

DALLAS W. SMYTHE'İN İLETİŞİMİN EKONOMİ POLİTİĞİ ALANINA KATKISI

*Doç. Dr. Levent YAYLAGÜL**

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 10.10.2018

Kabul Tarihi: 19.11.2018

Özet

Bu makalede, Dallas W. Smythe'in iletişimin alanına yaptığı katkılar, nitel tarihsel bir yaklaşımla incelenmiştir. Dallas Smythe iletişim araştırmaları alanında, ana-akım medya analizlerini eleştiren kuramsal bir açılım yapmıştır. Buna göre, Dallas Smythe, kitle iletişim alanını ilk defa ekonomi politik bir yaklaşımla incelemiştir. Bu yaklaşıma göre, kitle iletişim araçlarının yapısal özellikleri ve politikaları bu kurumların içinde işledikleri kapitalist toplumsal yapı bağlamında anlaşılabilir. Çünkü iletişimsel kaynakların dağılımı genel maddi kaynakların dağılımının bir parçasıdır ve medya kapitalist üretim ve dağıtım süreçlerinin temel bileşenlerindedir. Amaç, satış çabasına katkı yaparak kapitalizmi yeniden üretmektir. Smythe'in Batı Marksizm'inin kör noktası dediği yaklaşım, kitle iletişim araçlarını sadece ideolojik aygıtlar olarak görür. Oysa Smythe, geliştirdiği ekonomi politik yaklaşım aracılığıyla ilk defa medyanın kapitalist ekonomi içerisinde yerine getirdiği ekonomik işlevi incelemiş ve "emtialaşma" kavramını iletişim süreçlerine uygulamıştır. Emtialaşmanın sonucu, izleyicilerin reklam verenlere satılmasıdır. Smythe, iktisadi süreçlerin işleminde medyanın ekonomik rolünü ve işlevini görmüş ve kullandığı nitel tarihsel araştırma tekniği ile bunu ilk defa iletişimsel analizlere dahil etmiştir.

***Anahtar Kelimeler:** Dallas W. Smythe, İletişimin Ekonomi Politikası, İzleyici Emtiası*

DALLAS W. SMYTHE'S CONTRIBUTION TO THE POLITICAL ECONOMY OF COMMUNICATIONS

Abstract

In this article, the contributions of Dallas W. Smythe to the field of communication are examined with a qualitative historical approach. Dallas Smythe has made a theoretical breakthrough in criticizing the media analysis of mainstream communication research. According to this, Dallas Smythe, for the first time, examined the area of mass communication with a political economy approach. According to this approach, the structural characteristics and policies of the mass media can be understood in the context of the capitalist social structure in which these institutions operate. Because the distribution of communicative resources is part of the distribution of general material resources. Media is one of the main components of capitalist production and distribution processes. The aim is to reproduce capitalism by contributing to the sales effort. According to Smythe, examining the media just as the ideological devices is the blind spot of Western Marxism. Infact, Smythe examined the economic function of the media in the capitalist economy for the first time through the political economy approach and he developed and applied the concept of commodification to the communication processes. The result of the commodity exchange is the sale of viewers to advertisers. Smythe has seen the economic role and function of the media in the economic processes and incorporated it into the communicative analysis for the first time with the qualitative historical research technique.

***Keywords:** Dallas W. Smythe, Political Economy of Communications, Audience Commodity*

Giriş

İletişim alanındaki araştırmalarda farklı bakış açıları vardır. Tarihsel olarak iletişim incelemeleri iki paradigmaya ayrılır. Bunlardan ilki, yönetim araştırmaları başlığı altında ampirik metodu kullanan ve gündem belirleme, kullanımlar ve doyumlar ve ekme ve yetiştirme analizi gibi kuramsal yaklaşımları kapsayan etki araştırmaları geleneğidir (Katz ve Lazarsfeld, 1995). İletişim araştırmalarındaki diğer yönelim ise eleştirel yaklaşımlar başlığı altında toplanır ve kapitalist siyasal, ekonomik ve kültürel bağlam içerisinde medyanın ekonomik, siyasal ve kültürel işlevlerini sorgular (Kellner ve Durham, 2001).

* Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, alaylagul@hotmail.com

Eleştirel yaklaşımlar¹ kendi içerisinde “kültürel incelemeler” ve “ekonomi politik” yaklaşım olarak ayrılır. Kültürelci yaklaşımı kullananlar² medyayı daha çok ideolojik aygıtlar olarak görüp siyasal ve ideolojik açıdan analiz yaparlarken, ekonomi politik yaklaşımı kullananlar, medyayı öncelikle ekonomik ve ticarî birer endüstriyel kuruluş olarak ele alır ve medyanın kültürel ve ideolojik işlevlerinin ekonomik işlevinin yanında ikincil olduğunu düşünürler (Hamelink, 1983: 76). İletişimin ekonomi politiği konusundaki en etkili isimlerin başında, bu yaklaşımın kurucusu olan Kanadalı bilim adamı Dallas Walker Smythe gelmektedir. Bu incelemede; tarihsel nitel bir yaklaşımla eleştirel iletişim araştırmalarının genel çerçevesini kullanan ancak iletişim araştırmaları tarihinde özgün bir araştırmacı olan Dallas W. Smythe’in eleştirel ekonomi politik alanına ne gibi kuramsal ve metodolojik katkılar yaptığı incelenmektedir. Öncelikle Dallas Smythe’in yaşam öyküsü çerçevesinde, yapmış olduğu temel araştırmalara ve Smythe hakkındaki ikincil kaynaklara başvurularak, Dallas Smythe’in yaşadığı ve kuramlarını geliştirdiği dönemlerin tarihsel ve toplumsal bağlamı dikkate alınarak iletişim araştırmaları alanına katkısı değerlendirilmektedir.

