

# Tehnologii de creare a imaginii și PR politic

Titular curs,  
Putină Natalia

# Tema 6. Arhetipul în construirea brandului politic

- **1. Nevoile fundamentale umane și arhetipurile**
- **2. Esența și clasificarea arhetipurilor**

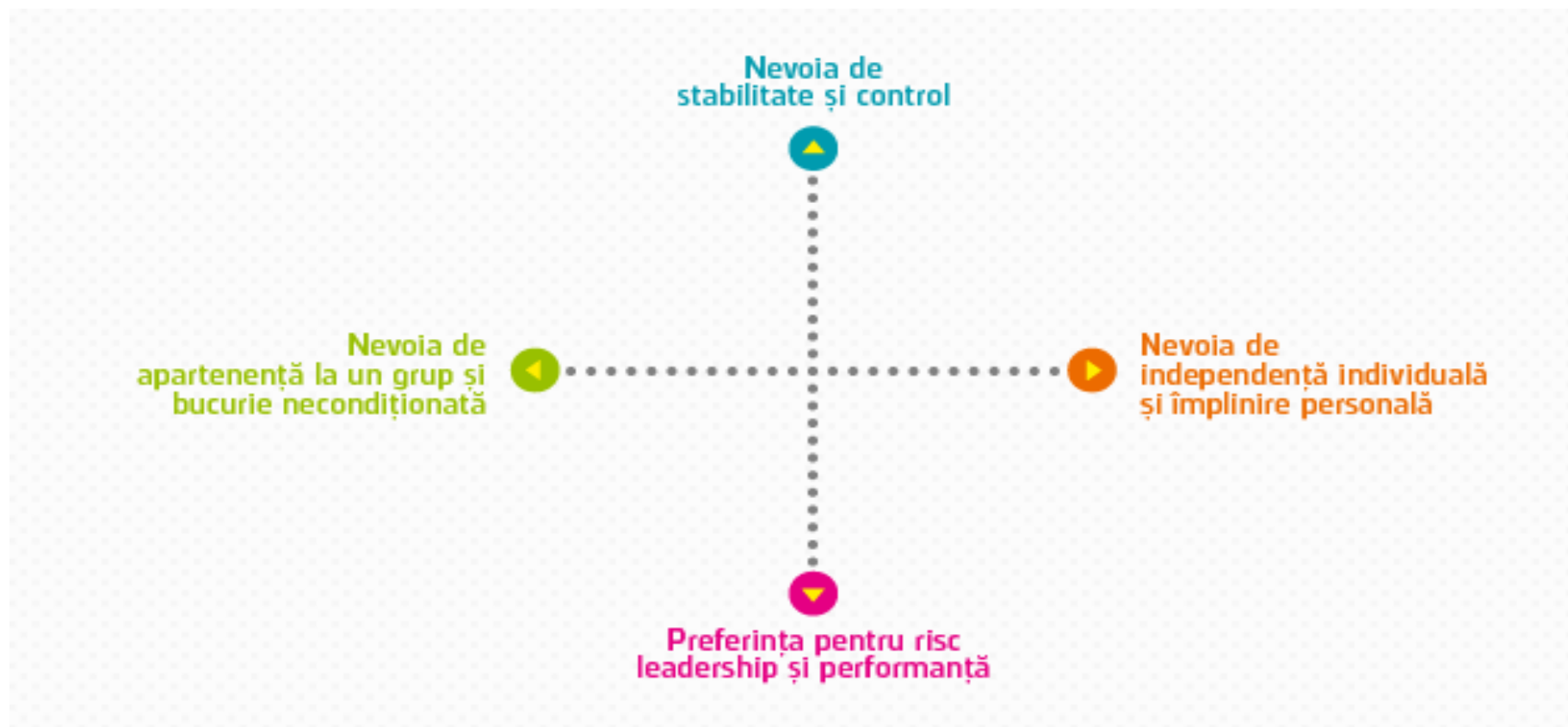
# 1. Nevoile fundamentale umane

Pe scurt, teoria motivațională poate fi condensată în 4 mari nevoi umane împărțite pe două axe:

- nevoia de stabilitate și control,**
- de apartenență la un grup,**
- de individualitate,**
- de leadership și performanță.**

Fiecare acțiune umană își are originea în satisfacerea unei nevoi, fie că este o nevoie primară, fie că este o nevoie aflată pe un nivel ierarhic superior, de siguranță sau autoafirmare.

