



enstitü
sosyal



Kurumsal Kimlik Kılavuzu

Bölüm

1

Strateji

Kurumsal Kimliğin Temel İlkeleri

Kurumsal Kimliğin Temel İlkeleri

Bütünlük ve Tutarlılık

Misyon ve Değerlerin Yansıtılması

Toplumsal Sorumluluk ve Etik

İnovasyon ve Değişime Açıklık

Misyon

Eğitim, toplum, kültür ve ekonomi çalışmalarında Türkiye'ye özgün kavram, teori ve alan yazını oluşturulması için gerekli zeminin ve desteğin sağlanması Enstitünün temel misyonudur. Bu hususta ortak akla önem veren, Türkiye farkındalığı ve aidiyeti yüksek, dünya okuryazarlığına sahip geen sosyal bilimcilerin yetişmesi ve ihtiyaçlara uygun çözümler ve modeller geliştirilebilmesi bu misyonun en önemli bileşenidir.

Kurum Felsefesi

Enstitü Sosyal ortak akla önem veren, Türkiye farkındalığı ve aidiyeti yüksek, dünya okuryazarlığına sahip genç sosyal bilimcilerin yetişmesi ve ihtiyaçlara uygun çözümler ve modeller geliştirilebilmesi için çalışır. Türkiye ve dünya perspektifinde etkili araştırmalar yaparak sosyal bilimler alanına katkı sunar.

Kurucu İlkelerimiz

insandan
topluma

Çalışmalarımızın özünde insanı merkeze alarak toplumsal olay ve olguları değerlendirme ilkesi vardır.

öznelden
nesnele

Farklı bakış açılarının öznelliğindeki zenginliği koruyarak nesnel bir araştırma ekosistemi oluştururuz.

gelenekten
geleceğe

Gelenekten aldığımız köklü birikim ve deneyimle bugünün ve yarının belirsizliklerine çözüm üretiriz.

yerelden
evrensele

Çalışmalarımızda Türkiye farkındalığı ve aidiyeti ile dünya okuryazarlığına sahip bir araştırma perspektifi gözetiriz

sözden
yazıya

Sözün kıymetini muhafaza edebilmek için yazının imkanlarını kullanarak kalıcı eserler bırakırız.

bilgiden
uygulamaya

Araştırmalarımızla nitelikli bilgi üretimine katkı sunarak bu bilgilerin ışığında uygulanabilir modeller geliştiririz.

■ düşünceye ilham
■ değişime yön

slogan

Her şey değişiyor. Biz Enstitü Sosyal olarak değişimin yönünü ve toplumsal etkilerini takip ediyor, eğitim ve araştırmalarımızla düşünce­nin bilgiden uygulamaya dönüşümü için çalışıyoruz. Geleneğin birikimi ve geleceğin öngörüsü ile özgün, tutarlı ve ilham verici bir düşünce iklimi oluşturmak gayesini taşıyoruz. Değişime bu iklimle yön vermeyi yerel ve evrensel sorumluluğumuz olarak kabul ediyoruz.

Enstitü Sosyalde Öğrenci Olmak...

- Analitik ve bütüncül bir eğitim almaktır.
- Sorgulayıcı bir perspektif kazanmaktır.
- Dünya okuryazarlığına sahip bir bakış geliştirmektir.
- Türkiye farkındalığı ve aidiyeti ile hareket etmektir.
- Çok disiplinli değerlendirme kabiliyeti ile harekete geçmektir.
- Araştırma yapma becerisi ve uygun metodu seçmeyi öğrenmektir.

Enstitü Sosyalde Araştırmacı Olmak...

- Bilgi temelli hareket etmektir.
- Güncel ve dinamik bir araştırma ekosistemi oluşturabilmektir.
- Teori ve pratik dengesini yakalamaktır.
- Analitik düşünmek ve analitik düşünceye ilham olmaktır.
- Karmaşık yapılara etkili çözümler üretmektir.
- Çalışma alanlarına dair öngörü geliştirerek gelecek perspektifini oluşturur.
- Zamana ve mekana göre zengin bir araştırmacı bakış açısı geliştirmektir.

Bölüm

2

Markalama, Üslup ve Ton

Logomuzun Hikayesi

Logonun ana teması olan **“İki Nokta”** yeni bir cümlenin doğuşuna işaret eder; düşüncenin özenle ifade edilmesini, ciddiyetle tartışılmasını ve paylaşılmasını temsil eder. Farklı perspektifleri bir araya getirebilmek için bir diyalog çabasının alametidir. “İki Nokta” aynı zamanda Enstitü Sosyalin araştırma ve eğitim olmak üzere iki önemli amacını yansıtır. İki nokta, konuların paydaşları ile çok yönlü ve derinlikli bir şekilde ele alındığına işaret eder. Bu yönüyle zengin fikrî altyapı ve özgün politika üretim süreci hedeflerini de vurgular. Enstitü Sosyalin misyonunu yansıtarak akademik yaklaşımı da sembolize eder.

enstitü
sosyal



enstitü
sosyal



Dişı (beyaz) logonun, logo renk paleti ve koyu zeminlerde kullanımı.

enstitü
sosyal



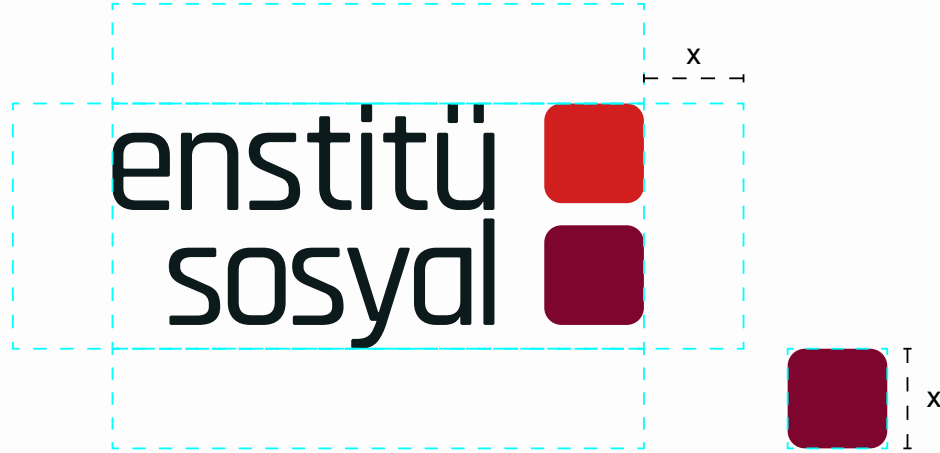
Logo açık zeminde ikinci kullanımı.

