

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Історичний факультет
Кафедра політології та філософії

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)
з теми **«ІМІДЖІ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ ГЛАВ ДЕРЖАВ:
ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД»**

Виконала: студентка 1 курсу,
групи Р1-М24,
спеціальності 052 Політологія
галузі знань 05 Соціальні та
поведінкові науки
Гайова Катерина Миколаївна

Керівник:
кандидат політичних наук, доцент
Віннічук Ольга Василівна

Рецензент:

м. Кам'янець-Подільський – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ.....	9
1.1 Поняття політичного іміджу в політологічній науці.....	9
1.2 Психологічні чинники формування іміджу політичного лідера..	15
 РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ.....	20
2.1 Особливості сприйняття гендерних стереотипів у політиці: чоловіче та жіноче лідерство.....	20
2.2 Медійні образи політичних лідерів: гендерні акценти.....	25
 РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ ІМІДЖІВ ГЛАВ ДЕРЖАВ.....	32
1.3 Імідж політичних лідерів-чоловіків (прикладі: Дональд Трамп, Володимир Зеленський, Еммануель Макрон)	32
1.4 Імідж політичних лідерок-жінок (Урсула фон дер Ляєн, Джорджія Мелоні, Камала Гарріс)	45
 ВИСНОВКИ.....	56
 СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми. Стереотипи та установки є невід’ємною частиною будь-якої культури та нації, які спричиняють позитивні чи негативні наслідки для політика. Такі тенденції сильно корелюють з успішністю політичного іміджу та його ефективністю. З допомогою врахування гендерних очікувань можна коректно сформувати публічний образ лідера, що забезпечить успішність політичної кампанії, оскільки влучно використані електоральні очікування будуть спрямовані на підвищення електоральних симпатій лідера.

Дослідження цієї теми важливе для розуміння впливу гендерних установок мас на сприйняття ними політичних лідерів. Окрім того, таке розуміння дозволить ефективно використовувати інструменти формування іміджу. Також особливого значення в цьому контексті набуває використання медіа у репрезентації політиків, що також може підвищити успішність кампаній.

Актуальність даної теми особливо зумовлена глобалізаційними процесами, коли на сприйняття впливають не лише внутрішньодержавні аспекти політичної діяльності, а й позиціонування політиком себе на міжнародній арені. В цьому науковому напрямі ще не достатньо напрацювань на тему гендерного підходу у формуванні політичного іміджу, що зумовлює необхідність накопичення та розвиток теоретичних та практичних знань для подальшого використання у розробках політичних кампаній.

Напрацювання в контексті формування політичного іміджу дають усвідомлення важливості врахування гендерних аспектів. Серед дослідників, які займалися темою формування політичного іміджу варто відзначити: А. Акаймова («Політичний імідж та основні його характеристики» [10]; займалась визначенням основних характеристик політичного іміджу, особливостей формування), Л. Байрачна («Роль засобів масової інформації у формуванні політичного іміджу державної влади» [12]; аналізує взаємозв’язок ЗМІ з конструюванням політичного образу влади), Ф.

Барановський («Роль візуального іміджу політичного лідера в демократичному суспільстві» [13]; досліджує яке значення має політичний імідж для демократичного суспільства), А. Бобрук («Вербальний вимір іміджу політика: “спочатку було слово...”» [15]; дає розуміння важливості мовленнєвої риторики для політика), О. Висоцький («Політичний імідж: міфологічні та пропагандистські аспекти формування та функціонування» [16]; аналізує політичний імідж як інструмент пропаганди, маніпулювання суспільством), О. Вознесенська («Вплив зовнішності кандидатів у депутати на електоральну поведінку виборців» [19]; досліджує значення зовнішнього вигляду політика на сприйняття електоратом політичного лідера) та інші. Питанням врахування гендерного підходу займалися наступні науковці: К. Алексєєва («Політичний Імідж Ю. Тимошенко Та А. Меркель: Комунікативні Параметри» [11]; аналізує комунікативний аспект у політичному іміджі жінок-лідерок Ю. Тимошенко та А. Меркель), В. Гіжевський («Жінка в політиці: суспільні стереотипи та ефективність» [24]; аналізує суспільні стереотипи відносно жінок в політиці та досліджує шляхи використання даних установок), С. Денисюк («Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера» [29]; досліджує значення врахування гендерних аспектів формування політичного іміджу та визначення успішності використання цих аспектів), В. Корнієнко та С. Денисюк («Гендерний компонент іміджу політичного лідера» [43]; аналізують, гендерний компонент як важливу складову політичного іміджу), А. Литвин і О. Шерман («Побудова іміджу політиків з урахуванням психологічних архетипів під час президентських виборів у США 2016 року (на прикладі Дональда Трампа та Хіллари Клінтон)» [52], «Шерман О. Архетипічне підґрунтя іміджу політичного лідера» [95]; у різних працях аналізують, вплив архетипів, зокрема сформованих гендерними установками, на формування політичного іміджу, їх використання як основи для конструювання образу, окрім того, досліджуються вікові особливості для формування політичного іміджу).

