

Kitap Eleştirisi

Hikâyeler, Televizyon ve Yetiştirme: Gerbner'in *Medyaya Karşı'sı*

Burak Özçetin

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Medyaya Karşı

George Gerbner

Ayrıntı Yayınları, 2014,

Çeviri: Güneş Ayas, Veysel Batmaz ve İsmail Kovacı

Türkiye'de eğitim dili Türkçe olan ve öğrencilerinin çoğunun yabancı dile vakıf olmadığı bir üniversitede iletişim kuramları dersi vermenin en büyük sıkıntılarından biri öğrencilerle paylaşılacak kaynakları bulmanın zorluğu olmuştur. Walter Lippmann, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Elihu Katz, Bernard Berelson, Wilbur Schramm ve daha nice kurucu figürün temel eserlerinin Türkçeye kazandırılmadığını; daha da kötüsü iletişim çalışmaları alanının bu kurucu isimlerinin temel eserlerinin çok da önemsenmediğini görmek mümkündür. İletişim kuramları üzerine yazılan pek çok ders kitabında bu isimlerin iletişim bilimlerine katkıları sürekli olarak tekrarlanan tekerleme benzeri kalıp formüllere indirgenmiş, onların entelektüel yaşamlarındaki dönüşümler ya da başucu eserlerinin iletişim bilimleri açısından taşıdığı önem üzerinde yeterince durulmamıştır. Akla gelen ilk örneklerden biri iletişim kuramları kitaplarında ya da

<http://ilefdergisi.org/2014/1/2/>

derslerinde çoğunlukla hızlıca geçilen “iki aşamalı akış” kuramı ve kuramın inşacılarından Paul Felix Lazarsfeld’dir. Kurama kaynaklık eden *People’s Choice* ve *Personal Influence* kitaplarının halen dilimize kazandırılmamış olması son derece semptomatiktir. Ayrıntılı bir inceleme “iki aşamalı akış” kuramına kaynaklık eden bu çalışmaların her birinin aynı zamanda niceliksel ve niteliksel araştırma yöntemleri ile ilgili ders niteliği taşıyan çalışmalar olduğunu gösterecektir. Lakin Türkiye’de bilim dünyasında, özellikle de üniversitede hâkim olan konformist eğilimler ve alışkanlıklar iletişim çalışmalarını ve iletişim kuramları ile ilgili meseleleri ansiklopedik malumata, yüzeysel modellere ve hap-ezber bilgilere mahkûm etmektedir. Ana akım iletişim kuramları olarak küçümsediğimiz ve çokça da elimizin tersiyle ittiğimiz onca eser ve araştırma, bugün iletişim çalışmaları alanından bahsedebiliyorsak bunun asıl müsebbibidir. Ayrıca, bugün sıkça alıntıladığımız Batılı araştırmacıların ve bilimsel ekollerin, bu külliyat ile derin ve sancılı bir hesaplaşmanın ürünleri olduğu unutulmamalıdır. Pozitivizmle hesaplaşmadan post-pozitivist paradigmalara; yapısalcılıkla hesaplaşmadan post-yapısalcılığa; Marx’la hesabımızı görmeden neo-Marksizme ya da post-Marksizme; klasik sosyoloji ile hesaplaşmadan son moda entelektüel modalara kapılmamız bugünkü entelektüel sıkıntılarımızın ve sığılıklarımızın kaynaklarından biridir. Tam da bu yüzden Ünsal Oskay, Erol Mutlu ve Mehmet Küçük gibi isimlerin gerek çevirileriyle gerekse özgün eserleriyle Türkiye’de sosyal bilimlerin ve iletişim biliminin gelişimine yaptığı katkılar kayda ve teşekkürle değerlidir.

