

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Історичний факультет
Кафедра політології та філософії

Дипломна робота
Магістра

з теми: **“ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ
ЖІНКИ-ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА”**

Виконала:
студентка 2 курсу Р1-М22z групи
спеціальності 052 Політологія
заочної форми здобуття вищої освіти
ЯБЛОНСЬКА Тетяна

Керівник:
Сулятицька Т.В.,
кандидат філософських наук, доцент
кафедри політології та філософії

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.....	11
1.1 Сутність феномена іміджу та основні підходи до його дослідження	11
1.2. Механізми формування політичного іміджу та його типи	24
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.....	36
2.1 Гендерна складова у формуванні іміджу політичного лідера	36
2.2. Гендерні стереотипи в українському суспільстві та їх вплив на формування іміджу жінок-лідерок.....	46
РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ ЖІНОК ЛІДЕРІВ В КРАЇНАХ ЄС ТА УКРАЇНИ.....	60
3.1 Політичний імідж жінок-лідерок ХХІ ст: європейський досвід.....	60
3.2. Формування політичного іміджу жінки-лідера в Україні: виклики і перспективи	76
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	92

ВСТУП

В сучасних умовах розвитку держав, проблема формування іміджу політичного лідера набула важливого як теоретичного, так і практичного значення. Адже у політиці вдало сформований імідж політичного діяча відіграє часто визначальну роль під час виборчої кампанії, а успіх політичних партій в значній мірі зумовлений вдало сформованим іміджем їх лідерів. В умовах демократичної політичної культури, увага потенційного виборця часто концентрується на конкретній особистості, яка представляє ту чи іншу політичну партію.

Особливо чітко ці процеси простежуються на прикладі Української держави, де яскраво проявляється так звана “персоніфікація” політики. Саме тому цей факт актуалізує проблему формування іміджу політичного лідера. Все частіше політичні діячі звертають значну увагу на формування свого іміджу. Проте в Україні часто цей процес відбувається стихійно, а передвиборчі кампанії перетворюються у війну іміджів.

Сучасні глобальні політичні, військові та цивілізаційні фактори впливають на процеси, що викликають трансформацію ціннісних орієнтирів громадянського суспільства і, як наслідок, зміну уявлень про сучасних формуватися без врахування трансформаційних змін. Фахівці у сфері політичних технологій та самі політики змушені швидко реагувати на очікування виборців та створювати такі образи політиків, які будуть відповідати потребам суспільства.

Як реакція громадян на політичну та військову ситуацію в нашій країні, на сьогоднішній день існує запит на політичного лідера, який принесе мир, безпеку та суверенітет державі. Саме тому політична технологія іміджмейкінгу постійно вдосконалюється і набирає нових концептів, правил, щоб відповідати потребам електорату. Важливим є не лише майстерно сформований імідж політика, а й можливість його подальшої трансформації в залежності від потреб електорату, соціально-політичного розвитку суспільства.

Окремої актуальності проблематика політичного іміджу набуває, коли мова йде про гендерний аспект. В умовах сьогодення спостерігаються тенденції до активного проникнення елементів фемінізму в різноманітні сфери життєдіяльності суспільства, і політична сфера у цьому випадку не є виключенням.

Якщо ми проаналізуємо події останніх десятиліть, то ми обов'язково побачимо тенденцію до збільшення кількості жінок серед осіб, які відіграють провідні ролі у державному управлінні, є важливими акторами політичного життя суспільства та часто приймають рішення загальносвітового і національного масштабу.

В Україні також спостерігаємо пошвидшення процесів прийняття законів і законодавчих актів з питань гендерної рівності населення, що збільшує частку жінок-політичних лідерів. Проте, якщо де-юре, ми можемо констатувати суспільну потребу збільшення кількості жінок-політиків у вищих ешелонах державної влади, то де-факто, їх чисельність в Україні є однією з найнижчих, порівнюючи в першу чергу з європейською практикою.

Саме тому важливою запорукою прогресивного демократичного розвитку України є не лише формування власної нової, національно зорієнтованої еліти, але і формування нового типу політичного лідера-жінки. Сучасна українська політика потребує такого типу політичного лідера – жінки та чоловіка, що поєднує позитивні гендерні управлінські якості при гарантуванні рівних прав, свобод і можливостей для жінок та чоловіків.

Загалом слід зазначити, що пошук ефективних шляхів подальшого розвитку Української держави, яка перебуває в стані війни, сутнісної трансформації, викликає підвищений інтерес науковців до проблеми іміджу політика, зокрема, іміджу жінки-політика. Враховуючи високий рівень недовіри громадян до політичних діячів, розчарування у політиці, суспільна свідомість українців може очікувати саме від жінки-політика розв'язання основних нагальних проблем.

Об'єктом дослідження є імідж як складова політичного успіху.

Предметом дослідження є особливості формування іміджу жінки-політичного лідера в ХХІ ст.

Метою дослідження є аналіз ролі іміджу для жінки-політичного лідера в сучасних політичних відносинах.