# Axa nevoilor fundamentale umane



# Un brand care susține nevoia de stabilitate și control,

- ajută consumatorii să atingă o stare de siguranță și de ordine.
- îi susține să își creeze un mediu stabil și previzibil care să le ofere confortul necesar.
- elimină orice urmă de neprevăzut și instabilitate provenite din natura umană, punându-le la dispoziție proceduri care să îi ajute să dețină controlul,



## Brand-ul care susține nevoia de apartenență la un grup și bucuria necondiționată

- susține nevoia consumatorilor de apartenență la o comunitate și de interacțiune,
- încurajează la introspecție și concentrarea atenției către propria persoană și bunăstarea individuală în așa fel încât să aibă acces la o mai bună autocunoaștere care să îi facă mai deschiși către conectarea cu ceilalți.
- brandul îi va ajuta să își îndeplinească nevoi reprimite și dorințe neîmplinite, făcându-i să interacționeze și să se simtă parte din ceva mai mare.



# Brand-ul care susține preferința pentru risc, leadership și performanță

- îi va încuraja pe clienți să accepte provocări și să încalce reguli,
- să iasă din zona lor de confort chiar dacă asta intră în conflict cu instinctul de autoconservare.
- Consumatorii îi identificăm cu indivizi care iau atitudine și care vor să schimbe lumea într-un mediu mai bun, respingând categoric ideea de conformare cu situația în care se găsesc ei individual sau restul lumii.



# Un brand care susține independența individuală și împlinirea personală

- îi va încuraja pe clienți să pună propria persoană înaintea tuturor și să se descopere ca indivizi,
- nu se vor mulțumi cu ceea ce le iese în cale, ci caută soluția până o vor găsi pe cea în care se regăsesc 100%,
- întotdeauna iau decizii documentate și își folosesc cunoștințele acumulate și educația pentru a obține ce e mai bun în viață,
- sunt atrași de autocunoaștere și permanentă dezvoltare.

**BRAND  
ARHETIP**



**BRAND  
ÎNTELEPT**



**BRAND  
ÎNCREZĂTOR**



**BRAND  
EXPLORATOR**



# Țineți minte!

Cu cât mai bine cunoaștem:

- *consumatorul,*

- *-nevoile acestuia,*

- *fricile lui și*

- *ceea ce îl motivează să meargă mai departe*

cu atât mai ușor ne va fi să construim un brand  
cu care acesta să rezoneze !!!

<http://brand.siglasilozinca.ro/cum-pot-influenta-culorile-decizia-de-cumparare>

## 2.Semnificația și originile arhetipului

**Arhetipurile sunt întruparea motivațiilor alegerilor umane care fac legătura între decizia de cumpărare și vânzarea propriu-zisă.**

- Arhetipurile vor genera o amprentă bine definită în psihicul uman, **ajutându-l pe acesta să se regăsească în promisiunea brandului**, facilitându-i în acest fel luarea deciziei
- **activează motivațiile, emoțiile și dorintele umane**, apelând la diferite instanțe în care ne găsim la un moment în viață, fie prin dorința de apartenență, fie de independență, de stabilitate sau de autoritate..

## 2.Semnificația și originile arhetipului

- termenul "arhetip" își are originile în Grecia Antică.
- archein -"original sau vechi "; și typos -"tipar, model sau tip".
- sensul este de "tipar original" pentru orice persoană, obiect, sau concept similar care este derivat, copiat, modelat sau emulat după acesta.
- Carl Gustav Jung: **arhetip → teoria despre psihicul uman.**
- personajele universale mitologice — arhetipurile — rămân în subconstientul colectiv al oamenilor din întreaga lume.
- Arhetipurile reprezintă motive umane fundamentale ale experienței evoluției noastre; în consecință, acestea evocă emoții profunde.

