



29 NİSAN 2014

iletişimde özel bir alan
**SAĞLIK ve GÜVENLİK İLETİŞİMİ
SEMPOZYUMU**

BİLDİRİLER KİTABI



KAPİ ÇALIŞTIRMA
BİŞEY KOCMA YIN

Fotoğraf: Tufan KARTAL

 **maltepe** üniversitesi
istanbul www.maltepe.edu.tr

İLETİŞİM FAKÜLTESİ ADNAN SAYGUN KONFERANS SALONU
<http://sagis.maltepe.edu.tr>





*Moderatör: Yrd. Doç. Dr. Selva ERSÖZ
Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü*



*Paydaşlar ile İletişimde Güvenli Davranış Oluşturmaya Yönelik
Ödüllü Eğitim Filmi: "Aklımız Hayatımızın Anahtarıdır"*

*Seval KIZILCAN
TÜPRAŞ Kurumsal İletişim Müdürü*



Tematik Dergi: Önlem

*Onur GÖKULU
Editör*



*"Traji-Trafikten Beşeri Trafiğe" 94.9 Açık Radyo Programı
Deneyimi*

*Yeşim AYÖZ
Suat Ayöz Trafik Mağdurları Derneği Genel Sekreteri*



Çalışma Yaşamı ve Fotoğraf

*Tufan KARTAL
DESAN Kalite Sistemleri Yönetimi Müdürü*

Paydaşlar İle İletişimde Güvenli Davranış Oluşturmaya Yönelik Ödüllü Bir Eğitim Filmİ: *Aklımız Hayatımızın Anahtarıdır*

Seval Kızılcan
TÜPRAŞ Kurumsal İletişim Müdürü
SEVAL.KIZILCAN@tupras.com.tr

Özet: Endüstriyel, sanayi kuruluşları için kritik başarı faktörlerinden en önemlisi, kurumsal iletişimde yeni yöntemler ve tarafları ihtiyaçlarda buluşturan empati ile paydaşa uygun iletişim dilinin oluşturulmasıdır.

Tüpraş'ın 2006 yılında Koç Topluluğuna katılımın ardından Kurumsal iletişimin yönetim ve iletişim danışmanı olarak katkıda bulunduğu Değişim- Dönüşüm süreci başlar. Üst yönetim stratejisi ve çalışanlar ile 2015 Yılı'nın Tüpraş'ının Tasarımı için oluşturulan çalıştaylarda "ortak akıl" ile üretilen bir dizi sıra dışı, yaratıcı, sistemi zorlayan fikir ve hedefler oluşturulur. İlk yılın teması İnsan Enerjisi, ertesi yıl İLETİŞİM, sonrasında Tek Tüpraş olur. Tüm rafinerilerinde üretim ve ürün kalitesi için toplam 5 Milyar Dolar'lık yatırım yapılır.

En gelişmiş rafineri teknolojilerinin kullanımı için ülkemizin en stratejik, 3 MilyarDolar tutarında ki yatırımı Fuel Oil Dönüşüm Projesinin yapımına başlanır. Sahada günde 10 Bin kişinin giriş çıkış yaparak 690 gün sürecek yapım süresinde hedef "0" kazadır.

Ülkemizde iş güvenliği ve işçi sağlığı konularında yürek burkan, çağdışı çalışma koşul ve standartların gelişimi ve kurumsal sorumluluk anlayışı ile şirket kaza sıklık ve şiddet oranı, uluslararası kriterlerde çalışan şirketin skorlarına dahil edilir 2008 yılında.

Bu süreç boyunca yatırımlarda çalışan çözüm ortakları, yatırımcılar, ziyaretçiler, araştırmacılar, stajyerlerin stratejik özel güvenlik alanları olarak tanımlanan işletme sahalarına girişi için dili, tonu, söyleminin rutin uygulamaların dışında oluşturulacağı bir medya ihtiyacı ortaya çıkar.

"Üretim Ortamında" Güvenli Davranış Oluşturmaya Yönelik Eğitim Filmİ: Aklımız Hayatımızın Anahtarıdır" yapımı için 2011 yılında sıra dışı bir uygulamayla çözüm ortağı olarak Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi, Artı Sağlık Çevre Kalite Danışmanlık ve izleyici gruplar ile çalışılmıştır.

