

# İçindekiler tablosu

Hikaye küratörlüğü: kılavuzlar	2
Giriş	3
Temel ilkeler	3-10
Küratörlük için zemin	10-11
Uygulamalı küratörlük	11-16
Pratik araçlar ve talimatlar	16-21
Kaynakça	22

## Hikaye küratörlüğü: kılavuzlar

1. DigiFolk'un temel ilkelerini okuyun ve projenin temel değerlerini ve hedeflerini anladığınızdan emin olun.
2. Ham veriyi dinleyin. Dinlerken, röportajın size nasıl hissettirdiğine ve düşündürdüğüne odaklanın. Bu noktaları not alın.
3. Ham materyalden bir hikaye çıkarın. Katılımcının hikayeyi anlatmaya başladığı ve bitirdiğı noktalara zaman damgaları ekleyin.
4. Transkriptlere bakın (eğer varsa), bunları kaydedilen hikaye ile karşılaştırın. Eğer sorularınız varsa not edin. Hikayeyi kendiniz de yazıya dökebilirsiniz.
5. Olası kürasyonlar için fikirler üretin. DigiFolk ilham sayfasını kontrol edin. Küratörlüğünü yaptığınız hikayelerin kültürüne dair referanslar arayın.
6. Şu hususları göz önünde bulundurun: topluluğa geri dönüş sağlamak, daha fazla stereotipi önlemek, hikayeyi ilgi çekici hale getirmek. Mümkünse, fikirlerinizi katılımcılar tarafından önerilen fikirlerle karşılaştırın.
7. Veriyi toplayan kişiyle iletişime geçin ve sorularınızı, notlarınızı ve fikirlerinizi tartışın. Onların girdilerini isteyin; hikayenin nasıl toplandığı ile ilgili ayrıntıları öğrenin (veya hikayeleri siz topladıysanız öz değerlendirme yapın).
8. Hikayelere geri dönün. Hikayenin küratörlüğünü yapmak için birkaç taslak oluşturun. Taslakların bitmiş gibi görünmemesi gerektiğini unutmayın; bu, topluluğun samimi görüş ve düzenlemeler vermesini kolaylaştırır.
9. Mümkünse, taslaklarınız hakkında geri bildirim almak için topluluğa geri dönün. Yorum yapmalarını teşvik edin ve eleştirilere açık olun. Nihai ürünün gösterimi için bağlantıda kalmalarını isteyin.
10. En iyi yorumları alan ve en umut verici görünen fikri seçin. Geri bildirimleri bu fikre dahil edin. Projenin yaygınlaştırılması ile ilgili olasılıkları önceden düşünün ve not edin.
11. Küratörlüğü yapın!
12. Nihai ürünü, son dakika değişiklikleri için topluluğun üyelerine gösterin.

## Introduction

Bu kılavuz, DigiFolk projesine dahil olan şehirlerde yaşayan etnik, dini ve ırksal gruplardan toplanan halk hikayelerini, bilgelik hikayelerini küratörlüğünü yapmak isteyen kişilerin yanı sıra benzer bir niyete sahip olan ve DigiFolk'un değerlerini paylaşan herkes tarafından kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Küratörlük süreci boyunca saygı duyulması ve korunması gereken DigiFolk'un temel ilkelerine genel bir bakış sunarak başlıyoruz. Daha sonra, küratörlüğün teorik temelini ve mümkün olan en iyi sonucu elde etmek için atılması gereken pratik adımları açıklıyoruz. Son olarak, kürasyon için kullanılacak bazı kaynakları paylaşıyor ve kendi kürasyonunuz için fikir edinebileceğiniz kaynaklar ve vakalar sunuyoruz.

## **DigiFolk'un Temel İlkeleri**

Seslendirme sanatçılarını seçmeye ve potansiyel ortaklarla iletişime geçmeye hemen başlamak ne kadar cazip olsa da, projenin başarılı olması için öncelikle bazı şeylerin üzerinde düşünülmesi gerekir. Bunlardan ilki, DigiFolk'un dayandığı ve tek tek sunulan temel ilkelerdir. Elbette, çalıştığınız bağlama göre belirli noktaların farklı şekilde tanımlanması veya yorumlanması gerektiğini düşünebilirsiniz, ancak lütfen neden böyle düşündüğünüzü ve bu şekilde hissediyorsanız neyin daha iyi olabileceğine inandığınızı araştırmak için biraz zaman ayırın. Bunu yapmak, 1) size çalışmanıza ilham veren sağlam bir zihinsel referans noktası sağlayarak ve 2) katılımcılarla ve potansiyel ortaklarla / işbirlikçilerle iletişim kurabileceğiniz bir dizi ilke sağlayarak genel projenize fayda sağlayacaktır. Bununla birlikte, DigiFolk'un projenizde benimseyeceğinizi umduğumuz üç temel ilkesi vardır: sosyal gruplar arasında iletişimi teşvik etmek için aracılı temas kullanmak, araştırmayı katılımcı hale getirmek ve topluluklara geri dönüş sağlarken daha fazla stereotipi önlemek.

## **Temas ve Tutumlar**

Halk hikayelerini paylaşmanın daha az önyargı, daha fazla gruplarası empati veya genel olarak gruplarası daha olumlu tutumlar gibi pozitif sosyal sonuçlara yol açabileceğini nasıl umabiliriz? Sosyal psikolojide uzun süredir kabul gören ve sağlam bir bulgu olan "temas hipotezi," bir kişinin dış grup üyelerine yönelik tutumunun, o gruptan bireylerle temas kurmasıyla genellikle iyileştiğini öne sürer. (Baumeister & Vohs, 2007). Bu, örneğin, etnik açıdan daha çeşitli mahallelerden gelen insanların neden daha az etnik önyargıya sahip olma eğiliminde olduklarını açıklamaya yardımcı olur (en azından etrafında büyüdükleri etnik gruplara karşı). Ancak elbette her temas iyi bir temas değildir; örneğin bir siyasi mitingde karşı taraftan biriyle karşılaşmak genellikle onun hakkındaki görüşünüze pek de iyi gelmez. Bu nedenle, yerine

getirildiği takdirde temasın istenen etkileri yaratma olasılığını artıran bir dizi kriter vardır. Bu kriterler şu şekildedir:

1. **Eşit Statü:** Her iki grup da durum içerisinde eşit bir konuma sahiptir; bir grubun diğerine üstünlük sağlamadığı ve hiçbir grubun diğerine aşağı bir pozisyonda olmadığı anlamına gelir (Baumeister & Vohs, 2007)
2. **İşbirliği ve ortak hedef:** İdeal olarak, her iki grup da ortak bir hedef doğrultusunda çalışmalıdır (Baumeister & Vohs, 2007)
3. **Temas, otoriteler ve normlar tarafından desteklenir:** İdeal olarak, temas durumu hem geleneksel otorite hem de davranış normları tarafından onaylanmış olarak algılanmalıdır. Örneğin bir işyerinde veya kilise ortamında durum böyledir (Vezzali & Stathi, 2021; Allport, 1954) Not: Bu, temasın bir sosyal müdahale olarak görülmesi gerektiği anlamına gelmez.

