



Béreljük tömeget? Közösségi finanszírozás a tudományos kutatásban

A web 2.0 alapvető változásokat hoz az akadémiai szférában. Több tanulmány is elemezte már az egyetemi oktatók és hallgatók kapcsolatát, például a lehetséges tanítási és számonkérési formákat a Facebookon és más webkettes helyeken. A tudományos kutatást érintő hatásokról – különösen a finanszírozás vonatkozásában – viszont még kevesen írtak. E cikk ausztrál szerzője egy kisléptékű, az otthonoktatással foglalkozó előkutatási projekt példáján keresztül mutatja be a *crowdsourcing* és a *crowdfunding* előnyeit és buktatóit a tudományos munkában. Mindkét „eszköz” jól ismert és elterjedt a kreatív területeken (zene, film, képzőművészet stb.), és az üzleti világban is nagy reményeket fűznek hozzájuk, mint újszerű demokratikus modellekhez.

A *crowdfunding*, vagyis a közösségi finanszírozás esetében egy nyílt felhívásra bárki adakozhat, így támogatva valamilyen kezdeményezés megvalósítását. A támogatást kérők és az adományozók egymásra találását olyan, erre szakosodott webhelyek segítik, mint a Pozible (*pozible.com*) vagy a Kickstarter (*kickstarter.com*). Előbbin például ilyen felhívásokat találni: az intenzív ausztrál sertéstartást leleplező dokumentumfilm elkészítése, egy erszéyes borzról szóló mesekönyv kiadása, állástalan nők munkábaállását segítő mozgalom. Utóbbinál pedig többek közt ezeket: könyv megjelentetése egy kisbuszban tett utazásról, egy stratégiai játék fejlesztése, az egyik fiatal ausztrál popzenész lemezének kiadása. Amikor valaki megnyit egy projektet ezeken a website-okon, először megfogalmazza az elérni kívánt célt, majd meghatározza a kért támogatás mértékét, valamint megad egy határidőt, és onnantól kezdve bárki felajánlhat valamennyi pénzt, akinek tetszik az ötlet. Ha a határidőig összegyűlt a szükséges összeg, akkor minden adományozó hitelkártyájáról leemelik a felajánlását. Ellenkező esetben senkinek sem kell fizetnie. Vagyis itt a „mindent vagy semmit” elv érvényesül.

A magyarul közösségi közreműködésnek, vagy – az *outsourcing* mintájára – tömegbe kiszervezésnek fordítható *crowdsourcing* viszont nem a pénzről, hanem az önkéntes munkavégzésről szól. Az ilyen projekteknél is egy nyilvános felhívást tesznek közzé egy igen nagy potenciális támogatói körben, s a jelentkezők tudásukat és idejüket felajánlva vállalnak el egyes részfeladatokat. Tudományos kutatásoknál ma még szokatlan a tömegnek ilyen módon való bevonása. A jelen cikkben ismertetett projektnél is voltak aggályai az egyetem etikai ügyekben illetékes tanácsadójának, például a résztvevők anonimitásának biztosításával kapcsolatban.

Az állami támogatás, a kutatásra szánt közpénzek csökkenése és közben az elvárások, a tudományos verseny és az oktatási terhek növekedése rákényszeríti az egyetemi-akadémiai intézményeket, hogy újfajta finanszírozási források felé forduljanak. Az üzleti világgal való intenzívebb együttműködés mellett a közösségi támogatás fent említett formái is új, alternatív megoldások lehetnek, különösen abban a „demokratizált” digitális közegben, ahol a kreatív C generáció van többségben. (A „C” nem elsősorban egy életkori generációt jelöl, hanem olyan – többségükben azért 35 év alatti – embereket, akikre ilyen, az online tevékenységükre vonatkozó C-betűs szavak jellemzőek: *Connection, Community, Creation, Curation*, vagyis: kapcsolat, közösség, kreativitás és karbantartás – a *referáló megjegyzése*.)

A közösségi finanszírozásnak és közreműködésnek köszönhetően elmosódik a határ a kutatás alanyai és a kutatók között, előbbiek is résztvevőknek érezhetik magukat. A témával foglalkozó szakirodalomban emellett további jellemzőket, előnyöket és hátrányokat is említenek: A közösségi finanszírozással azok támogathatnak egy kutatást, akik a legtöbbet nyerhetnek vele. A kockázati tőke egy új fajtája és egy új üzleti modell jelent

meg, amely sok szervezetnek sokféle területen hasznos lehet. A korai stádiumban levő vállalkozások különösen sokat profitálhatnak belőle, mert azok eddig jellemzően csak a helyi forrásokra számíthattak, a *crowdfunding*-nak köszönhetően viszont földrajzilag távoli, de azonos érdekű csoportok is tudják támogatni őket. Sokan egyszerűen önzetlenségből járulnak hozzá más emberek projektjeihez (pl. a barátjukat támogatják így); mások a közösségi élményért (mert szeretnének egy nő projektben részt venni, kreatív embereket segíteni); és vannak olyanok is, akiket az adományozóknak felajánlott ajándékok motiválnak. Árnycikként az online tranzakciók biztonsága miatti aggodalom, a projekt megvalósíthatósága és a résztvevők megbízhatósága, a személyes kapcsolat hiánya az adományozás során, és az ilyen adományok adóból való levonhatósága szokott felmerülni.

