعی است. بیشتر تحقیقات گذشته بر نقش کارآفرین اجتماعی (در شناسایی و پیگیری یک فرصت و به‌ثمر رسیدن یک نوآوری اجتماعی) متمرکز است. این در حالی است که موفقیت نوآوری‌های اجتماعی، نتیجه نظام اجتماعی است. در واقع بازیگران منفرد (مثل کارآفرینان اجتماعی) در نظام‌های گسترده‌تری هستند و از محیط خارجی تأثیر می‌پذیرند. نظام‌های گسترده‌تر، دیدگاه جامع‌تری از نوآوری اجتماعی را ارائه می‌دهند، زیرا نوآوری اجتماعی یک پدیده پیچیده است که تحت تأثیر اقدامات افراد، ساختارها و نظام‌های اجتماعی است. برخلاف کارآفرینی اجتماعی، بسیاری از مطالعات، نوآوری اجتماعی را عامل مهمی در تحمیل تغییرات اجتماعی می‌دانند، بنابراین دانش و کاربردهای نوآوری اجتماعی به‌طور گسترده‌ای در نظریه‌های تغییر اجتماعی شناخته شده است.

از طرف دیگر این ایده که نوآوری اجتماعی یک راه مؤثر برای مقابله با چالش‌های اجتماعی است، در گفتمان‌های سیاسی در سراسر اتحادیه اروپا مطرح شده است. دفتر مشاوران سیاستگذاری اروپایی^۱، معتقد است نوآوری اجتماعی، راهی مؤثر برای «ایجاد تغییرات اجتماعی» ارائه می‌دهد (Hubert, 2010). چالش‌های کنونی جوامع از نظر تأثیرات، به‌هم‌پیوسته و سیستمی هستند و با ویژگی‌های شرارت و تداوم مشخص می‌شوند و بنابراین تغییر نظام-مند و دگرگون‌کننده^۲ برای مقابله با چنین چالش‌هایی، ضروری شناخته شده است (Avelino et al, 2019). از این‌رو در ادبیات حوزه نوآوری اجتماعی بر لزوم اتخاذ رویکرد سیستمی تأکید داشته‌اند. از جمله مفاهیمی که در این دسته قرار می‌گیرند، عبارت‌اند از: مواجهه با چالش‌های اجتماعی (مثل چالش‌های زیست‌محیطی)، تغییر تحول‌آفرین، رویکرد سیستمی، مطالعات گذار و هم‌تکاملی انواع تغییر. در ادامه به برخی از مقالاتی که در این دسته قرار می‌گیرد، اشاره می‌شود:

جدول ۸. مروری بر برخی از مقالات منتخب در حوزه تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی (نگارندگان)

شرح	نویسندگان
با توجه به این که بُعد تحول‌آفرین در نوآوری اجتماعی فراموش شده است، مفهوم‌سازی جدید از نوآوری اجتماعی تحول‌آفرین ارائه کرده است و آن را با سایر انواع تغییر مربوط می‌کند. در واقع برای تحول، نوآوری اجتماعی نیازمند هم‌تکاملی ^۳ با دیگر انواع تغییر و نوآوری، (۱) نوآوری سیستم ^۴ ، (۲) تغییردهندگان بازی ^۵ و (۳) روایت‌های تغییر ^۶ است. همچنین در انتها ماهیت تحول‌آفرین برخی از نوآوری‌های اجتماعی (سه مطالعه موردی) بررسی شده است.	اولینو و همکاران (۲۰۱۹)
در مورد بررسی نقش روایت‌های تغییر در فرایندهای تغییر اجتماعی و در نتیجه تحول جامعه، پژوهشی انجام دادند. برای این منظور چهار مورد از نوآوری‌های اجتماعی انتخاب و یک چارچوب تحلیلی برای روایت‌های تغییر آنها توسعه داده شد. نتایج حاکی از وجود نقش محوری روایت‌های تغییر در ساخت هویت‌های فردی و اجتماعی و به‌اشتراک‌گذاری جهان‌بینی‌ها بود. همچنین آنها نشان دادند که چگونه روایت‌های تغییر، نقص‌های نظام‌های	ویتمایر و همکاران (۲۰۱۹)

۱. Bureau of European Policy Advisors (BEPA)
 ۲. transformative change
 ۳. co-evolution
 ۴. system innovation
 ۵. game-changers
 ۶. narratives of change



نویسندگان	شرح
	<p>نهادی فعلی را کشف و نوید آینده‌های جایگزین را می‌دهد و راه‌های رسیدن به آنجا را پیشنهاد می‌کند. از دیگر نتایج این مطالعه، ایجاد ارتباط بین مطالعات روایت تغییر و آینده‌پژوهی است، به طوری که مشخص شده است، تحقیقات روایی تمرکز خود را از گذشته و حال به روایت‌های آینده تغییر داده‌اند.</p>
پل و همکاران (۲۰۲۰)	<p>با توجه به این که حل چالش‌های اجتماعی، نیازمند تغییرات تحول‌آفرین و دگرگون‌کننده است، الگویی را براساس درک رابطه‌ای از فرایند تحول، با عنوان الگوی نوآوری اجتماعی تحول‌آفرین^۱، ارائه دادند که نگرش سیستمی به نوآوری اجتماعی داشته است و فرایندهای هم‌تکاملی در آن، عنصر اصلی است.</p>
سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲)	<p>با اشاره به این که نظریه‌های موجود در ادبیات دانشگاهی «گذار پایدار» بر نوآوری‌های فناوری مبتنی بر بازار تمرکز داشته‌اند؛ در این مقاله تلاش شده آنها را در زمینه جدیدی از نوآوری مبتنی بر جامعه اعمال و نقش نوآوری جامعه‌محور را در گذار به اقتصاد کم کربن انگلیس بررسی کند. بدین منظور نظریه مدیریت راهبردی گوشه^۲ را برای توضیح بهتر رشد و تأثیرات گسترده نوآوری‌های مردمی اصلاح کردند. آنها به این نتیجه رسیدند که هر سه عامل اصلی (مدیریت انتظارات، ایجاد شبکه و فرایندهای یادگیری) در نظریه مدیریت راهبردی گوشه که برای نیچ‌های فناوری لازم است، در نوآوری‌های مردمی نیز ضروری است؛ ولی عاملیت^۳ و مقیاس‌گذاری در نوآوری مردمی کاملاً متفاوت از نوآوری‌های فناوری است. افزون‌بر آن در نوآوری‌های مردمی، توجه به جنبه‌های اجتماعی- روانشناختی (هویت گروه^۴، انسجام گروه^۵، تعلق^۶، هدف و احساسات جامعه^۷) بسیار مهم است و زمینه‌ساز رشد نیچ در طول زمان است.</p>