Didaktik olmayan kanıksanmış bir formatın dışında yadırgatan tarz, görsel imgelerin izleyicinin katılımıyla deşifre edilmesine fırsat veren, anlamın izleyenin zihninde tamamlandığı, izleyeni canlı tutan dozunda mizah ile seyir ilişkisi hedeflenmiştir.

Anahtar kelimeler:

Paydaş iletişimi, Teknik Emniyet, İş Güvenliği, hedef kitle, algı, duygular, didaktik kanıksanmış bir format, yadırgatılan tarz, görsel imgelerin deşifre edilmesine fırsat vermek, anlamın izleyenin zihninde tamamlandığı, mizahi, canlı tutan seyir ilişkisi.



Hepinize merhaba. Biraz önce kısa bir kesitini izlediğiniz filmimiz bizim için heyecan verici bir yolculuk oldu. Hedefimiz ödül almak değildi, ancak bu süreç içerisinde bir kurumsal iletişimci ve bir şirket olarak o kadar çok şey öğrendik ki, asıl armağanımız öğrenmek oldu. Her şeyden önce son derece niş bir alan hakkında sempozyum düzenledikleri için üniversitemizi kutlamak istiyorum.

Bu alan biz kurumsal iletişimciler için gerek iç iletişim, gerekse paydaşlarımızda bazı davranış değişiklikleri vermek istediğimizde çok zorlandığımız bir alan. Kolaycı iletişimciler ihtiyaçlarını ajanslara verir, büyük bütçelerle yaratıcı olmayan, öğrenmeyi de çok beraberinde getirmeyen ürünler ortaya çıkar. Bildiğiniz gibi halkla ilişkilerde buna “saçmalayarak can vermek” denir. Bilmiyorum aramızda kaç öğrenci kardeşim var, elleri görebilir miyim? Evet, hoş geldiniz. Kardeş şirketlerim Tofaş ve Arçelik’i gördüm. Endüstriden kaç şirket var görebilir miyim? Katılım son derece memnuniyet verici. Çünkü bu sempozyumun açıkçası sadece iletişimciler değil; işçi sağlığı, iş güvenliği alanında çalışanlar için de çok önemli anahtar sözcükler verdiğini söyleyebilirim.

Aklımız Hayatımızın Anahtarları filmimizin tasarımında çözüm ortaklarımız Elif Sungur ve Hakan Aytekin ile etkin iletişimle çalıştık. Aslında endüstrilerin yabancılaşmaması ve kendi alanımızda körleşmemek için üniversitelerle olan ilişkilerimizi geliştirmemizin gerekliliğine inanıyoruz. Biraz sonra bunu hızlı bir şekilde size aktarmaya çalışacağım. Arka planda Elif Hocam ilk oturumda iletişim ve kültür hakkında son derece önemli sözler söyledi. Zihnimizde resim çizmek için bunları hatırlatmak isterim.

“İletişim kültürdür, kültür iletişimidir.” Biz kurumsal iletişim ofisleri olarak; aynı zamanda itibarları da yönetiyoruz. Türkiye’nin en büyük şirketi olmanız ya da küresel bir oyuncu olmanız yetmiyor. Ölümlü bir kazanın meydana gelmesi otuz yıllık bir şirketin itibarının yerle bir olmasını da beraberinde getirebilir. İşletme kültürü bu anlamda çok değerli. Algılar nasıl şekilleniyor? Eğer iletişimcilerimiz endüstriyel yapılarda bunu bilmiyorsa, paydaşlarla doğru iletişimler kurulmuyor ve bütçeler boşa harcanyor. Bir diğer önemli husus, İdil Işık hocanın da ifade ettiği gibi “etiketleme”. Hakikaten değişime direnci yönetmek, bununla beraber insanları davranış odaklı değişikliklere yönlendirmek son derece güç bir iş. Bu anlamda Çiğdem Vatansever hocanın verdiği Şilili madenciler örneğinde olduğu gibi, biz de 1999 yılında yaşadığımız Marmara Depremi sonrasında son derece zor bir süreç yaşadık. Filmimizde çok kısa bir kesitini gördüğünüz gibi, rafineri içinde, yaklaşık beş futbol sahası büyüklüğünde bir bölge yanmaya başladı ve bu yangının izlerini silmek yaklaşık bir buçuk ay sürdü. 1960 yılında kurulmasına; standartları son derece yetkin, tatbikatlarını yapan ve bunları tekrarlayarak da çok büyük yetkinliklere sahip belgelenmiş bir şirket olmamıza karşın, ne yazık ki bazı konularda bütünleşik hareket etmemiz zor oldu. Bu yangın sırasında tanıştığımız Artı Eğitim ve Danışmanlık

zaman içerisinde bize çok iyi bir simülasyon eğitimi ile bunları nasıl yöneteceğimizi öğretti. Arkasından filmimiz için üniversite ile iletişime geçtik.

