



THE GILLETTE MAN — ONLY THE BEST OF WOMEN

FEDERICO FREGA

ZILAMÊ GILLETTE — TENÊ YA HERÎ BAŞ A JINAN

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 08

*Daxuyaniyek û serûbinkirinek: ew qet ne di nav temaşevanan de
bû, ew her tim li ser sehneyê bû. Mîmariya kampanyayekê, û sê
jinên ku li pişt her zilamekî Gillette radiwestin — ya ku ew fêr kir,
ya ku lê dinêre, ya ku biryar dide.*

Naverok

TENÊ YA HERÎ BAŞ A JINAN. Manîfestoyeke vegotinê
Ferdinando Frega — Nando The Scribe

Daxuyanî

Zêdetirî sedsalekê, Gillette împaratoriya xwe li ser bingeheke
hêsan ava kir: mêrê ku tiraş dike ew mêr e ku girîng e. Tîx yê wî
bû. Rêûresm ya wî bû. Marka li dora rû, çene, sibeh û nasnameya
wî hate avakirin. Ew bingeher her tim kêmbû. Ji ber ku li pişt her
mêrekî ku ew tîx hildigirt — her sibeh, her rêûresm, her kiriyara
bûyînê — jinek hebû. Wê tîx hildibijart. Wê ew di serşokê de
datanî. Wê tevger hîn dikir. Wê diyar dikir ka xwedî rûyekî
rêkûpêk, hêja û dîtî bûn tê çî wateyê. Zilamê Gillette qet bi tena
serê xwe nehat avakirin. Wê ew ava kir.

Serûbinkirin

Her kampanyaya markayê ya navdar a ku Gillette qet çêkir — The
Best A Man Can Get, rastbûn, performans, soz — ji mêran re hate
firotin. Lê jinan ew bi kar anî.

Wê berhem dikirî. Wê li rêûresmê dinêrî. Wê encam dinirxand.
Wê biryar dida — bêdeng, bêyî ku qet di reklamekê de jî xuya bibe
— gelo mêr serkeftî bû ku bibe ya ku tîxê soz dabû.

Mêr lîstikvanê li ser sehneyê bû. Jin her tim derhêner, hilberîner û
tenê temaşevana ku bi rastî girîng bû.

***Ew qet ne di nav temaşevanan de bû. Ew her tim li ser
sehneyê bû.***

Ev ne nûnivîsandina dîrokê ye. Ev naskirin e. Mîmarî her tim li wir
bû — di çil salên malbatekê de di hundirê Gillette de, di hejdeh
salên rêveberiya navneteweyî de, di pêncî eyaletên Amerîkî de ku ji
hundir hatine çavdêrîkirin. Jin di her danûstandinê de, di her
biryara berhemê de, di her guherîna çandî ya ku marka di nav re
derbas bû de amade bû.

Tenê navê wê qet nehat gotin. Heta niha.

Dirûşm

Ev ne dirûşmeke reklamê ye. Ev rastiyeke avahîsazî ye. Ya herî baş
a ku mêrek dikare bistîne ne tîxek e. Ew ew jin e ku ew şêkil da, ew
hîlbijart, ew ceriband, di nav wî re dît, û biryar da — her sibeh —
gelo ew hêjayî rêûresmê bû. Zilamê Gillette heye ji ber ku jinekê
diyar kir ka mêrek divê çi be. Ne bi zorê. Bi hebûnê. Bi
desthilatdariya bêdeng a kesekî ku cudahiya di navbera xuyabûn û
karakterê de dizane. Ew pîvana ku tîx her tim hewl dida bigihîjiyê
ye.

Mîmariya kampanyayê

Kampanyayeke Gillette ya pêşerojê ku li ser vê rastiye were
avakirin cihê mêr nagire. Ew êşkere dike ka ew her tim li ser çi
hatiye avakirin. Zimanê dîtbarî Mêr tiraş dike. Kamera li pey tîxê

naçe — li pey nêrîna wê diçe. Ew lê dinêre. Ew dinirxîne. Ew biryar dide. Çarçove li ser wê tê girtin, ne li ser wî. Berhem li paşperdeyê ye. Rastî li pêşperdeyê ye. Peyam Ew di neynikê de xuya nake. Ew sedem e ku ew lê dikole. Wê qet gotinên «the best a man can get» negotin. Wê tenê dizanî ku tê çi wateyê — ji her kampanyayê, her dirûsmê, her destpêkirina berhemê çêtir. Platform Ne kampanyayeke xêrxwaziyê. Ne kampanyayeke bihêzkerinê. Ne daxuyaniyeke civakî. Kampanyayeke Rastiyê. Ya herî bi hêz — ji ber ku her tim li wir bû, û kesî ew bi dengê bilind negot.