۴-۴. مشارکت‌ها، اتحادها و شبکه‌ها

مشارکت، همکاری و یادگیری تعاملی بین بازیگران بخش‌های مختلف، یکی از جنبه‌های اساسی نوآوری اجتماعی است. تعاملات بین کنشگران مختلف اجتماعی باعث ایجاد هنجارها، ارزش‌ها و قوانین جدید می‌شود و وضع موجود را به چالش می‌کشد و زمینه را برای رشد نوآوری اجتماعی فراهم می‌کند (Pol & Ville, 2009). از آنجایی که موضوعات اجتماعی چندوجهی هستند و از مرزهای سنتی سازمان‌ها، بخش‌ها و کشورها عبور می‌کنند، مشارکت‌ها و همکاری‌ها به‌عنوان راهی برای افزایش ظرفیت‌های سازمان‌ها یا کشورهاست تا

۱. Transformative social innovation (TSI)
 ۲. Strategic niche management
 ۳. agency
 ۴. group identity
 ۵. group cohesion
 ۶. belonging
 ۷. sense of community

بتوانند با تجمیع منابع، مهارت‌ها و دانش، چالش‌های اجتماعی (مانند آموزش، مراقبت‌های بهداشتی و فقر) را به‌طور مؤثرتری حل کنند. بنابراین ارتباطات در نوآوری اجتماعی، اهمیت زیادی دارد و مدیریت همکاری‌ها به تحریک نوآوری کمک می‌کند؛ فرایندهای رابطه‌ای، مدیریت همکاری‌ها، شبکه‌سازی، یادگیری تعاملی و موانع مشارکت‌های بین‌بخشی از موضوعاتی بود که در بررسی مقالات این دسته، بدان‌ها پرداخته شده بود.

هریسون و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهشی به دنبال درک این موضوع بودند که چگونه شرکت‌های انتفاعی و انجمن‌های اجتماعی به شریک یکدیگر تبدیل می‌شوند و بدین طریق نوآوری را تسهیل می‌کنند. آنها به مطالعه موردی از رابطه بین یک شرکت غیرانتفاعی و سازمان اجتماعی که توانستند با حل منازعات و رسیدن به یک توافقنامه مشترک، موفق به حل یک مسئله اجتماعی شوند، می‌پردازند. لی بر و برنزی (۲۰۱۰)، نیز در پژوهشی درصدد پاسخ به این موضوع بودند که چگونه شرکای بخش‌های غیرانتفاعی و انتفاعی در حوزه بهداشت با مدیریت فعالانه اختلافات، مشارکت‌های راهبردی خود را در راستای ایجاد ارزش اجتماعی دوباره، شکل می‌دهند. این مقاله یک الگوی چهار مرحله‌ای از فرایند رابطه را توسعه می‌دهد و مشخص می‌کند که چگونه شرکا، با تعدیل دوباره نقش‌های خود، شراکت را حفظ و بر شکست موقتی غلبه می‌کنند. ماس و باسینگ (۲۰۱۰)، در پژوهشی به تحلیل عوامل بازدارنده مشارکت بین کارآفرینان اجتماعی در بخش‌های تجاری، دولتی، عمومی و غیرانتفاعی پرداخته‌اند. آنها چهار مورد از کارآفرینی اجتماعی را در مرحله استراتاپ بررسی کردند و نشان دادند که عواملی نظیر تضاد منافع و تعارضات ناشی از رفتار فرصت‌جویانه کارآفرین اجتماعی، مانع مشارکت می‌شود. همچنین همان‌طور که اشاره شد، روگجا و همکاران (۲۰۱۸) و آربانو و همکاران (۲۰۱۰) به نقش شبکه‌سازی برای توسعه نوآوری اجتماعی مبتنی بر جنگلداری پی برده‌اند.



۴-۵. جنبه‌های روان‌شناختی

احساسات در نوآوری اجتماعی مؤثر است و می‌تواند آن را تقویت یا مانع از پیشروی آن شود. احساسات می‌تواند از نهادها در برابر تغییر محافظت کند، چرا که بازیگران ممکن است از مشکلاتی که تعهدات نهادی، آنها را به چالش می‌کشاند، چشم‌پوشی کنند یا موضوع مقاومت در برابر تغییر به‌علت تجربه و احساسات منفی شهروندان از تغییر، نوآوری‌ها را با شکست مواجه می‌سازد. وان ویجک و همکاران (۲۰۱۹) در الگوی سه‌سطحی خود که از فرایند نوآوری اجتماعی ارائه داده است، به‌صراحت به نقش احساسات در سطح خُرد تأکید کرده است. همان‌طور که اشاره شد در سطح خُرد، افراد در تعاملات با هم تحت احساساتی قرار می‌دهند و همین امر بر انعطاف‌پذیری بیشتر آنها کمک کرده و باعث می‌شود از محیط نهادی حاکم تا حدی (یا به‌طور کامل) جدا و زمینه برای پذیرش دیدگاه‌های جدید ایجاد شود. همچنین این پژوهش، مطالعه در حوزه نقش احساسات در سطح خُرد را پیشنهاد داده است. در مطالعه سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲)، با تطبیق الگوی مدیریت راهبردی گوشه با نوآوری‌های مردمی، به‌خوبی نقش عوامل احساسی را که پیشتر در نوآوری‌های فناوری دیده نشده بود، مشخص کردند و نشان دادند که چگونه احساسات جامعه و حس تعلق توانست در رشد و توسعه نوآوری‌های مردمی، نقش مهمی ایفا کند. همچنین اولینو (۲۰۱۹) در مطالعه خود نشان داده است که چگونه بُعد روانشناختی توانمندسازی (احساساتی نظیر حس خودکارآمدی، حس انتخاب و...) می‌تواند بر نوآوری اجتماعی اثرگذار باشد.

۴-۶. مدیریت و کسب‌وکار

در مطالعات گذشته، مفهوم نوآوری اجتماعی در علم مدیریت، به‌عنوان ابعادی نوآورانه از راهبردهای تجاری و تغییر در سرمایه انسانی و ساختارهای سازمانی به‌منظور بهبود در رقابت، تلقی می‌شد (Moulaert et.al, 2005). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، یکی از همان مفاهیم است که اغلب از آن به‌عنوان واسطه سودآوری شرکت‌ها استفاده می‌شد. با توجه به تحلیل مضمون انجام‌شده از مقالات مورد بررسی، نقش رهبری در نوآوری اجتماعی، راهبرد

سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی و الگوی کسب‌وکار پایدار، به‌عنوان سه موضوع اصلی این حوزه مشخص شدند که به برخی از مطالعات آن اشاره می‌شود:

بونز و لودک-فروند (۲۰۱۳) در مطالعه خود با تمایز گذاشتن بین اختراع و نوآوری و با اشاره به این‌که شرط مهم موفقیت در بازار، نوآوری است، به بررسی عناصر الگوی کسب‌وکار با توجه به نوآوری پایدار می‌پردازد. اگرچه ابعاد موفقیت در بازار در ادبیات الگوی کسب‌وکار مشخص است (ارتباط با مشتریان، تأمین‌کنندگان و الگوی مالی و پیشنهاد ارزش)، اما درباره نوآوری پایدار این ابعاد دیده نشده و شرکت‌ها می‌توانند برای موفقیت بیشتر در بازار، نوآوری پایدار را در عناصر اصلی الگوی کسب‌وکارشان نهادینه کنند. برای نمونه هم-آفرینی مصرف‌کننده و تولیدکننده یکی از مؤلفه‌های مهمی است که در عنصر ارتباط با مشتریان باید در نظر گرفته شود. وی در آخر نیز اشاره می‌کند که طراحی الگوهای کسب‌وکار براساس نوآوری‌های پایدار، به نفع خود کسب-وکارهاست و سود بیشتری را به آنها بازمی‌گرداند. همچنین ویکرز و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهش خود، راهبرد سازمان‌های ترکیبی را برای ترکیب منطق‌های نهادی مختلف ارائه کرده است. توانمندسازی کارکنان در همه سطوح، تصمیم‌گیری درست درباره اشتراک‌گذاری یا حفاظت از دانش با توجه به موقعیت سازمان، ازجمله راهبردهایی است که در این زمینه شناسایی شده است. همچنین از دیگر نتایج این پژوهش، تأثیر هوشیاری رهبر و انتخاب‌های راهبردی رهبران بر تعامل منطق‌های متنوع سازمان ترکیبی است.

۴-۷. جنبه‌های اخلاقی

تلاش‌های نوآورانه اجتماعی ممکن است پیامدهای ناخواسته منفی به همراه داشته باشد. وان و یجک و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه خود ضمن اشاره به برخی از مطالعاتی که پیاده‌سازی نوآوری اجتماعی، پیامد منفی در پی داشته است، پرداختن به جنبه‌های اخلاقی آن را برای تحقیقات آتی پیشنهاد داده‌اند. پل^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، نیز با بررسی برخی از نوآوری‌های اجتماعی مانند

۱. Haxeltine



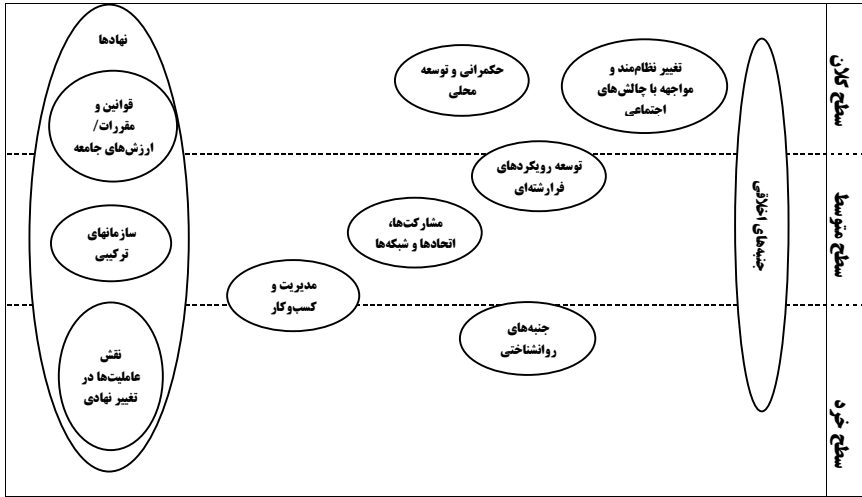
بانک زمان به این نتیجه می‌رسند که نوآوری‌های اجتماعی همزمان می‌توانند کاربران را در برخی موارد توانمند یا برعکس ناتوان سازد. اولینو (۲۰۱۹) نیز در تحقیق خود با بهره‌گیری از مفهوم عاملیت توزیع‌یافته به این نتیجه می‌رسد که نوآوری‌های اجتماعی، لزوماً به اهداف اجتماعی مطلوب منجر نمی‌شود، چرا که آن با تغییر توازن قدرت بین بازیگران مختلف همراه است و ممکن است به نفع برخی از بازیگران نباشد.

۴-۸. توسعه رویکرد فرارشته‌ای

امروزه با توجه به پیچیدگی چالش‌های اجتماعی، برای ارائه راه‌حل‌های مؤثر و بادوام، مشارکت گسترده بین دولت، بخش خصوصی، جامعه مدنی و مؤسسات آموزش عالی، یک ضرورت است. برخی از پژوهش‌های منتخب بر نقش پژوهشگران، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در توسعه پژوهش‌های مؤثر بر تغییر اجتماعی و با هدف حل مشکلات اجتماعی تأکید داشتند که از آن جمله می‌توان به پژوهش سولینگ (۲۰۱۶) اشاره کرد. سولینگ در پژوهش خود با مطالعه موردی یکی از ابتکارات موفق نوآوری اجتماعی در سکونتگاه‌های غیررسمی (پروژه ishack)، نقش مشارکت‌دادن جامعه در فرایند پژوهش را در توسعه و موفقیت نوآوری اجتماعی یادشده نشان می‌دهد. وی به این نتیجه می‌رسد که دانشی که با مشارکت پژوهشگران و جامعه محلی در فرایند پژوهش به دست آمده است، نوآوری اجتماعی را تقویت کرده و در نهایت اتخاذ رویکردهای فرارشته‌ای را برای توسعه نوآوری‌های اجتماعی پیشنهاد می‌دهد. بلچر و همکاران (۲۰۲۲) نیز در مطالعه خود به ارزیابی انواع طرح‌های پژوهشی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که پژوهش‌های فرارشته‌ای، نتایج مؤثرتری در حل مشکلات اجتماعی و ایجاد فرایندهای تغییر داشته‌اند. وی در نهایت اتخاذ رویکرد فرارشته‌ای در تحقیقات دانشگاهی و طراحی الگوهای جدید ارزیابی دانشگاه‌ها را براساس رویکرد پیش‌گفته پیشنهاد می‌دهد.

