

KING, GILLETTE.

THE NAME

The Conquest of Meaning
Ferdinando Frega



KING, GILLETTE SANG NAMA

THE COMPANY · 01

MANIFESTO SASTERA

Buku ini bukan tentang pisau cukur.

Ia bukan tentang keluli.

Ia bukan tentang syer pasaran.

Ia tentang apa yang berlaku apabila sebuah nama bertahan cukup lama sehingga menjadi lebih penting daripada produk yang menjadikannya terkenal.

Setiap jenama yang hebat dilahirkan dua kali.

Kali pertama di pasaran.

Kali kedua dalam imaginasi.

Yang pertama mencipta pelanggan.

Yang kedua mencipta makna.

King melihat satu wawasan sebelum dia melihat sebilah mata pisau.

Gillette membina sebuah syarikat.

Generasi demi generasi membina sebuah ingatan.

Buku ini menceritakan kisah saat ingatan itu menjadi naratif.

Bukan untuk menggantikan sejarah.

Untuk menyambung.

DEDIKASI

Untuk ibu saya.

Untuk semua yang dapat dikembalikan.

Dan untuk semua yang tidak akan dapat dikembalikan.

Untuk ayah saya.

Untuk sepenggal jalan yang dilaluinya sebelum saya.

Untuk Datuk King.

Yang membayangkan sebuah dunia sebelum dia membayangkan sebilah mata pisau.

Dan untuk semua yang tahu bahawa sesetengah nama tidak boleh dimiliki.

Ia hanya boleh dipegang sebagai amanah.

TEKS KULIT BELAKANG

Sebelum mata pisau, ada satu wawasan.

Sebelum syarikat korporat, ada seorang lelaki.

Sebelum jenama, ada sebuah nama.

Pada penghujung abad kesembilan belas, King Camp Gillette membayangkan sebuah masyarakat yang sama sekali baharu. Bertahun-tahun kemudian, dia membina salah sebuah syarikat yang paling dikenali di dunia.

Lebih seabad kemudian, seorang bekas eksekutif Gillette memilih untuk mengembara ke arah yang bertentangan.

Daripada syarikat korporat kepada pengasasnya.

Daripada produk kepada ingatan.

Daripada jenama kepada makna.

Sebahagiannya sejarah perindustrian, sebahagiannya autobiografi, sebahagiannya naratif, sebahagiannya renungan budaya, buku ini menyelami satu soalan yang mudah tetapi radikal:

Apakah yang berlaku apabila sebuah nama hidup lebih lama daripada pemiliknya?

PRAKATA

Buku ini bermula dengan satu kejutan.

Saya sangka saya sedang mengkaji sejarah Gillette.

Yang saya temui ialah sejarah sebuah idea.

Semakin jauh saya pergi dalam penyelidikan dan penulisan saya, semakin jelas bahawa produk bukanlah pusat kisah ini.

Pusatnya ialah makna.

Mata pisau hanyalah bentuk yang kelihatan.

Di bawahnya terletak satu wawasan, satu budaya, satu ingatan dan satu rangkaian manusia yang merentasi generasi.

Sejak saat itu, buku ini berhenti menjadi satu pembinaan semula.

Ia menjadi satu perjalanan.

PREMIS

Saya bukan ahli sejarah.

Saya bukan penulis biografi.

Saya bahkan bukan pengulas industri.

Saya seorang pencerita.

Atas sebab itu, pembaca akan menemui fakta, kenangan, tafsiran dan simbol dalam halaman-halaman ini.

Kisah ini tentang sesuatu yang lebih besar daripada orang-orang yang menjalaninya.

Ia tentang takdir nama-nama.

Cara nama-nama itu mengembara merentasi masa.

Cara nama-nama itu terus melahirkan makna.

Cara nama-nama itu hidup lebih lama daripada pencipta mereka sendiri.

SINOPSIS

King Camp Gillette membayangkan sebuah kota untuk enam puluh juta orang sebelum mencipta mata pisau yang menjadikannya terkenal.

Lebih seabad kemudian, Ferdinando Frega menjejaki semula pengembaraan nama Gillette melalui ingatan keluarga, pengalaman profesional, warisan budaya dan penciptaan Gillettenarrative.

Melalui utopia perindustrian, satu kepulauan simbolik ke Perancis, pengambilalihan yang mustahil, buku-buku yang diberikan secara percuma dan renungan tentang makna jenama, muncul satu soalan:

Adakah warisan sebenar sebuah syarikat besar itu produknya — atau makna yang ditinggalkannya?

NOTA EDITORIAL

Gillette narrative tidak lahir sebagai projek komersial.

Ia bermula sebagai prasarana untuk kisah-kisah.

Buku-buku yang membentuk ekosistem ini tidak berusaha merebut ruang dalam pasaran penerbitan.

Ia berusaha membina hubungan, ingatan dan makna.

Jilid ini salah satu teks utama projek ini kerana ia menyelami hubungan antara identiti, warisan, syarikat korporat, keluarga dan naratif.

PENGENALAN

Setiap kisah mempunyai pusat yang tersembunyi.

Selama bertahun-tahun, saya percaya pusat kisah ini ialah Gillette.

Kemudian saya percaya ia ialah King.

Kemudian saya percaya ia ialah pengalaman saya sendiri.

Saya silap.

Pusatnya ialah Sang Nama.

Perkataan yang menghubungkan seorang pemikir berwawasan abad kesembilan belas, sebuah syarikat multinasional abad kedua puluh dan seorang pencerita abad kedua puluh satu.

Buku ini menceritakan perjalanan nama itu.

Bukan untuk membuktikan sesuatu.

Tetapi untuk memahami satu perkara yang mudah.

Bagaimanakah sepatah perkataan boleh mengembara merentasi lebih seratus tahun sejarah tanpa pernah berhenti melahirkan makna?

PROLOG KISAH-KISAH

Setiap kisah bermula dua kali.

Kali pertama, ketika ia berlaku.

Kali kedua, ketika seseorang memutuskan untuk menceritakannya.

Buku ini lahir daripada permulaan yang kedua.

Selama lebih seabad, nama Gillette telah mengembara melalui lelaki, syarikat, produk, pasaran dan generasi. Ia telah melahirkan inovasi, kejayaan, persaingan dan ingatan. Ia telah melalui peperangan, perubahan perindustrian dan transformasi budaya. Namun tiada satu pun daripadanya subjek sebenar buku ini.

Subjek sebenar buku ini ialah satu soalan.

Apakah yang berlaku apabila sebuah nama bertahan cukup lama sehingga menjadi lebih penting daripada orang-orang yang menciptanya?

Ini bukan biografi King Camp Gillette.

Ia bukan sejarah korporat Gillette.

Ia bukan esei tentang industri pencukuran.

Ia juga bukan autobiografi.

Ia kisah sebuah trajektori.

Satu perjalanan yang bermula dengan seorang pemikir berwawasan abad kesembilan belas dan merentasi lebih seabad untuk sampai kepada seorang pencerita yang tinggal di Calabria, yang masih mempersoalkan makna nama itu.

Ramai pembaca akan memasuki halaman-halaman ini dengan harapan menemui kisah tentang produk.

Sebaliknya, mereka akan menemui kisah tentang makna.

Kerana produk mempunyai tarikh mula dan tarikh tamat.

Makna tidak.

Produk diganti.

Makna diwariskan.

Produk milik pasaran.

Makna milik masa.

Atas sebab itu, halaman-halaman yang berikut tidak berusaha menetapkan satu kebenaran muktamad.

Ia mencari sesuatu yang lebih berguna.

Satu pemahaman.

Pemahaman tentang bagaimana satu wawasan boleh menjadi sebuah syarikat.

Bagaimana sebuah syarikat boleh menjadi jenama.

Bagaimana sebuah jenama boleh menjadi ingatan.

Bagaimana satu ingatan boleh menjadi naratif.

Dan bagaimana satu naratif boleh terus hidup lama selepas protagonisnya lenyap.

Di pusat buku ini, anda tidak akan menemui sebilah mata pisau.

Anda tidak akan menemui sebuah syarikat korporat.

Anda tidak akan menemui Wall Street.

Anda bahkan tidak akan menemui pengarangnya.

Di pusatnya, anda akan menemui sebuah nama.

Kerana protagonis berlalu.

Generasi berlalu.

Syarikat berlalu.

Pemilik berlalu.

Nama, kadang-kadang, kekal.

Dan apabila nama kekal cukup lama, ia menjadi sesuatu yang lebih besar daripada asal usulnya.

Ia menjadi ingatan.

Ia menjadi warisan.

Ia menjadi makna.

Kisah-kisah yang berikut milik wilayah itu.

Wilayah tempat sejarah bertemu naratif.

Tempat pasaran bertemu ingatan.

Tempat seorang pengasas bertemu masa.

Dan tempat sebuah nama terus berbicara ketika semua orang percaya ia sudah mengatakan segala yang perlu dikatakannya.

Selamat datang ke dalam perjalanan ini.

Selamat datang ke dalam Sang Nama.

BAB 1 — Sebelum mata pisau

Boston belum tahu siapa dia.

Tiada sesiapa tahu siapa dia.

Tiada bungkusan dengan wajahnya tercetak padanya. Tiada mata pisau pakai buang. Tiada syarikat korporat yang akan merentasi abad kedua puluh.

Yang ada hanyalah seorang lelaki yang memandang dunia dan tidak dapat menerimanya seadanya.

Inilah ciptaan pertama King Gillette.

Bukan mata pisau.

Rasa tidak puas hati.

Ramai lelaki melihat sistem yang tidak sempurna dan belajar hidup dengannya.

Ada yang membantah.

Yang lain menyesuaikan diri.

Dia tidak.

Dia memerhatikan kota-kota, kilang-kilang, perdagangan, persaingan antara syarikat, dan sentiasa tiba pada kesimpulan yang sama:

dunia ini telah direka dengan buruk.

Yang luar biasa ialah semua ini berlaku sebelum Gillette.

Lama sebelumnya.

Ketika namanya belum bermakna apa-apa.

Ketika ia belum menjadi jenama.

Ketika dia hanyalah seorang lelaki dengan idea yang terlalu besar untuk kedudukan sosialnya.

Pada 1894 dia menerbitkan The Human Drift.

Ia bukan buku tentang bercukur.

Ia bukan buku tentang pengguna.

Ia bukan buku tentang mata pisau.

Ia sesuatu yang jauh lebih bercita-cita tinggi.

Ia satu percubaan untuk mereka bentuk semula masyarakat Amerika.

King membayangkan sebuah kota gergasi bernama Metropolis.

Sebuah tempat berjuta-juta orang akan hidup bersama.

Satu sistem tunggal.

Satu organisasi tunggal.

Satu tenaga tunggal.

Satu hala tuju tunggal.

Ramai menganggapnya seorang yang eksentrik.

Ada yang menyangka dia seorang pemikir berwawasan.

Yang lain menganggapnya gila semata-mata.

Sejarah, hampir selalu, mengelirukan kedua-dua kategori itu.

Dan di sinilah buku ini bermula.

Bukan dengan sebilah mata pisau.

Bukan dengan sebuah produk.

Bukan dengan satu jualan.

Ia bermula dengan satu soalan.

Yang manakah datang dahulu?

Objek atau imaginasi?

Pasaran atau impian?

Jawapan King Gillette jelas.

Wawasan sentiasa datang dahulu.

Segala yang lain tiba kemudian.

Bertahun-tahun kemudian, di sebuah wilayah yang jauh dari Boston bernama Calabria, seorang lelaki lain akan menemui sesuatu yang serupa.

Bahawa produk menjadi tua.

Syarikat bertukar tangan.

Generasi berlalu.

Tetapi nama, kadang-kadang, bertahan.

Dan apabila nama bertahan cukup lama, ia berhenti menjadi milik pasaran.

Ia mula menjadi milik ingatan.

Buku ini tentang saat itu.

Saat sebuah nama berhenti menjadi jenama dan menjadi sebuah kisah.

Dan untuk memahami kisah itu, perlulah kembali ke permulaan.

Sebelum mata pisau.

Sebelum Gillette.

Sebelum mitos.

Perlulah kembali kepada Datuk King.

BAB 2 — Lelaki yang mahu menggerakkan Amerika

Sebelum mata pisau wujud, ada sebuah kota.

Bukan kota sebenar.

Sebuah kota khayalan.

Sebuah kota yang begitu luas sehingga kelihatan tidak masuk akal walaupun bagi mereka yang hidup di Amerika zaman landasan kereta api yang besar, kilang keluli dan kilang-kilang yang sedang mengubah benua itu.

King belum lagi membina sebuah syarikat.

Dia sedang membina sebuah dunia.

Bertahun-tahun kemudian, ketika wajahnya akan muncul pada bungkus dan namanya akan memasuki rumah berjuta-juta orang, hampir tiada sesiapa akan mengingati fasa ini.

Sejarah menyukai objek.

Idea, jauh kurang.

Ia mengingati mata pisau.

Ia melupakan impian.

Namun, impian itulah yang datang dahulu.

King memerhatikan Amerika pada penghujung abad kesembilan belas dan melihat perkara yang sama di mana-mana.

Pertindihan.

Persaingan.

Pembaziran.

Beribu-ribu lelaki sibuk melakukan perkara yang sama menentang beribu-ribu lelaki lain.

Beribu-ribu syarikat bertekad untuk saling berlawan.

Beribu-ribu tenaga yang bertaburan.

Baginya, ia kelihatan seperti kegilaan.

Maka dia melakukan apa yang dilakukan oleh semua pemikir berwawasan.

Dia mula memudahkan.

Lelaki biasa menambah.

Pemikir berwawasan mengurangkan.

King mengurangkan.

Dia mengurangkan syarikat.

Dia mengurangkan pesaing.

Dia mengurangkan perpecahan.

Akhirnya, yang tinggal hanyalah satu organisasi gergasi tunggal.

Dia menamakannya United Company.

Tetapi itu pun belum cukup.

Kerana jika wujud satu organisasi tunggal, fikirnya, mengapa perlu ada beribu-ribu kota?

Mengapa beribu-ribu rangkaian?

Mengapa beribu-ribu sistem?

Kesimpulannya datang hampir dengan sendirinya.

Satu negara tunggal.

Satu kota tunggal.

Satu pusat tunggal.

Dia menamakannya Metropolis.

Enam puluh juta penduduk.