Мета дослідження полягає у з'ясуванні особливостей сприйняття та формування іміджу політичних лідерів глав держав у гендерному вимірі, а також виявленні соціальних експектацій щодо бажаних рис іміджу у жінки-лідера та чоловіка-лідера.

Відповідно до поставленої мети нами було визначено такі **завдання**:

1. Дослідити теоретичні аспекти політичного іміджу в сучасній політологічній науці.
2. Обґрунтувати особливості сприйняття гендерних стереотипів у політиці щодо жіночого та чоловічого лідерства.
3. Розглянути вплив медіа на сприйняття політичних іміджів.
4. Проаналізувати гендерний підхід у дослідженні та формуванні політичного іміджу.
5. Визначити критерії ідеального політичного образу жінки-лідера, чоловіка-лідера та здійснити їх порівняльний аналіз.

Методи дослідження. Зважаючи на мету, завдання кваліфікаційної роботи, об'єкт і предмет дослідження, було застосовано комплекс наступних методів, зокрема: структурно-функціональний метод, системний аналіз, порівняльний метод, контент-аналіз, аналіз та синтез, індукція та дедукція, біхевіористський метод, метод кейс-стаді (Case Study).

Застосування структурно-функціонального методу дозволило розкрити механізми реалізації гендерного підходу у політиці, визначити їх роль у формуванні стабільних політичних інститутів.

Метод аналізу та синтезу був використаний для комплексного та ґрунтовного вивчення поняття «політичний імідж», визначити його складові, функції, взаємозв'язок з гендерними установками.

Метод індукції та дедукції був використаний для встановлення окремих аспектів політичного іміджу конкретних лідерів та формування загального уявлення, також для виділення ключових акцентів в цих образах.

Здійснення дослідження за допомогою системного аналізу дозволило виділити особливості гендерного підходу у парадигмі політології, визначити як він впливає на формування політичного іміджу.

Біхевіористський метод в роботі був застосований для вивчення поведінки та дослідження репрезентації політичних лідерів згідно гендерного підходу

Порівняльний метод дозволив виділити спільні та відмінні риси згідно гендерного підходу в жіночому та чоловічому політичних іміджах, визначити критерії успішності.

Контент-аналіз був нами застосований для оцінки та аналізу змісту повідомлень та виступі для виявлення ключових особливостей політичного іміджу конкретних лідерів.

Метод кейс-стаді дозволив вивчити ґрунтовно політичні імідж, враховуючи гендерний підхід, конкретних політичних лідерів.

Об'єкт дослідження – політичний імідж.

Предмет дослідження – гендерний підхід у формуванні іміджів політичних лідерів глав держав.

Наукова новизна одержаних результатів передбачає дослідження гендерного підходу у формуванні політичного іміджу глав держав як важливого індикатора успішності сформованого образу.

Наукова новизна полягає у висвітленні специфіки даного підходу, яка включає в себе шляхи конструювання, коригування політичного іміджу для політичних кампаній в умовах глобалізаційних процесів. Емпіричний аналіз даних дає розуміння як використовувати гендерні установки суспільства з метою мобілізації симпатій електорату.

Практичне значення отриманих результатів. Дослідження «Іміджі політичних лідерів глав держав: гендерний підхід» має значну практичну цінність для сучасних політичних кампаній. Гендерні акценти в умовах розвинених інформаційних технології та глобалізації набувають яскраво вираженого характеру та мають інтенсивний вплив на сприйняття політика

суспільством. Аналіз гендерних аспектів дозволить ефективно їх використовувати у подальшому формуванні політичних іміджів жінок-лідерів та чоловіків-лідерів.

Апробація результатів роботи: у рамках студентської звітної конференції, проведеної на базі історичного факультету Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, було представлено доповідь на тему: «Аналіз політичного іміджу Дональда Трампа в контексті російсько-української війни».