۵. تحلیل شکاف و ارائه چارچوب

با توجه به بررسی نظام‌مند ادبیات مقالات منتخب و تحلیل مضمون انجام‌شده، هشت حوزه مطالعاتی نوآوری اجتماعی شناسایی شد. شکل ۴ این هشت حوزه را براساس سطوح سه‌گانه نشان می‌دهد. حوزه‌های مطالعاتی بسیار گوناگونی در شکل‌گیری، به‌کارگیری و توسعه نوآوری اجتماعی نقش داشته‌اند. همان‌طور که مشاهده شد، نوآوری اجتماعی برای نمونه می‌تواند برای توسعه محلی و افزایش ظرفیت جوامع محلی به‌کار گرفته شود یا در حوزه مدیریت برای طراحی الگوهای کسب‌وکار پایدار به‌منظور ایجاد ارزش‌های دوگانه اجتماعی-اقتصادی و توسعه چارچوب راهبردی نوآوری نفوذ کند. همچنین تأثیر احساسات بر عاملیت‌های انسانی و در نتیجه فرایند تغییر اجتماعی، مسیری از رشته روانشناختی پیش‌روی حوزه نوآوری اجتماعی می‌گشاید. از طرف دیگر با استناد به بررسی و تحلیل انجام‌شده، وجود سطوح چندگانه برای نوآوری اجتماعی، مشهود است. نوآوری اجتماعی از سطوح خرد (مانند نقش کارآفرین اجتماعی)، مزو (مانند سازمان‌های ترکیبی) تا سطح کلان (نهادهایی مانند قوانین و مقررات و ...) رُخ می‌دهد. بنابراین می‌توان چنین گفت که نوآوری اجتماعی دارای ماهیت پیچیده، چندسطحی و چندرشته‌ای است و تفکیک حوزه‌های مطالعاتی در دو بُعد ۱. سطح مورد بررسی (خرد، مزو، کلان یا ترکیبی) و ۲. حوزه مطالعاتی (مدیریت و کسب‌وکار، توسعه محلی، جنبه‌های روانشناختی و ... یا ترکیبی از این حوزه‌های مطالعاتی) می‌تواند چارچوب مطالعاتی این حوزه را برای مشخص کردن مسیرهای تحقیقاتی آن، پیش‌روی پژوهشگران قرار دهد. جدول ۹ این چارچوب را به همراه برخی از موضوعات آتی نوآوری اجتماعی نشان می‌دهد. هر یک از پژوهشگران می‌توانند از این چارچوب استفاده کرده و با توجه به علاقه و خلاقیت خود، موضوعاتی را اتخاذ و بدین ترتیب به توسعه این حوزه نوظهور کمک کنند.



شکل ۴. مضامین (حوزه‌های مطالعاتی) نوآوری اجتماعی (نگارندگان)

جدول ۹. چارچوب مطالعاتی حوزه نوآوری اجتماعی (نگارندگان)

ترکیب حوزه‌های مطالعاتی	مضامین	سطح خرد
ترکیب حوزه‌های مطالعاتی	<ul style="list-style-type: none"> بررسی نقش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در توسعه رویکردهای فرارشته‌ای طراحی الگوهای انگیزشی مشارکت‌ها برای ارائه خدمات اجتماعی بررسی نحوه کار کارآفرین اجتماعی در فعالیتهای نوآوری بررسی کارآفرین اجتماعی و کار اجتماعی (بررسی کار نهادی و کار احساسی) 	سطح خرد
یک حوزه مطالعاتی مشخص	<ul style="list-style-type: none"> بررسی نقش سازمان‌های غیررسمی بر نوآوری اجتماعی بررسی شرایط سیاسی-تسهیل‌کننده نوآوری اجتماعی نقش احساسات در سطح جامعه بر نوآوری‌ها (مقاومت در برابر تغییر) بررسی نقش عاملیت‌های توزیع‌یافته در تغییر نهادی بررسی نقش سازمان‌های (سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی) طراحی ساختارهای سازمانی مبتنی بر رویکرد هم‌آفرینی بررسی نقش نهادهای واسطه در برقراری تعامل بین منطق-های نهادی مختلف 	سطح متوسط
		سطح کلان / ترکیبی

۶. بحث و نتیجه‌گیری

نوآوری اجتماعی از مباحث نوظهوری است که در سال‌های اخیر، اهمیت آن افزایش یافته و روند توجه به آن در حال گسترش است؛ ولی همان‌طور که اشاره شد، این حوزه با تنوع در تعاریف و مفاهیم روبه‌روست و حوزه‌های مطالعاتی متنوعی را دربرمی‌گیرد. این مطالعه بر آن شد تا حوزه‌های زیرحوزه‌های مطالعاتی (ابعاد و مؤلفه‌ها) مرتبط با آن را روشن سازد؛ بنابراین با استفاده از روش فراتلفیق به بررسی نظام‌مند ۳۴ مقاله پرداخته شد و درنهایت با روش تحلیل مضمون، ۷۵ شناسه، ۱۲ مضمون فرعی و هشت مضمون اصلی (نهادها، حکمرانی و توسعه محلی، تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی، مشارکت‌ها، اتحادها و شبکه‌ها، جنبه‌های روانشناختی، مدیریت و کسب‌وکار، جنبه‌های اخلاقی و توسعه رویکرد فرارشته‌ای) شناسایی شد. درنهایت با توجه به ماهیت چندرشته‌ای و چندسطحی بودن نوآوری اجتماعی، چارچوبی برای این حوزه مطالعاتی ارائه شد. این چارچوب می‌تواند توسط پژوهشگران حوزه نوآوری اجتماعی مورد استفاده قرار بگیرد تا براساس علاقه، پیشینه و خلاقیت خود، حوزه مطالعاتی مناسب را برگزینند. در ادامه این بخش، ابتدا به مقایسه این پژوهش با سایر پژوهش‌های مشابه پرداخته شده و سپس بر چارچوب مطالعاتی ارائه‌شده تمرکز می‌شود.

دهکردی و کشتکار (۱۳۹۵) در پژوهشی با رویکرد فراترکیب به ارائه الگوی نوآوری اجتماعی پرداخته‌اند. در این پژوهش، توسعه نوآوری اجتماعی در قالب چهار دسته کلی «مسئله اجتماعی»، «چرخه تولید ایده»، «چرخه پیاده‌سازی ایده» و درنهایت «محصول» دسته‌بندی شده است، ولی برخی موارد در آن فراموش شده است: اول آن که در این الگو بر پیچیدگی مسئله اجتماعی اشاره نشده است. از آن‌جا که مسائل اجتماعی، پیچیده هستند، تغییر نظام‌مند و دگرگون‌کننده برای مقابله با آنها نیاز است. نقش کارآفرین اجتماعی در شناسایی و پیگیری یک فرصت و به‌ثمر رسیدن یک ایده می‌تواند مؤثر باشد، اما در هنگام مواجهه با مسائل پیچیده اجتماعی کافی نیست، بلکه نیاز به اتخاذ رویکرد سیستمی و تغییرات در یک سیستم گسترده‌تر است که در بُعد «تغییر



نظام‌مند و مواجهه با چالش‌های اجتماعی» پژوهش جاری دیده شده است. افزون‌بر این در این الگو بر نقش نهادها و مواعی که ممکن است بر سر راه نوآوری اجتماعی ایجاد شود، پرداخته نشده است. استقرار ایده‌ها در جوامع، با چالش‌های زیادی همراه است، برای نمونه ممکن است جوامع در برابر آن مقاومت کنند که در این پژوهش در مؤلفه «نقش عوامل احساسی در تغییر و نوآوری» دیده شده است. همچنین در این الگو بر نقش عاملیت‌ها و راهبردهایی که می‌توانند برای توسعه و انتشار نوآوری اجتماعی به‌کار ببرند، اشاره‌ای نشده است؛ این در حالی است که در پژوهش جاری، «نقش عاملیت‌ها در تغییر نهادی» از مؤلفه‌های مهم شناسایی شده است.