Для написання наукової роботи було поставлено ряд конкретних **завдань**, які дозволили розкрити зміст нашого дослідження:

- розкрити сутність поняття іміджу та політичного іміджу в науковій думці;
- проаналізувати основні механізми формування політичного іміджу;
- охарактеризувати основні різновиди політичного іміджу;
- розглянути роль гендерної складової у формуванні іміджу політичного лідера;
- дослідити сутність гендерних стереотипів в українському суспільстві під час формування іміджу жінок-лідерок;
- проаналізувати особливості політичних іміджів європейських жінок-лідерок;
- розкрити основні підходи щодо формування політичного іміджу на прикладі успішних жінок-політичних лідерок України.

Методологічна база. У роботі для розв'язання поставлених завдань були використані різноманітні методи дослідження. Системний аналіз дозволив дослідити політичний імідж, виявити універсальні елементи іміджевого позиціонування з метою обґрунтування системної цілісності цього явища. Інституційний метод був застосований для розкриття особливостей використання іміджевих технологій у політичній сфері, виділення ефективних моделей взаємодії держави із громадськістю. Історичний метод був використаний для визначення специфіки використання імідж-технологій в різних часових рамках. Метод моделювання допоміг сформулювати уявлення про ефективну іміджеву модель жінки-політичного лідера. Порівняльний метод дозволив зрозуміти особливості формування політичних іміджів жінок в розвинених європейських державах та Україні.

Поряд із теоретичними методами дослідження були використані і практичні, серед яких: експертно-аналітичні оцінки, контент-аналіз засобів масової інформації, аналіз соціологічних і політологічних досліджень.

Наукова новизна. У межах наукового дослідження ґрунтовно проаналізовано аспекти політичного іміджу, які досі не отримали достатньої розробки у науковій літературі та не стали достатнім підґрунтям у вивченні та запровадженні технологій формування іміджу жінок-політиків в українській та європейській політичній практиці. Проаналізовано особливості формування іміджів жінок-політичних лідерок у період війни в Україні.

Важливою особливістю нашої роботи є те, що вона побудована на аналізі формування політичного іміджу конкретних яскравих особистостей європейського та українського політичного ринку. Проведено комплексне дослідження проблем побудови іміджу політиків, яке всебічно визначає його зміст і структуру, роль, форми та методи функціонування, практику використання різних варіантів в сучасних політичних технологіях; розкриває особливості гендерних аспектів.

Практичне значення роботи. Результати дослідження можуть бути використані: в науково-дослідній діяльності – для подальшого розроблення теоретичних і практичних моделей формування політичного іміджу; в навчальному процесі – для викладання практичних та семінарських занять з таких дисциплін як “Політологія”, “Політична іміджелогія”, “Іміджмейкінг”, “Гендерна політологія”; в практичній діяльності суб’єктів політики – для ефективного формування політичного іміджу.

Запропоновані нами рекомендації можуть бути використані політичними консультантами, політичними технологами та самими політиками під час підготовки до передвиборчої кампанії чи під час зміни іміджу у післявиборчий період.

Апробація результатів дослідження Результати магістерської роботи були апробовані на науковій конференції студентів і магістрантів за підсумками ндр у 2022-2023 навчальному році (Кам’янець-Подільський, 4 квітня 2023 р.).

Джерельна база. Під час написання наукової роботи були використані праці різноманітних дослідників, як вітчизняних, так і закордонних. Це роботи: Байрачна Л. “Роль засобів масової інформації у формуванні політичного іміджу державної влади” [3], Бондаренко О. “Жінки за реформи”. Жінки в політиці: міжнародний досвід для України” [9], Булка Н. “Імідж політичного лідера” [10], Васильєва І. Г., Кашаба О. Ю. “Чинники формування політичного іміджу держави” [12], Воронова Т. В. “Участь жінок у політичних процесах сучасності (на прикладі країн ЄС): перспективи досягнення гендерного паритету в політичному житті” [15], Воронько Л. О. “Принципи гендерної політики в системі державного управління: поняття, сутність, характеристика” [16], Гончаренко М. “Політичний імідж: підготовка, використання, аналіз” [21], Гошовська В., Ларіна Н., Святненко В. “Основи гендерної політики в парламентській діяльності” [23], Грабовська І. “Жіноче політичне лідерство як соціокультурна проблема” [24], Дячук В. П. “Іміджологія. Соціокультурний вимір” [29], Єремєєва І. А. “Проблеми формування ефективного іміджу в сучасній політології” [34], Зубрицька Л. Й. “Міф як феномен сучасної політики” [38], Кікінежді О. М., Савелюк Н. М., Мороз Л. І. “Соціально-психологічний феномен жіночого лідерства в Україні” [46], Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. “Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації” [50], Корчинська М. “Гендерний розвиток в Україні. Реалії й перспективи” [52], Кривошеїн В. “Імідж як категорія системології політичного світосприйняття” [54], Любенька Ю. “Характеристика ролі жінки-лідера у політичній системі” [63], Маленков Є. “Імідж політичного лідера: гендерний вимір” [68], Марценюк Т. О. “Жінки в українській політиці: виклики і перспективи змін” [71], Милосердна І. М. “Імідж політичного лідера як категорія PR-технології” [72], Нардед А. “Жінки в європейській політиці на рівні ЄС: хто вони?” [77], Одарченко К. Ю. “Аналіз та дослідження сприйняття образу та іміджу політика” [79], Пацята А. “Політичне лідерство в Україні: кейс Юлії Тимошенко” [84], Поведа О. Роль Урсули фон дер Ляєн в сучасній європейській і світовій політиці [86], Скорик М. Гендерна дискримінація у доступі до праці й

послуг: оцінка стану впровадження Україною антидискримінаційних Директив Ради ЄС [91], Степаненко К. В. “Жінки в політиці (світовий та український досвід)” [92], Ткаченко Н. М. “Генезис уявлень про імідж в історії людства. Інвестиції: практика та досвід” [94], Фролов П. “Імідж політичного лідера у друкованих ЗМІ: шляхи та методи вивчення” [102], Хомуленко Т. Б. “Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу” [103], Шведа Ю. “Феномен Юлії Тимошенко: реконструкція міфу” [105], Шипіцина І. “Гендерний аспект політичного лідерства” [106] та ін.