У доповіді було проаналізовано політичний імідж Д. Трампа в контексті російсько-української війни. Здійснено аналіз основних комунікаційних стратегій політика, зокрема його риторику стосовно України. У доповіді також досліджувалось критичне ставлення Д. Трампа до адміністрації Дж. Байдена, його репрезентування себе як рятівника США. Також розглядалось значення онлайн комунікації Д. Трампа у його президентській кампанії та політичній діяльності після вступу на владну посаду. Було опрацьовано значну кількість дописів у його профілі в соціальній мережі Twitter. Проаналізовано також комунікаційну стратегію щодо українського керівництва, в контексті підписання стратегічних угод. Виявлено, що політичний імідж Д. Трампа базувався на популізмі, спрощених меседжах та акценті на інтересах США.

Публікації: Гайова К.М. Аналіз політичного іміджу Дональда Трампа в контексті російсько-української війни. Філософ-і-Я: наукові розвідки студентів Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. 2025. № 10(2). С. 19–22.

Гайова К.М. Гендерний аспект у формуванні політичного іміджу. Філософ-і-Я: наукові розвідки студентів Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. 2024. № 10. С. 13–17.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 132

назви. Перший розділ включає два підрозділи, другий – два підрозділи, третій – два підрозділи. Загальна кількість сторінок роботи становить 78.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено теоретичні аспекти політичного іміджу в сучасній політологічній науці. Визначено декілька вітчизняних підходів до трактування поняття «політичний імідж», зокрема: онтологічний, антропологічний, ціннісний, етичний. Ці підходи ґрунтуються на специфічних рисах політичного іміджу відповідно до яких і відбувається дефініція поняття. Комплексний аналіз дозволив визначити політичний імідж як цілісну та цілеспрямовану характеристику суб'єкта політики, яка включає в себе вербальні, невербальні аспекти та відображає публічний образ політика. Умовно нами було визначено також декілька підходів до розуміння структури політичного іміджу: компонентний, соціально-рольовий, символічно-культурний, інтегративний. Відмінні риси цих підходів полягали у виборі способу розуміння феномену та ключових точок аналізу. Також проаналізовано основні функції політичного іміджу, зокрема: репрезентативна, легітимізуюча, комунікативна, символічна. Обґрунтовано також значимість психологічних чинників формування політичного іміджу (архетипи, стереотипи, гендерні установки, зовнішній вигляд, невербальні символи, культурні очікування, поведінка та комунікація), що відображається через значний вплив на сприйняття лідера ще до вербального контакту з ним.

2. Обґрунтовано також особливості впливу гендерних стереотипів на жінок-політиків та чоловіків-політиків. Так, нами виділено відмінності у сприйнятті однакових рис у жінок та чоловіків. Наприклад, владність у жінок може сприйматись як маркер авторитарності чи жорсткості, тоді як у чоловіків ця риса може бути сприйнята як показник професійності і рішучості. Також визначено, чоловічий політичний імідж часто пов'язують з гендерними архетипами «захисник», «батько нації», що робить необхідним у жіночому політичному іміджі використовувати не лише фемінні риси (емоційна залученість, доброзичливість, які можуть сприйматись як прояв «слабкості»), а й поєднувати рисами, які традиційно приписуються до

маскулінності. Зауважили також, що балансом для обох іміджів буде використання теорії андрогінного менеджменту А. Серджанта, головна теза якої полягає в поєднанні найкращих маскулінних та фемінних рис.

3. Розглянуто медійні іміджі політичних лідерів, проаналізовано, які гендерні акценти там використовуються. Перш за все ми висвітлили значимість ЗМІ в репрезентації образу політичного лідера. Медіа (не лише видання, а й соціальні мережі) є важливим комунікатор між громадянином та лідером, вони транслують ключові тези, «підсвічують» необхідні аспекти для створення потрібного враження про політика. Для здійснення дослідження ми обрали наступні видання: *The Washington Post* (США), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Німеччина) та *Українська правда* (Україна). В ході дослідження ми виявили як медіа створюють перешкоди на шляху до захоплення симпатій електорату (як у випадку з К. Гарріс), так і навпаки – сприяють формуванню позитивного враження про політичний імідж (наприклад, А. Меркель чи Дж. Байден). Окрім того, ми виявили також, що у випадку, коли видання оприлюднює аналітичну статтю про жінку-лідера, то акценти часто зміщуються на гендерні установки, а відповідно дії та рішення інтерпретуються саме через їхню призму; водночас у статтях про чоловіків-лідерів, акцент переважно залишається саме на професійності та ефективності, хоча нерідко і використовуються архетипічні та гендерно забарвлені поняття.

