

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

БРЕНД ЛИЧНОСТИ: СЕЗАРИЯ ЭВОРА

Выпускная квалификационная работа

студентки по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
очной формы обучения группы 86001406
Перейра Мурену Дарлене Лорены

Научный руководитель –
канд. социол. наук, доцент
кафедры коммуникативистики,
рекламы и связей с общественностью
Питинова М. Ю.

БЕЛГОРОД 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. Уникальность как основа бренда личности	
1.1. Бренд личности: теоретический аспект.....	5
1.2. Личность, творческая и общественная деятельность Сезарии Эвора	14
ГЛАВА II. Сезария Эвора: креативный образ и история формирования бренда	
2.1. Характеристика креативного образа Сезарии Эвора	24
2.2. История формирования бренда «Сезария Эвора»	27
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	36
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	38
СПИСОК ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ	39
ПРИЛОЖЕНИЯ	41

Введение

Актуальность работы. Бренды окружают нас во всех сферах жизни. Теперь брендом может быть не только товар, но и страна, партия, личность.

В первую очередь бренды личности проявляются не на уровне межличностного общения, а в различных сферах: культуры, бизнеса, международных отношений, спорта и политики. Нельзя недооценивать их значимость. На данном этапе развития технологий маркетинга бренд-личность не просто уникальность, а самый настоящий проект. Любой проект можно разделить на этапы создания и продвижения, а также вычленить особые действия при его создании.

Бренды личности встречаются во всех сферах жизни. Темп её ускоряется, ускоряется обмен информацией. Значит, сообщение должно передаваться быстро и чётко, поэтому люди всё больше втягиваются в процесс создания личных брендов. Нельзя быть просто хорошим работником или профессионалом, нужно быть уникальным и убеждать людей в своей уникальности.

Можно считать, что образовался новый рынок, и люди-бренды - это самые востребованные товары. Высокий спрос на литературу по самосовершенствованию и самопродвижению ещё раз доказывает заинтересованность общества в методах брендинга. Во многом без успешной самопрезентации стало невозможным добиться успеха.

В настоящее время очевидно, что люди могут являться брендами. Перелистывая далекое и близкое прошлое или оценивая обзревая настоящее, мы все больше убеждаемся в том, что все значимые публичные фигуры можно назвать брендами. Чтобы преуспеть в каком-либо деле, человек должен выработать основную жизненную цель. Можно назвать эту цель миссией отдельного индивидуума. Причем у большинства индивидуумов миссия будет строиться на ценностях жизненного успеха, карьерного роста, семейного благополучия и благосостояния как такового.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных исследователей:

- по связям с общественностью: Э.В. Кондратьева, Р.Н. Абрамова, А.Н. Чумикова и др.;

- по брендингу: М. Васильевой, А. Надеина и др.;

по рекламе: Д. Огилви, И. Ишминцевой, И.Е. Красновой, В.И. Свинцова, И.А. Соловьева.

Объект исследования – бренд личности.

Предмет исследования – бренд личности Сезарии Эвора.

Цель работы – изучить составляющие уникальности бренда личности Сезарии Эвора.

Данная цель предопределила необходимость и порядок решения следующих задач:

1) изучить теоретические основы бренда личности; проанализировать личностные характеристики, творческую и общественную деятельность Сезарии Эвора как основу ее бренда; охарактеризовать креативный образ Сезарии Эвора; рассмотреть историю формирования бренда «Сезария Эвора».

Эмпирической базой исследования послужили концертные выступления Сезарии Эвора и ее музыкальные клипы, телепередачи и публикации в отечественных и зарубежных СМИ, посвященные творческой и общественной деятельности певицы.

Методы исследования. В ходе исследования использовались методы описания, обобщения, наблюдения, анализа, элементы контент-анализа.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ГЛАВА I. Уникальность как основа бренда личности

1.1. Бренд личности: теоретический аспект

Термин "бренд" имеет несколько значений: марка, метка, тавро, сорт, клеймо, а также торговая марка, фабричная марка, знак собственника и т.д. Кроме того, различные авторы, как зарубежные, так и российские, дают определение бренда с разных точек зрения, выделяя в нем те или иные черты. Следовательно, на сегодняшний момент не существует единого устоявшегося определения этого понятия ни у зарубежных специалистов, ни в российских научных кругах, поэтому для уточнения данного термина приведем и проанализируем различные точки зрения теоретиков и практиков брендинга и сформулируем собственный подход к определению данного понятия.

По определению американского специалиста Ф. Котлера, бренд – это название, термин, символ или дизайн (либо комбинация всех этих понятий), обозначающее определенный вид товара или услуги отдельно взятого производителя (либо группы производителей) и выделяющие его среди товаров и услуг других производителей[2].

В работе П. Темпорала "Эффективный бренд-менеджмент", которую Ф. Котлер назвал одной из лучших книг по бренд-менеджменту, отмечается, что "бренд существует только в сознании потребителей и без их эмоциональной приверженности они есть и будут просто обезличенными предприятиями, товарами и услугами... Бренд – это и есть совокупность взаимоотношений между товаром и потребителями..."[3].

Д. Огилви, основатель рекламного агентства Ogilvy & Mather, считает брендом "неосязаемую сумму свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования. Бренд так же является сочетанием впечатления, который он производит на потребителей и результатом их опыта в использовании бренда"[4].

Д. Траут дает следующее определение: "Бренд – это хорошая идея плюс

проникновение в сознание потребителей"[5].

В. Музыкант представляет бренд как совокупность представлений и ожиданий потребителя в отношении конкретного "брендированного" товара, тогда как торговая марка, отмечает он, это отдельные вербальные и визуальные элементы фирменного стиля, позволяющие потребителю идентифицировать товар и выделять его из товарной группы[6]. И. Соловьева, управляющий директор Interbrand в России, утверждает, что "бренд – это совокупность впечатлений, вызываемых у потребителя той или иной торговой маркой".

М. И. Яндиев предлагает свой вариант определения бренда и описывает его так: "Бренд – это явление, когда имеет место массовое производство однотипных эмоций как самостоятельного товара, предназначенного для распространения. Коммерческий бренд – для распространения среди покупателей с целью извлечения прибыли, некоммерческий – среди сопричастных лиц с какой-либо социальной или пропагандистской целью"[7].

Существуют количественные показатели понятия "бренд". Так, авторы М. Дэвис Скотт, Т. А. Лейни, Е. А. Семенова и С. А. Шилина предлагают считать товар брендом, если[8]:

- 1) он доступен 75% покупателей;
- 2) 75% целевой аудитории может просто по одному названию бренда определить отрасль деятельности;
- 3) минимум 20% покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно;
- 4) минимум 20% покупателей из целевой аудитории могут верно опознать основные характеристики бренда;
- 5) товар существует на рынке как минимум пять лет;
- 6) покупатели в любом случае будут платить за этот товар больше, чем за аналогичные товары в категории.

Если о товаре осведомлена вся его целевая аудитория, он доступен на рынке, но его не покупают, то это не бренд.

Многие российские маркетологи до сих пор часто путают два разных термина – "бренд" и "торговая марка", и подобная путаница встречается даже в научной русскоязычной литературе по маркетингу.

Проблема возникает преимущественно потому, что в англоязычной литературе вышеуказанные понятия обозначены разными словами – соответственно brand и trademark. В русскоязычной литературе чаще используется устоявшееся понятие – "торговая марка" (которое в зависимости от контекста может обозначать как бренд, так и торговую марку). Между тем существует смысловая разница между этими терминами. Для начала приведем определения таких понятий, как товарный знак и торговая марка. Словарь по экономике и финансам дает следующие определения.

Товарный знак (ТЗ) – рисунок, этикетка, клеймо и т.д., присвоенный определенному товару или фирме; помещается на товаре, его упаковке, фирменных бланках, вывесках, рекламных материалах; регистрируется в соответствующем государственном учреждении; защищает исключительные права продавца на пользование товарным знаком.

Торговая марка (ТМ) – торговый знак, указывающий на изготовителя товара, а не на вид выпускаемой продукции.