Пізнавальною для нашого дослідження є спільна робота Гошовської В., Ларіної Н., Святненко В. “Основи гендерної політики в парламентській діяльності”. Ця праця спрямована на здобуття знань і вмінь з використанням інноваційних підходів щодо реалізації політики гендерного партнерства, яка характеризує нові суспільні відносини, за яких чоловіки і жінки мають рівні можливості щодо самореалізації та самовдосконалення, на рівних умовах займаються всіма видами суспільної діяльності, мають рівні права на трудову діяльність, що, у свою чергу, потребує нових підходів у системі державного управління. Робота спрямована на підвищення гендерної компетентності депутатів Верховної Ради України, державних службовців Апарату Верховної Ради України, помічників парламентарів, депутатів усіх рівнів – один із найдієвіших механізмів досягнення гендерної рівності в суспільстві, запорука створення передумов для самореалізації кожної особистості незалежно від її статті.

Важливою для написання нашої роботи стала робота українського дослідника В. Дячука “ Іміджологія. Соціокультурний вимір”. В його праці розкрито комплексне уявлення про науку іміджологію, що ґрунтується на широкому розумінні базового поняття імідж, імідж особистості, імідж організації в соціокультурній сфері. Досліджуються всі засади та параметри категорій іміджу: історія та основні етапи розвитку; імідж як базова категорія PR; типи, комплексний код і функції іміджу; різновиди з огляду на типи носіїв; особливості побутування іміджу в різних сферах суспільного буття; специфіка

внутрішнього й зовнішнього іміджів; складові іміджу; засоби формування й канали транслявання, психологічні процеси сприйняття аудиторією; архетипна основа іміджу.

Досить цікавою є також монографія вітчизняних науковців В. Корнієнка та С. Денисюка “Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації”, в якій розглядаються проблеми формування та практичної реалізації іміджу політичного лідера. У роботі розроблено системологічну концепцію формування іміджу політичного лідера, яка спирається на комплексний політологічний аналіз і політичну психологію, як найважливіший компонент сучасної політичної свідомості. Визначені ефективні засади створення іміджу політика в контексті впливу на вибір громадян. Проаналізовано гендерний аспект формування іміджу політика, як ознака реального входження українських жінок у політику. З’ясовано механізм вибору електоратом лідера, імідж якого повинен бути гуманістично оптимальним.

Привертає увагу нашого дослідження робота К. Степаненко “Жінки в політиці (світовий та український досвід)”. Вона містить пізнавальну, цікаву інформацію про роль жінки у світовій та українській політиці. Значне місце у книзі відведено діяльності українських жінок, які на хвилі революційних перетворень 2014 року увійшли в українську політику та значно покращили її якість. Аналізується роль жінок, які в результаті дострокових парламентських виборів у вищий законодавчий орган країни від проєвропейських партій потрапили до парламенту. Розглядається питання підвищення активності до питань гендерної рівності в політиці, що спровокувало хвилю інтересу жіночих рухів до участі в реформуванні держави. Аналізується політична практика останніх років, а також розглядається поява нової генерації жінок, які з занурилися у вирішення важливих для країни завдань на тлі різноманітних потрясінь в Українській державі.

Також слід звернути увагу на роботу Г. Трушевич Г. “Іміджмейкінг у сучасних політичних технологіях: український досвід”. Працю присвячено

дослідженню досвіду українського іміджмейкінгу, як сучасної політичної технології, який зазнав змін у зв'язку із значною еволюцією ціннісних кодів суспільства з 2014 по 2022 роки, пов'язаних із соціально-політичними, військовими та культурно-ідеологічними трансформаціями в Україні, які були представлені у тих або інших образах українських політиків.

В межах дослідження автором уперше: зроблено спробу дослідити вплив трансформації ціннісних орієнтацій українців на застосування політичної технології формування іміджу політиків, у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну; представлено авторську модель етапів побудови стратегії політичного іміджу, як головної складової передвиборчої кампанії; розроблено техніку та правила підготовки політика до виступу; запропоновано типи іміджу сучасних українських політиків, виходячи з політичного сьогодення України; з'ясовано типи іміджевих образів українських президентів через контент-аналіз їх інавгураційних промов, офіційних виступів та особливості мовного іміджу сучасних українських політиків; запропоновано правила коригування зовнішності іміджу політика, як однієї з компонентів створюваного образу.

Структура та обсяг дипломної роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаної літератури та джерел. Всього 98 сторінок.

