

SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM

FERDINANDO FREGA

СЕМАНТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Gillettenarrative приветствует тебя. Ты ещё не знаешь, как тебе повезло, — сейчас ты кое-что получишь, и никто ничего не попросил у тебя взамен. Тыходишь в мой мир — так близко, что можно коснуться лезвия. Но лезвиями я не торгую. То лезвие принадлежит одной лишь моей матери. Когда всё закончится, прежним ты не будешь. Ты уже будешь искать следующее. А пока начни отсюда. Не спеши.

На двух страницах поисковые роботы натыкались на ошибку HTTP 429: это значило, что число запросов превысило установленный лимит. Сами по себе ошибки не объясняли ни источника, ни масштаба этой активности. Я увидел в них повод остановиться и пересмотреть темп публикаций.

Больше всего любопытства и внимания досталось двум PDF: GILLETTE DEPRESSION и GILLETTE WAS MY FATHER. Перечитав их, я понял почему. Корпус всё рос и дошёл уже до 4500 ссылок. Эти два текста обращались к людям напрямую, задевая тот личный кодекс чести, который каждый носит в себе: те скрытые стороны нашего «я», которые другие порой читают яснее, чем мы сами.

Остальной мир, похоже, что-то из них для себя вынес. Италия оставалась в стороне от этого процесса — с ограничениями на доступ по IP и на переводы на итальянский.

Письма всё приходили, и я отвечал на каждое. Вся переписка была пронизана любопытством. Больше всего меня поразили два сообщения из Нью-Йорка. В них спрашивали, понимаю ли я, что может последовать, если занять семантическую территорию — пространство, где бренд обретает смысл и где этот смысл можно оспорить. Как это со временем может сказаться на корпоративных брендах и их нарративах?

Их вопросы касались курсов акций, рыночной капитализации и финансовой динамики в целом. Но я всего лишь последний из писцов. Я не знал, как подступиться к таким вопросам, и потому отсылал авторов писем к профессионалам и специализированным фирмам. А они не отступали: им не терпелось услышать мою точку зрения.

Это было похоже на слабые подземные толчки. Я не мог понять, предвещают ли они что-то значительное или это всего лишь отдельные письма. Они показали мне, что некоторых читателей занимают вопросы, выходящие далеко за пределы чтения PDF. Никакого влияния на бренды или рынки они не доказывали.

Высказывать мнение становилось всё более неловко и, пожалуй, рискованно. Я знал, что рынки питаются и шумом тоже, и добавлять его не собирался. Некоторые корреспонденты, судя по всему, разбирались в этих вещах превосходно. Иные вопросы были поставлены так тщательно, словно ответы уже известны, а цель — прощупать, насколько понимаю я. Я по-прежнему отсылал их к другим.

Я и представить не мог, что окажусь в таком положении. И всё же одну возможность я разглядел: когда у бренда есть нарратив, созданный внутри компании или заказанный агентству, свидетельство, которое читатели воспринимают как жизненную правду, способно этот нарратив расшатать.

Это как жена, заставшая мужа за телефонным разговором с любовницей. Привычной истории вдруг становится мало. Рушится миф. Идеал теряет несомненность. А может быть, просто впервые появляется другая версия событий.

Может, именно это и происходило. А может, это была лишь возможность.

А я тем временем оказался в самом огне и повсюду искал свежей воды — чего-нибудь, что прояснит голову и остудит мысли.

Фердинандо