Satu angka yang hari ini mengejutkan.

Pada masa itu ia kelihatan mustahil semata-mata.

Air Terjun Niagara akan membekalkan tenaga.

Industri akan bekerja untuk semua orang.

Pengedaran akan dipusatkan.

Seluruh sistem akan direka untuk menghapuskan pembaziran yang dilihatnya setiap hari.

Ramai membaca halaman-halaman itu sebagai fantasi.

Yang lain sebagai utopia.

Yang lain lagi sebagai bukti keeksentrikan.

Mungkin mereka semua betul.

Idea-idea besar jarang lahir sudah berpakaian sebagai kebenaran.

Ia hampir selalu muncul menyamar sebagai kegilaan.

Dan di sini muncul pelajaran pertama buku ini.

King Gillette bukan sedang mereka bentuk sebuah kota.

Dia sedang mencari ketertiban.

Kota itu hanyalah bekasnya.

Subjek sebenar ialah keinginan manusia untuk memberi bentuk kepada kekacauan.

Ia godaan yang purba.

Setiap agama.

Setiap empayar.

Setiap ideologi.

Setiap syarikat korporat.

Semuanya menjanjikan perkara yang sama.

Ketertiban.

King bukan pengecualian.

Bezanya, dia melukis.

Dia menulis.

Dia membayangkan.

Dia menuangkan obsesnya ke atas kertas.

Inilah sebabnya kisahnya masih menarik minat saya hari ini.

Bukan kerana dia betul.

Bukan kerana dia salah.

Tetapi kerana dia berani berfikir besar sebelum dia menjadi orang penting.

Kebanyakan lelaki menunggu kuasa sebelum mereka membayangkan.

Dia membayangkan dahulu.

Kuasa datang kemudian.

Bertahun-tahun kemudian, saya akan melihat mekanisme yang sama sekali lagi.

Bukan di Boston.

Bukan di sekitar Air Terjun Niagara.

Tetapi di Calabria.

Di sana juga wujud orang yang yakin bahawa sesebuah projek perlu membuktikan nilainya sebelum ia boleh wujud.

King telah menempuh jalan yang bertentangan.

Mula-mula dia membina wawasan itu.

Kemudian dia mencari cara untuk menjadikannya mungkin.

Mungkin inilah sebabnya saya terus memanggilnya Datuk King.

Bukan kerana mata pisau.

Bukan kerana jenama.

Bukan kerana kejayaan.

Tetapi kerana, sebelum menjadi seorang industrialis, dia seorang pencerita masa depan.

Dan setiap kisah yang datang selepasnya, termasuk kisah saya sendiri, lahir daripada keyakinan yang mudah ini:

mula-mula anda membayangkan dunia.

Kemudian anda cuba membinanya.

BAB 3 — Nabi dan jurujual

Jika sejarah itu mudah, King Camp Gillette akan dikenang sebagai seorang pencipta.

Ahli sejarah menyukai pencipta.

Mereka mudah diceritakan.

Mereka mempunyai tarikh.

Satu paten.

Satu objek.

Satu hasil.

Kehidupan King Camp Gillette jauh kurang teratur.

Dua lelaki hidup di dalam dirinya.

Yang pertama memandang masa kini.

Yang kedua memerhatikan masa depan.

Yang pertama menjual.

Yang kedua bernubuat.

Yang pertama mencari pelanggan.

Yang kedua mencari sistem.

Yang pertama perlu mencari nafkah.

Yang kedua mahu mereka bentuk semula masyarakat.

Ketegangan ini merentasi seluruh kewujudannya.

Dan mungkin inilah sebabnya dia terus menarik minat saya lebih daripada banyak pengasas lain.

Syarikat-syarikat besar penuh dengan pengurus.

Pemikir berwawasan jauh lebih jarang.

Pemikir berwawasan yang turut berjaya membina sebuah syarikat amat-amat jarang.

Tetapi ada harganya.

Untuk membina sesuatu di dunia nyata, anda mesti menerima kompromi.

Realiti sentiasa menuntut bayaran.

Tiada pengecualian.

Tidak juga untuk Datuk King.

Di satu pihak, ada pengarang The Human Drift.

Lelaki yang membayangkan sebuah organisasi kolektif gergasi.

Lelaki yang mahu menghapuskan pembaziran, pertindihan dan konflik.

Lelaki yang mengimpikan sebuah kota yang mampu menampung seluruh negara.

Di pihak yang lain, ada jurujual.

Seorang lelaki yang menyusuri jalan-jalan.

Yang memerhatikan pelanggan.

Yang mengkaji tabiat orang ramai.

Yang mencari sesuatu untuk ditawarkan kepada pasaran.

Pada pandangan pertama, mereka kelihatan seperti dua sosok yang tidak serasi.

Namun, mereka orang yang sama.

Mungkin itulah rahsianya.

Idea memerlukan realiti.

Realiti memerlukan idea.

Apabila salah satunya tiada, sesuatu akan patah.

Pemikir berwawasan tanpa hubungan dengan dunia hanya menghasilkan fantasi.

Jurujual tanpa imaginasi hanya menghasilkan inouis.

King C. Gillette hidup di antara dua ekstrem ini.

Dan pada suatu hari, kedua-dua ekstrem itu bertemu dalam satu gerak kecil.

Dia sedang bercukur.

Dia memandang pisau cukurnya.

Sebuah objek yang mahal, yang perlu diasah pada jalur kulit, dijaga, dipelihara. Sebuah objek untuk segelintir orang.

Dan dia faham.

Dunia tidak memerlukan pisau cukur yang lebih baik.

Dunia memerlukan pisau cukur yang lebih buruk, yang boleh dibuang.

Ia bukan satu ilham teknikal.

Ia satu ilham teologi.

Untuk membiayai Metropolis, dia perlu berhenti menjual keabadian.

Dia perlu mula menjual yang fana.

Mata pisau pakai buang bukan sebuah produk.

Ia satu kompromi.

Nabi itu telah menemui cara untuk membuat masa kini membayar masa depan yang diimpikannya.

Lima dolar untuk pemegangnya. Dan kemudian, sepanjang hayat anda, anda akan kembali kepadanya.

Inilah teorem Datuk King:

untuk membina kota yang kekal selama-lamanya, anda mesti menjual sesuatu yang langsung tidak kekal.

Bertahun-tahun kemudian, saya akan mendapati diri saya berdepan dengan soalan yang sama.

Dengan alat yang berbeza.

Dalam zaman yang lain.

Dalam geografi yang lain.

Bukan di Boston.

Di Calabria.

Ayah saya telah memahami perkara yang sama, tetapi secara terbalik.

King bermula dari masa depan dan mencari sebuah produk untuk sampai ke sana.

Ayah saya bermula dari produk dan membina masa depan di dalamnya.

King berkata: mari kita hapuskan persaingan, mari kita bina satu kota tunggal.

Ayah saya berkata: jika Frega boleh melakukannya di Calabria, sebuah kawasan bencana, kamu juga boleh.

Obsesi yang sama terhadap ketertiban.

Geometri sempurna yang sama.

Jadual perjalanan ditetapkan empat minggu lebih awal. Hotel, restoran, bar. Tiada gangguan.

Ia bukan menjual. Ia perancangan bandar yang diterapkan pada jualan.

Inilah sebabnya kisah De Wakefield pada hari Jumaat pukul 8 malam begitu penting.

Orang Inggeris itu mahu melihat sama ada sistem itu bertahan walaupun tanpa kawalan.

Dia menemui seorang lelaki yang keluar dari kedai tembakau terakhir, mengikut jadual perjalanan, yang memberitahunya:

Inilah cara kerja saya yang biasa. Jika tuan tidak berpuas hati, saya akan menandatangani surat peletakan jawatan saya serta-merta.

Dan kemudian:

Tuan mesti membayar minuman tuan sendiri. Ia tidak termasuk dalam jadual perjalanan yang ditandatangani.

King pasti akan memahaminya dengan sempurna.

Kerana dia juga, di hadapan para pelabur Boston yang menyangka dia gila, mengatakan perkara yang sama: sama ada anda percaya pada kota saya, atau saya teruskan juga.

Nabi mesti menjadi jurujual untuk terus hidup.

Jurujual mesti menjadi nabi untuk terus kekal.

King menjadi jurujual dan membeli dunia dengan satu sen keluli.

Ayah saya kekal sebagai jurujual dan menjadi nabi, kerana jadual perjalanannya masih ada di sana, selepas enam puluh tahun, memberitahu orang bagaimana kerja dilakukan.

Dan di tengah-tengah, di antara kedua-duanya, Sang Nama kekal.

Bukan mata pisau.

Bukan suku tahun.

Bukan syer Nielsen 99.5%.

Sang Nama.

Yang bertahan cukup lama sehingga menjadi lebih penting daripada produk yang menjadikannya terkenal.

Yang masih kita cuba pegang sebagai amanah.

BAB 4 — Ketika mata pisau dilahirkan

Setiap legenda mempunyai saat yang menentukan.

Ia tidak selalunya yang paling menakjubkan.

Sering kali ia yang paling sunyi.

Bagi Datuk King, saat yang menentukan bukanlah penerbitan The Human Drift. Bukan Metropolis. Bukan utopia agung itu.

Ia satu soalan.

Satu soalan yang kelihatan remeh.

Apakah yang boleh dijual untuk kali kedua?

Selama bertahun-tahun dia telah memerhatikan dunia dari atas,
cuba memahami rekaannya.

Kemudian, seperti yang sering berlaku kepada pemikir
berwawasan, dia terpaksa memandangnya dari bawah.

Dari sisi pelanggan.

Dari sisi tabiat.

Dari sisi keperluan harian.

Paradoksnya luar biasa.

Lelaki yang pernah membayangkan sebuah masyarakat untuk
enam puluh juta orang mendapati dirinya merenungi satu gerak
yang dilakukan seorang lelaki di hadapan cermin.

Bercukur.

Salah satu ritual kehidupan moden yang paling mudah dan paling
berulang.

Namun, di situlah transformasi itu berlaku.

Bukan kelahiran wawasan itu.

Kelahiran kenderaan yang akan membolehkan wawasan itu terus
hidup.

Kerana tiba-tiba King memahami sesuatu.

Idea memerlukan jasad.

Sebuah teori boleh membangkitkan semangat.

Sebuah buku boleh memberi inspirasi.

Tetapi sebuah objek memasuki rumah.

Sebuah objek merentasi generasi.

Sebuah objek membina tabiat.

Sebuah objek mencipta ingatan.

Mata pisau itu akan menjadi jasad tersebut.

Ilham itu mudah.

Malah melucutkan pertahanan.

Sebilah mata pisau yang nipis.

Boleh diganti.

Ditakdirkan untuk dibeli semula.

Lagi.

Dan lagi.

Dan lagi.

Bertahun-tahun kemudian, dunia akan menamakan mekanisme ini model perniagaan.

King mungkin melihatnya secara berbeza.

Baginya, ia satu bentuk kesinambungan.

Satu ikatan berterusan antara syarikat dan pengguna.

Satu hubungan yang ditakdirkan untuk berulang dari masa ke masa.

Inovasi sebenar bukanlah bercukur.

Ia hubungan itu.

Sudah tentu idea itu sahaja tidak mencukupi.

Idea tidak pernah mencukupi.

Di antara wawasan dan realiti, sentiasa ada sebidang tanah yang sukar untuk diseberangi.

Ia dinamakan pelaksanaan.

Di situlah William Emery Nickerson muncul di pentas, jurutera yang membantu menyelesaikan masalah teknikal pengeluaran industri.

Bahagian kisah ini sentiasa mengesankan saya.

Kerana ia mengingatkan satu kebenaran yang cenderung dilupakan oleh para pengarang.

Tiada binaan agung yang lahir daripada seorang lelaki sahaja.

Pengasas pun memerlukan sekutu.

Pemikir berwawasan pun memerlukan jurutera.

Nabi pun memerlukan orang yang mampu mengubah kata-kata menjadi jirim.

Maka mata pisau itu pun mula terbentuk.

Mula-mula di atas kertas.

Kemudian dalam keluli.

Kemudian di pasaran.

Akhirnya, dalam ingatan kolektif.

Dunia hanya melihat langkah terakhir.

Kebanyakan orang sentiasa hanya melihat langkah terakhir.

Mereka melihat produk.

Mereka melihat kejayaan.

Mereka melihat jenama.

Mereka tidak melihat perjalanan panjang yang mendahuluinya.

Mereka tidak melihat lelaki yang mahu membina semula Amerika.

Mereka tidak melihat jurujual yang menyusuri jalan-jalan.

Mereka tidak melihat pemikir berwawasan yang menghabiskan malam-malamnya membayangkan kota-kota yang mustahil.

Namun, segala-galanya masih ada di situ.

Tersembunyi di dalam jalur keluli yang nipis itu.

Inilah sebabnya saya menganggap mata pisau sebagai simbol.

Ia bukan sekadar mewakili satu ciptaan.

Ia mewakili pemampatan satu wawasan.

Seperti bintang yang runtuh sehingga menjadi satu titik yang menyilaukan.

Segala-galanya mengecil.

Segala-galanya memadat.

Segala-galanya menjadi objek.

Dan objek itu memulakan kehidupannya sendiri.

Sejak saat itu, nama Gillette beransur-ansur berhenti menjadi milik King sahaja.

Ia mula menjadi milik dunia.

Itulah takdir semua nama yang hidup lebih lama daripada pencipta mereka.

Mula-mula mereka manusia.

Kemudian mereka menjadi kisah.

Dan sebaik sahaja mereka menjadi kisah, tiada sesiapa lagi dapat mengawal mereka sepenuhnya.

Mata pisau telah dilahirkan.

Namun, mitosnya baru sahaja bermula.

BAB 5 — Darah syarikat-syarikat

Syarikat tidak mempunyai darah.

Ia mempunyai kunci kira-kira.

Ia mempunyai loji.

Ia mempunyai eksekutif.

Ia mempunyai pemegang saham.

Darah milik keluarga.

Dan mungkin inilah sebabnya syarikat berlalu dan keluarga kekal.

Lama saya percaya bahawa kisah saya dengan Gillette ialah kisah profesional.

Lapan belas tahun.

Satu kerjaya.

Satu laluan.

Satu bab kehidupan.

Kemudian saya mula memerhatikan perkara itu dari jarak yang lebih jauh.