4. Було проаналізовано політичні іміджі (зокрема гендерний аспект) політичних лідерів в демократичних країнах та визначено специфіку іміджу жінки-лідера та чоловіка-лідера. Для аналізу ми обрали серед чоловіків-лідерів Д. Трампа, В. Зеленського та Е. Макрона, серед жінок-лідерів було обрано У. фон дер Ляєн, Дж. Мелоні та К. Гарріс. Було визначено, що політичний імідж чоловіка-лідера більше опирається на традиційно маскулінні риси (прагматизм, твердість, жорсткість), тоді як у жінок-лідерів переважає поєднання традиційно маскулінних та фемінних рис. Хоча в політичному іміджі К. Гарріс прослідковується тяжіння до емоційної

відкритості, щирості, дипломатичності, що провокувало часті маніпуляції опонентами і формування негативного враження з боку консервативно налаштованого електорату. З іншого боку, надмірна агресивність виражена в політичному іміджі Д. Трампа викликає у ліберально налаштованих громадян занепокоєння та недовіру. Досить успішними вважаються політичні іміджі В. Зеленського, У. фон дер Ляєн, Дж. Мелоні та Е. Макрона, які зберігають баланс та мають контрольовану емоційну відкритість.

5. Визначено критерії ідеального політичного образу жінки-лідера та чоловіка-лідера. Для чоловіка-лідера можемо виділити традиційно маскулінні риси, які «пом'якшуються» традиційно фемінними (наприклад, твердість-дипломатичність), доцільним вважаємо уникати в іміджі яскраво вираженої агресивності, оскільки така риса може бути негативно сприйнята поміркованим електоратом. Разом із тим, яскраво виражена емпатійність може бути сприйнята як «слабкість» та інфантильність (що, до речі, прослідковується і в жіночому, і в чоловічому політичних іміджах). Для жінок-лідерів також вважаємо ефективним баланс в поєднанні традиційно фемінних та маскулінних рис, таких як наприклад: рішучість, комунікабельність, емоційна відкритість, стриманість. Окрім гендерних акцентів, доцільно використовувати архетипи лідерства, які існують в різних культурах, так як ці образи є впізнаваними та знайомими для виборця, що спрощує для нього розуміння меседжів, які транслює політичний лідер. Важливо, доцільно презентувати ті чи інші символи в залежності від політичної ситуації. Такі комбінації дозволять залучити симпатії як консервативних, так і поміркованих громадян.

Стосовно зовнішнього образу, в політичних іміджах жінок-лідерів та чоловік-лідерів доцільними будуть ділові костюми (можуть бути в національних кольорах, проте важливо, щоб це притримувалось офіційного стилю, як, наприклад, в Д. Трампа), у специфічних випадках (переважно це стосується чоловічого політичного іміджу) це може бути мілітарний стиль (як у випадку В. Зеленського). Жестикуляція та міміка мають бути

контрольовані, так як надлишок може сприйнятись як емоційна нестабільність. В обох випадках варто приділяти значну увагу медіа-стратегіям формування успішного політичного іміджу, оскільки інформаційні технології в умовах сьогодення відграють ключову роль в репрезентації політичних лідерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «64-річна Тимошенко засвітила оновлену зачіску. Фото». URL: <https://tabloid.pravda.com.ua/lounge/yuliya-timoshenko-pokazalasya-v-novomu-imidzhi-foto-2008545/>; дата звернення: 10.08.2025.
2. «Зеленський на саміті лідерів ЄС розповів про основні потреби України». URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2025/06/26/7518938/>; дата звернення: 12.08.2025.
3. «Зеленський: Готові працювати під «сильним лідерством» Трампа для миру». URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2025/03/04/7501249/>; дата звернення: 12.08.2025.
4. «Лідер для «темних часів». Як змінився політик Зеленський за місяць війни». URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/03/31/7335924/>; дата звернення: 12.08.2025.
5. «Тимошенко здивувалася, що їй приписують роботу на свій імідж». URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2011/09/07/6567983/>; дата звернення: 21.11.2025.
6. Politico назвало Джорджію Мелоні найбільш впливовою людиною в політиці. URL: <https://liup.media/politico-nazvalo-dzhordzhiu-meloni-naybilsh-vp/>; дата звернення: 20.09.2025.
7. *Veni, vidi, veto: Джорджія Мелоні.* URL: <https://uastrat.com/politicalanalysis/politics/veni-vidi-veto-dzhordzhiya-meloni/>; дата звернення 21.09.2025.
8. Як Дональд Трамп використовує брендинг у політиці та уряді США. URL: <https://mezha.net/ua/bukvy/how-donald-trump-uses-branding-to-shape-us-government-image/>; дата звернення: 29.08.2025.
9. «Роланд Фройденштайн: “Насправді всі розуміють, що альтернативи фон дер Ляєн немає”». URL: <https://www.sestry.eu/statti/roland->

froydenshtayn-naspravdi-vsi-rozumiyut-shcho-alternativi-fon-der-lyaien-nemaie;

дата звернення: 16.09.2025.

