



SUNUŞ

Mobbing ile Mücadele Derneği, çalışma yaşamında psikolojik tacizin önlenmesi, mağdurların güçlendirilmesi, kurumsal farkındalığın artırılması ve hak temelli çözüm mekanizmalarının geliştirilmesi amacıyla faaliyet gösteren bir sivil toplum kuruluşudur. Derneğimiz; insan onurunu esas alan, hukuka bağlı, bilimsel ve tarafsız bir yaklaşımla birey, kurum ve toplum düzeyinde kalıcı etki üretmeyi hedeflemektedir.

Kurumsal kimlik, bir kuruluşun yalnızca görsel görünümünü değil; aynı zamanda değerlerini, temsil anlayışını, iletişim disiplinini ve kamuoyu nezdindeki güvenilirliğini de yansıtan temel yapı taşlarından biridir. Bu çerçevede hazırlanan Kurumsal Kimlik Kılavuzu, Mobbing ile Mücadele Derneği'nin tüm basılı, dijital ve kurumsal iletişim mecralarında ortak bir standart oluşturmak amacıyla hazırlanmıştır.

Bu kılavuz; derneğimizin logosunun anlam çerçevesini, renk ve tipografi sistemini, kullanım esaslarını ve kurumsal görünürlük ilkelerini tanımlayarak bütüncül bir temsil dili oluşturmayı amaçlamaktadır. Amaç; farklı mecralarda farklı görünen değil, her temas noktasında aynı güveni, aynı ciddiyeti ve aynı kurumsal yaklaşımı yansıtan bir yapı kurmaktır.

Mobbing ile Mücadele Derneği, önümüzdeki dönemde yalnızca farkındalık oluşturan bir yapı değil; veri temelli çalışan, politika süreçlerine katkı sunan, mağdur destek mekanizmalarını güçlendiren ve kurumsal dönüşümü teşvik eden referans bir sivil toplum kuruluşu olma hedefiyle hareket etmektedir. Bu nedenle kurumsal kimlik kılavuzu, yalnızca bir tasarım dokümanı değil; aynı zamanda derneğin kurumsal duruşunu görünür kılan temel bir yönetim belgesidir.

İlhan İŞMAN

MMD GENEL BAŞKANI

1. AMAÇ VE KAPSAM

1.1. Amaç

Bu Kurumsal Kimlik Kılavuzu'nun amacı, Mobbing ile Mücadele Derneği'nin görsel ve sözel kimlik unsurlarını belirli standartlar çerçevesinde tanımlamak; tüm kurumsal temas noktalarında birlik, tutarlılık, güvenilirlik ve profesyonellik sağlamaktır.

Kılavuz ile birlikte, dernek adına kullanılacak logo, renkler, yazı karakterleri, yerleşim düzenleri, görsel dil tercihleri ve temel kullanım esasları ortak bir sistem içinde ele alınmaktadır. Böylece derneğin kurumsal görünümünün kişisel tercihlere göre değişmesi önlenmekte; sürdürülebilir, tanınabilir ve itibarlı bir iletişim yapısı hedeflenmektedir.

1.2. Kapsam

Bu kılavuz, Mobbing ile Mücadele Derneği adına hazırlanacak tüm kurumsal materyalleri kapsar. Başlıca uygulama alanları aşağıdaki gibidir:

- Logo ve amblem kullanımı
- Basılı materyaller
- Kurumsal yazışma ve belge setleri
- Rapor, rehber ve yayın kapakları
- Eğitim materyalleri
- Sunum şablonları
- Sosyal medya görselleri
- Web ve dijital iletişim alanları
- Tanıtım ve etkinlik materyalleri
- Tabela, roll-up, afiş ve duyuru tasarımları

Bu kapsam çerçevesinde, dernek adına üretilen her görsel ve metinsel materyalin kılavuzda belirlenen esaslara uygun olması beklenir.

1.3. Kullanım İlkesi

Kurumsal kimlik unsurları, Mobbing ile Mücadele Derneği'nin resmî temsil araçlarıdır. Bu nedenle logo, renk, yazı karakteri ve yerleşim düzeni gibi unsurlar keyfî biçimde değiştirilemez; yalnızca onaylı ve standartlaştırılmış biçimleriyle kullanılabilir. Kurumsal temsil, estetik bir tercih alanı değil; kurumsal güven ve itibar yönetiminin ayrılmaz parçasıdır.

2. KURUMSAL KİMLİK FELSEFESİ

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin kurumsal kimlik felsefesi, insanı merkeze alan; hak temelli, güven veren, erişilebilir, düzenli ve kurumsal ciddiyet taşıyan bir temsil anlayışına dayanmaktadır. Dernek, çalışma yaşamında psikolojik tacize karşı yalnızca tepki üreten değil; önleyici, destekleyici, eğitici ve dönüştürücü etki oluşturan bir yapı olarak konumlanmaktadır.

Bu yaklaşım doğrultusunda kurumsal kimlik; yalnızca dikkat çeken değil, aynı zamanda güven veren; yalnızca görünür olan değil, aynı zamanda itibar üreten; yalnızca estetik değil, aynı zamanda işlevsel bir sistem olarak ele alınmaktadır.

Kurumsal kimlik felsefesinin dayandığı ana ilkeler şunlardır:

İnsan onuruna saygı:

Her kurumsal unsur, bireyin hak ve onurunu önceleyen yaklaşımı yansıtmalıdır.

Tarafsızlık:

Derneğin dili ve görünümü, güven veren, önyargı üretmeyen ve kapsayıcı bir çizgide olmalıdır.

Bilimsel yaklaşım:

Kurumsal temsil, veri temelli, ölçülü, açık ve akılcı bir iletişim anlayışını desteklemelidir.

Hukuka bağlılık:

Kimlik sistemi; hak, sorumluluk ve kurumsal güven zeminine uygun biçimde yapılandırılmalıdır.

Şeffaflık ve hesap verebilirlik:

Kurumsal görünürlük; açık, anlaşılır, düzenli ve denetlenebilir bir çerçevede sürdürülmelidir.

Bu felsefe doğrultusunda MMD'nin görsel dili; abartıdan uzak, net, koruyucu, insan odaklı ve saygın bir kurumsal karakter üretmelidir. Derneğin logosu, renk sistemi, tipografisi ve iletişim dili; mağduru görünür kılan ancak mağduriyeti istismar etmeyen, kurumu güçlendiren ancak erişilebilirliği zedelemeyen dengeli bir yapıda kullanılmalıdır.

3. MARKA ÖZÜ

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin marka özü; **güven, koruma, dayanışma, hak temelli mücadele ve kurumsal dönüşüm** kavramları etrafında şekillenmektedir.

