

ЮЛИЯ ЧИРКИНА

ФОРМУЛА ПРОЯВЛЕННОСТИ

КАК АРХЕТИПЫ ПОМОГАЮТ СОЗДАТЬ
СИЛЬНЫЙ И УЗНАВАЕМЫЙ ЛИЧНЫЙ БРЕНД



11 АРХЕТИПОВ

66 СОЧЕТАНИЙ

ТЫСЯЧИ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ
БЫТЬ СОБОЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО ПО АРХЕТИПАМ
ДЛЯ ЭКСПЕРТОВ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И ТВОРЦОВ

Юлия Чиркина

Формула проявленности

<https://litres.ru/74380694>

SelfPub; 2026

Аннотация

Можно годами развивать профессионализм, делать качественный продукт, красиво вести блог и всё равно оставаться для аудитории «ещё одним хорошим специалистом».

Проблема в том, что человек проявляется слишком нейтрально, пытается соответствовать чужим правилам и постепенно теряет самое важное - то, за что его действительно можно запомнить.

Это не очередной справочник по архетипам. Мы значительно сложнее. В нас одновременно могут соединяться несколько архетипов и именно на стыке этих качеств появляется та самая индивидуальность, которую невозможно скопировать.

Как говорить с аудиторией и как проявляться визуально. На каких темах строить контент и какие качества усиливать. Как продавать, не надевая на себя чужую роль. И главное - какие теньевые стороны могут незаметно мешать проявленности.

А в финале читателя ждёт авторский тест, который помогает определить два ведущих архетипа и найти собственную Формулу проявленности.

Именно с этого обычно и начинается настоящий личный бренд.

Содержание

Глава	7
Содержание	10
Глава 1. Архетип как язык проявленности	12
Глава 2. Творец	14
Как проявляться в жизни	16
Как проявляться в блоге	17
Теневая сторона	18
Формула проявленности	19
Глава 3. Мудрец	20
Как проявляться в жизни	22
Как проявляться в блоге	23
Теневая сторона	24
Формула проявленности	25
Глава 4. Маг	26
Как проявляться в жизни	28
Как проявляться в блоге	29
Теневая сторона	30
Формула проявленности	31
Глава 5. Эстет (Любовник)	32
Как проявляться в жизни	34
Как проявляться в блоге	35
Теневая сторона	36
Формула проявленности	37

Глава 6. Герой	38
Как проявляться в жизни	40
Как проявляться в блоге	41
Теневая сторона	42
Формула проявленности	43
Глава 7. Бунтарь	44
Как проявляться в жизни	46
Как проявляться в блоге	47
Теневая сторона	48
Формула проявленности	49
Глава 8. Правитель	50
Как проявляться в жизни	52
Как проявляться в блоге	53
Теневая сторона	54
Формула проявленности	55
Глава 9. Опекун	56
Как проявляться в жизни	58
Как проявляться в блоге	59
Теневая сторона	60
Формула проявленности	61
Глава 10. Искатель	62
Как проявляться в жизни	64
Как проявляться в блоге	65
Теневая сторона	66
Формула проявленности	67
Глава 11. Шут	68

Как проявляться в жизни	70
Как проявляться в блоге	71
Теневая сторона	72
Формула проявленности	73
Глава 12. Славный малый	74
Как проявляться в жизни	76
Как проявляться в блоге	77
Теневая сторона	78
Формула проявленности	79
Глава 13. Невинный	80
Как проявляться в жизни	82
Как проявляться в блоге	83
Теневая сторона	84
Формула проявленности	85
Глава 14. Когда одного архетипа становится мало	86
Глава 15. Когда два архетипа начинают говорить одним голосом	88
Глава 16. Творец в сочетании с другими архетипами	90
Творец + Маг - Вдохновляющий Визионер	91
Творец + Эстет - Автор Красоты	93
Творец + Мудрец - Архитектор Идей	95
Творец + Правитель - Архитектор Систем	97
Творец + Бунтарь - Провокатор Нового	99
Творец + Герой - Создатель Результата	101
Конец ознакомительного фрагмента.	102

Юлия Чиркина

Формула проявленности

Глава

ФОРМУЛА ПРОЯВЛЕННОСТИ

Архетипы личного бренда

Юлия Чиркина

Почему вас могут не замечать, даже если вы сильный эксперт

Можно годами развивать профессионализм, делать качественный продукт, красиво вести блог и всё равно оставаться для аудитории «ещё одним хорошим специалистом».