Güvenli Alan

Güvenli alan logonun kullanımda etrafında bırakılması gereken minimum uzaklıktır. Bu alan logoda yer alan nokta boyutuyla hesaplanmıştır.

Minimum Boyut

Minimum logo boyutu baskı materyallerinde 20 mm, web kullanımında ise 100 pixel'dir.



Baskı



Web



Logonun Hatalı Kullanımı



Logo elemanlarının yerleri değiştirilemez.



Farklı boyutlarda noktaların corner radiusları sabit kullanılmalıdır.



Logo extend kullanılamaz.



Logo condensed kullanılamaz.



Benzer renk paletinde dişi logo kullanılmalıdır.



Logoda belirtilmiş renkler dışında renk kullanılamaz.



Logo çevrilerek kullanılamaz.



Perspektif kullanılamaz.

Tipografi

Temel olarak iki yazı tipimiz var. İki farklı karaktere sahip yazı tipleriyle hiyerarşi sağlanmıştır.

Rockwell

Montserrat

Rockwell

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Rockwell Bold

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Light

Çeşitli Medyalarda Font Kullanımı

Sosyal Medya

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Montserrat Regular

Broşür

Houschka Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Houschka Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Houschka Pro Medium

Dijital Yayın

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Roboto Regular

Renk Kodları

Renk Kodları

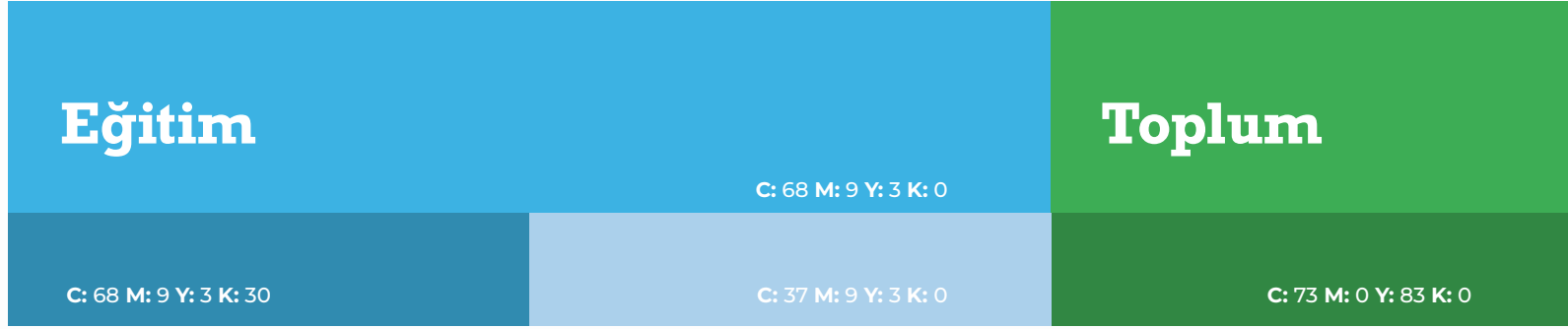
Logomuzda da yer alan iki renk ana renk paletimizi oluşturmaktadır. Siyah ve tonları ile desteklenmektedir.



Türk Bayrağı Renk Kodları
C: 0 M: 96 Y: 90 K: 11
R: 209 G:31 B:30
#d11f1f



Yardımcı Renk Kodları
C: 32 M: 92 Y: 52 K: 42
R: 124 G:36 B:58
#7c243a



Departman Renklerimiz

Enstitü Sosyalde üç farklı araştırma alanı bulunmaktadır: eğitim, toplum ve ekonomi. Her birini ayırt etmek için üç farklı renk kullanılmaktadır. Her renk ikincil ve üçüncül tonlar ile desteklenmektedir. Kurumsal rengimiz ana renk olmakla birlikte departmanlara dair dijital ve matbu çalışmalarda bu bölümde yer alan yardımcı renklerden faydalanılabilir. Genel olarak, renk, araştırma alanı kategorisini gösterir ancak grafik, infografik ya da tablolar üzerinde etkili ve dikkat çekici tasarım için de kullanılabilir. Ana rengin yanı sıra ikincil ve üçüncül tonların kullanılması, daha fazla esneklik ve zenginlik sağlayarak departmanlar arasında farklı tasarım ihtiyaçlarını karşılayabilir.

Ekonomi

C: 73 M: 0 Y: 83 K: 0

C: 4 M: 32 Y: 96 K: 0

C: 33 M: 0 Y: 83 K: 0

C: 4 M: 32 Y: 96 K: 30

C: 4 M: 15 Y: 96 K: 0

Eğitim

Enstitü Sosyal, bütünlüklü, kaliteli ve adil öğrenmeyi teşvik edecek eğitim araştırmaları yapmayı ve bunlarla uyumlu metot ve politika önerileri geliştirmeyi amaçlar. Ana rengimiz mavi tonlarıdır; çünkü mavi bilgeliği, güveni ve analizi simgeler. İkincil ve üçüncül tonlar, eğitimdeki çeşitli konuları ve perspektifleri yansıtmak için kullanılır.

Toplum

Enstitü Sosyal, toplumsal dinamiklere odaklanarak aile, kentleşme, din, teknoloji, tabakalaşma ve iletişim gibi alanlarda multidisipliner bir yaklaşımı benimser. Ana rengimiz yeşil tonlarıdır; çünkü yeşil doğayı, sürdürülebilirliği ve toplumsal sorumluluğu sembolize eder. Toplum departmanı, toplumun dinamikleri ve ilişkileri üzerine çalışır; bu nedenle yeşil, toplumsal fayda ve çevresel duyarlılık ile ilişkilendirilir.

Ekonomi

Enstitü Sosyal, gelir dağılımı, ekonomik büyüme ve sürdürülebilirlik gibi kritik alanlara yönelik araştırma ve eğitimler gerçekleştirir. Ana rengimiz sarı tonlarıdır. Sarı, finansal konuların canlılığını ve dinamizmini yansıtır. İkincil ve üçüncül tonlar, ekonominin farklı yönlerini temsil etmek için kullanılır.

