SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM



FERDINANDO FREGA

СЕМАНТИЧНА РЕАЛЬНІСТЬ

Gillettenarrative вітає вас. Ви ще не знаєте, як вам пощастило — ви ось-ось дещо отримаєте, і ніхто нічого не попросив у вас натомість. Тепер ви входите в мій світ — так близько, що можна торкнутися леза. Але я не продаю леза. Це лезо належить лише моїй матері. Коли все скінчиться, ви вже не будете такими, як раніше. Ви вже шукатимете наступне. А поки що почніть звідси. Подаруйте собі цю мить.

Пошукові роботи натрапляли на помилки HTTP 429 на двох сторінках: запити перевищили допустиму частоту. Самі по собі помилки не пояснювали ні джерела, ні масштабу цієї активності. Я сприйняв їх як привід зупинитися й переглянути темп публікацій.

Особливу цікавість і увагу привернули два PDF: «ДЕПРЕСІЯ GILLETTE» і «GILLETTE БУВ МОЇМ БАТЬКОМ». Коли я їх перечитав, то зрозумів чому. Корпус невпинно зростав і дійшов до 4500 посилань. Ці два тексти говорили з людьми напряму, торкаючись особистого кодексу честі, який кожен носить у собі: тих прихованих частин нас самих, які інші часом читають ясніше, ніж ми.

Решта світу, здавалося, щось із них узяла. Італія залишалася поза цим процесом — з обмеженнями доступу за IP і на переклади італійською.

Листи все надходили, і я відповідав на кожен. Крізь усе листування проходила цікавість. Найбільше мене вразили два повідомлення з Нью-Йорка. Мене питали, чи розумію я можливі наслідки того, що займаю семантичну територію: простір, у якому бренд набуває сенсу і в якому цей сенс можна поставити під сумнів. Як це може з часом позначитися на корпоративних брендах та їхніх наративах?

Їхні запитання стосувалися курсу акцій, ринкової капіталізації та ширшої фінансової динаміки. Але я лише останній із писарів. Я не знав, як

підступитися до таких запитань, тож відсилав авторів листів до фахівців і спеціалізованих фірм. Проте вони наполягали, їм кортіло почути мою думку.

Це було схоже на легкі поштовхи. Я не міг сказати, чи вони віщують щось значуще, чи це лише поодинокі розмови. Вони показали мені, що деяких читачів цікавлять питання, які виходять далеко за межі читання одного PDF. Жодного впливу на бренди чи ринки вони не довели.

Висловлювати думку ставало дедалі незручніше й потенційно ризиковано. Я знав, що ринки живляться також шумом, і не мав наміру його додавати. Деякі мої кореспонденти, здавалося, чудово розумілися на цих предметах. Окремі запитання видавалися ретельно сформульованими, майже так, ніби відповіді вже були відомі, а мета полягала в тому, щоб оцінити, наскільки розумію я. Я й далі відсилав їх деінде.

Я ніколи не уявляв, що опинюся в такому становищі. І все ж я побачив одну можливість: коли в бренду є наратив, створений власними силами або замовлений в агенції, свідчення, яке читачі сприймають як правдиве, взяте з життя, може цей наратив похитнути.

Це наче дружина, яка застає чоловіка за телефонною розмовою з коханкою. Раптом знайомої історії вже не досить. Міф руйнується. Ідеал втрачає певність. А може, просто вперше стає доступною інша версія подій.

Можливо, саме це й відбувалося. А може, це була лише можливість.

Тим часом я опинився в самому вогні й шукав усюди свіжої води: чогось, що прояснило б голову й остудило думки.

Ferdinando