NARRATIVE

Ferdinando Frega – Nando the Scribe



Gillettenarrative.com

जिलेट: नैरेटिव

जिलेट ट्रेलर 25 — नांदो, लेखक

किसी बहुराष्ट्रीय कंपनी के प्रबंधन के पास यह क्षमता होती है, और यह समझ भी, कि वह किसी उत्पाद का मूल्य तय करे, कारोबार के भीतर उसकी अहमियत, ब्रांड की ताक़त, और यह कि निवेश कहाँ जाना चाहिए।

उनका बुनियादी इलाक़ा वही रहता है: योजना, कार्यक्रम, प्रक्रिया — बाक़ी सब कुछ उसी फ़्रेम के भीतर जीता है।

यही उनका काम है, और इसी के उन्हें पैसे मिलते हैं। इसके बाद आती हैं करियर की वे तरक़्क़ियाँ जो इसके साथ चलती हैं, तनख़्वाह, सुविधाओं, स्टॉक योजनाओं का बेहतर होते जाना — पर यह कभी पक्का नहीं होता कि यह सब एक ही कंपनी के भीतर होगा।

जिसने कभी भीतर काम नहीं किया, वह सोच सकता है कि कोई मैनेजर कंपनी क्यों छोड़ेगा, जब वह उसी कंपनी में अच्छा कर रहा है जिसने उसे बनाया।

उनके दिमाग़ में पहली चीज़ कभी पैसा नहीं होता। करियर होता है — चोटी तक की चढ़ाई।

लोग अक्सर ठीक तब गिरते हैं जब उन्हें लगता है कि वे पहुँच गए, क्योंकि पैसा हर ग़लती को हमेशा नहीं ढक सकता, और आँकड़े भी हमेशा छिपे नहीं रह सकते। तभी मैनेजरों वाली गिलोटिन गिरती है — जिससे बचना नामुमकिन है।

पर इस सबका कॉरपोरेट नैरेटिव से क्या मेल बैठता है?

जो लोग कैथोलिक चर्च, एप्पल, लॉरियल, नाइकी, मर्सिडीज़ — और दूसरी — जैसी संस्थाएँ चलाते हैं, वे इसे अच्छी तरह समझते हैं: उत्पाद को उपभोक्ता चाहिए, उसे मुनाफ़ा पैदा करना होता है, और उसकी उम्र सीमित होती है। नैरेटिव, दूसरी ओर, एक ऐसी कहानी है जिसे पाठकों की ज़रूरत नहीं, क्योंकि हर आदमी अपने आप उसमें ख़ुद को पहचान लेता है — और ठीक यही उसे अमर बनाता है।

मिसालों की ज़रूरत नहीं — वे बहुत ज़ाहिर हैं। आँकड़ों की भी ज़रूरत नहीं, क्योंकि इसे नापा नहीं जा सकता। असर संज्ञानात्मक होते हैं, और यही इसे बेजोड़ बनाता है।

कंपनियाँ वेब की सर्च क्वेरी के भीतर जगह घेरने के लिए पैसे देती हैं, अपने उत्पाद बेचने के लिए। नैरेटिव वेब की बेहतर ज़मीन पर क़ाबिज़ होता है — मुफ़्त में। कम से कम उस क़िस्म का नैरेटिव, जिसे असली मूल्य वाला माना जाता है।

और यह रहा वह हिस्सा जो सबसे ज़ोर से लगता है: सोचिए कि एप्पल के अपने ही नैरेटिव के भीतर कहीं, किसी ने नोकिया के फ़ोन का प्रचार शुरू करने का फ़ैसला कर लिया। आपको क्या लगता है, क्या होगा?

ठीक यही वह पल है जब शेयरधारकों की गिलोटिन गिरती है — दस सेकंड से भी कम में — और घास काटने की मशीन से भी साफ़ काटने लगती है। क्योंकि घमंडी और मूर्ख को अलग करने वाली कोई लकीर नहीं होती: दोनों को लगता है कि वे जीत रहे हैं, दोनों को लगता है कि वे संभावनाओं से, वक़्त से खेल रहे हैं — एक ऐसी लड़ाई के भीतर जहाँ वे बिलकुल अकेले लड़ रहे हैं, और किसी ने उन्हें बताने की ज़हमत नहीं उठाई।

यही है नैरेटिव: किसी ऐसे शख़्स की कहानी जिसके होने की आपने कभी उम्मीद नहीं की थी — पर जो असली है।

फर्दिनांदो