Политическая лингвистика. 2026. № 5 (119).
Political Linguistics. 2026. No 5 (119).

УДК 81'42+81'38+81'27
ББК Ш105.51+Ш105.551.5+Ш100.621 *ГРНТИ 16.21.27; 16.21.29* *Код ВАК 5.9.8; 5.9.9*

Тамара Халильевна Поспелова
Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия, pospelova.tamara@urfu.ru

Стратегия использования архетипов при репрезентации образов политиков в СМИ

АННОТАЦИЯ. *В статье исследуется применение архетипических конструктов в формировании и управлении медиаобразами современных европейских и американских политических лидеров. Теоретико-методологическую основу составили положения аналитической психологии К. Г. Юнга и М. Л. фон Франц, а также концепции архетипов в политической коммуникации, представленные в работах отечественных и зарубежных исследователей. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью новых медиа и социальных сетей в конструировании и репрезентации публичных образов политических лидеров.*

Цель исследования заключается в разработке и апробации системного подхода к выявлению и применению архетипических конструктов в формировании медиаобраза политического лидера. Предлагаемая методология включает пять взаимосвязанных уровней диагностики: определение архетипической формулы; вербальный анализ ключевых сообщений; визуально-семантический анализ фото- и видеоматериалов; анализ нарративной структуры; выявление ключевой коммуникативной функции архетипической модели.

Эмпирическую базу составили 25 публичных материалов из официальных аккаунтов и каналов трех политических лидеров — президента США Дональда Трампа, президента Франции Эммануэля Макрона и председателя правительства Испании Педро Санчеса, опубликованных в 2023–2026 годах. В непосредственный анализ включено 9 публикаций.

Результаты показывают, что архетип Правителя выступает базовой моделью политического лидерства, связанной с демонстрацией власти, порядка, контроля и способности принимать решения, тогда как комплементарные архетипы обеспечивают эмоциональную и ценностную дифференциацию медиаобраза. Предложенная методология также может применяться в современной медиасреде для комплексного анализа цифровой политической коммуникации и разработки адресных стратегий формирования публичного образа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *журналистика, медиалингвистика, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, медиаобразы, языковые средства, политические лидеры, политический дискурс, политические тексты, лидерство, архетипизация лидерства, архетипы, нарратив, политическая коммуникация, языковая репрезентация.*

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: *Поспелова Тамара Халильевна, аспирант кафедры периодической печати и сетевых медиа, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия, email: pospelova.tamara@urfu.ru.*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: *Поспелова, Т. Х.* Стратегия использования архетипов при репрезентации образов политиков в СМИ / Т. Х. Поспелова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 5 (119). — С. 96-112.

Tamara Kh. Pospelova
Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia, pospelova.tamara@urfu.ru

The Strategies of Employing Archetypes while Representing Media Images of Contemporary Political Leaders

ABSTRACT. *The article examines the use of archetypal constructs in the formation and management of media images of contemporary European and American political leaders. The theoretical and methodological framework draws on the principles of analytical psychology developed by C. G. Jung and M.-L. von Franz, as well as on the concepts of archetypes in political communication presented in the works of Russian and international scholars. The relevance of the study is determined by the increasing role of new media and social networks in the construction and representation of public images of political leaders.*

The aim of the study is to develop and test a systemic approach to identification and application of archetypal constructs in the formation of a political leader's media image. The suggested methodology comprises five interrelated diagnostic levels: identification of the archetypal formula; verbal analysis of key messages; visual-semantic analysis of photographic and video materials; analysis of the narrative structure; and identification of the key communicative function of the archetypal model.

The empirical basis encompasses 25 publicly available materials from the official accounts and channels of three political leaders: U.S. President Donald Trump, French President Emmanuel Macron, and Spanish Prime Minister Pedro Sánchez, published between 2023 and 2026. Nine publications were selected for detailed analysis.

© Поспелова Т. Х., 2026

The results demonstrate that the Ruler archetype serves as a basic model of political leadership associated with the demonstration of power, order, control, and decision-making capacity, while complementary archetypes provide emotional and value-based differentiation of the media image. The suggested methodology can also be applied in the contemporary media environment to conduct a comprehensive analysis of digital political communication and to develop targeted strategies for constructing public images.

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, media images, language means, political leaders, political discourse, political texts, leadership, leadership archetypization, archetypes, narrative, political communication, linguistic representation.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Pospelova Tamara Khalilyevna, Post-Graduate Student of Department of Periodical Press and Online Media, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia.*

FOR CITATION: *Pospelova T. Kh.* (2026). The Strategies of Employing Archetypes while Representing Media Images of Contemporary Political Leaders. In *Political Linguistics*. No 5 (119), pp. 96-112. (In Russ.).

АРХЕТИПЫ И ПРАКТИКА ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В КОНСТРУИРОВАНИИ МЕДИАОБРАЗОВ

Деятельность современного политика в условиях цифровизации общественно-политической коммуникации невозможна без целенаправленного конструирования эффективного медиаобраза с применением PR-технологий. Использование социальных сетей в настоящее время выступает неотъемлемым инструментом формирования и управления общественным мнением, обеспечивая оперативное взаимодействие с аудиторией и трансляцию политических смыслов. Одним из методологических подходов к формированию имиджа политического актора является применение архетипических конструкций, позволяющих выстраивать устойчивые и эмоционально значимые модели восприятия политического лидера в массовом сознании.

Изучением и исследованием архетипов ученые занимаются уже больше 100 лет. Основоположником теории и концепции является Карл Юнг, определивший архетип как универсальные первообразы коллективного бессознательного, проявляющиеся в мифах, символах, образах и моделях поведения человека. В работе «Архетипы и символы» ученым отмечается, что мы имеем дело с фигурой, повторяющейся на протяжении истории везде [Юнг 2019: 282].

Мария Луиза фон Франц, последователь Юнга, выделяет два аспекта коллективного бессознательного: во-первых, оно проявляется как инстинкты, побудительные мотивы, ведущие к появлению конкретных поведенческих форм; во-вторых, оно раскрывается как типично человеческий религиозно-мифологический мир фантазий [Франц 2017: 14], формирующий символические жесты и символические образы, доступные для созвучного восприятия даже людям разных народов и времен.

В современной научной литературе архетип рассматривается не только как универсальная структура коллективного бессознательного, но и как социально и культурно обусловленный образ. Так, М. М. Бетильмерзаева и М. З. Мусаева определяют социальный архетип как «глубоко укорененный в культуре образ действия, мышления и эмоционального реагирования, который передается от поколения к поколению и оказывает значительное влияние на поведение индивида в социальной среде» [Бетильмерзаева, Мусаева 2024: 15–20].

По мнению исследователя М. Г. Ивановой, архетипы прочно связаны с политической деятельностью. Общество и государство, транслирующие архетипические образы и символы культуры, обретают прочность и основательность, поскольку образуют с отдельным человеком духовное единство. Если деятельность государства направлена на реализацию наилучшего из того, что заложено в природе отдельного народа и его представителей, то это благотворно отражается и на самом обществе [Иванова 2020: 195–204].

При восприятии политических деятелей общественное сознание, как правило, оперирует не столько реальными характеристиками личности политика, сколько сформированным политическим образом, транслируемым через медиакоммуникацию и символические практики. В структуре данного образа аудитория нередко проективно выделяет архетипические конструкты, обеспечивающие эмоциональную узнаваемость и устойчивость восприятия политического лидера. В связи с этим представляется необходимым обратиться к теоретическому осмыслению понятия «политический образ» и его сущностных характеристик. К примеру, Е. Б. Шестопал в своих работах дает следующее определение: политический образ представляет собой, как и любой образ, с одной стороны, отражение реальных характеристик объекта восприятия, а с другой стороны — проекцию ожиданий субъекта восприятия, т. е. граждан. В политическом образе отражаются знания, представления,

мнения, оценки, ожидания, эмоции, требования граждан к объекту восприятия [Шестопал 2008: 12–14]. Предметом нашего изучения должно стать отражение власти, партии, организации, личности лидера и пр. в массовом и индивидуальном сознании граждан. В то же время, по мнению Т. Н. Пищевой, Н. П. Шелекасовой, в коммуникативном пространстве существует и специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика (власти, партии, страны и т. д.), которое принято называть имиджем [Пищева, Шелекасова 2004: 81–93].