## Temasa Nasıl Aracılık Edilir

Ancak elbette, insanları bu koşullar altında iş birliği yapmak üzere “aynı odaya” getirmek her zaman mümkün değildir. Aslında, sosyal ağların işleyiş biçimi göz önüne alındığında, marjinal gruplardan kişiler ile şehrinizin "ana akım" kesiminden kişiler muhtemelen hiç etkileşime geçmezler. Neyse ki, basılı medya, afişler ve internet çağında yaşıyoruz, bu yüzden aracılı temas kullanarak bu gerçek sosyal boşluğu doldurabiliriz. Aracılı temas, iki grubun bir araya geldiği normal temas gibidir, ancak burada bir taraf “buluşmaya” aracılı bir biçimde gelir, örneğin bir sosyal medya gönderisi, haber makalesi ya da bizim durumumuzda olduğu gibi, küratörlüğü yapılmış bir halk hikayesi şeklinde (Wong et al., 2022).

### Düzenli İletişim



### Aracılı Temas



Aracılı temas müdahaleleri çeşitli medya araçları kullanılarak denenmiş ve umut verici sonuçlar göstermiştir. Örneğin, ilkeli haber formatlarıyla yapılan haberlerin grup arası tutumları iyileştirdiği ve önyargıları azalttığı gösterilmiştir (Wojcieszak & Azrout, 2016). Başka bir bağlamda, çevrimiçi olarak eşcinsel veya eşcinsel yanlısı kullanıcıların paylaşımlarına basit maruz kalma (çifte aracılık!) bile Çinli yetişkinler arasında eşcinsellere karşı daha olumlu tutumlar geliştirmiştir (Wu et al., 2018).

Şimdi, "Eğer insanlar aynı odada değilse, etkinlik ilkeleri onlara nasıl uygulanabilir?" diye sorabilirsiniz. İlk bakışta sezgisel görünmese de, bunun nasıl çalışabileceğini anlamaya çalışmak, faydalı kürasyon fikirleri geliştirmede aslında önemli bir adımdır. Öyleyse, daha önce tartıştığımız ilkeleri "aracılı" kısmını dikkate alarak yeniden ele alalım:

- 1. Eşit Statü:** "Birlikte bakmak" vs 'Bakmak', 'Anlamak vs Yargılamak', Hikaye anlatıcısını ilişkilendirilebilir kılmak vs hikaye anlatıcısını egzotik kılmak
- 2. İş Birliği ve Ortak Amaç:** DigiFolk sürecine katılmak için bir neden oluşturmak (ancak "Önyargılarınızı aşmanız gerekiyor!" gibi bir yaklaşımla değil). Örneğin; anlamak, takdir etmek vb.
- 3. Temas, otoriteler ve normlar tarafından desteklenir:** Nerede paylaşım yapmalı? Kendinizi nasıl markalaştırırsınız? Saygın bir kurumdan resmi destek almak mümkün mü?

## **Katılımcı araştırma ve küratörlük ilkeleri ve zorlukları**

Katılımcı araştırma ya da bizim durumumuzda *katılımcı sanat yapımı*, katılımcının bilimsel süreçteki rolünü vurgulayan bir dizi uygulamadır. Bunlar, "topluluk üyelerinin yaratım, küratörlük ve kullanımda aktif ve birincil rol almasına olanak tanıyan projelerdir" (Benoit III, Roeschley, 2019) ve katılımcıyı bazen kelimenin tam anlamıyla, ancak çoğu zaman ruhen sanatçı ve küratör olarak iş arkadaşınız yapar. Katılımcı gelenek, antropoloji gibi disiplinlerde önyargılı ve sömürü olarak görülen uygulamalara karşı koymak için sosyal bilimlerde bir hareket olarak başladı. Benzer şekilde, katılımcıları araştırmamıza dahil etmek, yanlış temsil risklerini en aza indirmenin yanı sıra özgünlüğe en iyi şekilde yaklaşmamızı sağlamamıza yardımcı olacaktır.

### **Katılımcı araştırmanın sağladığı faydalardan bazıları şunlardır:**

- İnsanların kendilerine sorarak daha yüksek derecede uygun temsilin sağlanması
- Katılımcılara değerli olduklarını ve görüldüklerini hissettirmek
- Son ürüne özgünlüğün meşruiyetini ve gücünü kazandırmak

- Temsil edilenin varlığının oluşturulması

### **Nasıl yapılabilir?**

Gerekli katılım derecesi, gerçek ve hayali olmak üzere iki düzeyde gerçekleştirilir.

Gerçek düzey, katılımcıya küratörlük sürecine gerçek anlamda katkıda bulunma kabiliyeti vermek üzere tasarlanmış uygulamalardan oluşur; örneğin küratörlük aşamasında tercihleri ve hayalleri sorulur, farklı taslaklar arasında seçim yaparken oyları istenir ve proaktif olarak girdi ve geribildirim verme kabiliyeti verilir.

Burada “fırsat” yerine “kabiliyet” kelimesinin seçilmesi çok önemlidir. Girdi sağlamak için resmi bir izin veya talep şu durumlarda yararlı değildir:

-Katılımcı proje konusunda kendini rahatsız hissediyorsa

-Zaman, mekan veya teknoloji kısıtlamaları, katılımcının katkı fırsatlarını değerlendirmesini imkansız hale getiriyorsa

-Katkı sağlama girişimleri, sorular veya endişeler dikkate alınmıyorsa

Bu nedenle, gerçek katılımcı katılımını kolaylaştırmak için nitel araştırmaya ilişkin yaygın yönergeleri izleyerek bu durumları en aza indirdiğinizden emin olun.

İkinci olarak, hayali düzeyde, katılımcının hikayesini anlatma çerçevesini korumak ve projeye yönelik ilgi ve isteklerini hatırlamak önemlidir.