Dallas W. Smythe’in Yaşamı

Dallas W. Smythe 1907 yılında Kanada, Regina, Saskatchewan’da dünyaya gelmiş ve 1937’de California Üniversitesi Berkley’de ekonomi alanında doktora derecesi almıştır. Bu dönemde Marksizm’in ve kurumsalcı ekonominin itibarı üniversitelerde oldukça yüksektir. New Deal Reform Hareketi sırasında Washington’da görev alır. Önceleri Merkez İstatistik Kurulu Çalışma, Bütçe ve Büro Dairesi Başkanlığı’nda çalışır. Smythe 1943 yılında, profesyonel kariyerine şef ekonomist olarak Federal İletişim Komisyonu (FCC)’nda görev aldığı anda hükümetin ve ilgili kuruluşların her zaman ticari ve kâra dayalı olarak özel şirketlerden yana tavır aldığını görmüş, dolayısıyla bu yöndeki eleştirel düşüncesini geliştirmiştir. Smythe 1937-1948 yılları arasında Washington’da (FCC) çalışmıştır. Dallas Smythe, FCC’de televizyonun tanıtılması, radyo spektrum tahsisi, telefon hizmetlerinin kırsal alanlara yayılması, telgraf ve telefon hizmetlerinin düzenlenmesi konularındaki öncü çalışmalara yön vermiştir. Smythe, FCC’de çalıştığı yıllarda televizyon kanallarını eğitim yayıncılığı için bir araç olarak görmüş ve FCC’nin Mavi Kitabı’nın üretilmesine çok büyük katkı sağlamıştır. Kısaca Mavi Kitap olarak anılan bu kitap, “Yayıncı Lisanslarının Kamu Hizmeti Sorumluluğu” adlı çok önemli bir Federal İletişim Komisyonu raporudur. Bu kitap 1940’ların sonlarından 1960’lara kadar ABD yayın yönetmeliğine rehberlik etmiştir. Smythe, televizyon izleme pratikleri ve bunun potansiyel sonuçlarıyla ilgili ilk araştırmayı yönetmiştir. Araştırmaları 1950’li yıllarda eğitim için televizyon kanalı tahsis etmenin gerekliliği konusundaki görüşlerini haklı çıkarmıştır (Melody, 1993: 295).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Washington’daki yaşam, reformcular için gittikçe zorlaşmıştır. Smythe’in İspanya İç Savaşı sırasında Franco’ya karşı Barış ve Demokrasi için Amerikan Birliği ile yaptığı faaliyetler, egemen çevrelerde Amerikan karşıtı olarak yaftalanmasına neden olmuş ve faaliyetleri Beyaz Saray Komitesi’nin de dikkatini

¹ Eleştirel araştırma geleneğinin kökeninde Frankfurt Okulu’nun yer aldığı düşüncesi egemendir. 1930’larda Almanya’da faaliyet gösteren okul üyeleri, toplumsal incelemelerde kullandıkları yaklaşımı tanımlamak için “Eleştirel Kuram” terimini geliştirmişlerdir (Slack ve Allor, 1983:209).

² Özellikle Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler geleneğine dahil eleştirel kültürel incelemeler geleneği güç ve iktidarın kapitalist toplumlarda rızaya dayalı olarak üretildiğini belirten hegemonya kavramına başvururlar. Toplumsal kontrolün sağlanmasında ve sürdürülmesinde devletin baskı aygıtlarının yanı sıra devletin ideolojik aygıtları da ürettikleri mesajlar ve temsillerle var olan toplumsal ilişkileri anlamlandırarak bağımlı konumda olan toplumsal kesimler üzerinde kendi egemenliklerini tesis ederler (Crehan, 2002: 167).

çekmiştir. Bu nedenle emek ve sosyal haklar konusundaki çalışmaları gittikçe zorlaşmıştır. Smythe 1948 yılında Wilbur Schramm'ın öncülüğünde kurulan Urbana-Champagne'deki Illinois Üniversitesi'ndeki iletişim bölümünün kadrosunda yer almış ve burada iletişim alanındaki akademik kariyerine başlamıştır ve iletişimin ekonomi politiği üzerine ilk dersleri vermiştir. Üniversite'nin İletişim Araştırma Enstitüsü'ndeki ilk doktora programında görev almıştır (Li, 2003: 30). Burada Smythe, kendisini Wilbur Schramm gibi FBI muhbiri olduğunu düşündüğü meslektaşlarının sürekli gözetimi ve denetimi altında bulmuştur (Babe, 1996: 182).

1950'li yıllarda ABD'de McChartizm yüzünden, memleketi olan Regina (Kanada)'ya dönmüş ve orada Regina Üniversitesi'nde "iletişim bölümü"nü kurmuştur. Smythe, Washington'daki cadı avından yakasını zar zor kurtarabilmiştir. 1957 yılında, Kanada Kraliyet Komisyonu'nda (Fowler Komisyonu) görev almış ve bu komisyon için araştırma ve danışmanlık hizmeti yerine getirmiştir. Burada Elektronik İletişim Yapısı ve Politikası başlıklı monografik çalışmayı tamamlayarak yayımlamıştır. 1963 yılında Dallas Smythe, Saskatchewan Üniversitesi Sosyal Bilimler Bölüm Başkanı olarak Regina'ya kısmen iletişimle ilgili konularda yeni disiplinlerarası öğretim ve araştırma programları geliştirmek için yerleşik yaklaşımlara meydan okumak amacıyla geri dönmüştür. 1973 yılındaki ilk emekliliğinden sonra 1974'te Vancouver'daki Simon Fraser Üniversitesi'ne geçen Smythe burada, iki yıl boyunca İletişim Bölüm Başkanı olarak görev yapmış, aynı bölümde 1980'e kadar profesör, 1992'deki ölümüne kadarda emekli profesör olarak çalışmıştır. 1980'lerde dünya çapında 10'dan fazla üniversitede Misafir Öğretim Üyesi olarak çalışan Smythe, 1989'da Avustralya Melbourne'deki Uluslararası İletişim ve Bilgi Teknolojileri Araştırma Merkezi'nin kurulmasına da katkı sunmuştur (Melody, 1993: 296; Shade, 2009).

İletişim Alanına Ekonomi Politik Yaklaşım

İletişimin ekonomi politiği geleneği, kitle iletişim araçlarının ekonomik temeliyle, yani kitle iletişim araçlarını kontrol eden şirketlerin yapısı ve sahipliğiyle ve medya ürünlerinin üretim ve dağıtım süreçleriyle ilgilendir. Ekonomi politikçiler kitle iletişim araçlarının iktisadî ve siyasî analizini yaparlar ve kitle iletişim araçlarının ekonomik yapısı üzerindeki kontrolün kitle iletişim araçlarının içeriği, tüketimi ve enformasyon akışı gibi diğer iletişimsel döngüleri üzerindeki kontrole nasıl dönüştüğünü anlamaya ve analiz etmeye çalışırlar. Bu açıdan ekonomi politik, "kaynakların üretim, dağıtım ve tüketiminin temelini oluşturan mülkiyet ve iktidar ilişkilerinin incelenmesidir". Çünkü bu yaklaşımda kitle iletişim araçları, kapitalist sistemin kendisini yeniden üretmesini sağlayan temel kurumlardan birisi olarak görülür (Mosco, 1996: 25).