Использование архетипического подхода в исследовании политических образов обусловлено не только содержательной близостью понятий «архетип» и «образ», но и возможностью выявления глубинных культурных оснований восприятия политических лидеров. При этом предметом анализа выступают не столько архетипы лидерства как таковые, сколько архетипические образы, сформировавшиеся в мифологии, религии, философии, литературе и иных формах культурной репрезентации. Именно эти устойчивые символические конструкции, закрепленные в коллективном сознании, впоследствии становятся основой для интерпретации и оценки политических деятелей сегодня.

А. О. Бассак и С. В. Любичанковский отмечают, что образ политического лидера исторически изменчив и во многом определяется культурным контекстом, однако при этом сохраняет универсальные черты, характерные для различных эпох и политических систем. Авторы также подчеркивают символическую природу образа лидера, указывая, что «сам правитель становится символом, который воплощает некие архетипические идеи для своей группы или нации» [Бассак, Любичанковский 2024: 213].

ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ АРХЕТИПИЧЕСКОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ПОЛИТИЧЕСКОМ ЛИДЕРСТВЕ

Для понимания механизмов формирования современных политических образов необходимо обратиться к исторической эволюции представлений о лидерстве и проследить трансформацию архетипических моделей в различных культурных и политических традициях. Исторический анализ показывает, что общественные ожидания в отношении лидера изменялись вместе с развитием социальных институтов, однако ряд базовых архетипических конструкций сохранял устойчивость на протяжении многих столетий.

Уже в **античной философии** формируются фундаментальные представления об идеальном лидере, которые впоследствии оказали значительное влияние на европейскую политическую мысль. Одной из наиболее ранних моделей становится образ героя-воина — личности, способной вести за собой людей, принимать ответственность в условиях конфликта и демонстрировать личное мужество. Наряду с ним складывается образ мудрого правителя, чья легитимность основана не только на власти, но и на способности принимать справедливые решения. Так, Платон связывал идеальное государственное устройство с управлением философов, обладающих мудростью, нравственными качествами и способностью действовать в интересах общего блага [Платон 2003: 91]. В концепции Аристотеля идеальный государственный деятель сочетает интеллектуальное превосходство, политическую добродетель и способность к практическому управлению, формируя образ «великого человека», в котором объединяются черты Правителя, Мудреца и Героя [Аристотель 2003: 130–134].

Сходные представления о природе политического лидерства развиваются и **в восточной философской традиции.** В конфуцианском учении образ «благородного мужа» (*цзюнь-цзы*) рассматривается как нравственный идеал государственного деятеля. Правитель должен обладать мудростью, справедливостью, великодушием и высоким уровнем личной ответственности, выступая образцом поведения для общества [Конфуций 2011: 107]. Тем самым архетип лидера соединяет функции Правителя и Мудреца, а его авторитет основывается не столько на принуждении, сколько на моральном превосходстве и общественном доверии.

В эпоху Средневековья архетипические представления о политическом лидерстве приобретают выраженный сакральный характер. Лидер начинает восприниматься как посредник между земным и божественным порядком, а его власть получает религиозное обоснование. В трудах Аврелия Августина правитель предстает наместником Бога на земле, тогда как Фома Аквинский связывает предназначение государственной власти с достижением общего блага и нравственным руководством обществом [Антология средневековой мысли 2001: 144]. В этот период доминирующими становятся архетипы Правителя и Мудреца, дополненные мотивами духовного наставничества и нравственного служения.

Переход к **эпохе Возрождения и Новому времени** сопровождается изменением представлений о природе власти. По мере распространения гуманистических идей и

рационалистического мировоззрения политический лидер все чаще рассматривается как самостоятельный субъект общественных преобразований. Если в средневековой традиции власть преимущественно осмыслялась как божественное установление, то в Новое время возрастает значение личных качеств руководителя, его способности принимать стратегические решения, инициировать реформы и влиять на общественное развитие. В результате в структуре политического образа усиливаются архетипы Преобразователя, Героя и Мудреца, тогда как фигура Правителя постепенно утрачивает исключительно сакральное содержание и приобретает более выраженный деятельностный характер.

Социально-политические процессы **XIX — начала XX века**, включая революции, национально-освободительные движения и масштабные модернизационные преобразования, способствовали дальнейшему развитию архетипических моделей лидерства. В общественном сознании возрастает значение лидера, способного не только поддерживать существующий порядок, но и инициировать его изменение. Именно в этот период получает распространение архетип Бунтаря-реформатора, объединяющий готовность к преодолению устоявшихся норм с ответственностью за формирование нового общественного устройства.

Историческая динамика архетипов лидерства получила отражение и в современных исследованиях. Так, В. В. Комаров показывает, что на протяжении различных исторических эпох массовое сознание воспроизводит ограниченный круг устойчивых образов политического лидера, среди которых наиболее значимыми выступают Правитель, Герой, Мудрец и Преобразователь [Комаров 2022: 439–460]. Несмотря на различия исторического контекста, именно данные архетипические модели продолжают определять общественные ожидания в отношении личности лидера и способов реализации власти. Схожие идеи прослеживаются в концепциях Т. Карлейля и Ф. Ницше, акцентировавших роль выдающейся личности в историческом процессе. Карлейль связывал историческое развитие с деятельностью героя — человека, обладающего исключительным авторитетом и способного выступать в качестве вождя [Карлейль 1908: 74–77], тогда как Ницше рассматривал становление личности через волю к власти, самопреодоление и формирование более сильного типа человека [Ницше 2019].

Таким образом, историческое развитие представлений о политическом лидерстве демонстрирует не смену архетипов, а их постепенную трансформацию и переосмысление в соответствии с изменяющимися общественными условиями. В современную эпоху процессы глобализации, цифровизации и медиатизации политики существенно изменяют способы репрезентации лидеров, однако базовые архетипические конструкции сохраняют свою объяснительную ценность. Меняются прежде всего формы их коммуникативного выражения: традиционные архетипы Правителя, Героя, Мудреца, Бунтаря и Преобразователя получают новые визуальные и вербальные способы репрезентации в цифровом медиапространстве, сохраняя при этом свою психологическую и культурную основу.

В исследованиях лидерства архетипический подход используется для выявления устойчивых моделей поведения, символических ролей и способов осуществления лидерского воздействия. При этом понятие архетипизации лидерства не имеет единой трактовки и может рассматриваться на различных уровнях — от соотношения лидерской роли и архетипического образа до выявления устойчивых поведенческих и функциональных моделей.

В настоящем исследовании под **архетипизацией политического лидерства** понимается процесс актуализации устойчивых социокультурных архетипических моделей в публичной репрезентации политического лидера посредством вербальных, визуальных и нарративных средств, в результате которого формируется узнаваемая модель восприятия лидера и задаются определенные способы его взаимодействия с аудиторией и коммуникативные функции.

Данное определение требует соотнесения с существующими подходами к изучению лидерских архетипов. В современной литературе представлены модели, акцентирующие различные стороны архетипизации лидерства. Так, В. Г. Туркина рассматривает архетип преимущественно в контексте соотношения лидерской роли, управленческого поведения и соответствующего ему культурного образа. В ее типологии выделяются Достигатор, Вдохновитель, Эксперт, Бюрократ, Организатор и Командный лидер, которым соответствуют архетипические модели Героя (Воина), Заботливого, Мудреца, Правителя (Законодателя) и Героя-трансформатора [Туркина 2016: 35–49]. Таким образом, в данной модели архетип выступает основанием для интерпретации различных способов осуществления лидерской роли в организации.

