DIGITALNO NOVINARSTVO - PROJEKT MOŠKI SO Z VENERE, ŽENSKE SO Z MARSA

POSLANSTVO/VIZIJA

Poslanstvo našega projekta je, da s pogovori z dvema gostoma v oddaji (vsakič sta gosta predstavnika obeh spolov) rušimo stereotipe, tabuje in debatiramo o različnih temah o odnosih med moškimi in ženskami. Predloge za teme nam postavlja občinstvo, saj je naš cilj tudi, da ustvarjamo vsebine, ki so blizu našemu poslušalstvu. S pomočjo teh pogovorov nato debatiramo o širših družbenih problematikah. Z osebnimi pripovedmi naših gostov skušamo v poslušalcih vzbuditi občutke empatije in njihovo zanimanje za družbeno relevantne teme, ki so sicer v medijskem prostoru velikokrat potisnjene na stranski tir.

OBČINSTVA

Medij Moški so z Venere, ženske so z Marsa ustvarjamo za vse, ki bi želeli uvideti, o čem in na kakšen način razmišlja nasprotni spol. Moški morda delijo svoje "moške zadeve" ob pivu s kolegi, s svojimi dekleti pa so še posebej previdni, da slučajno ne bi rekli česa napačnega; ženske o vsaki najmanjši podrobnosti povedo svoji najboljši prijateljici na kavi, pri svojih partnerjih pa polovico časa uporabljajo t.i. "the silent treatment." No, naš medij je za tiste ženske in moške, ki bi radi slišali tudi drugo plat, ki bi radi bolje razumeli nasprotni spol, ker prej nikoli niso dobili prave priložnosti. Naš medij je namenjen tako starim kot mladim, tistim v zvezi in tistim samskim, tako doktorjem kot dijakom. Razlog, zakaj je naš medij primeren za tako zelo široko občinstvo je, ker pravzaprav spremlja nekaj zelo vsakodnevnega: odnose med moškimi in ženskami. Tem se običajno, ne glede na to, koliko se potrudimo, ne moremo izogniti.

Zakaj nas spremljajo naši idealni uporabniki?

● Nina, 23-letna študentka, ki živi s starši, nas spremlja, ker je zelo vedoželjna (rada bere, posluša podcaste in se izobražuje) in stremi k boljšemu življenju. S tega vidika bi si rada ustvarila idealno življenje in našla partnerja ter začela živeti bolj "popolno" življenje, in če lahko to stori tako, da se na zabaven način pouči o tem, kaj razmišlja nasprotni spol, bo to storila.

● 25-letna Zala, ki živi v centru Ljubljane s partnerjem Lukom in 2-mesečnim dojenčkom Markom, je ravnokar začela živeti družinsko življenje, za katerega si seveda želi, da bi bilo čim bolj idilično. Za to je po njenem mnenju potrebna komunikacija med partnerjema, zatorej je naš medij zanjo popoln. Spremlja revijo Cosmopolitan, njen najljubši film pa je Seks v mestu - naš medij pokriva zelo podobno vsebinsko področje.

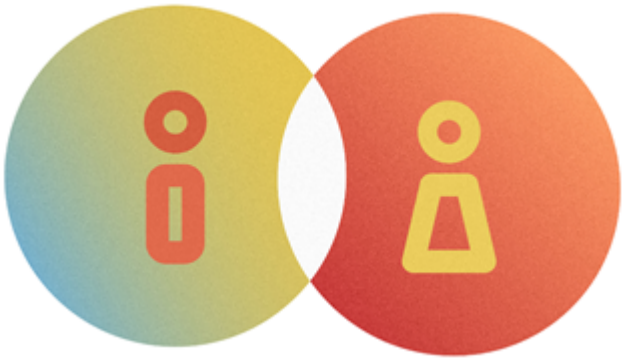
● 24-letna magistrica mednarodnih odnosov Luna je sicer osredotočena na reševanje sveta, a to ne pomeni, da ne bi spremljala našega medija. Ker si je blizu z bratom, jo zanima, kako izboljšati njuno družinsko “idilo” in delati na njunem odnosu. Z bratom med kuhanjem njune veganske hrane poslušata podcaste, zato bi se vsak teden priklopila tudi na naš podcast.

● 21-letnici Evelin se zdi pomembno, da bi končno razumela nasprotni spol in dinamiko med moškimi in ženskami ter si želi, da bi obstajalo več medijskih vsebin na to tematiko, zato je za naš medij skorajda idealna uporabnica.