Jelen cikk szerzője egy pilot projekt keretében olyan ausztrál családokat keresett fel, amelyeknél a gyerekek nem járnak iskolába, mert a szülők otthon tanítják őket. Három hónap alatt 20 interjút, mintegy 600 órányi hangfelvételt készített velük arról, hogy miért választották az oktatásnak ezt a formáját. Mivel egyetemi pénz nem volt rá, a felvételek átírásának költségét közösségi finanszírozással sikerült előteremtenie. Ez részben annak is köszönhető, hogy bár ezek a családok jellemzően farmokon, elszórtan élnek, de az otthonoktatással járó nehézségeik és speciális igényeik összekötik őket, erős közösségi kapcsolatok alakultak ki közöttük, és érdekelték az ilyen irányú kutatásokban. Néhányan pénz helyett önkéntes munkájukkal segítették a kutatót, miután a releváns Facebook-csoportokban közzétett felhívására jelentkeznek. Két nő például a téma szakirodalmát nézte át és összefoglalókat írt a fontosabb publikációkról. Számukra ez azzal az előnnyel járt, hogy hozzáférhettek az előfizetéses folyóirat-adatbázisokhoz, és az azokból kigyűjtött tudományos eredményeket megoszthatták a blogjaikban a hasonló gondolkodású szülők számára.

A projekt *crowdfunding* része a *Pozible.com* webhelyen zajlott, mely a kreatív emberek közösségi platformjaként határozza meg magát. Ennél a projektnél egy kisebb összeg, 2 000 ausztrál dollár összegyűjtése volt a cél: 1 200 dollár az interjúk legépelésére és 800 az irodalomkutatásra. A *Pozible* oldalain meghirdetett adománygyűjtő kampányoknál rendszerint van egy, a projektet bemutató szöveg és egy videó, emellett található információk az azt megvalósító személyről vagy

csapatról, valamint meg van határozva az adott idő (max. 90 nap) alatt összegyűjteni kívánt összeg, és van egy lista az adományozóknak felajánlott ajándékokról is. Utóbbiak jelen esetben elég szerények voltak, tekintve az eleve szerény költségvetést: a támogatók – a felajánlott összeg nagyságától függően – a kutatási eredményeket ismertető publikációk PDF változatát, egy személyes köszönőlevelet, és egy félórás konzultáció lehetőségét kapták. Bár maga a *Pozible*-kampány már lezárult, a projektet ismertető videó a vimeo.com/56688123 címen továbbra is megtekinthető.

A 2 000 dollár nagyobb részét a szerző rokonai és barátai adták össze, de jöttek adományok olyan ausztrál és tengerentúli családoktól is, amelyeknél a gyerekeket otthon tanítják. Vagyis ebben az esetben is részben személyes motivációk (a családtag, illetve ismerős támogatása a munkájában), részben a közösségi hatás (elszigetelten élő és vitatott oktatási formát választó családok összefogása) eredményeképpen sikerült előteremteni egy olyan kutatás költségvetését, melyet az egyetem nem tudott vagy nem akart finanszírozni. Az otthonoktatás ugyanis azzal, hogy szembe megy a hagyományos iskolai képzési rendszerrel, megkérdőjelezett formája a gyerekek nevelésének, és nem könnyű állami pénzt szerezni az ezzel kapcsolatos vizsgálatokra.

Bár a kitűzött 2 000 dolláros célt sikerült határidőre elérni, de ez végül csak az első feladatra, a hangfelvételek átírására volt elég, mert a *Pozible* 47 dollár tranzakciós költséget és 150 dollár szolgáltatási díjat számított fel, vagyis a teljes összeg csaknem 10 százalékát, így a szakirodalom-kutatásra önkénteseket kellett toborozni. Egy másik negatív tapasztalat, hogy kevesen vettek részt a célcsoport tagjai közül az adományozásban. (Más esettanulmányok, főleg a gyógyászati jellegű innovációk és startup-vállalkozások esetében, sokkal nagyobb aktivitásról számolnak be az érintett közösség részéről.) Jelen esetben persze az is lehet, hogy az otthoni oktatást választó családoknak nincs pénzük ilyen adományokra, hiszen az egyik szülőnek a gyerekek miatt otthon kell maradnia, vagyis a háztartásban csak egy kereső van általában.

A tudományos munka közösségi támogatása még gyerekcipőben jár, de elképzelhető, hogy bizonyos esetekben ez egy működőképes modell lesz a jövőben. Ha van egy elkötelezett kör, amely számára hasznos eredményekkel járhat az adott kutatás, a *crowdfunding* segítségével kiegészíthetők az erre fordítható egyéb anyagi források.

/English, Rebecca: Rent-a-crowd? Crowdfunding academic research. = First Monday, 19. évf. 1. sz. 2014.

<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4818/3804/>

(Drótos László)