Bölüm

3

Programlarımız

PROGRAMLARIMIZ

Okul Gelişim Programı
Türkiye Müzakere Programı
Araştırmacı Gelişim Programı
Aile Gelişim Programı



logo

Baskı



20 mm

Web



100px

Okul Gelişim Programı

Enstitü Sosyal eğitim alanında ortaya koyduğu her çalışmada öncelikle Türkiye’de ve dünyada çocukların “daha iyi öğrenme”sini sağlayacak eğitim ikliminin oluşturulmasını hedefler. Okul Gelişim Programı bu iklimin oluşturulması için tasarlanmış somut bir girişim ve etkisi ortaya düzenli aralıklarla konulacak bir müdahale programıdır.

okul gelişim programı

logonun açık zeminde ikinci kullanımı.



Türkiye Müzakere Programı

Türkiye Müzakere Programı (TÜM), yapay zekâ destekli müzakere simülasyonlarıyla geliştirilmiş kapsamlı bir eğitim içeriği ile müzakere kültürünün benimsenmesi amacıyla oluşturulmuş uygulamalı modelleri içerir.



logo

Baskı



Web



tüm yönleriyle
çözüme ortak ol

slogan



dişi logo



logoun açık zeminde ikinci kullanımı.



logonun koyu zeminlerde ikinci kullanımı



logo

Baskı

Web



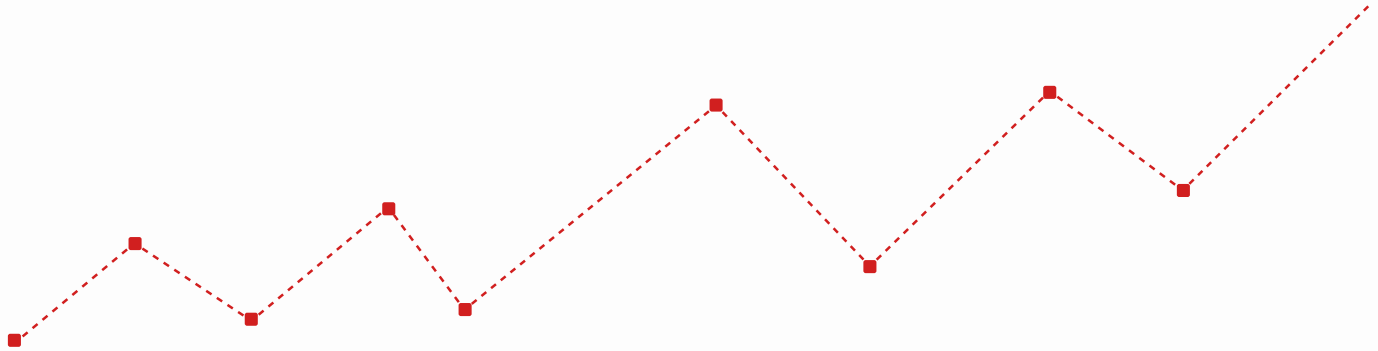
20 mm



100px

Araştırmacı Gelişim Programı

Araştırmacı Gelişim Programı'nda; yüksek lisans ve doktora düzeyindeki araştırmacılar ve öğrencilere yönelik eğitim, toplum araştırmaları ve ekonomi disiplinlerinde seminerler düzenlenecektir. Alanında uzman isimler tarafından yapılacak olan eğitimler ile araştırmacıların derinlikli araştırma, yöntem geliştirme ve model oluşturmaya yönelik becerilerini geliştirmek aynı zamanda entelektüel gelişimine katkı sağlamak amaçlanmaktadır.



logo sembolü

arge

araştırmacı gelişim programı

dişi logo

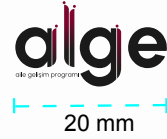
Aile Gelişim Programı

Enstitü Sosyal'in önemli araştırma alanlarından biri olan aile çalışmaları kapsamında tasarlanan Aile Gelişim Programı (alge), ailelerin günümüz belirsizlikleri ve hızlı dönüşümleri karşısında sosyal, psikolojik, manevi ve iktisadi farkındalıklarını artırarak aile kurumunu güçlendirmeyi hedefleyen bir gelişim programıdır. Karakter ve kimlik gelişimi, duygusal destek ve aidiyet kurma, özgüven ve toplumsal güvenin inşasında aileler hem kişisel hem de toplumsal ihtiyaçlar göz önünde tutulduğunda halen en güçlü dayanak ve imkândır.



logo

Baskı



Web





amblem

algje

aile gelişim programı

dişi logo

Bölüm

4

Yayın İlkelerimiz

YAYINLARIMIZ

Araştırma Raporları

Analiz

Kitap

İki Nokta

Dünyadan Eğitim Gündemi

Dünyadan Araştırma Gündemi



Araştırma Raporları

İlgili alanda güncel ve/veya kronikleşmiş olaylar, olgular ve gelişmeleri ele alan, toplumsal ihtiyaca uygun çözüm önerileri sunan yayın türüdür.

Üslup ve Ton

Metinde analitik bir üslup benimsenmelidir. Konunun tarihsel, sosyolojik ve siyasal kökenleriyle ilgili bilgiler verebilir. Ulusal ve global örneklerle karşılaştırmalı bir yaklaşım sergiler. Okuyucu kitlesi olarak siyaset yapıcılar, akademisyenler ve uzman araştırmacıları hedefler.

Yazım Tarzı ve İlkeleri

Birincil kaynaklar ve saha çalışmaları sonucunda bilimsel metotlar ile oluşturulan veri setlerini özgün bir perspektifle sunmalıdır. Konuyla ilgili yaklaşımını, çözüm önerisini ve modelini açık bir şekilde ortaya koymalıdır. 4500-8000 kelime aralığında olmalıdır.

Alıntı ve Referanslar

Metin içi alıntı yöntemi kullanılmalıdır. Güncel APA formatı alıntı ve referanslar için kullanılabilir. Metinde geçen bir konuyla ilgili açıklama yapılması gerekiyorsa dipnot ile yapılmalıdır.