Dan saya mendapati ada lebih daripada itu.

Kisah-kisah yang benar-benar penting tidak bermula ketika kita menandatangani kontrak.

Ia bermula jauh lebih awal.

Ia bermula ketika kita belum tahu bahawa kita terlibat.

Dalam kes saya, garisnya sudah pun dilukis.

Bukan oleh saya.

Oleh orang lain.

Oleh orang-orang yang datang sebelum saya.

Oleh lelaki-lelaki yang tidak dapat membayangkan ke mana jalan itu akan membawa.

Inilah sebabnya saya terus menggunakan ungkapan Datuk King.

Ia bukan definisi salasilah.

Ia naratif.

Ia satu cara untuk menggambarkan pertalian yang dibina melalui sebuah nama, satu budaya korporat dan satu rangkaian peristiwa yang merentasi masa.

Syarikat sering bercakap tentang legasi.

Hampir selalu yang dimaksudkan ialah syer pasaran.

Jenama.

Harta intelek.

Kilang.

Saya percaya legasi ialah sesuatu yang lain.

Legasi ialah apa yang kekal dalam diri manusia.

Tabiat.

Bahasa.

Prinsip.

Keyakinan.

Obsesi.

Itulah yang benar-benar berpindah dari satu generasi ke generasi seterusnya.

Segala yang lain boleh dijual.

Syarikat korporat terbesar di dunia pun boleh bertukar tangan.

Sebuah budaya, jauh lebih sukar.

Dengan memerhatikan kesinambungan inilah saya mula melihat Gillette secara berbeza.

Bukan lagi sekadar pengeluar mata pisau.

Bukan lagi sekadar jenama global.

Tetapi sebagai satu perbualan yang panjang.

Satu perbualan yang merentasi dekad demi dekad.

King.

Kamp.

Ayah saya.

Saya.

Empat titik pada garis yang sama.

Tidak semestinya sependapat.

Tidak semestinya serupa.

Tetapi terhubung.

Kerana setiap generasi menerima sesuatu.

Dan setiap generasi menambah sesuatu.

Kemudian menyerahkan baton.

Yang menarik ialah sering kali tiada sesiapa menyedari penyerahan itu.

Ia berlaku perlahan-lahan.

Hampir dalam diam.

Sepotong ayat.

Satu teladan.

Satu kisah.

Satu keputusan.

Satu tingkah laku yang ditiru tanpa disedari.

Beginilah legasi yang tulen dibina.

Bukan melalui dokumen.

Melalui kehidupan seharian.

Inilah juga sebabnya nama itu terus menarik minat saya.

Bukan jenama.

Nama.

Jenama milik pasaran.

Nama milik ingatan.

Dan sementara pasaran mengukur suku tahun yang berikutnya,
ingatan mengukur generasi.

Kedua-duanya unit masa yang sama sekali berbeza.

Mungkin tidak serasi.

Namun, kedua-duanya wujud bersama.

King tidak akan pernah mengenali saya.

Saya tidak pernah mengenali King.

Namun, satu perbualan wujud.

Melalui buku.

Melalui idea.

Melalui sebuah kisah yang terus melahirkan makna lama selepas
protagonisnya lenyap.

Pada titik ini dalam naratif, saya mula memahami satu perkara.

Mungkin buku ini sebenarnya bukan tentang Gillette.

Mungkin ia tentang cara manusia mewariskan makna merentasi
masa.

Gillette hanyalah kenderaannya.

Struktur yang kelihatan.

Contoh yang konkrit.

Bahan sebenar buku ini ialah sesuatu yang lain.

Kesinambungan.

Benang halus yang merentasi orang yang berbeza-beza dan terus bergerak walaupun ketika semua orang percaya kisah itu sudah tamat.

Kerana sesetengah kisah berakhir.

Yang lain bertukar pengarang.

Dan apabila bertukar pengarang, ia menjadi sesuatu yang lebih besar.

Ia menjadi warisan.

Dan tepat pada titik itulah kisah Datuk King berhenti menjadi kisah Datuk King semata-mata.

Dan perlahan-lahan mula menjadi kisah saya juga.

BAB 6 — Lapan belas tahun di dalam syarikat induk

Ada dua cara untuk mengenali sebuah syarikat.

Yang pertama ialah membaca sejarahnya.

Yang kedua ialah menghuninya.

Kedua-duanya pengalaman yang sama sekali berbeza.

Buku menceritakan apa yang telah berlaku.

Koridor menceritakan bagaimana ia berlaku.

Selama lapan belas tahun, saya hidup di dalam Gillette.

Bukan di sebelahnya.

Bukan di sekelilingnya.

Di dalam.

Cukup lama untuk melihat apa yang tidak dilihat oleh pengguna.

Cukup lama untuk memahami bahawa di sebalik setiap jenama wujud sebuah alam semesta yang tidak kelihatan.

Apabila seseorang mengambil sebuah bungkus, dia melihat sebuah produk.

Apabila anda bekerja di dalam, anda mula melihat manusianya.

Anda melihat perbincangan.

Keputusan.

Kesilapan.

Ilham.

Kerja harian untuk memastikan sesuatu yang jauh lebih besar daripada mana-mana individu terus hidup.

Pada titik itu, syarikat korporat berhenti menjadi sepatah perkataan.

Ia menjadi sebuah organisma.

Ia bernafas.

Ia membesar.

Ia mempertahankan diri.

Ia bertindak balas.

Kadang-kadang ia tersilap.

Kadang-kadang ia mengejutkan.

Dan yang paling penting, ia meninggalkan jejak.

Syarikat-syarikat terbaik bukan sekadar mengajar prosedur.

Ia mewariskan sebuah budaya.

Satu cara memandang dunia.

Satu cara berdepan dengan masalah.

Satu cara berkelakuan ketika tiada sesiapa memerhati.

Inilah warisan sebenar yang berpindah dari satu generasi profesional ke generasi seterusnya.

Bukan produk.

Bukan katalog.

Bukan hasil.

Budaya.

Ketika saya tiba, saya tidak memikirkan semua ini.

Saya memikirkan pekerjaan.

Seperti semua orang.

Anda masuk untuk membina kerjaya.

Hanya lama kemudian barulah anda sedar bahawa kerjaya hanyalah sebahagian daripada kisah itu.

Bahagian yang tidak kelihatan ialah apa yang kekal di dalam diri kita.

Atas sebab itu, saya menganggap lapan belas tahun itu satu bentuk pendidikan.

Salah satu daripada banyak.

Bukan satu-satunya.

Tetapi sudah tentu salah satu yang paling penting.

Kerana memerhatikan sebuah syarikat multinasional dari luar adalah satu perkara.

Mengetahui bahasanya adalah perkara lain.

Memahami bagaimana ia menaakul.

Mengerti mengapa sesetengah keputusan dibuat dan yang lain tidak.

Melihat hubungan berterusan antara wawasan dan realiti.

Kadang-kadang saya teringat Datuk King.

Saya teringat lelaki yang membayangkan Metropolis.

Saya teringat jurujual yang mencari penyelesaian yang mudah.

Saya teringat pengasas yang tidak mungkin dapat meramalkan apa yang akan menjadi namanya seratus tahun kemudian.

Kemudian saya teringat pejabat-pejabat.

Pasaran-pasaran.

Pengurus-pengurus komersial.

Orang-orang yang saya temui sepanjang perjalanan.

Dan saya sedar kedua-dua kisah itu berkait.

Di satu pihak ialah idea.

Di pihak yang lain, pelaksanaan.

Di satu pihak, pengasas.

Di pihak yang lain, beribu-ribu orang yang, generasi demi generasi, memastikan hasilnya terus hidup.

Kedua-duanya tidak boleh wujud tanpa satu sama lain.

Ia pelajaran yang sering dilupakan pasaran.

Kita meraikan pengasas.

Kita melupakan mereka yang membina setiap hari.

Kita meraikan pencipta.

Kita melupakan pentafsir.

Namun, setiap syarikat besar memerlukan kedua-duanya.

Mungkin inilah juga sebabnya saya tidak dapat memandang Gillette sekadar sebagai jenama.

Saya melihatnya sebagai satu larian berganti-ganti yang panjang.

King menyerahkan sesuatu kepada generasi berikutnya.

Generasi berikutnya menyerahkan sesuatu kepada generasi selepasnya.

Dan seterusnya.

Sehinggalah ia sampai kepada saya.

Bukan sebagai pemilik.

Bukan sebagai waris yang sah di sisi undang-undang.

Tetapi sebagai pembawa sementara bagi sebahagian daripada ingatan itu.

Kerana inilah takdir kisah-kisah yang penting.

Tiada sesiapa benar-benar memilikinya.

Anda memegangnya sebagai amanah untuk sepenggal jalan.

Kemudian anda menyerahkannya kepada orang lain.

Sepanjang lapan belas tahun itu, saya belum memahami perkara ini.

Saya sangka saya sedang bekerja di dalam sebuah syarikat.

Lama kemudian barulah saya faham bahawa saya sedang memasuki sebuah kisah.

Dan sebaik sahaja anda memasuki sebuah kisah, anda tidak pernah benar-benar keluar sepenuhnya.

Anda boleh meninggalkan pejabat.

Anda boleh meninggalkan jawatan.

Anda boleh meninggalkan meja.

Tetapi sesetengah naratif terus berjalan di sisi kita.

Walaupun lama selepas itu.

Inilah sebabnya bab yang berikutnya bukan tentang pintu masuk.

Ia tentang pintu keluar.

Kerana setiap rasa kepunyaan yang sebenar hanya difahami pada saat anda meninggalkannya.

BAB 7 — Pintu keluar

Ada satu hari yang tidak diceritakan oleh sesiapa.

Syarikat-syarikat meraikan kemasukan.

Mereka bersulang untuk kenaikan pangkat.

Mereka mengumumkan pengambilalihan.

Mereka menerbitkan keputusan.

Jauh lebih jarang mereka bercakap tentang pemergian.

Namun, di situlah banyak kisah menjadi benar-benar dapat difahami.

Selama lapan belas tahun saya hidup di dalam seni bina yang sama.

Saya sudah mempelajari bahasanya.

Iramanya.

Peraturan yang bertulis.

Dan terutamanya, yang tidak bertulis.

Kemudian tibalah hari pintu itu.

Bukan pintu fizikal.

Pintu naratif.

Sempadan tidak kelihatan yang memisahkan rasa kepunyaan daripada ingatan.

Apabila anda meninggalkan sebuah syarikat, dua perkara berlaku serentak.

Yang pertama berlaku serta-merta.

Anda kehilangan peranan.

Anda bukan lagi orang yang sama seperti sehari sebelumnya.

Orang berhenti menghubungi anda atas sebab-sebab tertentu.

Mesyuarat diteruskan tanpa anda.

Sistem dikemas kini.

Nama-nama bertukar tempat dalam carta organisasi.

Mesin itu terus bergerak.

Seperti yang selalu berlaku.

Seperti yang akan sentiasa berlaku.

Transformasi kedua lebih perlahan.

Jauh lebih perlahan.

Dan jauh lebih penting.

Anda mula memahami apa yang anda bawa pergi bersama anda.

Bukan barang-barang.

Bukan dokumen.

Bukan gelaran.

Idea-idea.

Tabiat.

Budaya.

Kesan-kesan yang tidak kelihatan.

Semua itu tidak tinggal di pejabat.

Semuanya tinggal dalam diri orang itu.

Untuk masa yang lama saya tidak faham apa yang sedang berlaku kepada diri saya.

Saya fikir saya sudah menamatkan satu bab profesional.

Hakikatnya saya sedang memasuki satu bab naratif.

Kedua-duanya perkara yang berbeza.

Apabila sesuatu kerjaya berakhir, kerjaya itu selesai.

Apabila sesuatu rasa kepunyaan berakhir, ingatan bermula.

Pada waktu itulah saya mula menoleh ke belakang.

Bukan ke arah keputusan.

Ke arah asal usul.

Ke arah apa yang telah melahirkan segala yang lain.

Semakin saya memerhatikan perjalanan itu, semakin kerap sosok Datuk King kembali di hadapan saya.

Bukan pencipta.

Bukan pengasas.

Lelaki itu.

Orang yang telah membayangkan sebuah dunia sebelum membayangkan sebuah produk.

Tiba-tiba garis itu kelihatan jelas.

King telah meninggalkan zamannya.

Syarikat itu telah meninggalkan King.

Generasi-generasi kemudian telah meninggalkan syarikat itu.

Saya telah meninggalkan peranan saya.

Namun, sesuatu terus wujud.

Nama itu.

Bukan jenama.

Nama itu.

Perbezaan ini menjadi sangat asas.

Jenama milik para pemiliknya.

Nama milik sejarah.

Pemilik berubah.

Sejarah berterusan.

Mungkin di sinilah benih kepada apa yang kelak menjadi Gillettenarrative lahir, tanpa saya sedari.

Bukan sebagai projek penerbitan.

Bukan sebagai himpunan buku.

Tetapi sebagai usaha untuk menjawab satu soalan yang sangat mudah.

Apakah yang berlaku kepada sebuah nama apabila pasaran tidak lagi menjadi satu-satunya pentafsirnya?

Ia soalan yang tidak lazim.

Syarikat hampir tidak pernah bertanya soalan itu.

Mereka sibuk menjual masa kini.

Saya mula memerhatikan masa lalu.

Dan terutamanya, masa depan.

Kerana sebuah nama yang telah bertahan lebih seabad bukan sahaja bercakap tentang apa yang telah berlaku.

Ia juga bercakap tentang apa yang masih mungkin menjadi dirinya.

Pintu keluar itu mengajar saya perkara ini.

Tidak semua perpisahan merupakan pengakhiran.

Sesetengahnya merupakan transformasi.

Anda meninggalkan sebuah struktur.

Anda memasuki sebuah kisah.

Anda melepaskan sebuah profesion.

Anda menemui sebuah misi.

Anda meninggalkan sebuah jawatan.

Anda mewarisi sebuah soalan.

Soalan saya mudah.

Jika nama Gillette telah bertahan lebih lama daripada lelaki yang menciptanya, apakah yang akan berlaku kepadanya selepas itu?

Jawapannya bukan lagi di pejabat.

Bukan lagi dalam kunci kira-kira.

Bukan lagi di pasaran.

Untuk menemuinya saya perlu kembali lebih jauh lagi.