Иной уровень анализа представлен в модели М. Кетса де Вриса и соавторов,

в которой лидерские архетипы определяются как «представления о способах осуществления лидерства в сложной организационной среде». На основе эмпирических наблюдений авторами выделены восемь архетипов лидерства: Стратег, Катализатор перемен, Транзактор, Созидатель, Новатор, Процессор, Наставник и Коммуникатор [Kets de Vries et al. 2010].

Сопоставление этих подходов показывает, что они фиксируют различные уровни проявления архетипа в лидерстве. Модель Туркиной акцентирует символическую и ролевую составляющую, связывая управленческую роль с определенным архетипическим образом; модель Кетса де Вриса преимущественно раскрывает поведенческий и функциональный аспект лидерства. Иными словами, первая позволяет определить, какой архетипический образ воплощает лидер, тогда как вторая — каким образом он реализует лидерскую функцию.

Однако для анализа политического лидерства этих уровней недостаточно, поскольку политический лидер существует не только как субъект осуществления определенной социальной или управленческой роли, но и как публично конструируемый медиаобраз. Архетип становится значимым для политической коммуникации именно в процессе его репрезентации и узнавания аудиторией. Поэтому перенос существующих моделей лидерских архетипов в сферу политической коммуникации требует их дополнительной операционализации с учетом специфики медиарепрезентации.

В связи с этим в настоящем исследовании архетип рассматривается одновременно как символическая модель политического образа и как коммуникативный паттерн ее актуализации. Такой подход позволяет анализировать архетип не только через предполагаемые личностные или управленческие характеристики лидера, но и через их наблюдаемые проявления в публичной коммуникации: тематику сообщений, систему транслируемых ценностей, характер взаимодействия с аудиторией, вербальные маркеры, визуальные образы, нарративные конструкции и способы репрезентации власти, конфликта, заботы и социальных изменений.

Таким образом, архетипизация политического лидерства в рамках настоящего исследования рассматривается как многоуровневый процесс перехода от архетипической модели к ее медиарепрезентации и далее — к формированию устойчивого политического медиаобраза. Именно такая трактовка позволяет перейти от общего описания архетипов к их эмпирической диагностике в современной политической коммуникации.

В связи с этим цель настоящего исследования заключается в разработке и апробации системного подхода к анализу архетипических конструктов в образах современных политических лидеров Европы и Северной Америки на основе эмпирического исследования их публичной медиарепрезентации.

МЕТОДИКА АНАЛИЗА АРХЕТИПИЧЕСКИХ КОНСТРУКТОВ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ОБРАЗАХ

Эмпирическую базу исследования составили публичные материалы официальных цифровых каналов Д. Трампа, Э. Макрона и П. Санчеса за период 2023–2026 год. Первоначальный массив составил 25 публикаций. В итоговую выборку вошло 9 материалов, отобранных по следующим критериям: наличие вербальных, визуальных или нарративных признаков исследуемых архетипических моделей; содержательная репрезентативность коммуникации лидера; возможность идентификации источника, даты и контекста публикации. Выбор данных политических лидеров обусловлен необходимостью сопоставления различных национальных моделей политической коммуникации при сохранении общего критерия — действующий глава государства или правительства европейской/североамериканской страны и наличие регулярно обновляемых официальных цифровых каналов. В исследование включались исключительно сообщения, опубликованные от первого лица либо от имени самого политика, что позволило анализировать авторскую репрезентацию политического образа.

Для выявления архетипических моделей политического лидерства разработана авторская методика, основанная на комплексном анализе пяти взаимосвязанных уровней репрезентации: архетипического, вербального, визуального, нарративного и функционального.

Первый уровень предполагает **определение архетипической формулы политического образа.** В ходе анализа выделяются доминирующий и комплементарные архетипы. Под доминирующим архетипом понимается основная символическая модель, определяющая ведущую роль политического лидера в общественном восприятии. Комплементарные архетипы рассматриваются как дополнительные смысловые конструкции, уточняющие и усиливающие индивидуальные особенности политического образа.

Так, архетип Правителя обеспечивает легитимацию власти, демонстрацию способ-

ности контролировать общественные процессы и поддерживать политическую стабильность. Архетип Героя усиливает образ лидера посредством нарратива борьбы, защиты и преодоления препятствий. Архетип Бунтаря, в свою очередь, формирует образ политика как реформатора, противопоставляющего себя существующей системе и инициирующего общественные изменения.

Второй уровень направлен на **исследование вербальной репрезентации архетипов**. Анализу подвергаются публичные выступления, программные заявления, публикации в социальных сетях, интервью, политические лозунги и иные текстовые материалы. Основное внимание уделяется повторяющимся смысловым конструкциям, устойчивым речевым формулам, ключевым ценностным категориям, способам описания угроз, моделям конструирования образа будущего, а также коммуникативной роли самого политика в повествовании.

Например, для архетипа Героя характерны высказывания, акцентирующие защиту, борьбу и личную ответственность лидера («я борюсь», «я защищаю», «мы должны победить»). Подобные речевые конструкции выполняют функцию эмоциональной мобилизации аудитории и формируют образ лидера-защитника.

Вербальная репрезентация архетипа Бунтаря, напротив, строится на противопоставлении действующей политической системе и включает формулы, подчеркивающие наличие конфликта («система против вас», «они пытаются остановить нас», «мы вернем контроль»). Основной коммуникационной функцией данного архетипа выступает консолидация сторонников через противопоставление категорий «мы» и «они».

Третий уровень предусматривает **анализ визуальной репрезентации архетипических конструктов.** В качестве эмпирического материала рассматриваются официальные фотографии и видеоматериалы политических лидеров. Анализ включает изучение цветовой палитры, особенностей одежды, композиции кадра, ракурсов съемки, использования государственных, национальных и культурных символов, пространственного расположения политика, а также невербальных средств коммуникации — жестов, позы и мимики. Исследование данных элементов позволяет определить способы визуального конструирования статуса лидера, выявить доминирующие ценностные установки и установить, каким образом формируется восприятие политика как авторитетной, близкой аудитории либо доминирующей фигуры.

Четвертый уровень посвящен **анализу нарративной структуры политического образа.** В исследовании используется авторская аналитическая модель, разработанная на основе концепции «пути героя» Дж. Кэмпбелла, морфологии волшебной сказки В. Я. Проппа и теории стратегических нарративов А. Мискиммона, Б. О'Лафлина и Л. Розелль. В соответствии с данной моделью анализируется последовательность пяти структурных элементов политического повествования: **угроза — конфликт — герой — решение — образ будущего.**

В ходе анализа рассматриваются следующие исследовательские вопросы: какая проблема представляется в качестве ключевой угрозы; кто конструируется как источник этой угрозы; какую роль в разрешении конфликта занимает политический лидер; какое решение предлагается аудитории; каким образом формируется желаемый образ будущего.

Пятый уровень предполагает **определение коммуникационной функции архетипа.** В настоящем исследовании под коммуникационной функцией понимается роль, которую архетипическая модель выполняет в процессе политической коммуникации. К числу основных функций относятся легитимация власти, мобилизация сторонников, формирование общественного доверия, конструирование образа реформатора, демонстрация компетентности, обеспечение чувства безопасности и символическое объединение политического сообщества.

Предложенная методика основана на синтезе архетипической теории К. Г. Юнга, концепции архетипов бренда К. Пирсон и М. Марк, теории символической политики М. Эдельмана, концепции политического фрейминга Дж. Лакоффа, а также современных исследований политической коммуникации и стратегических нарративов. Комплексное применение указанных аналитических уровней позволяет выявить устойчивые архетипические модели, лежащие в основе формирования современных политических образов, и определить особенности их коммуникативной реализации в цифровом медиапространстве.