Tasarım ve Düzen

Araştırma Raporu | 02

enstitü
sosyal

Dijital Çağda Ailenin Dönüşümü Yeni Nesil Bağlar ve Dinamikler



30

Dijital Çağda Ailenin Dönüşümü: Yeni Nesil Bağlar ve Dinamikler

4. BULGULAR: AİLE İÇİ İLİŞKİLERDE DİJİTAL ZORLUKLAR, RİSKLER VE İMKÂNLAR

Dijitalleşmenin aile içi ilişkilerde olan etkisini değerlendirdiğimiz saha araştırmamızın bulguları zorluklar, riskler ve imkânlar başlıklarıyla değerlendirilmiştir. Bu çerçevede 11 alt başlığa yer verilmiştir. Bu başlıklar, aileyle birlikte zaman geçir(e)meme, ebeveynlerin teknoloji kullanımına yönelik otokontrol eksikliği, ebeveynlerin kontrol stratejilerindeki belirsizlikler, kontrol stratejilerinde iyi örnekler, endişeli ebeveynler, aile içinde rollerin dönüşümü, gerilmeler, dijital eşitsizlikler, dijital haklar ve sorumluluklar ve dijitalleşmenin imkânları çerçevesinde ele alınmıştır.

Araştırmada, aile fertleri arasında nesil farkına bağlı olarak birtakım döngüler yaşandığı, ancak tüm değişimlere rağmen ailenin bireyler için güvenli bir liman olması devan ettiği görülmüştür.

Araştırmada, genel anlamda, ebeveynlerin sosyal medya ve internet kullanımlarının yoğun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sabit internet ağının bir aile hariç diğer tüm ailelerde kullanıldığı görülmüştür. Bu ailenin alt gelir grubuna ait olması ise internete erişimdeki imkânsızlıkları açıklar niteliktedir. Bununla birlikte mobil internet de yoğun bir şekilde kullanılmakta ve yalnızca iki katlıması mobil interneti çok sık tercih etmişliğini belirtmektedir. Mobil internet kullanımının iki katlımasını da kadın olduğu görülmektedir. Bu kişilerden evlerinde sabit internet ağının olması, internet kullanımlarının ev ile sınırlanmış sonucuna ulaşılmazı sağlanmaktadır. Mobil internet kullanmayan ve evde sabit interneti olmayan kişilerin alt gelir grubuna sahip oldukları da görülmektedir. Katılımcı ebeveynlerin sosyal medya kullanımlarını bakıldığında zaman yalnızca dört katlımasını sosyal medya kullanmadığı görülmektedir. Bu dört katlımasını biri, sosyal medya kullanmadığını söylemesine rağmen sosyal medyaya ilgili diğer sorulara cevap verirken sosyal medya kullanımını olduğu görülmüştür. Delaysıyla sosyal medya kullanımını olmayan bir kişi olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri zaman ise çeşitlilik göstermektedir. Genel anlamda

akşam vakitlerinde sosyal medya kullanımında daha yoğun oldukları söylenek mümkündür. Bununla birlikte "boş vakitler" de katılımcılar için sosyal medyada geçirecek bir zaman dilimi anlamına gelmektedir.

Genel anlamda evlerde sabit internet ağının olduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde mobil internet kullanımı da yoğunudur ve yalnızca bir kişi mobil internet kullanımını olmadığını ifade etmiştir. Sosyal medya kullanımını da oldukça yaygındır. Çocuk katılımcılardan sadece biri sosyal medya kullanımını olmadığını ifade etmiştir. Çocuk katılımcılar genellikle akşam saatlerinde sosyal medyada vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu açıdan çocukların sosyal medya kullanımı ebeveynlerle benzerlik göstermektedir.

Şehir temposu, "hafta sonuna sıkıştırılmış sosyal yaşam", yoğun okul ve çalışma süreleri ailelerin birlikte geçirdikleri zamanı önemli ölçüde kesintiye uğratmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük yaşamın "keşmekeş"inden dem vurmusu, giderek daha az aile zamanına sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

4.1. Birlikte Zaman Geçir(e)meme

Şehir temposu, "hafta sonuna sıkıştırılmış sosyal yaşam", yoğun okul ve çalışma süreleri ailelerin birlikte geçirdikleri zamanı önemli ölçüde kesintiye uğratmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük yaşamın "keşmekeş"inden dem vurmusu, giderek daha az aile zamanına sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

1. Aile zamanı: Aile bağlarını korumak ve güçlendirmek amacıyla ebeveynler, genç nesil, kardeşler ve çocuklar veya gençler arasında; her hafta aynı veya farklı aktiviteler gerçekleştirilirdir.

Bulgular: Aile içi ilişkilerde Dijital Zorluklar

çalıştığı bu dünyaya kontrol edememe sebebinin "büyüklerimizden görme" olarak açıklanmıştır.

"Hullahi nasıl hay edeceğimi bilmiyorum (telefon göstererek). Bizim çocuklarımız dijital dünyamızda her şey daha kolaydır. Anamızdan babamızdan ne gördüğümüz de kendisi anne babalarından... Ama şimdi değil. E bizde bilmiyoruz ne yapacağımızı. Büyüklerimizden görme" di. Bizim de ebeveynler oluyor. Kime soracağız? B? Anne bilmez, biz görmedik. Çocukları biter oldu. Hadi onları ders için giriyor desek en azı işlerine yarıyor ama biz vallahi daha bay geçiyoruz gibisine geliyor bazen. "[A7]

Bazı ebeveynlerin sosyal medya kullanımlarında da yoğun olduğu görülmüştür. 28 ebeveynin birinden fazla sosyal medya platformuna üyelikleri olduğu saptanmıştır. Ayrıca ebeveynlerin çoğunluğunun sosyal medyada çocuklarını en azından daha fazla paylaşımları dikkat çekmiştir. Bu kapsamda çocuk sosyal medyayı birilerini takip etmek, "başları katılmak", yakın oldukları arkadaşlarıyla iletişim kurmak, gündem takip edebilmek gibi imkanları kullanan ebeveynlerde ise sosyal medya kullanımında çok içerik paylaşmak ve sahsı haber paylaşımında gelişmektedir.

"Çok fazla kullanıyorum. Birçok içerik, şeyi internetten aradım bakıyorum. Bir iPhone şey yapıyor ya, ekran süresi. Günlük ortalama 4-9 saat" [A10 50]

Buna karşın, dijitalleşme çocuklara ait bir sorun olmamakta, ebeveynler kendi kullanım sürelerini sınırlandırmaya çalışmaktadır. Bu durum bazı ebeveynlerin çocuklarını "sınlandırmaya" neden olan ve çocukların ebeveynlerine yönelik "annem baba" algılarını dönüştürmektedir. Sonuçta çocuk ebeveynlerinin ilgilerinden, rollerinden ve "yavaş hareket etmelerinden" etkilenmektedir. Çocuk katılımcı çocuklardan biri ebeveynleriyle bu konuda görüşmeler yaşadığını, onlar tarafından "dikkat edilmediği" ve hasta doğru tıbbiyet için kuru mesafeli olmak zorunda hissettiğini söylemiştir.

