

KİMLİK ÖGESİ OLARAK ERKEKLİK KAVRAMI VE POSTMODERN TOPLUMLARDA FARKLI ERKEKLİK ALGILARI¹

Arş. Gör. Barış ÇAĞIRKAN²

ÖZET

Erkeklik kavramı insanlık tarihi ile aynı geçmişe sahiptir çünkü bireyler doğarken kendi seçimleri dışında cinsiyetleri ile birlikte dünyaya gelirler. Bu anlamda baktığımız erkeklik ve kadınlık biyolojik bir farklılıktır. İnsanoğlu toplum içinde kendi varlığının ve kimliğinin farkına varabilmiştir bu anlamda erkeklik veya kadınlıkta yine toplumsal yapıdan etkilenmiştir. Erkeklik kavramı tarihsel olarak iki büyük kırılma yaşamıştır. Bunlardan ilki modernite ile birlikte sanayi toplumlarının ortaya çıktığı ve geleneksel iş bölümünün değişmek zorunda kaldığı dönemdir. Bu dönemde erkek ve kadın aynı iş yerinde ve aynı işi yapmaya başlamış bunun sonucunda da erkeklik rolü dolayısıyla erkeklik anlayışı değişmiştir. İkinci büyük kırılma özellikle 1990'lı yıllarda post-modern söylemler ile birlikte farklı erkeklik anlayışlarının ortaya çıktığı ve ilk defa tek bir erkeklik anlayışından ziyade birden fazla erkeliklerden söz edildiği dönemdir. Bu kırılma ile birlikte kadın ve erkek arasındaki sınırların ortadan kalktığı, “unisex” kavramının ortaya çıktığı dönemdir. Bir kimlik ögesi olarak erkeklik dönemsel olarak farklı anlamlarda kullanılmış ve farklı erkeklik beklentileri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Erkeklik, Modernite, Post-modernite, Kimlik.

THE NOTION OF MASCULINITY AS AN UNDERSTANDING OF GENDER IDENTITY AND DIFFERENT MASCULINITIES IN POSTMODERN SOCIETIES

ABSTRACT

The concept of masculinity has the same history as human history, because people come to the world with their genders when they are born. The main difference between masculinity and femininity is a biological difference. People can only be aware of their own existence and identity in society; in this sense, people have been influenced by social structure like the masculinity or femininity. The concept of masculinity has historically changed into two major divisions. The first major change is the period in which the industrial societies emerged along with modernity and the traditional division of labour had to change. In this period, men and women began to work in the same work place and began to work on the same job; and as a result of this, the understanding of masculinity has changed due to the role of masculinity. The second great change happened in the 1990s. This is the period when different masculinities emerge together with post-modern discourses. This was the first time in human history, there are more than one masculinities discussed in society. This change is the period when the concept of “unisex” emerges; moreover, the borders between masculinity and femininity begin to disappear. As a part of identity, masculinity has been used periodically in different meanings and different masculinity expectations have been emerged.

Keywords: Masculinity, Modernity, Post-modernity, Identity.

¹ Bu makale 5-7 Mayıs 2018 tarihleri arasında Antalya’da düzenlenen ASEAD III. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu’nda sunulan bildiriden geliştirilmiştir.

² Bitlis Eren Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, bcagirkan@gmail.com

GİRİŞ

Erkeklik kavramı tarihsel olarak farklı dönemlerde farklı anlamlarda kullanılmıştır. Genel olarak bir erkeklik tanımı yapmak gerekirse: Erkeklik birey olarak “erkeklerin sahip oldukları biyolojik cinsiyeti gerekçe göstererek toplumsal yaşamda oynamaları gereken rolü, ne hissedip nasıl ifade etmeleri gerektiğini anlatan yönergeler toplamıdır” (Uçan, 2012: 262). Kimlik ögesi olarak erkeklik kavramı daha çok negatif kimlik inşa sürecinde önemli bir faktör olarak etki etmiştir. Cinsiyetler arasındaki biyolojik farklılıklar toplum yapısının şekillenmesinde önemli etkiler oluşturmuştur. Erkeklik algısının geçirdiği değişimler toplum yapısında meydana gelen önemli değişimlere (Tarım Devrimi, Sanayi Devrimi, ideolojiler, teknolojik gelişmeler vb.) paralel olarak gerçekleşmiştir. Toplumsal hayatta meydana gelen değişimler ve özellikle 1960 sonrası yükselişe geçen feminist hareketler sonucunda erkeklik algısının nasıl anlaşıldığı üzerinde önemli kırılmalara neden olmuştur.

Geleneksel dönemden modern döneme geçiş ile birlikte genel olarak tekil bir erkeklik kavramı üzerinden farklı algılar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda tarihsel süreç içerisinde ilk defa erkeklik algısı farklılaşmıştır. Erkeklik algısı değişmesine rağmen tekil erkeklik kavramı hakimiyeti devam etmiştir. Postmodern dönemde ise erkeklik kavramı çoğulcu bir anlam kazanmıştır. Bu dönemde artık farklı erkeklik kavramından ve farklı erkeklik algılarından bahsedilmiştir. Özellikle postmodernist argümanlar paralelinde de analiz edilen bu yeni erkeklikler kimi noktalarda fazla kadınsı olarak eleştirilse de retroseksüel erkeklik anlayışında olduğu gibi klasik anlamda (modernist) bir erkeklik algısının yeniden ortaya çıkabileceğini görebilmekteyiz. Bütün bu algı kırılmaları dışında kitle iletişim araçlarının gelişmesi, ulaşım ve haberleşmenin çok hızlı bir şekilde gerçekleşmesi küresel dünyada erkeklik algısının değişimi üzerinde önemli bir etken olarak görülmektedir. Özellikle hızlı küresel iletişim imkanları gettoseksüel erkeklik anlayışının ortaya çıkmasında küreselleşmenin ne kadar büyük bir etkiye sahip olduğunu bir kez daha göstermiştir. Bütün bu algı tartışmaları dışında, özellikle para ekonomisinin egemen olduğu toplumlarda ortaya çıkan farklı erkeklik algıları “yeni pazar arayışları” tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Örneğin ilk defa Simpson’un 1994 yılında yayımlanan yazısında kullandığı “metroseksüel” kavramında olduğu gibi “büyük şirketler için yeni bir pazar doğuyor” vurgusu öne çıkmıştır. Metroseksüel erkeklik anlayışı modayı takip eden, kişisel bakımlarına önem veren, kadınsı vurgulardan kaçınmayan bir algı olarak ortaya çıktığında kişisel bakım ürünleri satan büyük şirketler pazar alanını genişletme imkanı bulmuşlardır.