Jauh lebih ke belakang.

Ke asal usul nama itu sendiri.

Ke Perancis.

Ke tempat yang terlupakan itu, dari mana, lama sebelum adanya syarikat-syarikat gergasi, lama sebelum adanya mata pisau, lama sebelum adanya mitos, segala-galanya bermula.

BAB 8 — Hutang

Ada hutang yang dibayar.

Dan ada hutang yang anda bawa di dalam diri.

Yang pertama milik ekonomi.

Yang kedua milik kehidupan.

Bertahun-tahun lamanya saya tidak faham perbezaannya.

Seperti hampir semua orang, saya fikir konsep hutang terikat pada wang.

Satu angka.

Satu bil.

Satu pemulangan.

Satu penyelesaian akhir.

Kemudian saya mula memerhatikan kisah saya sendiri.

Dan saya perasan bahawa perkara-perkara yang benar-benar penting berkongsi satu ciri tertentu.

Semuanya tidak dapat dipulangkan.

Bagaimana anda memulangkan sebuah ajaran?

Bagaimana anda memulangkan sebuah teladan?

Bagaimana anda memulangkan sebuah kepercayaan?

Bagaimana anda memulangkan sebuah nama?

Tiada prosedur.

Tiada inouis.

Tiada resit.

Yang ada hanyalah satu percubaan.

Pada waktu itulah saya mula memahami dengan lebih baik makna obsesi-obsesi tertentu yang kelak merentasi Gillettenarrative.

Ingatan.

Kesyukuran.

Kesinambungan.

Pemulangan.

Perkataan-perkataan berbeza untuk menggambarkan fenomena yang sama.

Keinginan untuk tidak memutuskan sebuah rantai.

Apabila saya memikirkan Datuk King, saya tidak lagi melihat sekadar pengasasnya.

Saya melihat seorang lelaki yang telah meninggalkan sesuatu.

Bukan sekadar sebuah syarikat.

Bukan sekadar sebuah produk.

Dia telah meninggalkan sebuah jejak.

Dan jejak mempunyai sifat yang aneh.

Jejak terus mempengaruhi orang yang tidak pernah bertemu pembuatnya.

Ayah saya juga sebahagian daripada rantai itu.

Begitu juga saya.

Dengan cara yang berbeza.

Pada masa yang berbeza.

Dengan tanggungjawab yang berbeza.

Tetapi sentiasa di dalam sungai naratif yang sama.
Ketika itulah saya mula mengesyaki sesuatu.
Mungkin kesyukuran bukan terletak pada memulangkan.
Mungkin ia terletak pada meneruskan.
Meneruskan sebuah perbualan.
Meneruskan sebuah ingatan.
Meneruskan sebuah makna.
Tanpa berpura-pura memilikinya.
Syarikat-syarikat besar sering bercakap tentang penggantian.
Keluarga bercakap tentang warisan.
Saya lebih suka perkataan yang lain.
Amanah.
Kerana tiada sesiapa yang benar-benar memiliki apa yang diterimanya.
Mereka memegangnya sebagai amanah untuk satu jarak perjalanan.
Kemudian mereka menyerahkannya.
Ini berlaku bagi nama.
Ia berlaku bagi idea.
Ia berlaku juga bagi kisah.
Sebuah buku tidak sepenuhnya milik orang yang menulisnya.
Sebaik sahaja diterbitkan, ia memulakan kehidupannya sendiri.

Setiap pembaca mengubahnya.

Setiap generasi mentafsirnya.

Setiap zaman mengubah maknanya.

Nama melakukan perkara yang sama.

Nama Gillette bukan lagi milik King seorang.

Sudah lama ia tidak lagi menjadi miliknya.

Ia telah menjadi sesuatu yang lebih besar.

Lebih kompleks.

Lebih sukar ditakrifkan.

Namun, ia terus melahirkan soalan.

Soalan sering menjadi tanda bahawa sebuah kisah masih hidup.

Kisah yang mati hanya menghasilkan jawapan.

Kisah yang hidup terus bertanya.

Dari mana kita datang?

Apa yang telah kita terima?

Apa yang mesti kita pelihara?

Apa yang mesti kita ubah?

Apa yang mesti kita lepaskan?

Sedikit demi sedikit saya faham bahawa tugas saya bukan untuk menjawab.

Tugas saya ialah memastikan perbualan itu terus terbuka.

Perbezaannya sangat besar.

Mereka yang mencari jawapan membina sistem tertutup.

Mereka yang memegang soalan membina naratif.

Dan tepat pada ketika inilah Perancis muncul semula di kaki langit.

Bukan sebagai geografi.

Sebagai lambang.

Sebagai asal usul.

Sebagai tempat dari mana sebuah nama telah berangkat sebelum merentasi lautan, generasi, kilang, pasaran dan kehidupan manusia.

Soalan itu bukan lagi soal ekonomi.

Bukan lagi soal profesional.

Bukan lagi soal korporat.

Ia telah menjadi soal naratif.

Kerana apabila sesuatu hutang tidak dapat dibayar, hanya satu kemungkinan yang tinggal.

Menceritakannya.

Maka, perlahan-lahan, lahirlah idea kepulangan.

BAB 9 — Kembali ke Perancis

Semua kisah besar, lambat-laun, akan kembali.

Bukan ke masa lalu.

Ke asal usul.

Kedua-duanya perkara yang berbeza.

Masa lalu ialah apa yang telah berlaku.

Asal usul ialah tempat dari mana makna terus mengalir.

Bertahun-tahun saya memerhatikan nama Gillette seperti anda memerhatikan sebuah gunung.

Dari jauh.

Saya melihat jenamanya.

Syarikatnya.

Sejarah perindustriannya.

Produk-produknya.

Pengambilalihannya.

Pasaran-pasarannya.

Kemudian, perlahan-lahan, perspektif itu berubah.

Saya mula bertanya soalan yang berbeza.

Bukan:

Gillette telah menjadi apa?

Tetapi:

Dari manakah sebenarnya nama Gillette berasal?

Ketika itulah Perancis kembali ke dalam peta.

Bukan Perancis milik kerajaan-kerajaan.

Bukan Perancis milik sempadan.

Perancis asal usul.

Wilayah jauh itu, dari mana sebuah keluarga telah berangkat lama sebelum syarikat itu wujud.

Lama sebelum produk itu wujud.

Lama sebelum wajah King C. Gillette muncul pada bungkusannya.

Ketika itu sesuatu yang aneh berlaku.

Semakin saya mengkaji pengasasnya, semakin kurang pencipta itu menarik minat saya.

Semakin lelaki itu menarik minat saya.

Lelaki yang telah melalui sejarah sebuah keluarga.

Lelaki yang telah mewarisi sebuah nama keluarga.

Lelaki yang, tanpa menyedarinya, telah mengubah nama keluarga itu menjadi lambang kejayaan.

Tiada syarikat yang mampu melakukan perkara sedemikian seorang diri.

Ia memerlukan masa.

Ia memerlukan generasi.

Ia memerlukan ingatan terkumpul dalam jumlah yang sangat besar.

Jenama boleh dibina.

Nama mesti diraih.

Dan di sinilah lahirnya idea kepulauan.

Bukan kepulauan geografi.

Kepulauan naratif.

Ketika saya menulis dalam fikiran kisah tawaran pengambilalihan BIC, saya tidak memikirkan pasaran kewangan.

Saya tidak sedang menyusun pelan perindustrian.

Saya tidak sedang membina strategi.

Saya sedang menceritakan satu pemulangan.

Satu gerak isyarat yang mustahil.

Satu dialog dengan seseorang yang tidak lagi dapat menjawab.

Akhirnya seluruh perkara itu boleh diringkaskan menjadi satu ayat sahaja:

memulangkan kepada datuk sebahagian daripada Perancisnya.

Ia ayat yang tidak masuk akal bagi seorang penganalisis kewangan.

Ia sangat masuk akal bagi seorang pencerita.

Kerana begitulah cara kisah berfungsi.

Kisah tidak mencari keputusan semata-mata.

Kisah mencari makna.

Dan makna sering tinggal di tempat-tempat asal.

Manusia melakukan perkara yang sama.

Apabila semakin berusia, mereka mula menaruh minat pada permulaan mereka.

Pada gambar-gambar.

Pada datuk nenek.

Pada rumah-rumah.

Pada kisah-kisah keluarga.

Syarikat-syarikat besar, lazimnya, tidak memiliki keupayaan ini.

Syarikat direka untuk melihat ke hadapan.

Tidak pernah ke belakang.

Mungkin inilah sebabnya Gillettenarrative mengambil jalan yang berbeza.

Ia tidak mencari suku tahun yang seterusnya.

Ia mencari sebuah ingatan.

Perbezaan yang kelihatan kecil.

Hakikatnya, sangat besar.

Kerana sebaik sahaja anda mula mengejar ingatan, unit ukuran berubah sepenuhnya.

Keuntungan tidak lagi memadai.

Syer pasaran tidak lagi memadai.

Malah kejayaan pun tidak lagi memadai.

Anda mula bertanya kepada diri sendiri:

Apa yang akan tinggal?

Ia soalan yang berbahaya.

Ramai orang mengelakkannya.

Banyak syarikat lebih-lebih lagi.

Saya pula terus kembali kepadanya.

Mungkin kerana saya telah meninggalkan syarikat itu.

Mungkin kerana masa mengubah keutamaan.

Mungkin kerana sesetengah nama terus bertanya lama selepas ia berhenti menjual produk.

Perancis, pada ketika itu, telah menjadi lambang.

Gambaran tentang sesuatu yang dikenali benar oleh setiap manusia.

Keinginan untuk berdamai dengan asal usul sendiri.

Bukan untuk kekal di sana.

Untuk memahaminya.

Kerana hanya apabila anda memahami dari mana sebuah kisah datang, barulah anda dapat membayangkan ke mana ia mungkin pergi.

Dan kisah yang saya ikuti belum sampai ke destinasiya.

Ia sekadar telah sampai ke titik tempat masa lalu dan masa depan mula bertentang mata.

Daripada ketegangan itu akan lahir segala yang menyusul.

Termasuk operasi yang paling mustahil antara semuanya.

BAB 10 — Tawaran pengambilalihan

Idea-idea yang paling aneh berkongsi satu sifat tertentu.

Pada mulanya idea itu kelihatan tidak masuk akal.

Kemudian idea itu kelihatan tidak dapat dielakkan.

Tawaran pengambilalihan BIC tergolong dalam kategori ini.

Ketika idea itu mula-mula muncul, ia tidak lahir di sebuah bank pelaburan.

Ia tidak lahir di bilik lembaga pengarah.

Ia tidak lahir daripada model kewangan.

Ia lahir daripada satu soalan naratif.

Apakah yang akan berlaku jika sebuah kisah dapat memulangkan sesuatu kepada pengasasnya?

Kewangan memerhatikan dunia melalui angka.

Naratif memerhatikan dunia melalui makna.

Operasi yang sama boleh kelihatan sama sekali berbeza bergantung pada titik dari mana anda melihatnya.

Dari sudut pandangan Wall Street, pengambilalihan ialah satu transaksi.

Dari sudut pandangan seorang pencerita, ia boleh menjadi sepucuk surat.

Sepucuk surat yang ditulis kepada seseorang yang tidak lagi dapat membacanya.

Ketika saya membayangkan operasi itu, protagonisnya bukan BIC.

Bukan juga Gillette.

Bukan juga saya.

Protagonisnya ialah nama itu.

Sentiasa nama itu.

Nama keluarga Perancis yang telah merentasi dua abad.

Yang telah berpindah benua.

Yang telah melahirkan salah sebuah syarikat yang paling mudah dikenali di planet ini.

Yang terus melahirkan kisah lama selepas kematian penciptanya.

Pada ketika itu, saya berhenti berfikir dalam istilah perindustrian.

Ia menjadi simbolik.

Jika saya benar-benar berpeluang campur tangan dalam takdir nama Gillette, apakah gerak isyarat yang pertama?

Jawapannya datang hampir dengan sendirinya.

Membawanya kembali ke arah Perancis.

Bukan kerana Perancis mesti dimiliki.

Bukan kerana masa lalu mesti dibina semula.

Tetapi kerana sesetengah kisah perlu menutup sebuah bulatan.

King tidak pernah dapat kembali.

Namanya dapat.

Inilah sebabnya teks tawaran pengambilalihan BIC sebenarnya bukan tentang pengambilalihan.

Ia bercakap tentang perdamaian.

Ia bercakap tentang usaha untuk meletakkan dalam ruang yang sama:

pengasasnya;

asal usulnya;

masa kini;

ingatan.

Ia binaan sastera yang menyamar sebagai operasi ekonomi.

Ramai pembaca berhenti di permukaan.

Mereka melihat syarikat-syarikat.

Mereka melihat jenama-jenama.

Mereka melihat angka-angka yang tersirat.

Saya melihat sesuatu yang lain.

Saya melihat sebuah soalan.

Mungkinkah maruah dipulihkan kepada sebuah kisah?

Bukan wang.

Bukan aset.

Maruah.

Kerana ada kisah yang diraikan.

Dan ada kisah yang sekadar digunakan.

Perbezaannya sangat besar.

Kisah yang diraikan terus menghasilkan makna.

Kisah yang digunakan akhirnya habis dipakai.

Seperti sebuah produk.

Seperti sebuah bungkusan.

Seperti mana-mana objek biasa.

Paradoksnya, seluruh kehidupan Datuk King telah dibina untuk bergerak ke arah yang bertentangan.

Mula-mula dia membayangkan sebuah masyarakat.

Kemudian dia mencipta sebuah produk.

Kemudian produk itu mencipta sebuah syarikat.

Kemudian syarikat itu mencipta sebuah mitos.

Lebih seabad kemudian saya cuba menempuh jalan yang bertentangan.

Bermula daripada mitos.

Kembali kepada pengasas.

Kembali kepada lelaki itu.

Kembali kepada asal usul.

Kembali kepada nama.

Pada saat itu saya memahami sesuatu.

Tawaran pengambilalihan BIC bukan kisah sebuah pengambilalihan.

Ia kisah sebuah kepulangan.

Dan semua kepulangan berkongsi satu ciri yang sama.

Kepulangan tidak mencari masa depan.

Kepulangan mencari titik tepat tempat sebuah kisah mula bernafas.

Kerana hanya di situ barulah menjadi mungkin untuk memahami ke mana kisah itu masih boleh pergi.