Таблица 1. Операционализация методики анализа архетипических конструктов

Уровень анализа	Единица анализа	Индикаторы	Метод
Архетипический	Политический образ	Доминирующий и комплементарные архетипы	Качественный анализ
Вербальный	Пост, выступление, интервью	Лексика, метафоры, слоганы, ценности	Контент-анализ
Визуальный	Фотографии, видеоматериалы	Цвет, композиция, символика, одежда, ракурс, жесты, мимика	Визуальный контент-анализ
Нарративный	Политическое сообщение	Угроза — конфликт — герой — решение — образ будущего	Нарративный анализ
Функциональный	Коммуникационная стратегия	Легитимация, мобилизация, доверие, реформирование и др.	Интерпретативный анализ

Последовательное применение пяти уровней позволяет перейти от фиксации архетипической модели к выявлению конкретных средств ее медиарепрезентации и далее — к определению коммуникативной функции. Таким образом, методика имеет не только описательный, но и диагностический характер: она позволяет установить, каким образом определенный архетип актуализируется в коммуникации политического лидера и какую роль выполняет в конструировании его публичного образа.

КЛАССИФИКАЦИЯ АРХЕТИПОВ В ОБРАЗАХ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ АМЕРИКИ И ЕВРОПЫ

При анализе образов современных политических лидеров важно отметить, что базовым архетипическим компонентом большинства политических образов является архетип **Правителя.** Данная архетипическая модель связана с функциями установления и поддержания порядка, обеспечения стабильности социальной системы, принятия ответственности за коллективное будущее, защиты существующих норм и ценностей.

Вместе с тем архетип Правителя не исчерпывает структуру современного политического образа. Цель настоящего исследования заключается в выявлении дополнительных архетипических ролей, которые актуализируются в коммуникации политических лидеров и формируют их индивидуальную идентичность в публичном пространстве.

Анализ практических кейсов позволил сформировать авторскую классификацию архетипических комбинаций современных политических образов. В качестве объектов исследования были выбраны публичные образы политических лидеров Европы и Северной Америки, включая Дональда Трампа, Эммануэля Макрона и других представителей современной политической элиты.

Правитель — Герой — Бунтарь: образ Дональда Трампа

Архетипическая формула образа. Результаты анализа позволяют сделать вывод, что публичный образ Дональда Трампа строится на сочетании трех взаимодополняющих архетипов: **Правителя**, **Героя** и **Бунтаря.** Доминирующим выступает архетип Правителя, тогда как Герой и Бунтарь выполняют функцию усиления и дифференциации политического образа.

Архетип Правителя проявляется в стремлении продемонстрировать способность контролировать ситуацию, принимать решения государственного масштаба и восстанавливать общественный порядок. Комплементарный архетип Героя формирует образ лидера, принимающего на себя ответственность за защиту граждан и готового к политическому противостоянию. Архетип Бунтаря проявляется через постоянное противопоставление политика существующей политической системе, бюрократическим институтам и политическим оппонентам, позиционируемым как препятствие на пути общественных преобразований.

Вербальная репрезентация архетипов в коммуникации Дональда Трампа характеризуется высокой степенью персонализации, директивностью и использованием конфликтной риторики. Архетип Правителя проявляется через формулы, подчеркивающие способность лидера принимать решения и обеспечивать их исполнение. Так, в публикации в социальной сети Truth Social, посвященной кадровым решениям администрации, Трамп использует директивную формулу: *«Let this serve as Official Notice of Dismissal for these 4 individuals, with many more, coming soon. YOU'RE FIRED!»*[1]

[1] Singh Kanishka and Mason Jeff “You're fired!” Trump tells Biden appointees, who say they already quit // Reuters : website. 2025, January 22. URL: https://www.reuters.com/world/us/trump-says-his-team-is-process-removing-over-thousand-biden-

(«Пусть это послужит официальным уведомлением об увольнении этих четырех лиц; за ними последуют многие другие. Вы уволены!»). Данная формулировка акцентирует персональную ответственность лидера и его способность непосредственно осуществлять властные полномочия.

Архетип Героя актуализируется через риторику личной защиты сторонников. В выступлении на съезде Республиканской партии Северной Каролины 10 июня 2023 г. Трамп заявил: *«In the end, they're not coming after me. They're coming after you, and I'm just standing in their way» («В конечном счете они идут не за мной. Они идут за вами, а я лишь стою у них на пути»)*[1]. Перенос угрозы с самого лидера на его сторонников формирует образ политика, который принимает удар на себя и выступает защитником политического сообщества.

Архетип Бунтаря реализуется через противопоставление действующей политической системы и заявленной программы преобразований. Одним из наиболее устойчивых вербальных маркеров данной модели является слоган ***Make America Great Again***, регулярно используемый Трампом в цифровой коммуникации. В частности, в публикациях Truth Social 2025 г. слоган используется как итоговая формула политических сообщений, связывающая деятельность президента с обещанием восстановления национального величия[2].

Таким образом, вербальная репрезентация Трампа сочетает три взаимосвязанных компонента: **Правитель** проявляется через директивность и демонстрацию властных полномочий, **Герой** — через риторику защиты сторонников и личного противостояния угрозе, **Бунтарь** — через противопоставление существующей политической системе и обещание ее преобразования.

Визуальная репрезентация архетипов Дональда Трампа характеризуется высокой степенью повторяемости символических элементов, обеспечивающих устойчивость политического образа.

Доминирующими визуальными кодами являются:

- официальный темно-синий костюм и красный галстук как элементы персональной визуальной идентичности;
- государственная символика США (флаги, президентская атрибутика, официальные резиденции);
- выступления за трибуной или в окружении представителей государственных институтов;
- фотографии среди многочисленных сторонников;
- низкие ракурсы съемки, визуально усиливающие ощущение лидерства и доминирования;
- активная жестикуляция, прежде всего указующий жест рукой, символизирующий контроль, принятие решений и обращение непосредственно к аудитории.

appointees-2025-01-21/ (date of access: 07.08.2026).

[1] Trump D. Remarks at the North Carolina Republican Convention in Greensboro. 2023, June 10 // The American Presidency Project : website. URL: https://www.presidency.ucsb.edu/documents/remarks-the-north-carolina-republican-convention-greensboro (date of access: 07.08.2026).

[2] Trump Donald J. (2nd Term), Truth Social Posts of May 26, 2025 Online by Gerhard Peters and John T. Woolley, The American Presidency Project : website. URL: https://www.presidency.ucsb.edu/node/377862 (date of access: 07.08.2026).



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5

Прим. Рис. 1–5: изображения из личного блога Дональда Трампа, социальная сеть X

Подобная визуальная композиция систематически воспроизводит архетип Правителя, тогда как массовые митинги, эмоциональные выступления и динамичные кадры усиливают восприятие политика как Героя, находящегося в центре общественной борьбы.

Нарративная структура политического образа. Анализ публикаций показывает, что политическая коммуникация Дональда Трампа строится по устойчивой нарративной модели.

Угроза. В качестве источника угрозы последовательно конструируются политический истеблишмент, бюрократический аппарат, нелегальная миграция, внешние экономические конкуренты, а также решения предыдущих администраций.

Конфликт. Политическая борьба представляется как противостояние народа и существующей системы, где политик становится главным объектом давления именно потому, что представляет интересы граждан.

Герой. Центральной фигурой повествования выступает сам лидер, принимающий ответственность за преодоление кризиса и восстановление справедливости.

Решение. Решение связывается с проведением реформ, усилением государственного контроля, укреплением национального суверенитета и реализацией собственных политических инициатив.

Образ будущего. Конечной целью выступает возвращение к сильному и процветающему государству, что наиболее концентрированно выражено в слогане **Make America Great Again.**

Коммуникационная функция архетипов. В публичной коммуникации Дональда Трампа каждый архетип выполняет самостоятельную функцию.

Архетип Правителя обеспечивает легитимацию власти, демонстрацию компетентности и способности принимать государственные решения.

Архетип Героя способствует эмоциональной мобилизации сторонников посредством формирования образа лидера-защитника, принимающего личную ответственность за безопасность и благополучие общества.