Dernek, çalışma yaşamında psikolojik tacizle mücadelede yalnızca sorun tespiti yapan bir kuruluş değil; aynı zamanda çözüm geliştiren, destek mekanizmaları kuran, farkındalık oluşturan, kurumsal kapasiteyi güçlendiren ve politika yapım süreçlerine katkı sunan bir yapıdır. Bu nedenle marka özü, yalnızca savunuculuk değil; aynı zamanda rehberlik, destek, bilgi üretimi ve dönüşüm kapasitesini de içermektedir.

MMD'nin kurumsal marka yapısı aşağıdaki temel eksenler üzerine kuruludur:

Güven veren yapı:

Başvuran, destek arayan, iş birliğı kuran ve kamuoyundan takip eden herkes için güvenilir bir başvuru ve referans noktası olmak.

Koruyucu yaklaşım:

Mobbinge maruz kalan bireylerin haklarını, psikososyal bütünlüğünü ve kurumsal destek ihtiyacını merkeze alan bir temsil üretmek.

Dayanışma ve destek:

Yalnızlaşan bireyi görünür kılmak, desteklemek ve güçlendirmek; yalnızca hukuki değıl, insani ve kurumsal temas alanı oluşturmak.

Hak temelli mücadele:

Sorunu kişisel bir çatışma alanı olarak değıl; çalışma hakkı, insan onuru ve güvenli çalışma ortamı ekseninde ele almak.

Kurumsal dönüşüm hedefi:

Yalnızca bireysel başvurulara yanıt veren değıl; aynı zamanda kurum kültürü, mevzuat, eğitim ve politika düzeyinde dönüşüm oluşturmaya çalışan bir yapı olmak.

Bu yönüyle MMD markası; duygusal hassasiyet ile kurumsal ciddiyeti, görünürlük ile güveni, hak savunuculuğı ile çözüm odaklı kurumsal yaklaşımı aynı çatı altında buluşturan bir karaktere sahiptir.

4. LOGO ANLAMI

Mobbing ile Mücadele Derneğı logosu, derneğın insan onurunu esas alan, koruyucu, destekleyici ve kurumsal mücadele anlayışını görsel olarak ifade etmektedir. Logo, yalnızca bir tanıtım işareti değıl; derneğın değerlerini, çalışma yaklaşımını ve kamuoyuna sunduğı kurumsal vaadi temsil eden temel kimlik unsurudur.

Logonun amblem yapısı, ilk bakışta **kalp**, **kalkan** ve **birlikte duran insan figürleri** çağrışımı oluşturmaktadır. Bu çok katmanlı form; güvenli alan oluşturma, korunma, dayanışma, birlikte hareket etme ve ortak sorumluluk duygusunu temsil etmektedir. Üst bölümde yer alan figüratif yapı, kolektif desteğı ve birlikte mücadele iradesini; çevreleyen form ise koruma, güven ve kurumsal sahiplenme yaklaşımını simgelemektedir.

Amblemin merkezinde yer alan **“MOBBİNG”** ifadesi, derneğın çalışma alanını açık, doğrudan ve tereddütsüz biçimde tanımlamaktadır. Bu tercih, psikolojik taciz gibi çoğı zaman örtük bırakılan, görünmezleştirilen veya sıradanlaştırılan bir sorunun açık biçimde adlandırılması ve görünür kılınması yönündeki kurumsal iradeyi yansıtmaktadır.

Alt bölümde yer alan taşıyıcı insan figürü, desteklenen bireyi ve güçlendirme yaklaşımını ifade etmektedir. Bu unsur; derneğın mağduru yalnız bırakmayan, onu merkeze alan ve yeniden güçlenmesini hedefleyen yaklaşımını temsil eder. Aynı zamanda hukuki danışmanlık, yönlendirme, psikososyal destek ve dayanışma eksenindeki kurumsal duruşu sembolize eder.

Logonun renk yapısında yer alan **mor/indigo ton**, güveni, ciddiyeti, kurumsallığı ve dengeyi; **magenta/fuşıya ton** ise görünürlüğü, duyarlılığı, insan odaklı desteği ve aktif mücadele iradesini temsil etmektedir. Siyah tipografik yapı ise açıklık, netlik ve kurumsal ağırlık üretmektedir. Bu renk dengesi, MMD'nin hem koruyucu hem de kararlı karakterini güçlendiren bir görsel dil oluşturmaktadır.

Sağ bölümde kullanılan güçlü ve okunaklı tipografi, derneğin adını açık biçimde görünür kılarak kurumsal netliği desteklemektedir. Yazı sisteminin sade ve kuvvetli yapısı; ciddiyet, güvenilirlik ve tanınırlık üretmeye yöneliktir.

Bütün olarak değerlendirildiğinde MMD logosu; **insan onurunu koruyan, mağduru merkeze alan, dayanışma üreten, hak temelli ve kurumsal mücadeleyi esas alan bir sivil toplum anlayışının görsel ifadesidir.**

5. LOGO KULLANIM ESASLARI

5.1. Genel İlke

Mobbing ile Mücadele Derneği logosu, derneğin resmî ve kurumsal temsil unsurudur. Logo; derneğin güvenilirliğini, görünürlüğünü, kurumsal bütünlüğünü ve kamuoyu nezdindeki tanınırlığını doğrudan etkileyen temel kimlik öğesidir. Bu nedenle logo, yalnızca onaylı biçimiyle ve bu kılavuzda belirtilen esaslara uygun şekilde kullanılmalıdır.

Logonun biçimi, oranları, renkleri, tipografik yapısı ve yerleşim düzeni korunmalı; hiçbir unsur keyfî biçimde değiştirilmemelidir. Kurumsal kimlikte süreklilik, görsel bütünlük ve temsil disiplini esastır.

5.2. Ana Kullanım Biçimi

MMD logosunun ana kullanım biçimi; amblem ile “Mobbing ile Mücadele Derneği” ibaresinden oluşan tam versiyondur. Kurumsal yazışmalar, rapor kapakları, sunumlar, sosyal medya görselleri, basın materyalleri ve resmî duyurularda öncelikli olarak bu versiyon kullanılmalıdır.

Alan kısıtı bulunan uygulamalarda, yalnızca onaylı yardımcı versiyonlar tercih edilebilir. Yardımcı kullanım biçimleri, ana logonun yerine geçmez; yalnızca teknik zorunluluk bulunan durumlarda uygulanır.

5.3. Koruma Alanı

Logonun çevresinde, görünürlüğünü ve algılanabilirliğini koruyacak boş bir alan bırakılması zorunludur. Bu alan, logonun herhangi bir metin, görsel, kenar çizgisi, çerçeve, ikon veya başka bir grafik unsurla sıkışmasını önlemek amacıyla tanımlanmıştır.

Koruma alanı, logonun bulunduğu zemine göre daraltılamaz. Hiçbir görsel unsur bu alana taşamaz. Böylece logo her mecrada temiz, güçlü ve okunabilir biçimde görünür.

