

Uvod v fenomen Kickstarter

Andraž Jerič

S pojavom in popularizacijo interneta se je na področju kreativnih industrij spremenilo marsikaj. Avtorji so se novostim najprej seveda bolj ali manj neuspešno upirali, a temu odporu najbolj botruje nepoznavanje koncepta, proti kateremu se borijo. Internet se namreč skoraj brez izjeme obravnava v kontekstu piratstva in avtorskih pravic (ter finančnih kompenzacij), vse prednosti, ki jih prinaša, pa se vehementno ignorira. A teh je preveč, da bi jih kar tako zanemarjali.

Tako kot založništvo in glasbena industrija se je tudi televizija bolj ali manj uspešno prilagodila novim tržnim zakonitostim, filmska industrija pa se s tem še niti ni začela spopadati. Veliko se dogaja na področju distribucije, a razburiljivejše je dogajanje, ki se tiče samega ustvarjanja. Filmska produkcija je že tradicionalno prepoznana kot izjemno centralizirana in rigidna, vključevanje vanjo pa je sleherniku zelo oteženo. Temu primerno so razporejena tudi sredstva, kar neodvisnim produkcijam onemogoča, da bi si za svoje filme lahko privoščile večje, če sploh kakšne proračune. A kot na primeru neodvisnih glasbenikov se tu prav internet spet kaže kot nosilec nove »indie« revoliucije. Prej omenjeni problem distribucije se deloma že rešuje s storitvami videa na zahtevo, pravi premiki pa se pričenjajo dogajati na polju financ, kjer internet z dostopnostjo in demokratičnostjo vsakomur omogoča, da je njegova ideja končno slišana. Prav zaradi tega je v zadnjem času vse bolj popularen koncept »crowdfundinga« ali množičnega financiranja.

To seveda ni nov pojav, vezan na porast priljubljenosti spleta, ampak je precej starejši in bolj ali manj uspešno funkcionira na več področjih, tudi v filmski umetnosti. A množično financiranje v analognem svetu nastopa tudi z določenimi omejitvami – pač ne dosega tolikšne *množice*, kot je ustvarjalcem omogočeno s pomočjo interneta, ki je s pojavom Web 2.0 tehnologij popolnoma spremenil načine komunikacije. V zadnjih petih letih smo bili priča pojavu številnih spletnih platform, ki vsaka po svoje pokrivajo panoge od humanitarnih donacij, financiranja lokalnih skupnosti, socialnega podjetništva do umetnosti in kreativnih industrij. Med zadnjimi zagotovo najbolj izstopa platforma Kickstarter, ki je tudi nasploh najbolj popularno crowdfunding spletno mesto. Podjetje, ustanovljeno leta 2009 v New Yorku, si je prav s fokusom na kreativnost in ciljanjem na mlade ustvarjalce, dizajnerje, umetnike, hipsterje in nasploh ljudi, ki dajejo velik poudarek na ustvarjalnost in progresivnost (tako v smislu umetnosti kot ekonomije), uspelo

zagotoviti vodilno mesto pred konkurenco. Lani, ko naj bi po nekaterih ocenah s crowdfundingom po svetu zbrali že nad 5 milijard dolarjev (skoraj 100 % več kot 2012), je taka pozicija zagotovo dobrodošla. A kaj to pomeni za množično financiranje filmov?

V letu, ko je crowdfunding torej tudi uradno postal »mainstream«, se je s to oznako ukvarjalo precej filmarjev, ki uporabljajo Kickstarter. Do nedavnega je ta služil kot zatočišče nadobudnih, neodvisnih nizkopračunskih filmarjev, ki so za potrebe te ali one faze produkcije poskušali zbirati sredstva s pomočjo spleta. Zaradi novega koncepta vsote niso dosegale zneskov, s katerimi bi avtorji lahko pokrili celoten strošek produkcije, so pa s pomočjo Kickstarterja iskali sredstva za recimo nakup hrane med snemanjem, potne stroške, plačilo igralcem, postprodukcijo (montaža, glasba, barvna korekcija ...) ali distribucijo (kopije, festivalske prijavnine ...). Lani se je vse bistveno spremenilo, saj so se kot že marsikdaj prej v to igro pričeli vključevati tudi holivudski akterji, katerim finančni znesek seveda ni glavni cilj. Na ta pojav »astroturninga« so redni obiskovalci Kickstarterja seveda vročekrvno reagirali, češ da se z izkoriščanjem za PR in marketing jemlje pozornost (in sredstva) manjšim projektom, na kar vodstvo Kickstarterja odgovarja s podatki o rasti popularnosti in števila donatorjev, ki zaradi tako odmevnih projektov sploh pridejo na njihovo stran. Nasploh se z vstopom v »mainstream« porajajo vprašanja prilagajanja crowdfundinga obstoječim ekonomskim modelom, kar ni problem zgolj filmskih projektov. Rast popularnosti vpliva tudi na razmerje med kakovostjo in količino, informacije pa vedno težje pridejo do končnega uporabnika, tj. donatorja.

Je množično financiranje torej res revolucionarna alternativa, nova ekonomija ali zgolj prilagoditev stare novim okoliščinam? Gre res za redistribucijo in decentralizacijo sredstev ali je to le ovinek, preko katerega se v igro vključujejo stari akterji? S političnega gledišča je pomembno tudi vprašanje nadomeščanja javnih servisov, ki se jih v nekaterih okoljih že zamenjuje z množičnim financiranjem. Kaj to recimo pomeni za Slovenijo? Kljub veliki popularnosti v letu 2013 je takšno financiranje pri nas še vedno izredno oteženo, množično financiranje filmskega ustvarjanja pa ima še svoj lasten nabor problemov. A stvari se že premikajo.

Več pa v naslednji številki *Ekrana*.