İletişimin ekonomi politiği, 1960'lı yıllarda Dallas Smythe'ın öncülüğünde doğmuş ve gelişmiştir. İletişimin ekonomi politiğinin doğması ve gelişmesinin tarihsel ve toplumsal nedenleri bulunur. Öncelikle sermayenin giderek medya alanı da dahil olmak üzere bütün sosyal yaşama egemen olması, Dallas Smythe gibi ekonomi politik eğitimi almış insanların dikkatini çekmiştir. Böylece medyanın ekonomi politik bir bakış açısıyla incelenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Kültürel incelemeler yapan araştırmacıların medya içeriklerine (metinlerin anlamına) ve izleyicilerin bu içeriklere ilişkin alımlama ve yorumlarına aşırı vurgu yapmaları, buna karşılık medya mülkiyeti ve yapısı konusundaki temel etkiyi görmezden gelmeleri, kültürel incelemelere yönelik ekonomi politik yaklaşımın temel hareket noktası haline gelmiştir. Kuzey Amerika'da medya endüstrisinin ticari bir şekilde gelişmesi iletişim ekonomisini eleştirel bir bakış açısıyla inceleyen ekonomi politik yaklaşımın gelişmesine neden olmuştur (Herkman, 2014).

İletişimin ekonomi politiği yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının içerisinde işlediği “ekonomik yapıları, üretim ilişkilerinin ve ekonomik yapıları koruyan siyasi sistemin incelenmesine olanak sağlayan en uygun yaklaşımlardan birisidir” (Meehan, Mosco ve Wasko, 1994: 347). İletişim alanında önemli bir eleştirel yaklaşım olan ve mülkiyet ile iktidar kavramlarını iletişim araştırmalarına dahil eden, iletişimin ekonomi politiği alanının kurulmasında ve kurumsallaşmasında en önde gelen düşünür (alanın kurucusu olması nedeniyle), hiç kuşku yok ki Dallas Smythe’dir³. Kurumsalcı bir perspektiften ekonomi politik analiz yapan Smythe, Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri’ndeki medya sistemlerinin yapısal analizi üzerine odaklanır (Smythe, 1960: 563).

Smythe (1960: 569)’e göre, iletişimin ekonomi politiği yaklaşımının temel amacı, “içinde işledikleri ve örgütlendikleri politikalar bağlamında, iletişim şirketlerinin gücünü ve etkilerini açıklamaktır”. Bu nedenle Smythe, iletişim sürecindeki temel politika alanlarını şu şekilde ortaya koymuştur: Üretilen malların ya da hizmetlerin miktarı ve kalitesi, hizmetlerin dağılımındaki eşitlik/eşitsizlik ilkesi sermaye yapıları, mülkiyet ve kontrol.⁴

Dallas Smythe’in Araştırmaları

Smythe’in bilimsel uzmanlık alanları, ekonomi politik araştırma kuramları ve yöntemleri, iletişim ve dünya düzeni üzerine incelemeler, medya ve izleyici analizidir. Medya ve iletişim endüstrilerinde üretim, nitelik, dağıtım ve sermayenin rolü, örgütlenmesi ve kontrolü sorunu üzerinde odaklanan Smythe’in çalışmaları, alternatif tüketim stratejileri aracılığıyla medya ve iletişim üretiminde baskın eğilimlere direnme olasılığını ihmal etmemiştir (Mansell, 2004: 98).

Smythe ABD’de egemen olan yönetim araştırmalarının, Amerikan askeri-sanayi kompleksinin propaganda çalışmalarından kaynaklandığını göstermiş ve eleştirel incelemelerin üç düzeyde kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Bu düzeylerden ilki Uluslararası boyuttur. Uluslararası boyutta; iletişim araştırmalarının dünya kapitalist sistemi içerisinde ulusal bağımsızlıklarını kazanmaya çalışan ulusların bağımsızlık hareketleriyle ilişkilendirilerek, bu ülkelerin ulusal/bağımsız birer radyo ve televizyon sistemlerine, spektrum yapılarına ve iletişim politikalarına sahip olması ve ulus-aşırı şirketlerin bu ülkelere müdahale ederek onların küresel sermayenin birer pazarı haline getirilmesinin engellenmesi için akademik anlamda eleştirel çalışmalara başvurulması üzerinde durur. İkincisi, ulusal düzeyde yeni teknolojilerin ekonomi politiğinin incelenerek reklam ve emtia ilişkisi üzerinden kamuoyunun, küresel sermaye tarafından nasıl denetim altına alınarak yönlendirildiğinin ortaya çıkarılması ve son olarak toplum ve yerel yapılar bağlamında iletişim sistemleri ile sendikalar ve emek, kadın ve etnik gruplar arasında ilişki kurularak medyanın bu grupların çıkarını temsil edecek şekilde örgütlenmesini sağlamaya yönelik araştırmaların yapılması amacıyla, eleştirel ekonomi politiğe başvurulması gerektiğini savunur. Smythe ayrıca, eleştirel iletişim araştırması (ekonomi politik)

³ Amerika Birleşik Devletleri’nde Dallas Smythe ile birlikte ve Smythe’den etkilenecek ekonomi politik yaklaşımı uluslararası iletişim alanına uygulayan ve böylece uluslararası iletişim alanına kültür emperyalizmi kavramı ile katkı sağlayan Herbert I. Schiller (1919-2000)’dir.

⁴ Dallas Smythe’in açtığı bu yoldan geçen Herbert Schiller, Peter Golding, Graham Murdock, Vincent Mosco, Janet Wasko, Edward S. Herman, Noam Chomsky, Dan Schiller, Ben Bagdikian gibi düşünürler İletişimin Ekonomi Politikası olarak bilinen alanın gelişmesine katkıda bulunmuşlardır. Bu düşünürler, medya alanında tekelleşme, uluslararası haber akışında sermayenin egemenliği, iletişim sürecinin emtialaşması, bilgi toplumunun ekonomi politiği, haber medyasının ekonomi politiği, içeriklerin belirlenmesinde reklam verenlerin ve siyasetin etkileri, iktidar ve egemen ideoloji, küreselleşme, neo liberalizm, deregülasyon, toplumsal sınıflar, sınıf mücadelesi, artı değer, iktidar, üretim ve üretim ilişkileri gibi kavramlardan yararlanarak analizlerini daha geniş bir tarihsel ve toplumsal bağlama oturtmuşlardır (Li, 2003: 30).

geleniğinin kendisini Şu konularla iliŐkilendirmesi gerektiğinin savunmuŐtur: i. Bilim ve teknolojinin gizeminin ortadan kaldırılması; ii. Teori ve pratik arasında ilişki kurulması; iii. İletişim alanının kontrolünün kũresel Şirketlerden yerel gũçlere geçmesi; iv. İletişim kurumlarının ve pratiklerinin demokratikleŐtirilmesi; v. Örgũtlenme ve eyleme geçmek için kitlesel hareketlerin teşvik edilmesi ve vi. İletişim sũreçlerinin toplumsal barıŐa hizmet edecek Şekilde gerçekteŐtirilmesine yŕnelik çaba harcanması (Shade, 2009).