در مطالعه دیگری که توسط کشتکار (۱۳۹۵) به ارائه الگوی راهبردی نوآوری اجتماعی در ایران پرداخته شده است، در برخی ابعاد نظیر «حکمرانی و ظرفیت‌سازی»، «ساختارها و نهادها» با پژوهش جاری اشتراک دارد، اما الگویی که ارائه شده است، الگویی بالا به پایین است که در آن فرایند تغییر نهادی فراموش شده است. در این الگو، فرهنگ و قوانین و مقررات به‌عنوان متغیر مستقل کلیدی در نظر گرفته شده‌اند که بر سایر مؤلفه‌های الگو تأثیر می‌گذارد. این در حالی است که نوآوری اجتماعی می‌تواند ترکیبی از رویکردهای بالا به پایین و پایین به بالا باشد و همچنین به تغییر نهادی مانند برخی از تغییرات رویکرد سیستمی را به‌دست آورد. بنابراین مطالعه پژوهش جاری می‌تواند ابعاد وسیع‌تری از نوآوری اجتماعی را پیش‌روی پژوهشگران قرار دهد تا بتوانند الگوهای توسعه‌یافته‌تری از نوآوری اجتماعی ارائه دهند.

نقش حیاتی نهادها در مطالعات نوآوری بر کسی پوشیده نیست. نهادها، چه رسمی (مانند مقررات و قوانین) و چه غیررسمی (مانند ارزش‌ها، روال‌ها و هنجارها) در نوآوری اجتماعی نیز مؤثر هستند. همچنین نظریه نهادی جدید این ایده را مطرح می‌کند که نهادها را می‌توان تغییر داد و نوآوری اجتماعی با تغییر نهادی توسعه می‌یابد. بنابراین اولین مضمون فرعی نقش نهادها و تغییرات نهادی در نوآوری اجتماعی پدیدار شد. همچنین آربانو و همکاران

(۲۰۱۰)، در پژوهش خود به نقش نهادهای غیررسمی بر توسعه منطقه کارآفرینی کاتالونیا تأکید می‌کنند. در الگوی سه‌سطحی فرایند نوآوری اجتماعی وان ویجک و همکاران (۲۰۱۹) نیز بر نقش نهادها در فرایند نوآوری اجتماعی پرداخته شده است، به طوری که نهادها در سطح کلان، می‌توانند تلاش‌های نوآوری اجتماعی برآمده از چرخه‌های خرد و متوسط را تقویت یا متوقف کنند. با توجه به اهمیت و خلأ توجه به نقش نهادهای غیررسمی، تحقیقات آتی می‌توانند بر نقش نهادهای غیررسمی بر نوآوری اجتماعی بپردازد. سازمان‌های ترکیبی، دومین مضمون فرعی پدیدار شده است، در مطالعه تریسی و همکاران (۲۰۱۱)، جای (۲۰۱۳) و ویکرز و همکاران (۲۰۱۷) سازمان‌های ترکیبی در ارائه خدمات اجتماعی اهمیت داشته‌اند. تریسی و همکاران (۲۰۱۱)، در مطالعه خود، به بررسی چگونگی ایجاد شکل جدید سازمانی از ترکیب دو منطق متضاد انتفاعی و غیرانتفاعی برای مقابله با بی‌خانمانی پرداختند. در مطالعه ویکرز و همکاران (۲۰۱۷) نیز نشان داده شده است که چگونه سازمان‌های ترکیبی حوزه بهداشت و درمان، با ترکیب منطق‌های مختلف (بخش عمومی، بخش خصوصی و جامعه مدنی)، خدمات اجتماعی خود را ارائه می‌دهند. همچنین در بیشتر مطالعات مرور شده در حوزه نهادها، به نقش عاملیت‌ها در تغییر نهادی (سومین مضمون فرعی) پرداخته شده است. برای نمونه تریسی و همکاران (۲۰۱۱)، نشان دادند که چگونه دو کارآفرین با انجام کار نهادی در سه سطح خرد، متوسط و کلان، شکل سازمانی جدیدی را برای مقابله با بی‌خانمانی ایجاد کردند و باعث تحول در این حوزه در انگلستان شدند. دسا (۲۰۱۱)، به بررسی چگونگی دستیابی عاملیت‌ها به منابع موردنیاز از طریق سازوکار مشروعیت‌سازی به‌ویژه در کشورهای فاقد نهادهای حمایتی می‌پردازد و تأثیر تحول‌آفرین عاملیت‌ها را بر محیط نهادی روشن می‌کند. یا در مطالعه جای (۲۰۱۳)، تشخیص به‌موقع دوگانه (پارادوکس) خدمات و انجام اقدامات مناسب توسط عاملیت‌ها را از مهمترین مؤلفه‌ها برای ایجاد تغییر در سازمان ترکیبی شناسایی کرده است. مطالعات آتی می‌تواند بر نقش عاملیت‌های توزیع‌یافته (اولینو، ۲۰۱۹) در تغییر نهادی تمرکز کند، چرا که اتخاذ



رویکرد سیستمی به نوآوری اجتماعی، بازیگران متنوعی را در شکل‌گیری فرایند آن دخیل می‌داند.