Рис. 1.1. Соотношение понятий "бренд", "торговая марка" и "товар"[10]

Итак, понятие бренда товара и услуг более широкое, чем понятие торговой марки, поскольку в него еще дополнительно входят:

– сам товар или услуга со всеми характеристиками;

- набор ожиданий, эмоций, ассоциаций, воспринимаемых пользователем и приписываемых им товару (имидж товара, brand-image);
- информация о потребителе;
- обещания каких-либо преимуществ, данные автором бренда потребителям, т.е. тот смысл, который вкладывают в него сами создатели. Следовательно, далеко не каждая товарная марка может стать брендом, для этого она должна приобрести известность на рынке и доверие у покупателей.

Основные различия бренда и торговой марки представлены в табл. 1.1.

Основные различия бренда и торговой марки		
Категория сравнения	Бренд	Торговая марка
Основные составляющие	Комплекс ассоциаций, впечатлений, имидж	Название, изображение, звуковые символы
Объективность	Зависит от восприятия конкретного потребителя, субъективен	Является эксклюзивным отличительным обозначением, объективна
Взаимоотношение	Бренд включает в себя торговую марку	Не каждая торговая марка может стать брендом
Развитие (динамичность)	Требует постоянного контроля и управления, учитывая изменяющиеся требования рынка и предпочтения покупателей	Единожды разработанная, закрепляется за владельцем юридически на определенный срок
Момент прекращения существования	Существует до тех пор, пока выполняет данное потребителю обещание	Прекращает свое существование в законодательном порядке

Таблица 1.1.

Для трансформации торговой марки в бренд необходимо время, в течение которого формируется доверие потребителя, создается умение идентифицировать этот бренд и ощущать психологическое, эмоциональное вознаграждение от приобретения и пользования этого избранного потребителем бренда. Со стороны продукта в этот период времени проводятся

маркетинговые мероприятия по формированию позитивного отношения к бренду, ускоренному восприятию его потребителем, по добавлению ценности продукту, укреплению потенциала бренда и т.д.

Взаимосвязь бренда и торговой марки представлена на рис. 1.2.

Торговая марка несет покупателю определенный набор свойств, преимуществ и услуг. Она служит отметиной, эмблемой, сообщающей определенные сведения о товаре.

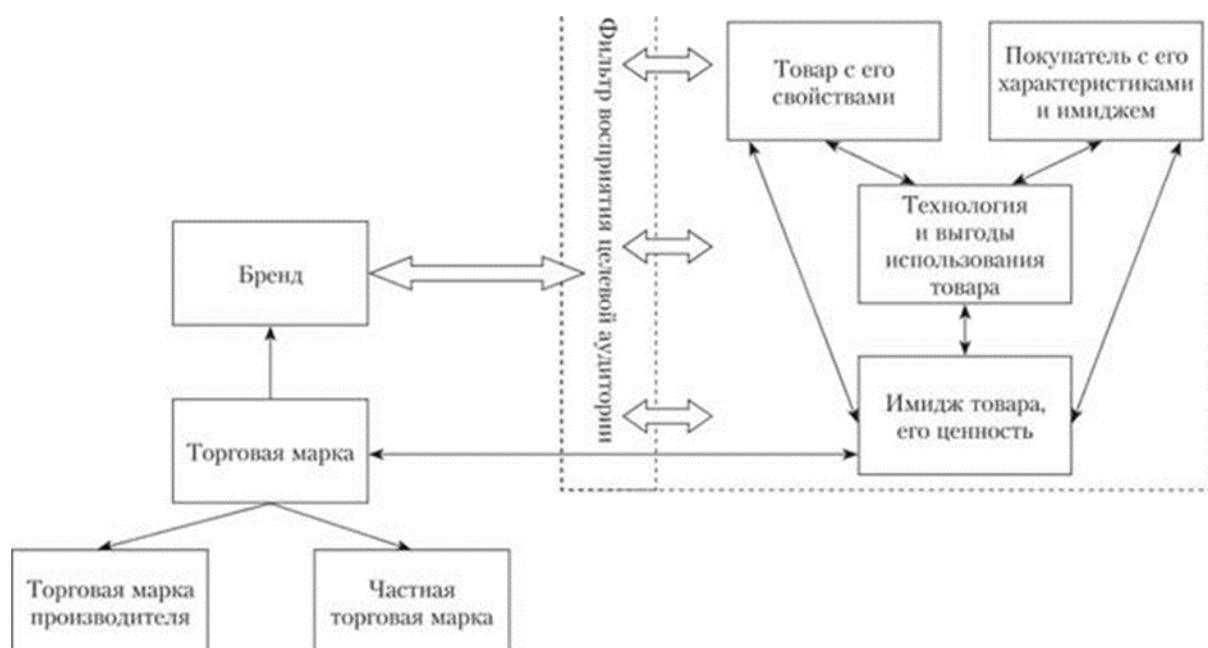


Рис. 1.2. Взаимосвязь бренда и торговой марки

Достаточно полную и оригинальную классификацию современных функций, выполняемых брендом, предлагает один из крупнейших современных специалистов в области брендинга Ж.-Н. Капферер (табл. 1.2).

Таблица 1.2.

Функции бренда по отношению к потребителю [13]

Функция	Потребительская выгода
Идентификация (<i>Identification</i>)	Четкость, осмысленность предложения, возможность быстрого поиска интересных предложений

Практичность (<i>Practicality</i>)	Позволяет экономить время и силы благодаря аналогичным покупкам и приверженности определенному бренду
Гарантия (<i>Guarantee</i>)	Дает уверенность в одинаковом качестве продукта (услуги) вне зависимости от времени и места приобретения
Оптимизация (<i>Optimization</i>)	Дает уверенность в том, что приобретается лучший продукт в данной категории, наилучшим образом подходящий для выбранной цели
Создание образа (<i>Characterization</i>)	Подтверждает имидж потребителя для него самого или для окружающих
Постоянство (<i>Continuity</i>)	Удовлетворение, испытываемое благодаря дружественным отношениям, близостью с брендом, который потребляется в течение многих лет
Удовольствие (<i>Hedonistic</i>)	Удовлетворение, связанное с привлекательностью бренда, его логотипом и стилем общения с потребителем
Этичность (<i>Ethical</i>)	Удовлетворение, связанное с уважительным отношением бренда к обществу (аспекты экологии, безработицы, гражданской ответственности, отсутствие шокирующей рекламы)

Каждый бренд обладает главной, основной характеристикой, которая определяет его суть – **сущность бренда**. Наряду с сущностью бренда нельзя забывать и о его миссии – это смысл существования бренда, каким его понимают производители. Все атрибуты бренда в совокупности составляют **индивидуальность бренда** – его значение, которое создает и поддерживает специалист по бренду. Индивидуальность бренда выражает то, что должен означать бренд и является неким долгосрочным обещанием потребителям от создателей бренда.

Индивидуальность бренда является комбинацией нескольких компонентов: **позиционирование бренда** – место, которое бренд занимает в сознании потребителя и относительно других брендов; характера, или личности, человеческих черт, которые создатели наделяют бренд и отношения к потребителям.

Как считают потребители, бренд обладает определенным набором ассоциаций, который в настоящий момент находится в сознании потребителя. Эти ассоциации выражают то, что означает бренд именно сейчас и является сиюминутным обещанием потребителям от автора бренда. В частности, имидж бренда может сформировать рекламная кампания. Важно отметить, что **имидж бренда** – это то, что в настоящий момент находится в сознании потребителя.

Приверженность бренду – психологический фактор, связанный с восприятием бренда потребителем. Сила приверженности бренду – это выбор данного бренда при наличии других альтернатив (часто измеряется с помощью частоты повторных покупок или чувствительностью к цене).

В. Л. Музыкант дает следующее определение брендинга: "**Брендинг** – область системы маркетинговых коммуникаций, занимающаяся разработкой фирменного стиля, его элементов, формированием уникального имиджа фирмы, отличающего ее от конкурентов". Он так же уточняет, что брендинг "представляет собой управленческую деятельность по созданию позитивного имиджа товара, в основе, которой лежит комбинация слов, символов, стилевого решения “фирменного стиля”, с целью выгодного выделения изделия среди конкурирующих товаров"[18].

Личный бренд — понятное интуитивно, но сложно объяснимое словами понятие. Оно состоит, в первую очередь, из твоей личности — из того, как она взаимодействует с другими людьми. Чем большее количество людей, на которых твоя личность может повлиять и вдохновить, тем быстрее и эффективнее будет расти личный бренд.