Таблица 2. Эмпирический анализ архетипа политического образа Д. Трампа

Компонент	Результат анализа
Архетипическая формула	Правитель — Герой — Бунтарь
Доминирующий архетип	Правитель
Вербальные маркеры	Директивная риторика: «YOU'RE FIRED!»; риторика защиты: «They're not coming after me. They're coming after you, and I'm just standing in their way»; слоган «MAKE AMERICA GREAT AGAIN!»
Визуальные маркеры	Красный галстук, флаг США, трибуна, низкий ракурс, массовые митинги
Нарратив	Угроза — Борьба — Лидер — Победа — Возвращение величия
Коммуникационная функция	Легитимация власти, мобилизация сторонников, поляризация политического пространства

Архетип Бунтаря выполняет функцию политической поляризации, противопоставляя действующую систему интересам народа и усиливая восприятие политика как инициатора радикальных изменений.

Совокупность трех архетипов формирует целостную коммуникационную модель, в которой институциональная власть сочетается с образом борца и реформатора.

Проведенный анализ показывает, что политический образ Дональда Трампа представляет собой устойчивую архетипическую конструкцию **«Правитель — Герой — Бунтарь»**. Доминирующим является архетип Правителя, обеспечивающий восприятие политика как сильного руководителя, способного контролировать государственные процессы и принимать стратегические решения. Архетип Героя усиливает эмоциональную идентификацию аудитории через нарратив борьбы, личной ответственности и защиты общества. Архетип Бунтаря дополняет образ лидера противопоставлением существующей политической системе и акцентом на необходимости глубоких общественных преобразований. Именно сочетание данных архетипов обеспечивает высокую целостность и узнаваемость публичного образа Дональда Трампа в современной цифровой политической коммуникации.

Правитель — мудрец — герой (стратег): образ Эмануэля Макрона

Архетипическая формула образа. Проведенный анализ показывает, что публичный образ Эммануэля Макрона строится на сочетании архетипов **Правителя**, **Мудреца** и **Героя.** Доминирующим является архетип Правителя, определяющий институциональный характер политической коммуникации. Архетип Мудреца усиливает восприятие президента как компетентного государственного деятеля, принимающего решения на основе рационального анализа и долгосрочного стратегического планирования. Архетип Героя проявляется значительно менее эмоционально, чем в американской политической традиции, и реализуется преимущественно через мотив постоянной государственной деятельности, международного посредничества и коллективной ответственности.

Вербальная репрезентация архетипов. Коммуникация Э. Макрона характеризуется институциональной риторикой, акцентированием европейского единства, суверенитета и коллективной ответственности. Доминирующий архетип Правителя проявляется в позиционировании политика как субъекта, формулирующего стратегические цели и определяющего направление развития политического сообщества. Так, в выступлении в Сорбонне 25 апреля 2024 г. Макрон, обращаясь к собственному европейскому проекту, отмечает: *«Nous proposions alors de bâtir une Europe plus unie, plus souveraine, plus démocratique» («Мы предлагали построить более единую, более суверенную, более демократическую Европу»)*[1]. Формула «мы предлагали» конструирует образ политического лидера как инициатора и архитектора институциональных изменений.

Правительственная функция усиливается через риторику ответственности за будущее: *«Oui, nous sommes au moment de bascule, et notre Europe est mortelle. Simplement, cela dépend de nous» («Да, мы находимся в переломном моменте, и наша Европа смертна. Просто всё зависит от нас»)*[2]. В данном случае политический лидер не только обозначает угрозу, но и формирует рамку коллективной ответственности за ее преодоление.

Одновременно в коммуникации Макрона актуализируется архетип Мудреца. В интер-

[1] Macron E. Discours du Président de la République sur l'Europe à la Sorbonne. 2024, 25 avril // Élysée : website. URL: https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/04/24/discours-sur-leurope (date of access: 07.08.2026).

[2] Macron E. Discours du Président de la République sur l'Europe à la Sorbonne. 2024, 25 avril // Élysée : website. URL: https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/04/24/discours-sur-leurope (date of access: 07.08.2026).

вью TF1 и France 2 6 июня 2024 г. президент Франции связывает поддержку Украины с защитой общих ценностей, международного права и суверенитета: *«L'aider à résister, c'est protéger en effet ces valeurs, notre droit, la souveraineté des Ukrainiens, leur intégrité territoriale. Donc, c'est éviter la loi du plus fort» («Помогать ей сопротивляться — значит защищать наши ценности, наше право, суверенитет украинцев, их территориальную целостность. То есть не допустить закон сильнейшего»)*[1]. Таким образом, функция Мудреца реализуется через семантику смысла защиты, миропорядка.

Дополнительным проявлением Правителя является репрезентация лидера как носителя коллективного политического голоса. В выступлении на Генеральной Ассамблее ООН 25 сентября 2024 г. Макрон заявляет: *«Je m'exprime ici au nom d'un pays…» («Я выступаю здесь от имени страны…»)*[2]. Тем самым лидер позиционирует себя не только как индивидуального политического актора, но и как представителя государства и носителя его ценностной позиции.

Таким образом, вербальная репрезентация Э. Макрона сочетает архетип Правителя, выраженный через стратегическое проектирование, институциональную субъектность и риторику ответственности, и архетип Мудреца — Героя, актуализируемый посредством семантики защиты, безопасности, права и сохранения общих общечеловеческих ценностей.

Визуальная репрезентация архетипов Эммануэля Макрона отличается высокой степенью институционализации и последовательностью визуальных кодов.

Архетип Правителя репрезентируется посредством официальной государственной символики: французского и европейского флагов, интерьеров Елисейского дворца, рабочего кабинета, президентской трибуны, делового костюма темно-синих оттенков и сдержанной цветовой палитры. Композиция кадров строится таким образом, чтобы подчеркнуть статус президента как главы государства, а не как публичной медийной личности (рис. 6–7; изображения взяты из личного блога Эммануэля Макрона, социальная сеть X).

Архетип Мудреца проявляется через изображения рабочих встреч, изучения документов, участия в экспертных дискуссиях, международных переговорах и официальных конференциях (рис. 8–9). Значительная часть фотографий фиксирует президента в процессе обсуждения, анализа или принятия решений, что усиливает восприятие компетентности и рациональности.

[1] Macron E. Interview du Président Emmanuel Macron sur TF1 et France 2. 2024, 6 juin // Élysée : website. URL: https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/06/06/interview-du-president-emmanuel-macron-sur-tf1-et-france-2 (date of access: 07.08.2026).

[2] Macron E. 79e Assemblée générale de l'Organisation des Nations unies à New York. 2024, 25 septembre // Élysée : website. URL: https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2024/09/25/79e-assemblee-generale-de-lorganisation-des-nations-unies-a-new-york (date of access: 07.08.2026).



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11

Архетип Героя реализуется посредством динамических визуальных сюжетов. Президент редко изображается в статичном положении перед камерой. Наиболее характерными становятся кадры, где он идет по коридорам государственных учреждений, направляется на переговоры, участвует в международных саммитах, общается с военными или мировыми лидерами (рис. 10–11). Таким образом формируется образ политика, постоянно вовлеченного в процесс государственного управления.

В отличие от визуальной стратегии Дональда Трампа, доминирующей становится не демонстрация силы, а демонстрация непрерывной государственной деятельности.

Нарративная структура политического образа Макрона существенно отличается от конфликтной структуры, характерной для популистских лидеров.

Угроза. Основными угрозами выступают геополитическая нестабильность, военные конфликты, ослабление европейской безопасности, изменение мирового порядка и кризисы международного сотрудничества.

Конфликт. Конфликт представлен не как противостояние политических противников внутри страны, а как совокупность внешних вызовов, требующих совместного ответа демократических государств.

Герой. Центральным субъектом повествования становится не отдельный политик, а коллективное европейское сообщество, действующее при координирующей роли президента Франции.

Решение. Решение связывается с дипломатией, институциональным взаимодействием, укреплением европейской интеграции, развитием оборонного сотрудничества и последовательной реализацией долгосрочных реформ.