ВИСНОВКИ

1. Імідж є складним феноменом, у якому поєднуються досить різноманітні фактори – як історичні, політичні, соціальні, так і особистісні. Їх необхідно брати до уваги у процесі вивчення та формування політичного іміджу як загалом, так і щодо конкретних політиків.

Розуміння сутності та ролі політичного іміджу, методів його створення та аналізу дозволяє політичним діячам та фахівцям з політичної комунікації ефективно використовувати цей інструмент для досягнення своїх цілей та формування довгострокових стратегій.

Стратегічне призначення іміджу полягає в тому, що він визначає ступінь відповідності дій різноманітних органів влади вимогам та очікуванням конкретних соціальних груп і суспільства в цілому. Це свідчить також про характеристику іміджу як необхідної умови ефективного функціонування та розвитку будь-якого соціального інституту, забезпечує формування певних показників позитивного ставлення до них.

Таким чином, з метою налагодження комунікативної взаємодії між інституціями та їх цільовими аудиторіями імідж варто розглядати як стратегічну основу створення демократичного суспільства, вдосконалення відповідних форм комунікативної взаємодії між суб'єктами соціальної та державно-управлінської практики.

2. Сьогодні спостерігається нова тенденція в дослідженнях та аналізі феномену іміджу, сутність якої полягає у зосередженні на діяльності суб'єкта політики. На практиці це виявляється в тому, що стратегії іміджу вибудовуються з урахуванням відображення найбільш сильних, діяльнісних аспектів суб'єкта, позиціонування і репрезентації його реальних досягнень у політичній та соціально-економічній діяльності. Ці зміни в методології дослідження іміджу свідчать про налаштованість науковців на більш глибокий аналіз цього феномену, розкриття у ньому діяльнісної і змістової сторін, що сприяє створенню передумов для його вивчення в різних сферах життєдіяльності.

Сам же імідж є досить багатограним явищем. Виділення типів іміджу має свою специфіку, яка й визначає особливості його формування в кожному конкретному випадку. Аналізуючи рінومانітні типології до розуміння сутності явища іміджу, можна зазначити, що відповідно до цілісної оцінки суб'єкта імідж може варіюватися від вкрай позитивного до вкрай негативного значення, через якісні позитивні і негативні визначення. Більшість класифікацій явища іміджу має узагальнений характер, оскільки включає різні критерії до його формування.

3. Становлення гендерної рівності в процесі забезпечення прав і свобод людини є одним з пріоритетних завдань для багатьох країн сучасного світу. В суспільствах зі сталими демократичними традиціями та суспільствах так званого перехідного типу подолання гендерної нерівності передбачає надання переваги жінкам, які все більше стають активними і впливовими учасниками самого політичного процесу, а не тільки об'єктом електоральних сподівань кандидатів на виборні посади. Однак, незважаючи на прогрес у цій сфері, проблема рівноправної участі людини та громадянина у прийнятті державних рішень на різних рівнях влади залишається все ще невирішеною, тому аналіз ризиків виникнення будь-яких форм дискримінації жінок чи чоловіків є невід'ємним фокусом уваги міжнародних наукових досліджень з точки зору гендерного підходу.

Світовий досвід свідчить про те, що партнерство в політиці – це вагомий фактор повної та представницької демократії, що створює реальні можливості із врахування багатополісних інтересів у суспільстві. Політичні процеси потребують залучення до прийняття важливих для країни рішень жінок і чоловіків, а держава повинна створювати їм для цього відповідні умови для рівної можливості брати активну участь у громадському та політичному житті, впливати на розробку і прийняття законів, в іншому випадку вітчизняна політика герметизується, а головні ресурси зосереджуються в руках вузьких, більш впливових політичних сил. Політичні рішення, розроблені й прийняті тільки чоловіками, відображають лише частину суспільного досвіду і

потенціалу, тому є в певному сенсі малоефективними. На практиці суто чоловіча політика не враховує гендерні наслідки, а також соціальні та економічні фактори, які впливають на життя жінок. При цьому жінки не тільки краще за чоловіків у прийнятті окремих управлінських рішень та баченні перспектив розвитку певних сфер людської діяльності, а й мають здатність представити свої інтереси, впливати на політичну систему, займаючи керівні пости. Гендерно- і географічно збалансовані інститути держави є джерелом ефективності розвитку всебічних і стійких практичних результатів на республіканському та регіональному рівні.

4. Останні роки Україна переживає складний період трансформації суспільних відносин, змінюються форми влади. Ці зміни торкнулись і менталітету української нації, відношення до традиційних цінностей. З початком розбудови демократичної держави мають місце й зміни у суспільно-політичних орієнтирах громадян, підвищення соціальної активності усіх верств населення, що зумовлює залучення жінок до управління в багатьох сферах життєдіяльності і політиці зокрема. Втім, без широкої соціальної підтримки політичне лідерство жінок не може відбутися, оскільки головним критерієм політичного лідерства є ефективність його дії, результативність, задоволення запитів та інтересів тієї спільноти, яка бачить власну перспективу у його існуванні.