Внешнее проявление личного бренда — твой внешний вид и то, как ты поступаешь каждый день, твой профессионализм. Внутреннее — какая картинка и ощущения появляются у человека в голове, когда он вспоминает конкретную личность.

С ростом виртуального пространства (интернет) и распространением социальных медиа понятие индивидуальный брендинг и статус личностного признания в сети достигли нового уровня для пользователей социальных сетей. Позиционирования своей деятельности в виртуальном пространстве имеет возможность влиять на деятельность в реальном мире.

Впервые понятия персональный брендинг, позиционирование себя, индивидуальный брендинг, были описаны в 1937 году в книге «Думай и богатей» Наполеон Хилл. Более современные методики само позиционирования появились в 1981 в книге «Positioning: The Battle for Your Mind», Эл Райс и Джек Траут позже практику популяризировал Том Питерс. Концепции личностного успеха от само позиционирования как полагают, были впервые использованы и обсуждались в статье «The Brand Called You» Тома Питерса в 1997.

В сравнении с существующим определением: Personal branding is the practice of people marketing themselves and their careers as brands, where the personal-branding concept suggests instead that success comes from self-packaging. («Персональный брендинг — это практика маркетинга себя и своих карьер как бренд, где концепция персонального брендинга подразумевает личностный успех исходит от само позиционирования»); концепция индивидуального бренда связывает личностный успех и признание сообщества с совершенным действием или умениям индивидуума в моменте времени.

Сегодня информационные технологии в виртуальном пространстве позволяют любой аудитории измерять результативность деятельности и умений индивидуумов. Существующие технологии оценок обратной связи о совершённых действиях и умениях позволяют любому пользователю интернета измерять статус личностного признания в моменте времени.

Возможность новых процессов измерять статистические данные результативности индивидуальных умений в моменте времени в сочетании с существующими процессами само позиционирования позволило объединить концепции в единое определение.

Личный бренд – это узнаваемое, всем известное имя человека, который «сделал сам себя».

Существует ряд правил, значимых при формировании бренда личности.

Первое правило – выделяться из толпы коллег. Для этого нужно или быть специалистом на уровень выше от остальных, или уметь хорошо продавать себя: дать понять клиенту, что только человек-бренд может предложить ему более качественное, интересное и результативное сотрудничество.

В формировании бренда успех и достижение цели только на 30% зависят от профессионализма, то есть того, что внутри. Остальные 70% успеха составляет умение «подать себя». Личностный брендинг – одна из немногих сфер, где «обертка» - это более весомый фактор, чем «начинка».

Второе правило - составить у окружающих положительный уникальный образ. В деловом мире имя делается исключительно на кристальной и порядочной репутации. Человек с личным брендом, точно знает, где его место на рынке. Он не «рассеивается» на все подряд, а занимает тот сегмент услуг, где его знания и способности могут раскрыться больше всего. Причем данная рыночная ниша должна быть достаточно конкретизированной и узкой, чтобы формировать мнение о себе, как о специалисте в определенной области, но и достаточно широкой, чтобы постоянно иметь достаточное количество клиентов. Составить список своих компетенций и обнародовать их – это самое сложное задание в формировании персонального бренда.

В-третьих, человек-бренд должен иметь свой собственный стиль, который формируют:

- позиционирование себя как поставщика уникальных товаров или услуг;

- наличие Уникального Торгового Предложения, которое доносится до всех потенциальных клиентов и даже конкурентов;

- вспомогательные инструменты, которые демонстрируют уникальность и особенность человека-бренда и работают на него: свой сайт или блог, рекламный слоган, визитки, подпись. Если говорить о построении личного бренда в Сети, то даже аватар и никнейм – это средства, которые помогают формировать имя.

В-четвёртых, постоянно быть на виду в профессиональной среде: делиться своими знаниями, наблюдениями, помогать новичкам, принимать активное участие в публичной профессиональной жизни, отстаивать свою точку зрения – в общем, постоянно доказывать свою состоятельность и профессионализм.

Создание имиджа – важная часть при создании бренда личности.

Имидж - «образ какого либо лица, предмета или явления, создаваемый умышленно с целью психологического воздействия».

Отличие бренда и имиджа в том, что имидж не имеет прочной фиксации в сознании, он сменяем. Имидж помогает бренду передавать его основную идею. Так строгие костюмы и деловые портфели придают нам значительности. В то же время бренд не должен действовать и мыслить только в рамках стереотипа, необходимо пробовать разные стили. А порой даже полезно разрушить стереотип. Для успеха можно удивить всех, появившись в необычном облике, например президент в шерстяном свитере - это прекрасный способ развеять холод недоверия.

1.2. Личность, творческая и общественная деятельность Сесарии Эвора

Сезáрия Э́вора (порт. *Cesária Évora*; по прозвищу «босоногая дива»; 27 августа 1941, Минделу — 17 декабря 2011[2], Сан-Висенте) — певица с островов Зелёного Мыса, исполнительница морны, фаду и модиньи. Пела на

кабовердийском креольском. Акустическое обрамление голосу составляли рояль, гавайская гитара, аккордеон, скрипки и кларнет.

На сцену Эвора неизменно выходила босиком — это символическая дань бедности, в которой жили (и почти половина продолжают жить) её земляки на Островах Зелёного Мыса. Певица ходила босиком и в жизни, на протяжении многих лет. Она обувалась лишь в сандалии во время поездок по странам с умеренным климатом.

С 1958 года, то есть с 17-летнего возраста Сезария работала в музыкальных барах Минделу. Первоначально исполняла песни в стиле «морна» (порт. *morna*) — жанр, традиционный для Островов Зелёного Мыса, а также «фаду» (порт. *fado*), африканские песни и коладера.

Свой первый сольный альбом певица записала в сорок три года в Лиссабоне. Первым продюсером Эворы стал другой известный певец — кабовердец Тито Парис. Там же в Лиссабоне в ресторане «Enclave» (где собирался клуб лиссабонских кабовердцев), её услышал Жозе да Силва, француз с кабовердийскими корнями, и был покорён её голосом так, что посвятил три года тому, чтобы сделать её знаменитой. Он привёз уже 47-летнюю певицу во Францию. С этого момента началось её сотрудничество с «Lusafrika».

В начале 1980-х годов Сезария Эвора начала тур по Европе. А уже в 1988 году она стала знаменита на весь мир. Особое признание Сезария получила после выхода её четвёртого альбома «Мисс Перфумаду» в 1992 году.

Первое выступление певицы в России состоялось в апреле 2002 года в театре Анатолия Васильева на Сретенке. Этот концерт был закрыт для широкой публики и официально о визите не сообщалось. Второй концерт прошёл в мае того же года в Малом театре. В последующие годы певица неоднократно выступала в России с концертами в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Барнауле, Екатеринбурге, Перми, Твери, Архангельске, Уфе, Тюмени, Ярославле, Самаре, Иркутске, Красноярске, Новосибирске, Омске, Нижнем Новгороде, Томске, Владивостоке, Хабаровске и Казани.

В мае 2010 года из-за проблем с сердцем певице пришлось отменить все свои концертные выступления до конца года. В сентябре 2011 года она объявила о завершении певческой карьеры.

17 декабря 2011 года Сезария Эвора скончалась в Кабо-Верде в возрасте 70 лет. Причины смерти — сердечно-лёгочная недостаточность и артериальная гипертензия.

Сезария Эвора сделала музыку островов Зелёного мыса всемирным трендом.

(Интервью - Артемий Кивович Троицкий и журналист Сергей Пархоменко):

"Босоногая дива" Сезария Эвора, которая скончалась в субботу в Кабо-Верде в возрасте 70 лет, вывела музыку своих родных островов Зеленого мыса на мировой уровень благодаря своему таланту и зародившейся тоске по искренности в музыкальной среде, отравленной бездушностью изъезженных жанров, считают российские музыкальные критики.

В спорткомплексе "Олимпийский" состоялся единственный концерт легендарной африканской певицы, звезды этнической музыки Сезарии Эворы. Несмотря на погодные катаклизмы и снег, Эвора призналась, что рада новой встрече с москвичами.