Sê jinên li pişt her zilamekî Gillette

Li pişt Zilamê Gillette ne yek jin tenê heye. Sê hene — û her mêrê ku qet tîx bi kar aniye hemûyan bi xwe re hildigire.

Jina ku ew fêr kir

Diya wî. Dapîra wî. Jina yekem a ku tîxek xist destê wî û got — bi gotinan an bê gotin — ku mêrek vê dike da ku xwe ji bo dinyayê amade bike. Wê teknîk hîn nekir. Wê niyet hîn kir. Rêûresm berî ku bibe ya wî, ya wê bû.

Jina ku lê dinêre

Hevjîna wî. Jina wî. Jina ku bala xwe didê gelo wî tiraş kiriye an na — ne ji ber ku wî kontrol dike, lê ji ber ku wî dibîne. Nêrîna wê tenê ew e ku valahiya di navbera mêrê ku ew e û mêrê ku dixwaze bibe de dipîve. Ew qet tiştêkî nabêje. Ne hewce ye. Tîx jixwe dizane.

Jina ku biryar dide

Jina li cihê kirînê. Di pêncî salên dîroka bazarê ya Gillette de, piraniya tîxên ku di malên Amerîkî de hatin kirîn ji aliyê jinan ve hatin kirîn. Wê marka hilbijart. Wê berhem hilbijart. Wê biryar da

ka rastbûn ji bo mêrê jiyana wê tê çî wateyê. Marketing ber bi wî ve bû. Biryar her tim ya wê bû.

Koka vegotinê

Ev manîfesto ji beşa marketingê nayê. Ew ji hundir tê — ji çil salên malbatekê ku di hundirê Gillette de jiya, ji hejdeh salên rêveberiya navneteweyî di nav makîneya markayê de, ji salekê ku li hemû pêncî eyaletên Amerîkî hate derbaskirin û li tiştê ku marka ji odeyên xwe yên lijneyê nedikarî bibîne çavdêrî kir.

Tiştê ku hate dîtin, li her eyaletê, di her koma demografîk de, di her qata aborî de, heman rastiya avahîsazî bû:

Jin her tim lîstikvana rastîn bû. Mêr her tim yê xuya bû.

Gillette Saga — heft cild, şeş e-pirtûkên belaş, yek mîmariya vegotinê — heye da ku wê rastiye tomar bike. Ne wek daxuyaniyeke civakî. Wek rastiyeke avahîsazî.

Jin mîmariya veşartî ya markayekê bû ku difikirî ji bo mêran tişteki ava dike. Ew her tim bi riya wê tişteke ava dikir.

Kampanyaya pêşerojê — pêşniyarek

Dema ku Gillette amade be ku rastiya xwe ya tevahî bibêje — ne rastiya tîxekê, lê rastiya wê yekê ku tîx her tim di xizmeta wê de bû — ev kampanya ye ku heye. Çarçoveya destpêkê Destên jinekê. Ne tiraş dikin. Hildibijêrin. Refeke serşokê. Tîxek bi niyet tê danîn. Dengê li ser dûmenê «Wî nizanibû ew dibe çî. Wê dizanî. Wê her tim dizanî.» Birîn Sê nîfş. Sê jin. Sê sibeh. Heman tîx. Sê pênasayên cuda yên ku mêrek divê çî be — hemû yên wê. Çarçoveya dawî ZILAMÊ GILLETTE — TENÊ YA HERÎ BAŞ A JINAN.

Bê dîmena berhemê. Bê nêzîkkirina tîxê. Bê dengekî mêr ku soza markayê dide. Tenê ew rastiya ku marka sedsalekê bi xwe re hilgirtiye bêyî ku qet bibêje.

Daxuyaniya dawî

Gillette tîxa herî baş a ku mêrek dikare bi kar bîne ava kir. Lê ya herî baş a ku mêrek dikare bistîne — pîvan, hêvî, pênaseya tiştê ku ew tîx diviyabû hilberîne — her tim ji aliyê jinekê ve hate danîn. Ew qet ne di nav temaşevanan de bû. Ew sedema hebûna pêşandanê bû. Ew qet ne di bazarê de bû. Ew pîvana ku bazar hewl dida bigihîjîyê bû. Ew qet ne duyem bû. Ew kok bû.

— Nando The Scribe naples-post.com

Ferdinando Frega