Для України є актуальною проблема жіночого політичного лідерства, оскільки, політична культура українських виборців та історичні чинники української державності зумовлюють “політичний патріархат” у парламенті, уряді, партіях, державних інститутах. Фундаментальну роль у формуванні жіночого політичного лідерства відіграє створення державного механізму реалізації жінками свого потенціалу на всіх рівнях прийняття суспільно значущих рішень. Основною функцією такого державного механізму є впровадження гендерного законодавства, створення відповідних державних органів з регулювання гендерної рівності та моніторингу їх роботи.

5. Залученість жінок на рівні з чоловіками у сферу політики – одна з важливих ознак забезпечення гендерної рівності. Не даремно на міжнародному рівні в різноманітних звітах питання доступу жінок до ресурсів та влади є важливим критерієм рівних можливостей та економічного добробуту суспільства.

Не може не привернути увагу той факт, що найбільш успішним стосовно залучення жінок до політики є регіон Європейського Союзу. У країнах ЄС жінки посідають у середньому 30-35 % місць у парламентах, що сильно перевищує число жінок у Верховній Раді України – лише 20%.

В наш час все частіше можна назвати яскраві приклади в європейській та світовій політичній практиці, коли саме жінки займають найвищі посади в органах влади і досить успішно провадять реформи у різноманітних сферах розвитку людства. Все частіше у найавторитетніших виданнях, рейтингах найвпливовіших людей світу можна побачити жіночі прізвища.

Розвинуті демократичні держави мають позитивну тенденцію до розширення залучення жінок у сферу політики, прикладом чого можуть слугувати парламенти провідних європейських держав, які все ближче наближаються до паритету чоловіків та жінок у своєму складі. На сьогоднішній день все більше держав обирають своїми лідерами представниць жіночої статі.

Що стосується України, то хоч і питання гендерної політики розвивається не настільки швидко якби хотілось, але все ж є позитивні тенденції щодо залучення жінок на найвищих державних посадах. Існує також позитивна динаміка щодо збільшення кількості депутатів Верховної Ради з числа жінок в порівнянні з попередніми роками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. 100 самих впливових українців. Фокус. 2019. URL: https://focus.ua/rating/430859-100_samykh_vliiatelnykh_ukraintsev-reiting-2019.
2. Алексеєва К. Політичний імідж Ю. Тимошенко та А. Меркель: комунікативні параметри. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/13727/1/10-13.pdf>.
3. Байрачна Л. Роль засобів масової інформації у формуванні політичного іміджу державної влади. Інформація і право. 2013. 3(9). С. 97-104.
4. Барна Н. В. Іміджелогія: Навч. посібник для дистанційного навчання. К.: Університет “Україна”, 2008. 217 с.
5. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. К. : МАУП, 1996. 144 с.
6. Бебик В. М. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному олімпі. К., 1993. 128 с.
7. Бідерманн М., Урбаняк В. Імідж – фактор успіху компанії. Маркетинг ринок. 1998, № 11. С. 10-16.
8. Блондель Ж. Політичне лідерство. URL: antologyforthelazy.webnode.com.ua/I/zhan-blondel-politichne-liderstvo/.
9. Бондаренко О. “Жінки за реформи”. Жінки в політиці: міжнародний досвід для України. За матеріалами міжнародного наукового семінару “Жінки в політиці: міжнародний досвід для України”, Київ – НаУКМА – 7 жовтня 2005 року. К.: Атіка, 2006. 272 с.
10. Булка Н. Імідж політичного лідера. Політична психологія. 2003. № 3. С. 54-55.
11. Вагенер Ф. Як Ангелі Меркель вдалось зробити блискавичну кар'єру?. URL: <https://www.dw.com/uk/шлях-меркель-від-дівчинки-коля-доматінки-європи/a-42830027>.
12. Васильєва І. Г., Кашаба О. Ю. Чинники формування політичного іміджу держави. сб. науч. тр.: по матер. VI Міжнар. науч.-практич. конференції, 15-16.12.2011. Х.: НТУ “ХПИ”, 2012. С. 419-423.

13. Водонос О. Механізм формування іміджу політичного лідера. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/21811/1/258-260.pdf>.
14. Воробйова Г. Ю. Особливості використання політичних метафор в період “Євромайдану”. Актуальні проблеми політики. 2015. № 56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_56_25 (дата звернення: 07.03.2019).
15. Воронова Т. В. Участь жінок у політичних процесах сучасності (на прикладі країн ЄС): перспективи досягнення гендерного паритету в політичному житті. Політикус: наук. журнал. 2021. № 2. С. 26-31.
16. Воронько Л. О. Принципи гендерної політики в системі державного управління: поняття, сутність, характеристика. Державне управління: теорія та практика. 2012. № 1. URL: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12VLOPSH.pdf>.
17. Восьма періодична Доповідь про виконання Україною Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок 2014. Міністерство соціальної політики України. URL: http://mlsp.kmu.gov.ua/labour/control/uk/publish/category?cat_id=160780.
18. Гільченко О., Светлакова О., Булик М. Зовнішня політика країн Європи. Частина 1: навчальний посібник. Маріуполь: МДУ, 2021. 156 с.
19. Глуховський М. Президенткою Європарламенту стала мальтійка Роберта Мецола. URL: <https://www.dw.com/uk/prezydentkoieu-uevroparlamentu-stala-maltiika-roberta-metsola/a-60462983>.
20. Головатий М. Політична психологія: [Навч. посіб]. К.: МАУП, 2001. 136 с.
21. Гончаренко М. Політичний імідж: підготовка, використання, аналіз. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія “Питання політології”. 2022. Випуск 42. С. 45-49.
22. Гошовська В. А. Елітознавство. К.: НАДУ, 2013. 268 с.
23. Гошовська В., Ларіна Н., Святненко В. Основи гендерної політики в парламентській діяльності: навчальний посібник. К.: НАДУ, 2011. 100 с.
24. Грабовська І. Жіноче політичне лідерство як соціокультурна проблема. Versus. 2016. № 1(7). С. 49-53.