Bu çalışma kapsamında modernizm ve postmodernizmin argümanlarının erkeklik kavramı üzerindeki etkileri ve özellikle postmodern toplumlarda değişen erkek kavramı ve farklı erkeklik algıları; ve bu değişen algılar sonucunda kimlik ögesi olarak erkeklik kavramının değişimi tartışılacaktır.

1. KAVRAM OLARAK ERKEKLİK

Erkeklik nedir? Bu sorunun en kısa yanıtı: “özel kültürel ve örgütsel alanlarda var olan, genellikle erkeklerle ilişkili ve bu nedenle kültürel olarak kadınsı olmayan olarak tanımlanan davranışların, jargonların ve uygulamaların” tamamıdır (Abumere-Itulua, 2013). Bireylerin “Ben kimim?” sorusunu sorması ile birlikte bir kimlik oluşturma faaliyeti başlamaktadır. Erkeklik ve erkek davranışları sadece biyolojik cinsiyet anlayışı paralelinde kullanılan kromozomların, genetik kodlamanın veya biyolojik yatkınlıkların basit ürünü

değildir (Clatterbaugh, 1990; Whitehead ve Barrett, 2001). Özellikle modern öncesi geleneksel topluluklardan başlayarak, sanayi toplumunun getirmiş olduğu değişimler sonrasında kadının çalışma hayatına dahil olmasına kadar geçen süreçte cinsiyet temelli ve negatif kimlik tanımlamasının bir ögesi olarak erkeklik kavramı kullanılmıştır.

Bu tür bir erkeklik algısı her ne kadar biyolojik farklılıklar üzerinden kendini tanımlasa da toplum/topluluk içinde yapılan iş bölümü sonucunda kadın ve erkek rollerinin toplumsal yapıya bağlı olarak belirlenmiştir.

Geleneksel toplumlardan modern sanayi toplumlarına kadar geçen süreç içerisinde, kadın ve erkek kavramları keskin bir çizgi ile ayrılmış ve aynı zamanda toplumsal hayatta iş bölümü bu durumun en belirgin göstergesi olmuştur. Modern öncesi dönemde erkek savaşçı, lider, aile reisi, yiyecek temininden sorumlu, avcı ve toplumluluk için önemli bir simgedir. Bu dönemde ortaya çıkan erkeklik kavramı; kadınsı olmayan erkekler için negatif bir kimlik ögesi olarak hem olumlu hem de olumsuz bir algıya sahip olmuştur.

Erkeklik kavramı en başta bir cinsiyet algısı olarak toplumsal hayatın ve topluluk hayatının bir parçası ve aynı zamanda modern öncesi dönemden itibaren süregelen bir gelişim ve değişim çizgisi içerisinde anlam kazanan olgudur. Erkeğin doğuştan getirdiği genetik ve biyolojik farklılıklarının cinsiyet olarak bir tanımlama yapmaya yetse bile “toplumsal cinsiyet olarak erkekliği tanımlamada yetersiz kalacağı fikri cinsiyetin sosyal olarak inşa edildiği” argümanına dayanmaktadır (Güneş, 2016: 268). Bu bağlamda erkeklik algısı dönemselsel olarak toplumsal olarak farklı kırılmalar yaşamıştır. Avcı-toplayıcı üretim modelinden feodal toplum ile birlikte tarım ekonomisine geçildiğinde erkeklik kavramı ilk kırılmasını yaşamıştır, çünkü yeni ekonomik sistem yeni bir iş bölümünü de beraberinde getirmiş buna paralel olarak erkeklik kavramı yeniden tanımlanmıştır. Bu dönemden sonra erkeklik kavramının yaşadığı diğer önemli kırılma Sanayi toplumlarının ortaya çıkması sonucunda olmuştur. Bu dönemde erkeklik algısı ilk defa farklılaşmıştır. Ancak erkeklik algısının yaşadığı en büyük kırılma postmodern dönemde farklı erkeklik kavramları ve farklı erkeklik anlayışlarının ortaya çıkması ile olmuştur. Bu dönemde artık birçok farklı erkeklik algısından bahsedilmektedir.

2. SOSYOLOJİK OLARAK ERKEKLİK

Erkeklik kavramının sosyologlar tarafından ele alınıp incelenmesi özellikle 1950’li yıllardan sonra feminist eleştirilerin sosyoloji disiplini içinde kendine yer bulmaya başlaması sonucunda olmuştur. Geleneksel paradigmalarda bulunan feminist kuramcılar, yaygın cinsiyet algılarının var olan normuna direnmekte ve kadının gelişimiyle ilgili olarak yeniden bir tanımlamaya girerek kadın olgusunu kalıcı olarak yeniden yazmaya çalışmışlardır (Collins, 1990; Tatun, 1997). Bu dönemde feminizmin üretmeye çalıştığı ve yeni erkeklik algılarını anlamaya yardımcı olan toplumsal hayatta meydana gelen ve topluluk içinde değişen sosyal ilişkiler bağlamında ortaya çıkan bu yeni erkeklik eleştirileri, erkeklerin psikolojik ve sosyolojik gelişimini anlama ve açıklamada ayrıca erkekliğin bir kimlik ögesi olarak yeniden incelenmesi yolunda yeni kuramların ortaya atılmasında önemli bir faktör olarak ortaya çıkmıştır (Bergman, 1995; Petersen, 1998; Pleck, 1995).

Sosyolojik olarak erkeklik kavramının ele alış biçimleri daha çok bir birey olarak erkeklerin davranışlarının, uygulamalarının, değerlerinin ve perspektiflerinin eleştirel bir biçimde incelenmesiyle ilgilidir. Bu grup içindeki yazarların kişisel/politik olarak feminist gündemle uyumlu ve cinsiyet adaleti isteği gibi argüman sahibi olduğu anlaşılmaktadır. Her şeyden önce getirilen en önemli eleştirilerden biri sosyolojinin bir erkek bilimi olduğu özellikle bir disiplin olarak ortaya çıktığı ilk dönemde kurucularının tamamının erkek olduğu gerçeğinin vurgulanmasıdır. Bu bağlamda feminist hareketlerin ortaya çıktığı 1950 sonrası dönemde sosyologlar erkeklik kavramı üzerinde durarak bir “erkeklik sosyolojisi” eleştirisi yapmışlardır. Erkeklik sosyolojisini oluşturan yazarlar ve erkeklik konusundaki eleştirel yazıları; erkeklerin güçlerinin farklılaştırılması, vatandaşlığa kavuşturulması ve tüm kültürler, siyasi sınırlar ve örgütsel ağlar arasında gömülü olması yollarını vurgulamaya çalışmaktadır (Abumere, 2013).