10. Акайомова А. Політичний імідж та основні його характеристики. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5. С. 29-35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2009_5_6; дата звернення: 10.11.2024.

11. Алексеева, К. А. Політичний Імідж Ю. Тимошенко Та А. Меркель: Комунікативні Параметри. URL: <https://inlnk.ru/9PRLGY>; дата звернення: 15.11.2024.

12. Байрачна Л. К. Роль засобів масової інформації у формуванні політичного іміджу державної влади. *Інформація і право*. 2013. № 3. С. 97-104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr_2013_3_11; дата звернення: 15.11.2024.

13. Барановський Ф. В. Роль візуального іміджу політичного лідера в демократичному суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ»*. Серія: Політологія. Соціологія. Право. 2023. № 2(58). С. 40-47.

14. Білецька Т. В., Купчишина В. Ч. *Політична психологія: навчально-методичний посібник*. Хмельницький: Видавництво НАДПСУ, 2022. 184 с.

15. Бобрук А. М., Похило І. Д., Денисюк А. В. Вербальний вимір іміджу політика: "спочатку було слово..." . *Гілея: науковий вісник*. 2017. — Вип. 123. С. 283-287. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2017_123_71; дата звернення: 10.10.2024.

16. Висоцький О. Ю. Політичний імідж: міфологічні та пропагандистські аспекти формування та функціонування. Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 березня 2020 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020.

17. Віннічук О. В., Білецька, Т. В. *Політична психологія: навчальний посібник*. Кам'янець-Подільський, 2020. 215 с.

18. Власенко І., Сараненко А. Психологічний портрет жінки-політика в Україні: погляд молоді. *Molodyivchenyi*. URL:

<https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6117/5985>;

дата

звернення: 15.12.2024.

19. Вознесенська О. Вплив зовнішності кандидатів у депутати на електоральну поведінку виборців. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави*: матеріали 2-ї всеукр. конф., Київ, 13-14 листопада, 1997.

20. Волчанська Г., Чорна О., Корогода А. Комунікативний імідж Дональда Трампа в призмі стратегій і тактик. *Мова і культура*. (Науковий журнал). Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. Вип. 23. Т. I (203). С. 305-311. URL: <https://burago.com.ua/wp-content/uploads/2022/11/203-ot-141122.pdf#page=305>; дата звернення: 19.09.2025.

21. Воляннюк Н. Ю., Ложкін Г. В., Винославська О. В., Блохіна І. О., Кононець М. О., Сербова О. В., Туриніна О. Л., Москаленко О. В., Хілько С. О., Чумаков В. О. *Соціальна психологія: навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра*. 2-е вид., перероб. і допов. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2024. 594 с.

22. Вороніна К. О. Політичний імідж та його психологічні особливості. *Актуальні проблеми психології*. Т. 7, вип. 20, ч. 1. Інститут психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. URL: http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2009_20_1/sb20_ch1_19.pdf; дата звернення: 13.01.2025.

23. Гапоненко В. А. (керівник авторського колективу), Бульбенюк С. С., Гурицька М. С., Довганик Н. М., Зайцева З. І., Іванова Н. Ю., Манелюк Ю. М., Назарчук О. М., Науменко О. М., Ніколаєва Т. М., Погорєлова І. С., Прибутко П. С., Рихлік В. А., Сацький П. В., Чалюк Ю. О., Якубенко Н. Т. *Політичне лідерство*: навч. Посібник. Київ: КНЕУ, 2021. 324 с.

24. Гіжевський В. В., Денисюк С. Г. Жінка в політиці: суспільні стереотипи та ефективність. Матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2022)», Вінниця, 16–17 червня 2022 р. Електрон. текст. дані, 2022. URL:

<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2022/paper/view/14311>; дата звернення: 26.03.2025.

25. Головатий М. Ф. *Політична психологія: навч. посібник*. Київ: МАУП, 2001. URL: <https://buklib.net/books/21980/>; дата звернення: 19.11.2024.

26. Гончаренко М. М. Політичний імідж: підготовка, використання, аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання політології»*. 2022. Вип. 42. URL: <https://periodicals.karazin.ua/politology/article/view/22087/20386>; дата звернення: 29.11.2024.