5.4. Minimum Kullanım Ölçüsü

Logo kullanımında okunabilirlik temel kriterdir. Özellikle amblem ve yazı birlikteliği dikkate alındığında, küçük ölçekte detay kaybı oluşmaması gerekir. Bu nedenle:

- Basılı materyallerde tam logo mümkün olduğunca **25 mm** genişliğin altına düşürülmemelidir.
- Dijital mecralarda tam logo mümkün olduğunca **160 px** genişliğin altına düşürülmemelidir.

- Daha küçük alanlarda yalnızca onaylı amblem versiyonu kullanılmalıdır.

Logo küçültülürken oran korunmalı; sıkıştırma, uzatma veya bozma yapılmamalıdır.

5.5. Zemin Kullanımı

Logo, yüksek kontrast ve temiz görünürlük sağlayan zeminlerde kullanılmalıdır. Tercih edilen zeminler:

- Beyaz
- Açık gri
- Nötr açık tonlar
- Koyu tek renk zemin üzerinde negatif kullanım

Logo; karmaşık desenli, yoğun görselli, düşük kontrastlı veya metin kalabalığı içeren zeminler üzerinde kullanılmamalıdır. Kurumsal görünürlük, estetik tercihten önce gelir.

5.6. Tek Renk ve Negatif Kullanım

Teknik baskı koşulları veya özel uygulamalar nedeniyle gerektiğinde logo aşağıdaki biçimlerde kullanılabilir:

- Tek renk koyu versiyon
- Tek renk siyah versiyon
- Tek renk beyaz/negatif versiyon
- Gri tonlu uygulama

Bu kullanımlar yalnızca zorunlu teknik durumlar için öngörülmüştür. Esas kullanım, kurumsal renklerle hazırlanmış ana logo versiyonudur.

5.7. Hatalı Kullanımlar

Kurumsal bütünlüğü bozacak aşağıdaki uygulamalar uygun değildir:

- Logonun yatay veya dikey olarak esnetilmesi
- Renklerin değiştirilmesi
- Gölge, parlama, degrade veya efekt eklenmesi
- Tipografinin farklılaştırılması
- Logonun döndürülmesi
- Amblem ve yazı düzeninin bozulması
- Karmaşık zemin üzerinde okunmaz biçimde kullanılması
- Düşük çözünürlüklü veya bozulmuş dosyaların kullanılması

Kurumsal görünüm, farklı yorumlarla değil; standart kullanım disipliniyle güçlenir.

6. RENK PALETİ

6.1. Genel Yaklaşım

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin renk sistemi; güven, ciddiyet, görünürlük, insan odaklı destek ve kurumsal netlik ilkeleri esas alınarak oluşturulmuştur. Ana palet, logoda kullanılan mor/indigo, magenta/fuşya, siyah ve beyaz ekseninde yapılandırılmıştır.

Bu renk sistemi; derneğin hem koruyucu ve güven veren yönünü hem de görünürlük ve mücadele iradesini aynı anda yansıtan dengeli bir görsel dil sunmaktadır.

6.2. Ana Renkler

6.2.1. Kurumsal Mor / İndigo

- **HEX:** #3E3FA3
- **RGB:** 62 / 63 / 163
- **CMYK:** 62 / 61 / 0 / 36

Anlam ve Kullanım:

Kurumsal güveni, ciddiyeti, dengeyi, uzmanlığı ve sürekliliği temsil eder. Ana başlıklarda, amblem gövdesinde, kurumsal zeminlerde ve birincil grafik öğelerde kullanılır.

6.2.2. Kurumsal Magenta / Fuşya

- **HEX:** #C91C8C
- **RGB:** 201 / 28 / 140
- **CMYK:** 0 / 86 / 30 / 21

Anlam ve Kullanım:

İnsan odaklı yaklaşımı, duyarlılığı, görünürlüğü, destek mekanizmasını ve aktif mücadele iradesini temsil eder. Vurgu alanlarında, ikincil grafik öğelerde ve dikkat çekilmesi gereken kurumsal mesaj alanlarında sınırlı ve dengeli biçimde kullanılır.

6.2.3. Kurumsal Siyah

- **HEX:** #262223
- **RGB:** 38 / 34 / 35
- **CMYK:** 0 / 11 / 8 / 85

Anlam ve Kullanım:

Netliği, açıklığı, okunabilirliği ve kurumsal ağırlığı temsil eder. Gövde metinlerinde, ana tipografide ve resmî metin alanlarında kullanılır.

6.2.4. Beyaz

- **HEX:** #FFFFFF
- **RGB:** 255 / 255 / 255
- **CMYK:** 0 / 0 / 0 / 0

Anlam ve Kullanım:

Şeffaflığı, açıklığı, nefes alan düzeni ve sade görünümü temsil eder. Arka plan, boşluk yönetimi ve negatif kullanım alanlarında temel renktir.

6.3. Yardımcı Renkler

6.3.1. Açık Gri

- **HEX:** #E8E8EC
- **RGB:** 232 / 232 / 236
- **CMYK:** 2 / 2 / 0 / 7

Kullanım:

Sunum sayfaları, tablo alanları, zemin ayrımları ve ikincil arka plan yüzeyleri için önerilir.

6.3.2. Yumuşak Gri-Lila

- **HEX:** #D9D0DD
- **RGB:** 217 / 208 / 221
- **CMYK:** 2 / 6 / 0 / 13

Kullanım:

Kurumsal materyallerde yumuşatıcı yardımcı ton olarak sınırlı biçimde kullanılabilir.

6.4. Renk Kullanım İlkeleri

- Kurumsal mor/indigo, ana kimlik rengi olarak kullanılmalıdır.
- Magenta/fuşya, vurgu ve dikkat odağı üretmek amacıyla kontrollü kullanılmalıdır.
- Siyah, metinsel netlik ve kurumsal ağırlık için temel yazı rengi olarak tercih edilmelidir.
- Beyaz ve açık gri tonlar, görsel denge ve okunabilirlik sağlamak amacıyla destekleyici zeminler olarak kullanılmalıdır.
- Aynı materyalde aşırı renk çeşitliliğine gidilmemeli; sade, dengeli ve tanınabilir bir palet korunmalıdır.

6.5. Teknik Not

Bu kılavuzda belirtilen renk kodları, mevcut logo görseli esas alınarak oluşturulmuş kurumsal ön değerlerdir. Nihai tasarım üretimlerinde, mümkünse logonun ana vektörel dosyası üzerinden renk kodları doğrulanmalı ve sabitlenmelidir.

7. YAZI KARAKTERİ SİSTEMİ

7.1. Genel İlke

Yazı karakteri sistemi, MMD'nin kurumsal temsilinde açıklık, güvenilirlik, okunabilirlik ve profesyonellik üretmelidir. Yazı tercihleri; logo ile görsel uyum taşımalı, ancak kurumsal metinlerde işlevsellik ve erişilebilirlik öncelikli olmalıdır.

