

SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM

FERDINANDO FREGA

শব্দার্থিক বাস্তবতা

Gillettenarrative তোমাকে স্বাগত জানায়। তুমি এখনও জানো না তোমার কপাল কত ভালো — তুমি কিছু একটা পেতে চলেছ, অথচ বদলে কেউ তোমার কাছে কিছুই চায়নি। তুমি এখন আমার জগতের ভেতরে পা রাখছ, এত কাছে যে হাত বাড়ালেই ব্লেন্ড হোঁয়া যায়। তবে আমি ব্লেন্ড বেচি না। ওটা শুধু আমার মায়ের। এ যখন শেষ হবে, তুমি আর আগের মানুষটি থাকবে না। ততক্ষণে তুমি পরেরটা খুঁজতে শুরু করে দেবে। আপাতত এখান থেকেই শুরু করো। নিজের সময়টুকু নাও।

দুটি পাতায় ওয়েব ব্রলারগুলো HTTP 429 ত্রুটির মুখে পড়ছিল, অর্থাৎ অনুরোধের সংখ্যা নির্ধারিত সীমা ছাড়িয়ে গিয়েছিল। শুধু ত্রুটিগুলো দেখে বোঝার উপায় ছিল না, এই তৎপরতা কোথা থেকে আসছে আর কত বড় তার মাপ। আমি ওগুলোকে একটু থামার আর প্রকাশের গতি নতুন করে ভেবে দেখার একটা কারণ হিসেবে নিলাম।

বিশেষ করে দুটি PDF মানুষের কৌতূহল আর মনোযোগ টেনেছিল: GILLETTE বিষয়বস্তু আর GILLETTE ছিল আমার বাবা। আবার পড়তে গিয়ে বুঝলাম কেন। লেখার ভান্ডার বেড়েই চলেছিল, লিংকের সংখ্যা পৌঁছে গিয়েছিল 4,500-এ। এই দুটি লেখা সরাসরি মানুষের সঙ্গে কথা বলত, ছুঁয়ে যেত সম্মানের সেই ব্যক্তিগত বিধি, যা প্রত্যেকে নিজের ভেতরে বয়ে বেড়ায়: আমাদের সেই লুকোনো অংশগুলো, যা অন্যেরা কখনও কখনও আমাদের চেয়েও স্পষ্ট পড়ে ফেলে।

মনে হচ্ছিল, বাকি দুনিয়া ওগুলো থেকে কিছু একটা গ্রহণ করেছে। ইতালি থেকে গিয়েছিল এই প্রক্রিয়ার বাইরে, IP-প্রবেশে আর ইতালীয় ভাষায় অনুবাদে বিধিনিষেধ নিয়ে।

ইমেল আসতেই থাকল, আর আমি প্রতিটির উত্তর দিলাম। গোটা চিঠিপত্রের ভেতর দিয়ে বয়ে যাচ্ছিল কৌতূহল। সবচেয়ে বেশি নাড়া দিয়েছিল নিউ ইয়র্ক থেকে আসা দুটি বার্তা। তারা জানতে চেয়েছিল, শব্দার্থিক ভূখণ্ড দখল করার সম্ভাব্য পরিণতি আমি বুঝি কি না: সেই পরিসর, যেখানে একটি ব্র্যান্ড অর্থ পায়, আর যেখানে সেই অর্থকে চ্যালেঞ্জও করা যায়। সময়ের সঙ্গে কর্পোরেট ব্র্যান্ড আর তাদের ন্যারেটিভের ওপর এর কী প্রভাব পড়তে পারে?

তাদের প্রশ্ন ছিল শেয়ারের দাম, বাজার মূলধন আর বৃহত্তর আর্থিক গতিপ্রকৃতি নিয়ে। কিন্তু আমি তো কেবল লিপিকারদের মধ্যে শেষজন। ওসব প্রশ্নের মুখোমুখি কীভাবে দাঁড়াতে হয় আমার জানা ছিল না, তাই প্রেরকদের পাঠিয়ে দিলাম পেশাদার আর বিশেষজ্ঞ প্রতিষ্ঠানের কাছে। তবু তারা নাছোড়, আমার দৃষ্টিভঙ্গিটা শুনতে উদগ্রীব।

ওগুলোকে ছোট ছোট কম্পনের মতো লাগছিল। বুঝতে পারছিলাম না, ওগুলো বড় কিছুর সংকেত, নাকি নিছক বিচ্ছিন্ন কয়েকটা চিঠি চালাচালি। ওগুলো আমাকে দেখিয়ে দিল, কিছু পাঠকের আগ্রহ এমন সব প্রশ্নে,

যা একটা PDF পড়ার গণ্ডি ছাড়িয়ে অনেক দূর যায়। ব্র্যান্ড বা বাজারের ওপর কোনো প্রভাব ওগুলো প্রমাণ করেনি।

মতামত দেওয়াটা ক্রমশ অস্বস্তিকর, এমনকি ঝুঁকির ব্যাপার বলে মনে হতে লাগল। আমি জানতাম, বাজার শোরগোল খেয়েও বাঁচে, আর সেই শোরগোল বাড়ানোর কোনো ইচ্ছে আমার ছিল না। কোনো কোনো পত্রলেখক এসব বিষয় অসম্ভব ভালো বোঝেন বলে মনে হচ্ছিল। কিছু প্রশ্ন যেন খুব যত্ন করে সাজানো, প্রায় এমন যেন উত্তরগুলো আগে থেকেই জানা, উদ্দেশ্য শুধু আমার বোঝার দৌড়টা মেপে নেওয়া। আমি তাদের অন্যত্রে পাঠাতেই থাকলাম।

এমন পরিস্থিতিতে পড়ব, কখনও কল্পনাও করিনি। তবু একটা সম্ভাবনা আমার চোখে ধরা পড়েছিল: কোনো ব্র্যান্ডের যখন নিজের ঘরে তৈরি বা কোনো এজেন্সিকে দিয়ে বানানো একটা ন্যারেটিভ থাকে, তখন এমন কোনো সাক্ষ্য, যা পাঠকের কাছে জীবনের মতোই সত্যি ঠেকে, সেই ন্যারেটিভকে টলিয়ে দিতে পারে।

ব্যাপারটা যেন এক স্ত্রী আবিষ্কার করছে, তার স্বামী ফোনে প্রেমিকার সঙ্গে কথা বলছে। হঠাৎ চেনা গল্পটা আর যথেষ্ট থাকে না। একটা মিথ ভেঙে পড়ে। একটা আদর্শ তার নিশ্চয়তা হারায়। কিংবা হয়তো ঘটনার আরেকটা ভাষ্য শ্রেফ প্রথমবারের মতো হাতের নাগালে আসে।

হয়তো সেটাই ঘটছিল। হয়তো ওটা শুধুই একটা সম্ভাবনা।

এদিকে আমি গিয়ে পড়লাম আগুনের ভেতরে, চারদিকে টাটকা জল খুঁজে বেড়াচ্ছি: এমন কিছু, যা মাথাটা পরিষ্কার করবে, ভাবনাগুলো ঠান্ডা করবে।

ফের্দিনান্দো