



# ADJUK A KÖZÖSSÉG EREJE ÖSSZE!

Minden lehetséges, még a legelképzelhetlenebb tervek is – az egyik nemzetközi weboldal mottója jól fogja meg a közösségi finanszírozás lényegét. Beindíthatunk egy vállalkozást, de készíthetünk filmet is, a lényeg, hogy mások is lássanak benne fantáziát. Szárnyaljanak azok a kreatív ötletek!

szerző: Valkovics Tünde illusztráció: Sápi Beáta

Tagja vagyok egy internetes, a női szolidaritáson alapuló közösségi oldalnak, szívességeket és ingyenes szolgáltatásokat veszek igénybe a tagoktól, cserébe gyerekruhákat, könyveket, számomra fölöslegessé vált holmikat ajánlok fel. Részt veszek virtuális barátnőim jótékony akcióin, és három kattintással tehetséges diákok multimédiás projektjét támogatom. Ha Párizsban járok, a közösségi autóbérlést választom, amikor pedig nemrég Liszabonba utaztunk, egy ottani virtuális ismerős, Catarina kiadó lakása jobb választásnak bizonyult a szállodai szobánál. Az internetes közösségi önszerveződések részei lettek a mindennapjainknak. Egyre többen hiszünk ezekben a közösségekben, amelyeknek köszönhetően egyszerre válunk tudatos fogyasztókká és szolidáris (net)polgárokká.

„Amit globalizációnak láttunk, egyre inkább elveszíti az erejét. Az egyének visszafordulnak a közösségekbe. Csak ezek az új közösségek már nem fizikai értelemben működnek, mint egy falu vagy egy városrész, hanem online. Ezekben a körökben próbáljuk megvalósítani magunkat” – mondja Rab Árpád, az Információs Társadalom- és Trendkutató Központ igazgatója. A következő példák is ezt érzékeltetik: milyen lehetőségeket és mekkora távlatokat nyitott az internet mint újkori „közmű” az egyének és a közösségek számára.

## 35 ezer barátnő

„Egy francia közösségi oldalnak – *Mes bonnes copines* (Jó barátnők) – köszönhetően jelentősen megváltozott az életem. Ismét táncot tanítok, és amire régóta vágytam, megalapítottam amatőrökből álló saját társulatomat” – kezdi beszél-

getésünket a francia Véronique. Körülöttünk a párizsi táncteremben korban, alkatban, testsúlyban és származásban eltérő, jólesően elfáradt nők nyújtják le az izmaikat, és ismerkednek egymással. Nagy részük még sosem találkozott személyesen a másikkal, a „jóbarátnőségi” ismeretség eddig virtuális síkon mozgott. Három hónap alatt százan jelentkeztek az ingyenes tánckurzusokra, közülük többen visszajárnak a fizetős vagy társulati órákra is. Véronique az indulástól, két éve tagja a női oldalnak, ahol momentán 35 ezer barátnő – 66 országból – javasol hasznos, praktikus és ingyenes szolgáltatásokat. Megosztják a kapcsolati hálójukat és tudásukat a többiekkel, jótékonyági

**Az internetezők nem a nyereségesség miatt segítik anyagilag ezeket a projekteket, hanem mert tetszik nekik az ötlet, és fontosnak tartják a megvalósulásukat**

esteket szerveznek vagy a családon belüli erőszakról rendeznek vitafórumot.

A táncosnőt inspirálta az élénk közösségi aktivitás, és ösztönözte az oldal alapítóinak a hozzáállása is, miszerint „minden lehetséges, még a legelképzelhetlenebb tervek is”. „A tagok formálják a weboldal tartalmát, irányát, én a katalizátor szerepét töltöm be – mondja Florence Haxel, az oldal társalapítója. – A legjobb példa erre a weboldalunk üzleti tervének a kitalálása volt. Amikor

my SPIRIT  
skincare  
ORGANIC COSMETICS



myspirit.hu

ORGANIC PURE BEAUTY

BIO

NaturMed  
Hotel  
Carbóna

Spirit Hotel  
Thermal Spa  
★★★★  
superior



elindultunk, nem is volt pontos elképzelésünk arról, hogy milyen gazdasági modell alapján működünk, végül a barátnőkkel beszélgetve, az ötleteiket meghallgatva alakult ki a terv. Az egész weboldal arra épít, hogy az a leghitelesebb információ, amit egy másik fogyasztó mond. Az oldalon ezért termékeket is tesztlünk, hiszen amikor valamire szükségünk van, a jó barátnők véleménye a legértékesebb információ. Grandiózus terveink vannak: a cél a hárommillió tagos és egy angol nyelvű társoldal létrehozása” – teszi hozzá nevetve Florence, akit tavaly a francia online világ egyik legbefolyásosabb szereplőjének választottak.