حکمرانی و توسعه محلی نیز از جمله حوزه‌های مطالعاتی دیگری است که در ادبیات نوآوری اجتماعی بدان پرداخته شده است. بیشتر مقالات بررسی شده در این حوزه، به توسعه مناطق روستایی با استفاده از رویکرد نوآوری اجتماعی به‌منظور جلوگیری از مهاجرت آنها پرداخته بودند که از آن جمله می‌توان به مطالعه روگجا و همکاران (۲۰۱۸)، لومباردی و همکاران (۲۰۲۰)، نیجینیک و همکاران (۲۰۱۹) و پروژه سیمرا اشاره کرد. نکته مهمی که در این پژوهش‌ها قابل‌برداشت است، این است که نوآوری اجتماعی را تنها نمی‌توان یک رویکرد پایین به بالا قلمداد کرد، بلکه برای موفقیت نوآوری اجتماعی، ترکیب متنوعی از بازیگران و در نتیجه ترکیبی از رویکردهای بالا به پایین (مشوق‌ها و سازوکارهای سیاستگذاری) و پایین به بالا (توسعه ظرفیت محله، توسعه سرمایه اجتماعی و ...) لازم است. ترکیب رویکردهای بالا به پایین و پایین به بالا، مفهوم حکمرانی را تداعی می‌کند که برای توسعه محله (یا هر مقیاس جغرافیایی مانند شهر و منطقه)، نیاز به مشارکت هرچه بیشتر بخش خصوصی و بخش جامعه مدنی در سیاستگذاری‌هاست، همان‌طور که در مطالعه لوکچ و همکاران (۲۰۲۰) نشان داده شد که نوآوری اجتماعی، زمانی بیشترین موفقیت را خواهد داشت که روابط سه‌گانه بین دولت، سازمان‌های واسطه‌ای و بازیگران محلی وجود داشته باشد. مطالعات آتی می‌توانند بر بُعد حکمرانی در نوآوری اجتماعی تمرکز کنند. همچنین توانمندسازی جوامع از جمله موضوعات مهم این حوزه است که می‌تواند در پژوهش‌های آتی مورد توجه قرار گیرد.

چالش‌های اجتماعی، یکی از مؤلفه‌های اصلی نوآوری اجتماعی است، ولی از آنجا که چالش‌های کنونی جوامع با ویژگی‌های شرارت و تداوم مشخص می‌شوند و نیاز به تغییر نظام‌مند و دگرگون‌کننده برای مقابله با آنها ضروری است، بنابراین در حوزه نوآوری اجتماعی بر لزوم اتخاذ رویکرد سیستمی تأکید داشته‌اند که این موضوع در مضمون اصلی تغییر نظام‌مند و مقابله با چالش‌های اجتماعی، پدیدار شده است. در مجموعه مقالات مورد بررسی این حوزه،

استفاده از مطالعات گذار در زمینه نوآوری اجتماعی مشاهده شد که از آن جمله می‌توان به مطالعه سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲) و کوچمن و همکاران (۲۰۱۷)، اشاره کرد. از آنجا که ادبیات گذار پایدار قبلاً در حوزه نوآوری‌های فناوری مبتنی بر بازار تمرکز داشته است، به کارگیری الگوهای مطالعات گذار در زمینه نوآوری‌های اجتماعی و توسعه و گسترش الگوهای آنها می‌تواند مورد پژوهش‌های آتی قرار بگیرد. همچنین پل و همکاران (۲۰۲۰) و اولینو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) با بهره‌گیری از رویکرد چندسطحی در مطالعات گذار و با تغییر نگرش (اتخاذ نگرش افقی نسبت به تغییرات)، الگوی نوآوری اجتماعی تحول‌آفرین را ارائه داده‌اند. در این الگو، نوآوری اجتماعی با هم‌تکاملی با انواع دیگر تغییر از جمله روایت تغییر، زمینه تغییرات تحول‌آفرین به‌منظور حل چالش‌های اجتماعی را ایجاد می‌کند.

مشارکت‌های بین‌بخشی، شبکه‌سازی و فرایندهای رابطه‌ای (اعتماد، تنش و ...) برای پرداختن به موضوعات اجتماعی از دیگر حوزه‌های مطالعاتی در نوآوری اجتماعی است. این حوزه اهمیت مشارکت، همکاری و یادگیری تعاملی را در فرایند نوآوری اجتماعی نشان می‌دهد. مشارکت بین بخش انتفاعی و بخش غیرانتفاعی که دارای منافع، اهداف و انتظارات متفاوت و حتی متضاد هستند، ممکن است تحت عوامل بازدارنده‌ای مانند فرصت‌جویی شریک قرار بگیرند و در نتیجه مانع از توسعه نوآوری شود. به همین دلیل مدیریت این نوع همکاری‌ها و تقویت رابطه در توسعه فرایند نوآوری اجتماعی حائز اهمیت است که این امر در مطالعات لی‌بر و برنزی (۲۰۱۰)، ماس و باسینگ (۲۰۱۰)، هریسون و همکاران (۲۰۱۲)، به‌خوبی نشان داده شده است. طراحی الگوی انگیزش این نوع مشارکت‌ها که عوامل انگیزاننده متنوعی به‌منظور برآورده کردن انتظارات متفاوت شرکا را در نظر بگیرد، برای مطالعات آتی توصیه می‌شود.

احساسات در سطوح خُرد یا سطوح متوسط و کلان بر نوآوری اجتماعی مؤثر است. این حوزه به‌ویژه در جوامع در حال توسعه مشهودتر است. مقاومت در برابر تغییر از جمله مباحثی است که می‌توان در این حوزه مورد مطالعه قرار

۱. Avelino

بگیرد. وان ویجک و همکاران (۲۰۱۹) با اشاره به این‌که نقش احساسات در ادبیات نوآوری خیلی کم‌رنگ دیده شده است، نقش احساسات در سطح خُرد را برای مطالعات آتی پیشنهاد کرده است. همچنین این احساسات را می‌توان در سطح جامعه نیز مورد بررسی قرار داد؛ همان‌طور که در مطالعه سیفنگ و همکاران (۲۰۱۲)، نقش احساساتی مثل حس تعلق به گروه، در توسعه نوآوری-های مردمی در سطح جامعه بررسی شده است.

ادبیات نوآوری اجتماعی در حوزه مدیریت و کسب‌وکار، بسیار محدود است و این شکاف، فرصت خوبی را برای تحقیقات آتی پیش‌روی پژوهشگران قرار خواهد داد. ادبیات جدید حوزه کسب‌وکار تلاش می‌کند با ترکیب الگوهای کسب‌وکار و نوآوری اجتماعی، از منظر سیستمی، به طراحی عناصر کسب‌وکار پایدار بپردازد تا موفقیت در بازار را تضمین کند. همان‌طور که در مطالعه بونز و لودک-فروند (۲۰۱۳) بدان پرداخته شد. همچنین ترکیب ادبیات رهبری با ادبیات نوآوری اجتماعی، از دیگر مسیرهای تحقیقاتی است که می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد. پیامدهای ناخواسته نوآوری اجتماعی و جنبه‌های اخلاقی آن نیز یکی از حوزه‌های مطالعاتی پدیدار شده است که نیازمند تحقیقات آتی است.

با توجه به چارچوب ارائه‌شده، پژوهشگران می‌توانند موضوعات تحقیقاتی را با ترکیب ابعاد اصلی شناسایی‌شده، مشخص کنند. برای نمونه به‌کارگیری رویکردهای سیستمی نوآوری اجتماعی برای توسعه منطقه‌ای، یا ترکیب نظریه همکاری با حوزه مطالعاتی روان‌شناختی به‌منظور شناسایی انگیزه بازیگران برای پیوستن به طرح‌های نوآوری اجتماعی از آن جمله مطالعات ترکیبی هستند که برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود. مطالعه هریسون و همکاران (۲۰۱۲)، نیز از این راهبرد استفاده کرده و با ترکیب حوزه مشارکت‌ها و نظریه نهادی، نحوه رسیدن به توافقنامه مشترک بین شرکا را با نظریه نهادی توضیح می‌دهد.

