

Medya ve Toplumsal Cinsiyet Algısı İçin Eleştirel Bir Perspektif

• Arş. Gör. Murat ALTUN*

Özet

Bu metin, temelde Türk medyasında kadın kimliğinin inşa edilmesinde kullanılan mekanizmaları incelemektedir. Fakat, yayın boyunca toplumsal cinsiyet verili bir kimlik unsuru olarak değil, sosyal ve kültürel ilişkiler içerisinde üretilen ve bu ilişkileri yeniden üreten bir yapı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda, RTÜK yayın kuralları ile görsel ve yazılı basından yayın ilkeleri incelenerek kadın kimliğinin inşasında cinsel imgelerin ne derece kullanıldığı tartışılmaktadır. Yine de, bu süreçte işleyen mekanizma sanılanın aksine kadın imgesini metalaşmanın sonucu değil, aksine eril iktidarsızlığının semptomu ve onun arzu-nesnesi olarak kavramsallaştırmaktadır. Böylece, görsel eleştiri bağlamında feminist kuram için de yeni bir perspektif imkanı sağlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Medya, toplumsal cinsiyet, görsel cinsiyet algısı, radikal feminizm.

Abstract

This article fundamentally strives to scrutinize the mechanisms adopted during the processes of woman identity construction in Turkish media channels. Yet, throughout the text gender is not considered as a given, but rather as a construction formed out from social and cultural interrelations which simultaneously reproduces them in reciprocity. In this respect, examining RTÜK broadcasting rules and principles embraced by visual and published media, the degree of how woman images utilized are discussed. But nevertheless, the mechanism working during this process is not conceptualized as the result of woman images' commodification, but as the symptom of masculine impotence and its desire-object. Thus, a new perspective might also be acquired in terms of feminist theory within the framework of visual analysis.

Key words: Media, gender, visual sexual perception, radical feminizm.

* Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi.

Cinsiyetin sadece biyolojik, dolayısıyla verili bir farklılık olduğu yönündeki hakim inanışın olumsuzlanması feminist mücadelenin ve onun özünde yer alan cinsiyet ayrımcılığının bertaraf edilmesinin temel kalış noktalarından biri olagelmıştır. Bu niteliksel gelişmenin Batı dünyasında toplumsal hareketler içindeki ayrışma ile 1960'lar ve 1970'lerde, gelişmekte olan ülkelerde ise bu tarihlerdeki ulusal-sol çizgideki hareketlerle ve takip eden yıllardaki artık kendi adına ortaya çıkan feminist dalgayla gerçekleştiğini iddia etmek mümkündür. Bu çağdaş literatür kadınlık durumunun ve kadın olma halinin verili bir biyolojik gerçeklik olmadığını, aksine sosyal ve kültürel bir kurgu olduğu yönündeki eleştirilerini keskince sıralamıştır.¹

Kabaca özetlemek gerekirse, kimliğin kurulmasında ya da ona atfedilen anlamlarda temel kabul edilen “farklılığın” algılanması ne bir doğal duruma ne de biyolojik bir temele dayanmaktadır. Tam tersine bu anlamlar evrensel bir kabulden ziyade tarihsel olarak inşa edilen sosyal ve kültürel süreçlerin bir sonucudur. Ki, Joan Scott bunu radikal bir önerme ile “erkek” ve “kadın”ın boş ve fazlalık barındıran kategoriler olduğunu iddia etmektedir: boş çünkü sonlu ya da aşkın anlamları yoktur; fazlalık barındıran çünkü sabitlenmiş gibi gözükseler de hala alternatif, inkar edilmiş ya da bastırılmış tanımları barındırabilirler.² Nitekim bu iki cinsel kimliğin evrensel anlamda yoklukları – ki bu tarihsel olarak varolabildiklerini iddia etmek demektir – onların siyaseten kullanılabilirliklerini, yani iktidar söylemleri için kategorize edilebilirliklerini ve yeniden kurulabilirliklerini ima etmektedir. Yeniden Scott’ı takip etmeye devam edersek, bu durum toplumsal cinsiyetin iktidar ilişkilerinin ortaya konulmasında en önemli yol olduğu gerçekliğine varmaktadır: İktidarın kurulmasında toplumsal cinsiyet başat bir role sahiptir çünkü toplumsal cinsiyete dair göndermeler iktidarın dağılımını tahsis eder, ki bu aynı zamanda maddi ve sembolik kaynaklar üzerinde kontrol ya da bunlara ulaşma demektir.³ Böylece temel olan kadınlık durumunun güç ve iktidar ilişkile-

ri bağlamında dışlanması ve bastırılmasından ziyade bir toplumsal cinsiyet hiyerarşisinin sürekli yeniden inşa edilmesidir.