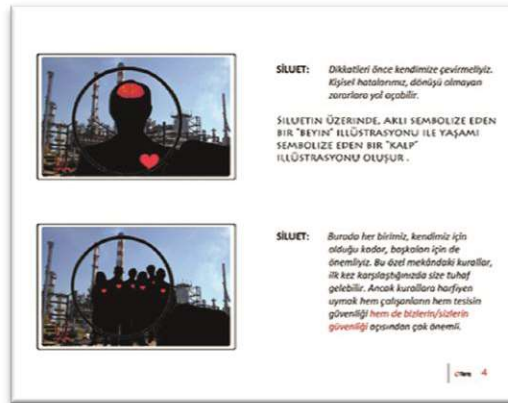
Peki, paydaşları ile bir rafineri şirketleri kimdir, eğitim filmimizi hazırladığımız süreçte neler yaşadık ve filmimizin ödüllendirilmesinden daha önemlisi, aklımızın hayatımızın anahtarı olduğu nasıl anlatılmıyordu?

Paydaşlarla iletişimde, teknik emniyet, iş güvenliği, hedef kitlelerimize ulaşmada birlikte çalıştığımız bölümlerdi. Eğitim filmimizde algıların yönetilmesi, duyguların değiştirilmesi hedefi vardı, ülkemizde ve genel olarak eğitimde didaktik olarak tanımladığımız bir öğrenme formatı olduğu düşüncemizle yadırgatan bir tarz geliştirme ihtiyacı duyduk. Görsel imgelerin üniversitedeki akademik bilgilerle deşifre edilmesine fırsat tanıyan, sahip olduğumuz zekânın üstüne koyduğumuz, bilgiyi akla dönüştürme sürecini nasıl yönetebiliriz? Şimdi size yapmaya çalıştığım gibi, anlamın dinleyeninin zihninde tamamlandığı ama son derece dozunda bir mizahla, izleyiciyi canlı tutmaya çalışan bir ilişki kurarak bir film ortaya çıktı.

Hatırlarsanız bir önceki konuşmada, bir şirketin kurumsal yönetiminde içtenliğin, kararlılığın, yönetimin taahhüdünün çok önemli olduğu belirtilmişti. Tüpraş 2006 yılında Koç Topluluğuna katıldı. Üst yönetim “2015 yılında şirketinizi nasıl bir yerde görmek istersiniz?” diye çalışanlarına sordu. Biz iletişim ofisi olarak, ilk yıl bunları tematik olarak, “insan enerjisi” olarak tanımladık. Ülkemizde ve bildiğim kadar da dünyada bir tek şirketin hedefinde “insan kaynağına özenilen, performansına güvenilen” şeklinde bir tanımlama var. Dolayısıyla insan kaynağı bizim için çok değerliydi. İlk yıl çalışmalarımızı “insan enerjisi” ile motive ettik.

İkinci yıl “İLETİŞİM” dedik. Çünkü her çalışanın kafasındaki iletişim kavramı farklı. İletişim; aile ortamından gelen, hemen arkasından eğitimle gelişen, iş hayatında profesyonelleştirilen ama mutlaka iklime göre oluşturulabilen bir şey. Sonra baktık ki, doğru biçimde iletişimi aktarmak herkesin işi değil. Olmuyor. Bunun üzerine dört rafineride farklı yöntemleri bir araya getirdik.

Şu anda 3 Milyar Dolarlık son derece stratejik bir yatırımı yönetiyoruz. Dünyada, rafinericilikte, Türkiye’de ilk sıraya yükselmemizi sağlayan bir yatırım. Altı yüz doksan gün sürecek bu projede hedefimiz sıfır kaza. Rafineriler son derece stratejik, özel güvenlik alanlarından oluşuyor. Sahada günde yaklaşık on bin kişi hareket ediyor. Çözüm ortaklarımızın, yatırımcılarımızın, ziyaretçilerimizin, araştırmacıların, stajyerlerin rafineriye geldiklerinde nasıl davranmaları gerektiğini, nasıl bir multimedya ile anlatabilirdik? “Aklımız hayatımızın anahtarı” diyerek 2011 yılında bu filmi yaptık. Yönetmenimiz Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi’nden Hakan Aytekin, yapım koordinatörümüz de Elif Sungur’du. Artı Sağlık Çevre Kalite Danışmanlık’tan Dr. Ali Rıza Tiryaki’de danışmanımız oldu.