25. Денисюк С. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера. Політичний менеджмент. 2007. № 2. С. 106-113.
26. Дідух Г. Формування іміджу жінки-політичного лідера. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/42297/Didukh_dis.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
27. Дмитренко С. Політична еліта і політичне лідерство. Політологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Академія, 2003. 528 с.
28. Донадіо Р. Обличчя мужності: інтерв'ю з першою леді України Оленою Зеленською. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/oblichchya-muzhnosti-persha-ledi-ukrajini-olena-zelenska-49368.html>.
29. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір: навч. посіб. Київ: Видавництво: Ліра-К, 2017. 308 с.
30. Ерман Г. Після Далі Грибаускайте: хто очолить Литву і якою буде політика щодо України. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48383823>.
31. Євич А. Противниця абортів, що закликала протистояти Росії: Хто така нова президентка Європарламенту Р. Мецола. URL: <https://www.depo.ua/ukr/svit/prezent-na-den-narodzhennya-i-borotba-za-aborti-shcho-vidomo-pro-novogo-prezidenta-evroparlamentu-robertu-matsolu-202201181413912>.
32. Європа не повинна шукати шляхи для “збереження обличчя путіна”. URL: <https://day.kyiv.ua/news/150622-yevropa-ne-povynna-shukaty-shlyakhy-dlya-zberezhennya-oblychchya-putina-roberta-metsola>.
33. Євтухова Т., Легенько Ю. Основи гендерної політики: навчально-методичний посібник. Р/ДП “Укртехінформ”. К., 2013. 234 с.
34. Єремєєва І. А Проблеми формування ефективного іміджу в сучасній політології. Гуманітарний журнал. 2009. № 2. С. 63-69.
35. Жачек Н. Урсула фон дер Ляєн: Політика без крику та грюкоту. URL: https://50vidsotkiv.org.ua/_trashed-2/.
36. Загоруйко Ю. Таємниці президентського успіху. URL: <https://zn.ua/ukr/international/tayemnicya-prezidentskogo-uspihu-dalya-gribauskaite-krayinu-za-maslo-ne-prodast.html>.

37. Залізна леді Литви: 10 років Далі Грибаускайте у фотографіях/
<https://www.bbc.com/ukrainian/features-48177797>.

38. Зубрицька Л. Й. Міф як феномен сучасної політики: Автореф. дис...
канд. політ. наук. К., 2005. 21 с.

39. Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна
діяльність. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=306687>.

40. Індекс гендерної нерівності в Україні та Європі. URL:
<https://www.slovoidilo.ua/2023/03/08/infografika/suspilstvo/indeks-hendernoyi-nerivnosti-ukrayini-ta-yevropi>.

41. Інститут креативних інновацій. Як жінка в яку ніхто не вірив, стала
найвпливовішою людиною світ. URL: <https://kreativ.im/uspishni-nadyhaut-1/>.

42. Інтерв'ю з першою леді України Оленою Зеленською. URL:
<https://vogue.ua/article/fashion/persona/elena-zelenskaya-o-novoy-zhizni-svoey-programme-i-o-mode-kak-instrumente-kulturnoy-diplomatii-38686.html>.

43. Її рішення хвилюють та змінюють весь світ. Інститут Креативних
Інновацій. URL: <https://kreativ.im/uspishni-nadyhaut-7/>.

44. Кадрове забезпечення депутатів України. URL: https://vrkadry.rada.gov.ua/news/dijalnist/kadr_zab_dep/72929.html.

45. Каранковська Ю. Хто така Урсула фон дер Ляєн: очільниця
Єврокомісії, багатодітна мати та впливова політикиня. URL:
<https://tsn.ua/lady/news/obschestvo/bagatoditna-mati-ta-vplivoviy-politik-hto-taka-ursula-fon-der-lyayen-golova-yevrokomisiyi-2049463.html>.

46. Кікінежді О. М., Савелюк Н. М., Мороз Л. І. Соціально-
психологічний феномен жіночого лідерства в Україні. Вісник Національного
університету оборони України: збірник наукових праць. Київ: НУОУ, 2021.
Вип. 2 (60). С. 56-63.

47. Конверський А. “Дні науки філософського факультету – 2012”,
Міжн. наук. конф. (2012; Київ). 18–19 квіт. 2012 р. К.: Видавничо-
поліграфічний центр “Київський університет”, 2012. Ч. 8. 199 с.

48. Корміч Л. І. Сучасні моделі гендерної політики та перспективи їх впровадження в Україні. Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр. / редкол.; МОН молодьспорт України, НУ ОЮА. Одеса: Фенікс, 2011. Вип. 43. С. 3-9.

49. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Гендерний компонент іміджу політичного лідера. Вісник Вінницького національного технічного університету. 2009. № 11. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11927/>.

50. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.

51. Корреспондент: Французька кухня. Новий глава МВФ – вегетаріанка з бездоганною репутацією. 13.11.2011. URL: <https://ua.korrespondent.net/journal/1239143-korrespondent-francuzka-kuhnya-novij-glava-mvf-vegetarianka-z-bezdogannoju-reputacieju>.

52. Корчинська М. Гендерний розвиток в Україні. Реалії й перспективи. Київ, ЛОГОС, 2003. 104 с.

53. Кривдик О. Феномен Юлії Тимошенко. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2008/09/18/3561683/>.

54. Кривошеїн В. Імідж як категорія системології політичного світосприйняття. Політичний менеджмент. 2005. № 3. С. 115-127.

55. Кукуруза О. Імідж політичного лідера як складова політичного успіху. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2013/imidzh-politychnoho-lidera-yak-skladova-politychnoho-uspihu/>.

56. Кухта Б. Політична наука. Словник: категорії, поняття і терміни. Львів: Кальварія, 2003. 500 с.

57. Лаврентій А. Основні підходи до ідентифікації іміджу, його структурних складових та функціонального простору реалізації. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 20. С. 123-128.

58. Лагард Крістін – Президент Європейського центрального банку. 26.09.19. URL: https://lb.ua/file/person/2202_lagard_kristin.html.

59. Лазарева А. Залізна мадам. Тиждень. 19.07.2011. URL: <https://tyzhden.ua/zalizna-madam/>.
60. Левківський К. М., Піча В. М., Хома Н. М. Політологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів освіти. Львів: Магнолія, 2004. 476 с.
61. Литвиненко К.О., Погосян К. В. Корпоративний імідж як чинник конкурентоспроможності компанії. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). № 2. С. 24-28.
62. Лікарчук Н. Формування іміджу політичного лідера в процесі виборчої кампанії. URL: <http://www.disslib.org/formuvannja-imidzhu-politychnoho-lidera-v-protsesi-vyborchoyi-kampaniyi.html>.
63. Любенька Ю. Характеристика ролі жінки-лідера у політичній системі. URL: http://library.vspu.net/jspui/bitstream/123456789/2701/1/Zbirnik_statei_2018-323-328.pdf.
64. Магазова А. Ера Меркель: якою її запам'ятає Європа. 21.09.2021. URL: https://lb.ua/world/2021/09/21/494387_era_merkel_yakoyu_ii_zapamyataie.html.
65. Мадрига Т. Б. Імідж політичного лідера: теоретичні і практичні аспекти. Гілея: науковий вісник. 2016. Вип. 109. С. 316-321.
66. Макалюк Б. Перші леді здатні впливати на те, яким стає світ: діяльність Олени Зеленської під час війни. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/olena-zelenska-inicziatyvy-reformy-diyalnist-pid-chas-vijny/>.
67. Макіавеллі Н. Державотворець. Переклад з італійської: Валентина Балог. Київ: Арій, 2015. 223 с.
68. Маленков Є. Імідж політичного лідера: гендерний вимір. Прикарпатський вісник НТШ. Думка. 2014. № 3(27). С. 204-210.
69. Марценюк Т. Гендерна рівність і роль жінок в парламентах світу. Права людини в Україні. Харків, 2015. URL: <http://khpg.org/index.php?id=1437182774> (14.03.2018).
70. Марценюк Т. Залученість жінок у політику в Україні: суспільні, партійні та індивідуальні чинники. URL: <https://genderindetail.org.ua/season->

topic/polityka/zaluchenist-zhinok-u-politiku-v-ukraini-suspilni-partiyni-ta-individualni-chinniki-134949.html.

71. Марценюк Т. О. Жінки в українській політиці: виклики і перспективи змін. Київ: Міжнародний центр перспективних досліджень, 2015. 35 с.

72. Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр; НУ “ОЮА”, Південноукр. центр гендер. проблем. Одеса: Фенікс, 2019. Вип. 64. С. 118-133.

73. Митко А. До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку: [зб. наук. пр.] Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2009. Випуск 21. С. 136-140.

74. Молчанов М. Політична культура України: радянська чи пострадянська? Сучасність. 1995. № 10. С. 59-69.

75. М'яка дипломатія: як образ першої леді стає новою “секретною зброєю” України. URL: <https://kanaldim.tv/myaka-dyplomatiya-yak-obraz-pershoyi-ledi-staye-novoyu-sekretnoyu-zbroyeju-ukrayiny-video/>.

76. Наливайко Л., Грицай І. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія / кол. авт.; ред. К.: “Хай-Тек Прес”, 2018. 348 с.

77. Нардєд А. Жінки в європейській політиці на рівні ЄС: хто вони?. URL: <http://womensleague.org.ua/uk-UA/Novyny/ZHinky-v-evropejskij-polityci-na-rivni-ES-htovony.aspx?ID=73>.

78. Науменко О. Політичний імідж сучасної політико-управлінської верхівки України. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/05ec9223-6307-4ea1-826b-c2aa9ba48542/content>.

79. Одарченко К. Ю. Аналіз та дослідження сприйняття образу та іміджу політика. Вісник НТУУ “КПІ”. Політологія. Соціологія. Право: збірник наукових праць. 2015. № 1/2 (25/26). С. 88-91.

