

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. The portrait is centered and occupies most of the frame.

SEVEN CARDS, ONE DECK

KING CAMP GILLETTE

II



GILLETTE — பெயரின் சக்தி

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 15

பொருட்களுக்கு முன்னால், பெயர் இருக்கிறது.

தொழிற்சாலைகள் மூடப்படுகின்றன.

மேலாளர்கள் மாறுகிறார்கள்.

பங்குதாரர்கள் வருகிறார்கள், போகிறார்கள்.

தொழில்நுட்பங்கள் பழையதாகின்றன.

சந்தைகள் இடம் மாறுகின்றன.

பெயர் நிலைக்கிறது.

Gillette வெறும் ஒரு நிறுவனம் அல்ல.

ஒரு சொல் ஒரு நூற்றாண்டுக்கும் மேலாக நம்பிக்கையைச் சேர்த்துக்கொண்டு, அதைக் கண்டுபிடித்தவர் யார் என்று யாருக்கும் நினைவில்லாத பிறகும் தொடர்ந்து மதிப்பை உருவாக்க முடியும் என்பதற்கான சான்று அது.

ஒரு பிராண்ட் என்பது ஒரு கூட்டு நினைவு.

பெயர் வலிமையாக இருக்கும்போது, அது பொருளுக்கு முன்பே வந்து சேர்கிறது.

மக்கள் ஒரு பொருளை வாங்குவதற்கு முன்பே ஒரு கதையை வாங்குகிறார்கள்.

பெயர்தான் பொருளாதாரத்தின் முதல் கண்ணுக்குத் தெரியாத சொத்து.

ஆனாலும், தொடக்கத்தில், பேரரசு எதுவும் இல்லை.

ஒரு மனிதர் இருந்தார்.

Massachusetts-இல் பிரெஞ்சுக் குடியேறிகளின் மகன்.

குறைந்த வளங்கள்.

ஏராளமான பிடிவாதம்.

அடிக்கடி நடப்பது போல, எதிர்காலம் ஒரு புராண நாயகனின் உடையில் வருவதில்லை.

ஒரு விற்பனையாளரின் உடையில் வருகிறது.

மீதிக் கதையை யார் வேண்டுமானாலும் நிறுவனத்தின் இணையதளத்திலோ Wikipedia-விலோ படிக்கலாம்.

எனக்கு ஆர்வம் தருவது வேறொன்று.

எனக்கு ஆர்வம் தருவது எங்களுக்குள் பொதுவாக இருப்பது. மூன்று கூறுகள்.

பொருள். கதையாடல். சகோதரத்துவம்.

அவர் ஒரு பிளேடை உருவாக்கினார்.

நான் ஓர் இணையதளத்தை உருவாக்கினேன்.

அவர் ஒரு புத்தகம் எழுதினார்.

நான் நூற்றுக்கும் மேல் எழுதியிருக்கிறேன்.

அவர் ஒரு சகோதரத்துவத்தைச் சேர்ந்தவர்.

குறியீடுகள், சொந்தம், நினைவு, பரஸ்பர அங்கீகாரம் ஆகியவற்றால் ஆன அதே இலக்கணம் எனக்கும் தெரியும்.

அவரைப் போலவே, என் வாழ்க்கையின் பெரும்பகுதியை விற்பதிலேயே கழித்திருக்கிறேன்.

பொருட்களை மட்டுமல்ல.

நம்பிக்கையை.

அதனால்தான் நான் எப்போதும் அவரிடமிருந்து
விலகியிருக்க முயன்றிருக்கிறேன்.

வேறுபாட்டால் அல்ல.

அளவுக்கு மீறிய ஒற்றுமையால்.

ஒவ்வொரு காலகட்டமும் தன் சொந்தப் பொருட்களை
உருவாக்குகிறது.

ஒவ்வொரு காலகட்டமும் தன் சொந்தக்
கதையாடல்களை உருவாக்குகிறது.

ஒவ்வொரு காலகட்டமும் தன் சொந்தச்
சகோதரத்துவங்களை உருவாக்குகிறது.

அவைதான் நோக்கம் என்று நம்புவதுதான் தவறு.

அவை நோக்கம் அல்ல.

அவை வாகனம்.

பிளேடு Gillette அல்ல.

புத்தகம் கதையாடல் அல்ல.

சகோதரத்துவம் அர்த்தம் அல்ல.

அவை கருவிகள் மட்டுமே.

உண்மையான சக்தி பெயர்தான்.

ரூபிகான் நதியைக் கடப்பதற்கு முன், ரோமானியர்கள்
ஒற்றர்களை அனுப்புவார்கள்.

அவர்கள் கற்றுக்கொள்ள வேண்டியிருந்தது.
புரிந்துகொள்ள வேண்டியிருந்தது.

அறிய வேண்டியிருந்தது.

முடிவெடுப்பதற்கு முன் அறிய வேண்டியிருந்தது.

அதுதான் அவர்களை ஆலோசித்து முடிவெடுக்க
வைத்த ரகசியம் — பெரும்பாலும், வெல்லவும்
வைத்தது.

நான் ஒரு நல்ல ஒற்றனாக இருப்பேன் என்று
நம்புகிறேன்.

ஆனால் போர் இல்லாமல்.

நான் படைகளைச் சுமப்பதில்லை.

ஆணைகளைச் சுமப்பதில்லை.

அனுமதிகளைச் சுமப்பதில்லை.

நான் கதைகளைச் சுமக்கிறேன்.

அவற்றைச் சேகரிக்கிறேன்.

அவற்றை இணைக்கிறேன்.

அவற்றை ஒப்படைக்கிறேன்.

பிறகு அவற்றை வைத்து என்ன செய்வது என்று
ஒவ்வொருவரும் முடிவு செய்கிறார்கள்.

CEO-க்கள் நிறுவனங்களை நடத்துகிறார்கள்.

ஊழியர்கள் நிறுவனங்களை இயங்க வைக்கிறார்கள்.

சிறு பங்குதாரர்கள் நிறுவனங்களுக்கு நிதி
அளிக்கிறார்கள்.

நான் யாருடைய அனுமதியையும் கேட்க
வேண்டியதில்லாத ஒரு மனிதன் மட்டுமே.

அதுதான் ஒருவேளை என்னிடம் உள்ள மிகப்பெரிய
சுதந்திரம்.

இதுதான் Gillette-இன் சீட்டு.

தொழிற்சாலையின் சக்தி அல்ல.

பிளேடின் சக்தி அல்ல.

நிறுவனத்தின் சக்தி அல்ல.

ஏனென்றால் பொருள் தேய்ந்துபோகும்போது, பெயர்
நிலைக்கிறது.

கட்டடங்கள் மறையும்போது, பெயர் நிலைக்கிறது.

மனிதர்கள் மறையும்போது, பெயர் நிலைக்கிறது.

ஒரு பெயர் தலைமுறைகளைக் கடக்க முடிந்தால், அது
தன் நிறுவனருக்குச் சொந்தமாக இருப்பதை
நிறுத்திவிடுகிறது. அது கூட்டு நினைவின் ஒரு
பகுதியாகிறது.

நிறுவனர் மறைகிறார்.

பெயர் நிலைக்கிறது.

அதுதான் ஒரு பெயரின் உண்மையான வெற்றி.

Ferdinando
Gillette Man ✂