### **Katılımcılar için kötü sonuçların önlenmesi**

Bu "Digi"Folk olabilir, ancak gerçek dünyada gerçek marjinalleşme ile karşı karşıya olan gerçek insanlarla çalıştığınızı unutmamalısınız. Bu durum, katılımcının isteği dışında kimliğinin ifşa edilmesi gibi, ayrımcılık, tehdit, taciz ve diğer istenmeyen sonuçlara yol açabilecek gerçek olumsuz sonuçlara neden olabilir. Bir küratör olarak sizin göreviniz:

- Açıklanmasına açıkça izin vermedikleri sürece kişinin kimliğinin gizli kaldığından emin olun.
- Katılımcı üzerinde etkisi olan tüm kararların (ister doğrudan ister dolaylı olsun) katılımcı(lar) göz önünde bulundurularak planlandığından, katılımcı tarafından verilen rıza ve geçerli genel etik ilkeler kapsamında olduğundan ve mümkünse katılımcıların görüşlerinin sorulup saygı gösterildiğinden emin olun.

- Katılımcıyı, sadece ekip tarafından ayrıcalık tanınan biri olarak değil, aynı zamanda “kontrol yetkisine sahip” biri olarak düşünmek tavsiye edilir (Carroll et al., 2022).

## **Stereotipler ve bunların sürdürülmesinden nasıl kaçınılabileceği**

Stereotipler, genel olarak, insan gruplarına uyguladığımız aşırı genelleştirilmiş kavramlardır. Zararsız görünebilirler, ancak muhtemelen hepimiz onların insanları benzersiz bireyler olarak görme başarısızlığı, olumsuz yargıların genelleştirilmesi ve empati ve iş birliği için gerekli olan anlayışın engellenmesi gibi kötü sonuçlara yol açabileceğini biliriz. Bu nedenle, stereotipleri anlamak ve önlemek DigiFolk için önemli bir konudur. Önlemek istediğimiz iki ana stereotip türü vardır: toplumsal stereotipler ve anlatı stereotipleri.

Toplumsal stereotipler, genellikle stereotip olarak düşünebileceğiniz şeylerdir. Bunlar genellikle “tüm x’ler y’dir” veya “x yapan herkes y’dir” formatını takip eder. Burada y genellikle ya olumsuz bir özelliği ya da genelliği nedeniyle x olarak tanımlanan kişilerin “insan” veya topluluğun bir üyesi olarak görülmesini zorlaştıran bir özelliği ifade eder.

### **Onları engellemek için,**

- a) *x içindeki farklılık ve çeşitliliği vurgulayın:* Bir grubun tek tip bir kitle olarak görülmesini engellemek için yapılacak en basit şey, grup içindeki farklılıkları ve bireysellikleri öne çıkarmaktır. Bu, farklı bakış açılarını, temaları ve hatta ruh hallerini yan yana getirerek yapılabilir. Bunu göstermenin özel bir alt türü, seçilmiş öğelerin belirli bireylerle “insani ilgisini” göstermektir. Bir hikayenin yanına konan ve topluluğun çoğul durumunu anlatan kısa ve anonim bir not eklemek bile oldukça etkili olabilir.
- b) *Bir stereotipi başka bir stereotiple değiştirmeyin:* “Tüm x’ler tembeldir” diye düşünen birinin fikrini “Tüm x’ler iyi ve çalışkandır” şeklinde değiştirmek yalnızca eksik bir ilerleme sağlar. Evet, duygu olumlu bir hale gelmiştir. Ancak kişi hala x’i bir bütün olarak görmeye devam eder, bu da bireyler arası empatinin önünde bir engeldir. Müdahalenizin amacı olarak alternatif stereotipleri öne sürmekten kaçının.

## **Anlatı Stereotipleri - ve bunlara karşı nasıl dikkatli olunacağı**

Şimdiye kadar tartıştıklarımız muhtemelen bir en iyi uygulamalar belgesindeki “stereotip” bölümünden beklentilerinizi karşılamıştır. Ancak, yalnızca hikayelerimizde anlattığımız

şeylerde değil, hikaye anlatımının kendisinde de stereotipler olabileceğini biliyor muydunuz? Muhtemelen "trope" terimini duymuşsunuzdur; ana karakterin bir eğitim sürecinden geçmesi ya da kötü karakterin motivasyonlarını uzun bir monolog ile açıklaması gibi unsurları içerir. Çoğu zaman bu tür anlatı öğeleri bazen sıkıcı olsa da sorun yaratmaz. Ancak, hikayeler gerçek ve hassas konulara değinmeye başladığında (düşündüğünüzden daha sık olur), tropes veya anlatı stereotipleri ciddi zararlar verebilir. Örneğin, "Travma Hikayesi"ni (Sehgal, 2021) ele alalım. Bu yaygın trope, bir karakterin davranışlarını bir travmatik olayın etkilerine indirger. Bu, yalnızca gerçek psikolojiyi yanlış temsil ettiği için değil, aynı zamanda "travmatize olmuş" kişileri irade yoksunu olarak tasvir ettiği için de zararlıdır.

Bizim amaçlarımız doğrultusunda bazı zararlı anlatı klişeleri şunlardır:

- Göç hikayelerini sadece kişisel gelişim hikayeleri olarak anlatmak
- Çok sağlam bir gerekçe olmaksızın tüm bir topluluğu tek bir birleşik aktör olarak sunmak
- Hikayeyi üstünlük perspektifinden anlatmak (bkz. Bölüm 1.1)
- Önemsizleştirme

Muhtemelen burada daha fazlasını düşünebilirsiniz.

### **Bunları nasıl önleyebilirsiniz**

1. Sunumunuzun veya bir hikayenin "ne 'sinden ziyade 'nasıl "ını analiz etmek için biraz zaman ayırın. Bu basit görünebilir, ancak bunu yazmak ya da tartışmak, gereken dikkati vermek açısından çok önemlidir.
2. Kendinize sorun, bu yapıların ne gibi etkileri var, temsil ettiğimiz insanlara veya projemizin hedeflerine zarar veriyorlar mı?
3. Eğer öyleyse, aynı şeyi yaparken bu veya benzer sakıncalardan kaçınmanın yolları nelerdir?
4. Gelişmeleri uygulayın!