"Bence aynı çocuklardan sildiyet eden ebeveynlerin iki üçe kadar kendilerine bulaşmaz. Ve hani bence ebeveynler hatırlarlar görmeyen daha yavaş. Yani bilmiyorum belki çok genel bir şeydir ama mesela ben ailemleri konuşursam, diyelim ki vakit geçiyor."

Tipografi ve Biçimlendirme

Montserrat Bold - Ana Başlık 20 punto

Times New Roman Bold - Alt Başlık 12 punto

Times New Roman Regular - Paragraf 10 punto

ur, Riskler ve İmkânlar 33

İttiyorum dersin ki aileme 'baba, anne biraz telefonsuzca bırakınız falan'. Direkti hani servisine mekanizmasıyla prey oluyorlar, 'ben iy için kullanıyorum kızm' böyle, ben zemin gibi sosyal medyaya falan bakıyorum... Ama görüyorum yani o anda Twitter'a falan bakıyorlar. Hani bilmiyorum bence daha kabul edemiyorlar yani ana ebeveynler de çok kullanıyor. Hatta mesela benim anam ve babam beneden daha çok kullanıyor bence. Ama ben söylediğimde gımsızlık olarak algılanıp hemesi tepki veriyorlar. Bu yüzden artık onlarla bu konuları konuşmak istemiyorum bile. Beni doğru anladıklarını bile düşünmüyorum. Çocukum ve saçlayım yanı. Bu. Bana söylediklerinde bile tepkiziz kalıyorum çünkü çok sızıldım, böyle az konuşmak daha iyi." [Ç10: 17]

4.3. Ebeveyn Kontrol Stratejileri: "Peki Biz, Ne Yapacağız?"

Araştırmada, ebeveynlerin BIT'in aktif kullanımları olmalarına karşın ilgili araçlar, platformlar ve içerikler konusunda çocukları kadar bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Bu durum dijital göçmenlik kavramıyla ele alınmıştır. Diğer yandan, ebeveynlerin dijitalleşene farkındalıklarının ve becerilerinin az oluşunun çocuklarına yönelik etkili kontrol stratejilerini belirlemelerinin önünde de engel teşkil edecek boyutta olduğu anlaşılmaktadır. Ancak ebeveynlerin sosyal mecraların çocukların karakter ve ahlaki gelişim açısından olumsuz etkileme potansiyeline yönelik endişeleri dikkat çekicidir. Katılımcıların endişeleri çerçevesinde küçük çocuklara yönelik olarak internetin fişini çekme, cihazı saklama, filtre koyma, çocuk filteri kullanma, internet paketini kısıtlama, ders çalışma saatlerinde telefon yasaklama gibi doğrudan veya dolaylı yasaklama/disipline etme uygulamalarına rastlanmıştır.

Ebeveynlerin tercih ettikleri kontrol mekanizmalarına bakıldığında, ilk olarak katılımcıların önemli bir bölümünün özellikle üniversite öncesindeki çocuklarına yönelik çeşitli kontrol stratejileri uygulamadıkları ifade ettiği görülmektedir. Bazı katılımcılar bann ebeveynlerin sorumluluk alanlarından biri olarak görmekte, öte yandan bann ancak çocuklarının lise bitimine kadar sürdürülebilir olduğunu düşünmektedir. Bir diğer önemli husus ise ebeveynler için bu durumun yoğun bir endişe kaynağı haline dönüştürmesi. Örneğin bir katılımcı dijitalleşme ile beraber oluşan bu yeni

Analiz

İlgili alanda güncel bir sorunu ele alan ve bu sorunla ilgili durumu analitik bir gözle inceleyen yayın türüdür.

Üslup ve Ton

Açık ve doğrudan bir anlatım benimsenmelidir. Analitik bir dil kullanılmalıdır. Tartışmalar doğrudan ifade edilmelidir. Genel geçer ifadeler yerine konunun doğrudan kendisine yönelik argümanlar sunulmalıdır. Hedef kitlesi olarak siyaset yapıcılar, medya, akademisyenler ve uzman araştırmacıları hedefler.

Yazım Tarzı ve İlkeleri

Güçlü veri, grafik ve harita gibi kanıtlar doğrudan sunularak analizin temel argümanının güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmalıdır. Konu hakkında yazar temel verileri sağlamakla beraber kendi analizini, önerilerini veya modelini sunmalıdır. 2500-6000 kelime aralığında olmalıdır.

Alıntı ve Referanslar

Metin içi alıntı yöntemi kullanılmalıdır. Güncel APA formatı alıntı ve referanslar için kullanılabilir.

Tasarım ve Düzen

Analiz No: 3

enstitü
sosyal

Sosyal Politikalar Bağlamında Türkiye’de Doğum



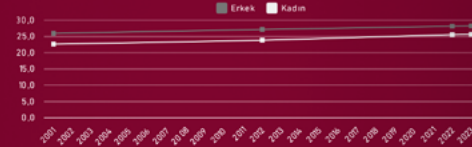
düşünceye ilham
değiştirme yönü

GEÇ EVLİLİK VE GEÇ EBEVEYNLİK

Türkiye’de evlilik oranlarındaki düşüş devam etmektedir. 2022 yılında 6,78 olan kaba evlenme hızı oranı 2023 yılında 6,63’e düşmüştür. Diğer yandan ilk evlenme yaşı her iki cinsiyet için de giderek yükselmekte.

2023 yılı için erkeklerde 28,3 iken, kadınlarda 25,7 olmaktadır. Ülkemizde 2009 ve 2023 yılları arasında cinsiyete göre medeni durumun dağılımı incelendiğinde, erkeklerde hiç evlenmeyenlerin oranının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Cinsiyete Göre Ortalama İlk Evlenme Yaşı, 2001-2023.