به‌طور کلی این پژوهش، نشان داد که نوآوری اجتماعی، یک پدیده پیچیده، چندوجهی و چندسطحی است که دامنه گسترده‌ای از مفاهیم را دربرمی‌گیرد.

همچنین با توجه به ماهیت پیچیده مسائل اجتماعی، توسعه رویکردهای فرارشته‌ای و در نتیجه توسعه حوزه نوآوری اجتماعی برای حل آنها ضروری است. نکته قابل توجه دیگر، بهره‌گیری بیشتر مقالات مورد بررسی از روش مطالعه موردی بود، چرا که نوآوری اجتماعی بسیار وابسته به زمینه است و برای درک هر چه بهتر نوآوری اجتماعی، نیاز به بررسی آن در مکان و زمان‌های مختلف است. پیاده‌سازی و توسعه نوآوری اجتماعی در کشور نیازمند نگرش سیستمی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به آن است، بدین‌منظور پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

- در تعریف و طراحی خدمات عمومی ارائه‌شده توسط دستگاه‌ها، نگرش بالا به پایین و صرفاً با استناد به قوانین بالادستی، کافی نیست. به‌منظور ارائه هر چه بهتر خدمات و طراحی آنها مبتنی بر نیازهای شهروندان، نیاز به تعامل شهروندان در بازتعریف و بازطراحی خدمات عمومی است.
- به‌منظور حل مسائل پیچیده اجتماعی کشور، تدوین و اجرای برنامه‌های راهبردی به‌منظور توسعه رشته‌های فرارشته‌ای در آموزش عالی و نظام دانشگاهی ایران ضرورت دارد.
- طراحی و کاربست نظام نوآوری اجتماعی در کشور و تعیین نقش بازیگران کلیدی (بخش عمومی، بخش خصوصی، جامعه مدنی، دانشگاه، کارآفرینان و ...) در آن برای تدوین سیاست‌های نوآوری و حل مسائل اجتماعی ایران که به‌عنوان یک کشور در حال توسعه درگیر مسائل اجتماعی متعدد و پیچیده‌ای است، ضرورت دارد.
- حذف مقالات غیرانگلیسی‌زبان و توجه صرف به مقالات علمی چاپ‌شده در مجلات و سه پایگاه داده از محدودیت‌های این پژوهش است. پژوهش‌های آتی می‌توانند با بررسی مقالات از زبان‌ها، کشورها، پایگاه‌های مختلف و همچنین منابع دیگری نظیر گزارش‌ها و کتاب‌ها، نتایج را توسعه دهند.



۷. منابع

- Avelino, F., Wittmayer, J. M., Pel, B., Weaver, P., Dumitru, A., Haxeltine, A., O'Riordan, T. 2019. Transformative social innovation and (dis) empowerment. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 195-206.
- Belcher, B. M., Claus, R., Davel, R., & Jones, S. M. 2022. Evaluating and improving the contributions of university research to social innovation. *Social Enterprise Journal*, 18(1), 51-120.
- Biggs, R., Westley, F. R., & Carpenter, S. R. 2010. Navigating the back loop: fostering social innovation and transformation in ecosystem management. *Ecology and society*, 15(2).
- Boons, F., & Lüdeke-Freund, F. 2013. Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner production*, 45, 9-19.
- Braun, V., & Clarke, V. 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Chow, J. C. C., Ren, C., Mathias, B., & Liu, J. 2019. InterBoxes: A social innovation in education in rural China. *Children and Youth Services Review*, 101, 217-224.
- Dehkordi, M., & Keshtkar Hranki, M. 2015. Social innovation: exploration of conceptualization based on content analysis of definitions. [In Persian].
- Dehkordi, M., & Keshtkar Hranki, M. 2016. Meta Synthesis of social innovation models. *Welfare Planning and Social Development*, 7(26), pp.101-138. [In Persian].
- De Silva, M., Khan, Z., Vorley, T., & Zeng, J. 2020. Transcending the pyramid: opportunity co-creation for social innovation. *Industrial Marketing Management*, 89, 471-486.
- Desa, G. 2011. Resource mobilization in international social entrepreneurship: Bricolage as a mechanism of institutional transformation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36, 727-751. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00430.
- Eichler, G. M., & Schwarz, E. J. 2019. What sustainable development goals do social innovations address? A systematic review and content analysis of social innovation literature. *Sustainability*, 11(2), 522.
- Emerson, J., & Twersky, F. (Eds.). 1996. *New social entrepreneurs: The success, challenge, and lessons of nonprofit enterprise creation*. San Francisco, CA: Roberts Foundation.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., Miller, D. T. 2008. Rediscovering Social Innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6, 34-43.

- Gasparin, M., Green, W., Lilley, S., Quinn, M., Saren, M., & Schinckus, C. 2021. Business as unusual: A business model for social innovation. *Journal of Business Research*, 125, 698-709.
- Harrison, D., Chaari, N., & Comeau-Vallée, M. 2012. Intersectoral alliance and social innovation: When corporations meet civil society. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 83, 1-24.
- Haxeltine, A., Avelino, F., Pel, B., Dumitru, A., Kemp, R., Longhurst, N., ... & Wittmayer, J. M. 2016. A framework for transformative social innovation. *TRANSIT working paper*, 5, 2-1.
- Howaldt, J., & Schwarz, M. 2010., Social Innovation: Concepts, research fields and international trends. *Sozialforschungsstelle Dortmund*.
- Howaldt, J., & Kopp, R. 2012. Shaping social innovation by social research. In *Challenge social innovation: potentials for business, social entrepreneurship, welfare and civil society* (pp. 43-55). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Hubert, A. 2010. Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union, the Bureau of European Policy Advisers. Report. Available online: http://ec.europa.eu/bepa/pdf/publications_pdf/social_innovation.pdf (accessed on 20 December 2010).
- Jay, J. 2013. Navigating paradox as a mechanism of change and innovation in hybrid organizations. *Academy of management journal*, 56(1), 137-159.
- Kashtkar, M. 2017. Designing a strategic model of social innovation in the Islamic Republic of Iran with a structural equation modeling approach. *Development of Entrepreneurship*, 9(4) 4, 67-690. [In Persian].
- Kooijman, M., Hekkert, M. P., van Meer, P. J., Moors, E. H., & Schellekens, H. 2017. How institutional logics hamper innovation: The case of animal testing. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 70-79.
- Le Ber, M. J., & Branzei, O. 2010. (Re)forming strategic cross-sector partnerships: Relational processes of social innovation. *Business & Society*, 49, 140-172.
- Lombardi, M., Lopolito, A., Andriano, A. M., Prospero, M., Stasi, A., & Iannuzzi, E. 2020. Network impact of social innovation initiatives in marginalised rural communities. *Social Networks*, 63, 11-20.
- Lombardi, M. 2017. Innovazione sociale nel settore agricolo del Mezzogiorno. *Innovazione sociale nel settore agricolo del Mezzogiorno*, 1-159.
- Lukesch, R., Ludvig, A., Slee, B., Weiss, G., & Živojinović, I. 2020. Social innovation, societal change, and the role of policies. *Sustainability*, 12(18), 7407.



