

Bir Terslik Yok Mu?

Özet

Kampanya
Başlangıç
Tarihi:

14.Nisan.2023

Kampanya Bitiş
Tarihi:

29.Nisan.2023

Zorluk:

İstanbul Sözleşmesi'nden çıkılmasıyla ülkede kadın cinayetlerinin yanı sıra şüpheli ölüm vakaları da artıyordu. BirGün gazetesi bunu toplumsal gündeme taşımalıydı. Ancak cinayetler bile haber olmazken, şüpheli ölümlerin gündem olması çok zordu.

İçgörü:

Kadın ölümlerinin arasında, kayıtlara kaza veya intihar olarak geçen "balkondan düşme" vakaları göze çarpıyordu. Bu kadınların geçmişinde erkek şiddetine maruz kaldıkları görülse de bu ölümlerin cinayet olduğunun ispatlanması neredeyse imkansızdı.

Büyük Fikir:

Bu kadar kadının balkondan düşerek ölmesinde şüphe duyulması gereken bir durum, bir terslik vardı. Kamuoyunun bu durumu farkında olması gerekiyordu.

Fikrin Hayata
Geçmesi:

BirGün'ün kendi mecrasının sınırını çarpıcı bir şekilde aşması gerekiyordu. Kitlelerde, balkondan düşerek ölen kadın sayısının bu kadar yüksek olmasında bir terslik olduğu şüphesini uyandırmak için "ters balkon" enstalasyonu uygulandı.

Pazarlama iletişim etkinliği kapsamında bu vakanın neden bu kategoride ödül alması gerektiğini düşünüyorsunuz? Vakanızı elde ettiğiniz sonuçların zorluğu aşmakla ilişkisini kurarak özetleyiniz. İki ayrı kategoriden giren kampanyalar için bu özet farklı olmalıdır.

BirGün, havuz medyasının karşısında bağımsız bir gazete olarak halkın sesi olmak için mücadele vermekteydi. Kadın cinayet vakaları, İstanbul Sözleşmesi'nin iptaliyle ciddi oranda artmıştı. Ölüm vakalarının birçoğu şüpheliydi ve kadınların birçoğunun geçmişinde erkek şiddeti görülüyordu. Cinayet vakaları dahi haber olmazken, şüpheli ölümlerin gündem olması ihtimal dışıydı. Bu ölümlerin birçoğunun sebebi balkondan düşme olarak kayda geçiyor ve üstü kapatılıyordu. Şüpheli balkon vakalarının ses getirmesi için BirGün'ün kendi mecra sınırlarını aşması gerekiyordu. Kadınların balkondan düşerek ölmesinde olan "tersliğe" İstanbul'un kalbi Barbaros Bulvarı'nda bir "ters balkon" enstalasyonu uygulanarak dikkat çekildi. Enstalasyon, medya bütçesi olmaksızın ülke gündemine birkaç saat içinde giriş yaptı ve viral oldu.

Künye

Marka Adı:	BirGün Gazetesi
Kampanya Adı:	Bir Terslik Yok Mu?
Kategori Adı:	Sektörel Kategoriler 15. Medya ve İçerik Platformları

Reklamveren

Adı:	BirGün Gazetesi
Adresi:	Asmalı mescit mh. Kallavi sok. Leon apt
Holding:	
Web Sitesi:	https://www.birgun.net/
Yetkililer:	İrem İlyas, Digital Advertising Marketing Manager Elif Ilgaz, Yayın Koordinatörü

Başvuran Ana Ajans

Adı:	TBWA\İstanbul
Adresi:	Balmumcu, İtrı Sokağı No:32, 34337 Beşiktaş/İstanbul
Bağlı Olduğu Network:	Omnicom Group
Adı:	https://www.tbwa.com.tr/
Yetkililer:	İlkay Gürpınar, CCO Önder Dündar, kreatif group head Cantekin Güngör, Krearif Group head Kemalcan Başaran, Art Director Toygun Yılmaz, CSO Türkan Ilgın Akın, Strategic Planner Berkay Başer, Strategic Planning Director Ela Bilgisel, Genel müdür Tansu Aktürk, Prodüktör Deniz Yavuz (Brand Director) Neslihan Gücüm (Optimizasyon ve Satınalma sorumlusu) Nisan Danışman, Head of Strategy

Katkıda Bulunan Ajanslar

OMD Turkey

1A - İletişimde karşı karşıya bulunduğunuz stratejik durum nedir?

Havuz Medyasının Devlerine Karşı BirGün Gazetesi

BirGün, patronsuz ve bağımsız bir gazete olarak haberlere meta olarak bakan salt ticari bir kuruluş değil, kamusal görevine ve değerlerine inanan bir gazeteydi. Misyonu, sesi

duyulmayanların sesi olmak ve gizlenmek istenen gerçekleri toplumla buluşturmak. Demokrasinin, dolayısıyla çok sesliliğinin azaldığı bir ortamda, gizlenene ışık tutmak bir görevdi. Büyük destekler ve sponsorluklar ile devleşen “havuz” medyasının karşısında BirGün, haklının sesi olmak için büyük bir mücadele vermekteydi.