Kaynak: İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması'na göre ortalama ilk evlenme yaşı, 2001-2023, TÜİK

Diğer yandan TÜİK'in gerçekleştirdiği Türkiye Aile Yapısı Araştırması 2021 (TAYA) sonuçlarına göre bireylerin kadın ve erkek için uygun gördükleri ilk evlenme yaşları incelendiğinde, hem erkekler hem de kadınlar için uygun görülen ilk evlenme yaşı 25-29 olduğu görülmektedir. Bu durum toplumun evlilik yaşına dair algısını ortaya koymakla birlikte, önümüzdeki yıllarda görülmesi muhtemel evlilik eğilimini de ortaya koymaktadır. Aynı çalışmada ayrıca "önümüzdeki 3 yıl içerisinde evlenmeyi düşünmeyen ya da kararsız olan boşanmış, eşi ölmüş ya da hiç evlenmemiş, 15 ve daha yukarı yaşta" bireylerin oranı %80,1

olmuştur. Önümüzdeki 3 yıl evlenmeyi düşünmediğini beyan eden bireylerin %29,5'i "eğitim hayatına öncelik verdiği için", %11,9'u "maddi kazancını yeterli olmadığı için" ve %10,2'si "uygun biryle karşılaşmadığı için" evlenmeyi düşünmediğini belirtmiştir. Evlenmeyi düşünmemeye nedenleri cinsiyete göre incelendiğinde, en önemli neden her iki cinsiyette de eğitim hayatına öncelik vermek olmuştur. Erkekler için ise "eğitim hayatına öncelik verme" nedeninden sonra gelen evlenmeyi düşünmemeye nedenleri %22,5 ile "maddi kazancını yeterli olmaması", %11,2 ile "iş garantisinin olmaması" olmuştur.

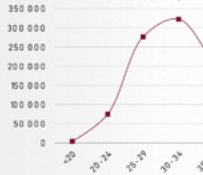
Tablo 9: Cinsiyete Göre



Kaynak: Cinsiyet, IBBS 1. Düzey ve üç büyük evlenmeyi dışlanmaya sebepleri, 2021, TÜİK

Ortalama doğurganlık yaşında 2022 yılı 30-34 ve üçüncü sırada 20-24 yaş grubu giderek yükselmekte, TÜİK'in verileri grubunda görülmektedir.

Tablo 10: Yaş Grupları



Kaynak: İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması 2012-2022, TÜİK



Kitap

Bir tema veya sorun üzerine derinlemesine yapılan monografik araştırma veya derleme yayındır.

Üslup ve Ton

Her bir başlık konu ve sorunu detaylı bir biçimde ele almalıdır. Analitik bir dil kullanılmalıdır. Derinlemesine tartışmalara ve analizlere girilebilir. Her alandan okuyucu kitlesini hedefler. Dolayısıyla ilgili konu hakkında daha önce tecrübesi olmayan kişilerin konunun kendisini ve arka planını anlayabileceği bir üslupta yazılmalıdır.

Yazım Tarzı ve İlkeleri

Literatür eleştirisi yanında yayınlanmış istatistikler, saha çalışması verileri ve mülakat kayıtları analiz edilerek kullanılmalıdır. İddiaların ve argümanların dayandığı veriler derinlikli ve tutarlı olmalıdır. Yazım formatı yayın kurulu tarafından belirlenecektir.

Alıntı ve Referanslar

Metin içi alıntı yöntemi kullanılmalıdır. Güncel APA formatı alıntı ve referanslar için kullanılabilir. Metinde geçen bir konuyla ilgili açıklama yapılması gerekiyorsa dipnot ile yapılmalıdır.

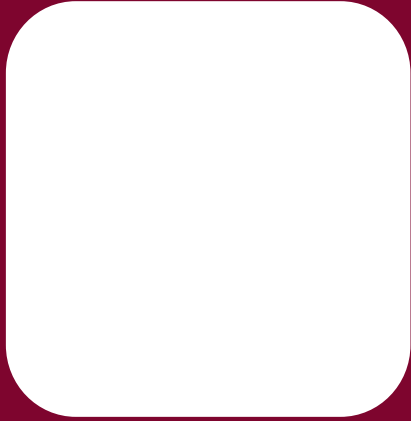
Tasarım ve Düzen



Tipografi ve Biçimlendirme

Times New Roman Bold - Başlık 14 punto

Times New Roman Regular - Paragraf 12 punto



iki nokta

Yerel, bölgesel veya küresel seviyelerde güncel meseleleri ya da yapısal sorunları ele alan yazarın argümanının öne çıktığı yayın türüdür. Bu yazı türü ayrıca Enstitü Sosyal bünyesinde yayınlanacak olan kitap tanıtımı, biyografi, araştırma raporu değerlendirmesi ve inceleme yazılarını da içermektedir.

Üslup ve Ton

Somut argümanlar, eleştiriler ve öneriler doğrudan ortaya konmalıdır. Çok detaylı tarihi ve kavramsal tanımlar ile teknik ayrıntılardan kaçınılmalıdır. Akademik bir üsluptan ziyade geniş kitlelerin kavrayabileceği akıcı ve anlaşılır bir dil ile yazılması gerekmektedir.

Yazım Tarzı ve İlkeleri

Makalede yer alan tüm istatistik, rakamsal veri ve tarihlerin kontrolü sağlanmalı ve hyperlink olarak kaynakları eklenmelidir. Argümanların öne çıkarılması gereklidir. 800-1200 kelime aralığında yazılmalıdır.

Alıntı ve Referanslar

Çevrimiçi kaynaklara hyperlink ile referans verilmesi beklenmektedir. Kitap ve belge gibi kaynaklara yer verilmesi durumunda referanslar APA formatında eklenmelidir.

Tipografi ve Biçimlendirme

Opensans Bold - Başlık

Opensans Regular - Paragraf

Tasarım ve Düzeni

Prof. Dr. Rahmet Savaş

Matematikle Barışık Bir Gelecek: Kaygıdan Keşfe Yolculuk

Matematik düzeyini öğrenciden öğrenciye farklı gösterir. Kimileri için heyecan verici ve zevkli bir macera iken diğerleri için korkutucu veya sıkıcı olabilir. Öğrencilerin matematik dersini nasıl algıladıkları genellikle onların tutumu, dersin içeriği, öğretmenin öğretim tarzı ve öğrencinin kendi matematik yetenekleriyle ilişkilidir.

