

## Мэрилин Монро как личный бренд

Научный руководитель – Дряева Элла Давидовна

*Самохина Валерия Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: samohina2000@list.ru*

Сложно представить себе личность, образ которой тиражировался бы настолько часто, как это происходит с Мэрилин Монро. Платиновый блонд, красная помада и широко распахнутые глаза действуют магически уже почти семьдесят лет.

Все, что связано с личным брендом Монро с годами только набирает ценность. Её образ копируют такие знаменитости как: Мадонна, Гвен Стефани, Кайли Миноуг и многие другие. Количество фотосессий, вдохновленных Монро, носит характер цунами и растёт год от года в геометрической прогрессии. Instagram Мэрилин насчитывает полтора миллиона подписчиков, а торговая марка «Marilyn Monroe» выпускает коллекции украшений, женского белья и даже обуви, зарабатывая на имени и образе актрисы.

Образ Монро сосредоточен на её светлых волосах и стереотипах, связанных с ними, а также на глупости, наивности, сексуальной привлекательности, характерных ей жестах и собственной походке. Мэрилин часто использовала придыхание, говорила наивным, слегка детским голосом в фильмах, в интервью создавала впечатление, что всё, что она сказала, было совершенно невинным и нерасчётливым, пародируя некую двусмысленность, такой особый стиль поведения позже стал называться «Monroeisms».

Личный бренд Монро строился на воплощении истории американской мечты. Это был рассказ о девушке, которая поднялась из тяжелого и нищего детства к голливудской славе. Монро воспринималась как истинная американская звезда, Лоис Баннер называла её величайшим символом поп-культуры XX века, чей беспечный и раскованный образ помог нации справиться со своей паранойей в 1950-х годах, связанной с холодной войной, атомной бомбой и тоталитарным Советским Союзом. Она была воплощением «послевоенного идеала американской девушки» и первым секс-символом демонстрирующим свою сексуальность без стеснения и естественно.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что современное общество всё пристальнее вглядывается в отдельных людей, оно готово воспринимать индивидуальность и яркую палитру лидеров, экспертов, ньюсмейкеров, и в каждом ищет уникальность и отличность от серой массы вокруг. Выделиться среди многообразия людей в масштабе компании, специальности, города, страны могут лишь яркие, по-настоящему исключительные личности, способные стать брендами. Таким брендом в своё время стала Норма Джин Мортенсон, ныне известная нам как Мэрилин Монро. Её образ стал культовым в поп-культуре 20 века, но продолжает жить и по сей день, несмотря на уход из жизни самой Мэрилин.

Монро стала брендом ещё до того, как тема личного брендинга была исследованной. Серьёзное внимание к личному брендингу появилось не так давно, и преимущественно проявляется в разрозненных статьях специалистов различного профиля, серьёзные и авторитетные исследования по этой теме проведены очень немногими авторами, такими как Котлер “Персональный брендинг”, Том Питерс “Преврати себя в бренд”, Марк М., К. Пирсон, “Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов”.

Итак, в своей работе я рассмотрела составляющие части личного бренда Мэрилин Монро, а также некоторые аспекты, обусловившие её популярность.

### Источники и литература

- 1) Беленький И. Мэрилин. – М., Северо-Запад, 1993
- 2) Головской В. Мэрилин Монро. Жизнь и смерть. – М., Захаров, 2007
- 3) Грачев А. Мэрилин Монро. – М., Союз кинематографистов СССР, 1991
- 4) Корда М. Бессмертные. – М., Эксмо-Пресс, 2002
- 5) Котлер Ф., Рейн И., Хэмлин М., Столлер М. Персональный брендинг. – М., ИД Гребенникова, 2007.
- 6) Максименко И. В. Персональный брендинг как феномен культуры постиндустриального общества: автореф. дис. . . . канд. культурологии: 24.00.01/ Санкт-Пет. Гум. ун-т профс. – СПб., 2018.
- 7) Пирсон К., Марк М. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов. – СПб., Питер, 2005.
- 8) Питерс Т. Преврати себя в бренд. – М., Манн, Иванов и Фербер, 2012.
- 9) Разлогов К. Мэрилин Монро. – М., Внешторгиздат, 1991
- 10) Райс Э., Траут Д. Позиционирование. Битва за умы. – СПб., Питер, 2015.