

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 — СИЛА ИМЕНИ

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 15

Прежде продуктов есть имя.

Фабрики закрываются.

Менеджеры меняются.

Акционеры приходят и уходят.

Технологии стареют.

Рынки сдвигаются.

Имя остаётся.

Gillette — не просто компания.

Это доказательство того, что слово может больше века копить доверие и продолжать создавать ценность даже тогда, когда никто уже не помнит, кто его придумал.

Бренд — это коллективная память.

Когда имя сильное, оно приходит раньше вещи.

Люди покупают историю раньше, чем покупают продукт.

Имя — первый невидимый актив экономики.

И всё же в начале не было никакой империи.

Был человек.

Сын французских иммигрантов в Массачусетсе.

Мало средств.

Очень много упрямства.

Как это часто бывает, будущее не является в облике легенды.

Оно является в облике коммивояжёра.

Остальную историю любой может прочитать на сайте компании или в Wikipedia.

Меня интересует другое.

Меня интересует то, что у нас общего. Три элемента.

ПРОДУКТ. НАРРАТИВ. БРАТСТВО.

Он создал лезвие.

Я создал сайт.

Он написал книгу.

Я написал больше сотни.

Он принадлежал к братству.

Я знаю ту же грамматику — из символов, принадлежности, памяти и взаимного узнавания.

И, как он, большую часть жизни я продавал.

Не только продукты.

Доверие.

Поэтому я всегда старался держаться от него на расстоянии.

Не из-за различий.

Из-за избытка сходства.

Каждая эпоха производит свои продукты.

Каждая эпоха производит свои нарративы.

Каждая эпоха производит свои братства.

Ошибка — верить, что они и есть цель.

Это не так.

Они — средство.

Лезвие не было Gillette.

Книга не была нарративом.

Братство не было смыслом.

Они были лишь инструментами.

Настоящей силой было имя.

Прежде чем перейти Рубикон, римляне высылали
разведчиков.

Те должны были узнать. Понять.

Знать.

Знать, прежде чем решать.

В этом был секрет, который позволял им принимать решения
— и нередко побеждать.

Надеюсь, я хороший разведчик.

Только без войны.

Я не веду армий.

Я не несу указов.

Я не несу разрешений.

Я несу истории.

Я их собираю.

Я их связываю.

Я их доставляю.

А дальше каждый решает, что с ними делать.

Генеральные директора управляют компаниями.

Сотрудники заставляют компании работать.

Мелкие акционеры финансируют компании.

Я лишь человек, которому не нужно ни у кого спрашивать разрешения.

И это, пожалуй, самая большая свобода, какая у меня есть.

Вот козырь Gillette.

Не сила фабрики.

Не сила лезвия.

Не сила компании.

Потому что когда продукт изнашивается, имя остаётся.

Когда здания исчезают, имя остаётся.

Когда люди уходят, имя остаётся.

А когда имени удаётся пройти сквозь поколения, оно перестаёт принадлежать своему основателю. Оно становится частью коллективной памяти.

Основатель исчезает.

Имя остаётся.

Вот истинная победа имени.

Ferdinando
Gillette Man ✂