## **Ham Maddede Stereotipler: Ne Yapmalı?**

Birçok geleneksel hikaye, kaynak kültürün bakış açısından "kültürel öteki"nin tek boyutlu tasvirlerini içerir. Bunlar bazen zararsız olabilir ve birçok halk hikayesinde bulunan belirli mesleklerin zararsız stereotipik tasvirlerinden farklı olmayabilir. Ancak, bazen olumsuz stereotipler, düşmanca güçler yaratmak veya dinleyicinin belirli karakterlerden hoşlanmasını sağlamak için kullanılır. Buna ek olarak, hikayeler stereotiplerin yayılmasında özellikle "öldürücüdür" çünkü bu hikayeleri tüketmek genellikle eleştirel değerlendirmenin azalmasına



neden olur. Bir iletişim biçimi olarak hikayeler mesajların basit bir inanç beyanından daha kalıcı olmasını sağlar. Bu nedenle, hikayelerin kendilerindeki stereotiplere dikkat etmek, ham materyaldeki bu tür stereotiplerin bir envanterini çıkarmak ve her durumu ayrı ayrı değerlendirmek önemlidir. Bu soruna nasıl yaklaşılacağına ve hikayeyi ne ölçüde düzenlemenin gerekli olduğuna karar verilmelidir. Genel olarak, hikayenin bütünlüğünü korumak için mümkün olduğunca az düzenleme yapmak daha iyidir. Ancak yine de şu seçeneklerden birini tercih edebilirsiniz: hikayeyi kullanmamak, ilgili bölümü kesmek veya değiştirmek, kenara bir yorum eklemek, veya başka bir şekilde bağlamsallaştırmak.

## **Küratörlüğü Yapılmış Ürünlerle Geri Dönüş Sağlamak**

Stereotipleri azaltmak ve olumlu bakışı artırmak gibi, şehir genelinde ulaşmayı hedeflediğimiz olumlu sonuçları daha önce tartıştık. Ancak, katılımcı bir şekilde çalışmak, katılımcılarınızın oluşturduğu topluluğa da değer sağlama fırsatı sunar. Beklentiler ve olanaklar duruma göre büyük ölçüde değişiklik gösterecek olsa da, aşağıdaki noktaları dikkate almanız önerilir:

- 1. Katılım kendi içinde eğlenceli ve ödüllendirici olabilir ve olmalıdır.** Bildiğiniz bir şeyi başkalarıyla paylaşmak genellikle içsel olarak ödüllendirici bir deneyimdir, özellikle de bu, karşınızdaki kişinin söylediklerinizle gerçekten ilgilendiği bir ortamda gerçekleşiyorsa. Ayrıca, dinlemeye özen gösteren bir kişi kendini iyi hissettirme eğilimindedir. Bu nedenle, katılımcılarınızın böyle hoş bir şeyi deneyimlemelerini sağlamaya özen gösterin. Hikayelerin toplanmasına kendiniz dahil olmasanız da, yol boyunca tüm etkileşimleri bu ruhla üstlenmeye özen gösterin.
- 2. Katılımcılara katılımdan ne istediklerine karar verme yetkisi verin.** Kimse istenmeyen hediyeleri sevmez. Yer kaplarlar, hayal kırıklığına uğratma eğilimindedirler ve sizi minnettar olmanız gereken bir konuma sokarlar. Basit bir alışkanlıkla bu kötü durumlardan kaçınma ve daha fazla ürün verme gücünü elde edin: sadece katılımcılara sorun!
- 3. Eğer dahil olmak istiyorlarsa, onları sürece dahil ederek insanlara değer verildiğini hissettirin.** Bitmiş ürünler esasen katılımcılarınızdan topladıklarınızın stilize edilmiş ve cilalanmış versiyonları olduğundan, projenin taslak versiyonları hakkında ne söyleyeceklerini görmek için belirli dönemlerde onlarla görüşmek mantıklıdır. Bu, projeyi nasıl sunacağınıza dair birden fazla fikir ürettiğiniz ve hangisinin daha iyi olduğuna dair girdi istediğiniz bir noktada organik olarak gerçekleşebilir. Ya da belki de kültürel bağlamın önemli bir parçası hakkında net olmadığınızı keşfettiniz ve sadece biraz daha fazla girdi arıyorsunuz. Şu anda istekli ve

yetenekli olan katılımcılardan kısaca görüş istemek onlara daha fazla yetki verir. Elbette insanların zamanının sınırlı olduğunu unutmamak önemlidir, bu nedenle aşırıya kaçmayın veya bu aşamada katkıda bulunmalarını beklemeyin. Katkıda bulunurlarsa, harika bir şey yaptıklarını bilmelerini sağlayın!

- 4. Sonunda “Gönderene iade et”.** Projeyi tamamladığınızda katılımcılara bir şey gönderin. Katılımcılarınız kolayca ulaşılabilecek durumdaysa ve nihai ürünün formatı, örneğin bir video animasyon ise, o zaman katılımcılara bir teşekkür mesajıyla birlikte ürünün kendisini göndermek gerekir. Etkinlik veya sergi gibi daha az gönderilebilir bir şeyse, alternatif seçenekleri araştırmalısınız. Örneğin, bazı bağlamlarda bir davetiye uygun olabilirken, zaman kısıtlamaları veya katılımcıların kişisel tercihleri bir dizi fotoğrafı veya bir hatıra kartını daha uygun hale getirebilir.

## Kürasyon için zemin hazırlığı

### 1.Sosyolojik sistemleri tanımlama

Projenin ana hedeflerinden biri gruplar arası stereotipleştirme ve önyargıyı azaltmak olduğundan, her çalışma grubu için yerel sosyolojik dinamikler hakkında bir anlayış geliştirmek çok önemlidir. Bunu yaparken katılımcı bilgi temelinde ya da yerel uzmanlara danışarak bazı ilkeler bölgeler arasında uygulanabilir. DigiFolk'un dijital bir bileşeni de olduğundan, sosyolojik sistemlerin sadece “gerçek dünyada” değil, aynı zamanda dijital olarak da genişlediğini akılda tutmak, müdahaleci bir bakış açısıyla uygun iyileştirici seçimler ve iyi sonuçlar için temel oluşturabilecek bir anlayış geliştirmek için çok önemlidir.

### 2. Müdahalenin olası yerlerinin (mekansal ve sosyal) belirlenmesi

Temel bir anlayış oluşturulduktan sonra, bu sistemler müdahale alanları ve yöntemleri açısından analiz edilmelidir. Hedef grup nerede bulunabilir? Hedef grubun nesneye en açık olacağı koşullar nelerdir? Hedef sosyal grup(lar) tarafından hangi kişiler, yerler ve uygulamalar otorite olarak kabul edilir?