Bazı öğrenciler matematiği, mantık düşünmeyi geliştirmenin ve problem çözme becerilerini artırmının bir yolu olarak görürken bulmaca çözmek veya bir oyun stratejisi geliştirmek gibi zihinsel bir meydan okuma olarak algılayabilirler. Matematik, düzenli ve mantıklı bir yapıya sahip olduğundan öğrenciler için sorucu tahmin edilebilir ve güven vericidir.

Ancak bazılarının için de matematik korkutucudur. Öğrencilerin matematiğin korkmasına ve dersle ilgili olumsuz tutum geliştirmelerine yol açabilecek farklı nedenler olabilir.

Matemastikten Neden Korkulur?

Matematik, doğru ve yanlış net bir şekilde belirtildiği bir ders olduğu için öğrencilerin başarısız olma korkusu yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu endişe ise, öğrencilerin derisi anlama ve öğrenme sürecini olumsuzlaştırır.

dünyadan eğitim gündemi

Eğitim, toplum ve ekonomi alanlarında dünyadaki gündemi aktaran ve tartışan yayın türüdür.

Tipografi ve Biçimlendirme

Montserrat Black Başlık 22 punto

Barlow Regular - Paragraf 12 Punto



dünyadan araştırma gündemi

Dünya genelinde eğitim bilimleri alanında yankı uyandıran, en çok okunan ve en çok atıf alan makaleleri derleyip özetleyerek sizlere sunduğumuz yayın türü.

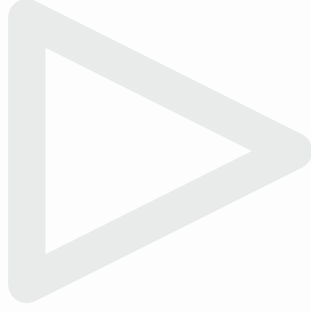
Tipografi ve Biçimlendirme

Montserrat Black Ana Başlık 22 punto

Barlow Bold - Alt Başlık 14 Punto

Barlow Regular - Paragraf 12 Punto





Video & Podcast

Bir tema veya sorun üzerine derinlemesine yapılan monografik araştırma veya derleme yayındır.

**Bütün video içerikleri arşivlenmek üzere
aşağıdaki teknik özellikler ile kaydedilir.**

3840 x 2160 piksel 16:9

25 FPS Progressive -2160p/25

10 Bit Prores HQ 4:2:2 .mov formatında

Çıktı dosyası

ProjeAdı_Tarih(GgAaYy)_ES.mov

şeklinde adlandırılmalı ve ilgili tarih ilgili ay klasöründe
proje dosyası ile beraber arşivlenmelidir.

Örn:

2023/Ekim/LogoIntroProje/Exports/LogoIntro_16Ekim2023_ES.mov

Video Platform ve Çıktı Formatı

Yayın Platformu	Kare Sayısı (FPS)	Video Ölçüsü	Maksimum Süre	Minimum Kalite	Format
YouTube	25	3840x2160	-	40 Mbps	H264 Mp4
Shorts&Reels	25	1080x1920	1 dk	16 Mbps	H264 Mp4
Twitter	25	1920x1080	2 dk 20 sn	6 Mbps	H264 Mp4
Facebook	25	3840x2160	-	24 Mbps	H264 Mp4
Instagram Kare Post	25	1080x1080	1dk	16 Mbps	H264 Mp4
Instagram Story	25	1080x1920	15sn	16 Mbps	H264 Mp4
Instagram Dikey Post	25	1080x1350	1dk	16 Mbps	H264 Mp4

Video Güvenli Alanlar



Kırmızı Alan - Videolar üzerine eklenecek bütün grafik ve yazıların bu alanın dışına taşmaması gerekmektedir.

Mavi Alan - Video içeriğinde gösterilmek istenen öznelerin farklı yayın ortamlarında izlenirken görüldüğünden emin olunması için bu alanın dışına taşmaması gerekmektedir.

Videolarda Ses özellikleri

Maksimum True Peak seviyesi: -1 Db

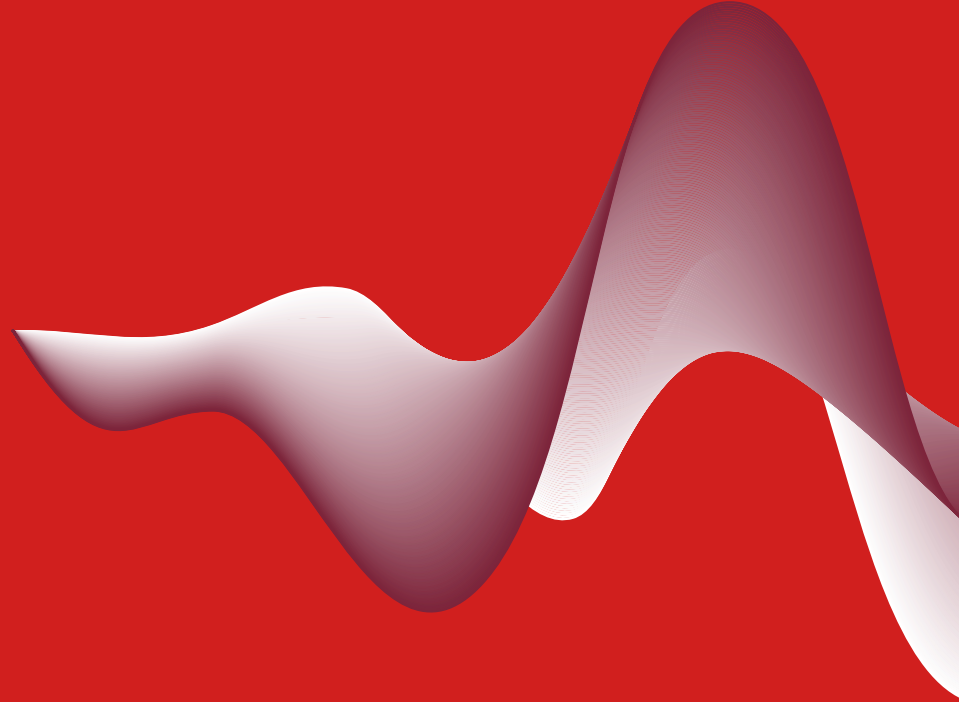
Sample Rate: 48 kHz

Bit Depth: 24 bit

Mod: W

Diyalog sesleri tercihen -6Db ve -12 Db arasında olmalıdır.