Yakın zamanda yayımlanan George Gerbner’in akademik külliyatının bir derlemesi niteliğinde olan *Medyaya Karşı* kitabı işte tam da bu sebeplerle ayrı bir ilgiyi hak etmektedir. Gerbner’in iletişim araştırmalarına katkılarının böyle derli toplu bir şekilde Türkçe’de erişilebilir olması son derece önemli. Zira, pek çok güncel çalışmada Gerbner’in yetiştirme kuramına¹ yapılan göndermelerin, kuramın esaslarını ve çerçevesini çok da kavramadan yapıldığına tanık olmaktadır. Yetiştirme kuramının –az sonra değineceğimiz gibi, etki paradigması ve

• • • • •

1 Kitabın çevirmenlerinden Veyssel Batmaz’ın “cultivation” kavramının Türkçe karşılığı ile ilgili notunu burada aynen aktarıyorum: “*Cultivate*, toprağı işlemek, yetiştirmek, ekmek, gübrelemek gibi anlamlara sahiptir. Kültür de bu kelime ile eşanlamlı. Türkiye’de tek tük Gerbner çevirilerinde ve çalışmalarında “cultivation” kavramı “ekme” ya da “yetiştirme” olarak da kullanılıyor. Biz ise kavramın orijinalliği nedeniyle onu “kültivasyon” olarak bırakmayı uygun gördük ve Türkçe telaffuza uydurarak “kültivasyon” veya “kültive etmek” olarak çevirdik. Yeri geldikçe “yetiştirme” olarak kullandık. Fiil olarak (*cultivate*) kullanıldığı durumlarda ise fiilin İngilizce metindeki kullanımlarına göre daha başka karşılıklar tercih ettik” (s. 15, dn. 4). Aksi belirtilmedikçe parantez içlerinde verilen sayfa numaraları *Medyaya Karşı* kitabındandır.

propaganda kuramının önemli bir eleştirisi olduğu görmezden gelinerek– etki paradigmasının bir devamı olarak ele alındığına sık sık rastlarız. Yetiştirme (ya da kimilerinin adlandırdığı şekliyle “ekme”) ideolojik endoktrinasyon, manipülasyon veya aldatma ile eşdeğer olarak ele alınmakta; ekme kuramının ve Kültürel Göstergeler araştırma programının incelikli çerçevesi kolayca bahsettiğimiz hap formüllere (genellikle de yanlış bir biçimde) indirgenebilmektedir.

Medyaya Karşı Gerbner’in uzun yıllara yayılmış akademik çalışmalarının derlendiği *Against the Mainstream* adlı kitabının ilk 23 bölümünün Türkçe çevirisidir. Kitabı, yazdığı son derece kapsamlı giriş yazısı ile birlikte derleyen Michael Morgan aynı zamanda Gerbner’in yakın mesai arkadaşıdır.² Morgan yazısında Gerbner’in araştırma gündeminin, yetiştirme kuramının ve Kültürel Göstergeler araştırma programının etraflı bir değerlendirmesini sunmaktadır. Aynı zamanda Gerbner ile yapılan röportajda bir bilim insanının renkli, dramatik, tesadüfler ve başarılarla dolu yaşamı hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Ayrıntı Yayınları tarafından yayımlanan kitabın çevirmenleri Güneş Ayas, Veysel Batmaz ve İsmail Kovacı. Veysel Batmaz’ın Annenberg School of Communication’da Gerbner’in öğrencisi olduğu ve 1993 yılında Türkiye’de yetiştirme analizini uyguladığı da not edilmelidir.³

Medyaya Karşı, Gerbner’in farklı dönemlerde iletişim çalışmaları alanına yaptığı önemli katkıların bir derlemesi niteliğindedir ve beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm “Erken Dönem Teorileri: İletişimin Bir Disiplin Olarak İnşası” başlığı altında Gerbner’in özgün iletişim modelini geliştirdiği “Genel Bir İletişim Modeline Doğru” isimli tarihsel bir metni barındırmaktadır. Makalenin ilk yayımlanma yılı 1956’dır (*AV Communication Review*, c.4). Gerbner bu maka-

•••••

- 2 Michael Morgan’ın James Shanahan’la birlikte kaleme aldığı *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research* (2004) adlı incelemeleri yetiştirme kuramının en yetkin ve detaylı değerlendirmelerindendir ve hâlâ dilimize kazandırılmayı bekleyen önemli çalışmalardan biridir.
- 3 Bahsi geçen araştırma T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu tarafından fonlanmış ve aynı kurum tarafından *Türkiye’de Televizyon ve Aile* adıyla (Kasım 1995) basılmıştır. Metne http://yeniailetoplum.aile.gov.tr/data/54293dab369dc32358ee2b0f/kutuphane_19_turkiye_de_televizyon_ve_aile.pdf adresinden ulaşmak mümkündür. Batmaz buna ek olarak NATO desteği ile ikinci yetiştirme araştırmasını yapmış ve bu çalışma da *War and Peace in Television-Cultural Indicators of Television in Turkey* başlığı ile NATO yayınları tarafından 1997 yılında basılmıştır. Yetiştirme kuramından hareketle yapılan bir başka kapsamlı araştırma ise Ömer Özer’e aittir. Özer’in doktora tez çalışması *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi* başlığı ile 2004 Yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları tarafından basılmıştır.