На этот раз российских меломанов ожидала встреча не только с "черной Эдит Пиаф" . Вместе с Эворой выступил вся музыкальная элита Кабо Верде - вокалистка Фанча, гитарист и композитор, автор текстов лучших песен Эворы Теофилио Шантр и певец и композитор Тито Парис.

Этот визит в российскую столицу стал третьим для Сезарии Эворы. Первое выступление певицы состоялось в апреле 2002 года в театре Анатолия Васильева на Сретенке, тогда концерт был закрыт для широкой публики и приезд знаменитости официально не объявлялся.

Второй концерт певица дала в мае прошлого года в Малом театре. Средняя цена билетов на это выступление певицы составляла 5 тыс. рублей,

но билеты были раскуплены москвичами задолго до концерта.

Размеры "Олимпийского" Эвору не смущают. Она смогла петь везде, куда ее приглашали. Причем всегда выступала босой. "У себя на родине в Кабо-Верде я привыкла обходиться без обуви", - поясняла Сезария. Ей уже была 60 лет, и она не собиралась менять привычек.

Кстати, Эвора поела на разных языках и не исключала, что со временем что-нибудь исполнила и по-русски, передала ИТАР-ТАСС.

В основном Эвора пела "морны" - песни в особом жанре, смешивающем западно-африканские ритмы, бразильские модиньи, португальские фаду и песни английских моряков.

Музыкальный критик Артемий Троицкий, отвечая на вопрос РИА Новости о феномене певицы, сказал, что "Эвора добилась популярности относительно недавно - где-то в конце 80-х начале 90-х годов, то есть уже в зрелом возрасте, а до этого была она женщиной простой и абсолютно необразованной в музыкальном отношении".

Насколько известно Троицкому, "на островах Зеленого мыса, где Эвора прожила всю жизнь, особо нет учебных заведений ни музыкальных, ни прочих".

"Но в итоге она сделала музыку своих островов популярной во всем мире, поскольку женщина она на самом деле исключительно талантливая и голосистая, а стиль ее казался очень экзотичным и пришелся ко двору людям, которые устали от бездушности современной поп-музыки. Услышали они в пении Эворы что-то вечное и бесконечно душевное. Думаю, именно поэтому она стала популярна и в нашей стране, хотя произошло это значительно позже, чем во Франции и других европейских странах", - считает критик.

Он отметил, что у него Эвора всегда вызывала ассоциации с российской певицей Людмилой Зыкиной, и в одном из своих текстов он даже назвал ее "черной Людмилой Зыкиной".

Троицкий вспомнил, что принимал участие в организации первого концерта Сезарии Эворы в Москве в 2002 году на сцене Театра Анатолия

Васильева на Сретенке.

"В России ее тут же полюбили за душевность, за то, что песни ее по чувству, по звучанию и по мелодике очень славянские. Так что после московского дебюта Эвору приглашали на гастроли в Россию много раз, и не только в столицу, но и в весьма отдаленных местах - в Сибири, например, и неизменно она собирала полные залы", - рассказал собеседник агентства.

В свою очередь, журналист Сергей Пархоменко, который также присутствовал на дебюте певицы в Москве, правда, не в роли организатора, а в роли давнего ее поклонника, рассказал РИА Новости о том, что познакомился с творчеством Эворы чуть ли не раньше всех в России и стал невольным пропагандистом ее музыки у нас в стране.

"Мой папа был корреспондентом Гостелерадио на Островах Зеленого мыса в конце 80-х годов и, приехав оттуда, он привез мне магнитофонную кассету с одной теткой, которую он слышал там в одном ресторане - там же продавались самодельные кассеты с ее записями. Тогда я впервые услышал Эвору, и она мне очень понравилась", - поделился Пархоменко.

Спустя почти 20 лет, в самом начале 2000-х он обнаружил диск Эворы в одном из музыкальных магазинов Парижа.

"Я привез альбом в Москву, и оказалось, что я один из первых, кто начал распространять ее музыку здесь, а потом появился интернет, и я стал вывешивать ее в сети. Таким образом, я нечаянно оказался одним из пропагандистов ее творчества в России", - сказал журналист.

По его мнению, быстро набравшая силу популярность Эворы в мире и, в частности, в России объясняется просто: "Она открыла огромный пласт мировой музыки и заставила нас всех интересоваться колоссальной креольской культурой - главное не путать креольскую культуру, касающуюся островов Карибского моря, и культуру языка креоли - это такой компот из французского, португальского и всяких африканских наречий".

Пархоменко, как и Троицкий, обратил внимание на частоту гастролей певицы. Впервые увидев ее на закрытом концерте в Театре Васильева на

Сретенке, он удивился, что буквально через несколько недель она снова выступала с концертом в Москве.

"А потом ее еще раз привезли в Москву, потом еще раз, потом еще 50 раз - это классический случай, когда такой неумеренной эксплуатацией замечательную певицу низвели до состояния корпоратива и в какой-то момент совершенно перекормили ее публику - люди перестали слышать, что собственно она поет", - считает собеседник агентства.

В 2008 году Сезария Эвора из-за плохого самочувствия отменила тур по Европе, сообщало АРР. Представители звукозаписывающего лейбла Lusafrika, объявившие об отмене концертов Эворы, не стали уточнять, с чем связано ухудшение самочувствия 66-летней певицы.

Планировалось, что с конца июня Эвора начнёт гастрольный тур по Европе, в который были включены: Франция, Швейцария, Бельгия, Португалия, Румыния, Греция, Италия и Испания. В октябре у певицы должны были состояться еще несколько выступлений в странах Европы.

Сезария Эвора - самая известная в мире исполнительница *morna* - песен традиционного для ее родины - Островов Зеленого Мыса (Кабо Верде) - жанра, испытавшего влияние как португальской музыки, так и музыки Африки и Бразилии. Эвора, широкая популярность к которой пришла лишь в 1992 году, поет на кабовердийском креольском - диалекте португальского языка. Певица неоднократно выступала в Москве, как на общедоступных концертах, так и на частных мероприятиях.

В 1975 году Португалия предоставила независимость Сенегалу, что стало причиной окончательного сворачивания торговли в Кабо-Верде, которая и до этого уже начала угасать. Большая часть музыкантов эмигрировали в разных направлениях. Сезария осталась. Она дальше продолжала петь, меряя родную землю босыми ногами и стараясь хоть как-то скрасить жизнь земляков. Кстати, певица всегда ходила босиком, не надевала обувь и на концерты. Она нужна ей была только для выезда в страны с более холодным климатом. На вопрос о своем босоногом имидже Сезария отвечала, что таким

образом выказывает солидарность с африканскими женщинами и детьми, живущими за чертой бедности. Знаменитая по тем временам певица Бана и ассоциация женщин Кабо-Верде неоднократно приглашали Сезарию в Лиссабон для записи. Мировая слава принесла Сезарии больше 50 миллионов долларов. Она не стала строить фешенебельных особняков и покупать виллы на Майами. Все деньги певица потратила на содержание начального образования и системы здравоохранения своей страны. Благодарные земляки хотели при жизни поставить Сезаре памятник, но она отказалась тратить деньги на увековечивание своей персоны, распорядившись отдать их детям. Обладая всего одним языком — креольским, не имея специального образования, она доказала, что успех приходит тогда, когда человек искренне любит свое дело и остается верен ему всегда.

Награды

- Сезария Эвора является двукратной обладательницей французской музыкальной награды — «Виктуар де ля мюзик» (в 2000 году за альбом *Café Atlantico* и в 2004 году за альбом *Voz d'Amor*).
- Пять раз она была номинирована на «Grammy» (альбом «Cesária» в 1995, альбом «Cabo Verde» в 1997, альбом «Miss Perfumado» в 1999, альбом «Café Atlantico» в 2000, альбом «Café Atlantico» в 2001), один раз стала лауреатом этой премии (за альбом «Voz d'Amor» в 2004).
- 6 февраля 2009 года Сезария Эвора награждена французским орденом Почётного легиона.
- День её смерти стал день «Сезария Эвора» и национальный праздник (17 декабря) в Кабо-Верде.

