

II

A black and white portrait of King Camp Gillette, a man with a mustache, wearing a dark suit and a white shirt with a dark tie. He is looking slightly to the left of the camera.

SEVEN CARDS, ONE DECK

KING CAMP GILLETTE

II



GILLETTE — নামের শক্তি

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 15

পণ্যের আগে আছে নাম।

কারখানা বন্ধ হয়।

ম্যানেজার বদলায়।

শেয়ারহোল্ডাররা আসে আর যায়।

প্রযুক্তি পুরোনো হয়।

বাজার সরে যায়।

নাম থেকে যায়।

Gillette শুধু একটা কোম্পানি নয়।

এটা প্রমাণ যে একটা শব্দ এক শতাব্দীরও বেশি সময় ধরে আস্থা জমাতে পারে, আর কে তাকে উদ্ভাবন করেছিল কেউ মনে না রাখলেও মূল্য তৈরি করে যেতে পারে।

একটা ব্র্যান্ড হল সমষ্টির স্মৃতি।

নাম যখন শক্তিশালী, সে বস্তুর আগে পৌঁছয়।

মানুষ কোনো পণ্য কেনার অনেক আগে একটা গল্প কেনে।

নাম হল অর্থনীতির প্রথম অদৃশ্য সম্পদ।

অথচ শুরুতে কোনো সাম্রাজ্য ছিল না।

ছিল একজন মানুষ।

ম্যাসাচুসেটসে ফরাসি অভিবাসীদের ছেলে।

সম্বল সামান্য।

জেদ প্রচুর।

প্রায়ই যেমন হয়, ভবিষ্যৎ কিংবদন্তির পোশাকে দেখা দেয় না।

দেখা দেয় বিক্রেতার পোশাকে।

গল্পের বাকিটা যে কেউ পড়তে পারে কোম্পানির ওয়েবসাইটে, বা Wikipedia-য়।

আমার আগ্রহ অন্য কিছুতে।

আমার আগ্রহ আমাদের মধ্যে যা মিল আছে তাতে। তিনটি উপাদান।

পণ্য। ন্যারেটিভ। ভ্রাতৃসংঘ।

তিনি একটা ব্লগ বানিয়েছিলেন।

আমি একটা ওয়েবসাইট বানিয়েছি।

তিনি একটা বই লিখেছিলেন।

আমি লিখেছি একশোরও বেশি।

তিনি একটা ভ্রাতৃসংঘের সদস্য ছিলেন।

আমি সেই একই ব্যাকরণ জানি, যা গড়া প্রতীক, অন্তর্ভুক্তি, স্মৃতি আর পারস্পরিক স্বীকৃতি দিয়ে।

আর তাঁর মতোই, আমি জীবনের বেশিরভাগটা কাটিয়েছি বিক্রি করে।

শুধু পণ্য নয়।

আস্থা।

সেই কারণেই আমি সবসময় তাঁর থেকে দূরত্ব রাখার চেষ্টা করেছি।

অমিলের কারণে নয়।

অতিরিক্ত মিলের কারণে।

প্রতিটি যুগ নিজের পণ্য তৈরি করে।

প্রতিটি যুগ নিজের ন্যারেটিভ তৈরি করে।
প্রতিটি যুগ নিজের ভ্রাতৃসংঘ তৈরি করে।
ভুলটা হল ভাবা যে এগুলোই উদ্দেশ্য।
এগুলো তা নয়।
এগুলো বাহন।
ব্লেড Gillette ছিল না।
বই ন্যারেটিভ ছিল না।
ভ্রাতৃসংঘ অর্থ ছিল না।
এগুলো ছিল শুধু যন্ত্র।
আসল শক্তি ছিল নাম।
রুবিবকন পেরোনোর আগে রোমানরা চর পাঠাত।
তাদের জানতে হত। বুঝতে হত।
জানতে হত।
সিদ্ধান্তের আগে জানা।
এটাই ছিল সেই রহস্য, যা তাদের বিবেচনা করে সিদ্ধান্ত নিতে দিত —
আর, প্রায়ই, জিততে।
আশা করি আমি একজন ভালো চর।
তবে যুদ্ধ ছাড়া।
আমি কোনো সেনাবাহিনী বয়ে আনি না।
আমি কোনো ফরমান বয়ে আনি না।
আমি কোনো অনুমতিপত্র বয়ে আনি না।
আমি গল্প বয়ে আনি।

আমি সেগুলো জুড়ো করি।
আমি সেগুলো জুড়ে দিই।
আমি সেগুলো পৌঁছে দিই।
তারপর প্রত্যেকে ঠিক করে সেগুলো নিয়ে কী করবে।
সিইও-রা কোম্পানি চালান।
কর্মীরা কোম্পানিকে সচল রাখেন।
ছোট শেয়ারহোল্ডাররা কোম্পানিতে টাকা জোগান।
আমি শুধু একজন মানুষ, যাকে কারও অনুমতি চাইতে হয় না।
আর সম্ভবত সেটাই আমার সবচেয়ে বড় স্বাধীনতা।
এটাই Gillette-এর তাস।
কারখানার শক্তি নয়।
ব্লেডের শক্তি নয়।
কোম্পানির শক্তি নয়।
কারণ পণ্য যখন ক্ষয়ে যায়, নাম থেকে যায়।
দালানগুলো যখন মিলিয়ে যায়, নাম থেকে যায়।
মানুষগুলো যখন চলে যান, নাম থেকে যায়।
আর একটা নাম যখন প্রজন্ম পেরোতে পারে, সে আর তার প্রতিষ্ঠাতার
থাকে না। সে হয়ে ওঠে সমষ্টির স্মৃতির অংশ।
প্রতিষ্ঠাতা হারিয়ে যান।
নাম থেকে যায়।
এটাই একটা নামের আসল জয়।

Ferdinando
Gillette Man ✂️