Ayrıca Smythe, 1960'lı yıllardan baŐlayarak haberleŐme uydularının ekonomi politiğii ve politik etkileri ũzerine araştırma ve yayın yapan ilk kiŐilerdendir. O, ABD uydu politikasına ilişkin ilk dŕnem tartıŐmalarda ABD senatosuna danışmanlık yapmış, daha sonra uluslararası uydu politikaları tartıŐmalarında katılımcı olarak yer almıştır (Melody, 1993: 296).

“İzleyici Emtiası” KavramsallaŐtırması

Smythe, akademik çalışmaları arasında aŐağıda daha detaylı Şekilde ele alınacak olan “kitle iletişiminin asıl ũrũnũn izleyici emtiası olduğu” Őeklindeki kuramı geliştirmiştir. “İletişim: Batı Marksizm'inin Kŕr Noktası” başlıklı ses getiren makalesi, *Canadian Journal of Political and Social Theory* (1977a: 1-27), dergisinde yayımlanmıŐtır. En tanınmıŐ ve en çok tartışma yaratan bu makalesinde Smythe, iletişim alanındaki farklı tartıŐmaları izleyici emtiasının doğasına çekmiştir. Smythe'ye gŕre medya pazarındaki gerçekte emtia reklam verenler için satıŐa sunulan izleyicilerdir. Bu bakış açısına gŕre editoryal içerik basitçe bir “ũretim maliyeti” olmaktadır. Dolayısıyla tũketicii egemenliğı, izleyicinin değil, reklam verenin yanında yer alır. Makale ayrıca reklamı yapılan malları satın almaya eğilimli tũketicileri ũretme konusunda izleyici kitlesini de “iş” sũrecinin bir bileŐeni olarak gŕrŕ. Smythe'ın izleyici emtiası analizi kıŐkırtıcıdır. Smythe burada konuyu kaba bir biçimde ele almaz. Smythe izleyici emtiasının ũretimini liberal yaklaşıma sahip dũŐũnũrlerin yaptığı gibi, birtakım saymaca tekniklerine ve izleyicilerin demografik ŕzelliklerine indirgemez.

Smythe, ŕzel sektŕre ait seri ũretim yapılan ve reklam verenler tarafından desteklenen bir medya altyapısı oluŐturularak, medyanın kapitalist ekonomik sistemler için ŕnemli bir iŐlev yerine getirdiğini belirtir. Bu tip bir medya altyapısı içerisinde, medyanın içeriğı “reklamı yapılan ũrũnlere izleyicilerin dikkatini çekmek için” izleyicileri cezbetmek ũzere tasarlanmış “yem”, veya “bedava ŕğle yemeğı” (rũŐvet) olarak kullanılır. Smythe (1977a: 6)'e gŕre, izleyicilere iletilen bilgi, eğlence ve ‘eğitim’ materyali, potansiyel seyircii kitlesinin ilgisini çekmek ve bu dikkati sũrekli hale getirmek için onlara verilen bir teşvik (hediye, rũŐvet veya bedava ŕğle yemeğı)dir. Smythe'ın Batı Marksizm'inin kŕr noktası dediğı ve medyanın kapitalist toplumlarda ekonomik iŐlevlerinden ziyade kũltŕrel ve ideolojik işlevlerine odaklanan yaklaşımların aksine Smythe, kapitalist bir sistemde iŐleyen medyanın kapitalistler için yerine getirdiğı ekonomik iŐlev ũzerine odaklanır. Bu anlayıŐa gŕre, izleyici kitlesini oluŐturabilmek için kitle iletişim araçlarıyla yayılan programlar kullanılır; reklam verenler bu izleyicilere ulaŐabilmek için medya Şirketlerine ŕdeme yaparlar. Bŕylece izleyiciler reklam verenlere satılmıŐ olur. İzleyiciler de tũketiciler olarak ũrũnleri satın alırken o ũrũnũn reklam maliyetinin dahil edildiğı fiyat ũzerinden ŕdeme yaparak medya endũstrisini finanse ederler. Dolayısıyla medya içeriğini iletişimin en temel emtia biçimi olarak gŕren anlayıŐın aksine Smythe, medya içeriğinin reklam verenlere satılan izleyicileri etkilemek için kullanılan bir araç olduğundan, asıl değerin içerikte değil, izleyici emtiasında olduğunu vurgulamıştır (Mosco, 1996: 148).

İzleyici kitlesini, iletişim endũstrisi tarafından ũretilen temel emtia olarak ele almanın izleyicilerin sŕmŕrlmesi ve ũretilen içerik tũrlerine ilişkin birçok sonuçları

vardır. Smythe (1977a: 7), reklam-veren destekli medya kuruluşlarının izleyicileri cezbediği ölçüde onlar tarafından giderek eğlence amaçlı olarak kullanılarak, reklamlara dikkat çekerek, izleyicileri sömürdüğünü belirtir. Bu, izleyicileri, sırasıyla belirli markalardaki tüketim mallarını satın almaya teşvik eder ve onları, tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için daha çok zaman ayırmaya zorlar. Smythe bunu, “izleyici emeği” olarak adlandırmıştır. Smythe’ye göre, “İzleyicilerin kendilerini satın alan reklamcılar için yerine getirdikleri görev, tüketim mallarının belirli markalarını satın almayı öğrenmek ve gelirlerini buna göre harcamak. Kısacası onlar, tekelci kapitalist reklamcılarının amacı olan, reklamı yapılan mallar için talep yaratmaya çalışırlar. İzleyiciler bunu yaparken, aynı zamanda kendi emek güçlerini de yeniden üretirler” (Smythe, 1977a: 7).