### 3. Uygun Yöntemleri Seçin

Sunum sürecinin “nasıl”ı (“Bu ham hikayeleri nasıl etkili bir şeye dönüştüreceğiz?”) üç düzeyde ele alınabilir: **Yer**, **yöntem** ve **düzeltilme**. Muhtemelen önceki aşamada yer hakkında düşünmeye başlanmıştır. Bunun üzerinde düşünüldükten sonra, dikkati yönetime çevirmek gerekir. Bu bir ses kaydı mı olacak? Bir metin mi? Bir grafik roman mı? Katılımcı bir oyun mu? Bir YouTube veya TikTok videosu mu? Kesin kurallar belirlemek zor olsa da, yöntem seçimiyle ilgili makul bazı genel ilkeler şunlardır:

**Hedef Kitlenin Tercihleri ve Ortamın Erişilebilirliği:** Hedef kitlenizin tercihlerini ve alışkanlıklarını anlayın. Bazı kitleler görsel içerikleri tercih ederken, diğerleri sesli formatlarla daha iyi etkileşim kurabilir. Seçtiğiniz yöntemin, kitlenizin erişim ihtiyaçlarıyla uyumlu olduğundan emin olun. Örneğin, eğer kitleniz yaşlı bireylerden oluşuyorsa ve bulunduğunuz bölgede internet erişimi zayıfsa, bir TikTok videosu en iyi seçenek olmayabilir.

**Hikaye Karmaşıklığı:** Anlatınızın karmaşıklığı, en iyi yöntemi etkileyebilir. Ayrıntılı ve karmaşık bir hikaye, grafik roman veya daha uzun biçimli bir yazılı eser gibi nüanslı ifade imkanı sunan bir yöntemden faydalanabilir.

**Etkileşim Düzeyi ve Geri Bildirim Mekanizmaları:** Elde etmek istediğiniz etkileşim düzeyini değerlendirin. Katılımcı oyunlar veya sürükleyici deneyimler gibi etkileşimli formatlar, metin veya video gibi pasif formatlara kıyasla izleyici etkileşimini artırabilir. Ayrıca, izleyicilerinizden nasıl geri bildirim almak ve etkileşim sağlamak istediğinizi düşünün. Bazı yöntemler iki yönlü iletişime ve izleyici katılımı için daha uygun olabilir.

**Kaynaklar ve Kısıtlar:** Zaman, bütçe ve uzmanlık dahil olmak üzere mevcut kaynakları değerlendirin. Bazı yöntemler diğerlerinden daha fazla kaynak gerektirebilir ve kısıtlamalarınız dahilinde uygulanabilir olanı seçmek çok önemlidir.

**Çok Modlu Yaklaşımlar:** Kendinizi tek bir yöntemle sınırlamayın. Hikayenin niteliğine bağlı olarak, çeşitli yöntemlerin bir arada kullanılması (örneğin, bir multimedya sunumu) genel etkiyi ve katılımı artırabilir.

Sonuç olarak, yöntem seçimi, bu ilkelerin bir kombinasyonuna dayalı olarak, ele alınan hikayenin ve hedef kitlenin özel ihtiyaçlarına ve özelliklerine göre uyarlanmış, dikkatlice verilmiş bir karar olmalıdır.

## Uygulamalı Küratörlük

Bu noktada, müdahale ilkelerini ve içinde çalıştığınız sosyokültürel ortamı anlamış ve ne tür estetik nesnelere yaratmak istediğinize dair bazı ön fikirlere sahip olmuşsunuzdur. Şimdi dikkatinizi bu nesnelere yaratma sürecine yöneltmenin zamanı geldi. Muhtemelen dağınık sorumluluklara sahip bir ekiple çalışacağınızdan ve muhtemelen birden fazla hikayeyi, belki de her biri birden fazla nesneye dönüştüreceğinizden, şimdi verimli çalışmanın yollarını düşünmek size daha sonra çok zaman kazandıracaktır.

## **Çok Yönlü Sonuçlandırma İçin Temel Hazırlık Yapma**

Son ürünleriniz muhtemelen birçok görsel, metin ve ses gibi soyut materyaller içerecektir. Ürünleri oluştururken ihtiyaç duyduğunuz şeyleri fark ettikçe bunları tek tek arayabilirsiniz. Ancak, özellikle birçok farklı son ürün oluşturmayı planlıyorsanız, bu yöntem çok fazla zaman alacaktır. Bu durum, 10 tablo yapmaya çalışırken her defasında kullanmak istediğiniz bir rengi almak için dükkana gidip gelmeye benzer. Elbette, başlamadan önce ihtiyaç duyabileceğinizi düşündüğünüz şeyleri topluca almak daha mantıklıdır. Küratörlükte de benzer bir kural geçerlidir. Planladığınız nesnelere bir bütün olarak düşünün, ardından muhtemelen ihtiyaç duyacağınız kaynakları ve özellikle birden fazla ürün için faydalı olacak kaynakları belirleyin. Örneğin, tematik görseller yalnızca bir serideki birden fazla hikaye için değil, aynı zamanda çeşitli yöntemler (video, görselli metin) için de faydalı olacaktır.

## **Bir küratör ekibinde çalışmak**

Ekip üyeleri farklı becerilere ve bakış açılarına sahip olabileceğinden, kapsamlı bir yaklaşım nedeniyle ekip çalışması nihai sonuç için faydalı olabilir. Etkili iletişim, rollerin belirlenmesi ve eşgüdümlü çabalar, uyumlu ve başarılı bir sonuca ulaşmak için çok önemlidir. Roller dağıtmaya, beklentileri ve son teslim tarihlerini önceden belirlemeye çalışın, farklı bakış açıları ve öneriler konusunda açık fikirli olun ve mümkün olduğunca iletişim halinde kalmaya çalışın. Tüm kürasyon süreci boyunca her şeyi not etmek, bilgiyi merkezileştirmenize ve süreç boyunca alınan kararlar konusunda aynı sayfada olmanıza yardımcı olacağından, bunun için faydalı olabilir.

## **Dış Uzmanlarla Çalışma:**

Dış uzmanlarla çalışmak, kürasyon sürecine uzmanlık ve benzersiz beceriler kazandırılabilir ve daha incelikli ve rafine bir son ürün oluşturulmasını sağlayabilir. Ancak, bu kesinlikle bir "zorunluluk" değildir ve kendi zorluklarını da beraberinde getirir. Bu zorluklar arasında kaynak eksikliği, dış programlarla koordinasyon zorlukları, projenin vizyonu ile uyumu sağlama ve dış katkıları genel anlatıya sorunsuz bir şekilde entegre etme yer alabilir. Bu nedenle, dışardan yardım ve uzmanlık almak bir seçenek olsa da, bu gerekli değildir ve otomatik olarak daha iyi bir sonuç anlamına gelmez.