1950’lerin başlangıcından bu yana, erkeklik sosyolojisi, erkeklik kavramı üzerine belirgin teorik eleştiriler getirmiştir. Bu eleştirilerden ilki, Joseph Pleck’in (1995) “erkeklik” cinsiyet rolünü “tutarsızlık” olarak adlandırdığı eleştirisidir. Erkeklik rolü, performansının problemlili ve erkekler için dominant beklentilere ve eril ideolojiye sıkı sıkıya bağlı olma durumu ile ilgilidir. Bu eleştiri özellikle toplumsal rollerde erkeklik kavramının geçmişten gelen erkeklik anlayışının etkisi altında kalarak bir baskı unsuru olduğu eleştirisidir. İkinci eleştiri 1980’lerin başında ortaya çıkmıştır. Bu eleştiri ataerkilliğe erkeklerin bağımlı olması değil, erkeğin iktidarının erkek olma yolunda egemen olduğunu vurgulamaya çalışılmasıdır (Whitehead ve Barrett, 2001). Bu eleştiri aynı zamanda erkek egemen ve erkeklerin iktidarı elinde tuttuğu bir anlayışın toplumsal hayatta egemen olmaya devam ettiği ve yönetim anlamında bu durumun değişmediği eleştirisidir. Carrigan, Connell ve Lee’nin (1985) çalışmasıyla örneklendirilen ikinci dalga eleştiriler “hegemonik erkeklik” kavramını politik, çoklu, tartışmalı; ancak güçlü bir kavram olarak tanıtmıştır. Erkeklik sosyolojisinde üçüncü eleştiri ise öncelikle feminist, post-yapısallık ve post-modern kuramlardan etkilenmiştir (Butler, 1990; Nicholson, 1990). Burada eleştiriler daha çok benliğin baskın anlatımcı uygulamaları yoluyla ve erkeklerin kimlik duygusunun (cinsiyet) güç ve direnişle nasıl bağdaştığını doğrulamaya yöneliktir (Whitehead ve Barrett, 2001). Erkeklik kavramı üzerindeki kırılmalar genel olarak erkeklik kavramının toplumsal hayatta bir güç simgesi olarak varlığını devam ettirmesine yönelik eleştirilerdir.

Son yıllarda ise sosyologlar bireyleri şekillendiren daha büyük düzende erkeklerin konum ve deneyimleri ile gittikçe daha fazla ilgilenmektedirler. Toplumsal cinsiyet ve cinsellik sosyolojisindeki bu değişim; toplumsal cinsiyet ilişkileri bağlamında, erkek ve kadınlar arasındaki toplumsal etkileşimler içerisinde erkekleri ve erkekliği araştırmaya vurgu yapmaktadır. Sosyologlar özellikle erkeklerin kimliklerini nasıl inşa ettiğini ve toplumsal hayatta erkeklerden beklenen ve yerine getirmesi gereken rollerin erkek davranışları üzerinde ne tür etkileri olduğunu kavramak istemektedirler (Giddens, 2001). Connell (1987) toplumsal cinsiyet ve iktidar çalışmasında erkeksi cinsiyete dair en eksiksiz teorik hesaplardan birini ortaya koymuştur. Connell ataerkillik ve erkeklik kavramlarını toplumsal cinsiyet ilişkileri üzerinden kapsamlı bir teori haline getirerek sosyoloji disiplini içinde erkeklik kavramının anlaşılmasında son derece önemli bir katkı yapmıştır.

Postmodern toplumlarda erkeklik algıları cinsiyet düzeninin kritik bir parçasıdır ve erkeklik kavramının yaşadığı ikinci önemli kırılma olarak kendisinden veya erkeklik kavramına eşlik eden kadınsılıklardan ayrı olarak anlaşılmalıdır (Connell, 1995; Giddens, 2001). Bu iki kavram arasında var olan sert çizgiler özellikle moda da ortaya çıkan “unisex” algısı sonrasında yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır. Erkek ve kadın algısının herhangi bir ayrıştırma olmadan bir arada olduğu bu yeni anlayış özellikle erkeklik kavramının değişiminde önemli bir kırılma olarak sosyologlar tarafından tartışılmıştır. Hem erkek hem de kadın “aynı metayı (tüketim ürünleri)” satın alıp cinsiyetinden bağımsız olarak kullanabilecektir. Unisex kavramı modada ilk defa ortaya çıkmasına rağmen erkeklik kavramı ile özdeşleşen diğer alanlarda da kendine yer bulmuştur. Örneğin, futbol sadece erkeklerin oynadığı ve erkeklerin zevk aldığı bir spor olmaktan çıkarak kadın futbol liglerinin kurulduğu ve kadın futbolcular da en az erkekler kadar bu spordan zevk aldıklarını göstermişlerdir. Kadın imajı ile ifade edilen mesleklerden biri olan hemşirelik artık sadece kadınlar tarafından değil erkekler tarafından da tercih edilen bir meslek alanı olmuştur. Bu tür keskin sınırların kaybolmaya başladığı postmodern toplumlarda ortaya çıkan yeni erkeklik algıları sosyologlar tarafından anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

3. MODERNİZM VE ERKEKLİK KAVRAMI

Modern dönemde erkeklik algısı birey davranışının kişi türüne göre olduğunu varsaymıştır. Bu anlayış bireysel farklılığa ve kişisel ajansa inanmaktadır. Bu anlamda erken modern Avrupa’da sömürge imparatorluklarının ve kapitalist ekonomik ilişkilerin gelişmesiyle ortaya çıkan bireysellik anlayışı üzerine inşa edilmiş yeni bir erkeklik anlayışı söz konusudur (Whitehead ve Barrett, 2001). Fakat kavram aynı zamanda doğal olarak ilişkiseldir, yani “erkeksilik” ve “kadınsılık” birbiri ile zıtlık göstermek dışında var olabilme imkanı vardır. Kadınlara ve erkeklere farklı kutuplardaki karakter özelliklerinin toplumsal kodlar aracılığıyla aktarılması, türün taşıyıcıları olarak devamlılığını sağlayamayan ve bu şekilde davranmayan bir kültür modern kültür anlamında erkeklik kavramına sahip değildir (Connell, 2001).