Bu nedenle Smythe’e göre, izleyiciler emtia olarak ele alındığı için, tüketim kültürüne dayalı olarak üretilen içerikler, izleyicileri gösteriş amaçlı tüketim isteği yönünde teşvik eder. Bu sadece izleyiciyi sömürmez aynı zamanda, üretilen çeşitli içerikler üzerinde de etkilidir. Buna göre, reklamcı destekli medyanın içeriği doğal olarak tüketim kültürünün etkisi altındadır ve izleyicide gösterişçi tüketim ihtiyacı yaratır. İzleyicileri etkileyenlerin dışındaki televizyon programlarının içeriği yayıncılar ve reklamcılar için herhangi bir değere sahip değildir. Bu durum, izleyicilerin, reklamlara dayalı olarak kendi emek güçlerini nasıl üretecekleri ve yeniden üretecekleri ve kendi iş dışı zamanlarını nasıl kullanacaklarını etkileyen emek (iş) sürecine dönüştürür. Smythe’in de belirttiği gibi, üretimin amacı “satmak olduğu sürece” şu ana kadar olduğu gibi, üretilen ve dağıtılan medya içeriklerinin çeşitliliğini sınırlandırılır. Başka bir ifadeyle izleyicileri etkilemeyen ya da kârlı olmayan içerikler üretilmeyecektir.

Dallas Smythe tarafından medya ve genel olarak kapitalist sistem, bireyleri “izleyici emtiası”na dönüştüren bütünsel bir süreç olarak görülür. Bu görüşe göre medya tarafından sadece tüketiciler üretilmez, fakat izleyicilerin kendileri emtiaya dönüştürülerek reklamcılara satılır. Ayrıca uluslararası alanda da reklamcılık ulus-aşırı reklam şirketlerine sadece önemli ticarî imajlar ve mesajlar üretecek araçlar sağlamakla kalmaz ayrıca tüketim kültürüne inanan ve katılan kitleler de yaratır (Schiller, 1983: 255).

Bağımlılık, Bilinç Endüstrisi ve İzleyici Gücü

Smythe, “*Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness and Canada*” başlıklı çalışmasında, diyalektik bir analizle Kanada’da bağımlı bir şekilde gelişmekte olan tekelci sermaye olgusunu ortaya koymuştur. Dallas Smythe (1981)’ye göre, gelişmiş kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları, “tutumları, değerleri ve satın alma davranışlarını şekillendiren” temel bir araçtır. Medya, tekelci kapitalist sistemin içerisinde büyür ve bu sistemi güçlendirmede anahtar bir rol oynar. Tekelci kapitalizmin temel alanlarında büyüyen dev şirketler (esas olarak ABD’de), tüketim mallarının ve hizmetlerinin pazarlanması, siyasetçilerin topluma tanıtılması ve kamu politikalarının oluşturulmasında, izleyicilerin dikkatini çekmek için kitle iletişim araçlarına bağımlıdırlar. Kitabın ana bölümlerinde Smythe, Kanada’daki basın, kitap yayıncılığının, sinema, telekomünikasyon, radyo ve televizyon yayıncılığının, önceki yarım yüzyılda tüketim mallarına ve bu malları yalnızca belirli alanlarda değil, dünyanın her yerine pazarlama ihtiyacı nedeniyle ABD’deki ticari işletmelere nasıl daha fazla bağımlı hale geldiğini ve kitlesel üretimin rasyonel bir sonucu olarak gittikçe daha fazla bağımlı hale geldiğini gösterir. Sonuç ABD ve Kanada halkının zaman içinde yaşam tarzlarına, tüketim alışkanlıklarına ve ulus ötesi şirketler için önemli olan değerlere sahip olmasını sağlayan bir bilinç endüstrisinin yaratılması olmuştur.

“Dependency Road: Communication, Capitalism, Consciousness and Canada” (Smythe, 1981) eseri, “bilinç endüstrisi” konusunda post-Marksist yaklaşımın çok önemli bir sentezidir. Smythe’ın temel önermesine göre, tekelci kapitalizmin en önemli bileşenlerinden olan “kültür endüstrileri” tarafından gündem, Kanada’ya ilişkin konulara çok az yer verir. Smythe’ye göre bu gündem belirleme süreci, ABD merkezli ulus-ötesi şirketlerin 1945’ten beri kurulmuş olan dünya çapındaki ekonomik sömürgecilik sisteminin incelenmesini engelleyen “kültürel ekranlar” yaratmaktadır. Bu yaklaşımında Smythe Kanada’yı ABD’nin en büyük ve sadık kolonisi olarak görür. Smythe’ye göre, ABD kültür endüstrisinden Kanada’ya doğru kültürel ürünlerin “tek yönlü akışı”nın, Kanada’yı İngiliz kolonisinden Amerikan kolonisi olma yönünde zorlayıcı bir rolü olmuştur. Smythe, bu kitapta Kanada’nın ABD’ye olan kültürel bağımlılığının yanında neo-Marksist gelenek içerisinde yapılan “kültür endüstrisi” ve “bilinç endüstrisi” kavramlarını aşan kuramsal bir açılım getirmiştir.

Smythe, kültür endüstrileri ile ilgili daha önceki araştırmacıların ve Marksist düşünürlerin, izleyicilerin kafalarında neler olduğu, yani etki, anlam, manipülasyon vb. ile uğraştıkları için idealist ve öznel olduklarını düşünmektedir. İnsanların tekelci kapitalizm altında yaptıkları işlere odaklanarak emtiada nesnel ve gerçekçi bir yaklaşımın gerekçelerini ortaya çıkarmak mümkündür. Bu “izleyici gücü”dür. Smythe, tekelci kapitalizm altında kitle iletişim araçlarının ve bunların içeriklerinin artık yalnızca ideolojik aygıtlar olarak görülmeyeceğini savunur. Daha ziyade, kitle iletişim araçlarının ekonomik altyapının bir parçası haline gelerek üretken sektöre dahil olduklarını iddia eder. Petrol, kömür, çelik ve ulaştırma gibi, artık kitle iletişim araçları da tekelci kapitalizmin üretken iktisadi tabanının bir parçası olarak görülmelidirler. Böylece, Smythe’ye göre, temel alanlarda “kitle iletişim araçları kitleleri üretiyor ve onları tüketici malları üreten ve hizmet sağlayan, politik adayları pazarlayan ve tartışmalı kamusal meselelerle ilgilenen gruplara satıyor”. Bu seyirciler bu mal ve hizmetlerin kendilerine pazarlanması işinde çalışırlar. Kültür Endüstrileri tekelci kapitalizmin güç ve iktidar yapısının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Smythe’ye göre, kitle iletişiminin temel işlevi, reklamcılara satmak için kitleleri üretmek tüketim malları için talep yaratmak ve talebi yönetmektir (Jansen, 1983: 422).

