

SEMANTIC REALITY

GILLETTENARRATIVE.COM

FERDINANDO FREGA

THỰC TẠI NGŨ NGHĨA

Gillette narrative chào đón bạn. Bạn chưa biết mình may mắn đến mức nào đâu — bạn sắp nhận được một thứ, mà chẳng ai đòi bạn điều gì đáp lại. Giờ bạn đang bước vào thế giới của tôi, gần đến mức chạm được vào lưỡi dao. Nhưng tôi không bán lưỡi dao. Lưỡi dao ấy chỉ thuộc về mẹ tôi. Khi chuyện này khép lại, bạn sẽ không còn như trước nữa. Lúc ấy bạn đã đi tìm câu chuyện kể tiếp rồi. Còn bây giờ, hãy bắt đầu từ đây. Cứ thông thả.

Các trình thu thập dữ liệu web gặp lỗi HTTP 429 ở hai trang, dấu hiệu cho thấy số yêu cầu đã vượt giới hạn tần suất. Chỉ riêng mấy lỗi ấy thì chưa nói lên nguồn gốc hay quy mô của hoạt động này. Tôi coi đó là lý do để dừng lại và xem lại nhíp xuất bản.

Có hai bản PDF đặc biệt khơi gợi tò mò và chú ý: GILLETTE DEPRESSION và GILLETTE WAS MY FATHER. Đọc lại, tôi hiểu vì sao. Kho văn bản cứ lớn dần và đã lên tới 4.500 đường liên kết. Hai văn bản này nói thẳng với con người, chạm vào bộ quy tắc danh dự riêng tư mà mỗi người mang trong mình: những phần khuất kín của chính ta mà đôi khi người khác đọc ra còn rõ hơn ta.

Phần còn lại của thế giới dường như đã lấy được điều gì đó từ chúng. Nước Ý vẫn đứng ngoài quá trình ấy, với những hạn chế về truy cập theo IP và về các bản dịch sang tiếng Ý.

Email vẫn tiếp tục gửi đến, và tôi trả lời từng thư một. Sự tò mò xuyên suốt những thư từ qua lại. Điều khiến tôi chú ý nhất là hai bức thư từ New York. Họ hỏi tôi có hiểu những hệ quả có thể xảy ra khi chiếm lĩnh lãnh thổ ngữ nghĩa hay không: khoảng không gian nơi một thương hiệu có được ý nghĩa, và nơi ý nghĩa ấy có thể bị thách thức. Về lâu dài, điều này có thể tác động thế nào đến các thương hiệu doanh nghiệp và tự sự của chúng?

Câu hỏi của họ xoay quanh giá cổ phiếu, vốn hóa thị trường và những diễn biến tài chính rộng hơn. Nhưng tôi chỉ là kẻ cuối cùng trong những người chép chuyện. Tôi không biết phải đối diện với những câu hỏi ấy ra sao, nên đã giới thiệu người gửi tới giới chuyên môn và các công ty chuyên ngành. Vậy mà họ vẫn nài, nóng lòng muốn nghe quan điểm của tôi.

Chúng giống như những rung chấn nhỏ. Tôi không rõ chúng báo hiệu điều gì hệ trọng hay chỉ là mấy cuộc trao đổi lẻ tẻ. Chúng cho tôi thấy có những độc giả quan tâm đến các câu hỏi vượt rất xa việc đọc một bản PDF. Chúng không chứng minh được tác động nào lên thương hiệu hay thị trường.

Đưa ra ý kiến ngày càng khiến tôi thấy khó xử, và có thể là mạo hiểm. Tôi biết thị trường cũng sống bằng tiếng ồn, và tôi không hề có ý góp thêm vào đó. Vài người viết thư có vẻ am hiểu những chủ đề này đến mức tường tận. Có những câu hỏi dường như được đặt ra rất kỹ, gần như thể câu trả lời đã biết sẵn và mục đích là đo xem tôi hiểu đến đâu. Tôi vẫn tiếp tục giới thiệu họ sang nơi khác.

Tôi chưa bao giờ hình dung mình lại rơi vào tình cảnh như vậy. Thế nhưng tôi đã nhìn ra một khả năng: khi một thương hiệu có tự sự do nội bộ xây dựng hoặc đặt một công ty quảng cáo làm, thì lời chứng mà người đọc cảm thấy đúng như đời thật có thể làm lung lay tự sự ấy.

Cũng giống như người vợ bắt gặp chồng đang nói điện thoại với nhân tình. Bỗng chốc, câu chuyện quen thuộc không còn đủ nữa. Một huyền thoại sụp đổ. Một lý tưởng mất đi vẻ chắc chắn. Hoặc có lẽ chỉ đơn giản là lần đầu tiên có thêm một phiên bản khác của sự việc.

Có lẽ đó là điều đang diễn ra. Có lẽ đó chỉ là một khả năng.

Trong lúc ấy, tôi thấy mình ở giữa đám lửa, tìm khắp nơi một dòng nước mát lành: thứ gì đó để gột sạch tâm trí và làm nguội những ý nghĩ.

Ferdinando