Erken dönem modern erkeklik algısı klasik ataerkil toplumdan devralınan cinsiyet (biyolojik farklılıklar ve türe özgü davranış örüntüleri temelinde) üzerinden bir algı olma özelliğini devam ettirmektedir. Fakat modern öncesi topluluklarda olduğu gibi erkeğin fiziksel üstünlüğüne bağlı olarak ortaya çıkan erkeklik algısı kırılma göstermiştir. Bu durum erkeklik algısında bir kopuşun yaşandığının kanıtı olarak kabul edilmiştir. Tarihsel özgünlüğe ve tarihsel değişime bakarak erkeklik anlayışının sosyolojik olarak inşasının farklı erkekliklerin ortaya çıkabileceği ya da yaşanabileceği, erkeklik tarzlarının çoğaldığını ve toplumdaki erkeklik algısının değişiminin varlığı ve potansiyelini göstermektedir (Alsop ve diğerleri, 2002).

Modern dönemde erkeklik algısının değişiminde ilk olarak tarım ekonomisine dayalı yerelliklerin vurgulandığı toplumsal yapıdan sanayi toplumuna geçişin etkisi büyük olmuştur. Ayrıca mega kentlerin ortaya çıkması ve bu kentlerde kurulan büyük fabrikalarda hem erkek hem de kadınların bir arada aynı işi yapmaya başlaması sonucunda cinsiyetler arasındaki etkileşimin artması erkeklik algısındaki değişimin bir diğer önemli faktörüdür. Modern dönemde erkeklik algısında yaşanan değişimlere rağmen erkeklik farklılaşması yaşanmamıştır.

Etnisite, ırk, cinsellik veya ekonomik ayrıcalıklardan dolayı kültürel farklılıklar söz konusu olsa da erkeklik algısı sanayi öncesi dönemde olduğu gibi tek bir farklılık üzerinden temellendirilmiş değildir (Bergman, 1995; Pollack, 1995). Erkeklik anlayışının (henüz) alt başlıklara ayrılmadığı bu dönemde farklılıklar üzerinden yapılan yorumlar devam etmekle birlikte ilk kırılmaların yaşanmaya başladığını görüyoruz.

4. POSTMODERN ERKEKLİK ALGILARI

Postmodern dönemde erkeklik kavramı eleştirileri bazı yazarlar tarafından erkeklik algısında yaşanan bir kriz olarak ele alınmıştır. “Kriz” kavramıyla belirtilmek istenen geçmişten gelen bir anlayıştan kopuş, var olan erkeklik algılarından farklı bir algının ortaya çıkması ve en önemlisi erkeklik kavramının bir kimlik ögesi olarak kullanılmasının farklı şekillerde ortaya çıkabileceğinin anlaşılmasıdır. Kimmel (1996) erkeklik anlayışında başka krizlerin olduğunu iddia ederek aslında bu farklı erkeklik anlayışlarının çeşitli alt başlıklara ayrılabilmesini vurgulamıştır. Dahası erkeklik kavramının da ortaya çıkan krizlerin genellikle erkeklik kavramının anlamının radikal sorgulanmasını gerektirir olmuş ve bu tür krizlerin önemli ideolojik, ekonomik ve sosyal gerginlik dönemlerinde ortaya çıktığını göstermiştir. Genel olarak postmodern dönemde erkeklik çalışmaları, güncel, görünür ve değişen erkek ve erkeklik söylemlerinin bir inceleme alanıdır.

Toplumsal cinsiyet olarak “erkek” algısının biyolojik olandan farklı somut gerekçelere dayanan, ezeli ve ebedi bir tanımı yapılmamıştır. “Erkek” sosyolojik olarak ele alındığında tamamıyla kültürel bir kurgudur. Bir kurgu olarak insan zihninde oluşturduğu imaj onun toplumsal hayatta yerine getirmesi gereken rollerin kültürlenme yoluyla kuşaklar arasında aktarılması sonucu nesiller boyunca devam eden bilişsel ve sosyolojik süreçlerdir. Toplumda erkeğin nasıl olması ve nasıl davranması gerektiğine dair savlar toplumsal değişim süreçleri içerisinde değişir ve kendini yeniden tanımlar; söylem alanı içerisinde eski ve yeninin hegemonik iktidar mücadelesi “erkek” kavramını tanımlar.

Negatif kimlik anlayışından hareketle baktığımızda çatışmacı kuramcılarının iddia ettiği gibi “erkeklik” ve “kadınlık” birbirlerini üreten metaforlardır. Bu iki kavram arasında süre gelen cinsiyet çatışması bilişsel olarak her iki kavramında nasıl algılanması gerektiğini belirler. İktidar olan her ne kadar “erkeklik” gibi görünse de karşılıklı etkileşim süreci içerisinde her iki cinsiyette birbirlerinin oluşumunu ve dönüşümünü sağlamaktadır. Bu karşılıklı etkileşim düzeyinin şiddeti her iki kavram açısından algılamının nasıl olacağını da belirlemektedir. Bu nedenle toplumsal cinsiyeti kalıplaşmış değer yargıları olarak değil, süreç içinde oluşum halindeki bir “performans” olarak ele almak daha doğru olacaktır (Maral, 2004: 128).

Antropologlar “kendisini doğanın bir parçası olarak algılayan, mülkiyete, hiyerarşiye, saldırganlık ve rekabete yabancı insanoğlunun saban tarımına başlaması ile birlikte ataerkil düzenin başladığını” söylemektedir (Kottak, 2001: 17). Geleneksel dönemden modern topluma geçişi temsil eden sanayi devrimi sonrası 19. yüzyılda erkeği tanımlayan “yaptığı iş ve harcadığı emek” olmuştur; tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş ile birlikte kırsal kesimlerden merkezi şehirlere yaşanan göç aynı zamanda işçi yığınlarının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu dönemde “eğer bir erkeğin işi yoksa o bir erkek olmaktan daha az bir şeyi” ifade eder anlayışı ortaya çıkmıştır (Reilly, 2006: 65).