Образ будущего. Будущее описывается как сильная, суверенная, демократическая и безопасная Европа, основанная на единстве государств и общей ответственности.

Коммуникационная функция архетипов Макрона следующая.

Архетип Правителя обеспечивает легитимацию государственной власти, демонстрацию политической стабильности и институциональной ответственности.

Архетип Мудреца формирует представление о президенте как компетентном стратеге, принимающем решения на основе экспертного знания и долгосрочного анализа.

Архетип Героя выполняет функцию консолидации общества через идеи совместной ответственности, международного сотрудничества и коллективного преодоления кризисов.

В совокупности данные архетипы формируют коммуникационную модель институционального лидерства, основанную на компетентности, дипломатии и стратегическом видении будущего.

Публичный образ Эммануэля Макрона представляет собой устойчивую архетипическую конструкцию **«Правитель — Мудрец — Герой»**. Доминирующим является архетип Правителя, который проявляется в институциональной репрезентации власти и акценте на государственном управлении. Архетип Мудреца усиливает образ за счет рациональности, экспертности и ориентации на долгосрочное стратегическое развитие. Архетип Героя реализуется не через персонализированную борьбу, а через постоянную политическую деятельность, дипломатическое посредничество и координацию коллективных усилий. В отличие от политической коммуникации Дональда Трампа, основанной на персональном лидерстве и конфликтном нарративе, модель Макрона строится вокруг институтов, коллективной ответственности и совместного проектирования будущего.

Таблица 3. Эмпирический анализ архетипа политического образа Э. Макрона

Компонент анализа	Результат
Архетипическая формула	**Правитель — Мудрец — Герой**
Доминирующий архетип	Правитель
Комплементарные архетипы	Мудрец, Герой
Вербальные маркеры	«Nous proposions alors de bâtir une Europe plus unie, plus souveraine, plus démocratique»; «Notre Europe est mortelle. Simplement, cela dépend de nous»; «L'aider à résister, c'est protéger en effet ces valeurs, notre droit, la souveraineté des Ukrainiens, leur intégrité territoriale»
Визуальные маркеры	Французский и европейский флаги, Елисейский дворец, рабочий кабинет, международные саммиты, переговоры, рукопожатия, деловой костюм, спокойная жестикуляция, динамичные кадры движения к месту переговоров.
Нарративная структура	**Угроза — Международные вызовы — Совместные действия — Европейское сотрудничество — Сильная и суверенная Европа**
Коммуникационная функция	Легитимация власти, формирование доверия к институтам, стратегическое лидерство, консолидация союзников.

Правитель-опекун (социальный защитник): образ Педро Санчеса

Архетипическая формула образа Педро Санчеса строится на сочетании архетипов **Правителя** и **Опекуна.** Доминирующим является архетип Правителя, обеспечивающий восприятие политика как ответственного руководителя государства. Комплементарный архетип Опекуна усиливает образ через идеи социальной защиты, общественного благополучия, равенства и поддержки граждан.

В отличие от моделей Дональда Трампа и Эммануэля Макрона, политическая коммуникация Санчеса значительно меньше ориентирована на персонализацию лидерства. Президент редко позиционирует себя как главного героя политического процесса. Центральным объектом его коммуникации становятся общество, государственные институты и качество жизни граждан.

Вербальная репрезентация архетипов П. Санчеса характеризуется сочетанием институциональной риторики, ориентации на социальное благополучие и акцентирования ответственности государства за решение общественных проблем. Доминирующий архетип Правителя проявляется в репрезентации политика как субъекта стратегического управления и принятия решений. Так, в выступлении в Конгрессе депутатов 10 апреля 2024 г., представляя стратегию правительства на государственном и европейском уровнях, Санчес отмечает, что ее целью является *«abordar con éxito dos de los retos que nos ocupan a nivel estatal y a nivel europeo» («успешно справиться с двумя вызовами, стоящими перед нами на государственном и европейском уровнях»)*[1]. Таким образом, лидер позиционируется как субъект, определяющий приоритеты и организующий коллективное действие в ответ на внешние и внутренние вызовы.

Архетип Опекуна проявляется через устойчивую риторику социальной защиты и повышения качества жизни граждан. В июле 2024 г., характеризуя социальную политику правительства, Санчес заявил: *«Nuestra única y gran prioridad es que la gente viva mejor y lo vamos a cumplir» («Наша единственная и главная задача — чтобы люди жили лучше, и мы этого добьемся»)*[2]. Формула «чтобы люди жили лучше» переводит коммуникацию из сферы абстрактного государственного управления в сферу непосредственной заботы о благополучии граждан.

Данная модель получает развитие в риторике укрепления социального государства. В декабре 2024 г. Санчес подчеркнул необходимость *«seguir fortaleciendo el Estado del bienestar y mejorando los salarios de los trabajadores» («продолжать укреплять го-*

[1] Sánchez P. Comparecencia del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, ante los medios de comunicación, junto al Primer Ministro de Portugal, Luís Montenegro, tras la XXXV Cumbre Hispano-Portuguesa. 2024, October 23 // La Moncloa : website. URL: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2024/20241023-sanchez-rueda-prensa-cumbre-hispano-lusa.aspx (date of access: 23.08.2026).

[2] Sánchez P. Intervención del presidente del Gobierno para dar cuenta de las decisiones adoptadas en los Consejos Europeos. 2024, 17 July // La Moncloa : website. URL: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/Paginas/2024/20240717-sanchez-comparecencia-congreso.aspx (date of access: 23.08.2026).

сударство всеобщего благосостояния и повышать заработную плату работников»)[1]. В данном случае функция Опекуна реализуется через семантику защиты социальных гарантий, поддержки работников и снижения социального неравенства.

В целом вербальная модель Санчеса строится по формуле: **«Мы — люди — стабильность — прогресс — будущее».**

Наиболее частотными смысловыми категориями являются *diálogo* (диалог), *igualdad* (равенство), *derechos* (права), *bienestar* (благополучие), *cooperación* (сотрудничество), *futuro* (будущее), что дополнительно усиливает архетип Опекуна.

Визуальная репрезентация архетипов Педро Санчеса существенно отличается от моделей Дональда Трампа и Эммануэля Макрона.

Архетип Правителя представлен посредством традиционных символов государственной власти: официальных мероприятий, участия в саммитах Европейского союза и НАТО, встреч с главами государств, рабочих совещаний и международных переговоров (рис. 12–13; изображения взяты из личного блога Педро Санчеса, социальная сеть X). В кадре регулярно присутствуют государственная символика Испании и Европейского союза, официальные интерьеры и деловой стиль одежды, подчеркивающие институциональный статус политика.

Архетип Опекуна реализуется через фотографии, демонстрирующие непосредственное взаимодействие президента с различными социальными группами (рис. 14–15). Наиболее распространенными являются изображения общения с гражданами, молодежью, семьями, медицинскими работниками, предпринимателями, представителями общественных организаций и волонтерами.

В отличие от политической коммуникации Трампа, где лидер визуально доминирует над аудиторией, или Макрона, где основное внимание уделяется государственным институтам, визуальная стратегия Санчеса строится вокруг идеи совместного действия. Президент чаще изображается как часть команды, а не как единственный центр принятия решений. На фотографиях регулярно присутствуют министры, представители региональных властей, общественных организаций и гражданского общества, что усиливает восприятие коллективного характера государственного управления.

[1] Sánchez P. Balance de la situación política y económica de España. 2024, December 23 // La Moncloa : website. URL: https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Paginas/2024/231224-sanchez-balance-curso-politico.aspx (date of access: 23.08.2026).



Рис. 12



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15

Нарративная структура политического образа Педро Санчеса ориентирована преимущественно на развитие и общественную консолидацию.

Угроза. В качестве основных вызовов обозначаются социальное неравенство, экономическая нестабильность, климатические изменения, международные кризисы и необходимость защиты демократических институтов.