# 12 arhetipuri după Jung

Ego

- Inocentul
- Orfanul
- Eroul
- Altruistul

Suflet

- Exploratorul
- Rebelul
- Îndrăgostitul
- Creatorul

Sine

- Bufonul
- Înțeleptul
- Magicianul
- Conducătorul

# Tipurile dominate de Ego

## 1. Inocentul

*Motto:* Liberi să fim și tu și eu

*Dorinta cea mai profunda:* să ajungă în Paradis

*Scop:* să fie fericit

*Cea mai mare teama:* să fie pedepsit pentru că a facut un lucru rău sau gresit

*Strategie:* sa faca lucrurile corect

*Slabiciune:* plictisitor, cu toata inocenta lui naiva

*Talent:* credinta si optimism

Inocentul mai este cunoscut si ca: **utopic, traditionalist, naiv, mistic, sfant, romantic, visator.**

# Tipurile dominate de Ego

## 2. Orfanul/Un tip sau o tipa oarecare

*Motto:* Barbații și femeile au fost creați egali

*Dorinta cea mai profundă:* relaționarea cu alții

*Scop:* să simtă că aparține

*Cea mai mare teama:* să fie lăsat pe dinafară sau să facă notă discordantă cu mulțimea

*Strategie:* dezvoltă virtuți obisnuite solide, este realist, păstrează contactul cu realitatea

*Slăbiciune:* își pierde propria identitate în încercarea de a se amesteca în mulțime sau de dragul unor relații superficiale

*Talent:* realism, empatie, sinceritate

Omul oarecare este și: **baiatul bun la toate, un om obișnuit, cunoscutul de alături, o persoană realistă, carieristul, bunul cetățean, vecinul săritor, majoritatea tăcută.**

# Tipurile dominate de Ego

## 3. Eroul

*Motto:* Dacă vrei cu adevărat, poți

*Dorinta cea mai profundă:* să-ți dovedească valoarea prin fapte curajoase

*Scop:* să dobândească maiestrie într-un domeniu care să contribuie la îmbunătățirea lumii

*Cea mai mare teamă:* slăbiciune, vulnerabilitate, să fie considerat fricos

*Strategie:* să fie cât se poate de puternic și competent

*Slăbiciune:* arogantă, întotdeauna are nevoie să ducă o batalie

*Talent:* competența și curaj

*Eroul mai este și:* războinicul, cruciatul, salvatorul, supereroul, soldatul, ucigasul de dragoni, câștigătorul și coechipierul.



# Tipurile dominate de ego

## 4. Altruistul

*Motto:* Iubeste-ți aproapele ca pe tine însuși

*Dorinta cea mai profundă:* să-i protejeze și să aibă grijă de alții

*Scop:* să-i ajute pe alții

*Teama cea mai mare:* egoismul și lipsa de recunostință

*Strategie:* să facă lucruri pentru alții

*Slăbiciune:* spirit de sacrificiu și tendința de a se lăsa exploatat

*Talent:* compasiune, generozitate

*Altruistul mai este și: sfânt, altruist, părinte, persoana care ajută, persoana care sprijină.*

# Tipuri de Suflet

- **5. Exploratorul**

- 

*Motto:* Lasați-mă liber

*Dorinta cea mai profunda:* libertatea de a se descoperi pe sine explorând lumea

*Scop:* o viata mai buna, mai autentica, mai împlinita

*Teama cea mai mare:* constrângerea, conformismul și golul interior

*Strategie:* călătorii, cautări și descoperirea de lucruri noi, evadarea din plictiseală

*Slabiciune:* plimbări fara scop, lipsa de integrare

*Talent:* autonomie, ambitie, respectarea propriilor principii

*Exploratorul este si:* **căutator, iconoclast, călător, individualist, pelerin.**

# Tipuri de Suflet

- **6. Rebelul**

*Motto:* Regulile sunt făcute pentru a fi încălcate

*Dorința cea mai profundă:* răzbunare sau revoluție

*Scop:* să răstoarne ceea ce nu funcționează

*Teama cea mai mare:* neputința sau ineficiența

*Strategie:* tulbură, distruge, sau șochează

*Slăbiciune:* poate trece de partea întunecată, crimă

*Talent:* impresionează, libertate radicală

Răzvrătitul mai este cunoscut și ca: **rebel, revolutionar, salbatic, inadaptat sau iconoclast.**

# Tipuri de Suflet

- **7. Indragostitul**

*Motto:* Tu ești unicul

*Dorinta cea mai profundă:* intimitate și trăire

*Scop:* a relaționa cu oamenii, cu munca și împrejurimile pe care le iubesc

*Teama cea mai mare:* a nu fi singur, a nu fi dorit, a nu fi iubit

*Strategie:* să devină tot mai atrăgător din punct de vedere fizic și emoțional

*Slăbiciune:* dorința de a face altora pe plac cu riscul de a-și pierde propria identitate