Tipografik sistem, başlıklar ile gövde metinleri arasında açık bir hiyerarşi kurmalı; her mecrada net, düzenli ve standart bir görünüm oluşturmalıdır.

7.2. Başlık Yazı Karakteri

Ana başlık karakteri:

Montserrat Bold / ExtraBold

Alternatif karakterler:

- Poppins Bold
- Arial Bold
- Helvetica Bold

Kullanım Alanı:

- Kapak başlıkları
- Bölüm başlıkları
- Sosyal medya başlıkları
- Afiş ve duyuru üst başlıkları
- Sunum kapakları
- Vurgu metinleri

Başlık karakteri; güçlü, sade, çağdaş ve görünürlüğü yüksek bir etki üretmelidir.

7.3. Gövde Metni Yazı Karakteri

Önerilen ana gövde karakteri:

Source Sans 3 Regular / Semibold

Alternatif karakterler:

- Inter
- Calibri
- Arial

Kullanım Alanı:

- Kurumsal rapor metinleri
- Resmî yazışmalar
- Açıklama metinleri
- Rehber içerikleri
- Eğitim materyalleri
- Web ve dijital metin alanları

Gövde karakteri; uzun metinlerde yormayan, sade, erişilebilir ve yüksek okunabilirlik sunan bir yapıda olmalıdır.

7.4. Tipografik Hiyerarşi

Kurumsal materyallerde aşağıdaki temel tipografik yapı korunmalıdır:

- **Ana Başlık**
- **Bölüm Başlığı**
- **Alt Başlık**
- **Gövde Metni**
- **Vurgu Metni**
- **Dipnot / Teknik Açıklama**

Her materyalde bu hiyerarşi açık biçimde kurulmalı; başlık ve metin alanları birbirine karışmamalıdır.

7.5. Yazı Kullanım Esasları

- Uzun metinlerde tamamı büyük harf kullanımından kaçınılmalıdır.
- Başlıklarda büyük harf kullanımı sınırlı ve kontrollü olmalıdır.
- Türkçe karakterler eksiksiz ve doğru biçimde kullanılmalıdır.
- Harf aralığı ve satır boşluğu okunabilirliği azaltacak biçimde daraltılmamalıdır.
- Aşırı dekoratif, el yazısı görünümlü veya düşük ciddiyet üreten karakterler kullanılmamalıdır.
- Aynı materyalde gereksiz yazı tipi çeşitliliğine gidilmemelidir.

7.6. Dijital ve Basılı Mecra Uyumu

Yazı karakteri sistemi; hem basılı hem dijital ortamlarda tutarlı sonuç verecek biçimde seçilmelidir. Dijital erişilebilirlik, ekran okunabilirliği ve ofis yazılımlarında uygulanabilirlik dikkate alınmalıdır. Bu nedenle zorunlu teknik durumlarda alternatif karakter kullanımı mümkündür; ancak ana hiyerarşi ve genel tipografik ruh korunmalıdır.

7.7. Kurumsal Etki

MMD'nin yazı karakteri sistemi; duygusal yoğunluğu istismar etmeyen, hukuki ve kurumsal ağırlığı koruyan, aynı zamanda erişilebilir ve insani bir iletişim tonu üreten bir yapıda uygulanmalıdır. Tipografi; kurumun ciddiyetini artırmalı, mesajın önüne geçmemeli ve görsel bütünlüğü desteklemelidir.

8. SÖZEL KİMLİK VE KURUMSAL DİL

8.1. Genel İlke

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin sözel kimliği; insan onurunu esas alan, güven veren, açık, ölçülü, hukuki hassasiyet taşıyan ve çözüm odaklı bir iletişim anlayışına dayanır. Derneğin tüm yazılı ve sözlü iletişimde temel amaç; psikolojik tacizle mücadele konusunda doğru bilgi üretmek, mağduru güçlendirmek, kurumsal farkındalığı artırmak ve yapıcı dönüşümü teşvik etmektir.

Kurumsal dil; yalnızca bilgi veren değil, aynı zamanda yön gösteren, güven oluşturan ve kurumun ciddiyetini görünür kılan bir yapı üretmelidir. Bu nedenle MMD adına kullanılan her ifade; net, saygın, erişilebilir ve kurumsal sorumluluk bilinci taşıyan bir çerçevede oluşturulmalıdır.

8.2. Sözel Kimliğin Temel Özellikleri

MMD'nin kurumsal dili aşağıdaki temel nitelikleri taşımalıdır:

Açık ve anlaşılır olmalıdır.

Metinler, gereksiz teknik karmaşıklıktan uzak; anlaşılır, sade ve doğrudan bir yapıda kurulmalıdır.

İnsan onurunu korumalıdır.

Mağduriyet anlatılırken kişiyi küçülten, ifşa eden, damgalayan veya psikolojik yükü artıran bir dil kullanılmamalıdır.

Hukuki ve etik hassasiyet taşımalıdır.

Kurumsal açıklamalar, yönlendirmeler ve değerlendirmeler; mevzuata, hak temelli yaklaşıma ve etik ilkelere uygun olmalıdır.

Bilimsel ve veri temelli olmalıdır.

Özellikle eğitim, raporlama, farkındalık ve politika geliştirme içeriklerinde ölçsüz genellemelerden kaçınılmalı; doğrulanabilir bilgi esas alınmalıdır.

Çözüm odaklı olmalıdır.

Dil, yalnızca sorunu teşhis eden değil; aynı zamanda destek yollarını, başvuru mekanizmalarını, kurumsal önleme araçlarını ve dönüşüm imkânlarını görünür kılan bir yapı taşımalıdır.

Güven veren ve kapsayıcı olmalıdır.

İletişim tonu; korku, suçlama veya dışlama üretmek yerine güven, temas ve erişilebilirlik sağlamalıdır.

8.3. Kurumsal Mesaj Çerçevesi

MMD'nin sözel kimliği, aşağıdaki ana mesaj eksenleri etrafında şekillendirilmelidir:

- Çalışma yaşamında insan onuru korunmalıdır.
- Mobbing görünmez bir sorun değil, önlenabilir ve yönetilebilir bir risk alanıdır.
- Mağdurlar için erişilebilir destek ve yönlendirme mekanizmaları geliştirilmelidir.
- Kurum içi önleyici politika ve uygulamalar güçlendirilmelidir.
- Eğitim, farkındalık ve veri temelli yaklaşım kalıcı dönüşümün temelidir.
- Hukuki, psikososyal ve kurumsal boyutlar birlikte ele alınmalıdır.

Bu mesajlar; basın açıklamalarında, web metinlerinde, sosyal medya içeriklerinde, eğitim materyallerinde, rapor önsözlerinde ve kurumsal sunumlarda tutarlı biçimde kullanılmalıdır.