Bu noktadan hareketle “erkeklik” algısını tanımlayabilmek için modern toplumun kavrama ne kattığını anlamak, erkekler için nasıl bir kimlik tasarladığını görmek gerekmektedir. Modernizmin rasyonel aklının gösterdiği “doğrular uğruna savaşılan, sert köşeli, ataerkil erkek, postfordist üretim ilişkilerinin güdümünde her konuda esneyebilen, uzlaşmacı, duygusal, erkeklik söylemi ile mücadele halindedir (Uçan, 2012: 268). Erkeklik kavramının yaşamış olduğu bu ikinci büyük kırılma aynı zamanda modern dönemden farklı olarak tek bir farklılaşmadan ziyade çok çeşitli erkeklik söylemlerini beraberinde getirmiştir. Örneğin ilk defa 1994 yılında ortaya çıkan metroseksüel erkeklik söyleminden sonra retroseksüel, gettoseksüel gibi farklı erkeklik algıları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda erkeklik kavramının yaşamış olduğu en büyük kırılma ve kriz postmodern dönemde olmuştur. Postmodern erkeklik söylemlerinden dört örnek üzerinden bu dönemde erkeklik kavramının kimlik ögesi olarak nasıl bir değişim yaşadığını görmek mümkündür.

4.1. Metroseksüel

Metroseksüelliğin doğuşu 1994 yılında İngiliz yazar ve kültür yorumcusu Mark Simpson, “Mirror” gazetesinde yazdığı “come to the new men” başlıklı makalesinde bu kelimeyi ilk defa kavram olarak kullanımı ile olmuştur. Bu makale erkek moda dergilerinin hedefi konumunda ve büyümekte olan aynı zamanda stil bilincine sahip genç erkeklere atıfta bulunmuştur. Simpson biraz nazikçe davranarak bu narsistik genç, moda uygun giysi ve aksesuarları alan ve tüm bunlar için zaman harcayan erkekleri tanımlamak için “metroseksüel (metrosexual)” terimini icat etmiştir. Terim kullanıldığı ilk günlerde çok fazla dikkat çekmemiş; ancak, Simpson’un belirttiği gibi moda trendi artan erkek stil bilincini yükselmeye devam etmiştir. Temmuz 2002’de Simpson “Metroseksüel ile Tanışın” başlıklı yazısını yeniden yayınladığında metroseksüel terimin uluslararası önem kazanacağını söylemiştir. Simpson’un makalesi temelde gittikçe görüntü bilincine sahip ve tüketim temelli bir erkeklik anlayışının yükselişine yaptığı vurguyu ve taşıdığı endişeyi dile getirmektedir. Kendisini bir eleştirmen ve aynı zamanda toplumun gerçeklerinin farkında olan bir sosyal gözlemci olarak tanımlayan Simpson, David Beckham ve Brad Pitt imajları üzerinden bir açıklama yapmıştır. Simpson (2002) metroseksüel kavramı için şu şekilde bir açıklama getirmiştir:

“Tipik bir metroseksüel harcamak için parası olan, büyük bir metropolde yaşayan ya da metropole kolayca erişilebilen genç bireydir; çünkü metropollerde en iyi dükkânlar, kulüpler, spor salonları ve kuaförler vardır. Resmi olarak farklı cinsiyetlerde ya da cinsel tercihlerde olması; örneğin, gay, biseksüel ya da heteroseksüel bu tamamen önemsizdir, çünkü metroseksüel kendisini açıkça aşk nesnesi olarak görmekte ve cinsel tercihini buna göre belirlemektedir. Modellik çalışmaları, bekleme masaları, medya, pop müzik ve spor gibi belirli meslekler onları cezbetmiş gibi görünmektedir. Ancak bu yeni erkeklik algısı gerçekte erkek makyaj ürünleri pazarlaması için yeni bir ekonomik sektör olarak ortaya çıkmıştır”.

Medyada kullanılan yeni terimlerin gelişimini izleyen bir web sitesi olan “Word Spy” ana akım medyada dikkate alınmasından sonra metroseksüel teriminin tanımındaki kaymayı yansıtmıştır. Eylül 2002’de Word Spy metroseksüel kavramı için: “Sadece kendine değil, aynı zamanda kentsel yaşam tarzına da aşık olan cübbeli bir narsist” tanımını yapmıştır; ancak, Ocak 2004’te WordSpy tanımı şu şekilde değiştirmiştir: “Görünüşüne ve yaşam biçimine çok fazla zaman ve para harcayan güçlü estetik duyarlı bir şehirli erkek”. İki tanımın metroseksüel kavramının oldukça farklı yorumlarını içerdiği görülmektedir. İlk tanım narsisizm ve genellikle Batı kültüründe çokça kabul görmeyen öz sevgi özelliklerine atıfta bulunmaktadır.

İkinci tanım ise metroseksüel algısının stil bilincini bir güç simgesi olarak şekillendiren çok daha çekici bir metroseksüel kavramını ifade etmektedir. Metroseksüel kavramı değişen çalışma koşullarına, tüketim alışkanlıklarına ya da sosyal yaşama ve elbette kadın iktidarına her ne şekilde olursa olsun ayak uydurabilen “esnek” erkeği ifade etmek üzere geliştirilmiştir (Uçan, 2012).

Metroseksüel erkeklik kavramının kullanılmaya başlanması ile birlikte eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Birçok yazar günlük yaşamda metroseksüel tanımına uyan erkek bulamayacağımızı ileri sürmüş ve bunun sadece hayali bir imaj olduğunu; sadece bir iki örnek rol model dışında karşılığının olmadığını söylemiştir. Bu eleştirilere göre; “medya metroseksüel erkeği yayınladığı rol modelleri aracılığıyla icat etmiştir” (Salzman, 2006: 89). Ancak kavramın ortaya çıktığı yer olan Amerika’da yapılan bir alan araştırması ise toplumda dış görünüşleri için para harcamayı seven, estetik kaygılar taşıyan bir erkek grubunun sayıca artmakta olduğunu göstermiştir. Söz konusu araştırmada; “Kendinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusuna araştırmaya katılan erkeklerin %44’ünün “şefkatli”, % 36’unun “iddialı”, %20’sinin ise geleneksel erkeğin niteliklerinden biri olan “otoriter” cevabını vermiştir (Salzman, 2006: 198). Bedenine özen gösteren, ataerkil “erkeklik” kavramının argümanlarını sorgulayan yeni bir erkek topluluğu kendini tanımlamak için metroseksüel erkeklik söylemi içinde erkeklik kimliğinin inşa edilmesinin mümkün olduğunu göstermiştir. Salzman’a (2006) göre her dönemde metroseksüel nitelmesi yakıştırılabilecek erkekler yaşamıştır. Postmodern dönemin farkı “bu kimlik biçiminin sayıca çok daha fazla erkeğin benimsediği bir fenomen haline” gelmesidir (s. 269).