Bu noktada görsel medya ve medyada yer alan kadın imgesinin kurgulanış biçimleri, hem bu iktidarın dağılımına hem de bu hiyerarşinin gerek gündelik hayatta gerekse siyasa oluşturmada bilinçaltındaki ayrımcı cinsiyet rollerinin kurgulanmasını teşvik etmektedir. Bu çalışma da ilk önce RTÜK’ün cinsiyet ayrımcılığına karşı önlemleri olup olmadığını, varsa bunların etki ve boyutlarını tartışmayı; ikinci olarak da basılı ile görsel medyada kurgulanan kadın imgesini, buradan hareketle de – görsel – metalara değişim değeriyle beraber atfedilen bir “kadın değeri”nin varlığını ileri sürmeyi amaçlamaktadır.

1983 yılında, “milli siyasete uygun ilkeleri tespit etmek, görev esaslarının gözetim, denetim ve uygulanmasını yapmak amacıyla”⁴ kurulan Radyo Televizyon Yüksek Kurulu (RYÜK), 1969’tan 1994’te kadar sadece devlet tekelinde olan televizyon ve radyo yayınlarını denetleyen ve yayın akışına dair hükümleri ve kuralları yürüten bir yapı olarak işlev görmekten ziyade, TRT program içeriklerine müdahale yetisine sahip bir kurumdu. Basit bir tespitle kırılma noktasının, yani yayın ilke ve kurallarının yürütülmesinin esas anlamda 1991’de fiilen, 1993’ten sonra da yasayla yayına başlayan özel televizyon kanallarıyla gerçekleştiğini ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Bu tarihler arasında yasal bir zemini olmadan yayın yapan özel radyoların ve hepsinin kapatılmasından sonra başlayan sivil tepki dalgasını belirtmeden geçmemek gerekmektedir. Sivil yayıncılığın bu şekilde sancılı bir süreçle Türkiye’nin gündelik hayatına girmesi sadece iletişim kanallarının çoğalması değil, RYÜK denetiminde tekel olan televizyon yayıncılığının toplumsal cinsiyet anlayışının da ciddi anlamda farklılaşması demektir.

Özel televizyon yayıncılığına kadar TRT yayınlarında kadın kimliği cumhuriyet ideolojisini taşıyacak, önce-

¹ Toplumsal cinsiyetin sosyal ve kültürel bir kurgu olduğu yönünde çarpıcı argümanlar için; bkz, Judith Butler, *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* (London: Routledge, 1990). ve Judith Lorber, *Paradoxes of Gender* (New York: Yale University, 1994), s. 13-37.

² Joan Wallach Scott, *Gender and the Politics of the History* (New York: Columbia University, 1988), s. 49.

³ Aktaran “Final Report of Activities of the Group Specialists on Mainstreaming,” *Gender Mainstreaming* (Strasbourg: Council of Europe, 1998) içinde.

⁴ *Ulusal Mevzuat* (RTÜK, 2005 2006); <http://www.rtuk.gov.tr> adresinden ulaşılabilir.