- Maase, S. J. F. M., & Bossink, B. A. G. 2010. Factors that inhibit partnering for social start-up enterprises. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 4, 68-84.
- Michelon, G., Boesso, G., & Kumar, K. 2013. Examining the link between strategic corporate social responsibility and company performance: An analysis of the best corporate citizens. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 81-94.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. 2005. Towards alternative model (s) of local innovation. *Urban studies*, 42(11), 1969-1990.
- Moulaert, F., & Sekia, F. 2003. Territorial innovation models: a critical survey. *Regional studies*, 37(3), 289-302.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. 2010. *The open book of social innovation* (Vol. 24). London: Nesta.
- Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. 2015. *New frontiers in social innovation research*. Springer Nature.
- Nijnik, M., Secco, L., Miller, D., & Melnykovich, M. 2019. Can social innovation make a difference to forest-dependent communities?. *Forest Policy and Economics*, 100, 207-213.
- Pel, B., Haxeltine, A., Avelino, F., Dumitru, A., Kemp, R., Bauler, T., Kunze, I., Dorland, J., Wittmayer, J. and Jørgensen, M.S. 2020. Towards a theory of transformative social innovation: A relational framework and 12 propositions. *Research Policy*, 49(8), p.104080.
- Pol, E., & Ville, S. 2009. Social innovation: Buzz word or enduring term?. *The Journal of socio-economics*, 38(6), 878-885.
- Pol, E., & Ville, S. 2009. Social innovation: Buzz word or enduring term. *Journal of Socio-Economics*, 38, 878-885.
- Polman, N. B. P., Slee, B., Kluvánková, T., Dijkshoorn-Dekker, M. W. C., Nijnik, M., Gežík, V., & Soma, K. 2017. Classification of social innovations for marginalized rural areas. Deliverable 2.1, *Social Innovation in Marginalised Rural Areas (SIMRA)*. pp. 32.
- Purtik, H., & Arenas, D. 2019. Embedding social innovation: Shaping societal norms and behaviors throughout the innovation process. *Business & Society*, 58(5), 963-1002.
- Rogelja, T., Ludvig, A., Weiss, G., & Secco, L. 2018. Implications of policy framework conditions for the development of forestry-based social innovation initiatives in Slovenia. *Forest Policy and Economics*, 95, 147-155.
- Rosen, F., & Olsson, P. 2013. Institutional entrepreneurs, global networks, and the emergence of international institutions for ecosystem-based management: the Coral Triangle Initiative. *Marine Policy*, 38, 195-204.
- Rosted, J., Kjeldsen, C., Bisgaard, T., & Napier, G. 2009. *New Nature of Innovation* Copenhagen: OECD.

- Sandelowski, M., & Barroso, J. 2006. Handbook for synthesizing qualitative research. Springer publishing company.
- Secco, L., Pisani, E., Da Re, R., Rogelja, T., Burlando, C., Vicentini, K., Pettenella, D., Masiero, M., Miller, D. and Nijnjk, M. 2019. Towards a method of evaluating social innovation in forest-dependent rural communities: First suggestions from a science-stakeholder collaboration. *Forest Policy and Economics*, 104, pp.9-22.
- Seyfang, G., & Haxeltine, A. 2012. Growing grassroots innovations: exploring the role of community-based initiatives in governing sustainable energy transitions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 30(3), 381-400
- Soma, K., van den Burg, S. W., Selnes, T., & van der Heide, C. M. 2019. Assessing social innovation across offshore sectors in the Dutch North Sea. *Ocean & Coastal Management*, 167, 42-51.
- Spear, R. 2006. Social entrepreneurship: a different model?. *International journal of social economics*. 33, 399-410.
- Svensson, P. G., & Hambrick, M. E. 2019. Exploring how external stakeholders shape social innovation in sport for development and peace. *Sport management review*, 22(4), 540-552.
- Swilling, M. 2016. Africa's game changers and the catalysts of social and system innovation. *Ecology and Society*, 21(1).
- The Young Foundation. 2012. Defining 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: European Commission, DG Research.
- Tracey, P., Phillips, N., & Jarvis, O. 2011. Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. *Organization Science*, 22, 60-80.
- Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. R. 2010. Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 54-69.
- Van Wijk, J., Zietsma, C., Dorado, S., De Bakker, F. G., & Martí, I. 2019. Social innovation: Integrating micro, meso, and macro level insights from institutional theory. *Business & society*, 58(5), 887-918.
- Vercher, N., Bosworth, G., & Esparcia, J. 2023. Developing a framework for radical and incremental social innovation in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 99, 233-242.
- Vercher, N., Barlagne, C., Hewitt, R., Nijnik, M., & Esparcia, J. 2021. Whose narrative is it anyway? Narratives of social innovation in rural areas—A comparative analysis of community-led initiatives in Scotland and Spain. *Sociologia Ruralis*, 61(1), 163-189.
- Vickers, I., Lyon, F., Sepulveda, L., & McMullin, C. 2017. Public service innovation and multiple institutional logics: The case of hybrid social

- enterprise providers of health and wellbeing. *Research Policy*, 46(10), 1755-1768.
- von Jacobi, N., Nicholls, A., & Chiappero-Martinetti, E. 2017. Theorizing social innovation to address marginalization. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(3), 265-270.
- Westley, F. R., Tjornbo, O., Schultz, L., Olsson, P., Folke, C., Crona, B., & Bodin, Ö. 2013. A theory of transformative agency in linked social-ecological systems. *Ecology and Society*, 18(3).
- Wittmayer, J. M., Backhaus, J., Avelino, F., Pel, B., Strasser, T., Kunze, I., & Zuijderwijk, L. 2019. Narratives of change: How social innovation initiatives construct societal transformation. *Futures*, 112, 102433.
- Ziegler, R., Molnár, G., Chiappero-Martinetti, E., & Von Jacobi, N. 2017. Creating (economic) space for social innovation. *Journal of Human Development and Capabilities*, 18(2), 293-298.
- Zimmer, L. 2006. Qualitative meta- synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of advanced nursing*, 53(3), 311-318.