Дискография

- 1987 — *Distino di belta* (рус. назначения Белту)
- 1988 — *La Diva Aux Pieds Nus* (рус. *Босоногая дива*)

- 1990 — Distino de Belita (рус. Судьба красавицы)
- 1991 — Mar Azul (рус. Лазурное море)
- 1992 — Miss Perfumado (рус. Благоухающая девушка)
- 1994 — Sodade (рус. Тоска)
- 1995 — Cesária (рус. Сезария)
- 1997 — Cabo Verde (рус. Кабо Верде)
- 1999 — Café Atlântico (рус. Кафе Атлантику)
- 1999 — Mar Azul (рус. синее море)
- 1999 — Cesaria Evora Remixes
- 1999 — Best Of (рус. Избранное)
- 2001 — São Vicente de Longe (рус. Сан Винсенте издалека)
- 2003 — Voz de Amor (рус. Голос любви)
- 2006 — Rogamar (рус. Ода морю)
- 2009 — Nha Sentimento (рус. Мое чувство)
- 2013 — Mae Carinhosa (рус. Любимая мама)

Как сообщала газета *The Guardian*, у 68-летней исполнительницы случился сердечный приступ после концерта в Лиссабоне. В воскресенье ее экстренно доставили в одну из клиник французской столицы, где на следующий день была сделана операция, длившаяся шесть часов.

Представители звукозаписывающего лейбла Сезарии Эворы *Lusafrica* заявили, что операция прошла успешно и певица восстанавливается в отделении интенсивной терапии.

В связи с ухудшением здоровья Эворе пришлось отменить все свои концертные выступления до конца 2010 года, включая европейский и североамериканский туры, а также летние выступления в Китае, Бразилии и Тунисе. С начала года певица находилась в мировом гастрольном турне в поддержку своего последнего альбома "*Nha Sentimento*", вышедшего в октябре 2009-го.

Сезария Эвора уже не впервые прерывала гастроли из-за проблем со здоровьем. Ее предыдущий тур 2008 года также был досрочно завершён из-за

инсульта.

Вскоре легендарная певица из Кабо-Верде объявила о завершении музыкальной карьеры. Об этом сообщало Agence France-Presse со ссылкой на звукозаписывающую компанию Lusafrika, выпускающую альбомы певицы.

Как отмечался в заявлении лейбла, 70-летняя исполнительница прибыла в Париж, чтобы дать серию концертов во Франции. Однако Эвора была "настолько слаба", что в итоге приняла решение отменить все концерты и прекратить занятия музыкой.

За последние годы Сезария Эвора неоднократно испытывала проблемы со здоровьем. В 2008 году певица перенесла инсульт после концерта в Мельбурне. В мае 2010 года ей была сделана операция на сердце в Париже, после чего исполнительнице пришлось отменить все выступления до конца года.

За годы своей карьеры певица выпустила 12 студийных альбомов. Последний сольный альбом Эворы, "Nha Sentimento", датируется октябрём 2009 года. В ноябре 2010 года вышла пластинка "Cesaria Evora & ...", сборник дуэтов Эворы с Адриано Челентано, Гораном Бреговичем, Компаем Сегундо, Бонни Райтт и другими исполнителями.

Певица Сезария Эвора скончалась у себя на родине в Кабо-Верде 17 декабря. Ей было 70 лет. В сентябре 2011 года легендарная исполнительница народной музыки объявила, что покидает сцену из-за проблем со здоровьем.

Эвора пела на местном диалекте португальского языка. Среди стилей фольклорной музыки, которые она прославила, были кабовердийская морна и португальский жанр фаду. Эвора всегда выходила на сцену босиком, символически указывая на нищету, в которой живет народ островов Зеленого мыса; благодаря этому она прославилась под прозвищем "босоногая дива".

Сезария Эвора начала записывать музыку уже после сорока, а прославилась в конце 1980-х годов. Уже в XXI веке певица неоднократно выступала во многих российских городах. Эвора записала 11 сольных альбомов. У Сезарии Эвора было трое детей от разных мужчин, но она никогда

не была замужем.

Вывод к главе 1.

Бренд личности стал направлением для современного общества, маркетинга и рекламы. Уникальность является основой бренда личности.

Уникальность бренда личности Сесарии Эвора выражается в следующих составляющих: экзотическое происхождение и история ее жизни; нестандартная для шоу-бизнеса внешность; редкий музыкальный талант; уникальный тембр голоса; репертуар, предполагающий душевное исполнение; особенности гардероба, благодаря которым сложился необычный и запоминающийся образ; самобытная манера поведения во время концертов и интервью; исключительно щедрая благотворительная деятельность. Всё это сделало Сесарию Эвора воплощением своего народа и Кабо-Верде, и люди всего мира знают об Островах Зелёного Мыса, потому что знают творчество Сесарии Эвора.

ГЛАВА II. Сезария Эвора: креативный образ и история формирования бренда

2.1. Характеристика креативного образа Сезарии Эвора

Люди Кабо-Верде известны своей музыкальностью, о чем свидетельствуют такие популярные мероприятия, как Карнавал Миндело, чье значение заключается в популяризации, и из-за этого острова стали известны как «Кабо-вердианская Бразилия» (или «маленькая Бразилия»). И в карнавале сейчас участвует одна известная группа в честь которой называется – Самба Тропикал, также во время карнавал еще многие группы используют её музыкальный стиль, имидж и многое другое.

Зачастую, когда говорят об каком-либо альбоме, обсуждают его содержание, то это уже само по себе свидетельствует о том, что этот альбом незаурядный. В случае Май Кариньоза, очень трудно полностью определить формулу ее успеха. Вскоре, более года спустя после ее смерти люди узнают о существовании более двенадцати альбомов. У этой певицы из Кабо-Верде представлен классический репертуар кабовердианской музыки – морны и коладеры, латиноамериканской музыки, а также незабываемый стиль игры на фотрепиано, прославивший ее на весь мир.

Её последний альбом Май Кариньоза был как прощальный подарок нам после ее звездного международного тура, как некое чудо. До того, как Сезария начала петь, мало кто знал, что существует Кабо-Верде и где находится этот архипелаг, который был открыт и колонизирован португальцами, находящийся в паре сотен километров на запад от Сенегала. В 1987 году когда Сезарии было 46 лет и она пела в барах города Минделу за символическую плату, Жозе да Сильва, француз кабовердианского происхождения, проживавший в столице архипелага, решил стать ее продюсером. Сезария постепенно осваивает западную сцену и начинает

покорять французскую аудиторию. В 1992 году две песни Содад и Ангола с альбома Мисс Перфумадо буквально взорвали мир музыки. Таким образом, восходит ее звезда: она поет по всему миру, где её потрясающий голос завоевывает сердца слушателей. В течение почти двадцати лет длилась непрерывная череда успехов в области популярной музыки: премия Грэмми и орден Почетного легиона во Франции, премия Грэмми в Соединенных Штатах, золотые диски в большинстве стран... Сезария Эвора сумела стать более знаменитой, чем на своей родине, и за это она получила дипломатический паспорт.

Каждый альбом Сезарии особенный, каждый диск это путешествие, с его особенной атмосферой, цветом. Задача состоит в том, чтобы предоставить публике красивый альбом, который будут слушать от первого до последнего трека еще и еще раз, не уставая. Установите треклист. В репертуаре Сезарии много песен имеют одинаковую тематику, но, тем не менее они каждый раз разные и по-своему индивидуальны.

К моменту своей смерти 17 декабря 2011 никто не думал, что сокровищница этих неизданных песен может стать целым альбомом. В память о ней был проведен концерт, собравший 6 тысяч зрителей в ходе проведения фестиваля Рио Локо в Тулузе, где все билеты были проданы задолго до начала этого мероприятия.

В возрасте 17 лет у Сезарии уже была своя группа музыкантов, с которыми она выступала в клубах, завоевывая все большее число поклонников и зарабатывая на жизнь себе и своей семье. Ее выступления были яркими и запоминающимися, она умела затронуть струны человеческой души так, что очень скоро она получила всеобщее народное признание и любовь, а самой высокой наградой был титул "королевы морны". В 1975 году Португалия предоставила независимость Сенегалу, что стало причиной окончательного сворачивания торговли в Кабо-Верде, которая и до этого уже начала угасать. Большая часть музыкантов эмигрировали в разных направлениях.