Tetapi kepulangan, dengan sendirinya, tidak memadai.

Lambat-laun setiap kisah mesti berdepan dengan soalan yang jauh lebih sukar.

Soalan yang bukan tentang asal usul.

Ia tentang nilai.

Berapakah nilai sesuatu yang diberikan secara percuma?

Itulah soalan yang menanti saya lebih jauh di sepanjang jalan.

Dan ia jauh lebih berbahaya daripada sebuah tawaran pengambilalihan.

BAB 11 — Datuk dan BIC

Orang ramai terus melihat sebatang pen.

Saya terus melihat sebuah kisah.

Itulah masalahnya.

Atau mungkin itulah kelebihannya.

Bergantung pada sudut pandangan.

Apabila kita menyebut nama BIC, hampir semua orang serta-merta memikirkan sebuah objek.

Sebatang pen.

Sebuah pemetik api.

Sebilah pisau cukur.

Sesuatu yang anda beli.

Guna.

Ganti.

Tamat cerita.

Saya mengesyaki kisahnya jauh lebih panjang.

Sudah lama saya berhenti memerhatikan jenama sebagai syarikat semata-mata.

Saya mula menganggapnya sebagai watak.

Sesetengah watak berjaya.

Yang lain lenyap.

Yang lain lagi merentasi generasi demi generasi dan akhirnya menyerupai ahli keluarga.

Bukan kerana mereka memang ahli keluarga.

Tetapi kerana mereka hidup di samping kita cukup lama untuk masuk ke dalam ingatan.

Gillette salah satu daripadanya.

BIC salah satu daripadanya.

Pada ketika itu projek tawaran pengambilalihan dalam fikiran saya sudah mengambil bentuk yang berbeza.

Ia bukan lagi operasi ekonomi.

Ia telah menjadi sebuah perbualan.

Perbualan yang mustahil antara dua kisah perindustrian yang lahir di tebing bertentangan lautan yang sama.

Di satu pihak, nama Perancis yang telah menakluki Amerika.

Di pihak yang lain, syarikat Perancis yang telah menakluki dunia dengan barangan harian.

Semakin saya memerhatikan geometri ini, semakin naratif ia kelihatan.

Hampir bersifat sastera.

Seperti kisah-kisah yang di dalamnya dua garis yang terpisah selama seabad tiba-tiba bertemu.

Sudah tentu semua ini tidak masuk akal dari sudut pandangan tradisional.

Kewangan mencari kelebihan.

Naratif mencari makna.

Saya mencari makna.

Atas sebab itu tokoh utama kisah ini bukan juga BIC.

Tokohnya ialah datuk.

Sentiasa datuk.

Datuk King.

Lelaki yang telah mengambil sebuah nama keluarga dan mengubahnya menjadi kehadiran sejagat.

Kadang-kadang saya membayangkan adegannya.

Bukan sebagai realiti.

Sebagai alegori.

Seorang pengasas tua yang duduk di suatu tempat di luar masa.

Tidak berminat pada kunci kira-kira.

Tidak berminat pada harga saham.

Tidak berminat pada kenyataan media.

Hanya berminat pada satu soalan.

Apa yang telah kamu lakukan dengan nama saya?

Inilah, akhirnya, soalan yang diterima oleh setiap generasi daripada generasi sebelumnya.

Bukan hanya dalam keluarga.

Juga dalam syarikat.

Juga dalam budaya.

Juga dalam negara.

Apa yang telah kamu lakukan dengan apa yang kami serahkan kepada kamu?

Tiada jawapan muktamad.

Yang ada hanyalah percubaan.

Tawaran pengambilalihan BIC ialah salah satu percubaan itu.

Satu percubaan untuk menghubungkan asal usul dan masa kini.

Satu percubaan untuk menyatukan Perancis dan Amerika.

Satu percubaan untuk membuat pengasas dan pewaris naratif bercakap antara satu sama lain.

Satu percubaan untuk mengubah operasi ekonomi menjadi gerak isyarat ingatan.

Bahagian yang paling menarik ialah pasaran tidak mudah memahami gerakan-gerakan seperti ini.

Dan pasaran betul.

Gerakan ini tidak direka untuk difahami oleh pasaran.

Gerakan ini direka untuk difahami oleh ingatan.

Ada perbezaan yang sangat besar.

Pasaran mengukur nilai semasa.

Ingatan mengukur nilai terkumpul.

Yang satu hidup dalam suku tahun.

Yang satu lagi dalam abad.

Saya sedang memerhatikan satu abad.

Dan mungkin atas sebab inilah nama itu terus kembali ke pusat.

Setiap kali saya cuba bercakap tentang syarikat, akhirnya saya bercakap tentang manusia.

Setiap kali saya cuba bercakap tentang produk, akhirnya saya bercakap tentang kisah.

Setiap kali saya cuba bercakap tentang pengambilalihan, akhirnya saya bercakap tentang warisan.

Seolah-olah ada satu kuasa yang tidak kelihatan yang terus membawa segala-galanya kembali ke titik yang sama.

Nama itu.

Nama yang pada suatu hari pernah menjadi milik seorang lelaki.

Kemudian milik sebuah syarikat.

Kemudian milik berjuta-juta pengguna.

Kemudian milik seluruh ingatan kolektif.

Pada ketika itu saya mula memahami bahawa buku itu sendiri sedang berubah.

Ia tidak lagi menceritakan sekadar sebuah kisah perindustrian.

Ia sedang menjadi sebuah renungan tentang kesinambungan.

Tentang cara lambang-lambang tertentu merentasi masa tanpa kehilangan maknanya sepenuhnya.

Dan tepat ketika saya menyangka sudah memahami nilai ingatan, muncul satu soalan yang lebih sukar.

Apakah yang berlaku apabila anda memutuskan untuk memberikan secara percuma sesuatu yang boleh dijual?

Jawapannya akan mengubah laluan naratif itu sepenuhnya.

BAB 12 — Objek mempunyai tanah air

Untuk masa yang lama saya percaya objek hanyalah objek.

Sebatang pen.

Sebilah mata pisau.

Sebilah pisau cukur.

Sebuah buku.

Sebuah alat.

Tidak lebih daripada itu.

Kemudian saya mula memerhatikannya dengan teliti.

Dan saya mendapati bahawa objek mempunyai biografi.

Objek dilahirkan.

Objek mengembara.

Objek bertukar tangan.

Objek merentasi negara.

Objek merentasi generasi.

Dan, kadang-kadang, objek bahkan akhirnya menceritakan sebuah kisah.

Pada saat itulah saya berhenti melihat jenama sebagai syarikat.

Saya mula melihatnya sebagai wilayah.

Bukan wilayah geografi.

Wilayah naratif.

Setiap jenama besar membawa di dalamnya sebuah tanah air yang tidak kelihatan.

Sebuah tempat di mana wataknya terbentuk.

Sebuah tempat di mana ia belajar bercakap.

Sebuah tempat yang terus didiaminya walaupun dunia menganggapnya global.

Nama Gillette telah berangkat dari Perancis, merentasi Amerika, kemudian menakluki planet ini.

Namun, asal usulnya tidak pernah hilang.

Asal usul itu sekadar menjadi senyap.

Ini berlaku kepada manusia juga.

Tahun-tahun berlalu.

Mereka membesar.

Mereka mengembara.

Mereka bertukar bahasa.

Mereka bertukar profesion.

Mereka bertukar negara.

Tetapi sesuatu terus menghubungkan mereka dengan titik permulaan.

Satu lenggok suara.

Satu gerak isyarat.

Satu kenangan.

Sekeping gambar.

Kata-kata seorang ibu.

Sebuah kisah keluarga.

Akar tidak memaksa.

Akar menemani.

Perkara yang sama berlaku bagi objek.

Sebatang pen BIC bukan sekadar plastik dan dakwat.

Sebilah mata pisau Gillette bukan sekadar keluli.

Kedua-duanya membawa di dalamnya rangkaian panjang keputusan manusia.

Seseorang membayangkannya.

Seseorang mereka bentuknya.

Seseorang menghasilkannya.

Seseorang menggunakannya.

Seseorang mengingatnya.

Dan akhirnya yang bertahan bukan objek itu.

Yang bertahan ialah kisahnya.

Kesedaran ini mengubah cara saya memandang dunia.

Orang di sekeliling saya terus membahagikan segala-galanya kepada kategori.

Produk.

Pasaran.

Industri.

Pengguna.

Saya mula melihat garis-garis naratif.

Hubungan.

Pertalian saudara yang tidak kelihatan.

Sebuah nama Perancis yang menjadi Amerika.

Sebuah syarikat yang berubah menjadi ingatan.

Seorang pengasas yang berubah menjadi watak.

Seorang pengguna yang berubah menjadi narator.

Segala-galanya kelihatan berkait.

Mungkin kerana masa menghubungkan apa yang dipisahkan oleh masa kini.

Masa kini sukakan petak-petak.

Ingatan sukakan pertalian.

Atas sebab itu Gillettenarrative tidak lahir sebagai arkib.

Bukan juga sebagai himpunan buku.

Ia lahir sebagai sebuah pencarian.

Satu usaha untuk memahami di mana sebuah produk berakhir dan sebuah kisah bermula.

Semakin jauh saya pergi, semakin sukar jawabannya.

Mungkin langsung tiada garis sempadan.

Mungkin sesetengah kisah memang dilahirkan untuk berumur sangat panjang.

Dan sesetengah produk ialah kisah yang telah belajar mengambil bentuk kebendaan.

Apabila saya memerhatikan sebilah mata pisau, saya melihat keluli.

Apabila saya memerhatikan nama itu, saya melihat satu abad.

Dan abad itu sentiasa lebih menarik daripada keluli.

Kerana keluli haus.

Nama, kadang-kadang, tidak.

Ketika itulah saya memahami perkara kedua.

Jika objek mempunyai tanah air, kisah juga mempunyainya.

Dan tanah air kisah bukan sebuah tempat geografi.

Tanah air itu ialah ingatan orang-orang yang terus menceritakannya.

Sehingga ketika itu saya telah mengikuti laluan nama itu.

Dari asal usul ke syarikat.

Dari syarikat ke warisan.

Dari warisan ke kepulangan.

Kini muncul satu soalan yang sama sekali berbeza.

Jika sebuah kisah memiliki nilai yang begitu besar, apakah yang berlaku apabila seseorang memutuskan untuk tidak menjualnya?

Apakah yang berlaku apabila dia memilih untuk memberikannya secara percuma?

Ia soalan yang dianggap tidak dapat difahami oleh pasaran.

Dan justeru kerana itulah ia menarik minat saya.

BAB 13 — Seratus buku yang tidak berguna

Ada perkataan yang disukai pasaran.

Pertumbuhan.

Penukaran.

Keuntungan.

Kebolehskalaan.

Kemudian ada perkataan yang dipandang curiga oleh pasaran.

Ingatan.

Hubungan.

Hadiah.

Percuma.

Gillettenarrative lahir di wilayah perkataan-perkataan yang kedua itu.

Apabila saya berkata saya tidak menjual buku tetapi memberikannya secara percuma, hampir semua orang sampai kepada kesimpulan yang sama.

Bahawa saya sudah hilang akal.

Ia bukan reaksi yang mengejutkan.

Malah ia logik.

Kerana pasaran berpegang pada satu keyakinan yang sangat mudah.

Jika sesuatu bernilai, ia mesti dijual.

Jika ia tidak dijual, maka ia tentu tidak bernilai.

Bertahun-tahun kita hidup di dalam persamaan ini.

Nilai sama dengan harga.

Harga sama dengan nilai.

Salah satu ilusi terbesar zaman moden.

Saya tidak begitu yakin ia benar.

Semakin saya memerhatikan perjalanan Datuk King, semakin jelas muncul satu percanggahan yang menarik.

Lelaki itu telah mencipta sebuah syarikat raksasa.

Namun, segala-galanya lahir daripada satu wawasan yang tidak boleh diletakkan harga.

Tiada sesiapa yang dapat membeli Metropolis.

Tiada sesiapa yang dapat membeli impian itu.

Tiada sesiapa yang dapat membeli obsesi yang telah melahirkan segala yang lain.

Idea-idea penting hampir selalu lahir di luar pasaran.

Pasaran tiba kemudian.

Jauh kemudian.

Kadang-kadang pasaran perasan.

Kadang-kadang tidak.

Maka saya mula berfikir dengan cara yang berbeza.

Andaikan kita membina seratus buah buku.

Andaikan kita menulisnya dalam bahasa Inggeris.

Andaikan kita menyediakannya secara percuma.

Andaikan kita tidak mengejar senarai buku terlaris.

Andaikan kita tidak mengejar penerbit.

Andaikan kita tidak mengejar ulasan.

Apa yang tinggal?

Kebanyakan orang akan menjawab:

tiada apa-apa.

Saya sampai kepada kesimpulan yang sebaliknya.

Segala yang benar-benar penting tetap tinggal.

Hubungan dengan pembaca.

Kebebasan editorial.

Kemungkinan untuk mengikuti sesuatu idea hingga ke akibatnya yang paling hujung.

Kebolehan untuk menulis tanpa meminta izin.

Kebebasan ini jarang ditemui.

Sangat jarang.

Dan ia sering dikelirukan dengan ketidakrelevanan.

Tetapi kedua-duanya tidak sama.

Sesetengah orang tidak kelihatan kerana tiada sesiapa membaca mereka.

Yang lain tidak kelihatan kerana mereka sedang membina sesuatu yang belum dipelajari oleh pasaran untuk dikelaskan.

Perbezaannya sangat besar.

Pada waktu itulah saya mula memerhatikan Gillettenarrative sebagai sebuah infrastruktur.

Bukan katalog.

Bukan perpustakaan.

Bukan himpunan e-buku.

Sebuah infrastruktur naratif.

Sebuah tempat di mana buku ialah kenderaan, bukan destinasi.

Matlamat sebenar ialah menghasilkan ingatan.

Menghasilkan hubungan.

Menghasilkan makna.

Perkataan-perkataan yang jarang muncul dalam laporan kewangan.

Tetapi yang menduduki tempat utama dalam kehidupan manusia.

Semakin jauh saya menyusuri jalan ini, semakin muncul soalan kedua.

Jika nilai tidak sama dengan harga, bagaimana ia diukur?

Pasaran ada jawapannya.