## Kürasyon için olası yöntemler nelerdir?

<b>Tür</b>	<b>Görsel İmgeler:</b>	<b>Video:</b>	<b>Metin:</b>
<b>Artıları</b>	<p>-Etkili Temsil: Görseller, toplumun deneyimlerinin doğrudan ve etkili bir temsilini sunarak güçlü mesajlar iletebilir.</p> <p>-Evrensel Erişilebilirlik: Görsel imgeler dil engellerini aşarak daha geniş bir kitle için erişilebilir hale gelir.</p> <p>-Duygusal Rezonans: Etkileyici görseller duyguları harekete geçirerek izleyiciyle daha derin bir bağ kurulmasını sağlar.</p>	<p>-Çok Duyulu Deneyim: İşitsel ve görsel unsurları bir araya getiren video, zengin, çok boyutlu bir hikaye anlatımı deneyimi sunar.</p> <p>-Dinamik Hikaye Anlatımı: Video, etkileşimi artırmak için hız, sıralama ve sinematik tekniklerle dinamik hikaye anlatımına olanak tanır.</p> <p>- Duygusal Etki: Görseller, ses ve anlatımın birleşimi güçlü bir duygusal etki yaratabilir.</p>	<p>-Nüanslı İfade: Metin, nüanslı anlatıma olanak tanıyarak karmaşık anlatıların ayrıntılı bir şekilde keşfedilmesini sağlar.</p> <p>- Dil Hassasiyeti: Yazılı dil, fikirlerin ve kültürel nüansların kesin bir şekilde ifade edilmesini sağlar.</p> <p>-Erişilebilir Format: Metin, tüketim için minimum kaynak gerektiren, geniş ölçüde erişilebilir bir formattır.</p>
<b>Eksileri</b>	<p>-Öznellik: Görsel unsurların yorumlanması öznel olabilir ve potansiyel</p>	<p>- Yoğun Kaynak Kullanımı: Video prodüksiyonu ekipman, uzmanlık ve zaman gerektirdiğinden yoğun</p>	<p>-Bazı Kitleler İçin Sınırlı Etkileşim: Bazı kitleler, metin ağırlıklı içerikleri görsel veya multimedya</p>

	<p>yanlış temsillere yol açabilir.</p> <p>- Sınırlı Bağlam: Görseller, diğer araçların sağladığı bağlam derinliğinden yoksun olabilir ve karmaşık anlatıların aşırı basitleştirilmesi riskini doğurabilir.</p>	<p>kaynak gerektirebilir. Ancak günümüzde akıllı telefon kamerası bile kaliteli bir video üretimine olanak sağlayabiliyor.</p>	<p>formatlarına kıyasla daha az ilgi çekici bulabilir.</p>
--	--	--	--

<b>Tür</b>	<b>Ses:</b>	<b>Fiziksel Eser:</b>	<b>Dijital Eser:</b>
<b>Artıları</b>	<p>-Duygusal Rezonans: Ses, ton ve duygulardaki nüansları yakalayıp hikaye anlatımı deneyimini geliştirir.</p> <p>- Erişilebilirlik: Sesli içerik, görme engelliler de dahil olmak üzere çeşitli kitleler için erişilebilirdir.</p> <p>- Taşınabilir ve Çok Yönlü: Ses rahatça tüketilebilir, bu da onu çok yönlü bir hikaye anlatma aracı haline getirir.</p>	<p>- Dokunsal Deneyim: Fiziksel eserler dokunsal bir deneyim sunarak izleyicilerin duygusal düzeyde ilgisini çeker.</p> <p>- Kültürel Temsil: Eserler kültürel önemi sembolize edebilir ve topluluk hikayeleriyle somut bağlantılar sunabilir.</p>	<p>- Küresel Erişilebilirlik: Dijital eserler küresel erişime olanak tanıyarak farklı kitlelere ulaşır.</p> <p>- İnteraktif Unsurlar: Dijital formatlardaki interaktivite izleyici katılımını artırır.</p> <p>- Uygun Maliyetli Dağıtım: Dijital dağıtım, fiziksel lojistikle ilişkili maliyetleri azaltır.</p>

<b>Eksileri</b>	<p>- Ses Kalitesine Bağımlılık: Ses kaydının kalitesi, izleyicinin deneyimini önemli ölçüde etkileyebilir.</p> <p>- Sınırlı Görsel Unsurlar: Tek başına ses, diğer ortamlar tarafından sağlanan görsel etki ve bağlamdan yoksun olabilir.</p>	<p>-Lojistik Zorluklar: Fiziksel eserlerin sergilenmesi nakliye, koruma ve güvenlik konularında lojistik zorluklar yaratabilir.</p> <p>- Sınırlı Erişilebilirlik: Fiziksel sergiler küresel bir izleyici kitlesi için kolayca erişilebilir olmayabilir.</p>	<p>- Teknolojik Engeller: Teknolojiye sınırlı erişim veya dijital okuryazarlık erişilebilirliği engelleyebilir.</p> <p>- Aşırı Bilgi Yüğü Potansiyeli: Dijital ortam aşırı bilgi yüklemesine yol açarak etkileşimin derinliğini etkileyebilir.</p>
-----------------	---	---	--

<b>Tür</b>	<b>Sergi:</b>	<b>Performans:</b>	<b>Şehir Turu:</b>
<b>Artıları</b>	<p>- Sürükleyici Deneyim: Sergiler, birden fazla duyuya hitap eden sürükleyici bir deneyim sunar.</p> <p>- Bağlantılı Hikaye Anlatımı: Küratörlü sergiler, tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi çok çeşitli kaynakları bir araya getiren tutarlı bir hikaye anlatımına olanak tanır.</p> <p>- Topluluk Katılımı: Fiziksel sergiler toplum</p>	<p>- Canlı Etkileşim: Performanslar canlı etkileşim sağlayarak yakınlık ve bağlantı hissini teşvik eder.</p> <p>- Topluluk Katılımı ve Bağlılığı: Topluluk üyelerinin performanslara dahil edilmesi özgünlüğü artırır.</p>	<p>- Fiziksel Bağlantı: Şehir turları, izleyicileri fiziksel olarak toplumun çevresine bağlar.</p> <p>- Anlatı Entegrasyonu: Küratörlü bir şehir turu, hikaye anlatımını kentsel manzara ile sorunsuz bir şekilde bütünleştirebilir.</p> <p>- Hareket Yoluyla Katılım: Şehirde hareket, hikaye anlatma sürecine</p>