likle anne ve aile unsurudur. Bu niteliğinin oluşturulması için hazırlanan programlardaki kadın görüntüleri, Nilüfer Timisi'nin de ifadesiyle "anne, eş ve Cumhuriyet'e bağlı modern Türk kadınına aittir."⁵ Vatandaşlık söylemine göre biçimlenmiş ve onu biçimlendiren bu kadınlık kurgusunun özel yayıncılıkla beraber kökten bir dönüşüme uğraması bilindiği gibi patriarşik nitelikler içeren modernist/milliyetçi vatandaşlık söyleminin kurgularının adeta içini boşalttı. 1980'lerde, bilhassa artık feminist boyutu iyice güçlenen kadın hareketinin de yadsınamaz etkisiyle bu modernist/milliyetçi kadın söyleminin etkisi ciddi anlamda sarsıldı; fakat daha özgürleştirici bir kadınlık hala görünürde yoktu. Burada özel televizyonları başka bir formatla önceleyen özel basılı medyanın toplumsal cinsiyete dair yarattığı yeni imgelem(ler)in gücü göz ardı edilemeyecek boyuttadır. Bahsi geçen modernist/milliyetçi söylemin özel alanı, yani evi kendisine yer biçen kadınsallık basılı medyada daha sık görünür hale geldi. Nurdan Gürbilek'in hatırlatmasıyla sadece görüldüğü kadarıyla var olan bir gösteriye dönüşen cinsiyet görüngüleri dahil, eskiden bastırılan kimlik fazlalıkları artık arzı endam edebilmekteydiler.⁶

Daha da çarpıcı olan RYÜK'ün önceki işlevine benzer bir işleyişi bu yeni medya biçimine işletmeye çalışmasıydı. 1994'de özel televizyon ve radyo yayıncılığının tamamen yeni ve yasal bir zemin kazanmasıyla, Kurul'un tabiriyle "... teknolojik gelişmeler ve iletişim alanına giren yeni girişimcilerle, özel radyo ve televizyonların yurt içine yönelik yayınları 1990'lı yıllarda bu alanın yeniden düzenlenmesini zorunlu hale getirmiştir."⁷ Bu nedenle 1994 yılında, 3984 sayılı kanunla yayıncılık üzerindeki devlet tekeli kaldırılmış ve Yüksek Kurul yerine yetki ve sorumlulukları genişletilmiş bağımsız kamu kuruluşu Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kurulmuştur. Fakat daha önce de belirtildiği gibi RTÜK'ün, RYÜK'ün kendine biçtiği milli siyasete uygun yayın anlayışını "genel ahlak, Türk toplum ve aile yapısı" adına adeta replike ederek

sürdürmesi 1990'lı yılların televizyon yayınlarının kapatılması ile hatırlanır hale gelmesine vesile olmuştur. Bu sansürcülük boyutunu aşamayan yayın kontrolü ilkesi de 2002 yılındaki 4756 sayılı yasa değişikliği ile sağlanabilmiştir.

Medyada yeni toplumsal cinsiyet algılarına yönelik dikkate alınması elzem bir içerik barındıran bu değişikliklerle, yayın durdurmadan evvel başka yaptırım biçimleri öngörülmekteydi. Her hangi bir yayının ceza alması ve bunu tekrarlaması durumunda kanal kapatılmasından ziyade RTÜK tarafından hazırlanan/hazırlatılan programların yayınlanması yaptırımını içeren bu yasaya göre: "yayını durdurulan programların yerine, aynı yayın kuşağında ve reklamsız olarak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına Üst Kurulca hazırlatılacak eğitim, kültür, trafik, **kadın ve çocuk hakları**, gençlerin fiziksel ve ahlakî gelişimi, uyuşturucu ve zararlı alışkanlıklarla mücadele, Türk dilinin güzel kullanımını ve çevre eğitimi konularında programlar yayınlanı"⁸ (vurgu benim) bendi kanunla uygulanır hale getiriliyordu. Burada, modernist/milliyetçi söylemin cinsiyet körü perspektifi zaten aşıkarken, cinsiyeti (seks) yeni kodlarla tüketilebilir bir hale getiren 1980 yayıncılığının cinsiyet ayrımcı zihniyeti, "kadın hakları"nın bir ceza müeyyidesi konusu haline getirilmesiyle adeta tersten olumlanmaktadır.