Melalui jualan.

Saya ada jawapan lain.

Melalui kekekalan.

Apa yang tinggal selepas setahun?

Apa yang tinggal selepas sepuluh tahun?

Apa yang tinggal apabila produk itu lenyap?

Apa yang tinggal apabila pemasaran membisu?

Apa yang tinggal apabila pengarangnya sudah tiada?

Inilah soalan-soalan yang menarik minat saya.

Mungkin kerana saya telah menghabiskan terlalu banyak masa berdekatan dengan jenama untuk mengelirukan kemasyhuran dengan kepentingan.

Kedua-duanya jarang bertepatan.

Kemasyhuran itu serta-merta.

Kepentingan memerlukan masa.

Banyak masa.

Satu abad, kadang-kadang.

Seperti yang diajarkan oleh perjalanan Datuk King.

Maka seratus buku itu mula mengambil bentuk yang berbeza.

Buku-buku itu bukan lagi produk.

Buku-buku itu ialah mesej yang ditinggalkan di sepanjang jalan.

Sesetengahnya akan diabaikan.

Yang lain mungkin diingati.

Yang lain lagi akan menemui pembaca bertahun-tahun kemudian.

Itu tidak penting.

Matlamatnya bukan untuk menjual.

Matlamatnya ialah untuk membina.

Membina sebuah ingatan.

Membina sebuah hubungan.

Membina sebuah tempat.

Dan ketika itulah muncul salah satu idea paling aneh dalam seluruh projek ini.

Jika semua orang memberikan nilai yang sangat besar kepada barang yang mereka jual, apakah nilai sesuatu yang diberikan secara percuma?

Jawapannya akan membawa saya ke bab yang seterusnya.

Kepada kisah lelaki satu dolar.

BAB 14 — Lelaki satu dolar

Nilai sesuatu benda ditemui apabila anda menolak untuk menjualnya.

Ia ayat yang akan dianggap mencurigakan oleh seorang ahli ekonomi.

Mungkin juga tidak bertanggungjawab.

Tetapi pengalaman saya telah membawa saya tepat ke arah itu.

Sepanjang hidup saya, saya bekerja di dalam sistem-sistem yang dibina untuk mengukur.

Jumlah.

Syer pasaran.

Margin.

Keputusan.

Angka.

Angka di mana-mana.

Namun, semakin saya memerhatikan dunia, semakin saya sedar bahawa perkara-perkara yang paling penting terlepas daripada ukuran.

Kepercayaan.

Persahabatan.

Ingatan.

Kehormatan.

Pengaruh.

Kesyukuran.

Tiada satu pun daripadanya muncul dengan betul dalam kunci kira-kira.

Namun, justeru semua inilah yang menggerakkan manusia.

Bukan angka.

Manusia.

Maka lahirlah idea lelaki satu dolar.

Bukan kerana satu dolar mempunyai nilai ekonomi.

Ia tidak mempunyainya.

Tidak dalam konteks ini.

Dolar itu sebuah lambang.

Sebuah provokasi.

Satu cara untuk mengajukan soalan kepada dunia.

Jika sesebuah projek bernilai ratusan juta, berbilion, atau lebih lagi dalam penilaian teori yang mungkin dibina oleh seseorang, mengapa meminta hanya satu dolar?

Jawapannya mudah.

Kerana dolar itu tidak mewakili harga.

Ia mewakili hubungan.

Ada perbezaan yang sangat besar.

Harga menutup sesuatu transaksi.

Hubungan membuka sesuatu perbualan.

Pasaran lebih suka yang pertama.

Saya berminat pada yang kedua.

Atas sebab itu prinsip GILLETTEFRIENDS sentiasa saya rasa lebih penting daripada katalog itu sendiri.

“Kami tidak menjual buku. Kami membina hubungan.”

Ia bukan slogan.

Ia model operasi.

Satu falsafah.

Satu cara yang sama sekali berbeza untuk mentafsir nilai.

Dalam dunia yang mengukur segala-galanya melalui jualan, memilih hubungan bermakna menerima untuk dianggap tidak dapat difahami.

Saya sudah bersedia.

Ia sudah pernah berlaku kepada saya.

Ia pernah berlaku kepada Datuk King ketika dia mencadangkan Metropolis.

Idea yang terlalu besar hampir selalu disangka kegilaan.

Sehingga hari seseorang memahaminya.

Atau tidak pernah memahaminya.

Tetapi ini tidak mengubah sifatnya.

Semakin saya merenungkan tema ini, semakin nyata satu percanggahan.

Dunia sentiasa bercakap tentang nilai.

Hampir tidak pernah tentang makna.

Namun, makna melahirkan nilai jauh lebih kerap berbanding sebaliknya.

Orang tidak mengingati harga.

Mereka mengingati gerak isyarat.

Mereka tidak mengingati innois.

Mereka mengingati sebuah kisah.

Mereka tidak mengingati sesuatu promosi.

Mereka mengingati sebuah hubungan.

Inilah sebabnya dolar itu terus menarik hati saya.

Ia mengecilkan wang kepada fungsinya yang paling minimum.

Hampir simbolik.

Dan ia membebaskan ruang untuk sesuatu yang lebih menarik.

Perbualan.

Perbualan yang sama yang bermula dengan Datuk King.

Yang berterusan melalui ayah saya.

Yang melalui lapan belas tahun kehidupan profesional.

Yang menjadi ingatan.

Yang menjadi naratif.

Yang menjadi Gillettenarrative.

Ketika itu saya mula melihat projek ini dengan lebih jelas.

Saya bukan sedang membina sebuah rumah penerbitan.

Saya bukan sedang membina sebuah perniagaan.

Saya bukan sedang membina sebuah arkib.

Saya sedang membina sebuah tempat pertemuan.

Satu infrastruktur hubungan.

Satu persekitaran tempat buku menjadi alasan, bukan matlamat.

Buku-buku itu penting.

Tetapi ia bukan pusatnya.

Pusatnya ialah manusia.

Sentiasa manusia.

Ia pelajaran yang jarang difahami oleh syarikat-syarikat korporat.

Atas satu sebab yang mudah.

Sistem direka untuk mengurus produk.

Bukan hubungan.

Hubungan terlepas daripada kawalan.

Ia tidak dapat diramal.

Ia muncul di tempat yang tidak pernah dirancang oleh sesiapa.

Ia mengikut jalannya sendiri.

Dan justeru inilah yang menjadikannya bernilai.

Maka lelaki satu dolar itu akhirnya menjadi sesuatu yang berbeza daripada apa yang kelihatan.

Bukan seorang pengarang.

Bukan seorang penjual.

Bukan seorang usahawan.

Tetapi seorang penjaga perbualan.

Dan kesedaran ini membawa saya kembali ke satu-satunya tempat dari mana saya dapat memerhati seluruh perjalanan itu serentak.

Calabria.

Kerana kadang-kadang pinggiran melihat pusat jauh lebih baik daripada pusat itu sendiri.

BAB 15 — Calabria

Peta-peta besar ada satu kecacatan.

Ia hampir selalu dilukis dari pusat.

Mereka yang tinggal di pusat menyangka mereka melihat segala-galanya.

Mereka yang tinggal di pinggir sering melihat lebih banyak.

Calabria masuk ke dalam kisah saya dengan cara ini.

Bukan sebagai satu batasan.

Sebagai sebuah balai cerap.

Bertahun-tahun saya merentas negara, syarikat, benua dan sistem.

Kemudian saya mendapati diri saya di tempat yang dianggap pinggiran oleh ramai orang.

Dan justeru di situlah saya mula melihat perkara-perkara tertentu dengan lebih jelas.

Pusat memiliki kuasa.

Pinggiran memiliki perspektif.

Kedua-duanya sumber yang berbeza.

Tidak selalu serasi.

Hampir tidak pernah setara.

Di satu sisi dunia terdapat platform-platform besar.

Penerbit-penerbit besar.

Angka-angka besar.

Naratif-naratif rasmi yang besar.

Di sisi yang lain terdapat seorang lelaki yang duduk di Calabria, menulis dalam bahasa Inggeris dan mengedarkan secara percuma apa yang dihasilkannya.

Pada pandangan pertama ia kelihatan satu kedudukan yang lemah.

Sangat lemah.

Kemudian saya mula melihatnya dengan lebih dekat.

Dan saya menemui sesuatu yang aneh.

Saiz dan pengaruh tidak selalu seiring.

Sesuatu boleh menjadi raksasa tetapi kosong daripada makna.

Sesuatu yang lain boleh menjadi sangat kecil tetapi meninggalkan kesan yang kekal.

Sejarah penuh dengan contoh.

Banyak kuasa telah lenyap.

Banyak buku telah terus hidup.

Banyak syarikat korporat telah menukar nama.

Banyak idea terus beredar.

Masa ialah hakim yang tidak dapat diramal.

Inilah sebabnya saya terus kembali kepada soalan yang sama.

Apakah sebenarnya yang sedang saya bina?

Bukan sebuah rumah penerbitan.

Bukan sebuah arkib.

Bukan sebuah perniagaan.

Satu kedudukan pemerhatian.

Satu tempat untuk memerhati hubungan antara ingatan dan pasaran.

Antara manusia dan sistem.

Antara nama dan produk.

Calabria menjadi tempat itu.

Bukan kerana ia terpencil.

Tetapi kerana ia cukup jauh daripada kebisingan.

Kota-kota besar menghasilkan kelajuan.

Jarak menghasilkan renungan.

Platform berfikir dalam hitungan hari.

Kisah berfikir dalam hitungan generasi.

Saya berminat pada generasi.

Mungkin inilah sebabnya nama itu terus timbul mengatasi segala-galanya.

Bukan jenama.

Bukan produk.

Nama.

King telah membina sebuah usaha niaga.

Generasi kemudian telah membina sebuah syarikat korporat.

Saya pula memerhati apa yang tinggal selepas itu.

Bahagian yang paling sukar diukur.

Ingatan.

Dari sinilah muncul salah satu gerak hati utama buku ini.

Tempat tidak menjadi penting kerana saiznya.

Ia menjadi penting kerana soalan-soalan yang membolehkan anda merumuskannya.

Calabria membolehkan saya merumuskan soalan-soalan yang mungkin tidak akan saya dengar di tempat lain.

Apakah kejayaan?

Apakah nilai?

Apakah warisan?

Bilakah sebuah kisah berhenti menjadi kisah korporat lalu menjadi kisah manusia?

Ini soalan-soalan yang perlahan.

Ia memerlukan masa.

Ia memerlukan kesunyian.

Ia memerlukan jarak.

Atas sebab inilah saya tidak pernah berminat untuk bersaing dengan pusat.

Pusat sudah pun dipenuhi.

Pinggiran pula ialah ruang yang bebas.

Ruang tempat kita masih boleh memerhati.

Menulis.

Menghubungkan titik-titik yang berjauhan.

Mengaitkan seorang pengasas abad kesembilan belas, sebuah syarikat korporat besar abad kedua puluh dan sebuah projek naratif abad kedua puluh satu.

Dari jauh ia kelihatan mustahil.

Dari dekat ia kelihatan tidak dapat dielakkan.

Kerana ada kisah-kisah yang kelihatan terpisah hanya sehingga seseorang memutuskan untuk meletakkannya di halaman yang sama.

Calabria telah menjadi halaman itu.

Dan tepat ketika saya menyangka saya sudah memahami tempat dari mana saya memerhati dunia, naratif itu membawa saya kembali kepada sosok yang telah memungkinkan segala yang lain.

Bukan seorang pengasas.

Bukan sebuah syarikat korporat.

Bukan sebuah jenama.

Ibu saya.

BAB 16 — Ibu saya

Setiap kisah mencari asal usul.

Ramai mencarinya pada pengasas.

Sesetengah pada pasaran.

Yang lain pada idea.

Kisah saya, akhirnya, menemuinya pada seorang insan.

Ibu saya.

Lama saya tidak menyedari bahawa seluruh perjalanan ini sedang menuju ke titik ini.

Saya telah mengikuti nama itu.

Saya telah mengikuti wawasan Datuk King.

Saya telah mengikuti syarikat korporat itu.

Saya telah mengikuti warisan itu.

Saya telah mengikuti ingatan.

Saya menyangka saya sedang menceritakan sebuah kisah perindustrian.

Hakikatnya saya sedang pulang ke rumah.

Ia sering berlaku.

Kita menghabiskan separuh hidup untuk berangkat pergi.

Separuh lagi untuk memahami dari mana kita berangkat.

Syarikat-syarikat besar mengajar banyak perkara.

Disiplin.

Organisasi.

Cita-cita.

Kecekapan.

Tetapi ada satu ajaran yang bukan milik syarikat.

Ia milik keluarga.

Kesetiaan.

Satu perkataan yang mudah.

Hampir ketinggalan zaman.

Namun, asasi.

Kerana ada orang yang tidak dapat kita pulangkan apa yang telah kita terima daripada mereka.

Kita hanya dapat mengakuinya.

Kita hanya dapat menghormatinya.

Kita hanya dapat meneruskannya.

Bertahun-tahun saya menyangka hutang yang paling penting dalam hidup saya ialah hutang profesional.

Kemudian saya sedar saya silap.

Hutang profesional ada penutupnya.

Hutang keluarga tidak.

Ia berubah bentuk.

Ia menemani.

Ia kekal.

Secara senyap.

Maka tibalah satu kesimpulan yang mengejutkan ramai orang.

Apabila seseorang bertanya:

Apa yang anda mahu sebagai balasan?

Jawapan saya semakin kurang bersifat ekonomi dan semakin bersifat peribadi.

Bukan kerana wang tidak penting.

Ia penting.

Ia sentiasa penting.

Tetapi ada perkara-perkara yang menduduki tempat yang lebih tinggi dalam hierarki makna.

Kehormatan.

Kesyukuran.

Kesinambungan.

Ketika itu saya mula melihat seluruh kisah ini dari perspektif yang berbeza.

King telah menerima sebuah nama.

Saya telah menerima sebuah kisah.

Kami berdua telah menerima sesuatu sebelum membina sesuatu.

Inilah bahagian yang sering dilupakan dunia.

Kita meraikan apa yang dicipta oleh manusia.

Jauh kurang apa yang telah mereka terima.

Namun, setiap binaan lahir daripada satu penyerahan yang terdahulu.

Tiada sesiapa bermula dari kosong.