	katılımını ve diyalogu teşvik edebilir.		deneyimsel bir boyut ekler.
<b>Eksileri</b>	<p>- Sınırlı Erişim: Fiziksel sergilerin coğrafi sınırlamaları vardır ve yalnızca şahsen katılabilenlere ulaşır.</p> <p>- Lojistik Karmaşıklıklar: Sergilerin düzenlenmesi ve sürdürülmesi lojistik karmaşıklıklar ve maliyetler içerir.</p>	<p>- Geçici Nitelik: Performanslar geçicidir ve daha geniş kitleler için kalıcı bir varlığa sahip olmayabilir.</p> <p>- Lojistik Zorluklar: Performansların düzenlenmesi mekan, zamanlama ve koordinasyon açısından zorluklar doğurabilir.</p>	<p>- Sınırlı Erişilebilirlik: Şehir turları küresel bir kitle için erişilemez olabilir.</p> <p>- Lojistiğe Bağımlılık: Şehir turlarının koordine edilmesi, ulaşım ve zamanlama da dahil olmak üzere lojistik zorluklar içerir.</p>

## Pratik Araçlar ve Talimatlar

Bu, küratörlük süreci boyunca kullanılacak pratik tavsiyeler, yazılımlar ve araçlardan oluşan bir depodur.

### Bir kayıttan hikaye çıkarmak

Başlamadan önce, hikaye toplama ekibinden gelen ham dosyalardan (ve muhtemelen bazı notlarla desteklenmiş) küratörlük çalışmanızın temelini çıkarmanız gerekecek. Birinizin özellik açısından zengin bir ses (veya video) düzenleme yazılımına erişimi olup olmadığını kontrol etmeniz önerilir. Bu, i) çıkarma ve düzenleme sürecini kolaylaştırır ve ii) seçenekleri genişletir ve bazı yaratıcı olasılıkları daha erişilebilir hale getirir. İyi sonuç verebilecek yaygın programlar şunlardır:

Audacity (yalnızca ses)

- OS: Windows, macOS, Linux
- Platform: Audacity website
- Fiyat: Ücretsiz (açık kaynak)



Adobe Premiere (multimedya), Audition (ses)

- OS: Windows, macOS
- Platform: Adobe Creative Cloud
- Fiyat: Sınırlı sürüm Ücretsiz, aksi takdirde Abonelik tabanlı

iMovie (multimedya) GarageBand (ses)

- OS: macOS, iOS
- Platform: Mac App Store, App Store
- Fiyat Ücretsiz (macOS'ta önceden yüklenmiş ve iOS'ta ücretsiz olarak kullanılabilir)

## Görüntü ve diğer medyaları alma

DigiFolk organizasyonunun ve DigiFolk yöntemiyle yapılan projelerin kar amacı gütmeyen statüsü, materyal tedarikinde biraz daha fazla özgürlük sağlasa da, medyanın yasal olarak elde edildiğinden ve kullanıldığından emin olmak önemlidir. Genel olarak, aşağıdaki yöntemler projeye uygundur.

### 1. Kamu Malı ve Creative Commons Lisanslı Görseller:

Birçok arama motoru, görsel aramalarınızı yalnızca serbestçe kopyalanabilir, değiştirilebilir ve kullanılabilir görsellerle sınırlayan bir filtre eklemenize olanak tanır. Bu görseller genellikle (ancak her zaman değil) yaratıcıya atıfta bulunma şartıyla sunulur (bkz. **Creative Commons Attribution - Creative Commons** ve kullandığınız görsellerin ayrıntılarını kontrol edin). Atıfta bulunmanın anlamsız bir yasal zorunluluk olduğunu düşünebilirsiniz, ancak örneğin, çizimlerini ücretsiz sunan bir illüstratör olsaydınız, popüler bir web sitesiyle adınızın ilişkilendirilmesini kesinlikle isterdiniz (ve kürasyonunuz popüler olabilir!).

Google'da filtreyi uygulamak için, önce "**Görseller**" veya "**Videolar**" sekmesine gidin, ardından üstteki "**Arama filtreleri**" seçeneğine tıklayın ve "**Kullanım hakları**" sekmesini seçin. Burada, "**Creative Commons lisansı**" seçeneğini görebilmeniz gerekir. Özellikle sıkı bir bütçeniz yoksa, görselleri incelemeyen önce bu filtreyi uygulamanızı öneririm. Aksi takdirde, gerçekten beğendiğiniz ancak aslında kullanamayacağınız bir şeye rastlama olasılığınız oldukça yüksek

Ayrıca, aşağıdaki gibi stok fotoğraf web sitelerine başvurabilirsiniz

<https://www.pexels.com/>

<https://pixabay.com/>

<https://nos.twinsnd.co/> (arşiv fotoğrafları)

<https://nl.123rf.com/>

<https://www.flickr.com/>

<https://www.rawpixel.com/>

## 2. Müzeler, Üniversiteler ve Diğer Kuruluşlar

Ardından, müzeler, üniversiteler veya arşivler gibi yerel kültür merkezleriyle irtibata geçerek çalışmanızda kullanabileceğiniz ve genellikle zengin meta verilerle birlikte gelen benzersiz fotoğraf, video ve ses materyalleri edinebilirsiniz. Ayrıca, resmi arşivlerin yanı sıra, belirli topluluklara ait, o toplulukların üyeleri tarafından oluşturulmuş arşivler de olabilir - katılımcınıza söz konusu materyallere erişim fırsatı olup olmadığını sormanız faydalı olabilir.