Проблема часто не в знаниях и не в отсутствии контента. Проблема в том, что человек проявляется слишком нейтрально, пытается соответствовать чужим правилам и постепенно теряет самое важное - то, за что его действительно можно запомнить.

Книга Юлии Чиркиной «**Формула проявленности**» как раз об этом.

Это не очередной справочник по архетипам и не инструкция в духе «если вы Правитель - носите костюм, если Бун-

тарь - добавьте чёрный цвет». Автор идёт гораздо глубже и показывает, почему в реальном человеке почти никогда не работает один архетип в чистом виде.

Мы значительно сложнее. В нас одновременно могут соединяться Творец и Маг, Эстет и Правитель, Мудрец и Шут, Бунтарь и Опекун. И именно на стыке этих качеств появляется та самая индивидуальность, которую невозможно скопировать.

В книге подробно разобраны **12 маркетинговых архетипов и 66 уникальных сочетаний**, которые помогают увидеть не просто «кто вы», а **как именно вам проявляться в личном бренде**.

Как говорить с аудиторией и как проявляться визуально. На каких темах строить контент и какие качества усиливать. Как продавать, не надевая на себя чужую роль. И главное - какие теневые стороны могут незаметно мешать проявленности.

Поэтому книга особенно подойдёт экспертам, предпринимателям, блогерам и людям творческих профессий, которые чувствуют, что способны на большее, но пока не понимают, как собрать опыт, характер, визуал и коммуникацию в один сильный и узнаваемый образ.

А в финале читателя ждёт авторский тест, который помогает определить два ведущих архетипа и найти собственную Формулу проявленности.

Именно с этого обычно и начинается настоящий личный

бренд.

Содержание

Глава 1. Архетип как язык проявленности

Глава 2. Творец

Глава 3. Мудрец

Глава 4. Маг

Глава 5. Эстет (Любовник)

Глава 6. Герой

Глава 7. Бунтарь

Глава 8. Правитель

Глава 9. Опекун

Глава 10. Искатель

Глава 11. Шут

Глава 12. Славный малый

Глава 13. Невинный

Глава 14. Когда одного архетипа становится мало

Глава 15. Когда два архетипа начинают говорить одним

ГОЛОСОМ

Глава 16. Творец в сочетании с другими архетипами

Глава 17. Маг в сочетании с другими архетипами

Глава 18. Мудрец в сочетании с другими архетипами

Глава 19. Эстет в сочетании с другими архетипами

Глава 20. Правитель в сочетании с другими архетипами

Глава 21. Бунтарь в сочетании с другими архетипами

Глава 22. Герой в сочетании с другими архетипами

Глава 23. Опекун в сочетании с другими архетипами

Глава 24. Искатель в сочетании с другими архетипами

Глава 25. Шут в сочетании с другими архетипами

Глава 26. Славный малый в сочетании с другими архетипами

Глава 27. Невинный в сочетании с другими архетипами

Глава 28. Как собрать несколько архетипов в одну личность бренда

Вместо послесловия. Найдите свою Формулу проявленности

Глава 1. Архетип как язык проявленности

Когда человек впервые встречается с архетипами, возникает соблазн использовать их как ещё одну систему типирования, которая должна наконец дать точный ответ на вопрос «кто я». Однако для личного бренда гораздо полезнее смотреть на архетип не как на ярлык, а как на язык, помогающий заметить повторяющиеся способы чувствовать, принимать решения, вступать в отношения с людьми и проявляться публично. Архетип не создаёт новую личность, он помогает увидеть уже существующую и сделать её понятнее для окружающих.

В классической психологии Карла Густава Юнга архетипы были гораздо шире любой современной маркетинговой таблицы. В прикладной модели брендинга двенадцать архетипов стали удобным способом описывать характер бренда, его обещание, эмоциональное воздействие и тип отношений с аудиторией. Эти архетипы легли в основу самых сильных рекламных компаний крупных брендов, их используют в фильмах и клипах. Но в жизни все гораздо сложнее, и в человеке могут сочетаться несколько архетипов и давать свои оттенки в проявлении.

Главный вопрос этой книги поэтому звучит не «к како-

му типу вы относитесь», а «какие качества уже естественно проявляются через вас и как сделать так, чтобы аудитория могла их увидеть». Один человек создаёт доверие знаниями, другой энергией действия, третий красотой и атмосферой, четвёртый способностью менять взгляд на привычное. Когда эти способы становятся осознанными, личный бренд перестаёт собираться из чужих рекомендаций и начинает постепенно становиться продолжением самой личности.