27. Грицюта Н. Політичний консалтинг у Франції: стратегії, методики, інновації. *Образ*. 2025. Вип. 2 (48). С. 138-153. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/91a04d13-56d6-45e6-8d44-8196ac8e4263/content>; дата звернення: 30.09.2025.

28. Данилюк-Ярмолаєва М. Улюблениця Трампа. Як Джорджа Мелоні стала арбітром між Вашингтоном, Брюсселем та Києвом? URL: <https://www.sestry.eu/statti/ulyublenicya-trampa-yak-dzhordzha-meloni-stala-arbitrom-mizh-vashingtonom-bryusselem-ta-kiievom>; дата звернення: 23.10.2025.

29. Денисюк С. Г. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера. *Політичний менеджмент*. 2007. № 2. С. 106-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2007_2_12; дата звернення: 17.12.2024.

30. Денисюк С. Г. *Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури : особливості формування та механізми реалізації: автореф. дис. д-ра політ. наук: спец. 23.00.2003*. Київ, 2007. 19 с.

31. Дідух Г. Я. «Імідж жінки-політичного лідера»: термінологічний аналіз. *Нова парадигма: журнал наукових праць*. Вип. 82. Київ: Видавництво НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2008. С. 102-111.

32. *Еммануель Макрон: п'ять причин, чому він виграв*. BBC Ukrainian. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-39841603>; дата звернення: 17.09.2025.

33. Емманюель Макрон. Досьє. DSNews.ua. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/dosie/emmanyuel-makron-30092025-528844>; дата звернення: 17.09.2025.

34. Ерліхман А. Стилiстичнi засоби вербалiзацiї образу Дональда Трампа (на матерiалi iнавгурацiйної промови). *Науковий вiсник Ужгородського унiверситету. Серiя: Фiлологiя*. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2017. Вип. 1 (37). С. 14-17. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/df4e3bc6-9870-43fa-881c-cc96f7b518a3/content>; дата звернення: 30.09.2025.

35. Ерман Г. Українське Рісорджименто. 5 причин, чому італійська прем'єрка Джорджа Мелоні захищає Україну. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c9r0dq0lqv7o>; дата звернення: 26.09.2025.

36. Жураковська В. Передвиборча кампанія Володимира Зеленського як взірець формування позитивного політичного іміджу. URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/cc985794-8183-4320-8725-ef27a3b5d4e9/content>; дата звернення: 30.09.2025.

37. Завальська Л. В. Тролінг як комунікативна стратегія в президентському дискурсі Володимира Зеленського. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Видавничий дім "Гельветика", 2024. Вип. 35. С. 38-42. URL: <http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/35/8.pdf>; дата звернення: 30.09.2025.

38. Замятін В., Юрчишин В. Амбіції Франції на лідерство. URL: https://razumkov.org.ua/images/2024/04/25/F_Tr.pdf; дата звернення: 17.10.2025.

39. Кацімон О., Пашко В. Урсула фон дер Ляєн: «Моя мета – створити більшість у Європарламенті з тими, хто є проукраїнським». URL: <https://suspilne.media/764655-ursula-fon-der-laen-moa-meta-stvoriti-bilsist-u-evroparlamenti-z-timi-hto-e-proukrainskim/>; дата звернення: 18.08.2025.

40. Киселюк Н., Бондар Т. Екологія політичних промов Дональда Трампа. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія*. 2025. Вип. 9. — С. 1–5. URL: <https://doi.org/10.32782/philspu/2025.9.8>; дата звернення: 22.10.2025.

41. Кіряхно С. І. Емотивний аспект публічних виступів Джорджії Мелоні. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-548-8-12>; дата звернення: 14.10.2025.

42. Корнієнко В. О. Політичний імідж як чинник позиціювання суб'єкта політики. *Прикладна політологія: навч. посібник*. Київ: Видавничий центр «Академія», 2008. 220 с.

43. Корнієнко В. О., Денисюк, С. Г. Гендерний компонент іміджу політичного лідера. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11927/%D0%93%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D1%96%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B6%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; дата звернення: 24.04.2024.

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

45. Кривошеїн В. В. Політичний імідж як інструмент легітимації політичної влади: теоретико-методологічний аспект. *Гуманітарний журнал*. Дніпропетровськ: Національна гірнича академія України, 2010. С. 46-51.

46. Крупка А. Жінки в політиці: які перспективи гендерного паритету у світі. URL: <https://tyzhden.ua/zhinky-v-politytsi-iaki-perspektyvy-hendernoho-parytetu-u-sviti/>; дата звернення: 03.02.2025.