Kadına Yönelik Şiddetin En Acımasız Hali: Kadın Cinayetleri

Kadına yönelik şiddet, cinsiyeti nedeniyle ev içinde ve dışında kadına uygulanan sistematik şiddet davranışlarıdır. Bu şiddetin ardında, kadın ile erkek arasındaki eşitsizlikler yatar. Kadına yönelik şiddet tanımının altındaki en acımasız biçim “yaşam hakkının ihlali” olan kadın cinayetleridir.

İstanbul Sözleşmesi’nden Sonra Kadın Cinayetlerinin Sesi Kısıldı

İstanbul Sözleşmesi olarak bilinen “Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi Sözleşmesi”, ismiyle müsemma bir kadın koruma hakları paketi idi. İmzalandığı 2011 yılında kadın cinayetleri sayısı %30 düşüş göstermişti (Kaynak: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, 2022.). Fakat, 2021 yılında siyasi bir rol biçilerek sözleşmeden çıkıldı. Bu durum kadın cinayeti rakamlarını hızlı şekilde artırdı. İnsan hakları savunucuları, kadın cinayetleri üzerinden İstanbul Sözleşmesi’ni savunuyor; bu durum da siyasi iktidar tarafından hoş karşılanılmıyordu. Bu yüzden ana akım medyada kadın cinayetlerine ayrılan alan da günden günde azalmaktaydı.

Şüpheli Ölümlerden Bahseden Bile Yoktu

Kadın cinayetleri artarken, şüpheli ölüm vakalarının da sayısı artmaktaydı. Yalnızca 2020-2022 tarihleri arasında 632 kadın şüpheli şekilde ölü bulunmuştu (Kaynak: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu, 2022.). Cinayet olduğu kesin şekilde tespit edilen vakalar bile haber olamazken, şüpheli ölümlerin gündem olmasının ihtimali bile yoktu.

BirGün gazetesi mesleki sorumluluğunu yerine getirmenin ve şüpheli ölümleri Türkiye’nin gündemi yapmanın büyük bütçeler gerektirmeyen bir yolunu bulmalıydı.

1B - Hedefleriniz nelerdi? Somut hedeflerinizi belirtiniz.

Yayılım Hedefleri:

Kadın cinayetlerinde büyük bir şüphe uyandıran “balkondan düşerek ölme” cinayetlerine dikkat çekmek, konu hakkında yetkililerin ve halkın dikkatini çekerek farkındalık yaratmak.

Bunu sağlamak için kampanya için koyulan hedefler şu şekildeydi:

1. 5.000.000 medya erişimi yaratılması.
2. 1.000.000 medya etkileşimi yaratılması.
3. 750.000 TL değerinde medya görünürlüğünün bedelsiz olarak elde edilmesi.

1C - Toplam Medya Harcamaları

0 - 5 milyon TL

2A - "Büyük Fikir" neydi?

Bu kadar kadının balkondan düşmesinde "bir terslik var."

2B - "Büyük fikir" nasıl doğdu, ona nasıl ulaştınız?

İntihar Süsü Verilen Şüpheli Kadın Ölümleri

Bir cinayetin kanısına net varılamamasın, şüpheli ölüm olarak tanımlanmasının en büyük nedeni cinayetin manipüle edilmesidir. Halk arasında "intihar süsü" olarak bilinen bu durum maalesef ki kadın cinayetlerinde de sık kullanılan bir metottü. Bu cinayetlerin ardındaki sır perdesini aralamak için çok ciddi bir soruşturma yürütmek gerekiyordu. Kadın cinayetleri gündeminin bu kadar yasaklı olduğu bir bağlamda, bu tür soruşturmalara zaman ayrılamıyordu.

Bir İntihar Süsü Yöntemi: Balkondan Atmak

Şüpheli kadın ölümleri arasında büyük orana sahip bir şekil vardı: Balkondan düşerek ölmek. Yalnızca son iki yılda, 93 kadın resmi kayıtlara göre balkondan düşerek hayatını kaybetmişti. Yüksekten düşmeye bağlı ölümler, yetersiz delil incelemesinden ötürü ispatlanması en zor olanlardandı. Bu ölümler ya kaza ya da intihar olarak kayda geçiyor ve davalar oldukça hızlı bir şekilde kapanıyordu. Balkondan düşme vakalarının en bilinen olanı Şule Çet vakasıydı. Kadın örgütleri ve basın vakayı sahiplenmesi sonucunda yapılan incelemeler neticesinde, balkondan düştüğü iddia edilen Şule'nin aslında acımasızca katledildiği ortaya çıkmıştı.

Kadınlar Şüpheli Ölümler Karşısında Çaresizdi

Balkondan düştüğü iddia edilen kadınların da birçoğunun geçmişine bakıldığında, daha önce erkek şiddetine maruz kaldığı ve "uzaklaştırma" talebinde buldukları görünüyordu. Bu durum ölümlerin, cinayet olma ihtimalini artırıyordu.