Первым продюсировать Эвору начал знаменитый певец, ее земляк Тито Парис. Дебют сольного альбома состоялся, когда босоногой диве исполнилось 43 года. Однажды пение самобытной звезды кабо-верденского блюза (морна) услышал француз Хосе да Сильва, по происхождению земляк Сезарии. Молодой человек был тронут и поражен. Большого труда стоило убедить Сезарию поехать во Францию. Наконец певица сдалась, и Хосе да Сильва увез ее в Париж для записи сольного альбома. Это было началом сотрудничества с "Lusafrica". В 1988 году мир услышал альбом под названием *Diva aux Pieds Nus*. Далее — работа над *Distino di Belita* (1990 г.), а в 1991-м вышел песенный сборник *Mar Azul*.

В начале 80-х Сезария отправилась с концертами в тур по Европе. в 1988 году получила мировое признание и многочисленных поклонников. Женщины ее возраста хотели быть похожими на Сезарию и даже ходили босиком. Выход четвертого сольного альбома "Мисс Перфумаду" (1992 г.) произвел настоящий фурор в мире морна, модиньи, фаду. Исполняя португальский фолк, переплетенный с блюзом и джазом, на креольском диалекте, Сезария Эвора стала 52-летней поп-звездой. Только во Франции количество проданных дисков составило 200 000 экземпляров. Певица была обладательницей "Грэмми", "Victoire de la Musique", а также самой престижной награды — ордена Почетного легиона, преподнесенного ей министром культуры Франции Кристи Альбанель. Сезара записала 18 альбомов, неоднократно бывала с гастролями в России и на Украине.

Сезария Эвора пела душой. Мягко, глубоко и проникновенно. Так может петь только человек с чувственным и ранимым сердцем. А она была такой. Романтичная, с неуловимым шармом и глубокой, как океан, на котором она выросла и осталась верна ему всю жизнь, внутренней красотой женской души. Ее имя ставят в один ряд с именами Клавдии Шульженко, Эдит Пиаф, Мадонны и Элвиса Пресли.

В своей стране певица финансировала всю систему начального школьного образования^[11]. Также финансировала большую часть и

среднего образования в Кабо-Верде. На её деньги содержалось почти половина здравоохранения страны, несколько больниц.

В 2004 году российский певец Сергей Пенкин записал песню «Посвящение Сезарии Эвора», которая вошла в его альбом «Не забывай».

В 2004 году Сезария записала ремейк известной композиции «Il ragazzo della via Gluck», исполнив его совместно с итальянским актёром и певцом Адриано Челентано. Песня была выпущена в его альбоме *C'è sempre un motivo* [12].

Чаще всего на публике певица появлялась босиком, только изредка в шлёпанцах без задней части.

Песню «Rotha Scribida» принято считать автобиографичной, написанной на смерть матери певицы.

8 марта 2012 год один из трех наиболее используемых аэропортов Кабо-Верде на о.Сан-Винсент был переименован в честь Сезарии Эворы (Portuguese Aeroporto Internacional Cesária Évora).

Бельгийский рэпер **Stromae (Поль Ван Авэр)** посвятил песню на альбоме *Racine Carrée*(2013) - *Ave Cesaria*.

2.2. История формирования бренда «Сезария Эвора»

Самый известный карнавал в Кабо-Верде, Карнавал Миндело, который проходит на острове Сан-Висенте, празднует событие в ритме песен Сезарии Эворы. Уникальное почтение певцу Кабо-Верде, который является первой фигурой, которую можно почтить на карнавале Кабо-Верде, с песнями и беспрецедентными адаптациями.

Известная певица Сезария Эвора удостоена чести в символическом карнавале Миндело, на острове Сан-Висенте. Кстати, 30 лет интернационализации карьеры Цезарии Эвора и 30 лет Школы *Samba Tropical* являются полными причинами, объясняющими уважение к босоногой дивой.

Дэвид Лейт, президент школы тропической самбы, объясняет важность фигуры певицы, удостоенной на этом карнавале 2018 года.

«Ничего лучше, чем чувствовать и присоединиться к этим двум событиям, и почитая фигуру, которая единогласна с точки зрения консенсуса, она является первой фигурой, которую можно почтить на карнавале в Кабо-Верде», - сказал Дэвид Лейт в интервью.

На карнавале Миндело в ночь на понедельник вышла группа - Школа Samba tropical (Самба тропикал). На репетициях группы все гуляки пели школьную музыку, как тогда Чезария Эвора исполняла свою жизнь.

Кроме того, в карнавале 2018 года продюсер Кабо-Верде Гармония почитал Cesária Évora с выпуском EP с четырьмя песнями, записанными повторно, сохранив только голос Cesária Évora, в стиле карнавала Сан-Висенте.

Чтобы построить статую Сезарии правительство позвало известного кабовердианского художника Домингос Луиза, который построил трехметровая статуя Цезарии Эвора, в международном аэропорта Сан-Висенте, который после её смерть переименовали Международным аэропортом Чезария Эвора.

Корпораия Инфорпресс, источник аэропортов и авиационной безопасности (ASA), компания, которая управляет аэропортами в Кабо-Верде, переименованной инфраструктуры в 08 марта. Затем в церемонии, возглавляемой высокопоставленными лицами государства, и еще много известными артистов из Кабо Верде, и потом в новостях называли этот событий как «великое культурное проявление».

Организация событий был Жосе да Силва («Джо»), Предприниматель, который помог поднять «Size» до славы, и известный певец Титу Париж, один из самых известных композиторов и певцов Кабо-Верде.

Статуя Самая известная певица Кабо-Верде, умершая 17 декабря будет расположена на небольшой площади под строительством у входа в терминал аэропорта. 22 декабря 2011 года, через пять дней после смерти Королевы

Морны, Совет министров Кабо-Верде одобрил проект резолюции, в котором имя Цезария Эвора было передано в аэропорт Сан-Педро на острове Сан-Висенте.

Правительство назвало аэропорта в её честь за уважения, признание и вклад, который она дала культуре Кабо-Верде, она ценила, и очень уважала культуру нашу страну и узнала как «Принести душу Кабо-Верде» во все уголки мира. Певица Кабо-Верде умерла в больнице Батиста-де-Соуза в Сан-Висенте, где она была госпитализирована из-за «острой кардиореспираторной недостаточности и повышенного сердечного напряжения».

Организация Объединенных Наций (ООН) будет соблюдать 16 марта певицу Кабо-Верде Чезарию Эвору. Мероприятие проходило в немецком городе Бонне во время фестиваля «За границей». Оркестр группы Cesária Évora в сопровождении Нэнси Виейры, Teófilo Chantre, Lucibela Freitas, Elida Almeida и Dino D'Santiago выступили за эту дань босиком Diva.

Из бесчисленных международных почестей, которые когда-либо получали всемирно известная Кабовердиаская певица, этот награждение удивляет публику и все её любительные.

«Это что-то интересное, потому что граница стран не имеет ничего общего с границами культур. Сезария прекрасно всегда сделала это, она всегда показывала, что значит проходить эти границы», - пояснил один из организаторов фестиваля Мануэль Банха, вспоминая происхождение Сезария.

«Я лично познакомился с Сезарией, она звезда мира и была здесь, в Организации Объединенных Наций, чтобы показать свою музыку», - сказал Ханс-Йоахим из-за Боннского секретариата культуры, не скрывая своего восхищения работой дивы Кабо-Верде.

Таким образом, ночь 16-го года целиком посвящена Сезарии и обещает быть очень особенной, потому что все участвующие артисты имеют особую преданность «tudjer di pe na tchon»

«Я хочу, чтобы вы рассказали моим фанатам: Мне жаль, но теперь мне нужно отдохнуть. Я очень сожалею, что мне пришлось уйти из-за болезни, и я хотел до сих пор доставлять удовольствие тем, кто следовал за мной так долго». Сезария Эвора в газету «Le monde».

Международный аэропорт Сан-Педро, откуда она смогла летать в направлении «свободы / процветания» и «quel casinha» (как пел Адриано Челентано) в Центре Миндело, он был преобразован в музей Чизе & Друзья, Миндело получит еще одну открытку. Защита лиц, сделавших эту землю великой страной, является обязанностью всех кабо-вердеев. Пришло время отдать дань уважения живущему, которого заслуживают почести. Справедливая дань уважения тем, что жители островов могут предоставить тому, кто является Босой Божественной Дивой, Королеве Морны, маленькому ребенку, который тихонько пел между ног своего отца, когда он играл на скрипке по ночам Миндело, когда «даже капельница Манехона была stê v eggnog ».

