SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM



FERDINANDO FREGA

RZECZYWISTOŚĆ SEMANTYCZNA

Gillettenarrative cię wita. Jeszcze nie wiesz, jakie masz szczęście – zaraz coś otrzymasz, a nikt nie poprosił cię o nic w zamian. Wchodzisz teraz do mojego świata, dość blisko, by dotknąć ostrza. Ale ja nie sprzedaję ostrzy. To należy wyłącznie do mojej matki. Kiedy to się skończy, nie będziesz już taki sam. Już będziesz szukał następnego. Na razie zacznij tutaj. Daj sobie chwilę.

Roboty indeksujące natrafiały na dwóch stronach na błędy HTTP 429, co oznaczało, że liczba zapytań przekroczyła dopuszczalny limit. Same błędy nie wyjaśniały ani źródła, ani skali tej aktywności. Potraktowałem je jako powód, by się zatrzymać i przemyśleć tempo publikacji.

Szczególną ciekawość i uwagę przyciągnęły dwa pliki PDF: GILLETTE DEPRESSION i GILLETTE WAS MY FATHER. Kiedy przeczytałem je ponownie, zrozumiałem dlaczego. Korpus wciąż się rozrastał i osiągnął 4500 linków. Te dwa teksty mówiły wprost do ludzi, dotykając prywatnego kodeksu honorowego, który każdy nosi w sobie: tych ukrytych części nas samych, które inni czasem odczytują wyraźniej niż my.

Reszta świata, jak się zdawało, coś z nich wyniosła. Włochy pozostały poza tym procesem, z ograniczeniami dostępu dla adresów IP i tłumaczeń na włoski.

E-maile wciąż przychodziły, a ja odpowiadałem na każdy z nich. Przez całą korespondencję przewijała się ciekawość. Najbardziej uderzyły mnie dwie wiadomości z Nowego Jorku. Pytano w nich, czy rozumiem możliwe konsekwencje zajmowania terytorium semantycznego: przestrzeni, w której marka nabiera znaczenia i w której to znaczenie może zostać zakwestionowane. Jakie skutki mogłoby to z czasem mieć dla marek korporacyjnych i ich narracji?

Ich pytania dotyczyły kursów akcji, kapitalizacji rynkowej i szerzej pojętej dynamiki finansowej. Ale ja jestem tylko ostatnim ze skrybów. Nie wiedziałem, jak

zmierzyć się z tymi pytaniami, więc odsyłałem nadawców do profesjonalistów i wyspecjalizowanych firm. Oni jednak nie ustępowali, chcąc poznać mój punkt widzenia.

Przypominały drobne wstrząsy. Nie potrafiłem ocenić, czy zapowiadają coś istotnego, czy są tylko pojedynczymi wymianami zdań. Pokazały mi, że niektórych czytelników interesują kwestie wykraczające daleko poza lekturę jednego PDF. Nie dowodziły żadnego wpływu na marki ani na rynki.

Wyrażanie opinii stawało się coraz bardziej niewygodne i potencjalnie ryzykowne. Wiedziałem, że rynki karmią się także szumem, i nie zamierzałem go powiększać. Niektórzy korespondenci zdawali się znać te tematy wyjątkowo dobrze. Pewne pytania wydawały się starannie sformułowane, niemal jakby odpowiedzi były już znane, a chodziło tylko o to, by sprawdzić, ile rozumiem. Nadal odsyłałem ich gdzie indziej.

Nigdy nie wyobrażałem sobie, że znajdę się w takiej sytuacji. A jednak dostrzegłem pewną możliwość: kiedy marka ma narrację stworzoną we własnym zakresie albo zamówioną w agencji, świadectwo, które czytelnicy odbierają jako prawdziwe, wzięte z życia, może tę narrację zachwiać.

To tak, jakby żona przyłapała męża na rozmowie telefonicznej z kochanką. Nagle znajoma opowieść przestaje wystarczać. Mit się wali. Ideał traci pewność. A może po prostu po raz pierwszy staje się dostępna inna wersja wydarzeń.

Może właśnie to się działo. Może była to tylko możliwość.

Tymczasem znalazłem się w samym środku ognia i wszędzie szukałem świeżej wody: czegoś, co oczyściłoby mi umysł i ostudziło myśli.

Ferdinando