47. Купцова І. І. Імідж-технології у виборчих кампаніях: формування електоральної стратегії. *Гілея: зб. наук. пр.* Київ: ВПІ УАН, 2013. Вип. 75. С. 435-437.
48. Купцова І. І. Історія становлення та сучасні тенденції розвитку теорії іміджу в політичному дискурсі. *Досягнення соціально-гуманітарних наук в сучасній Україні: матер. всеукр. наук. конфер.* Дніпропетровськ: ТОВ «Інновація», 2011. С. 38-42.
49. Купцова І. І. Символічний вимір іміджу в сучасній політиці. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр.* Одеса: Фенікс, 2012. С. 236-242.
50. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати. *Проблеми політичної психології.* Київ, 1997.
51. Левченко, О. Формування іміджу політичного лідера та політичної партії / О. Левченко // *Нова політика.* — 2000. — № 5.
52. Литвин А. В. Побудова іміджу політиків з урахуванням психологічних архетипів під час президентських виборів у США 2016 року (на прикладі Дональда Трампа та Хіллари Клінтон). URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/d2ee904a-2d81-4b67-a4bd-899349d78577/content>; дата звернення: 12.02.2025.
53. Лоскутова Н. Структурно-змістовний аналіз новорічних звернень Еммануеля Макрона. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.* Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 48. Том 3. С. 92-100. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/48_2022/part_3/48-3_2022.pdf; дата звернення: 16.09.2025.
54. Лукіяничук А., Кокарча Ю. Особливості політичного іміджу Володимира Зеленського. Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції з нагоди відзначення Дня науки – 2023: «Актуальність та особливості наукових досліджень в умовах воєнного стану» (23 травня 2023 року). Київ: ДНДІ МВС України, 2023. С. 340-342. URL: <https://www.researchgate.net/profile/Anna-Politova->

[2/publication/372123623 Politova AS Protidia torgivli ludmi dosvid Ukraini t a Slovaccini Aktualnist ta osoblivosti naukovih doslidzen v umovah voennog o stanu Zbirnik materialiv III Miznarodnoi naukovo-practicnoi internet-kon/links/64a56410b9ed6874a5fc5a32/Politova-AS-Protidia-torgivli-ludmi-dosvid-Ukraini-ta-Slovaccini-Aktualnist-ta-osoblivosti-naukovih-doslidzen-v-umovah-voennogo-stanu-Zbirnik-materialiv-III-Miznarodnoi-naukovo-practicnoi-internet-kon.pdf#page=340](https://www.researchgate.net/publication/372123623_Politova_AS_Protidia_torgivli_ludmi_dosvid_Ukraini_ta_Slovaccini_Aktualnist_ta_osoblivosti_naukovih_doslidzen_v_umovah_voennogo_stanu_Zbirnik_materialiv_III_Miznarodnoi_naukovo-prakticnoi_internet-kon/links/64a56410b9ed6874a5fc5a32/Politova-AS-Protidia-torgivli-ludmi-dosvid-Ukraini-ta-Slovaccini-Aktualnist-ta-osoblivosti-naukovih-doslidzen-v-umovah-voennogo-stanu-Zbirnik-materialiv-III-Miznarodnoi-naukovo-prakticnoi-internet-kon.pdf#page=340); дата звернення: 23.09.2025.

55. Майданський І., Зенкін М. Антикризіві стратегії формування політичного іміджу в умовах війни: український досвід 2022–2024 років. *Публічне управління і політика*. 2025. Том 4 (№ 8), квітень 2025. URL: <https://www.eu-scientists.com/index.php/pmap/article/view/180/174>; дата звернення: 07.06.2025.

56. Матієнко Т. Гендерні особливості професійного розвитку особистості. *Entrepreneurship, Economy and Law*. 2020. № 3. С. 344-349. URL: <http://dx.doi.org/10.32849/2663-5313/2020.3.58>; дата звернення: 25.02.2025.

57. Мелешенко О. Комунікативна стратегія конструювання позитивного іміджу (на матеріалі Твіттера Д. Трампа). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*. 2020. Вип. 91. С. 42-49. URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/15854/14666>; дата звернення: 24.02.2025.

58. Мелешенко О. Руйнування іміджу політичного опонента як комунікативна стратегія твітінгу Дональда Трампа. *Південний архів (філологічні науки)*. 2020. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/708/706>; дата звернення: 24.02.2025.

59. Мельник, Т. М. *Гендер у політиці: навч. посібник*. — Київ: «К.І.С.», 2004. 535 с.