leye “iletişim çalışmaları alanında iletişim sorunları yaşandığı; iletişimin kendi konusunun ne olduğuna dair hiçbir net görüşünün olmadığı; teknik konularla ilgili tartışmayı belirleyecek bir çerçevenin yokluğu” saptaması ile başlar ve ekler: “Bir iletişim bilimine doğru ilerlemek için gerekli olan en temel gereksinimin, teknik ve değer yönelimli bir teorik yapının dinç ve gayretli arayışı olduğu apaçık” (s.69). Bu saptamadan hareketle inşa ettiği sözel modeli şu evrelerle açıklar 1. Bir kişi, 2. bir olayı algılayıp, 3. bir tepki gösterdiğinde, 4. belli bir durumda, 5. belli araçlarla, 6. kullanılabilir bir malzeme hazırlar, 7. bunun bir biçimi ve 8. bağlamı vardır ve 9. bir içerik taşır/iletir ve 10. belli sonuçlar doğurur. Bütün bu evreler farklı araştırma alanlarının doğmasına yol açar (kaynak, algı, etki, fiziksel/sosyal çevre, kanallar, yönetim, yapı, düzenleme, içerik ve değişim araştırmaları gibi) (s.71).

Birinci kısımdaki bir diğer önemli çalışma ise 1958 yılında yayımlanan “Kitle İletişiminde İçerik Analizi ve Eleştirel Araştırma Üzerine” başlıklı, iletişim araştırmaları ve yöntem derslerinde mutlaka üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir makaledir. Mesaj üretiminin ticari çıkarlara tâbi hale gelmesinin bir eleştirisini sunan Gerbner bu makalede sınai ilişkiler ve pazar ilişkileri tam olarak kavranmadan kitle iletişim araçlarının içerik analizinin yüzeysel kalmaya mahkûm olduğunun altını çizer. Bununla birlikte Lasswellci formül ile girdiği tartışma; hikayelerin insani var oluşla bağı ve ampirik yöntemlerle sosyal bilimlerin eleştirel amaçlarını birleştirme çabası açısından sonraki yıllarda Gerbner’in araştırma gündemine damga vuracak pek çok nokta bu makalede işlenir.

İkinci kısmın başlığı ise “Medya Çağında Eğitim”dir. Bu bölümde, iletişim ve eğitim etkileşimi üzerine son derece önemli üç makale okuyucuyla buluşmaktadır. Üçüncü ve dördüncü kısımlarda Gerbner’le anılan “Kültürel Göstergeler” araştırmasına ve yetiştirme kuramına giden yol ve kültürel göstergeler incelemesinin kuramsal ve yöntemsal sacayakları ele alınmaktadır. “Aşk-İtiraf Dergilerinde Kapak Kızının Sosyal Anatomisi” başlıklı 1958 tarihli makalesinde Gerbner, itiraf dergisi kapaklarını inceler. Üçüncü kısımda medya içerik analizlerine dayanan çalışmalara da yer verilmiştir. Dördüncü kısımdaki bir dizi kritik makalede Kültürel Göstergeler ve yetiştirme perspektifinin esasları tartışılır. “Kültürel Göstergeler: Üçüncü Ses” ve “Televizyon ile Büyüme: Kültivasyon Perspektifi”⁴ gibi önemli katkılar bu bölümde yer almaktadır.

•••••

4 George Gerbner, Larry Gross, Michael Morgan ve Nancy Signorielli makaleyi birlikte yazmıştır.

Çalışmanın “Şiddet: İktidar ve Tehlike” başlıklı beşinci ve son kısımda ise kültürel göstergeler incelemesi, özellikle medya ve şiddet ilişkisi bağlamında ele alınmaktadır. Bu bölüm gerçek ve sembolik dünyalardaki şiddet ilişkisine yoğunlaşarak yetiştirme analizini kuramsal ve yöntemsel çerçevesi zengin ampirik verilerle işlemektedir.