### A magyar testvér

Ahogy Véronique Párizsban a Jó barátnőknek, úgy Budapesten Lakatos Emily a Szivesség.net közösségnek szenteli szabadidejének nagy részét. „Tavaly a neten keresgéltem, hogy kinek adhatnám tovább a fiam kinőtt ruháit, akkor olvastam bele a bejegyzésekbe, és itt ragadtam. A Szivesség közösségben azt tapasztalom, hogy a kapcsolatok bizalomra épülnek. Az ingyenes szivességek személyes találkozásokhoz vezetnek, többekkel barátságokká fejlődnek.” Emily napi szinten látogatja a 32 ezer regisztrált taggal működő oldalt. Szerveztek már születésnap ünnepséget egy kisfiúnak, és ajándékoztak kerékpárt valakinek, akinek éppen arra volt legnagyobb szüksége. De nemcsak ad, hanem

## Az egész weboldal arra épít, hogy azt hisszük el, az a leghitelesebb információ, amit egy másik fogyasztó mond

kap is: az egyik tagnak köszönhetően ma már rendszeresen jógázik.

Joós István alapító szerint az adományokból fenntartott és öt önkéntessel, alapítványi keretek között működő közösségi oldal öt év után fejlesztésre szorul, hiszen a Szivesség.net az ingyenes felajánlásokra korlátozódik. „Azt tapasztaltuk az elmúlt években, hogy a tagoknak nemcsak szivességekre van szükségük, hanem tanácsokra és társakra a jó ötletek megvalósításához.” Ezért áprilistól az Együgyuek.net weboldalon keresztül új kapcsolódási lehetőségeket és programokat kínálnak a tagoknak.

Mi a közös a francia és a magyar közösségi oldalban? A közösség erejére és az ingyenes jó cselekedetekre építenek, továbbá nem üzleti vállalkozásként jöttek létre. „Kétirányú mozgást tapasztalhatunk az online közösségi hálózatok, a közösségi megosztás-fogyasztás területén. Az egyik az úgynevezett felülről jövő és lefelé tartó, a másik pedig az alulról jövő és felfelé tartó kezdeményezés. A felülről jövő általánosan üzleti célúak. Az alulról jövő megoldások viszont gyakran

először pusztán ötletek, kísérletezések vagy nagyobb projektek elágazásai. De megtalálják a közönségüket, és elterjednek – mondja dr. Fehér Katalin újmédia-kutató, a Taylor's University oktatója és kutatója. – Közös bennük, hogy a virtuális közösségek a hagyományos közösségekből veszik a mintákat, ahol a közösség éppen attól működik, hogy a bizalom adott szinten létrejön.”

### Sok kicsi sokra megy

A bizalom, miszerint jóra fordítják a felajánlásunkat, a hit, hogy jó ügyet támogatunk, a közösségi adományozás mozgatórugója. Ha sokan adakoznak – akár csak kis összeggel –, különleges tervek vagy fontos társadalmi kezdeményezések valósulhatnak meg. „Fantasztikus érzés, amikor a munkánkkal olyan célok megvalósulásában segíthetünk, mint például 600 árva gyerek egyheti étkeztetése, vagy ha rekordidő alatt gyűlik össze 157 ezer forint adomány valakinek, aki ezzel esélyt kap a tanulásra – vázolja a pozitív eseteket Kocsis Dóra, az Adjukössze tömegfinanszírozási honlap programvezetője. – Tavaly novemberben indult az oldalunk, ahol eddig 12 kezdeményezés zárult sikerrel több mint 700 adakozónak köszönhetően.” Az oldalra csak bejegyzett szervezetek tehetik fel a kezdeményezéseiket, és kérhetnek támogatást jól körülírt célokra. „Az adományozásnak ez a formája nagyon személyes. Közel érezhetem magamhoz a célt, látom, hogy pontosan mire használják fel a pénzemet, illetve azt is, hogy kiknek segíték” – mondja a 26 éves Mocos Anna, aki már kétszer adakozott az oldalon keresztül.

Bár az Adjukössze tevékenysége eredményes, itthon a tömegfinanszírozás egyelőre még kevésbé elterjedt. Ha adakozunk, általában inkább a közjóért tesszük, és jelenleg még elenyésző mértékben támogatjuk mások ötleteinek a megvalósulását. Ennek sok oka lehet, de Rab Árpád leginkább abban látja, hogy a magyar piac egész egyszerűen kicsi. A netes kezdeményezések alapja márpedig több millió ember elérése.