● 25-letni Bojan je na zunaj popolnoma usmerjen v politične in družbene problematike, a globoko v sebi je osamljen in si želi najti dekle ter se končno odseliti od staršev. Naš medij mu omogoča, da pridobi čim več informacij o tem, kako mu bo to najbolje uspelo, saj sam ne želi preizkušati svoje sreče in pogoreti pri puncah; ima namreč precej majavo samozavest.

Vizualna podoba branda: moški, ki sedi na Veneri in ženska, ki sedi na Marsu, gledata vsak v svojo smer, saj obstaja nek šum v komunikaciji, ki ga je treba preseči, nek predsodek, ki ga imamo o nasprotnem spolu, ki ga je treba razbiti. Planeta se dotikata, kar ponazarja, da sta si vseeno dovolj blizu, da je mogoče s trudom poenotiti mnenja ali pa jih vsaj učinkovito spopasti med seboj.

Po nasvetu profesorja Lebariča smo dodelano vizualno podobo, ki bo uporabljena na naslovnih slikah za vsako epizodo, poenostavili, da bo bolj primerna za logo: tega bomo uporabili zgolj kot profilno fotografijo podcasta in Instagram



FINANCIRANJE

Dejstvo je, da danes mlado občinstvo premalo spremlja medije, kaj šele, da bi poslušali podkaste. Ker menimo, da je večina (vsaj dobrih) podkastov plačljivih, smo ustvarili medij, ki je prosto dostopen vsem in brezplačen. Vse naše vsebine so tako brezplačne, če pa vam bodo všeč nam lahko pomagate na način, da donirate kakršenkoli znesek. Veseli bom vsake finančne pomoči, ki nam bo pomagala pri nadaljnjem ustvarjanju podkastov.

Vaše donacije bodo močno pripomogle k rasti našega medija. Da pa bi bil naš medij še uspešnejši, menimo, da moramo imeti sponzorja, ki bi nas in naše vsebine podpiral. Nočemo, da bi oglaševali izdelke, ki jih ne podpiramo. Želimo oglaševati izdelke, ki so povezani z našim medijem in vsebinami ter bi tako zanimali tudi naše občinstvo, na tak način pa bi podprli tudi slovenske produkte. Želimo se povezati s slovenskim podjetjem, ki ima dolgoletno tradicijo izdelave emajlirane posode za kuhanje – EMO. Njihovi izdelki so narejeni v Sloveniji in se neposredno povezujejo tudi z vsebino naše epizode. Njihova posoda ETERNA je najboljša med vsemi posodami in primerna za vsako slovensko kuhinjo, saj je izdelana iz jeklene pločevine in emajlirana z visokokvalitetnim, črnim, kislino odpornim emajlom. To ji zagotavlja dolgo življenjsko dobo in to, da se hrana med kuhanjem ne prijema dna. Z veseljem bi njihovo posodo ETERNA in ostale kvalitetne kuharske izdelke predstavili tudi našemu občinstvu. Posamezen izdelek bi na kratko predstavili pred začetkom ali pa ob koncu naše epizode, v opis pa bi dodali tudi njihov kontakt in povezavo na spletno stran. Verjamemo, da je to izvrsten način, da podpremo slovenski trg in slovenske izdelke.

(Primer financiranja s sponzorjem je izmišljen in je uporabljen le za študijske namene).

Kampanja

Cilj našega medija je, da s svojimi vsebinami »rušimo« stereotipe. Za vsako epizodo namreč skrbno izberemo temo, ki naše občinstvo še posebej zanima. Vedno iščemo primerne sogovornike, ki bi bili pripravljeni sodelovati z nami in nam podati različne poglede na določene teme.

Kampanja našega medija poteka na način, da coverje vsake epizode zberemo skupaj in jih dan pred objavo posameznega podkasta objavimo na našem Instagram profilu. Pod vsako fotografijo epizode dodamo še kratek opis ali citat, ki bo občinstvo pritegnil, da gre poslušati epizodo.