8.4. Üslup İlkeleri

MMD'nin iletişim tonu:

- ciddi ancak sert olmayan,
- kurumsal ancak soğuk olmayan,
- duyarlı ancak dramatize etmeyen,
- kararlı ancak suçlayıcı olmayan,
- öğretici ancak buyurgan olmayan

bir denge içinde kurulmalıdır.

Derneğin dili, özellikle mobbing mağdurlarıyla temas eden içeriklerde güçlendirici bir karakter taşınmalı; kişiyi edilgen bir konuma sabitleyen değil, destek ve çözüm yollarını görünür kılan bir anlatım benimsemelidir.

8.5. Kaçınılması Gereken Sözel Yaklaşımlar

Aşağıdaki söylem biçimleri kurumsal iletişimde kullanılmamalıdır:

- sansasyonel ve abartılı başlıklar,
- kesin hüküm içeren, genelleseyici veya damgalayıcı ifadeler,
- kişileri teşhir eden veya kurumları peşinen suçlayan dil,
- korku ve çaresizlik duygusunu artıran metin yapıları,
- aşırı sloganlaştırılmış ve içeriği zayıf söylemler,
- hukuki güvence oluşturmeyen, belirsiz yönlendirmeler.

Kurumsal dilin gücü, yüksek sesinden değil; güvenilirliğinden ve tutarlılığından gelir.

8.6. Mecra Bazlı Dil Kullanımı

Resmî metinler:

Daha hukuki, dengeli ve net bir ifade yapısı kullanılmalıdır.

Eğitim ve rehber dokümanlar:

Öğretici, sistematik ve açıklayıcı bir dil tercih edilmelidir.

Sosyal medya içerikleri:

Kısa, anlaşılır, dikkat çekici; ancak kurumsal ciddiyeti koruyan bir ton benimsenmelidir.

Basın ve kamuoyu açıklamaları:

Temsil gücü yüksek, ölçülü, doğrulanabilir ve kurumsal duruşu netleştiren ifadeler kullanılmalıdır.

9. GÖRSEL DİL İLKELERİ

9.1. Genel Yaklaşım

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin görsel dili; güven, açıklık, koruma, kurumsallık ve insan odaklılık ilkeleri üzerine kurulmalıdır. Tüm görsel unsurlar, derneğin hak temelli ve destekleyici yapısını görünür kılar; aynı zamanda profesyonel, sade ve tutarlı bir temsil üretmelidir.

Görsel dil; yalnızca dikkat çekmek için değil, kurumsal itibar üretmek ve mesajın etkisini artırmak için kullanılmalıdır. Bu nedenle tasarım tercihleri abartılı, dağınık veya duygusal sömürüyü çağrıştıran bir yapıda olmamalıdır.

9.2. Temel Görsel Karakter

MMD'nin görsel dili aşağıdaki nitelikleri taşımalıdır:

- **Sade:** Gereksiz kalabalıktan arındırılmış olmalıdır.
- **Dengeli:** Renk, tipografi ve boşluk kullanımı kontrollü olmalıdır.
- **Güven veren:** Karmaşa değil düzen hissi üretmelidir.

- **Erişilebilir:** Dijital ve basılı mecralarda kolay algılanmalıdır.
- **Kurumsal:** Kişisel tasarım tercihlerinden bağımsız, standart bir yapı taşımalıdır.
- **İnsan odaklı:** Bireyi merkeze alan ama mağduriyeti istismar etmeyen bir görsel dil kullanılmalıdır.

9.3. Fotoğraf Kullanımı

Kurumsal materyallerde kullanılacak fotoğraflar; derneğin faaliyet alanını, destek mekanizmalarını, eğitim çalışmalarını, kurumsal iş birliklerini ve toplumsal farkındalık hedefini temsil edecek nitelikte olmalıdır.

Tercih edilmesi gereken fotoğraf dili:

- eğitim ve seminer ortamları,
- danışmanlık ve rehberlik çağrışımı taşıyan profesyonel sahneler,
- toplantı, iş birliği ve kurumsal temas alanları,
- güven, dayanışma ve destek duygusu veren kompozisyonlar,
- sade, temiz ve yüksek çözünürlüklü görseller.

Kaçınılması gereken fotoğraf dili:

- aşırı dramatik yüz ifadeleri,
- korku ve çaresizlik duygusunu öne çıkaran klişe stok görseller,
- düşük çözünürlüklü veya amatör görseller,
- magazinsel, teşhir edici veya istismar edici görüntü dili,
- kurumsal ciddiyetle uyumsuz mizahi veya aşırı dekoratif görseller.

9.4. Grafik ve İkon Kullanımı

Kullanılacak ikonlar, çizgisel, sade ve modern bir yapıda olmalıdır. Çok renkli, karikatürize, aşırı oyuncu veya düşük ciddiyet algısı oluşturan ikon setleri tercih edilmemelidir.

Grafik unsurlar:

- kurumsal renk paletiyle uyumlu,
- veri sunumunu kolaylaştıran,
- bilgi hiyerarşisini destekleyen,
- mesajı güçlendiren yardımcı araçlar olarak kullanılmalıdır.

Dekoratif amaçlı gereksiz çizgi, şekil ve efekt kullanımından kaçınılmalıdır.

9.5. Sayfa Düzeni ve Kompozisyon

Kurumsal materyallerde açık ve düzenli bir yerleşim sistemi kullanılmalıdır. Tasarımda boşluk kullanımı ihmal edilmemeli; başlık, metin, logo ve görsel unsurlar arasında dengeli bir kompozisyon kurulmalıdır.

Aşağıdaki ilkeler esas alınmalıdır:

- Her materyalde açık bir başlık hiyerarşisi bulunmalıdır.
- Logo destekleyici unsur olmalı, içeriğin önüne geçmemelidir.
- Renk kullanımı ölçülü olmalı, dikkat dağınık yoğunluktan kaçınılmalıdır.
- Uzun metin alanlarında okunabilirliği artıran satır ve paragraf düzeni korunmalıdır.
- Sosyal medya görsellerinde metin yoğunluğu mümkün olduğunca azaltılmalıdır.

9.6. Veri Görselleştirme İlkesi

Rapor, sunum ve yıllık değerlendirme dokümanlarında veri görselleştirme sade ve güvenilir bir görünüm taşınmalıdır. Grafikler ve tablolar; gösterişli değil, anlaşılır ve denetlenebilir olmalıdır.

Bu çerçevede:

- grafik renkleri kurumsal palete bağlı kalmalı,
- aynı rapor içinde tutarlı gösterim sistemi kullanılmalı,
- tablo ve grafik başlıkları açık biçimde yazılmalı,
- oran, sayı ve kaynak bilgileri görünür biçimde sunulmalıdır.