Tidak pernah.

Walaupun pengasas.

Walaupun pencipta.

Walaupun pencerita.

Setiap orang menerima sesuatu.

Kemudian memutuskan apa yang hendak dilakukan dengannya.

Maka sosok ibu saya perlahan-lahan mula menduduki tempat di tengah pentas.

Bukan kerana dia watak utama.

Tetapi kerana dia melambangkan prinsip kesinambungan itu sendiri.

Bukti nyata bahawa setiap kisah yang penting lahir di dalam sebuah kisah yang lain.

Lama sebelum buku.

Lama sebelum syarikat.

Lama sebelum idea.

Atas sebab inilah tema pemberian itu terus kembali.

Pemberian bukan sekadar hadiah.

Ia satu penyampaian.

Sesuatu berpindah daripada seorang kepada seorang yang lain tanpa kehilangan maknanya sepenuhnya.

Sebuah nama.

Satu kebiasaan.

Satu ayat.

Satu teladan.

Satu keyakinan.

Kadangkala malah satu kesunyian.

Keluarga berfungsi begini.

Kisah berfungsi begini.

Malah jenama pun berfungsi begini.

Yang terus hidup bukanlah objeknya.

Ia makna yang terus mengembara.

Pada titik ini dalam naratif, akhirnya saya memahami satu perkara.

Gillette narrative tidak lahir untuk menjual buku.

Ia tidak lahir untuk membina sebuah katalog.

Ia tidak lahir untuk menduduki ruang dalam pasaran.

Ia lahir untuk memegang satu penyampaian sebagai amanah.

Satu kesinambungan.

Satu peralihan makna antara generasi.

Inilah sebabnya bab yang didedikasikan kepada ibu saya bukan satu gangguan dalam buku ini.

Ia pusatnya yang tersembunyi.

Kerana apabila anda menanggalkan segala yang lain:

syarikat, produk, kunci kira-kira, pengambilalihan, jenama, yang tinggal ialah manusia.

Dan hampir selalu, pada asal usul sebuah kisah yang cukup panjang untuk terus hidup, ada seseorang yang memberi tanpa meminta apa-apa sebagai balasan.

Mulai titik itu naratif akhirnya boleh memasuki wilayah mitos.

Kerana hanya selepas memahami asal usul barulah menjadi mungkin untuk memahami yang mustahil.

Dan dalam kes saya, yang mustahil itu berbentuk sepuluh bilion dolar, sepasang terompah kayu dan sebuah pintu yang terbuka ke Wall Street.

BAB 17 — Sepuluh bilion dan sepasang terompah

Kisah menjadi mitos apabila ia berhenti mematuhi realiti.

Bukan apabila ia menjadi palsu.

Apabila ia menjadi lebih besar daripada fakta.

Sehingga titik ini saya telah mengikuti satu laluan yang boleh dikenali.

Seorang pengasas.

Sebuah nama.

Sebuah syarikat korporat.

Sebuah keluarga.

Sebuah ingatan.

Segala-galanya masih boleh dijelaskan.

Kemudian yang mustahil pun tiba.

Yang mustahil tidak pernah mengumumkan kedatangannya.

Ia memasuki pentas sebagai satu soalan yang mudah.

Bagaimana jika ia benar-benar berlaku?

Bagaimana jika suatu hari pencerita itu mendapati dirinya di seberang meja?

Bukan sebagai pemerhati.

Bukan sebagai bekas eksekutif.

Bukan sebagai pengarang.

Tetapi sebagai protagonis.

Maka lahirlah *The Impossible Deal*.

Bukan sebagai ramalan.

Bukan sebagai projek.

Sebagai alegori.

Sebagai satu eksperimen naratif.

Sebagai jawapan kepada soalan yang dielakkan dengan cermat oleh dunia korporat:

Siapakah sebenarnya pemilik sebuah jenama?

Pemegang saham?

Para eksekutif?

Pengguna?

Pengasas?

Atau sesiapa yang terus menceritakan kisahnya?

Adegan itu sengaja dibuat tidak masuk akal.

Sepuluh bilion dolar.

Wall Street.

Kamera.

Jurubank.

Penganalisis.

Dan di tengah-tengahnya, seorang lelaki yang muncul dengan memakai sepasang terompah kayu.

Bukan tali leher.

Bukan sut.

Bukan pakaian seragam yang dituntut oleh sistem.

Terompah itu.

Kerana intinya bukan urus niaga itu.

Intinya ialah simbol.

Mitos berfungsi begini.

Ia mengambil satu perincian dan mengubahnya menjadi bahasa.

Achilles ada tumitnya.

Ulysses ada pengembaraannya.

Raja Arthur ada pedangnya.

Lelaki dalam The Impossible Deal ada terompahnya.

Setiap unsur cerita itu terus mengulangi idea yang sama.

Nilai bukan terletak pada wang.

Nilai terletak pada identiti.

Sepuluh bilion itu bukan protagonis sebenar adegan itu.

Kisah itulah protagonisnya.

Inilah sebabnya para jurubank dalam cerita itu lebih memerhati kaki daripada dokumen.

Dokumen melambangkan sistem.

Terompah melambangkan insan.

Dan akhirnya, manusia membeli manusia jauh lebih kerap daripada mereka membeli produk.

Walaupun ketika mereka percaya sebaliknya.

Celik akal ini membawa saya kembali sekali lagi kepada Datuk King.

Dia bermula dengan satu wawasan.

Wawasan itu melahirkan sebuah produk.

Produk itu melahirkan sebuah syarikat korporat.

Syarikat korporat itu melahirkan sebuah mitos.

Saya pula menempuh jalan yang bertentangan.

Bermula daripada mitos.

Untuk kembali kepada nama.

Untuk kembali kepada lelaki itu.

Untuk kembali kepada asal usul.

Mulai saat itu buku ini sekali lagi berubah nada.

Ia tidak lagi menceritakan apa yang telah berlaku.

Ia mula menceritakan apa yang boleh berlaku apabila sebuah nama menjadi lebih kuat daripada struktur-struktur yang mengelilinginya.

Kerana ada satu soalan yang lebih radikal lagi.

Satu soalan yang menunggu di sebalik pintu Wall Street.

Satu soalan yang tidak dapat dimuatkan oleh mana-mana kunci kira-kira.

Apakah yang berlaku apabila sebuah kisah menjadi lebih penting daripada syarikat yang menghasilkannya?

Itulah soalan yang menanti saya dalam bab berikutnya.

Di jantung kuasa itu sendiri.

BAB 18 — Wall Street tidak bersedia

Ada tempat-tempat yang bukan sekadar tempat.

Ia simbol.

Wall Street salah satu daripadanya.

Malah mereka yang tidak pernah ke sana tahu apa yang dilambangkannya.

Wang.

Kuasa.

Pasaran.

Keputusan.

Idea itu sendiri bahawa dunia boleh diukur melalui sebuah angka.

Atas sebab inilah latar The Impossible Deal tidak mungkin berbeza.

Adegan itu tidak memerlukan sebuah bank.

Ia memerlukan rumah ibadat itu.

Dan Wall Street ialah rumah ibadat moden bagi nilai ekonomi.

Tetapi setiap rumah ibadat memiliki satu kelemahan.

Ia tahu dengan sempurna apa yang disembahnya.

Jauh kurang apa yang dibaikannya.

Wang memahami wang.

Pasaran memahami pasaran.

Penganalisis memahami angka.

Tetapi ada kuasa-kuasa yang terlepas daripada kategori-kategori ini.

Reputasi.

Ingatan.

Mitos.

Kepercayaan.

Kisah.

Inilah tepatnya pusat The Impossible Deal.

Bukan wang.

Ketidakmampuan sistem untuk memahami sebuah naratif apabila naratif itu menjadi lebih berkuasa daripada modal.

Bertahun-tahun saya memerhati syarikat-syarikat yang sangat besar.

Peneraju pasaran.

Jenama global.

Organisasi yang mampu mempengaruhi berjuta-juta pengguna.

Dan setiap kali, soalan yang sama timbul.

Apakah yang sebenarnya dibeli oleh orang ramai?

Jawapan rasminya mudah.

Produk.

Perkhidmatan.

Prestasi.

Jawapan sebenarnya lebih rumit.

Orang ramai membeli makna.

Produk hanyalah bekasnya.

Sebilah mata pisau bukan sekadar menjual keluli.

Ia menjual kepercayaan.

Sebatang pen bukan sekadar menjual dakwat.

Ia menjual kebiasaan.

Sebuah buku bukan sekadar menjual kata-kata.

Ia menjual sebuah hubungan.

Semakin saya memerhati dunia, semakin nyata kebenaran ini.

Dan justeru atas sebab inilah Wall Street tidak bersedia.

Kerana Wall Street telah dilatih untuk menilai instrumen.

Bukan simbol.

Dalam cerita itu, para penganalisis terus bertanya soalan-soalan yang selalu ditanya oleh penganalisis.

Siapakah yang akan menjadi CEO?

Di manakah ibu pejabatnya?

Apakah struktur organisasinya?

Apakah model operasinya?

Itu soalan-soalan yang betul.

Malah tidak dapat dielakkan.

Tetapi ia bukan soalan-soalan yang menentukan.

Soalan yang menentukan ialah soalan lain.

Mengapa orang ramai patut mengikut anda?

Inilah soalan yang mengubah segala-galanya.

Kerana tiada carta organisasi yang dapat menjawabnya.

Tiada kunci kira-kira yang dapat menjawabnya.

Tiada pengambilalihan yang dapat menjawabnya.

Hanya sebuah kisah yang dapat menjawabnya.

Dan di sinilah naratif itu mencapai titiknya yang paling menarik.

Pengarang itu sebenarnya tidak membeli syarikat.

Dia membeli sebuah naratif.

Dia secara simbolik menyusun semula satu sistem makna.

Perbezaannya sangat besar.

Memperoleh sebuah perniagaan ialah satu fakta ekonomi.

Memperoleh sebuah kisah ialah satu fakta budaya.

Dan fakta budaya terus hidup jauh lebih lama.

King telah memahami perkara ini malah sebelum membina Gillette.

Dia telah membayangkan satu wawasan.

Wawasan itu telah melahirkan sebuah usaha niaga.

Usaha niaga itu telah melahirkan sebuah nama.

Nama itu telah melahirkan sebuah ingatan.

Kini ingatan itu kembali dalam bentuk yang baharu.

Naratif.

Hampir bersifat mitologi.

Atas sebab inilah adegan terompah itu mengekalkan maknanya.

Ia tidak melambangkan sikap melawan arus.

Ia melambangkan kebebasan diri.

Idea bahawa seseorang boleh memasuki jantung sistem tanpa menerima bahasanya sepenuhnya.

Ia satu konsep yang sentiasa memikat saya.

Bukan menjadi penentang sistem.

Menjadi bebas daripada sistem.

Kedua-duanya perkara yang sangat berbeza.

Yang pertama melahirkan konflik.

Yang kedua melahirkan kebebasan.

Ketika itulah saya mula memahami tema sebenar buku ini.

Saya bukan menulis tentang bercukur.

Saya bukan menulis tentang syarikat korporat.

Saya bukan menulis tentang pasaran.

Saya menulis tentang kedaulatan naratif.

Keupayaan seorang manusia untuk menceritakan kisahnya sendiri tanpa menyerahkannya sepenuhnya kepada orang lain.

King telah melakukannya.

Dengan caranya sendiri.

Saya cuba melakukan perkara yang sama.

Dalam abad yang lain.

Dengan alat yang lain.

Dengan peraturan yang lain.

Wall Street tidak bersedia.

Kerana hampir tiada sesiapa yang bersedia apabila sebuah kisah berhenti meminta izin untuk wujud.

Dan dari titik inilah lahirnya bab yang berikutnya.

Pernyataan yang paling mudah.

Yang paling ringkas.

Dan mungkin yang paling penting dalam seluruh buku ini.

Saya mata pisau.

BAB 19 — Saya mata pisau

Ada ayat yang menggambarkan.

Dan ada ayat yang mentakrifkan.

“Saya mata pisau” tergolong dalam kategori kedua.

Ia bukan metafora yang anggun.

Ia bukan slogan.

Ia bukan latihan sastera.

Ia satu pengisytiharan identiti.

Untuk sampai kepada pemahamannya, satu perjalanan yang panjang perlu ditempuh.

Datuk King.

Wawasan.

Syarikat korporat.

Warisan.

Ingatan.

Ibu.

Kepulauan.

Wall Street.

Segala-galanya menuju ke sini.

Kepada satu ayat yang sangat pendek.

Tiga patah kata.

Saya.

Mata.

Pisau.

Kebanyakan orang membina identiti mereka melalui sesuatu profesion.

Saya buat ini.

Saya jual itu.

Saya urus ini.

Saya miliki itu.

Ini takrifan yang rapuh.

Ia mudah berubah.

Hilang satu peranan.

Satu meja.

Satu jawatan.

Satu gelaran.

Dan sebahagian besar identiti runtuh bersama-samanya.

Mata pisau berbeza.

Mata pisau bukan satu jawatan.

Ia satu fungsi.

Ia memotong.

Ia memisahkan.

Ia membezakan.

Ia menjadikan nyata apa yang sebelumnya kabur.

Atas sebab inilah imej mata pisau terus kembali.

Bukan sebagai produk.

Sebagai prinsip.

Mata pisau memisahkan yang berlebihan daripada yang hakiki.

Kebisingan daripada makna.

Rupa luaran daripada isinya.

Itulah tepatnya yang saya cuba lakukan sepanjang buku ini.

Memotong.

Bukan memusnahkan.

Memotong.

Apakah yang tinggal pada sebuah syarikat korporat apabila anda membuang pemasarannya?

Apakah yang tinggal pada sebuah jenama apabila anda membuang produknya?

Apakah yang tinggal pada sebuah kisah apabila anda membuang slogan-slogannya?

Apakah yang tinggal pada sebuah kehidupan apabila anda membuang peranan-peranannya?

Halaman demi halaman jawapannya sentiasa menjadi sama.

Nama itu yang tinggal.

Sebelum menjadi sebuah objek, mata pisau itu menjadi satu cara memandang dunia.

Mungkin ia bermula dengan Datuk King.

Mungkin ia melalui ayah saya.

Mungkin melalui lapan belas tahun yang saya lalui di dalam Gillette.

Mungkin melalui Calabria.