1974 yılında Hans Magnus Enzensberger tarafından kullanılan bilinç endüstrisi kavramı, Frankfurt Okulu üyelerinden Adorno ve Horkheimer tarafından geliştirilen Kültür endüstrisi kavramından türetilmiştir. Bilinç endüstrisi kavramsallaştırmasında, kitle iletişim araçları kapitalist toplumların gündem belirleyici kuruluşu olarak görülür. Enzensberger radyo, sinema, televizyon, plak, reklam, halkla ilişkiler, basım ve yayın, moda ve endüstriyel tasarım, din ve kült’ler, kamuoyu araştırmaları, simülasyon, turizm ve eğitim sektörlerini bilinç endüstrisi içerisine dahil eder. Smythe’ın bilinç endüstrisi anlayışı kapsayıcılığı için kayda değerdir: reklam ve pazar araştırması, aynı zamanda tüketim malları ve popüler kültürün araçları. Kısacası Smythe’ye göre, bilinç endüstrisi Enzensberger’in iddia ettiği gibi sadece enformasyon sektörünü kapsamaz ayrıca, tüketim malları endüstrisini de kapsar (Fearn, 1982: 432).

Enzensberger (ve Frankfurt Okulu Üyeleri), Kültür Endüstrilerinin mesajlarının, insan özneliğini kirletmesi, tahrip etmesi ve çarpıtması ve böylece direnişin kontrol altına alınması yoluyla, esas olarak Kültür Endüstrilerinin manipülatif yönleri ile ilgilenmektedir. Enzensberger’in yaklaşımının ardındaki varsayım, eğer Kültürel Endüstriler mesajının manipülatif karakteri ortadan kaldırılabilseydi, çarpıtılmamış bir iletişimin mümkün olabileceği yönündedir. Oysa Smythe’ye göre bu mümkün değildir. Çünkü mevcut koşullar altında kitle iletişim araçları, insanların serbest zamanını denetim altına

almaktadır. Kitle iletişim araçları iş dışı zamanda izleyicileri, ücretsiz ama üretken bir şekilde günde altı saat daha fazla ekran başında tutarak çalıştırıyor (ABD'deki evlerde ortalama televizyonlar günde altı saat açık kalmaktadır). Bu çalışma şunları içerir: (i) Tüketici mal ve hizmetlerinin izleyicilerin kendilerine pazarlanması (sivil satış çabası); (ii) Siyasi arenada bir aday ya da sorun için oy kullanmayı öğrenmek ve (iii) mevcut politik-ekonomik sistemin doğruluğuna olan inancı öğrenmek ve bunu yeniden onaylamak; Tekelci kapitalizm altında emtia üreten işler tarafından "boşa harcanan zaman içinde insanların baskıcı olmayan baskıcı faaliyet" arasındaki çelişkiyi yaratan sözde boş zamanın işgali ve en önemlisi çoğu insan için acı gerçeklik, emtia üretimine dayalı bu sistemde "boş zamanlarını kitle iletişim araçlarına gönüllüce sunmak için yarışmasıdır" (Jansen, 1983: 423).

Enzensberger (1974)'e göre kapitalist toplumlarda yaşayan insanlar, bağımlı konumda oldukları için hiçbir şekilde kendi bilinçlerini kendileri oluşturamazlar. Enzensberger, medyayı bilinç endüstrisinin temel bileşenlerinden birisi olarak görür. Bu endüstrinin amacı var olan düzenin bilincini satmaktır. Onun için kitle iletişim araçları kapitalist toplumlarda egemen bilinci ürettikleri için çok önemli aygıtlardır. Smythe (1977b: 201-202)'ye göre Enzensberger'in yaklaşımı, medyanın önemini tek bir kavram olan manipülasyon işlevine indirgemektedir. Bu görüşün arkasında liberal bir varsayım olan saf, yönlendirilmemiş bir iletişimin mümkün olduğu görüşüne dayanır. Dallas Smythe'ın Batı Marksizm'inin "kör noktası" dediği nokta burasıdır. Bu yaklaşım anarşist-liberal bir yaklaşımdır ve metodolojik olarak realist olmaktan uzaktır. Kapitalist sistem açısından medyanın iktisadi işlevlerini analiz için katmamaktadırlar.

Smythe'in İletişim Teknolojilerine Bakışı

Smythe, egemen bakış açısının teknolojiye yüklediği anlamın mitsel olduğunu düşünür. Bu anlayışla, teknolojinin gerçek doğası anlaşılmaz. Çünkü egemen yaklaşım teknolojiyi mistifiye ederek teknolojiyle ilgili açıklamaları bir ideolojiye dönüştürür. Bu anlayış, teknolojiyi evrensel bir eğilim olarak tarihsel ve toplumsal gelişmeleri belirleyen özerk bir faktör olarak görür. Teknolojinin 'şey'leşmesi olarak gördüğü bu durum Smythe'ye göre, kaçınılmaz olarak teknolojiyi kendi rızalarını üreten, egemenlerin onlar üzerindeki kontrolünü sağlayan bir şey olduğunun farkına varmalarını engellemektedir. Bu nedenle teknolojinin şey'leşmesi, hegemonik kontrolün, teknolojileri denetimlerinde tutan seçkinler tarafından uygulandığını gizlemenin birincil yoludur. Günümüzde sürekli olarak "bilgi otoyolu" nun elçisi olarak peşinden koşulması gereken teknoloji mitleri ve teknolojinin kendiliğinden demokrasiyi geliştirdiği yönündeki anlayış sorgulanmadan kabul edilir. Oysa teknolojiyi kimin hangi amaçla geliştirdiği ve nasıl kullanıldığı ve kapitalist sosyal sistem açısından ekonomik ve politik işlevlerinin sorgulanması gerekir (Babe, 1996: 181).