MMD'nin veri temelli çalışma hedefi dikkate alındığında, görsel anlatımın ikna gücü kadar doğruluk ve açıklık düzeyi de önemlidir.

10. BASILI VE DİJİTAL UYGULAMA ALANLARI

10.1. Genel İlke

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin kurumsal kimlik unsurları, tüm basılı ve dijital mecralarda aynı standartla uygulanmalıdır. Her materyal, derneğin kurumsal itibarını ve temsil gücünü doğrudan etkilediğinden; tasarım, içerik ve yerleşim kararları bu kılavuzda belirlenen esaslara uygun olmalıdır.

Basılı ve dijital uygulamalar arasında görsel dil farkı olabilir; ancak kimlik bütünlüğü, tipografik yapı, renk sistemi ve kurumsal ton her mecrada korunmalıdır.

10.2. Basılı Uygulama Alanları

Kurumsal kimlik sistemi aşağıdaki basılı materyallerde uygulanır:

- antetli kâğıt,
- zarf,
- kartvizit,
- dosya kapağı,
- rapor ve rehber kapakları,
- broşür,
- afiş,
- davetiye,

- eğitim katılım belgesi,
- sertifika,
- roll-up ve tanıtım panoları,
- etkinlik backdrop ve yönlendirme materyalleri.

Basılı materyallerde logo yerleşimi, boşluk kullanımı, yazı karakteri, başlık sistemi ve renk dağılımı standart olmalıdır. Özellikle rapor, rehber ve eğitim materyallerinde kurumsal görünüm ile içerik okunabilirliği dengeli biçimde korunmalıdır.

10.3. Dijital Uygulama Alanları

Kurumsal kimlik sistemi aşağıdaki dijital alanlarda da aynı bütünlük içinde uygulanır:

- web sitesi,
- sosyal medya hesapları,
- dijital duyuru görselleri,
- e-bültenler,
- çevrim içi eğitim materyalleri,
- webinar sunumları,
- PDF raporlar,
- e-posta imzaları,
- başvuru ve yönlendirme arayüzleri,
- dijital form ve bilgilendirme ekranları.

Dijital mecralarda okunabilirlik, mobil uyumluluk, görsel sadelik ve erişilebilirlik öncelikli olmalıdır. Özellikle sosyal medya görsellerinde kurumsal görünürlük sağlanırken bilgi yoğunluğu kontrol altında tutulmalıdır.

10.4. Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal medya, MMD'nin farkındalık oluşturma, bilgilendirme, yönlendirme ve görünürlük üretme hedefleri bakımından stratejik bir alandır. Bu nedenle sosyal medya tasarımları rastlantısal değil; standart şablon mantığıyla yürütülmelidir.

Önerilen temel şablon seti:

- bilgi kartı,
- etkinlik duyurusu,
- basın açıklaması görseli,
- eğitim duyurusu,
- rehber/yayın lansman görseli,
- veri/istatistik paylaşımı,
- farkındalık günü paylaşımı.

Her paylaşımda:

- logo görünürlüğü korunmalı,
- kurumsal renk paleti kullanılmalı,
- başlık yapısı sade tutulmalı,
- aşırı efekt ve görsel kalabalıktan kaçınılmalıdır.

10.5. Rapor ve Yayın Uygulamaları

MMD'nin rapor, rehber ve yayın üretimi; kurumsal bilgi üretiminin en görünür alanlarından biridir. Bu nedenle tüm yayınlarda ortak bir kapak sistemi, başlık hiyerarşisi, iç sayfa düzeni, tablo/grafik standardı ve kaynak gösterim disiplini kullanılmalıdır.

Özellikle aşağıdaki yayın türlerinde ortak tasarım sistemi benimsenmelidir:

- rehber dokümanlar,
- yıllık faaliyet raporları,
- değerlendirme notları,
- araştırma raporları,
- eğitim kitapçıkları,
- politika öneri metinleri.

Kurumsal yayınlarda tasarımın amacı süsleme değil; güven üretmek, okunabilirliği artırmak ve referans niteliğini güçlendirmektir.

10.6. Sunum ve Eğitim Materyalleri

Sunumlar ve eğitim materyalleri, derneğin bilgi aktarma ve kurumsal temsil kapasitesinin doğrudan görüldüğü alanlardır. Bu nedenle eğitim sunumları ve webinar içerikleri için standart şablonlar kullanılmalıdır.

Temel ilkeler:

- kapak sayfasında kurumsal başlık sistemi kullanılmalı,
- iç sayfalarda sabit başlık ve metin yapısı korunmalı,
- grafik ve ikon dili kurumsal palete uyumlu olmalı,
- gereksiz animasyon ve efektlerden kaçınılmalıdır.

10.7. E-Posta ve Resmî Dijital İletişim

E-posta imzaları, resmî dijital yazışmaların kurumsal uzantısıdır. Bu nedenle standart imza yapısı oluşturulmalı; ad-soyad, görev, iletişim bilgileri ve kurumsal logo kontrollü biçimde kullanılmalıdır.

Kurumsal yazışmalarda:

- yazı karakteri standardı korunmalı,
- gereksiz renk ve biçim çeşitliliğinden kaçınılmalı,
- sade ve güven veren bir görünüm esas alınmalıdır.

10.8. Uygulama Disiplini

Basılı ve dijital uygulama alanlarının tümünde temel ölçüt; kurumsal bütünlüğün korunmasıdır. Her yeni materyal, önceki üretimlerden kopuk değil; aynı kimlik sisteminin devamı niteliğinde olmalıdır. Böylece MMD, farklı platformlarda farklı görünen bir yapı değil; her temas noktasında aynı güveni ve aynı kurumsal karakteri üreten bir kurum olarak konumlanır.

11. YANLIŞ KULLANIM ÖRNEKLERİ

11.1. Genel İlke

Mobbing ile Mücadele Derneği'nin kurumsal kimlik unsurları; yalnızca doğru kullanıldığında temsil gücü, tanınırlık ve kurumsal güven üretir. Logo, renk paleti, yazı karakteri, yerleşim düzeni ve görsel dil ilkelerinin keyfi biçimde değiştirilmesi; derneğin görünürlüğünü, algısal bütünlüğünü ve kurumsal itibarını zayıflatır. Bu nedenle aşağıda belirtilen yanlış kullanımlar hiçbir basılı ya da dijital materyalde uygulanamaz.