İletişim malzemesi olarak ne tasarladı film ekibimiz bize? Didaktik olmayan, kanıksanmış formatın dışında, yadırgatan bir tarz. Görsel imgelerin izlenim oluşturduğu, deşifre edilmesine fırsat veren, yani insanı bir bohça yerine değil de düşünmeye sevk eden bir multimedya. Dozunda da bir mizahla seyir ilişkisi oluşturuldu. Biraz önce danışmanımız anlattı, psikolojide otoriter bir dil var aslında; emir kipiyle konuşan, kuralları dayatan, bununla beraber direnç geliştiren, fırsat doğduğunda bu kuralların ihlal etmeyi cazip hale getiren. Filmde yadırgatarak, farkındalık oluşturmaya çalıştık. İzleyen deşifre etsin istedik. Gerçek saha görüntülerini koyduk ama kanıksanmışın dışında bir anlatım yolunu seçtik. Gerçek öğelerle ilgi, merak, aslında yabancılaştırarak ayırt etme, fark etme; bununla beraber izleyicinin aktif olmasını sağlamaya çalıştık. Merak ve keşif duygusu olsaydı bu ziyaretçilerde; acaba silahını nasıl teslim eder, telefonunu kullanmaktan alıkoyabilir miyiz ya da sigara içmesinin yasak olduğunda ilk anda algılayabilir miyiz? Yapılması ya da yapılmaması istenen davranışları gösteren insan ve nesnelere silüet halinde, gölgeler halinde tasarladık. Gölgeyle anlatmayı endüstriden gelen arkadaşlarım yadırgayabilir; sanırım üniversite mensubu arkadaşlarım ve akademisyenler ya da iletişimciler bu görselleştirme yöntemini hemen yerli yerine koyacaklardır: karşıtlık kurarak vurgulamak, önemli olanı fark etmek, ayırt etmek gibi. Ana konuyu gölge ile ifade etmemiz, arka plandaki tüm karışıklığa rağmen dikkat çekilmek istenen kural veya nesnelere net olarak ama alışılmadık biçimde göstermemizi kolaylaştırdı. Mekânsal konumlandırma, hareket eden insan ve araçların gölgelerinin arasına rengi ve dokusuyla gerçek bir nesnenin konulması ile ayırıştırma ve karşıtlık kurarak vurgulama olanağı sağladı.



Gölgeyle anlatım aynı zamanda evrensel bir dil yarattı; sözlü anlatımda da “*yapma, yürüme, ayrılma, sakın park etme*” gibi kelimeleri kullanmaktan kaçındık. Dolayısıyla bu görsellikle beraber aslında kuralların uyulmadığı zaman ne kadar dehşet uyandıracak bir sonuç oluşturacağını kavratmaya çalıştık. Film hedef kitlemiz üzerinde son derece olumlu sonuçlar yarattı. Bu filmin hazırlık ve yapım sürecinde, iş sağlığı ve güvenliği konusunda hangi tarafları

toplayarak, nasıl bir danışmanlıkla ve nasıl bir bilgi paylaşımıyla insanları bazı şeylerden nasıl alıkoyabileceğimizi öğrendik. Doğru bir danışmanlık şirketi ile eş zamanlı olarak bir üniversiteden güncel iletişimin dil ve yöntemlerini aldığınız takdirde başarı oranınız yükseliyor. Filmimiz sadece rafinerilerimizde işlevini yerine getirmekle sınırlı kalmadı; 2011 yılı sonbaharında düzenlenen 19. Dünya İş Sağlığı Güvenliği Kongresi’nde ödül de aldı.

Son bir şey söylemek istiyorum: Her Haziran ayının ilk haftası İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı Haftası, bütün endüstriyel kuruluşlarda biliyorsunuz farkındalık oluşturmak için bir dizi etkinliklerle yürütülür. Yönetimin taahhüdü bu anlamda çok değerlidir. Biz bunu deneyimledik ve sonuç aldık.

Dikkatiniz için teşekkür ediyorum. Sorularınız varsa da cevaplamak isterim.
Teşekkürler.

Kaynaklar: <http://www.tupras.com.tr/detailpage.tr.php?lPageID=6245>