Глава 2. Творец

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность создавать собственное и придавать идеям форму. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Творец, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Творец помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают авторский взгляд, процесс создания, новые решения, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как живой, образный, авторский, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны страх посредственности и бесконечное совершенствование. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заметить точ-

ку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: идеи → форма → авторский почерк → ценность. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Творец особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Творец должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Творец особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в страх посредственности и бесконечное совершенствование, он получает возможность использовать сильную сторону осознаннее и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: идеи → форма → авторский почерк → ценность. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 3. Мудрец

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность понимать, находить закономерности и передавать ясность. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Мудрец, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Мудрец помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают разборы, исследования, объяснение сложного простым языком, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как спокойный, точный, аргументированный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны интеллектуальная дистанция, критичность и желание знать всё до начала действия. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикату-

ры, а чтобы заметить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: наблюдение → понимание → объяснение → самостоятельность другого. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Мудрец особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Мудрец должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Мудрец особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в интеллектуальная дистанция, критичность и желание знать всё до начала действия, он получает возможность использовать сильную сторону осознаннее и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: наблюдение → понимание → объяснение → самостоятельность другого. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 4. Маг

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность видеть возможность изменения и создавать условия для перехода. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Маг, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Маг помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают кейсы изменений, новые перспективы, авторские методы, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как вдохновляющий, глубокий, но конкретный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны слишком большие обещания, ощущение исключительно-го знания и контроль чужой трансформации. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать

его до карикатуры, а чтобы заметить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: возможность → новое видение → действие → трансформация. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Маг особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Маг должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Маг особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в слишком большие обещания, ощущение исключительного знания и контроль чужой трансформации, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: возможность → новое видение → действие → трансформация. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 5. Эстет (Любовник)

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность создавать притяжение через красоту, чувственность, качество опыта и внимание к деталям. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Эстет (Любовник), и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Эстет (Любовник) помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают визуальная культура, вкус, атмосфера, процесс выбора, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как образный, чувственный, внимательный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны зависимость от восхищения, идеальность формы и потеря содержания. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы за-

метить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: ощущение → атмосфера → эмоциональная связь → желание. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Эстет (Любовник) особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Эстет (Любовник) должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Эстет (Любовник) особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в зависимость от восхищения, идеальность формы и потеря содержания, он получает возможность использовать сильную сторону осознаннее и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: ощущение → атмосфера → эмоциональная связь → желание. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 6. Герой

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность действовать, проходить трудности и возвращать чувство собственной силы. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Герой, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Герой помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают путь, рост, ошибки, реальные результаты, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как уверенный, мотивирующий, без давления, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны жизнь как бесконечная борьба и зависимость от достижений. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заметить точ-

ку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: вызов → действие → опыт → результат → внутренняя сила. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Герой особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Герой должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Герой особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в жизнь как бесконечная борьба и зависимость от достижений, он получает возможность использовать сильную сторону осознаннее и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: вызов → действие → опыт → результат → внутренняя сила. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голоса бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 7. Бунтарь

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность освободиться от чужих правил и пересматривать то, что перестало работать. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Бунтарь, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Бунтарь помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают позиция, пересмотр норм, альтернативные решения, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как прямой, независимый, аргументированный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны протест ради протеста, зависимость от конфликта и провокации. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заметить

точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: ограничение → сомнение → свобода выбора → новая возможность. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Бунтарь особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Бунтарь должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Бунтарь особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в протест ради протеста, зависимость от конфликта и провокации, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: ограничение → сомнение → свобода выбора → новая возможность. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 8. Правитель

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность создавать порядок, стандарты и устойчивые системы. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Правитель, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Правитель помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают принципы, решения, стандарты, система работы, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как спокойный, уверенный, ясный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны чрезмерный контроль, статусность и желание быть незаменимым. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заметить

точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: направление → решение → система → качество → опора. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Правитель особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Правитель должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Правитель особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в чрезмерный контроль, статусность и желание быть незаменимым, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: направление → решение → система → качество → опора. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 9. Опекун

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность создавать поддержку, безопасность и человеческую надёжность. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Опекун, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Опекун помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают сопровождение, понятные инструкции, забота о клиентском опыте, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как тёплый, уважительный, уверенный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны спасательство, отсутствие границ и зависимость от нужности. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заметить

точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: потребность → опора → сопровождение → самостоятельность. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Опекуна особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Опекун должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Опекун особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в спасательство, отсутствие границ и зависимость от нужности, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: потребность → опора → сопровождение → самостоятельность. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голоса бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 10. Искатель

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность расширять пространство возможного и сохранять свободу выбора. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Искатель, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Искатель помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают эксперименты, новый опыт, исследования, путь, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как любопытный, свободный, размышляющий, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны бегство от глубины, постоянная смена направления и страх обязательств. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а что-

бы заметить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: граница привычного → исследование → опыт → собственный выбор. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Искатель особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Искатель должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Искатель особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в бегство от глубины, постоянная смена направления и страх обязательств, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: граница привычного → исследование → опыт → собственный выбор. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 11. Шут

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность возвращать лёгкость, снимать избыточное напряжение и создавать близость через юмор. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Шут, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Шут помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают узнаваемые ситуации, самоирония, лёгкая экспертность, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как живой, ироничный, человеческий, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны юмор как защита от глубины и зависимость от реакции аудитории. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заме-

тить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: напряжение → узнавание → юмор → свобода действовать. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Шут особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Шут должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Шут особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в юмор как защита от глубины и зависимость от реакции аудитории, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: напряжение → узнавание → юмор → свобода действовать. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 12. Славный малый

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность создавать ощущение близости, принадлежности и человеческой нормальности. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Славный малый, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Славный малый помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают реальная жизнь, понятные объяснения, сообщество, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как разговорный, тёплый, без пафоса, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны страх выделиться, самоуменьшение и слишком безопасный образ. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а чтобы заме-

тить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: узнавание → близость → доверие → ощущение «я тоже могу». Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Славный малый особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Славный малый должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Славный малый особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в страх выделиться, самоуменьшение и слишком безопасный образ, он получает возможность использовать сильную сторону осознаннее и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: узнавание → близость → доверие → ощущение «я тоже могу». Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 13. Невинный

Есть люди, в которых особенно ясно чувствуется потребность сохранять ясность, надежду и способность видеть хорошее без лишней сложности. Именно вокруг этой внутренней потребности постепенно складывается энергия архетипа Невинный, и её гораздо важнее понимать через мотив человека, чем через набор внешних атрибутов, потому что личный бренд существует годами и очень быстро выдаёт любую попытку играть заранее придуманную роль.

В зрелом проявлении Невинный помогает человеку занимать естественную позицию рядом с аудиторией и создавать понятное эмоциональное обещание. В блоге особенно хорошо работают простые шаги, ясность, естественная жизнь, надежда, если они действительно вырастают из характера автора, а не используются как декоративные признаки архетипа. Его голос бренда чаще всего можно описать как добрый, спокойный, ясный, но и здесь важно помнить, что голос должен звучать как живой человек, а не как инструкция из типологии.

Теневая сторона появляется там, где сильное качество становится слишком сильным. Для этого архетипа характерны отрицание проблем, искусственный позитив и избегание трудных решений. Именно поэтому работа с архетипом нужна не для того, чтобы усиливать его до карикатуры, а что-

бы заметить точку равновесия, в которой качество помогает проявляться, не превращаясь в зависимость.

В моей методике его формулу можно описать как последовательность: главное → простота → доверие → следующий шаг. Эта формула не требует от человека меняться ради соответствия описанию, а предлагает посмотреть, где подобный путь уже существует в его жизни, работе, отношениях с клиентами и способе принимать решения.

Как проявляться в жизни

В жизни Невинный особенно важно замечать ситуации, где собственная сильная сторона включается естественно, без необходимости производить впечатление. Именно эти моменты лучше всего показывают, что архетип не является образом для социальных сетей, а отражает устойчивую внутреннюю логику человека. Чем точнее он понимает эту логику, тем меньше нуждается в чужих сценариях и тем легче выбирает решения, соответствующие собственной природе.

Как проявляться в блоге

В блоге энергия Невинный должна ощущаться не только в тематике публикаций, но и в способе смотреть на предмет разговора. Полезно показывать реальные процессы, личные решения и характерные наблюдения, постепенно позволяя аудитории понять, что именно рядом с этим человеком становится легче, понятнее, красивее, смелее или свободнее. Тогда личный бренд перестаёт зависеть от оформления и начинает держаться на повторяющемся опыте взаимодействия.