11.2. Logoya İlişkin Hatalı Kullanımlar

Aşağıdaki uygulamalar kurumsal kimlik ilkelerine aykırıdır:

- Logonun yatay veya dikey olarak esnetilmesi
- Logonun oranlarının bozulması
- Amblem ile yazı bölümünün ayrıştırılması veya yerlerinin değiştirilmesi
- Logoya gölge, parlama, degrade, kabartma veya benzeri efektler eklenmesi
- Logo renklerinin kurumsal palet dışına çıkarılması
- Logonun okunmaz ölçüde küçültülmesi
- Düşük çözünürlüklü, piksellenmiş veya sıkıştırılmış dosyaların kullanılması
- Logo çevresindeki koruma alanının ihlal edilmesi
- Logonun karmaşık, kontrastsız veya dikkat dağıtıcı zeminler üzerinde kullanılması
- Logonun çerçeve içine sıkıştırılması ya da başka grafik unsurlarla birleştirilmesi
- Logonun eğimli, döndürülmüş veya parçalanmış biçimde kullanılması

11.3. Renk Sistemine İlişkin Hatalı Kullanımlar

Kurumsal renk paletinin dışında kalan tonlar, keyfi renk geçişleri ve rastgele vurgu uygulamaları kullanılmamalıdır. Özellikle:

- Kurumsal mor/indigo yerine farklı mavi veya mor tonlarının kullanılması
- Magenta/fuşya rengin ana kimlik rengi gibi aşırı ve kontrolsüz kullanılması
- Aynı materyalde kurumsal sistem dışında çok sayıda yardımcı renk kullanılması
- Düşük kontrast nedeniyle okunabilirliği azaltan renk kombinasyonlarının tercih edilmesi
- Siyah yerine düşük yoğunluklu gri tonlarla ana metin yazılması

Renk sistemi; dikkat çekmek için değil, tanınabilirlik ve güven üretmek için kullanılmalıdır.

11.4. Tipografiye İlişkin Hatalı Kullanımlar

Tipografik sistemde aşağıdaki hatalardan kaçınılmalıdır:

- Kurumsal yazı karakteri yerine dekoratif veya el yazısı görünümlü fontların kullanılması
- Aynı materyalde gereksiz biçimde çok sayıda yazı tipinin birlikte kullanılması
- Başlık ve gövde metni hiyerarşisinin bozulması
- Tamamı büyük harften oluşan uzun metin blokları oluşturulması
- Harf ve satır aralıklarının okunabilirliği bozacak şekilde daraltılması
- Metin alanlarında aşırı renk ve vurgu kullanılması

11.5. Sözel ve Görsel Dil Açısından Hatalı Kullanımlar

MMD'nin kurumsal kimliği; yalnızca grafik düzende değil, içerik dilinde de korunmalıdır. Bu nedenle aşağıdaki uygulamalar da uygun değildir:

- Sansasyonel, teşhir edici veya damgalayıcı başlıklar
- Mağduriyeti dramatize eden görseller
- Kurumsal ciddiyetle bağdaşmayan mizahi veya aşırı süslü tasarımlar
- İçeriği zayıf, slogan yoğun ve yönlendirici metin kullanımı
- Güven, koruma ve hak temelli yaklaşımı zedeleyen görsel ve sözel tercihler

11.6. Denetim İlkesi

Kurumsal materyaller yayımlanmadan veya baskıya gönderilmeden önce; logo, renk, tipografi, yerleşim ve içerik bakımından bu kılavuza uygunluk açısından kontrol edilmelidir. Kurumsal kimlikte hata, küçük bir tasarım sorunu değil; temsil sorunudur.

12. ONAY VE VERSİYON YÖNETİMİ

12.1. Amaç

Onay ve versiyon yönetimi sistemi; MMD'nin tüm kurumsal kimlik unsurlarının güncel, standartlaştırılmış ve denetlenebilir biçimde kullanılmasını sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Bu sistemin amacı, farklı kişiler veya birimler tarafından üretilen dağınık ve tutarsız uygulamaların önüne geçmek; tek merkezli ve kontrollü bir görsel-iletişim düzeni kurmaktır.

12.2. Yetki ve Sorumluluk

Kurumsal kimlik dosyalarının resmî sahipliği, Yönetim Kurulu tarafından yetkilendirilen birim veya sorumlu kişide bulunur. Bu birim;

- onaylı logo dosyalarını muhafaza eder,
- güncel renk ve tipografi standartlarını yönetir,
- basılı ve dijital materyalleri yayımlanmadan önce kontrol eder,
- eski ve geçersiz versiyonların kullanım dışı bırakılmasını sağlar,

- dış tasarımcı, matbaa ve ajanslara gönderilecek resmî dosya paketlerini yönetir.

12.3. Onay Süreci

Dernek adına hazırlanacak tüm kurumsal materyaller aşağıdaki onay sürecine tabi olmalıdır:

1. İçerik ve tasarım taslağının hazırlanması
2. Kurumsal kimlik uygunluk kontrolü
3. Gerekli düzeltmelerin tamamlanması
4. Yetkili kişi veya birim tarafından resmî onay verilmesi
5. Baskı, yayın veya dijital dağıtım sürecine geçilmesi

Onay alınmadan hazırlanan hiçbir materyal resmî kurumsal kullanımda değerlendirilmemelidir.

12.4. Versiyonlama Sistemi

Kurumsal kimlik dosyaları belirli bir versiyon sistemi ile saklanmalıdır. Her güncellemede aşağıdaki bilgiler kayıt altına alınmalıdır:

- versiyon numarası,
- güncelleme tarihi,
- güncelleme konusu,
- onaylayan kişi veya birim,
- yürürlük durumu.

Önerilen versiyonlama yapısı aşağıdaki gibidir:

- **V1.0** – İlk onaylı yayın
- **V1.1** – Küçük teknik güncelleme
- **V2.0** – Yapısal revizyon

12.5. Dosya Yönetimi

Kurumsal dosyalar, tek bir resmî klasör sistemi içinde tutulmalıdır. Bu dosya havuzunda en az aşağıdaki klasörler bulunmalıdır:

- Ana logo dosyaları
- Yardımcı logo versiyonları
- Renk paleti dosyaları
- Yazı karakteri kullanım rehberi
- Basılı materyal şablonları
- Dijital şablonlar
- Güncel kılavuz metni
- Arşiv / kullanım dışı versiyonlar

Eski dosyaların aktif kullanım alanında tutulması, yanlış versiyon kullanımına yol açacağından önerilmez.

12.6. Dış Tedarikçi ve Paydaş Kullanımı

Matbaa, grafik tasarımcı, ajans, sosyal medya yöneticisi, eğitim çözüm ortağı veya sponsorluk paydaşı gibi üçüncü taraflarla paylaşılacak materyaller yalnızca onaylı dosya paketi üzerinden gönderilmelidir. Her dış kullanımda, bu kılavuzun ilgili hükümleri yazılı olarak hatırlatılmalıdır.

12.7. Periyodik Gözden Geçirme

Kurumsal kimlik kılavuzu yaşayan bir dokümandır. Ancak güncelleme, keyfi değişiklik anlamına gelmez. Kılavuz; ihtiyaç hâlinde, tercihen yılda bir kez veya kurumsal dönüşüm gerektiren durumlarda gözden geçirilmeli; revizyonlar Yönetim Kurulu onayı ile yürürlüğe alınmalıdır.