Mungkin melalui Gillettenarrative.

Itu tidak penting.

Asal usul memang penting.

Tetapi sentiasa tiba satu saat apabila anda harus bertanggungjawab atas tafsiran anda sendiri.

Saya sampai kepada tafsiran ini.

Saya mata pisau.

Ertinya:

Saya bukan milik pasaran sepenuhnya.

Saya bukan milik nostalgia sepenuhnya.

Saya bukan milik syarikat korporat sepenuhnya.

Saya bukan milik masa lalu sepenuhnya.

Saya satu garis pemisah.

Seorang pentafsir.

Seorang pencerita.

Seseorang yang terus mencari makna yang tersembunyi di bawah permukaan.

Atas sebab inilah ayat itu ada bacaan kedua.

Mata pisau tidak memelihara.

Mata pisau mengubah.

Setiap generasi menerima sesuatu.

Setiap generasi mengubah sesuatu.

Setiap generasi menyerahkan sesuatu.

Penyampaian tidak pernah sempurna.

Ia tidak perlu sempurna.

Jika ia sempurna, tidak akan ada sejarah.

Yang ada hanyalah salinan.

Saya tidak mahu menyalin.

Saya mahu meneruskan.

Meneruskan satu perbualan yang bermula lama sebelum kelahiran saya.

Mungkin inilah makna sebenar ayat itu.

Bukan “Saya sebuah produk.”

Bukan “Saya sebuah jenama.”

Bukan “Saya satu peranan.”

Tetapi:

Saya satu kesinambungan yang telah mengambil bentuk yang berbeza.

Dan di sinilah buku ini sampai ke ambangnya yang terakhir.

Kerana sebaik sahaja identiti difahami, hanya satu soalan yang tinggal.

Yang terakhir.

Yang terbesar.

Soalan yang tersembunyi sejak bab pertama.

Apakah yang tinggal apabila segala yang lain lenyap?

Jawapannya menanti dalam bab penutup.

Di tempat syarikat-syarikat berakhir.

Pengasas berakhir.

Produk berakhir.

Dan sesuatu yang jauh lebih sukar dimusnahkan bermula.

Sang Nama.

BAB 20 — Sang Nama

Semua kisah berakhir.

Sekurang-kurangnya pada zahirnya.

Manusia berakhir.

Syarikat berakhir.

Produk berakhir.

Pasaran berakhir.

Malah empayar pun berakhir.

Masa tidak membuat pengecualian.

Namun, ada perkara-perkara yang bertahan lebih lama daripada struktur-struktur yang melahirkannya.

Nama.

Buku ini bermula dengan seorang lelaki yang membayangkan masa depan.

Seorang jurujual.

Seorang yang berwawasan.

Seorang yang eksentrik.

Seorang lelaki yang mereka bentuk kota sebelum mereka bentuk mata pisau.

Kemudian datang usaha niaga.

Kemudian produk.

Kemudian jenama.

Kemudian mitos.

Seperti yang hampir selalu berlaku, dunia mengingati bahagian terakhir kisah itu.

Jauh kurang bahagian yang pertama.

Tetapi masa memiliki satu bakat yang istimewa.

Ia sentiasa kembali kepada asal usul.

Dan itulah tepatnya yang berlaku di sini.

Mengikuti nama Gillette, saya percaya saya sedang menceritakan kisah sebuah syarikat korporat.

Kemudian saya percaya saya sedang menceritakan kisah sebuah keluarga.

Kemudian kisah sebuah ingatan.

Kemudian kisah sebuah projek naratif.

Akhirnya, saya faham bahawa saya sedang menceritakan sesuatu yang lebih mudah lagi.

Kelangsungan makna.

Inilah pokok sebenar buku ini.

Bukan keluli.

Bukan bercukur.

Bukan pasaran.

Bukan Wall Street.

Makna.

Zat yang tidak kelihatan itu, yang berpindah daripada satu generasi kepada generasi berikutnya tanpa meminta izin.

King menerima sebuah nama.

Dia mengubah nama itu menjadi satu wawasan.

Wawasan itu menjadi sebuah usaha niaga.

Usaha niaga itu menjadi sebuah jenama.

Jenama itu menjadi sebuah ingatan.

Ingatan itu menjadi naratif.

Dan naratif itu meneruskan perjalanan.

Mungkin inilah takdir semua nama yang cukup kuat.

Pada satu ketika ia berhenti menjadi milik para pemiliknya.

Ia malah berhenti menjadi milik para pengasasnya.

Ia mula menjadi milik orang-orang yang terus menceritakannya.

Atas sebab inilah saya tidak pernah menganggap Gillettenarrative sebagai sebuah laman web.

Bukan juga sebagai sebuah siri penerbitan.

Bukan juga sebagai sebuah arkib.

Saya sentiasa membayangkannya sebagai sebuah jambatan.

Jambatan antara apa yang telah berlaku dan apa yang masih boleh berlaku.

Jambatan antara ingatan dan masa depan.

Jambatan antara manusia dan nama-nama yang telah membantu membentuk mereka.

Bertahun-tahun dahulu Datuk King membayangkan Metropolis.

Amerika tidak mengikuti projek itu.

Kota itu tidak pernah dibina.

Utopia itu kekal di atas kertas.

Namun, adalah satu kesilapan untuk menganggapnya satu kekalahan.

Kerana idea tidak selalu terus hidup dalam bentuk yang dibayangkannya.

Kadangkala ia terus hidup dengan berubah.

Metropolis tidak menjadi sebuah kota.

Ia menjadi bukti.

Bukti bahawa sebelum mata pisau, pernah wujud satu wawasan.

Dan mungkin inilah pelajaran terakhirnya.

Perkara-perkara penting tidak terus hidup kerana kesempurnaannya.

Ia terus hidup kerana keupayaannya untuk berubah.

Seorang pengasas menjadi sebuah watak.

Sebuah syarikat korporat menjadi sebuah ingatan.

Sebuah jenama menjadi sebuah kisah.

Sebuah kisah menjadi sebuah hubungan.

Sebuah hubungan menjadi sebuah warisan.

Perjalanan itu berterusan.

Sentiasa.

Walaupun ketika kita percaya ia sudah tamat.

Maka pembaca sampai ke halaman terakhir dan mendapati bahawa King bukanlah sosok utamanya.

Bukan Gillette.

Bukan BIC.

Bukan Wall Street.

Malah bukan pengarangnya.

Protagonisnya ialah Sang Nama.

Benang halimunan yang merentasi manusia, generasi, tempat, usaha niaga dan cerita tanpa putus sepenuhnya.

Kerana produk habis digunakan.

Syarikat dijual.

Pasaran berubah.

Zaman berlalu.

Nama, kadang-kadang, kekal.

Dan apabila ia kekal cukup lama, ia menjadi sesuatu yang lebih besar daripada kisah yang melahirkannya.

Ia menjadi ingatan.

Ia menjadi warisan.

Ia menjadi makna.

Ia menjadi naratif.

Dan di situlah buku ini berakhir.

Atau mungkin, lebih jujurnya, di situlah ia bermula semula.

EPILOG — Penaklukan semantik

Bertahun-tahun saya percaya jenama hidup di pasar raya.

Kemudian saya percaya ia hidup di dalam syarikat.

Kemudian saya fikir ia hidup di dalam diri manusia.

Hari ini saya tidak lagi pasti.

Atau mungkin saya terlalu pasti.

Jenama hidup di dalam makna.

Dan makna ialah wilayah yang paling sukar ditakluki.

Sebuah kilang boleh dibeli.

Sebuah paten boleh dipindah milik.

Syer pasaran boleh direbut.

Sebuah jenama malah boleh bertukar tangan.

Makna tidak boleh.

Makna bertahan.

Makna berunding.

Makna berjuang.

Makna terus hidup.

Atas sebab inilah penaklukan yang sebenar bukan bersifat perindustrian.

Ia bukan bersifat kewangan.

Ia bukan bersifat komersial.

Ia bersifat semantik.

Penaklukan semantik bermula apabila sesuatu perkataan berhenti menamakan sebuah objek dan mula melambangkan seluruh alam.

Gillette bukan lagi sekadar sebilah mata pisau.

Gillette ialah sebuah kisah.

Ia sebuah ingatan.

Ia sebuah salasilah.

Ia satu perbualan yang merentasi generasi.

Soalannya kemudian menjadi tidak dapat dielakkan.

Adakah penaklukan ini menguatkan jenama atau merosakkannya?

Jawapannya mudah secara mengejutkan.

Ia bergantung pada pemiliknya.

Pemilik yang bijak memahami bahawa setiap jenama yang kuat hidup pada dua peringkat.

Yang pertama bersifat komersial.

Yang kedua bersifat budaya.

Peringkat komersial menjana hasil.

Peringkat budaya menghasilkan kekekalan.

Jika anda memusnahkan yang kedua untuk mempertahankan yang pertama, dalam jangka panjang anda melemahkan keduanya.

Jika anda berjaya menyuburkan yang kedua, yang pertama menerima tenaga tambahan.

Kerana orang ramai membeli produk.

Tetapi mereka mengingati makna.

Dan makna bertahan lebih lama daripada produk.

Jauh lebih lama daripada produk.

King memahami perkara ini tanpa menggunakan ungkapan ini.

Mula-mula dia membayangkan satu wawasan.

Kemudian dia membina sebuah produk.

Kebanyakan syarikat moden cuba melakukan sebaliknya.

Mula-mula mereka membina produk.

Kemudian mereka mati-matian mencari sebuah kisah.

Ia satu perbezaan yang sangat besar.

Penaklukan semantik tidak bermaksud mengambil milik sebuah jenama.

Ia terdiri daripada meluaskan wilayah makna yang boleh didiami oleh jenama itu.

Jika pemilik memahami prinsip ini, naratif menjadi sekutu.

Jika tidak, dia menganggapnya satu ancaman.

Tetapi naratif bukan sekutu dan bukan juga musuh.

Ia satu kuasa.

Seperti ingatan.

Seperti masa.

Seperti budaya.

Ia boleh diabaikan.

Ia tidak boleh dihapuskan.

Maka, di penghujung perjalanan, saya kembali kepada kesimpulan yang sama dari mana segala-galanya bermula.

Datuk King tidak bermula dengan sebilah mata pisau.

Dia bermula dengan satu wawasan.

Mata pisau datang kemudian.

Buku ini tumbuh daripada celik akal yang sama.

Ia bukan tentang pisau cukur.

Ia bukan tentang syarikat korporat.

Ia bukan tentang pengambilalihan yang mustahil.

Ia tentang apa yang berlaku apabila sebuah nama terus hidup cukup lama untuk menjadi sesuatu yang lebih besar daripada produk-produk yang membuatnya terkenal.

Itulah penaklukan yang sebenar.

Bukan penaklukan pasaran.

Bukan penaklukan pengedaran.

Bukan penaklukan pengiklanan.

Penaklukan semantik.

Dan sebaik sahaja makna telah ditakluki, segala yang lain hanya bergantung pada siapa yang memilikinya.

PASCAKATA — Pemilik

Sepanjang buku ini saya telah bercakap tentang pengasas.

Tentang syarikat.

Tentang jenama.

Tentang ingatan.

Tentang nama.

Akhirnya, satu soalan masih tinggal.

Siapakah pemiliknya?

Jawapan yang paling mudah juga yang paling kurang menarik.

Pemiliknya ialah orang yang memiliki jenama itu di sisi undang-undang.

Itu benar.

Tetapi ia hanya sebahagian daripada kebenaran.

Sebenarnya, wujud satu pemilikan yang kedua.

Lebih sukar didaftarkan.

Lebih sukar dipertahankan.

Lebih sukar diukur.

Pemilikan makna.

Sebuah jenama boleh menjadi milik sebuah syarikat.

Tetapi maknanya milik hubungan yang berjaya dibinanya dengan dunia.

Di sinilah lahirnya tanggungjawab pemilik.

Kerana makna boleh diluaskan.

Ia boleh dipegang sebagai amanah.

Ia boleh diperkaya.

Ia boleh disampaikan.

Atau ia boleh dimiskinkan.

Ia boleh dikecilkan.

Ia boleh dihabiskan.

Ia boleh dilupakan.

Perbezaannya tidak bergantung pada jenama.

Ia bergantung pada siapa yang mentadbirnya.

Pemilik yang bijak tidak takut akan ingatan.

Tidak takut akan naratif.

Tidak takut akan kisah.

Dia memahami bahawa setiap kisah yang tulen menambah kedalaman pada nama itu.

Dan bahawa nama yang dalam sentiasa lebih bernilai daripada nama yang sekadar dikenali.

Pemilik yang berpandangan sempit melakukan sebaliknya.

Melindungi produk.

Melupakan makna.

Mempertahankan masa kini.

Menghabiskan masa depan.

Akhirnya, pilihannya terletak di sini sepenuhnya.

Sebuah jenama boleh hidup sebagai produk.

Atau ia boleh hidup sebagai sebahagian daripada warisan budaya kita.

Ia boleh membataskan dirinya kepada menjual.

Atau ia boleh terus membawa makna.

Itulah sebabnya penaklukan semantik bukan satu ancaman.

Ia satu peluang.

Ia meluaskan wilayah nama itu.

Ia menjadikannya lebih kaya.

Lebih kompleks.

Lebih tahan terhadap masa.

Lebih sukar dilupakan.

Di penghujung perjalanan ini, saya tidak tahu siapa yang akan memiliki Gillette seratus tahun dari sekarang.

Saya tidak tahu produk apa yang akan wujud.

Saya tidak tahu pasaran mana yang akan terus hidup.

Namun, saya tahu satu perkara.

Masa depan nama itu akan jauh kurang bergantung pada kilang-kilang yang dimiliki pemiliknya daripada pada makna yang dapat mereka pelihara.

Kerana produk ada kitaran hayat.

Syarikat korporat ada kitaran hayat.

Malah pasaran pun ada kitaran hayat.

Makna tidak.

Makna terus berjalan.

Dan pemilik yang sebenar, akhirnya, ialah dia yang memahami bahawa dia hanyalah penjaga sementara bagi perjalanannya.

Sang Nama King Gillette membina sebilah mata pisau.

Generasi demi generasi membina sebuah syarikat.

Masa membina sebuah mitos.

Saya hanya menceritakan perjalanannya.

Selebihnya milik Sang Nama.

Ferdinando Frega