Теневая сторона

Тень Невинный особенно важно не прятать за красивыми описаниями, потому что именно здесь методика становится практически полезной. Когда человек замечает собственную склонность к тому, чтобы уходить в отрицание проблем, искусственный позитив и избегание трудных решений, он получает возможность использовать сильную сторону осознание и не превращать её в требование к себе или окружающим.

Формула проявленности

Коротко эту энергию можно собрать в формулу: главное → простота → доверие → следующий шаг. Она становится ориентиром для контента, визуала, продаж и голос бренда, но не жёстким сценарием, потому что реальный человек всегда шире одного архетипа.

Глава 14. Когда одного архетипа становится мало

Когда мы читаем описание одного архетипа отдельно от остальных, он почти неизбежно кажется немного преувеличенным. Правитель получается слишком властным, Бунтарь слишком независимым, Эстет слишком чувственным, Мудрец слишком рассудительным, а Герой словно каждое утро просыпается исключительно ради очередного преодоления. Эта выразительность нужна системе: архетип в чистом виде похож на концентрат определённой человеческой энергии, из которого убрано всё второстепенное, чтобы главное стало невозможно не заметить.

Именно поэтому чистые архетипы великолепно работают в кино, музыкальном клипе и рекламе, где у автора есть ограниченное время, чтобы создать характер. Режиссёр усиливает пластику, одежду, пространство, музыку и поведение героя, а зритель за несколько секунд считывает знакомый образ. В рекламном ролике Бунтарь может быть дерзче реального человека, Эстет чувственнее повседневной жизни, а Герой сильнее и собраннее, потому что история должна быть прочитана очень быстро.

Личный бренд существует по другим законам, потому что аудитория наблюдает за человеком месяцами и годами. Се-

годня он говорит о работе, завтра показывает обычный день, затем продаёт продукт, смеётся над собой, признаётся, что чего-то не знает, или принимает серьёзное решение. Если попытаться всё это время жить внутри одного утрированно-го архетипа, образ быстро становится тесным и превращается в костюм.

Именно поэтому в моей методике мы ищем две ведущие энергии, а иногда замечаем и третью как дополнительный оттенок. Первый архетип задаёт центр тяжести, второй меняет способ проявления, а третий может становиться личной подписью в визуале, коммуникации или отдельных формах. Так архетипы перестают заменять человека и начинают объяснять его.

Глава 15. Когда два архетипа начинают говорить одним голосом

Два ведущих архетипа не существуют рядом как две независимые роли, между которыми приходится переключаться. Они постепенно влияют друг на друга и создают новое качество, которое невозможно получить простым сложением двух описаний. Мудрец рядом с Эстетом остаётся человеком знания, но его знание становится чувственным и визуально притягательным; Правитель рядом с Опекуном сохраняет способность управлять, но делает систему человечнее; Творец рядом с Магом начинает создавать не только новое, но и то, что способно менять восприятие.

Первый архетип чаще всего показывает, что человек приносит в пространство других людей, а второй помогает понять, каким образом он это делает. Именно поэтому сочетанию важно дать собственное название, которое будет звучать не как результат теста, а как живой характер: Вдохновляющий Визионер, Эстетичный Интеллектуал, Заботливый Лидер, Интеллектуальный Провокатор или другой тип, точно собирающий две энергии в одну Формулу проявленности.

При этом сочетания важны не только сильными сторонами. Один архетип способен удерживать другой от крайности, но способен и усиливать его тень. Правитель и Мудрец да-

ют сильного Стратега, но в тени могут создавать чрезмерную уверенность в собственной правоте; Творец и Искатель дают огромное пространство для экспериментов, но могут мешать завершению; Эстет и Славный малый создают близкий красивый бренд, но иногда слишком зависят от одобрения аудитории. Поэтому результат Формулы проявленности должен показывать человеку и ресурс, и точку риска.

Глава 16. Творец в сочетании с другими архетипами

Когда ведущим архетипом становится Творец, в основе проявленности остаётся создание нового. Однако второй архетип меняет характер этой энергии и показывает, каким способом человек будет воздействовать на аудиторию, что станет его естественным обещанием и какие черты особенно важно поддержать через голос бренда, визуал, контент и продажи. Поэтому одинаковый ведущий архетип может создавать совершенно разные личные бренды в зависимости от того, какая энергия оказывается рядом.