Hashtagi #

Naš medij prav tako uporablja družbene medije, kjer nas lahko najdete s hashtagi: #podkast, #podkastslovenija, #podcast, #podcastslovenia #moskisozvenerezenskesozmarsa, #moskisozvenere, #zenskesozmarsa, #rusimostereotipe, #veneramarspodkast

DISTRIBUCIJA

Naš podkast bo objavljen vsak dan v tednu; ena epizoda na dan en teden v mesecu na platformi Soundcloud in Novinarji.si. Povezavo do podkasta bo mogoče najti na našem Instagram profilu, kjer lahko v opisu najdete tudi našo vizijo. Na Instagramu bomo objavljali najbolj zanimive izjave v obliki vizualno izpostavljenega teksta na sliki, pod objavo in v opisu profila pa bo objavljena povezava do posamezne epizode. Vsaka epizoda bo napovedana že dan prej s citatom preko objave na Instagramu. Na Instagram storyje bomo objavili zvočni posnetek izvlečka epizode, objavljeni pa bodo tudi storyji v obliki anket, kjer lahko poslušalci sami predlagajo teme za naslednje epizode.

INOVACIJA

V Sloveniji takega podkasta, kot smo si ga zamislili, še nismo zasledili. Medij Moški so z Venere, Ženske je medij, ki se sooča predvsem s stereotipi, predvsem tistimi, ki jih vsi ne preizprašujemo. Kot družba menimo, da smo progresivni, vendar v družbi še vedno obstaja mišljenje, da so ženske ustvarjene samo za v kuhinjo in da je šport predvsem domena moških, torej v praksi niti nismo tako progresivni kot si dejansko mislimo. Naš medij je torej namenjen preizpraševanju teh stereotipov, soočanju ljudi s stereotipi, ki so nam dokaj samoumevni. Takšnega medija še nismo zasledili, zato je naš medij v tem smislu zagotovo inovativen.

Zgledujemo se predvsem po treh medijih:

1. INBED podkast

Podkast, ki ga ustvarja mlada punca Klara Leben in se posveča temam in vsebinam, ki se jim v družbi pogosto izogibamo. Našemu mediju je podoben v obliki formata, tudi pri temah, ki jih naslavlja, saj v epizodah tega podkasta govori predvsem o temah, ki jih ne oziroma si jih ne upamo preizpraševati

2. Cut

Gre za ameriški Youtube kanal, ki je vsebinsko delno podoben tudi našemu podkastu. Namen tega youtube kanala je govoriti o temah, o katerih smo pogosto tiho, postavljati “neprijetna vprašanja”, govoriti o temah, glede katerih se pogosto počutimo osamljeni oziroma nerazumljeni. Vključuje tudi družbene eksperimente kot na primer “1000 to 1” in “Lineup”. Namenjen je pravzaprav čisto vsakemu posamezniku.

3. Jubilee

Youtube kanal, kjer različni ljudje izražajo svoja mnenja glede različnih tem. Njihov Youtube kanal je zelo raznolik - od “Blind Dating 6 Women Based on their Bodies” do pogovorov, ki povzročajo kar nekaj sporov v družbi (npr. politika, orožje itd.). Našemu mediju je podoben v smislu vsebine, saj tudi naš medij v ospredje postavlja izražanje različnih mnenj glede stereotipov o vlogi moških in žensk v družbi.

KAJ SMO SE NAUČILI?

Naučili smo se, da ustvariti lasten medij ni mačji kašelj - potrebno je veliko idej, truda, ekipnega dela, zagnanosti, tehnološke podkovanosti in nenazadnje tudi finančnih sredstev. Ugotovili smo, da je za ustvarjanje takšnega projekta časovna organizacija ključnega pomena, saj je časa skoraj vedno premalo, čeprav se nam zdi, da ga imamo dovolj. Spoznali smo, da lahko vse opravimo, če vsak v skupini prevzame svoj del odgovornosti in svoje delo pravočasno opravi. V času ustvarjanja projekta pa smo se naučili še ene pomembne lekcije - aktivno in resno je treba delati že od začetka, da vse ne ostane za na konec.

SODELUJOČI PRI PROJEKTU

- Epizoda 1: Teodora Cvetković, Zala Kramperšek, Tjaša Lorbek, Jakob Murovec, Veronika Steiner
- Epizoda 2: Tijana Belca, Julija Jesenovec, Katja Novak, Tina Peterman, Anja Sobočan, Ana Marija Špes
- Epizoda 3: Vid Babič, Tara Čačič, Sara Duškoska, Klara Klobasa, Ema Škapin
- Epizoda 4: Eva Sorčan, Gašper Kliček, Nika Plantan, Kristina Robežnik, Nejc Molan, Brina Kerič
- Epizoda 5: Sabina Bravec, Vanesa Bezlaj, Luka Bohinc, Zala Fidler in Nika Lokajner Andoljšek