Конфликт. Конфликт практически не персонализируется. В центре внимания находятся общественные проблемы, требующие совместного решения государства и общества, а не противостояние политическим оппонентам.

Герой. Центральным субъектом повествования выступают государственные институты и общество, действующие совместно. Сам политик выполняет координирующую и организующую роль.

Решение. Решение связывается с реализацией социальных программ, расширением прав граждан, развитием экономики, укреплением общественного диалога и международного сотрудничества.

Образ будущего. Будущее описывается как инклюзивное общество, основанное на социальной справедливости, устойчивом развитии, равных возможностях и высоком качестве жизни.

Коммуникационная функция архетипов Педро Санчеса следующая.

Архетип Правителя обеспечивает легитимацию государственной власти, демонстрацию политической стабильности и способности обеспечивать последовательное развитие страны.

Архетип Опекуна формирует представление о президенте как лидере, главной задачей которого является защита интересов граждан, снижение социальных рисков и повышение качества жизни населения.

Совместное использование данных архетипов создает коммуникационную модель социального лидерства, основанную на ответственности государства перед обществом, коллективном взаимодействии и долгосрочной социальной политике.

Проведенный анализ показывает, что публичный образ Педро Санчеса представляет собой устойчивую архетипическую конструкцию **«Правитель — Опекун»**. Доминирующим является архетип Правителя, обеспечивающий восприятие президента как ответственного государственного руководителя и носителя институциональной власти. Архетип Опекуна дополняет данный образ, акцентируя внимание на социальной защите, благополучии граждан и развитии общественного диалога. В отличие от Дональда Трампа, строящего коммуникацию вокруг борьбы и персонального лидерства, и Эммануэля Макрона, акцентирующего стратегическое управление и институциональную ответственность, политическая коммуникация Педро Санчеса ориентирована прежде всего на заботу о гражданах, социальную стабильность и коллективное развитие общества.

Таблица 4. Архетипическая модель политического образа Педро Санчеса

Компонент анализа	Результат
Архетипическая формула	**Правитель — Опекун**
Доминирующий архетип	Правитель
Комплементарный архетип	Опекун
Вербальные маркеры	«La política útil, la que mejora la vida de la gente»; «España avanza porque damos estabilidad y progreso a nuestro país y a sus gentes»; «Seguimos avanzando». Лексика: *la gente*, *estabilidad*, *progreso*, *igualdad*, *derechos*, *bienestar*, *cooperación*.
Визуальные маркеры	Общение с гражданами, семьями, молодежью, медицинскими работниками, представителями общественных организаций; совместные фотографии с министрами и командой; участие в саммитах ЕС; государственная символика Испании и ЕС; отсутствие персонального доминирования в кадре.
Нарративная структура	**Социальные вызовы — Совместная ответственность — Государственное управление — Социальные реформы — Благополучие и устойчивое развитие**
Коммуникационная функция	Легитимация власти, формирование доверия, демонстрация социальной ответственности государства, укрепление общественной солидарности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье представлена авторская методология диагностики и разработки архетипических моделей репрезентации политических лидеров в современных медиа. Предлагаемый подход основан на комплексном анализе пяти взаимосвязанных уровней репрезентации: архетипического, вербального, визуального, нарративного и функционального. Их последовательное рассмотрение позволяет выявить не только устойчивую архетипическую основу публичного образа политического лидера, но и конкретные способы ее актуализации посредством различных средств медиакоммуникации.

В рамках настоящего исследования архетип политического лидера рассматривается одновременно как устойчивая символическая модель, формирующаяся под воздействием социокультурных предпосылок и коллективных представлений, и как функциональная модель лидерского поведения, реализуемая в публичной коммуникации. Такое понимание позволяет перейти от определения архетипа как абстрактной характеристики личности к анализу его наблюдаемых медиапроявлений. Архетип актуализируется посредством вербальных и визуальных маркеров, нарративных структур, ценностных акцентов и коммуникативных функций, формируя определенный тип взаимодействия политического лидера с аудиторией.

Проведенный анализ подтвердил положение о том, что современные политические медиаобразы преимущественно не ограничиваются репрезентацией одного архетипа. Напротив, они строятся на сочетании доминирующего и комплементарных архетипических конструктов, каждый из которых выполняет определенную коммуникативную функцию. Доминирующий архетип задает базовую модель восприятия лидера, тогда как дополнительные архетипы позволяют акцентировать отдельные характеристики образа, адаптировать его к различным коммуникативным ситуациям и обеспечивать его дифференциацию в конкурентном медиапространстве.

Апробация методологии на материалах публичной коммуникации Д. Трампа, Э. Макрона и П. Санчеса показала различия в способах актуализации архетипических моделей. В коммуникации Д. Трампа доминирующий архетип Правителя сочетается с архетипами Героя и Бунтаря: образ строится посредством риторики власти, персональной ответственности, защиты сторонников, противостояния угрозе и преобразования существующего порядка. В коммуникации Э. Макрона архетип Правителя дополняется архетипом Опекуна, что проявляется в сочетании риторики политического проектирования, европейского лидерства, ответственности за коллективное будущее и защиты ценностей, суверенитета и прав. В медиакоммуникации П. Санчеса также выявлено сочетание Правителя и Опекуна, однако акцент смещается в сторону социальной защиты, благополучия граждан, укрепления социального государства и защиты прав человека. Таким образом, при наличии общего для рассмотренных кейсов управленческого компонента архетип Правителя получает различное содержательное наполнение в зависимости от политического и социокультурного контекста.

Полученные результаты позволяют предложить авторскую классификацию архетипических комбинаций современных политических медиаобразов, основанную на соотношении доминирующего архетипа и дополняющих его моделей. В рассмотренных кейсах Правитель выступает базовым организующим конструктом, обеспечивающим репрезентацию политического лидера как субъекта принятия решений, ответственности и управления, тогда как Герой, Бунтарь и Опекун усиливают соответственно характеристики борьбы и защиты, трансформации существующего порядка либо социальной и ценностной заботы.

Предложенная методология имеет не только диагностическое, но и прикладное значение. Выделение архетипического, вербального, визуального, нарративного и функционального уровней позволяет определить конкретные средства актуализации выбранного архетипического конструкта и тем самым использовать архетип как инструмент формирования и управления медиаобразом политического лидера. В практическом отношении это предполагает согласованное проектирование содержания сообщений, визуальной репрезентации, нарративов и коммуникативных функций образа с учетом выбранной архетипической модели.