Gerbner’in çalışmaları günümüzde de sürekli olarak yeniden üretilen yanlış bir algıyı sarsma çabası olarak düşünülebilir: ampirik araştırma yöntemleri ile eleştirel bir duruşun yan yana var olamayacağı iddiası (s. 12). Gerbner’in bu yaklaşıma verdiği yanıt ise *Medyaya Karşı’nın* (yani Gerbner’in yaklaşık elli yıllık araştırma gündeminin) temel kaygısını özetler niteliktedir: “Ampirik yöntemlerle sosyal bilimlerin eleştirel amaçlarını birleştirmek, ayrıntılı araştırmalarla değer ve bilinç yönelimli teorileri bir araya getirmek ve böylece gerçek bir kamusal topluluk içindeki bilinçli bireye, içinde yaşadığı kültürün geniş dip akıntılarını kavramasını sağlayacak bir bakış açısı kazandırmak” (s. 121).

Gerbner iletişimi “mesajlar aracılığıyla oluşan etkileşim” olarak görür. Ona göre iletişim kültürü oluşturan sembolik çevreyi hem yaratan hem de bu çevre tarafından güdülen insani bir süreçtir. İletişimin yaygın bir şekilde tek yanlı bir etkileme ya da ikna süreci olarak ele alındığı bir dönemde Gerbner iletişimin sembolik ve kültürel yönlerine dikkat çeker. Bunu, hikâye anlatmanın en temel insani süreçlerden olduğu vurgusuyla pekiştirir:

Ben büyüye inanırım. Müzik ve dans yardımıyla inanılmaz zenginliklerin kitlelerinin çözülmesini sağlamak, sanat yoluyla gözle görülmeyenlere ait görüntüleri akıllarda canlandırmak, şiir, şarkı ve öykü aracılığı ile hayal ve gerçek durum dünyaları yaratmak: işte insan yaşamının temel sihri budur. Hikâye anlatmak bu sihir için benim kullandığım kısaltmadır. Hikâye anlatmak, insanı, homo sapiens türü haline getiren nedendir (s. 314).

Kültürel çevremize can veren üç değişik hikâye tarzı vardır: şeylerin nasıl işlediğine (gerçeklik olarak adlandırdığımız bir fantezi, *kurğu*); nasıl olduğuna (*haber*) ve ne yapılması gerektiğine (“tarih boyunca bu hikâyeler dinsel öğüt ve emirler ya da yasaklar şeklinde karşımıza çıktı; bugün ise bu hikâyelere *reklam* deniyor”) dair hikâyeler (s. 19; Shanahan & Morgan, 2004, s. ix). Gerbner’in vurguladığı üç hikâye tarzı arasındaki rabıta onun bütüncül yaklaşımı hakkında genel bir fikir vermektedir. Üç hikâye türü birbirini dengeler ve birbirleri ile ilişki halindedir, ama üçüncü tür hikâyeler, yani reklamlar, ilk iki türü finanse eder ve çok satan hikâyelerin dolaşıma girmesini des-

tekleyen bütüncül bir kültürel çevrenin ortaya çıkmasına yol açar. “Elektronik çağın gelişi ile birlikte bu kültürel çevre gitgide tekelleşmekte, türdeşleşmekte ve küreselleşmektedir” (Shanahan & Morgan, 2004, s. x). Elektronik devrim ve onun o dönemdeki popüler aracı televizyon ile birlikte çocuklar ilk kez kitlesel olarak üretilmiş hikâyelere günde yedi saatten fazla maruz kalmaya başlamışlardır.

Gerbner *Medyaya Karşı*'da farklı yerlerde defaatle kitle iletişim araçlarının ve televizyonun öneminden ve araştırmasında merkezi konumda yer almasının sebeplerinden bahseder:

Bir ulus olarak, artık kitle iletişim ürünlerinin tüketimine ücretli işlerimizden, oyundan ya da uyku dışındaki her şeyden daha çok vaktimiz harcıyoruz. Topu topu 10 yıllık bir kitle iletişim aracı olan televizyon, ortalama bir insanın uyanık geçen zamanının beşte birini alıyor. 20 yıllık bir geçmişe sahip çizgi romanlar, yılda 1 milyar adet satılıp 100 milyon dolarlık ciroya ulaşıyor. Bu rakam bütün halk kütüphanelerinin bütçelerinin dört katıdır ve ilk ve orta dereceli okulların toplam kitap talebinden fazladır. Bir insan ömrü kadar kısa bir zaman önce hayatımıza girmeye başlayan filmleri, her hafta 50 milyon insan sinemalarda ve her gece bir o kadar insan evlerinde olmak üzere haftada toplam 400 milyon insan izliyor. Ulusal gelirin neredeyse onda biri boş zaman faaliyetlerine ayrılıyor. (1959 tarihli “Kitle Kültürünün Meydan Okuması ve Eğitim” makalesinden, s. 126).