4.2. Retroseksüel

Retroseksüel kavramı ve erkek algısı her şeyden önce metroseksüel erkek algısının ortaya çıkması sonucu bu anlayışa bir karşılık olarak değerlendirilmiştir. Metroseksüel erkek algısının 1994 yılından sonra toplumsal hayatta karşılığını bulmaya başlaması sonucu bazı erkek grupları bu durumu eleştirilmiş, karşılık olarak geleneksel erkeklik algılarından vazgeçmek istememiş ve geleneksel erkek algısı ve imajını korumaya devam etmiştir. Genel olarak tanımlamak gerekirse retroseksüel erkek; spor salonlarında zaman geçirmeden, dış görünüşüne önem vermesine rağmen bakımlı olmak boyutunda geçmişten gelen özellikle modernizmin ortaya attığı erkek imajını devam ettirme eğiliminde olan erkektir. Retroseksüel erkek ile metroseksüel erkek algısı karşılaştırıldığında retroseksüel erkeğin daha fazla muhafazakar özelliklere sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bu noktada retroseksüel erkeklik algısı toplumsal norm ve kurallara daha fazla bağlı olduğu; bu durumun daha fazla marjinallikten uzak duran toplumun büyük bölümünden onay alan erkeklik algısıdır. Retroseksüel erkeklik algısı aynı zamanda kadın ve erkek arasında var olan genetik, biyolojik ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde bir algı ve imaj farkını korumaya yönelik bir durum meydana getirmiştir. Retroseksüel erkek imajını tartışmak gerekirse; erkekler kadınlara göre eve ekmek getirmek, erdemlilik ve ağırbaşlılık temalarına daha fazla vurgu yaparken; kadınlar erkeklere göre cesaret, kabalık ve davranışsal özgürlük temalarına daha fazla vurgu yapmışlardır. Bu açıdan bakıldığında Türk toplumunda retroseksüel erkek algısının daha yaygın olduğunu söyleyebiliriz.

4.3. Gettoseksüel

Gettoseksüel erkeklik kavramı kelime kökünden anlaşılacağı üzere kırsal ya da taşra erkeklik algısının değişimidir. 1990'lı yıllarda metroseksüel erkek algısının ortaya çıkmasıyla birlikte taşrada (kent merkezlerinden uzakta) yaşayan erkekler de bu akımdan etkilenmişlerdir. Önceki dönemlerle kıyaslandığında özellikle kitle iletişim ve ulaşım araçlarının yaygınlaşması ile birlikte taşrada yaşayan erkekler rol modelleri veya imajlar sayesinde meydana getirilmiş olan New York'ta ya da Paris'te ortaya çıkan erkek modasını takip edebilir hale gelmiştir. Modayı takip eden bu erkekler için bu moda ürünlerine ulaşım kolaylaşmıştır. Örneğin Paris'te çekilen bir reklamdaki erkek saç bakım ürünlerini köyde yaşayan bir erkek internet üzerinden sipariş vererek bu ürüne sahip olabilmektedir. Bu ve benzer nedenlerden dolayı taşrada her şeyden uzak klasik erkek algısının hüküm sürdüğü tek tip erkeklik imajı büyük bir kırılma yaşamıştır. Taşra ve mega kentlerde yaşayan erkekler için ayırt edici erkeklik algısı sadece yaptıkları işlerden kaynaklanmaktadır.

Postmodern dönemde taşrada veya metropolde yaşayan erkekler yaptıkları işlerden bağımsız olarak (mavi veya beyaz yakalı iş ayrımı önemsiz olarak) aynı marka ürünü satın alıp aynı erkeklik tarzını paylaşabilmektedir. Bu durum bazı ülkelerde (özellikle gelişmekte olan ülkelerde) modayı takip eden erkeklerin oluşturduğu pazar göz önünde bulundurularak moda ürünlerin imitasyonunu veya ona çok benzeyen fakat daha ucuz ürünler üretilerek yeni bir pazar ortaya çıkmıştır. Bu nedenle metropolde veya başka ülkelerde ortaya çıkan yeni moda bir ürün aynı anda kırsal bölgelerde de benzerleri (imitasyon olarak) ile satışa çıkarılmaktadır. Maddi gücü olmadığı için orijinaline sahip olamayan birey aynı ürünün çok daha ucuza taklidini satın alarak bu erkeklik anlayışının modasının gereğini yerine getirmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasındaki en önemli nedenlerinden biri kitle iletişim araçlarıdır. Moda dergileri, televizyon programları ve sinema filmleri oluşturulan modanın en ücra yerlere kadar taşınmasında büyük bir etkiye sahip olmuştur. Bir köyde, çölde, dağda vs. nerede yaşadığı hiç önemli olmadan aynı ürünü giyen aynı modayı takip eden erkekler bu getto erkeklik algısını meydana getirmiştir.

Türkçeye “taşraseksüel” olarak da çevrilen gettoseksüel erkeklik algısı özellikle belli semtler veya şehirlerde yaygın olarak karşılık bulmuştur. Örneğin İstanbul “Bağcılar” semtinde bu gettoseksüel erkek imajının örneklerini görmemiz mümkündür.

4.4. Sapyoseksüel

Sapyoseksüel erkeklik algısı bir noktada sadece spor yapan, dış görünüşüne fazla önem gösteren erkeklik imajına farklı yorum getirmiştir. Günümüz postmodern toplumlarda zekanın daha fazla öne çıktığı söylemek mümkündür. Urban Dictionary tanımına göre, bir “sapyoseksüel karşı cinste zekayı en fazla çekici özellik olarak bulan” kişidir. Sapyoseksüel ayrıca duygusal olarak akıl ve zeka içeren etkileşimlerden etkilenir. Sapyoseksüel argümanlar beynin yani zekanın dış görünüşten daha cazip olduğu tezi üzerine kuruludur. Bu bağlamda eş seçimlerinde sapyoseksüel bireyler için dış görünüşün herhangi bir etkisi yoktur. Bazıları da bir sevgilinin cinsiyeti hakkında endişelenmediklerini belirtiyor. Sapyoseksüel erkeklik tanımı en basit anlatımıyla: “entelektüellikten veya zekanın kullanımından hoşlanıp buna bağlanan kişi” olarak tanımlanabilir. Tanımın daha iyi anlaşılabilmesi için kelime köküne baktığımızda akıllı veya zeki sözcüğünün Latincesi olan “sapien” ile “sexualis” kelimelerinin birleşmesinden oluşmaktadır. “Sapioseksüel” erkeklerin sloganı “ben onun beynini seviyorum” demektir.