Творец + Маг - Вдохновляющий Визионер

В сочетании Творец и Маг первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней трансформация. Поэтому Вдохновляющий Визионер воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

В личном бренде этой Формуле полезно соединять смысл и форму: показывать, как человек думает, что выбирает, какие правила считает важными и какой результат создаёт для других. голос бренда должен оставаться естественным, а визуал поддерживать характер, не превращаясь в костюм. Теневая сторона появляется тогда, когда одна из энергий начинает требовать слишком сильного подтверждения и сочетание уходит в крайность; зрелость, напротив, проявляется в способности использовать ресурс пары без необходимости доказывать аудитории, что автор действительно соответству-

ет красивому названию.

Формула проявленности: Вдохновляющий Визионер соединяет создание нового и трансформация так, чтобы они работали как единый характер личного бренда.

Творец + Эстет - Автор Красоты

В сочетании Творец и Эстет первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней красота и эмоциональный опыт. Поэтому Автор Красоты воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

В личном бренде этой Формуле полезно соединять смысл и форму: показывать, как человек думает, что выбирает, какие правила считает важными и какой результат создаёт для других. голос бренда должен оставаться естественным, а визуал поддерживать характер, не превращаясь в костюм. Теневая сторона появляется тогда, когда одна из энергий начинает требовать слишком сильного подтверждения и сочетание уходит в крайность; зрелость, напротив, проявляется в способности использовать ресурс пары без необходимости доказывать аудитории, что автор действительно соответствует красивому названию.

Формула проявленности: Автор Красоты соединяет со-

здание нового и красота и эмоциональный опыт так, чтобы они работали как единый характер личного бренда.

Творец + Мудрец - Архитектор Идей

В сочетании Творец и Мудрец первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней понимание. Поэтому Архитектор Идей воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

В личном бренде этой Формуле полезно соединять смысл и форму: показывать, как человек думает, что выбирает, какие правила считает важными и какой результат создаёт для других. голос бренда должен оставаться естественным, а визуал поддерживать характер, не превращаясь в костюм. Теневая сторона появляется тогда, когда одна из энергий начинает требовать слишком сильного подтверждения и сочетание уходит в крайность; зрелость, напротив, проявляется в способности использовать ресурс пары без необходимости доказывать аудитории, что автор действительно соответству-

ет красивому названию.

Формула проявленности: Архитектор Идей соединяет создание нового и понимание так, чтобы они работали как единый характер личного бренда.

Творец + Правитель - Архитектор Систем

В сочетании Творец и Правитель первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней лидерство и система. Поэтому Архитектор Систем воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

В личном бренде этой Формуле полезно соединять смысл и форму: показывать, как человек думает, что выбирает, какие правила считает важными и какой результат создаёт для других. голос бренда должен оставаться естественным, а визуал поддерживать характер, не превращаясь в костюм. Теневая сторона появляется тогда, когда одна из энергий начинает требовать слишком сильного подтверждения и сочетание уходит в крайность; зрелость, напротив, проявляется в способности использовать ресурс пары без необходимости доказывать аудитории, что автор действительно соответству-

ет красивому названию.

Формула проявленности: Архитектор Систем соединяет создание нового и лидерство и система так, чтобы они работали как единый характер личного бренда.

Творец + Бунтарь - Провокатор Нового

В сочетании Творец и Бунтарь первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней свобода от ограничивающих правил. Поэтому Провокатор Нового воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

В личном бренде этой Формуле полезно соединять смысл и форму: показывать, как человек думает, что выбирает, какие правила считает важными и какой результат создаёт для других. голос бренда должен оставаться естественным, а визуал поддерживать характер, не превращаясь в костюм. Теневая сторона появляется тогда, когда одна из энергий начинает требовать слишком сильного подтверждения и сочетание уходит в крайность; зрелость, напротив, проявляется в способности использовать ресурс пары без необходимости доказывать аудитории, что автор действительно соответству-

ет красивому названию.

Формула проявленности: Провокатор Нового соединяет создание нового и свобода от ограничивающих правил так, чтобы они работали как единый характер личного бренда.

Творец + Герой - Создатель Результата

В сочетании Творец и Герой первая энергия сохраняет свою основную потребность в том, чтобы проявлять создание нового, а вторая добавляет к ней действие и внутренняя сила. Поэтому Создатель Результата воспринимается не как два архетипа, существующих рядом, а как единый тип, в котором сильные качества начинают поддерживать и менять друг друга. Такой человек особенно убедителен тогда, когда не пытается буквально иллюстрировать архетипы, а показывает их через реальные решения, профессиональный опыт, характер общения и то впечатление, которое стабильно остаётся у людей после взаимодействия.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.