Kapitalist toplumlarda yeni teknolojilerin çelişkili bir karakteri vardır. Burada iktidar sahipleri insanların gerçek ihtiyaçlarına hizmet etmek için teknolojileri geliştirmezler. Ancak insanları kendi çıkarları için geliştirdikleri teknolojileri toplumsal yaşama uyarlayarak insanları bu teknolojilere adapte olmaya zorlarlar. Kapitalistler değişim değerini gerçekleştirebilmek için bu teknolojilerin insanlar tarafından gerçek birer ihtiyaçmış gibi algılanmasını sağlarlar. Teknolojinin mistifiye edilmesine dayanan bu açıklamalar, teknolojiyi dünyadaki toplumsal ve tarihsel sorunların çözümü olarak görmekte ve gerçek süreçlerdeki değişimde teknolojinin belirleyici olduğunu iddia etmektedir. Bu yaklaşım, tarihin ve toplumsal gelişmelerin teknolojik determinist yorumudur. Oysa Smythe ve Dihn (1983: 127)'e göre yapılması gereken yeni

teknolojilerin ekonomi politiğini incelemek ve yeni teknolojilerin kapitalistler tarafından nasıl bağımlı konumdakileri denetim altında tutmak ve askeri amaçlarla kullanıldıkları göstererek bunlara karşı toplumsal direniş koşullarının nasıl yaratılabileceğini incelemektir. Çünkü kitle iletişim araçları da dahil olmak üzere teknoloji kendiliğinden bir şey ya da kendinde bir şey olarak anlaşılabilir. Teknolojinin kendisinden ziyade onun, içinde geliştirildiği kapitalist toplum tipine ilişkin mülkiyet ve iktidar ilişkilerinin doğasının açığa çıkarılması gerekir.

Smythe'in Çalışmasına Yönelik Eleştiriler

Dallas Smythe'in çalışmaları içerik anlam ve sembolik olmaktan ziyade iletişim sürecinin üretim yapısına aşırı vurgu yapmakla eleştirilmektedir. Dallas Smythe gibi iletişim sorunlarına ekonomi politik bir perspektiften bakan Graham Murdock (1978: 111-115), iletişimin egemen emtia biçimi olarak izleyici düşüncesi üzerinden Smythe'yi eleştirir. Murdock'a göre, bütün medya endüstrileri reklamcı destekli medya sistemleri içerisinde işlemez. Bundan dolayı izleyici, bazı endüstrilerde, iletişimin egemen emtia biçimi olmayabilir. İzleyiciyi emtia olarak görmek Kuzey Amerika'ya ilişkin medya analizleri için daha uygun olabilir. Çünkü Amerika'da medya altyapısı reklamcı desteklidir. Reklamcı destekli medyanın egemen olmadığı Avrupa'da medya altyapısının daha çok reklamcı destekli olacağı zamana kadar ancak durum farklı olabilir.⁵ Murdock'a göre Smythe'in kuramı sorundur. Çünkü Smythe, "devlet ile ekonomi" ilişkisinin önemini ve merkezi rolünü belirtme konusunda ve "egemen ideolojiyi yeniden üretmede medya içeriklerinin bağımsız rolünü göstermede"; ve "sınıf mücadelesinde kitle iletişimin rolünü ve önemini incelemeyi savaştırmıştır." Murdock'a göre, Smythe'in yaklaşımındaki, ideolojik yeniden üretimin yok sayılması "çok ciddi bir hatadır" ve bundan dolayı Smythe Batı Marksizm'i konusunda kendi kör noktasını üretmektedir (Murdock, 1978: 110).

İletişimin ya da izleyicilerin emtia biçimi hakkındaki bu çok önemli kavrayışında Dallas Smythe, "Communications: Blindspot of Western Marxism" (1977a: 2-3) başlıklı makalesinde ticari medyanın en temel işlevinin izleyicileri reklamcılara satmak olduğunu belirtir. Smythe'in "izleyici emtiası" konusundaki incelemesi, "insanların dikkatini ideolojik aygıtlar olarak kitle iletişim araçlarından uzaklaştırarak, onların kapitalist sistemdeki ekonomik işlevlerine dikkatleri yöneltmekle eleştirilmiştir (Garnham, 1979: 132).

Batı Marksizm'inin "kör noktası" konusundaki bu tartışma Kuzey Amerika ve Avrupa geleneği arasındaki kuramsal farklılığın dışı vurumudur. Bu tartışma 1977 yılında, medyanın sadece ideolojik fonksiyonuna vurgu yapan ve tekeli kapitalizm koşullarında medyanın işlevlerinin materyalist analizini yapmada yetersiz kalan Batı Marksizmine yönelttiği eleştiri ile Dallas Smythe tarafından başlatılmıştır.

⁵ Bu tartışmaların üzerinden çok geçmeden neo-liberal ekonomi modelinin hayata geçirilmesiyle Avrupa ülkelerinde de medya deregülasyon (kuralsızlaştırma, liberalleşme ve özelleştirme) sonucunda yoğun bir şekilde piyasalaşmış ve ticarileşmiştir. Reklamcı destekli medyanın neredeyse bütün dünyada egemen hale gelmesi medya endüstrisinin ekonomi politik açıdan analiz edilmeyi gerektirmiştir. Medya kuruluşları günümüzde çok önemli ekonomik kuruluşlardır ve bu açıdan tarihsel gelişmeler Dallas Smythe'yi kuramsal açıdan haklı çıkarmıştır.

Sonuç

Uzun çalışma yaşamı boyunca Dallas Smythe, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve birçok uluslararası gelişmede ve yayıncılık alanındaki neredeyse bütün büyük politika değişikliklerine katılmış ve iletişim bilimleri disiplininin kuruluşuna ve gelişmesine hem tanıklık etmiş hem de yapmış olduğu akademik ve kuramsal çalışmalarla bu alana müdahil olmuştur.

İletişim kuram ve araştırmaları açısından Dallas Smythe'in çalışmaları dikkat çekicidir. Dallas Smythe Amerika Birleşik Devletleri'nde iletişimin ekonomi politiği alanındaki çalışmaların öncüsü olmuştur. Amerikan Üniversitelerinde 1940'lı yılların sonlarında ilk iletişimin ekonomi politiği dersini açmıştır. Böylece iletişim çalışmaları alanı için ekonomi politiğin amaç, yöntem ve kavramlarını tanımlamıştır.

Eleştirel ekonomi politik geleneğinin ilk örneklerini sunan ve bu alandaki çalışmalara büyük katkı sağlayan Dallas Smythe, kapitalist toplumlardaki güç ve iktidar süreçlerini iletişim araştırmaları alanına dahil etmiş ve ekonomik ve siyasal süreçlerin iletişim araştırmalarının temel belirleyicileri olduğuna vurgu yapmıştır. Araştırmalarının ilk döneminde ticari yayıncılık karşısında kamu yayıncılığının önemine dikkat çeken Smythe elektronik medyanın ekonomi politiğini incelemiştir. Dallas Smythe, izleyici emtiası kuramını geliştirmiş ve bu kuramda medya, izleyici ve reklamcılar arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur. Bu yönüyle Dallas Smythe, kitle iletişiminin en temel emtia biçiminin içerikten ziyade izleyiciler olduğunu kuramsal olarak ifade eden ilk kişilerden birisidir.