Müzik sesi diyalog olmadığı durumlarda Maksimum -6Db, diyalog olan durumlarda Maksimum -18 Db olmalıdır.

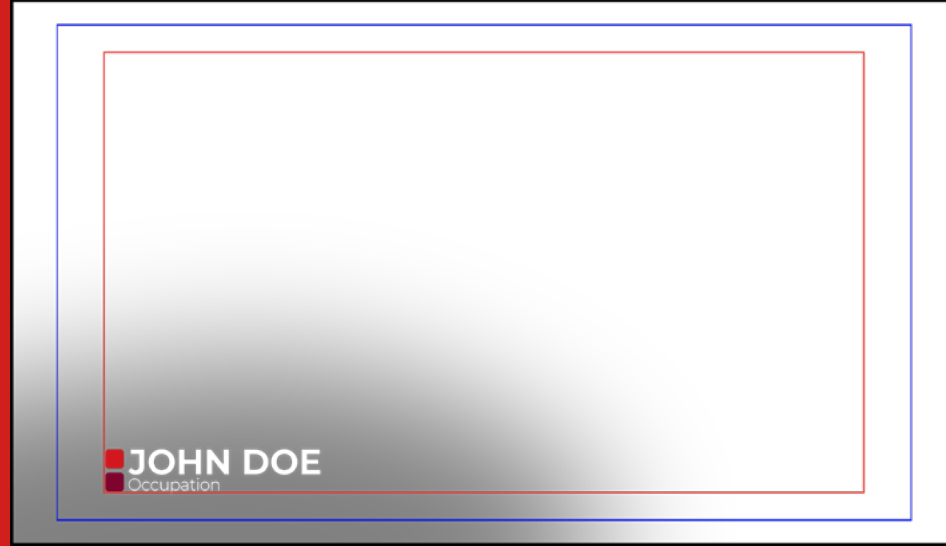


Diyalog sesleri arka planda gürültü ve yankı olmayacak şekilde temiz kaydedilmeli ve final mikste seste herhangi bir elektronik bozulma ve noise olmamalıdır.

Video üzerine eklenecek grafik özellikleri

Videolarımızın üzerine eklenecek grafik renkleri kurumsal kimlik renk paletimiz içeriğinde olan renkler olmalıdır. Yazı fontları Montserrat ve Rockwell olarak seçilmiştir. Aşağıda belirlenen grafik örnekleri bütün videolarda aynı olacaktır, bunlar dışında kalan grafik tasarımları video içeriğine uygun olarak farklı şekillerde yapılabilir ancak renk ve font seçimleri belirtilenler dışına çıkmamalıdır.

KJ



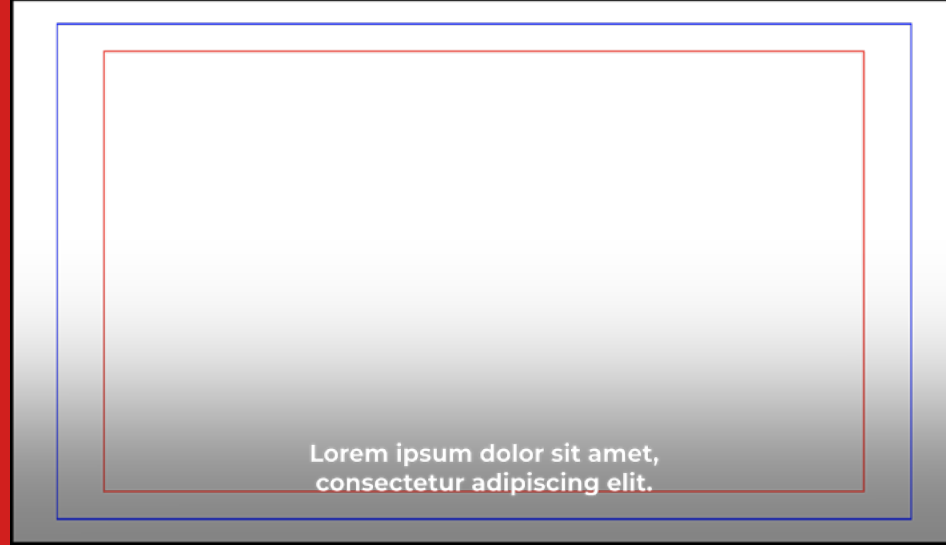
Yazı Stili

Adı - Montserrat Bold 140px

Unvan - Montserrat Regular 65px

Parlak alanlarda okunaklılığı arttırmak amacıyla grafik altına şekildeki gibi bir gölge yerleştirilir.

Altyazı



Yazı Stili

Monserrat Regular 45px

Maksimum 2 satır olmalıdır. Parlak alanlarda gerektiğinde örnek resimdeki gibi hafif bir gölgelendirme verilebilir.

Podcast

İlgili alanda güncel bir sorunu ele alan ve bu sorunla ilgili durumu analitik bir gözle inceleyen yayın türüdür.

Podcast Ses Çıktısı

Dosya tipi: WAV

Sample Rate: Minimum 48 kHz

Bit Depth: Minimum 24 bit

Maksimum True Peak: -1 Db

Diyalog sesleri tercihen -6Db ve -12 Db arasında olmalıdır. Müzik sesi diyalog olmadığı durumlarda Maksimum -6Db, diyalog olan durumlarda Maksimum -18 Db olmalıdır.

Bölüm

5

Markalama alışmaları

**insandan
topluma**



Çalışmalarımızın özünde
insanı merkeze alarak
toplumsal olay ve olguları
değerlendirme ilkesi
vardır.

enstitü
sosyal





enstitü
sosyal

enstitü
sosyal



düşünceye ilham **değişime yön**





gelenekten geleceğe


Gelenekten aldığımız köklü
birikim ve deneyimle bugünün
ve yarının belirsizliklerine
çözüm üretiriz.

from
conventional
to contemporary

gelenekten
geleceğe



enstitü
sosyal



yerelden
evrensele

Çalışmalarımız Türkiye
bilinliliğini ve değerini de
dünya ölçeğinde artırıp
bu açıdan perspektifi
genletir.

from local
to global

In our research and work,
we spread a perspective
that combines a strong sense
of awareness and belonging
to Turkey with global
impact.

yerelden
evrensele

Yerelden Evrensele
Markalama Çalışmaları
2023





www.enstitososyal.org