### Lehetőségek tárháza

A közösségi finanszírozás (crowdfunding) legjobb terepe Amerika, ahonnan az egész indult, méghozzá a Kickstarter weboldallal. Az ötödik születésnapját ünneplő honlapon eddig közel hatmillióan adományoztak találmányok megvalósulására, rövid- és nagyjátékfilmek, kiállítások és koncertek létrejöttéhez. Van közöttük világhírűvé vált alkotás, ahogy befutott technikai fejlesztés is. Előbbire példa az *Inocente* című dokumentumfilm, amely tavaly Oscar-díjat kapott. A festőművésznek készül, 15 éves San Diegó-i hajléktalan lány küzdelméről szóló filmre közel háromszázán dobta össze a pénzt. Szintén itt gyűjtöttek a Pebble okosóraira is, amelyre a vártnál jóval magasabb összeget, tízmillió dollárt adtak össze a támogatók.

„A Kickstarter erőssége abban rejlik, hogy az internetezők nem a nyereségeség miatt segítik anyagilag ezek a terveket, hanem mert tetszik nekik az ötlet, és fontosnak tartják a megvalósulását” – nyilatkozta egy interjúban az egyik alapító, Yancey Strickler. Az újdonságokra fogékony és anyagilag is segíteni tudó internetezők nélkül valószínűleg ezek az ötletek meg sem valósultak volna. Talán a kameruni származású énekes, Irma sem lenne ma platinalemezes előadó, ha anno a francia internetezők nem adakoztak volna a dalai felvételéhez. Ahogy az ő esete is mutatja, nem kellenek milliók ahhoz, hogy egy őstehetség kitűnjön, hogy nemes célok válhassanak valóra. A legtöbb kezdeményezés és alkotás kisebb összegekből jön létre, de ezek mind-mind azt üzenik, hogy ha tehetséges és hiteles vagy, ha van egy eredeti ötleted, célod, ezen az úton te is megvalósíthatod.

### Az összefogás ereje

A közös érdek és a tudatos fogyasztás vezérelte a Párizsban élő két amerikait, Tom Boothot és Brian Horihant, amikor belevágtak nagyszabású tervükbe. Mintaként a New York-i élelmiszer-szövetkezet, a Park Slope Food Coop (PSFC)

szolgált, amelynek lényege, hogy a tagok olcsóbban jutnak hozzá minőségi élelmiszerekhez, cserébe dolgozniuk kell a szövetkezetben, például részt venni az árufeltöltésben. A jövőre nyíló párizsi üzletben nagy figyelmet fordítanak majd arra, hogy az élelmiszerek ellenőrzött forrásból érkezzenek, és előnyben részesítik a közeli kistermelőket. „A csoportos termékvásárlás és a tagok havi háromórás munkája az üzletben lehetővé teszi, hogy szinte termelői áron adjuk az élelmiszereket” – érvel Tom a tájékoztató kisfilmben. A hét éve PSFC-tag Diana ugyanebben a rövidfilmben így fogalmaz: „Fontosnak tartom az ilyen jellegű összefogást, ahol nem a haszon az elsődleges szempont, hanem a minőség, a tudatos fogyasztás és a közösség ereje.” Dianához hasonlóan gondolkodik a budapesti Szatyorboltról Czibere Zsolt közgazdász. „Először vásárlóként csatlakoztam, de nem sokkal később már önkéntesként segítettem a csütörtöki átvételeket, pakoltam vagy éppen kasszáztam. Mostanra a Szatyor Egyesületben segíték a szemléletformáló programok szervezésében.” A Szatyorbolt ugyanazon elvek alapján működik, mint úttörő amerikai társa, azzal a különbséggel, hogy van egy civil és egy üzleti lába. „Az üzletben online előrendelés alapján, illetve a bolt kínálatából lehet vásárolni. Az előrendelés azt segíti, hogy a friss áruk minél hamarabb a vásárlóhoz kerüljenek” – mondja Kármán Erika, a bolt lelkes csapatának vezetője. Majd azzal folytatja, hogy Budapest környékén körülbelül harminc bevásárlóközösségről tudnak. „Szeretnénk, ha ezek a közösségek egyszer majd országos hálózatot alkotnának.”

A közösségi hálózatokhoz csatlakozva időt, pénzt, energiát spórolhatunk, emellett követendő példákra, jó lehetőségekre és társakra bukkanhatunk. Az biztos, hogy komoly potenciál van ezekben a megoldásokban, amelyek közül némelyek szélesebben fejlődnek, néhányan pedig lemorzsolódnak. Rajtuk is múlik, melyek maradnak életképesek. **mc**

my SPIRIT  
skincare



Carbona Bio Harmony  
Félpanzós ellátással és bio kezeléssel  
76 500 Ft / fős / 2 alkalomtól

myspirit.hu

ORGANIC BEAUTY  
PURE

BIO

NatuMed  
Hotel  
Carbona

8380 Hévíz, Attila u. 1.  
+36 83 501 500 | hotel@carbona.hu  
www.carbona.hu