4756 kanunla değişik 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun"da yer alan yayın ilkeleri başlığı altındaki 4. maddenin d bendi uyarınca "İnsanların dil, ırk, renk, **cinsiyet**, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri nedenlerle hiçbir şekilde kınanmaması ve aşağılanmaması" gibi açık uçlu olmayan kesin buyruklu hükme rağmen, uygulamalar bir yana bu bend ile çelişen hükümler barındıran maddeler de mevcuttur. Örneğin, 2005 tarihli 5378/37 yasa ile değişik "**Kadınlara**, güçsüzlere, özürlülere ve çocuklara karşı şiddetin ve ayrımcılığın teşvik edilmemesi"⁹ (vurgu benim) bendi ilk bakışta yayıncılıkta cinsiyet ayrımcılığının önüne geçme kaygısıyla yasaya eklenmiş etkisi barındırsa

⁵ Nilüfer Timisi, *Medyada Cinsiyetçilik* (Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 1996), s. 30.

⁶ Nurdan Gürbilek, *Vitrinde Yaşamak* (İstanbul: Metis, 2001).

⁷ *Ulusal Mevzuat*.

⁸ *Ibid.*

⁹ *3984 Sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınları Hakkında Kanun* (2005 2006); <http://www.rtuk.gov.tr> adresinden ulaşılabilir.

da; kadın kimliğinin ancak “güçsüzlük, çocukluk ve özürülük gibi,” en otoriter metin olan yasalarda muhtaçlık ve tam akli ehliyete sahip olmama gibi tanımlarla beraber okunan kelimelerle beraber anılması, bilinçaltı düzeyinde toplumsal cinsiyete dair basmakalıp fikirlerin medya tarafından yeniden üretilmesine dolaylı bir katkıdır.

Farklı bir çelişkili durum da “Özel hayatın gizliliğine saygılı olunması” maddesinde de bulunmaktadır. Türk iletişim yaşamında 1980 ile başlayan değişimle özel hayatın – tabii özelden kasıt cinsel arzu ile kuşatılmış haberler yaratma becerisini de kapsamaktadır – kamusalda yer alması ve bununla ciddi bir iletişim-tüketici yaratılmasına rağmen, yasanın özel hayatın bu niteliğini göz ardı etmesi, “ailenin korunması” vurgusu olarak özel hayatın korunması, yasanın ruhuna adeta sinmiş gözükmektedir. Ki, Judith Williamson’ın fotoğraf’a – bir noktaya kadar görsel ürüne – dair yaptığı uyarıyla, yani özele ait olan fotoğrafın, görsel malzemenin seyirci ile konu arasındaki yakınlık ve özdeşleşmeyi garanti edebilme de resmi (formel) bir basın fotoğrafından çok daha başarılı olduğu savıyla¹⁰ okunması durumunda, bu maddenin, cinsiyet imgesinin medyada yer alış formuna ve onun yol açtığı ayrımcılığa dair pek de bir şey söylemediği aşikar olacaktır.

Fotoğrafın ve görselin bu güçlü etkisine geçmeden önce, X Medya Grubu* yayınlarının basın ilkelerine kısa da olsa değinmekte fayda var. Ana-akım, hakim medya yayınları ve grupları içerisinde X Grubunun kanun metinleri detaycılığına ve benzeşikliğini barındıran tek yayıncılık ilkelerine sahip grup olduğu kolaylıkla söylenebilir. “Kurumsal Yönetim ve Yayın İlkeleri” başlığı altında yer alan “Yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi veya ilişkisi, dini inançları, fiziki kusurları veya yaşı nedeniyle aşağılanamaz ve kınanamaz” maddesi yukarıda RTÜK yasası gibi çelişkili bir yapı arz etmektedir.¹¹ Bu çelişkinin ilk bo-