Şiddet gören kadınlar da bu durumun farkında olsalar da ellerinden bir şey gelmiyordu. Çaresiz kalan kadınlar çözümü sosyal medyada arıyor, "ölü bulunursam bilin ki düşmemişimdir veya intihar etmemişimdir, lütfen peşini bırakmayın" gibi mesajları paylaşıyorlardı.

93 kadının balkondan "düşerek" ölmesi absürt ve şüphe uyandırması gereken bir rakamdı. Eğer BirGün bu şüpheli durumu Türkiye'nin gündemine taşıyabilirse hem kadınlara dair önemli bir fayda sağlamış, hem de gazetecilik sorumluluğunu yerine getirmiş olacaktı.

3A - Fikri nasıl hayata geçirdiniz?

Gündem Yaratmak İçin BirGün'ün Gazeteden Taşması Gerekiyordu

BirGün gazetesinin duruşunda kadın haklarının savunucusu olmak vardı. Siyasi iklim ne kadar sertleşirse sertleşsin bu duruş bozulmamış, BirGün gazetesi kadına yönelik şiddeti kendi mecrası yolu ile her daim kamuoyu gündemine taşıdı. Fakat kadın cinayetleri haberlerinin gündem yaratmadığı, yadsındığı bir tabloda BirGün'ün sadece yaptığı haberlerle bu konuyu Türkiye gündeminin bir parçası yapması pek mümkün değildi. BirGün'ün kendi mecrasının sınırlarını aşması, bir gazeteden beklenmeyecek bir yaklaşım ile konuyu ele alması gerekmektedir.

Eğer Balkonlar Ters Değilse, Bu İşte Bir Terslik Var

Balkondan düşen kadın sayısının hayli yüksek olmasının şüphe uyandırması, insanların burada bir terslik olduğunu düşünmesi gerekiyordu. Bu "terslik" kelimesi aslında balkonlar için de kullanılabilir, bu sayının ancak balkonlar ters olursa mümkün olabileceği mesajı verilebilirdi. Bu mesajı çarpıcı bir şekilde vermek için, İstanbul'un kalbi olan Beşiktaş Barbaros Bulvarı'ndaki bir duvara bir "ters balkon" enstalasyonu uygulandı. Balkonun rengi ve mimarisi binayla aynı tutulurken, balkonun tasarımı ters yapılarak insanların acımasızca tersine çevrilen gerçeği hatırlaması sağlandı. Duvarda ters balkondan başka yalnızca düşerek ölen kadınların vaka sayısına yer verilirken, "Bir terslik yok mu?" hashtag'i ile kitleler farkındalığa davet edildi.

Bir Uygulama, Milyonlarca Etkileşim

Ters balkon enstalasyonu Türkiye'nin gündemine yalnızca birkaç saat içinde giriş yaptı. Ünlüler, gazeteciler ve fikir liderleri enstalasyonu sosyal medyada paylaştı. Ayşe Arman, Sunay Akın, Eda Ece ve Zerrin Tekindor gibi milyonların takip ettiği isimler enstalasyonu organik olarak paylaşarak konuyla ilgili aksiyona çağırdı. Ters balkon enstalasyonu, şüpheli ölümlerin araştırılması için ciddi bir kamuoyu baskısı yarattı. Toplumun, medyanın ve yetkililerin duruma farklı bir açıdan bakmasını sağladı ve Türkiye'nin gündemini altüst etti.

3B - Fikri nasıl hayata geçirdiniz? (İletişimde "Touchpoints")

EVDİŞİ: Raket, Billboard, Pano vb.

3C - Kullanılan diğer tüm pazarlama öğelerini listeleyiniz.

Hiçbiri

4 - Kampanyanın başarılı olduğunu nereden biliyorsunuz?

"Bir terslik yok mu?" saatler içinde viral oldu ve #birterslikyokmu hashtag'i ile milyonlarca kişi tarafından paylaşıldı.

1- 5.000.000 medya erişimi yaratılması.

Enstalasyon ile toplamda 19.400.000 erişim elde edildi (Kaynak: BirGün Gazetesi, Instagram Gönderi İstatistikleri, 2023).

2- 1.000.000 medya etkileşimi yaratılması.

Kampanyanın toplam etkileşim sayısı 3,3 milyon seviyesine ulaştı (Kaynak: BirGün Gazetesi, Instagram Gönderi İstatistikleri, 2023).

3- 750.000 TL değerinde medya görünürlüğünün bedelsiz olarak elde edilmesi.

Hiçbir medya bütçesi kullanılmayan kampanya sonucunda, elde edilen görünürlüğün değeri 1.400.000 TL seviyesine ulaştı (Kaynak: BirGün Gazetesi, Instagram Gönderi İstatistikleri, 2023).

5 - Elde edilen sonuçlar üzerinde etkili olabilecek başka unsur var mıydı?

Başka unsur yoktur.

Dosyalar

[Billboard 1.jpg](#)

Resim (1.38 MB)