Kendini sapyoselsüel olarak nitelendiren insanlar aynı zamanda bir çeşit güce tapan bireylerdir, çünkü bilgi güçtür ve günümüz postmodern toplumlarında zeka güce ulaşacak tek araç olarak görülmektedir. Ama sadece zeka testlerine bakarak bir etkileşim oluşturmak veya etkilenmek tek başına yeterli olmayacaktır. Asıl seksi olan güçtür, iktidardır. Güç ve iktidar sahibi olan kişiler aynı zamanda zeki olduklarını da göstermiştir. Bu bağlamda; zeka güç ve iktidara ulaşacak potansiyelin olduğunu göstermesi açısından önemlidir ve seksidir. Örneğin kendi uzmanlık alanında çok iyi olan birisi için o alanda herhangi bir konu üzerine konuşması başkası için seksidir ve bu durum karşı cins üzerinde olumlu etki meydana getirir. Yoksa bir “quantum mekaniği” ya da bir “helikobakteri” gibi özel ilgi alanı olan konular gerçekte tek başına dikkat çekici değildir. Bu konular üzerine uzmanlaşan kişilerin anlatım tarzları ve hevesli görünmeleri başka kişiler tarafından seksi bulunabilir. Dolayısıyla asıl önemli olan herhangi bir alandaki iktidarın diğer bir anlamda gücün sunulması meselesidir.

SONUÇ

Tarih boyunca toplum ve topluluklar birçok köklü değişim yaşamıştır. En temelde toplumu oluşturan bireylerin ilk farklılaşması cinsiyet temelli olmuştur. Toplumsal aktörlerin kimliklerinin inşa etme sürecinde bu iki kavram son derece büyük bir etkiye sahip olmuştur. İnsanlık tarihinde en önemli devrimlerden ilki tarım devrimi olmuştur. İnsanoğlunun doğa ile mücadelesinin bambaşka bir boyuta taşıyan tarım devrimi aynı zamanda kültür kavramının da ilk ortaya çıktığı dönemdir. İnsanoğlunun doğaya dışardan müdahalesinin ilk defa ortaya çıktığı dönem olması itibariyle topluluklarda veya toplumlarda grup içinde cinsiyet temelli bir iş bölümüne gidilmiş bu sayede grup için en iyi olana ulaşılması hedeflenmiştir. İş bölümü yapılırken kadın ve erkek için fiziksel üstünlük veya zayıflık dikkate alınarak en uygun iş için en uygun cins seçilmiştir. Toplumsal yaşamdaki bu iş bölümü aynı zamanda toplumsal cinsiyet rollerini de ortaya çıkarmıştır. Bu roller topluluk içinde erkek ve kadın algısının nasıl olacağını belirlemiştir. Ancak avcı-toplayıcı dönemden itibaren erkeklik ve kadınlık arasında bir farklılık varsa bu daha çok biyolojik veya başka bir ifadeyle genetik koddan kaynaklanan bir farktır.

İnsanlık tarihinin büyük bir bölümüne sahip olan bu dönemden modern döneme kadar geçen süreçte erkeklik algısı genel olarak bazı anaerkil toplumlar istisna olmak suretiyle, tek olarak kalmış kendi içinde farklılaşmaya gitmemiştir. Özellikle kadınlık algısı ile arasında aşılmaz duvarlar çekmiştir. Erkek veya kadın olmak dışında başka bir cinsiyet telaffuzu bir sapkınlık veya tedavi edilmesi gerek bir hastalık olarak görülmüştür. Erkeksi veya kadınsılık belli roller, davranış örüntüleri, tutumlar ile özdeşleşmiştir. Bu durumun ortaya çıkmasındaki en önemli etkenin de işbölümü ve üretim süreçlerine katılımın nasıl olduğudur.

Erkeklik algısının tarihsel değişimine baktığımızda ilk önemli kırılmanın sanayi toplumuna geçiş ile birlikte olduğunu görmekteyiz. Erkeklik veya kadınlık, bir kimlik ögesi olarak topluluk veya toplum yapısından etkilenmiştir. Sanayi toplumuna geçişle birlikte ekonomik hayatta meydana gelen değişimler kadın veya erkeğin üretim süreçlerine nasıl dahil olacağını belirlemekle kalmamış, aynı zamanda bu iki kavramın var olan imajını ve algısını yıkararak yeni bir erkeklik algısının toplumsal hayatta yeniden tanımlanmasına neden olmuştur. Özellikle feodal ya da geleneksel toplumdaki erkeklik algısından farklı olarak kadın ve erkeğin ortak veya benzer işlerde çalışmaya başlaması ile birlikte bu iki cins arasındaki etkileşimin derecesi artmış fakat erkeklik algısı yine tek olma özelliğini kaybetmemiştir.

Başka bir ifadeyle kendi içinde alt erkeklik anlayışlarının ortaya çıkmasına yol açmamıştır. Fakat en önemli değişim iş bölümü ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden tanımlanması üzerinde olmuştur. Erkek ve kadınların aynı iş yerinde ve benzer işlerde çalışmaya başlaması ile birlikte ev hayatı ve toplumsal hayattaki iş bölümü de yeniden tanımlanmıştır. Kadınların evde kaldığı, yemek, temizlik yapmak gibi ev işlerini yaptığı erkeğinde evin geçimini sağladığı iş bölümü yerini her ikisinin de evin geçimi için çalışmak durumunda olduğu; evdeki işler içinde yeniden bir iş bölümünün yapılması zorunlu hale gelmiştir. Erkek sadece evin geçimini sağlamak görevinden, aynı zamanda ev işlerine de yardımcı olmak durumunda olduğu iş bölümüne geçilmiştir.