В Миндело она выросла от бара до бара, земли, где она родилась и которой она всегда скучает, когда ее нет. Для тех, кто уже был свидетелем этого, после своих «турниров» они всегда хотят вернуться в дом, загруженный посылкой, желая оплатить лишний багаж для своих уличных друзей.

Когда в один прекрасный день у Чиза была возможность петь для публики, даже если она была в барах, она вошла и никогда не останавливалась. Все, что она знала наверняка, было то, что ей никогда не нравилось оставаться с монахинями, где судьба зарезервировала свое первое отступление. Он немедленно попросил свою мать о разрешении и свободе жить далеко от этой среды. От своего отца унаследовала вкус пения теплой, она всегда была влюблена в физически сформированных футболистов, пока в один прекрасный день она не влюбилась в нее и родила свою первую дочь ... это было жить в Лиссабоне

Она родилась, чтобы петь, и поэтому отправился на поиски своей возможности, однако почти Минделло потерял свой Чиз, когда его сердце

заколотило его 10 лет в доме. Это произошло вскоре после обретения независимости. Читес только что покинул дом, чтобы увидеть море, увидеть линию горизонта, конец света, судьбу / любопытство Кабо-Верде. Увидев море, вдохновленное музыкой, но через воздух произошло чудо ... лучший брак всех времен музыки и культуры Кабо Вердиана. В Лиссабоне Кисе встречается с Джо-да-Сильвой, его другом / советником / менеджером, который обнял ее и вел ее к великой миссии / приключению ... пение и очаровательность всего мира ... сияли в Городе огней, проходили через тысячелетие города Колизея, пел в Нью-Йорке, осмелился озвучить свой голос в самом престижном джаз-клубе в Гонконге и Токио, который прошел мимо Сиднея и в Африке, плыл как рыба в воде.

Césaria Évora - это и будет запомниться как культурное наследие этих прекрасных островов, потерянных в Атлантике. Экономическое чудо этой Земли. Самый престижный посол музыки и культуры Кабо-Верде вместе с Лусафрикой, который поднял название Кабо-Верде / флаг на самый высокий уровень благодаря своей музыке, великодушию, великолепию и смелости. Чисе продвигал Кабо-Верде, привозил туризм и привлекал IDE (прямые иностранные инвестиции) к этим чудесным островам, и поэтому он будет заниматься историей и должен быть увенчан. Если у вас нет мужества, чтобы официально увенчать его, то, несомненно, Samba Tropical однажды сделает это в ваших замечательных парадах Карнавала. Size - королева. Ибо мы верим, что одна из редких личностей, которых будет исполнять неограниченное время до конца своей миссии на земле, как королева теплой и колладира.

Cesária будет освобожден от списка тех, кто только видит дань уважения, когда земля покрыта.

В этот день Миндело, космополитический остров, Мендельленс считался Кабо-Вердеем из Санто-Антау в Браву, который вчера был в центре Миндело и влюбился, и сегодня он находится в зоне Лагинья, где все происходит, где море сияет год и согревает летом, чтобы получить детей земли, которые почему-то были вне дома под благоприятным взглядом спящей

горы Кара и которые в один прекрасный день обещали проснуться, чтобы благословить своих людей, когда они возвращаются в дом «узнали», и с ресурсами для повышения морального духа Mindelenses. Уже не хватает больше ...

Окончательное возвращение Size к родному туррону может означать возрождение надежд Миндельленов и северной части страны. Осталось только последнее шоу, на чудесном острове Санту-Антау, запланированном на декабрь 2011 года ... Size ... попрощайтесь с одной песней и отдайте трон младшим. Пришло время открыть ваши двери и принять людей, которых вы привыкли к вашему сладкому и злобному голосу. Вы открыли окна Кабо-Верде снаружи, это вы очаровали мир, именно вы взяли музыку живыми и захватывающими за пределами границ, именно вы взяли эти десять «маленьких зерен земли, которые Бог сажает в среднее ничего»

Международный Аэропорт «Сезария Эвора» открыли в четверг 08 марта 2012.

Название присвоение Сезария Эвора, в Sao Pedro аэропорта был народная инициатива. Вскоре после смерти дивы, голоса Сан Висенте, на островах и диаспоры повторил "спрос" справедливая дань к голосу тоски. Дань дочери Сан-Висенте, который стала одним из иконы "Слово Music" -музыка мира. Народ требовали и получили от правительства Кабо-Верде и национальная компания для аэропортов и авиационной безопасности, ASA, восприняли идею. "Это способ, что правительство и народ Кабо-Верде встретились, чтобы почтить тот, кто была великая певица, один из наиболее известных голосов Кабо-Верде и мире, посол нашей страны. Когда премьер-министр связался со мной , выразил ему сразу, от имени ASA, нашего общего числа членов к этой идее. Выразила признательность за то, что я сказал ему, что мы собирались сделать все возможное, чтобы акт крещения был ярким и почтить память Сезария Эвора, " говорит Марио Пайсон. Для СПС ASA является данью к фигуре, что является сущностью мыса Verdeanness. "Кабо-Верде простота, братство, Morabeza, солидарность, труд. Сезария является

чистая душа Кабо-Верде. Size этот знак Verdeanness и чистая душа Кабо-Верде".

Статистика уже демонстрируют восходящую кривую с момента открытия международного аэропорта в 2009 году. Международные полёты воздушных судов выросли на 110% с 2010 по 2011. Т.е. , в прошлом году аэропорт записал 271 движений воздушных судов иностранного производства, против 129 в 2010 году.

Микрофон в руке, так все увидят памятник Сезария Эвора, когда приземляются на острове Сан Висенте. Статуя 3 метра, работе Домингус Луизы, доминирует на площадь, даже перед пассажирским терминалом. Сообщение приветствия, что увековечит Size как марка Минделу, культурном городе , где Size сделал первые шаги к международной известности. Размер статуи передает художественную величие Дива. В позе углу, "статуя представляет нашу подлинную босиком Сизе, как она всегда была в жизни", подчеркивает страсть .

Марио Пайшон сказал: «образ Сезария Эвора в дверях Сан Винсент будет лелеять остров». "Кто лучше, чем её принимать посетителей в Сан Винсент. Каждый увидит позитивные перспективы она вышла на сцену жизни и понять, что Кабо-Верде может признать ценность своих детей. Это большая ответственность под рукой и давайте сделаем аэропорт предоставить качественный сервис, чтобы быть на должном уровне Сезария "изюминок.

Статуя стоит в центре площади, почти у входа в аэропорт. Пространство заполнено скамейками и зелеными насаждениями, где туристы особенно любят наслаждаться ярким солнцем и свежим воздухом, которые предлагает Кабо-Верде.

По мнению председателя Московской ассоциации джазовых журналистов, джазового критика Дмитрия Ухова, *"Эвору на волну успеха вынесла новая мировая музыка, которую она представляла. Когда рок, поп и джаз уже не могли вариться в собственном соку, дошла очередь до этой*

музыки, где произошел сплав всего, ведь Кабо-Верде - это пересечение многих путей, поскольку порт является маленькой моделью мира", - сказал он.

Критик уверен, что "эта "босоногая бабушка" стала суперзвездой именно потому, что совпали три обстоятельства - новая мировая мода на новую мировую музыку, сосредоточие в Кабо-Верде сплава всего наиболее жизнеспособного во всей музыке и, конечно, то, что она была очень талантливой певицей".

"А ее морны - печальные серенады с минорными интонациями очень резонировали с нашими вкусами в России", - добавил Ухов.

С ним согласен и музыкальный критик Артур Гаспарян, который назвал Эвору "человеком уникальной судьбы".

"Певица, которая всю жизнь жила любимой музыкой и благодаря своей преданности искусству уже в зрелом возрасте, когда другие заканчивают свои карьеры, все-таки смогла сделать музыку своих любимых островов всемирным трендом. Это ее главная заслуга, особенно учитывая, что сделала она это вопреки всем законам шоу-бизнеса", - сказал Гаспарян.