Таким образом, архетипический подход может рассматриваться не только как инструмент интерпретации уже сформированных политических образов, но и как метод их целенаправленного конструирования. Его применение позволяет связать устойчивые культурные модели восприятия с конкретными технологиями современной медиакоммуникации и выявить механизмы, посредством которых политический лидер формирует узнаваемый и функционально согласованный публичный образ.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с расширением эмпирической базы, включением большего числа политических лидеров и национальных контекстов, а также с количественной проверкой выявленных архетипических комбинаций на значительных массивах цифровой политической коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Антология философии Средних веков и эпохи Возрождения / сост. С. В. Перевезенцев. — Москва : ОЛМАПРЕСС, 2001. — 448 с. — ISBN 5-224-02123-5.
2. Аристотель. Политика // Древнегреческая философия: от Платона до Аристотеля / сост. В. В. Шкода. — Москва : АСТ ; Харьков : Фолио, 2003. — С. 439–699. — ISBN 5-17-017103-X.
3. Бассак, А. О. Образ политического лидера и культурный контекст : опыт исторического анализа / А. О. Бассак, С. В. Любичанковский // Новое прошлое. — 2024. — № 3. — С. 211-218. — DOI 10.18522/2500-3224-2024-3-211-218. — EDN JAGYBX.
4. Бетильмерзаева, М. М. Архетип и его роль в современной культуре / М. М. Бетильмерзаева, М. З. Мусаева // Общество: философия, история, культура. — 2024. — № 8(124). — С. 15-20. — DOI 10.24158/fik.2024.8.1. — EDN GERIKB.
5. Иванова, М. Г. Образ власти в контексте теории архетипов / М. Г. Иванова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. — 2020. — Т. 7, № 3. — С. 195-204. — DOI 10.22363/2312-8313-2020-7-3-195-204. — EDN EZLJZI.
6. Карлейль, Т. Герои, почитание героев и героическое в истории / Т. Карлейль. — Санкт-Петербург : Издание В. И. Яковенко, 1908. — 264 с.
7. Конфуций. Уроки мудрости / сост. М. А. Блюменкранц. — Москва : Эксмо ; Харьков : Фолио, 2011. — 958 с.
8. Комаров, В. В. Организационное лидерство: подходы к определению и классификации стилей лидерства / В. В. Комаров // Лидерство и менеджмент. — 2022. — Т. 9, № 2. — С. 439-460. — DOI 10.18334/lim.9.2.114367. — EDN UPOWVL.
9. Комаров, В. В. Архетипические образы лидера / В. В. Комаров // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. — 2024. — Т. 24, № 1. — С. 84-89. — DOI 10.18500/1819-7671-2024-24-1-84-89. — EDN DHTIHR.
10. Ницше, Ф. Антихрист. Ecce Homo. Сумерки идолов / Ф. Ницше. — Москва : АСТ, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-17-115205-5.
11. Пищева, Т. Н. Образ идеального политического лидера в массовом сознании Т. Н. Пищева, Н. П. Шелекасова // Вестник Московского университета. Сер. 12, Политические науки. — 2004. — № 4. — С. 81–93.
12. Платон. Государство // Древнегреческая философия: от Платона до Аристотеля / сост. В. В. Шкода. — Москва : АСТ ; Харьков : Фолио, 2003. — С. 91–438. — ISBN 5-17-017103-X.
13. Туркина, В. Г. Мифологемы как стереотипы массового сознания / В. Г. Туркина // Наука. Искусство. Культура. — 2016. — № 2(10). — С. 32-41. — EDN WJGLRJ.
14. Франц, М.-Л. фон. Архетипическое измерение психики / Мария-Луиза фон Франц. — Москва : Клуб Касталия, 2017. — 210 с.
15. Шестопал, Е. Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования / Е. Б. Шестопал // Образы государств, наций и лидеров / Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Философский факультет, Кафедра политической психологии. — Москва : Аспект пресс, 2008. — С. 8-24. — EDN YKHQFN.
16. Шомова, С. А. Ключ к власти (Архетипические паттерны политической риторики) / С. А. Шомова // Медиаскоп. — 2014. — № 3. — С. 13. — EDN STAMYL.
17. Юнг, К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное / К. Г. Юнг. — Москва : АСТ, 2019. — 495 с. — ISBN 978-5-17-108753-1.
18. Kets de Vries, M. F. R. Development and Application of the Leadership Archetype Questionnaire / M. F. R. Kets de Vries, P. Vrignaud, A. Agrawal, E. Florent-Treacy // The International Journal of Human Resource Management. — 2010. — Vol. 21, No. 15. — P. 2848–2863. — DOI 10.1080/09585192.2010.528668.

REFERENCES

1. Perevezentsev, S. V. (Ed.) (2001). Antologiya filosofii Srednikh vekov i epokhi Vozrozhdeniya = Anthology of Medieval and Renaissance Philosophy. Moscow: OLMAPRESS, 448 p. ISBN 5-224-02123-5.
2. Aristotle. (2003). Politika = Politics. *Ancient Greek Philosophy: From Plato to Aristotle (Ed. V. V. Shkoda)*, 439–699. Moscow: AST; Kharkov: Folio.
3. Bassak, A. O., Lyubichankovskiy, S. V. (2024). Obraz politicheskogo lidera i kul'turnyj kontekst: opyt istoricheskogo analiza = The Image of a Political Leader and Cultural Context: An Experience of Historical Analysis. *The New Past*, *3*, 211–218. DOI 10.18522/2500-3224-2024-3-211-218. EDN JAGYBX.
4. Betil'merzaeva, M. M., Musaeva, M. Z. (2024). Arkhetip i ego rol' v sovremennoj kul'ture = The Archetype and Its Role in Contemporary Culture. *Society: philosophy, history, culture*, *8*, 15–20. DOI 10.24158/fik.2024.8.1. EDN GERIKB.
5. Ivanova, M. G. (2020). Obraz vlasti v kontekste teorii arkhetipov = The Image of Power in the Context of Archetype Theory. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Public and Municipal Administration*, *7*(3), 195–204. DOI 10.22363/2312-8313-2020-7-3-195-204. EDN EZLJZI.
6. Carlyle, T. (1908). Geroi, pochitanie geroev i geroicheskoe v istorii = Heroes, Hero-Worship, and the Heroic in History. St. Petersburg: Izdanie V. I. Yakovenko. 264 p.
7. Confucius. (2011). Uroki mudrosti = Lessons of Wisdom (Comp. M. A. Blyumenkrants). Moscow: Eksmo; Kharkov: Folio. 958 p.
8. Komarov, V. V. (2022). Organizacionnoe liderstvo: podhody k opredeleniyu i klassifikacii stilej liderstva = Organizational Leadership: Approaches to Defining and Classifying Leadership Styles. *Leadership and Management*, *9*(2), 439–460. DOI 10.18334/lim.9.2.114367. EDN UPOWVL.
9. Komarov, V. V. (2024). Arkhetipicheskie obrazy lidera = Archetypal Images of a Leader. *Bulletin of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, *24*(1), 84–89. DOI 10.18500/1819-7671-2024-24-1-84-89. EDN DHTIHR.
10. Nietzsche, F. (2019). Antikhrist. Ecce Homo. Sumerki idola = The Antichrist. Ecce Homo. Twilight of the Idols. Moscow: AST, 352 p. ISBN 978-5-17-115205-5.
11. Pishcheva, T. N., Shelekasova, N. V. (2004). Obraz ideal'nogo politicheskogo lidera v massovom soznanii = The Image of an Ideal Political Leader in Mass Consciousness. *Bulletin of Moscow University. Ser. 12, Political Science*, *4*, 72–81.
12. Plato. (2003). Gosudarstvo = The Republic. *Ancient Greek Philosophy: From Plato to Aristotle (Ed. V. V. Shkoda)*, 91–438. Moscow: AST; Kharkov: Folio. ISBN 5-17-017103-X.
13. Turkina, V. G. (2016). Mifologemy kak stereotipy massovogo soznaniya = Mythologemes as Stereotypes of Mass Consciousness. *Science. Art. Culture*, *2*(10), 32–41. EDN WJGLRJ.
14. Franz, M.-L. von. (2017). Arkhetipicheskoe izmerenie psihiki = The Archetypal Dimension of the Psyche. Moscow: Klub Kastaliya, 210 p.
15. Shestopal, E. B. (2008). Obraz i imidzh v politicheskom vospriyatii: aktual'nye problemy issledovaniya = Image and Political Image in Political Perception: Current Issues of Research. *Images of States, Nations and Leaders (E. B. Shestopal).* Moscow: Aspect Press, 8–24. EDN YKHQFN.
16. Shomova, S. A. (2014). Klyuch k vlasti: arkhetipicheskie patterny politicheskoj ritoriki = The Key to Power: Archetypal Patterns of Political Rhetoric. *Mediaskop*, *3*, 13. EDN STAMYL.
17. Jung, C. G. (2019). Arkhetipy i kollektivnoe bessoznatel'noe = The Archetypes and the Collective Unconscious. Moscow: AST, 495 p. ISBN 978-5-17-108753-1.
18. Kets de Vries, M. F. R., Vrignaud, P., Agrawal, A., Florent-Treacy, E. (2010). Development and Application of the Leadership Archetype Questionnaire. *The International Journal of Human Resource Management*, *21*(15), 2848–2863. DOI 10.1080/09585192.2010.528668.