13. UYGULAMA METİNLERİ VE ŞABLON TARİFLERİ

13.1. Kartvizit Uygulaması

13.1.1. Amaç

Kartvizit, MMD'nin birebir kurumsal temas noktalarında güven, açıklık ve profesyonellik üretmesini sağlayan temel kimlik materyalidir.

13.1.2. Ön Yüz Şablon Tarifi

- Sol veya üst bölümde ana logo yer almalıdır.
- Sağ veya alt bölümde ad-soyad, görev unvanı ve iletişim bilgileri bulunmalıdır.
- Zemin tercihen beyaz veya açık nötr tonda olmalıdır.
- Başlık alanlarında kurumsal mor/indigo, iletişim metinlerinde kurumsal siyah kullanılmalıdır.
- Görsel kalabalıktan kaçınılmalı, boşluk dengesi korunmalıdır.

13.1.3. Arka Yüz Şablon Tarifi

Arka yüzde yalnızca amblem, kurumsal slogan, web bilgisi veya sade bir kurumsal vurgu kullanılabilir. Fazla bilgi yüklenmemeli; kartvizitin bir broşüre dönüşmesine izin verilmemelidir.

13.1.4. Örnek Kartvizit Metni

Ad Soyad

Görev Unvanı

Mobbing ile Mücadele Derneği

Telefon:

E-posta:

Web:

Adres:

13.2. Antetli Kâğıt Uygulaması

13.2.1. Amaç

Antetli kâğıt, MMD'nin resmî yazışma standardını ve kurumsal ciddiyetini görünür kılar.

13.2.2. Üst Bölüm Şablon Tarifi

- Sol üstte veya üst merkezde ana logo kullanılmalıdır.
- Sağ üstte veya alt bilgi alanında iletişim bilgileri yer almalıdır.
- Üst bant, ince ve sade kurumsal renk kullanımıyla desteklenebilir.

13.2.3. Alt Bölüm Şablon Tarifi

- Adres, telefon, e-posta, web sitesi ve gerekiyorsa sosyal medya bilgileri alt bilgi satırında yer almalıdır.
- Alt bilgi alanı çok yoğun tasarlanmamalı; okunabilirlik korunmalıdır.

13.2.4. Metin Alanı İlkesi

Resmî yazışma metinleri için yeterli beyaz alan bırakılmalı; logo ve dekoratif unsurlar metin alanına müdahale etmemelidir.

13.2.5. Örnek Antetli Kâğıt Yerleşim Metni

Mobbing ile Mücadele Derneği

Adres / Telefon / E-posta / Web

Belge Tarihi:

Sayı:

Konu:

13.3. Sosyal Medya Postu Uygulaması

13.3.1. Amaç

Sosyal medya görselleri; farkındalık, eğitim, duyuru ve kurumsal görünürlük üretme işlevi taşır. Bu nedenle her paylaşım tekil tasarım hevesiyle değil, standart şablon sistemiyle hazırlanmalıdır.

13.3.2. Temel Şablon Türleri

Aşağıdaki ana post türleri tanımlanmalıdır:

- Bilgilendirici içerik kartı
- Etkinlik / eğitim duyurusu
- Basın açıklaması görseli
- Rehber / rapor yayını duyurusu
- İstatistik / veri paylaşımı
- Özel gün / farkındalık günü paylaşımı

13.3.3. Şablon Yapısı

- Üst bölümde kısa ve güçlü başlık
- Orta bölümde ana mesaj veya veri
- Alt bölümde logo ve gerekiyorsa çağrı cümlesi
- Kurumsal mor/indigo ana zemin veya beyaz zemin üzerinde kontrollü renk kullanımı
- Yazı yoğunluğu düşük, okunabilirlik yüksek düzen

13.3.4. Örnek Sosyal Medya Postu Metni – Bilgi Kartı

Mobbing görünmez değildir.

Çalışma yaşamında psikolojik taciz; bireyin onurunu, verimliliğini ve kurumsal iklimi doğrudan etkiler. Hak temelli yaklaşım, farkındalık ve doğru başvuru mekanizmaları çözümün temelidir.

Mobbing ile Mücadele Derneği

13.3.5. Örnek Sosyal Medya Postu Metni – Etkinlik Duyurusu

Eğitim Duyurusu

İşyerinde Mobbing Farkındalığı ve Önleyici Kurum Politikaları

Tarih:

Saat:

Yer / Çevrim içi bağlantı bilgisi

Kayıt / Başvuru:

Mobbing ile Mücadele Derneği

13.4. Sunum Kapağı Uygulaması

13.4.1. Amaç

Sunum kapakları, eğitim, seminer, webinar, rapor tanıtımı ve kurumsal bilgilendirme süreçlerinde MMD'nin profesyonel görünürlüğünü sağlar.

13.4.2. Kapak Şablon Tarifi

- Üst veya merkez bölümde ana başlık
- Alt başlık veya etkinlik tanımı
- Sağ alt veya sol alt bölümde logo
- Geniş beyaz alan veya kurumsal renkli sade zemin
- Gerekiyorsa tarih, konuşmacı veya birim bilgisi

13.4.3. Tasarım İlkesi

Kapak; dikkat çekici olmalı ancak aşırı yüklü olmamalıdır. Tek bir güçlü mesaj, net tipografi ve temiz yerleşim esastır. Sunum kapağı ilk izlenimi kurar; panik içinde hazırlanmış duyuru afişi gibi görünmemelidir.

13.4.4. Örnek Sunum Kapağı Metni

İşyerinde Mobbing ile Mücadele

Kurumsal Farkındalık, Önleme ve Başvuru Mekanizmaları

Mobbing ile Mücadele Derneği

Tarih / Etkinlik Türü

13.5. Ortak Uygulama İlkesi

Kartvizit, antetli kâğıt, sosyal medya postu ve sunum kapağı dâhil olmak üzere tüm uygulama materyalleri aşağıdaki ortak esaslara tabi olmalıdır:

- Logo, ana kurumsal temsil unsuru olarak görünür olmalıdır.
- Kurumsal renk paleti dışına çıkılmamalıdır.
- Yazı karakteri sistemi korunmalıdır.
- Görsel sadelik ve okunabilirlik gözetilmelidir.
- Materyaller arasında aynı kurumsal aileye ait olma hissi korunmalıdır.

13.6. Son Hüküm

Bu kılavuzda tanımlanan tüm uygulama esasları; MMD'nin görünürlüğünü artırmak, temsil standardını güçlendirmek ve her temas noktasında aynı kurumsal güven duygusunu üretmek amacıyla oluşturulmuştur. Kurumsal kimlik, yalnızca estetik bir çerçeve değil; derneğin itibarı, sürekliliği ve kurumsal hafızası açısından stratejik bir yönetim aracıdır.