

Posudek vedoucího diplomové práce Martiny Štruncové

Crowdfunding jako cesta k dofinancování dokumentárního filmu

Diplomantka zvolila téma, které získalo validitu rozšířením sociálních sítí ve spojení s potřebou hledání nových zdrojů při financování nejen filmových projektů. Těžko si představit novější typ zdroje financování, který je ale zároveň poměrně nejistý, složitý a vyžaduje značně kreativní přístup při budování kampaně a získávání přispěvatelů. Již samotný název práce evokuje, že si studentka plně uvědomuje pozici crowdfundingu ve financování a jasně tak názvem deklaruje poměr, jakým je možné v ČR tímto zdrojem financovat profesionální tvorbu.

V úvodních kapitolách práce se studentka věnuje historii a rozdělení crowdfundingu. Tyto kapitoly již následuje odměnový crowdfunding, který studentka rozebírá jako typ „sociálního“ financování, který je převážně užíván pro audiovizuální projekty. Jako důležitou podkapitolu považuji tu, která se věnuje přispěvateli a ukazuje tak prototyp českého a zahraničního přispěvatele. Zamyšlení nad cílovou skupinou je jednou z nejpodstatnějších při stavbě crowdfundingové kampaně, možná by stálo za to se jí věnovat v práci i trochu více. Studentka dále uvádí přehled nejdůležitějších zahraničních serverů a doplňuje je především přehledem českého prostředí včetně nastavení jednotlivých serverů.

Jako hodnotné pokládám studie filmů „Svět podle Daliborka“, „Nechte zpívat Mišíka“ a „Girl Power Movie“. Studentka má s kampaní k projektu „Svět podle Daliborka“ osobní zkušenost a znalosti sdílí v rámci případové studie. Tuto část práce pokládám za jednu z nejpřínosnějších, protože doplňuje teoretické teze reálnou praxí. Tato kapitola má význam pro kohokoliv, kdo se chystá spustit crowdfundingovou kampaň a přemýšlí o nastavení úspěšného projektu a nemá s tímto typem financování žádnou zkušenost. Tato kapitola jen obecně nekomentuje, ale na časové ose přímo ukazuje, jak náročné je nejen úspěšný projekt spustit, ale především udržovat povědomí o filmu a důsledně se starat o potenciální i reálné přispěvatele. Případové studie dalších filmů jsou stručnější, což je odvislé od sdílnosti producentů, ale zároveň umístěním v práci dobře dokresluje prostředí českého crowdfundingu u profesionálních projektů.

Diplomantka neopomněla zmínit PR stránku věci, kdy kampaň buduje reklamu filmu samotnému. Na závěr práce zdůrazňuje i kolik procent rozpočtu lze z tohoto finančního zdroje v českém prostředí získat (cca do 10%) a krotí tak přehnané nadšení z crowdfundingu.

Práce obsahuje množství vlastních úvah i komentářů studentky. Vznikla tak ucelená představa o současném crowdfundingovém prostředí v ČR.

Navrhované hodnocení: A

Otázky pro diplomantku:

- 1) Kdybyste se měla podívat na kampaň u filmu „Svět podle Daliborka“, co byste dnes pojala jinak? Myslíte, že by stálo za to spustit kampaň i v začátku výroby?
- 2) Může mít crowdfunding dopad na již případně uzavřené koprodukční smlouvy a jaký?