yutu ilkelerin müteakip “. . . genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı yayın yapamaz” maddesinde yer alan muhafazakar nitelik, bir önceki maddedeki “cinsiyeti. . . ilişkisi” bağlamında erkek kimlikle beraber anıldığında var olan bir kimliği, kadınlığı kollama belirtisi taşımaktadır. Keza, RTÜK yasasının 4. maddesinin (t) bendinde yer alan “yayınların müstehcen olmaması”¹² ilkesi de aynı X Grubu’nun birbirleriyle çelişen ilgili ilkelerinde olduğu gibi toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılığa karşı değil, “ancak aile içinde ya da ilişki anında erkek varlığıyla var olan” tutucu bir savunuya yöneliktir. Şaşırtıcı olmayacak biçimde RTÜK’e gelen yayın şikayetleri içerisinde cinsellik ve erotizmin yüksek oranı, kadına yönelik ayrımcı ya da kadın imgesinin istismarına yönelik tepki olarak değil de, bahsedilen tutucu cinsiyet ayrımcılığı eksenindedir; zira diğer yüksek şikayet konuları da “ahlaka aykırı hareket ve davranış,” “genel ahlaka aykırılık,” “toplumun manevi değerlerine aykırılık,” başlıkları altında sınıflandırılmaktadır.¹³ Bu noktada şikayet almada bu konuların bu kadar çok yer tutması bu programların bir şekilde yüksek oranda izlendiği gerçeğini de ortaya koymaktadır. Çarpıcı nokta, arzu nesnesi ve özdeşleşebileceği bir nesne olarak yeniden kurulan kadın imgesinin hem bu kadar talep görmesi hem de “aile içinde uysal anne-kadın” imgesini tahrip ettiği için de aynı tüketici-izleyiciden tepki görmesi tam da ideolojinin çelişkili yapısını arz etmektedir. Ki bu X Medya Grubu örneklerinde görüleceği gibi çelişkinin diğer boyutunu ortaya koymaktadır.

Her ne kadar yayın ilkelerindeki cinsiyet ayrımcılığının muhafazakar veçheler barındırdığını ortaya koymuş olsak da, uygulamada X Grubuna ait A, B, kısmen C ve farklı bir boyutuyla D gazeteleri de bir arzu-nesnesi kadın imgesi yaratarak satış miktarlarını ve müşteri ilgisini yukarıda tutmaya çalışmaktadır. Hatırlanması gereken bu yeni, modernist/milliyetçi olmayan fakat erotik ve tutuculuğu çarpık bir şekilde

¹⁰ Judith Williamson, “Famliy, Education, Photography (1986),” *Culture/Power/History: A Reader in Contemporary Social Theory*, ed. Geoff Eley Nicholas B. Dirks, and Sherry B. Ortner (Princeton, New Jersey: Princeton University, 1994) içinde, s. 243.

¹¹ *Kurumsal Yönetim Ve Yayın İlkeleri* (2004 2006); <http://www.dmc.com.tr> adresinden ulaşılabilir.

* Medya Gruplarının adlarını zikretmeme gayesi ile metin boyunca X, Y, Z gibi harfler kullanılacaktır.

¹² 3984 Sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınları Hakkında Kanun.

¹³ 2002 Yılında Radyo Ve Televizyon Yayınlarına İlişkin Şikayetlerin Konulara Göre Dağılımı (2003 2006); <http://www.rtuk.gov.tr> adresinden ulaşılabilir.

birleştirdiği ölçüde ticari anlamda “başarılı” sayılabilecek kadın imgesinde, özdeşlenen arzulanan-kadın görseli değil, arzu-duyan kadının haz anı olduğudur. Böylece arzu-duyan kadın hem metalaşarak libidinal etki yaratmakta hem de bu “kendi arzusunu kendi eline alma haliyle” tekinsiz bir arzunun nedeni ve tutucu bir kıskançlığın vesilesi olmaktadır. Bilhassa A'nın suç haberleri sayfasında “ünlü tecavüz mağdurlarının” en şuh halleriyle arzu endam etmeleri, hem onların bu durumdan keyif aldıklarını hem de başlarına gelenleri hak ettikleri gibi bir algı yaratmaktadır. Ki bu fotoğrafın ve görselin sanılanın aksine bir etki yarattığının açık ifadesidir.