Bu araçlar arasında televizyonun yeri ise ayrıdır. Gerbner'e göre “televizyon hikâyeye anlatan merkezi bir sistemdir. . . bir zamanlar temel kaynaklardan edinilen bireysel istidat ve tercihleri kültive eder ve bu nedenle de diğer medya üzerinde yapılan araştırmalarda temel öneme sahiptir” (s.282). Televizyon okuryazarlık ve toplumsal hareketlilik üzerindeki tarihsel engelleri aşar; geniş ve heterojen nüfusların sosyalizasyonunda rol oynar; sinemadan farklı olarak ücretsizdir; bireye evde doğrudan ulaşır; doğum ile ölüm arasındaki zamanda tüketilir. Tam da bu sebeplerden ötürü insanlar “televizyonun ana akım olduğu sembolik bir çerçeveye doğarlar” (s.289).

Girişte de bahsettiğim gibi, pek çok yorumda Gerbner'in yetiştirme kuramı etki paradigmasının bir devamı olarak ele alınmaktadır. Çok yakın zamanda yayımlanan bir makaleden örnek verelim. “Televizyon Dizilerinde Dinin Temsili” adlı çalışmasında Zengin (2014), Gerbner'in yaklaşımını şu şekilde özetlemekte ve çalışmasına uyarlamaktadır:

Gerbner ve arkadaşları (Yaylagül, 2013:74-78) yaptıkları araştırmalar sonucunda, televizyonun etkisinin uzun süreli olduğunu, davranışlardan çok tutumları

etkilediklerini [sic.] ve televizyonun benzer tekrarlardan dolayı belirli bir dünya görüşü ortaya koyduğunu ifade ederler. Sözü edilen etkiler uzun bir sürede ve yavaş yavaş topluma inmekte ve çeşitli alışkanlıklar ortaya koymaktadır. Birey uzun süren etkinin ardından etkilenmekte ve bu etkinin farkında olmamaktadır. Buna bağlı olarakta [sic.] bilinçsizce ekilen tutumlarla bir algı oluşmaktadır. Özellikle günümüz gençleri televizyon dizilerindeki karakterler gibi konuşup, giyinmekte, onlar gibi davranış sergilemekte ayrıca saç tıraşından makyajına kadar dizilerdeki karakterlere benzemeye çalışmaktadırlar. Hatta “rol model” olarak dizi oyuncularını örnek alan gençlerde [sic.] azınsanmayacak [sic.] kadar azdır [sic.].” (Zengin, 2014, s. 74–75, vurgular bana aittir)

Alıntılanan bu paragrafta kendini yanlışlayan cümleler bir yana, Gerbner’in yetiştirme yaklaşımının nasıl yorumlanmaması gerektiğine dair pek çok yargı bulmak mümkündür. Zengin, Gerbner’in güçlü etki paradigması içerisinde yer almadığını teslim etmekle birlikte açıklamasının geri kalanında Gerbner’i güçlü etki paradigmasından ayıran noktaları bir kenara bırakıp eleştirdiği paradigmayı bir sonraki cümlelerinde yeniden üretmektedir. Eğer televizyon dizilerini izleyen gençler dizilerde gördükleri insanlar “gibi konuşup, giyinmekte, onlar gibi davranış sergilemekte” iseler Gerbner’in yetiştirme kuramına ne gerek vardır? Fazla uzatmadan sanırım Gerbner’e kulak vermek aydınlatıcı olacaktır:

İki dünya savaşından çıkardığımız dersler ve 1930’ların tarihsel tecrübesi “propagandanın” gücünü kafamıza soktu. Daha ayrıntılı araştırmalar ve ciddi akıl yürütmeler, bu etkinin temel kaynağının tek tek mesajlar, kampanyalar ya da kişiliklerden ziyade belli bir zaman ve mekanın popüler bağlamı olduğunu gösterdi. Tek bir kişinin “insanların fikirlerini değiştirme gücü” miti yerini, kitle iletişim araçlarının ve popüler kültürün insan yaşamındaki daha karmaşık, daha incelikli ve daha yaygın rolüne ilişkin kavramlaştırmalara bıraktı. Bu daha geniş bağlam içinde, fikirlerimizin ve eylemlerimizin kültürel kaynaklarına ilişkin daha derin bir anlayış geliştirmeye giriştik. Günümüzün Sokrates’i muhtemelen “Kendini bilmek için iletişimlerini bilmen gerekir” der ve ekledi: “Dikkatle gözden geçirilmemiş bir kültür, içinde yaşamaya değer bir kültür değildir” (s. 124–125).

Bir başka yerde bize iletişimsel eylemin özünün “istenilen tepkileri elde etmek için girişilen taktiklerden daha çok, genelleşmiş imajların istikrarlı yapılarını besleyen (*cultivate*) mesaj sistemlerinin üretimi ve algılanması” (s. 141) olduğunu; “bize anlık olarak ne yapmamız gerektiğini iletmesi değil, yapılanın anlamının ne olduğunu anlamamıza yaptığı katkı” (s. 273) olduğunu söyler.

İşte 1967 yılında yola koyulan Kültürel Göstergeler araştırma projesi televizyonun dramatik içeriğindeki merkezi akışı izler. Proje, televizyonla birlikte büyümenin ve yaşamının ne demek olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (s. 281). En basit şekilde aktarılacak olursa, “farklı miktarda televizyon izleyen insanların toplumsal gerçeklik algılarının nasıl değiştiğini belirlemeye çalışır” (s. 24). Bunu yaparken de üç temel soru yöneltir: 1. Kitile iletişim içeriklerinin üretimini koşullandıran etmenler nelerdir?; 2. Baskın imge, mesaj, olgu, değer ve ders örüntüleri nelerdir?; 3. Bu mesajlara harcanan dikkat ile izlerkitlenin toplumsal gerçeklik algısı arasındaki ilişki nedir? (Shanahan & Morgan, 2004, s. 6–7). Bu sorular üç çözümleme alanı ortaya koymaktadır: *kurumsal süreç analizi*, *mesaj sistemi analizi* ve *yetiştirme analizi* (s. 260).

Gerbner’in çalışmaları tüm eksikliklerine rağmen⁵ üzerinde hassasiyetle durulması gereken, kuramsal ve yöntemsel katkıları paha biçilmez ve heyecan verici bir literatür bırakmıştır geride. İnsanları kendilerine ve birbirlerine anlattıkları hikâyelerin toplumsal gerçekliği değerlendirmemiz üzerindeki etkilerini ampirik çalışmalara bolca referansla tartışan *Medyaya Karşı*, iletişim kuramlarına, iletişim sosyolojisine ve yöntem konularına kafa yoran araştırmacıların başucu kitaplarından biri olmaya adaydır.

Kaynakça

- SHANAHAN, J. ve MORGAN, M. (2004) *Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research*. Chambridge: Chambridge University Press.
- ZENGİN, F. (2014). Televizyon Dizilerinde Dinin Temsili. ÇAMDERELİ, M., DOĞAN, B. O. ve ŞENER, N. K. (Ed.) içinde. *Medya ve Din*. İstanbul: Köprü, s. 73–93.

• • • • •

5 Bu değerlendirmede Gerbner’in yetiştirme kuramının mutlak doğru bir kuramsal ve yöntemsel çerçeve sunduğu iddiasında değiliz. Bir değerlendirme sınırlarını hali hazırda aşmaya başladığımızdan ötürü burada kurama yöneltilecek güçlü eleştirilere yer verilmemiştir. Tekrar etmek gerekirse, amacımız iletişim kuramlarının bu önemli figürlerinin çalışmalarının sığ, hap ve yanlış yorumlara sapmaksızın hakları teslim edilerek okunmasına katkıda bulunmaktır. Bu durum Lippmann, Lasswell ya da Schramm (ve daha birçok figür) için de geçerlidir. İletişim: Kuram ve Araştırma Dergisi’nin 2007 Bahar (24) sayısı altını çizdiğimiz sıkıntılıların çözümüne bir katkı sunmak bakımından mutlaka incelenmelidir. Bkz. www.iletisimdergisi.gazi.edu.tr/arsiv.html