

Değini

Kolektif Hafıza ve Reklamlar: Bir Sergiden Kısa Notlar

Mine Gencil Bek*



Bill Clinton 1994 yılında Berlin’de yaptığı bir konuşmayı “Hiçbir Şey İmkansız Değildir” diye bitirdikten sonra Berlinliler, 1992 yılında bu sloganı reklamda kullanan şirketin adıyla, hep bir ağızdan “Toyota” diye seslenmiş. Berlin’deki İletişim Müzesindeki, reklam kampanyaları sergisinde belirtildiği gibi, gerçekten de bazı sloganlar ve imgeler unutulup giderken, bu örnekteki

gibi bazıları kolektif hafızamızdaki yerini koruyor.

Savaş sonrası bölünmüş Doğu ve Batı Almanya’dan, 1989 yılında duvarların yıkılmasından günümüze 50 popüler reklam, 350 civarında poster, nesne, film klibi ve görüşmeler sergide yer buluyor. Reklamların ortaya çıktığı bağlam, toplumsal, siyasal ve kültürel iklim de sergide yorumlanmaya çalışılmış. Alman tren yolları *Deutsche Bahn*’ın reklam kampanyası, toplumsal bağlama ve yürütülen hegemonya mücadelesine çok iyi bir

* Prof. Dr. Mine Gencil Bek AÜ İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Öğretim üyesiyken 7 Şubat 2017 tarihinde yayınlanan 686 sayılı KHK ile meslekten ihraç edildi.