Benzer bir çarpıcı örneği de, izlerini X Grubu'nun T, Y Grubu'nun K ve C Grubu'nun H dergilerinin satış artırma politikalarında arayan İrfan Aktan'ın yazısında görmek mümkündür.¹⁴ Bu üç dergi içerik ya da kapaktaki haber başlığıyla alakası olmayan kısmen çıplak ya da bahsettiğimiz arzu-eden nesne kadın imgesi kullanarak satışlarını ortalama yirmi binli rakamlara çıkarmayı başarmışlardır; ki haftalık dergisinin editörü bu durumu “. . . H'nin amacı öncelikle. . . 20 binlik satışlar. Ve bunun için çok kaliteli haberler yapmak yetmez” ifadesiyle açıklamaktadır.¹⁵ Böylece, aslında hakim iletişimin tüketime yönelik bir meta yaratma olduğunu ayan beyan ortaya koyan bu kendinde müstehcen ifade kadın imgesini kullanarak erotikleştirilen ürünü pazarlamanın olmazsa olmazı olduğunu da ifşa etmektedir. Bu durum tam da iletişim kanallarıyla erotize edilerek pazarlanabilir/tüketilebilir hale gelen kadın imgesinin, yani “kadın değerinin,” aslında erotiksizleştiğini ifade eden Alain Touraine'in eleştirisiyle örtüşmektedir; yani, buradaki vurgu kadın öznelliği üzerinden kurulma anlamında kişiliğin ve kimliğin iletişim-metası tarafından çalındığı hissidir.¹⁶

Bu şekilde medyada arzu-eden kadın şekli ya da Türk medya kanallarında sıklıkla karşılaşıldığı şekliyle şiddetin maktulü “mağdur şey,” toplumsal cinsiyetin yansıma atfedilen zayıflık ve ikincillik halini çarpıtmaktadır. Bu ideolojik konumlanım içinde artan oranda iletişim sektöründe istihdam edilen kadın çalışan-

lar da dahil edildiğinde durumun ehemmiyeti ortaya çıkmaktadır. Bu da ana-akım hakim medyanın terbiye edilmesi yönünde reformizm kadar, bağımsız feminist medya kanallarının ortaya çıkmasının ve çoğalmasının medyadaki her türlü cinsiyetçi unsurların azaltılması için şarttır.

Bibliografya

2003. 2002 Yılında Radyo ve Televizyon Yayınlarına İlişkin Şikayetlerin Konulara Göre Dağılımı. <http://www.rtuk.gov.tr> . (giriş 2006).
2005. 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınları Hakkında Kanun. <http://www.rtuk.gov.tr>. (giriş 2006).
- “Final Report of Activities of the Group Specialists on Mainstreaming.” *Gender Mainstreaming*. Strasbourg: Council of Europe, 1998 içinde.
2004. Kurumsal Yönetim Ve Yayın İlkeleri. <http://www.dmc.com.tr>. (giriş 2006).
2005. Ulusal Mevzuat. RTÜK, <http://www.rtuk.gov.tr>. (giriş 2006).
- Aktan, İrfan. “Üç Büyük Dergiden Örneklerle Medyanın Kadına Bakışı: Memenizi Gösterin Sinyorita, Yoksa Küserim.” *Express*, no. 59 (Mart 2006).
- Butler, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge, 1990.
- Gürbilek, Nurdan. *Vitrinde Yaşamak*. İstanbul: Metis, 2001.
- Lorber, Judith. *Paradoxes of Gender*. New York: Yale University, 1994.
- Scott, Joan Wallach. *Gender and the Politics of the History*. New York: Columbia University, 1988.
- Timisi, Nilüfer. *Medyada Cinsiyetçilik*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 1996.
- Touraine, Alain. “Dersimiz Sosyal Biyoloji, Konumuz Erotiksizleştirme.” *Express*, no. 59 (Mart 2006).
- Williamson, Judith. “Famliy, Education, Photography (1986).” *Culture/Power/History: A Reader in Contemporary Social Theory*, derleyenler Geoff Eley Nicholas B. Dirks, ve Sherry B. Ortner. Princeton, New Jersey: Princeton University, 1994 içinde.

¹⁴ İrfan Aktan, “Üç Büyük Dergiden Örneklerle Medyanın Kadına Bakışı: Memenizi Gösterin Sinyorita, Yoksa Küserim,” *Express*, no. 59 (Mart 2006).

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Alain Touraine, “Dersimiz Sosyal Biyoloji, Konumuz Erotiksizleştirme,” *Express*, no. 59 (Mart 2006)