Üç yüze yakın çalışması bulunan Smythe, “Kültürel Ekranlar”, “İzleyici Emtiası” gibi kendisine özgü kavramları geliştirmiş ve iletişim araştırmaları alanına kazandırmıştır. Bu açıdan Smythe'in akademik yaşamı egemen kuramsal yaklaşımlara ve metodolojilere meydan okumakla geçmiştir. Egemen ideoloji dışında tarihsel ve toplumsal gerçeği araştırmak için sürekli eleştirel bir yaklaşımla sorgulayıcı incelemeler yapmış, bunu yaparken de ekonomi, iletişim ve sosyal bilimlerin sınırlarının dışına çıkmakta bir sakınca görmemiştir. Ekonomi politik yaklaşımı kullanarak yeni teknolojiler, kurumlar, insanların ihtiyaçları ve kamu politikaları arasındaki bağlantıları sistematik bir şekilde araştırmıştır. Böylece kapitalizme içkin olan tarihsel ve toplumsal çelişkileri ortaya koymayı amaçlamıştır. Bilimsel araştırmalar sonucunda ortaya çıkan bilginin siyasal karar alma ve uygulama süreçlerine dahil edilmesi gerektiğini savunur. Ancak buradaki amaç küresel sermayenin daha çok kâr elde etmesine hizmet etmek değil, haklarından mahrum bırakılmış ve güçsüz toplumsal kesimlerin durumunu geliştirmek için sosyal süreçlere uygulamaktır.

Geliştirmiş olduğu ekonomi politik kavramlarını egemenlik ve bağımlılık arasındaki ilişkilerin doğası olarak belirlemiş ve iktidarın temeli olarak bilginin kontrolünü, iletişim alanına uygulanan pozitivist bilim anlayışının yetersizliğini, tarihsel materyalist analizin iletişim süreçlerine uygulanması, tekeli kapitalizm için anahtar kavramlar olan “teknoloji”, ve mesajların/materyallerin serbest akışı ve Hans Magnus Enzensberger tarafından kullanılan bir kavram olarak “bilinç endüstrisi”nin ekonomi politiğini incelemiştir.

Smythe'in araştırma ve yazılarının çoğu ana akım iletişim bilim ve araştırmacıları ile politikacılar arasında rahatsızlık yaratmıştır. O, ana akım ve yönetselci yaklaşımların anlayış ve metotlarına karşı kuramsal bir direnç göstermiştir. Yönetim araştırmaları karşısında bağımsız araştırmanın gereğini ve önemini vurgulamıştır. Medya da dahil olmak

üzere her türlü kurumu eleştirel bir gözle incelemek gerektiğini belirtmiştir. Ona göre bağımsız ve eleştirel araştırmaların ve araştırmacıların temel görevi, içinde yaşadıkları sosyal sistemden kaynaklanan toplumsal çelişkileri deşifre etmek ve onları değiştirmek için kuramsal araştırmaları toplumsal süreçlere uygulamaktır.

Kaynakça

- Babe, Robert E. (1996). Paeans to Dallas Smythe. *Journal of Communication*, 46 (1). Winter, 179-182.
- Crehan, Kate (2002). *Gramsci, Culture and Antropology*, London: Pluto Press.
- Enzensberger, Hans Magnus (1974). *The Consciousness Industry*, New York: Seabury.
- Fearn, Gordon, F. N. (1982). Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada by Dallas W. Smythe Reviewed Gordon, F. N. Fearn. *Canadian Journal of Sociology*. 7 (4), 431-434.
- Garnham, Nicolas (1979). Contribution to Political Economy of Mass Communication. *Media, Culture and Society*. 1(2), 123-146.
- Hamelink, Cees J. (1983). Emancipation or Domestication Toward a Utopian Science of Communication, *Journal of Communication*, (Summer), 74-79.
- Herkman, J. (2014). Media Ownership and Content: Corporation of The Finnish Media in 1990's. <http://www.uta.fi/viesverk/fmcs/convergence/herkman.html>, Erişim: 9 Kasım.
- Jansen, Sue Curry (1983). Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada by Dallas W. Smythe. *Theory and Society*. Vol: 12. No: 3. (May). 421-426.
- Katz, Elihu ve Lazarsfeld Paul (1995). *Personal Influence: The Part Played By The People in The Flow of Mass Communications*, Illinois: The Free Press.
- Kellner, Douglass ve Durham, M. (2001). Adventures in the Media and Cultural Studies: Introducing the Keywords. *Media and Cultural Studies: Keywords*. Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Li, Zhenfang (2003). A Review on the Study of Media Economics, *China-USA Business Review (Journal)*, August, Volume: 2. No: 1. 26-32.
- Mansell, Robin (2004). Political Economy, Power and New Media, *New Media & Society*, 6(1), 96-105.
- Meehan, E; Mosco, V. ve Wasko, J. (1994). Rethinking Political Economy: Change and Continuity. *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*. Eds.: M. R. Levy ve M. Gurevitch. New York: Oxford University Press, 347-358.
- Melody, William (1993). Dallas Smythe: A Lifetime at the Frontier of Communications. *Media, Culture and Society*. Vol: 15. 295-297.
- Mosco, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, London: Sage Publications.
- Murdock, Graham (1978). Blindspots about Western Marxism: A Replyto Dallas Smythe, *Canadian Journal of Political and SocialTheory*, 2(2), 109-119.

- Schiller, Herbert I. (1983). Critical Research in the Information Age. *Journal of Communication*, (Summer), 249-257.
- Shade, Leslie (2009). Political Economy of Communication: Canadian Theorists, <http://www.infoamerica.org/documents.pdf/smythe01.pdf>, Erişim Tarihi: 2 Ocak.
- Slack, Jennifer Daryl ve Allor, Martin (1983). The Political and Epistemological Constituents of Critical Communication Research. *Journal of Communication*, (Summer), 208-2182.
- Smythe, Dallas ve Dihn, Tran Van (1983). On Critical and Administrative Research: A New Critical Analysis, *Journal of Communication*, (Summer), 117-127.
- Smythe, Dallas W. (1981). *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Smythe, Dallas W. (1977a). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Volume: 1, No:3, Fall, 1-27.
- Smythe, Dallas W. (1977b). Critique of The Consciousness Industry. *Journal of Communication*, Winter, 198-202.
- Smythe, Dallas W. (1960). On the Political Economy of Communications, *Journalism Quarterly*. (Fall), 461-475.