## 3. Sanatçılar

Sanatçılarla işbirliği, kürasyon sürecinize dinamik bir boyut kazandırır. Sanatçılar, projelerinizin görsel ve estetik yönlerini zenginleştirmek için benzersiz bakış açıları, beceriler ve yaratıcı dokunuşlar sunabilirler. Üstelik bu, size bir servete mal olmak zorunda değildir; muhtemelen yetenekli bir arkadaşınız veya yaşadığınız şehrin üniversitesindeki bir sanat fakültesi, estetik açıdan hoş bir sonuç elde etmenize yardımcı olabilir. Aynı zamanda, sanatçılar da portföylerini bu projeyle (ve umarım bir komisyonla) zenginleştirebilirler. Ayrıca, sanatçıların bir komisyon karşılığında iş yaptıkları özel çevrimiçi web siteleri de vardır:

- <https://www.mademay.com/>
- <https://www.artfinder.com/commissions/#/>
- <https://www.fiverr.com/gigs/commission>

Veya size uygun olup olmadıklarına bakmak için özel alt dizinleri ziyaret edebilirsiniz:

- [r/ArtBusiness](#)
- [r/ArtCommission](#)

- [r/ArtCommissions](#)
- [r/ArtStore](#)
- [r/Commissions](#)
- [r/DrawForMe](#)
- [r/HireAnArtist](#)
- [r/HungryArtists](#)

#### 4. Kendiniz Bir Şeyler Yaratın:

Uygulamalı bir yaklaşım kullanabilir ve kendiniz bir sanatçı olabilirsiniz ya da yeterince yetenekli hissetmiyorsanız, çeşitli AI teknolojilerini kullanabilirsiniz. Kesinlikle! İşte kendiniz bir şeyler yaratmak için çeşitli kategorilerdeki ek araçlar:

##### Görsel Sanat:

1. [MidJourney](#): Görsel hikaye anlatımı için yapay zeka destekli bir araç, görüntüleri geliştirmek ve ilgi çekici görsel anlatılar oluşturmak için özellikler sunuyor.
2. [Runway ML](#): İçerik oluşturucuların, görsel sanat üretmek de dahil olmak üzere çeşitli yaratıcı görevler için önceden eğitilmiş modelleri kullanmalarını sağlar.
3. [DALL-E](#) OpenAI tarafından: Üretken bir model kullanarak metinsel açıklamalardan benzersiz görüntüler oluşturur.
4. [Artbreeder](#): Yapay zeka kullanarak mevcut sanat eserlerini harmanlayarak görüntüler oluşturmanızı ve keşfetmenizi sağlar.

### **Yazılı İçerik:**

1. [ShortlyAI](#): Komutlara dayalı olarak yaratıcı içerik oluşturmaya yardımcı olan bir yapay zeka yazma asistanı.
2. [Write with Transformer](#): Utilizes transformer models to generate text in various styles based on user input.
3. [Sudowrite](#): Gerçek zamanlı öneri ve iyileştirmeler için yapay zeka destekli yazma asistanı.
4. [ChatGPT](#): OpenAI'nin çeşitli amaçlar için insan benzeri metin oluşturmaya yardımcı olabilen dil modeli.

### **Ses Yaratıcılığı:**

1. [Google's NSynth Super](#): Makine öğrenimini kullanarak yeni sesler oluşturmak için açık kaynaklı bir proje.
2. [Amper Music](#): Kullanıcı tercihlerine göre orijinal müzik parçaları oluşturmaya yardımcı olan bir yapay zeka müzik besteleme aracı

### **Video Oluşturma:**

1. [Lumen5](#): metin içeriğini sorunsuz bir şekilde büyüleyici videolara dönüştüren yapay zeka destekli bir video oluşturma platformu. Metni ilgili görsellerle eşleştirmek için doğal dil işlemeyi kullanır ve özelleştirme için kullanıcı dostu bir arayüz sunar.

2. [Renderforest](#): Kullanıcıların metinleri özelleştirilebilir şablonlar kullanarak videolara dönüştürmesini sağlayan çevrimiçi bir platform. İster açıklayıcı videolar ister tanıtım içerikleri için olsun, Renderforest çeşitli seçenekler sunar.

3. [Rocketium](#): Metin tabanlı senaryoları profesyonel görünümlü videolara dönüştürerek video oluşturma sürecini otomatikleştiren bir web sitesi. Bu araç, metinsel içeriği profesyonel görünümlü görsellere dönüştürme sürecini kolaylaştırmak için tasarlanmıştır.

4. [Animoto](#): Metin, görseller ve video kliplerden video oluşturmak için uygun, kullanıcı dostu bir platformdur. Sürükle-bırak işlevselliği ve çeşitli şablonlarıyla Animoto, farklı video tarzları ve temaları için çok yönlü bir seçenektir.

5. [InVideo](#): Çevrimiçi bir video düzenleme platformu olan bu hizmet, yapay zeka destekli bir metinden videoya dönüştürme özelliği içerir. Metni videolara dönüştürme sürecini basitleştirir ve metin animasyonları ile geçişleri için özelleştirme seçenekleri sunar.

## Kaynakça

Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Addison-Wesley Publishing Company.

Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (Eds.) (2007). *Encyclopedia of social psychology*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412956253>

Benoit III, E., & Roeschley, A. (2019). *Participatory Archives*. Facet Publishing.

Carroll, S. R., Garba, I., Plevel, R., Small-Rodriguez, D., Hiratsuka, V. Y., Hudson, M., & Garrison, N. A. (2022). Using Indigenous Standards to Implement the CARE Principles: Setting Expectations through Tribal Research Codes.

Wojcieszak, M., Azrout, R. (2016). I Saw You in the News: Mediated and Direct Intergroup Contact Improve Outgroup Attitudes. *Journal of Communication*, 66 (6), 1032–1060. <https://doi.org/10.1111/jcom.12266>

Wong, N. C. H., Massey, Z. B., Barbarti, J. L., Bessarabova, E., & Banas, J. A. (2022). Theorizing Prejudice Reduction via Mediated Intergroup Contact: Extending the Intergroup Contact Theory to Media Contexts. Published Online: March 31, 2022. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000338>

Wu, Y., Mou, Y., Wang, Y. (Jasmine), & Atkin, D. (2018). Exploring the de-stigmatizing effect of social media on homosexuality in China: an interpersonal-mediated contact versus parasocial-mediated contact perspective. *Asian Journal of Communication*, 28 (1), 20-37. DOI: 10.1080/01292986.2017.1324500

Vezzali, L., & Stathi, S. (2021). *Using intergroup contact to fight prejudice and negative attitudes: Psychological perspectives* (Ser. European monographs in social psychology). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351136341>

Sehgal, P. (2021). “The Case Against the Trauma Plot” [https://www.newyorker.com/magazine/2022/01/03/the-caseagainst-the-traumaplot?utm\\_source=onsiteshare&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=onsiteshare&utm\\_brand=the-newyorker](https://www.newyorker.com/magazine/2022/01/03/the-caseagainst-the-traumaplot?utm_source=onsiteshare&utm_medium=email&utm_campaign=onsiteshare&utm_brand=the-newyorker)