*Talent:* pasiune, recunoștință, apreciere și angajament

Indrăgostitul mai este și: **partener, amic, prieten apropiat, entuziasmat, senzual, șot, creator de echipă.**

# Tipuri de Suflet

- **8. Creatorul**

*Motto:* Dacă poți să-ți imaginezi un lucru, atunci poți să îl și faci

*Dorinta cea mai profunda:* să creeze lucruri de durată

*Scop:* să realizeze o viziune

*Teama cea mai mare:* viziune sau execuție mediocră

*Strategie:* dezvoltarea abilității și îndemânării artistice

*Sarcina:* să creeze cultura, să exprime propria viziune

*Slabiciune:* perfectionism, soluții proaste

*Talent:* creativitate și imaginație

*Creatorul mai este și:* artist, inventator, inovator, muzician, scriitor sau visător.

# Tipuri de Sine

- **9. Bufonul**

*Motto:* Doar o viață avem

*Dorința cea mai profundă:* să trăiască momentul cu multă bucurie

*Scop:* să se distreze și să amuze întreaga lume

*Teama cea mai mare:* sa se plictiseasca sau sa-i plictiseasca pe altii

*Strategie:* să se joace, să glumească, să fie amuzant

*Slabiciune:* frivolitate, pierderea timpului

*Talent:* bucurie

*Bufonul mai este și: nebunul, cel care se ține de soții, clovnul, glumețul sau comediantul.*

# Tipuri de Sine

- 10. Inteleptul

*Motto:* Adevarul te va elibera

*Dorinta cea mai profunda:* sa gaseasca adevarul.

*Scop:* să-și folosească inteligentă și capacitatea de analiza pentru a înțelege lumea.

*Teama cea mai mare:* de a fi păcălit, a fi indus în eroare—sau ignoranță.

*Strategie:* cautare de informatii și cunoastere; analiza de sine și înțelegerea proceselor de gândire.

*Slăbiciune:* poate studia detaliile la nesfârșit fără să acționeze.

*Talent:* înțelepciune, inteligența.

*Inteleptul mai este si:* **expert, învățat, detectiv, consultant, ganditor, filozof, academician, cercetator, strateg, profesionist, mentor, profesor, contemplativ.**

# Tipuri de Sine

## 11. Magicianul

*Motto:* Fac ca totul sa devina posibil.

*Dorința cea mai profundă:* a înțelege legile fundamentale ale universului

*Scop:* sa transforme visele in realitate

*Teama cea mai mare:* consecinte negative fara intentie

*Strategie:* dezvoltă o viziune și traieste dupa ea

*Slabiciune:* devine manipulator

*Talent:* găseste soluții din care toată lumea are de câștigat

*Magicianul mai este și:* vizionar, catalizator, inventator, lider carismatic, șaman, vindecator, vraci.



# Tipuri de Sine

## 12. Conducatorul

*Motto:* Puterea nu este totul, este unicul lucru.

*Dorința cea mai profundă:* controlul

*Scop:* sa creeze o familie sau comunitate prospera si de succes

*Strategie:* exercitarea puterii

*Teama cea mai mare:* haos, detronare

*Slabiciune:* autoritar, incapacitate de a delega

*Talent:* responsabilitate, atitudine de lider

Conducatorul mai este și: **sef, lider, aristocrat, rege, regina, politician, exemplu de urmat, manager sau administrator.**

Cele Patru Orientari Cardinale definesc patru grupuri, fiecare grup avand trei tipuri. Fiecare grup este motivat de o orientare specifica fiecaruia:  
**implinirea de sine,**  
**libertatea,**  
**dorinta de socializare si**  
**ordinea.**



-Aceasta este o variație a celor trei Tipuri de grupuri menționate anterior;

-Cu toate acestea, deși toate tipurile din categoriile **Ego, Suflet și Sine** împărtășesc aceeași sursă de motivație, tipurile care alcatuiesc cele patru grupuri de orientare au surse de motivație diferite, însă o orientare comună.

De exemplu, Altruistul este mânat de nevoia de a-și implini ego-ul îndeplinind nevoile altora, ceea ce este o orientare socială; în timp ce Eroul, mânat de asemenea de nevoia de a-și împlini ego-ul, o face prin acte de curaj care îi dovedesc valoarea de sine.