80. Олена Зеленська vs. Джилл Байден: порівнюємо образи перших леді. URL: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/olena-zelenska-vs-dzhill-bayden-porivnyuemo-1695371150.html>.
81. Олена Зеленська: “Після перемоги Вови хочу писати сценарії для 95 Кварталу”. BBC News Україна. 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-47976364>.
82. Омелянюк М. Стабільність, мігранти й провали на міжнародній арені. Якою була Німеччина за Меркель. URL: <https://suspilne.media/160175-stabilnist-migranti-j-provali-na-miznarodnij-areni-akou-bula-nimeccina-za-merkel/>.
83. Остаточний звіт за результатами спостереження на позачергових виборах народних депутатів України. 21 липня 2019 року. URL: https://www.opora.ua.org/report/vybory/parlamentski-vybory/parlamentski-vybory-2019/zvit_parlamet_election_2019#3_vysuvanya.
84. Пацята А. Політичне лідерство в Україні: кейс Юлії Тимошенко. URL: <https://jarch.donnu.edu.ua/article/view/11593/11468>.
85. Петракова Є. Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера. URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11772/09-Petrakova.pdf?sequence=1>.
86. Поведа О. Роль Урсули фон дер Ляєн в сучасній європейській і світовій політиці. Політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку. 2023. № 2. С. 131-136.
87. Рух Чесно Портрет “вічної опозиціонерки”. Слова і діла нардепки Юлії Тимошенко <https://glavcom.ua/country/politics/portret-vichnoji-opozicionerki-chim-naspravdi-zaumajetsya-u-parlamenti-yuliya-timoshenko-801891.html>].
88. Савченко Л. В. Іміджологія. К., 2007. 38 с.
89. Самофальська М., Сельська І. Розвиток гендерної культури закордоном. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/download/2110/1613>.
90. Скорик М. Гендерні перетворення в Україні. Київ: ТОВ “АДЕФ-Україна”, 2007. 165 с.

91. Скорик М. Гендерна дискримінація у доступі до праці й послуг: оцінка стану впровадження Україною антидискримінаційних Директив Ради ЄС. Аналітичне дослідження. Київ: Бюро соціальних та політичних розробок, 2017. 78 с.

92. Степаненко К. В. Жінки в політиці (світовий та український досвід). Дніпро: ЛІРА, 2019. 100 с.

93. Тирон А. Політичний портрет Ангели Меркель. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. 2013. № 11. С. 53-57.

94. Ткаченко Н. М. Генезис уявлень про імідж в історії людства. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 20. С. 133-137.

95. Тороп О. “Чоловіку раджу, президенту – ніколи”. Публічне та приховане життя першої леді О. Зеленської. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54237801>.

96. Трофименко Л. С. “Жіноче питання”: ілюзії та реальність. Актуальні проблеми політики. 2001. Вип. 10-11. С. 336-341.

97. Трушевич Г. Іміджмейкінг у сучасних політичних технологіях: український досвід. URL: https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/science/razovi_spec_vcheni_rady/df10052023/diss_trushevich.pdf.

98. Ульбінайте Д. Історія Далі Грибаускайте. <https://kyivdaily.com.ua/dalya-gribauskajte/>.

99. Улюра Г. Годі здригатися: про Далю Грибаускайте та блискавичні реакції. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/godi-zdrygatysya-pro-dalyu-grybauskajte-ta-blyskavychni-reaktsiyi/>.

100. Участь жінок у політиці та процесі прийняття рішень в Україні. Стратегії впливу. Український жіночий фонд. Київ, 2011. 41 с.

101. Філатова Л. С. Нові підходи вивчення дефініції іміджу як наукова проблема. Засоби навчальної та науково-дослідної роботи. 2011. Вип. 36. С. 161-168.

102. Фролов П. Імідж політичного лідера у друкованих ЗМІ: шляхи та методи вивчення. Наукові студії з соціальної та політичної психології. К.: Агропромвидав України, 1996. Вип. 2. С. 147-158.

103. Хомуленко Т. Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: монографія. Х., ВД “ІНЖЕК. 2005. 272 с.

104. Шведа Ю. Феномен Юлії Тимошенко: реконструкція міфу https://zaxid.net/fenomen_yuliyi_timoshenko_rekonstruktsiya_mifu_n1238460

105. Шведа Ю. Р. Вибори від А до Я: Настільна книга менеджера виборчої кампанії. Львів: Видавництво “Астролябія”, 2015. 384 с.

106. Шипіцина І. Гендерний аспект політичного лідерства. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. 2010. № 3. С. 109-112.

107. Шкурко Н. В. Гендерний вимір української політики. Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2019. 2(41). С. 173-185.

108. Шурко О. Гендерне питання під час позачергових виборів до Верховної Ради України 2019 року у Львівській області Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2022. Випуск 41, С. 191-201.

109. Щуцька Д. Гендерні аспекти політичного лідерства в Україні. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/46371/1/Щуцька.pdf>.

110. Яременко Я. Порівняльний аналіз політичного іміджу жінок у пострадянських країнах (на прикладі Естонії, Литви, Латвії та України. URL: <https://filos.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/YAremenko-MR.pdf>.