Erkeklik algısındaki tarihsel olarak en önemli kırılma ise özellikle postmodernite ve feminist hareketlerin etkisi sonucu 1990'lı yılların ortasında metroseksüel erkeklik anlayışının ortaya çıkması ile olmuştur. Bu kırılmanın en önemli özelliklerinden biri ise tek bir erkeklik algısından ziyade birden fazla erkekliğin olduğu ve bu farklı erkeklik anlayışlarının erkekliğin farklı yönlerini öne çıkardığı dönem olmasıdır. 1994 yılında ilk defa ortaya atılan metroseksüel erkeklik algısı erkeklerin bakımlı olabileceği, saçına, tırnağına, vücut yapısına dikkat ettiği bir erkeklik anlayışının ortaya çıkmasıdır. Metroseksüel erkeklik anlayışı ortaya atıldığı ilk günden itibaren tartışmalı bir konu olarak kalmıştır. İlk başlarda kozmetik sektörünün daha fazla kar elde etmek için erkekleri de pazar haline getirmeye çalıştığı ve bunu sağlamak içinde belli rol modellerini kullandığı (Brad Pitt, David Beckham gibi), gerçekte bir karşılığı olmayan bir kavram olarak düşünülmüştür. Fakat özellikle 2000'li yılların başında genç erkekler arasında parasının büyük bir kısmını dış görünüşüne harcayan, nasıl göründüğünü fazla önemseyen ve aynı zamanda başarılı olan bir erkek grubu tarafından metroseksüel erkeklik algısı karşılık bulmuştur. Bu durum aynı zamanda metroseksüel algısının karşı eleştirisi olarak da görülen retroseksüel erkeklik algısını ortaya çıkarmıştır.

Retroseksüellik dış görünüşüne önem veren fakat kadınsı olarak anlaşılabilir tutumlardan uzak duran erkeklik olarak tanımlanmıştır. Retroseksüel bir erkek tırnak bakımı yaptırmaz, fakat temiz ve düzenli kıyafetler giymeye devam eder. Saçına fön çekmez ama taramaya özen gösterir. Postmodern toplumlarda gereklilik olarak görülen durumlardan kaçmaz ama geleneksel erkek anlayışını da tamamen bırakmış değildir. Bu iki farklılaşmadan bağımsız olarak gettoseksüel erkeklik algısı özellikle kitle iletişim ve ulaşım araçlarının yaygınlaşması ile birlikte kent-kır ayrımının da yavaş yavaş ortadan kalkmasına paralel olarak taşrada yaşayan erkeklerin metropol erkek modasını takip etmeye başlaması sonucu ortaya çıkmıştır. Taşralı erkekler büyük kentlerde yaşayan ve tamamen farklı işlerde çalışan erkek hemcinslerini takip eder olmuşlardır. Modanın durdurulamaz etkisi özellikle belli erkek imajlarının tüm dünyaya yayılması bu erkeklik algısının ortaya çıkmasında önemli bir etki oluşturmuştur. Son olarak da sapyoseksüel olarak görülen erkeklerin entelektüel olarak görülmesi ve bu durumun karşı cins üzerinde etki oluşturması bağlamında tanımlanmaktadır. Sapyoseksüel erkek başarılı olmayı bir iktidar veya güç göstergesi olarak görmektedir. Zeki olmanın aynı zamanda iktidar ve gücü beraberinde getirdiğine inanılmaktadır.

Postmodern dönemde ortaya çıkan erkeklik algıları aynı zamanda bir hibrit kimlik ögesi olarak da görülmektedir, çünkü farklı erkeklik imajları bir cinsiyet farklılaşmasından ziyade kadın ve erkek arasındaki duvarların yıkıldığı "unisex" kavramının ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu farklılaşma daha çok, erkekliğin nasıl yaşandığı ile ilgili bir durumdur.

KAYNAKÇA

ABUMERE-ITULUA, F. (2013) "Understanding Men and Masculinity in Modern Society", Open Journal of Social Science Research, 1 (2), 42-45.

ALSOP, R., FITZSIMONS, A. ve LENNON, K. (2002). Theorizing Gender, Cambridge, Polity Press.

BERGMAN, S. J. (1995). Men's psychological development: A relational perspective, IN: R. F. Levant ve W. S. Pollack (Eds.), A new psychology of men, New York, Basic.

BUTLER, J. (1990). Gender trouble: Feminism and the subversion of identity, New York, Routledge.

CARRIGAN, T., CONNELL, R. W. ve LEE, J. (1985). "Towards a New Sociology of Masculinity", Theory and Society, 14 (1), 55-604.

CLATTERBAUGH, K. (1990). Contemporary Perspectives on Masculinity, 2nd Edition, New York, Westview Press.

COLLINS, P. H. (1990). Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, And The Politics of Empowerment, New York, Routledge.

CONNELL, R.W. (1995). Masculinities, Cambridge, Polity Press.

GIDDENS, A. (2001). Sociology (4th ed.), Cambridge, Polity Press.

GÜNEŞ, H. N. (2016). "Erkeğin Ataerkil Rejime Entegrasyonu: Yabancılaşma ve Uyum". Akademik Bakış Dergisi, 58, 266-284.

KOTTAK, C. P. (2001). Antropoloji: İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış, Ankara, Ütopya Yayınevi.

MARAL, E. (2004). "İktidar, Erkeklik, Teknoloji", Toplum ve Bilim: Erkeklik, İstanbul, Birikim Yayıncılık.

PETERSEN, A. (1998). Unmasking the masculine: "Men" and "identity" in a sceptical age, London, Sage.

PLECK, J. H. (1995). "The gender role strain paradigm: An update", A New psychology of Men, 11-32.

POLLACK, W. S. (1998). Real boys: Rescuing our sons from the myths of boyhood, New York, Random House.

SALZMAN, M. (2006). Erkeklerin Geleceği: Metroseksüellikten Überseksüelliğe, İstanbul, Mediacat.

TATUN, B. D. (1997). "Why Are All the Black Kids Sitting Together in The Cafeteria?" And Other Conversations About Race, New York, Basic.

UÇAN, G. (2012). "Post-modern Erkeklik", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (2), 262-271.

WHITEHEAD, S. M. ve BARRETT, F. J. (2001). The Masculinities Reader, Cambridge, University Press.

<http://www.salon.com/2002/07/22/metrosexual/>

www.urbandictionary.com/define.php?term=retrosexual

www.urbandictionary.com/define.php?term=sapiosexual

www.wordspy.com/index.php?word=metrosexual