

Daniela Richterová

Online fundraising a mikrofinancování v sociální síti a na Webu 2.0

Posudek diplomové práce

Diplomová práce Daniely Richterové mapuje vývoj online fundraisingu a mikrofinancování za posledních deset let v kontextu vývoje web 2.0 aplikací a tzv. sociálních médií s cílem navrhnout evaluační kritéria pro hodnocení těchto služeb. Online filantropie dává zcela nový význam slovu "sociální" média, což se autorce podařilo velice přesvědčivě ukázat v kapitolách 3. a 4. Vynikající přehled existujících služeb jak v zahraničí, tak v ČR, je doplněn vymezením různých podob online filantropie (crowdsourcing, crowdfunding a peer-to-peer lending) a diskusí, která pak vrcholí kapitolou 5., v které autorka formuluje doporučení na základě srovnání českých služeb se zahraničními. Právě tuto kapitolu považuji za největší přínos práce, protože nabízí řadu užitečných rad a strategií pro neziskový sektor a jeho využití web 2.0 služeb. Celé vymezení lokálních zvláštností (popularita SMS služeb a mobilní filantropie v ČR) by si ovšem zasloužilo větší pozornost vzhledem k evaluačním kritériím, o které práce usiluje. Mobilní filantropie je v jistém smyslu pravým opakem web 2.0 filantropie, protože je okamžitá a nevyžaduje komplikovanou sociální interakci v podobě web 2.0 aplikací, reputační systémy ani dlouhodobé sledování projektů, vizualizace a data. Je nutné se zamyslet, proč právě v ČR preferujeme tyto okamžité SMS podoby filantropie spíše než dlouhodobé a mnohem osobnější formy filantropie populární v zahraničí (analyzovaná KIVA.org). Zatímco přehledovou stránku práce hodnotím jako výbornou, evaluační záměr má spíše podobu náčrtu. Ignoruje totiž kulturní, sociální a ekonomické aspekty filantropie, které je třeba propojit s těmi technickými, které práce upřednostňuje a činí z nich dokonce ústřední téma. Autorka by měla vysvětlit, proč právě technická evaluace filantropických služeb je ústřední, a jak propojit technická kritéria s ostatními, jak ukázat vazbu technických kritérií k sociálním a dalším funkcím těchto služeb. Práce explicitně uvádí, že „Klíčovým záměrem je identifikace služeb, principu a technologií Webu 2.0, které se na vybraných fundraisingových a mikrofinančních webových projektech objevují. Vybrané projekty posuzuji z hlediska propojenosti s nejpoblárnějšími sociálními sítěmi jako je Facebook a Twitter, dále z hlediska zapojení uživatelů do generování obsahu pomocí blogů, fór a reputačních systému. Vytipovala jsem další použitelné technologické možnosti Webu 2.0, jako je dynamika stránek, vlastní a cizí použité webové aplikace, RSS kanály, widgety a sleduji jejich konkrétní využití...". Limity této technické evaluace si přitom autorka uvědomuje (str. 38) a sama na několika místech říká, že redukovat filantropii na web 2.0 principy je naivní, otázkou pak zůstává, proč se těmito aspekty věnuje jako ústředním. Jaký je vztah těchto technických a designových předpokladů k cílům samotné filantropie? Máme hodnotit filantropické služby na základě transparentnosti, ekonomičnosti, na základě toho, kolik a komu pomáhají, nebo všechna tato kritéria lze převést na něco dalšího? Jsou tyto online služby s rozsáhlými investicemi do infrastruktury a provozu vůbec

dobrou strategií, jako pomáhat lidem v rozvojovém světě? Práce by měla lépe vymezit vztah technických aspektů a designu k vlastnímu cílům filantropie a rozvinout náznaky, jakými je str. 15, kde autorka zmiňuje snadnou sociální interakci a sdružování jako důležité, jak pro web 2.0, tak pro filantropii. Na tomto místě by bylo zajímavé se zamyslet, zda je to pak peer pressure nebo jen nová podoba zábavy, co motivuje tuto digitální štedrost. Diplomová práce Daniely Richterové naznačuje, jak jednotlivé aspekty sociálních médií ovlivňují nebo reprodukuji principy filantropie (třeba reputační systém a význam „vzájemných důvěrných vztahů mezi dárci a organizacemi“ nebo lepší orientaci, větší transparentnost a globální podobu filantropie přes web 2.0 principy), ale není jasné, jak to pak hodnotit. V tabulkách v závěru se třeba objevuje i kritérium otevřených API, které by stálo za to zkoumat v kontextu zmiňované „transparentnosti“. Co přesně nezisková organizace nebo služba získá když otevře svoje data a rozhraní pro kreativní intervence a recyklace ze strany jiných služeb? Obecně je pak třeba se ptát, zda není spíše filantropie a solidarita to, co může vysvětlit web 2.0 a netrvat tolik na tom, že dnešní web 2.0 vysvětluje filantropii. Co je vlastně na digitální filantropii specifické: jiný typ dárců a menší sumy? Filantropie jako nová podoba online zábavy? Osobní a neanonymní interakce? Práce přináší řadu zajímavých postřehů a věřím, že je autorka rozvine v dalších pracích, které se snad i vyhnou kolokviálním výrazům a budou lépe strukturované.

Práci hodnotím VÝBORNĚ.

Denisa Kera