

Büyük = Küçük

Herşeyin en görkemlisini arzulayan Amerikan Rüyası'nın sona erışı başarının ifadesi ile ilgili kodları da radikal olarak değiştiriyor. Başarının tipik göstergeleri olan ihtişam, görkem ve parlaltının yerini "tevâzu" alıyor. Türkiye'de tüketim toplumuna anı geçiş ile hayatı şekillendiren temel bir değer olmaktan çıkan, gelişmiş pazarlarda ise tüketime doymuş zengin kitle içinde kalan bu kavram şimdi yeniden doğuyor. Kişisel başarıdan kurumsal başarıya, "küçülebilecek kadar büyük olmak" toplumsal bilincin içinde yeni bir farkındalık olarak kendini göstermeye başlıyor.

ABD'nin 44. başkanı Barack Obama bu değişimin en iyi sembolü, aynı zamanda da değişimi hızlandıran sosyal bir katalist. Büyük işler başarması beklenen başkanın "bizden biri, ulaşılabilir, mütevâzi" sıfatları ile ilişkilendirilmesine özen gösteriliyor. Seçim kampanyası sırasında McCain'in giydiği 520 USD'lik Ferragamo ayakkabılara karşın Obama'nın tabanı aşınmış ayakkabılarına dikkat çekilmesi, Barack Obama'nın "herkes başarabilir" mesajını vurgulayan gençlik fotoğraflarının yayınlanması, ailenin sıradan restoranlarda boy göstermesi bu sıfatları güçlendiren bilinçli iletişim adımlarından sadece birkaçı... Michelle Obama'nın 1 Mayıs'ta yiyecek yardımı toplamaya yönelik bir organizasyon sırasında giydiği 540 dolarlık Lanvin spor ayakkabıların acımasızca eleştirilmesine şaşmamak gerek.

Türkiye'de ise, Fortune 500 listesine giren ilk turizm acentası Vista'nın 20. yıl daveti zamanın ruhunu yakalayan öncü bir örnek: 21 Temmuz akşamı Sakıp Sabancı Müzesi'ne gelen davetliler oluklu mukavvadan üretilmiş bir dekor içinde, sade bir mönü ile ağırlandı. "20 Yılın Sonunda Paylaşmak" teması ile şekillendirilen davetin tüm öğeleri -davetiyeden görevlilerin kıyafetlerine kadar- minimum maliyet ile üretildi. Vista, görkemli bir davet yerine beklenmedik basitlikte bir davet vermeyi tercih ederek elde ettiği tasarrufu hesapladı ve bu tasarrufu kapsamlı bir burs programının ilk yılını finanse etmek için kullandı. Burs programı on yıl boyunca devam edecek ve 2400 turizm meslek okulu öğrencisini destekleyecek. Kalifiye eleman yetiştirmeyi hedefleyen burs programı ile Vista, turizm sektöründen kazandığını sektör ile paylaşacak.

Parlaltının, ihtişamın ve görkemin sonu hiçbir zaman gelmeyecek. Ama lüksün bu klasik ifadeleri ile ilişkilenen duygular eskisi kadar net ve olumlu değil. Bugün "şampanya ve havyarın" uyandırdığı hisler biraz daha bulanık ve çeşitli. Yönettiği markanın etrafında "premium" algısı yaratmayı hedefleyen ya da şirketinin başarısını ifade etmeyi planlayan her iş insanının önünde bugün biraz daha karmaşık bir konu var.