Обладательница нескольких "Грэмми", самой престижной премии Франции Vitoire de la Musique и кавалер ордена Почетного легиона, Сезария Эвора родилась 27 августа 1941 года в Минделу, Кабо-Верде.

Свой первый сольный альбом Distino di belta певица выпустила в 1987 году, когда ей было 45 лет. На ее счету более десятка пластинок, которые миллионными тиражами разошлись по всему миру.

Ее песни, исполненные на креольском диалекте в сопровождении рояля, гавайской гитары, скрипки, аккордеона и кларнета покорили все страны и континенты, а ее манера выходить на сцену босой - символ бедности, в которой живут ее соотечественники на Островах Зеленого мыса, - была ее "визитной карточкой".

Впрочем, известна она не только благодаря своему неподражаемому пению, но и обширной благотворительной и общественной деятельности - в

своей стране она одна полностью содержала всю систему образования. Благодаря певице тысячи жителей Кабо-Верде научились читать и писать.

Вывод к главе 2.

Сезария Эвора оказала огромное влияние на развитие как кабовердианской музыки, так и мировой. Она прославила свою родину, благодаря ей музыкальное искусство Кабо Верде обогатилось и перешагнуло черту, разделяющую местные напевы от музыкальной мировой сокровищницы. Ее музыка поистине на все времена.

Заключение

Следует подчеркнуть, что не каждая торговая марка является брендом (или, скорее, его элементом), не каждый бренд связан с торговой маркой. Прежде всего, речь идет о бренде личностей – актеров, певцов, политиков, бизнесменов; бренде некоммерческих организаций – в широком смысле слова[16].

Резюмируя вышеприведенные определения, можно сделать вывод о том, что коммерческий бренд, созданный на основе товарного знака, является совокупностью функциональных и эмоциональных характеристик товара или услуги, существующих в сознании и подсознании потребителя, определяющих индивидуальность данного товара и стимулирующий потребительские предпочтения определенной группы людей.

Часто мы говорим о посмертных альбомах, состоящих из неизданных песен, как драгоценные камни или неожиданных выживших великолепие. С Мае Carinhosa, никто не знает, что делать с этими риторических формул. Вскоре, мы не будем знать, что двенадцатый студийный альбом Сезария Эвора была опубликована более чем через год после его смерти. Она представляет классические Кабовердианские репертуары и новые песни, душераздирающие Морна и четкие coladeras несколько обходных путей Испанец Америка или незапамятных бары цвета фортепиано все порты мира ...

Сезария любила все эти песни, которые она выбрала и истолкованы со страстью. Этот альбом похож на неё - сильная, проникновенная, плотная, богатая, разнообразная, верная. В Кабовердианским креольском, «Мае Carinhosa», имя которое означает "мать нежность". Она была такая женщина, которая помогла всем и кому-то был нужно её помощь, её деньги, заработанные на концертах и турах, были предназначены для малообеспеченных и нуждающихся.

Как все её узнали и признали в её остров как (матерью всех), и с ней и её музыки наш страна Кабо-Верде и наша музыка была известен во всем мире,

и даже в Кабо-Верде на шутку есть такой прикол что: когда мы (из Кабо-Верде) находимся за границу и нас спрашивают : «откуда вы?» и отвечаем что мы из Кабо Верде, сразу никто не знает и не вспомнит это где и что за страна и когда мы сразу говорим "Сезария Эвора" и уже все вспомнят и знают о нас, поётому с таким образом, она стала символом для Кабо-Верде и для нас всех . Она всегда будет очень не хватать всем, кто её знает и особенно для Кабо-Верде и куда мы идем она всегда будет в наших умах и все кабовердианские всегда будет слушать и вспоминать свои красивые песни и мелодии из Кабо-Верде. Eternamente nossa Rainha (Всегда наша королева).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России [Текст] . 2-е изд. /В.Н. Домнин. — СПб.: Питер, 2004.
2. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер, В. Вонг, Г. Армстронг. М.: Вильямс, 2010. С. 115.
3. Темпорад П. Эффективный бренд-менеджмент [Текст]: пер. с англ. / под ред. П. Темпорад, С. Г. Божук. — СПб.: Нева, 2004. С. 30.
4. Гусейнов А. А. Что мы выбираем? [электронный ресурс] преодические издания // сайт «Институт Философии Российской Академии Наук». URL:<http://iph.ras.ru/uplfile/ethics/biblio/GU/5.html> (дата обращения: 28.03.2012).
5. Какую роль должен брендинг играть в политике? [электронный ресурс]: опрос // сайт «Brand channel». URL http://www.brandchannel.com/view_comments.asp dc_id=5 (дата обращения: 28.03.2012).
6. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR [Текст] / В.Л. Музыкант: — М., 2004. С. 20.
7. Яндиев М. И. Бренд как инструмент снижения стоимости заимствований [Текст] / М. И Яндиев: Рынок ценных бумаг. № 20. 2007. С. 18.
8. Лейни Т. А. Бренд-менеджмент [Текст]. / Семенова Е. А., Шилина С. А. - М.: Дашков и К°, 2008. С. 6.
9. Данные компании Branding Kaeuffer Marken-Kreation. Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: branding-kaeuffer.com
- 10.Король А. Н. Брендинг в системе маркетинговых коммуникаций фирмы [Текст] / А. Н. Король - Вестник ТОГУ. № 2(3). 2006. С . 62.
- 11.Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. [Текст]. 12-е изд. Ф. Котлер., К. Л. Келлер. — СПб.: Питер, 2011. С. 356.
- 12.Семенов К. И. Торговые марки в системе предпочтений российского

- потребителя // Энциклопедия маркетинга [Текст] / К. И. Семенов -
Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
13. Kapferer J. N. Strategic Brand Management маркетинга [Текст]: Kogan Page. 3-d / J. N. Kapferer / ed. 2005. P. 25.
14. Березин И. Методы оценки стоимости бренда. Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: expert.ru
15. Стась А. Личность. Феномены персонального брендинга [Текст] А. Стась. - Гребенников 2014. №2. С. 15
16. Шабанов Д. М. Brand to business, business to brand. Официальный сайт [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: vww.advertology.ru
17. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR [Текст] / В. Л. Музыкант. — М., 2004. С. 145.
18. Король А. Н. Брендинг в системе маркетинговых коммуникаций фирмы [Текст] / А. Н. Король — Вести. Тихоокеан. Гос. Ун-та. № 2. 2006. С. 62.
19. Рожков И. Я. От брендинга к бренд-билдингу [Текст]. / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — М. : Гелла-принт, 2004. С. 8.
20. Бренд-менеджмент [Текст] / Т. А. Лейни, Е. А. Семенова, С.А. Шилина. - М.: Дашков и К0, 2008. С. 80.
21. Рамперсад Х. Аутентичный персональный брендинг как способ саморазвития личности [Текст] / Х. Рамперсад, Л. Мартиросян. - Управление развитием персонала . 2010. №1. С. 62-66
22. Траут Д. Позиционирование. Битва за умы [Текст] / Д. Траунт, Э. Райс. - СПб. 2009. С. 14
23. Беквит Г., Клиффорд Беквит К. Сам себе бренд [Текст]. Искусство продажи себя. Г. Беквинт — М., 2007. С. 26

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Книга: A rainha de Cabo Verde /. Beldades Cabo-verdianas
2. Книга: Nha Mindelo terra de sodade
3. Книга: Mornas de Cabo verde
4. <http://cesariaevora.sapo.cv/pensamentos/index.html>
5. <http://cesariaevora.sapo.cv>
6. <http://www.discogs.com>
7. <http://www.asemana.publ.cv>
8. <http://www.cesaria-evora.com>
9. <http://www.sapo.cv/>
10. <http://www.telegraph.co.uk>
11. <http://www.ladepeche.fr>
12. <http://www.webcitation.org>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1



Приложение 2



Песни Сезария Эвора популярны во всем мире



Сезария Эвора в молодости



Приложение 5



Приложение 6





Сезария Эвора и известная американская певица Мадонна

Приложение 8





Сезария в России

Приложения 10



Приложение 11



Приложение 12



Приложение 13



Приложение 14



Приложение 15