60. Метельська А. В. Роль невербальних комунікацій у формуванні іміджу політичного лідера. *Актуальні проблеми філософії та соціології*

«Гельветика». 2022. Вип. 37. С. 215-218. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/37_2022/37_2022.pdf#page=215; дата звернення: 25.12.2025.

61. Микитко О. Гендер у політиці: проблеми та перспективи запровадження. *Humanities and Social Sciences*. 2009. С. 256-259.

62. Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 4. С. 118-133. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4239e133-1864-4ad6-9950-748e904bf72e/content>; дата звернення: 26.11.2024.

63. Митко А. М. Імідж жінки-політика в сучасній Україні: спроба аналізу і перспективи змін. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ: Український центр політичного менеджменту, 2009. Вип. 17. С. 160-168.

64. Михайлова Р. Д., Костюченко О. В. Зовнішні маркери ділового іміджу сучасного політика. *Art and Design*. 2022. № 2 (18). С. 121-136.

65. Михайлова Р. Д., Костюченко О. В. Стиль одягу та його роль у формуванні іміджу. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2018. № 19. С. 98-110.

66. Костюченко О. В., Михайлова Р. Д. Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. № 5(2). С. 227-242.

67. Міщенко Т. В., Петренко О. А. Англомовна інтернет-комунікація Володимира Зеленського на платформі Twitter: дискурсивний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. С. 1-6. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/5_2024/part_1/28.pdf; дата звернення: 15.10.2025.

68. Романовський О. Г., Гура Т. В., Книш А. Є., Бондаренко В. В. *Теорія і практика формування лідера: навчальний посібник*. Харків, 2017. — 100 с..

69. Окуньовська Ю. В., Денисюк А. В. Особливості формування іміджу жінки-політика в сучасних умовах. Збірник тез XLVI Науково-технічної конференції Інституту соціально-гуманітарних наук Вінницького національного технічного університету, 15-17 березня 2017, м. Вінниця. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2017/paper/view/2173>; дата звернення: 17.04.2024.

70. Онопа А. У графітовому костюмі і пітонових туфлях: прем'єр-міністерка Італії Джорджа Мелоні продемонструвала ефектний діловий лук. URL: <https://tsn.ua/lady/news/obschestvo/u-hrafitovomu-kostiumi-i-pitonovykh-tufliakh-premyer-ministerka-italiyi-dzordza-meloni-prodemonstruvala-efektnyy-dilovyy-luk-2952797.html>; дата звернення: 19.08.2025.

71. Остапенко С. П. Формування іміджу політичного лідера засобами PR-технологій для передвиборчої боротьби. *Наукові праці. Політологія: журнал*. Миколаїв: Чорноморський державний університет імені Петра Могили, 2015. Том 260. С. 52-55.

72. Пащенко Ю. А. Історичне становлення феномена «імідж політичного лідера». *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. Харків : Право, 2013. № 1 (15). С. 180-188.

73. Поведа О. П. Роль Урсули фон дер Ляєн в сучасній європейській і світовій політиці. 2023. *Політичне життя*. Липень 2023. С. 131-136.

74. Пожарицька О. Погляд на імідж політика зсередини: лінгвальні особливості дописів Дональда Трампа у Twitter. *The 6th International scientific and practical conference "Global science: prospects and innovations" (February 1–3, 2024)*. Liverpool, United Kingdom: Cognum Publishing House, 2024. С. 450-457.

75. Профіль Володимира Зеленського у Twitter. URL: <https://x.com/ZelenskyyUa>; дата звернення: 15.10.2025.

76. Профіль Дональда Трампа у Twitter. URL: <https://x.com/realDonaldTrump>; дата звернення: 06.08.2025.

77. Пупченко, О. Гендерний аспект у формуванні іміджу політичного лідера. *Світ соціальних комунікацій: наук. журн.* Київ: КиМУ, ДонНУ, 2012. Т. 6. С. 64-66.

78. Ренке С. Гендерний аспект становлення професійного образу «Я» особистості. *Проблеми сучасної психології : збірник наукових праць.* 2017. № 36. URL: <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2017-36.%p>; дата звернення: 26.05.2025.

79. Сенета А. Я., Романюк Н. А. Особистісний чинник у теорії соціалконструктивізму на прикладі Урсули фон дер Ляєн. *Регіональні студії: науковий збірник.* Ужгород: Видавничий дім "Гельветика", 2023. Вип. 34. С. 177-182.

80. Сірачова, О. О. Імідж жінки-політичного лідера. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2022)», Вінниця, 16-17 червня 2022 р. Електрон. текст. дані, 2022. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2022/paper/view/14400>; дата звернення: 12.11.2025.

81. Сліпецька Ю. Медіастратегії кандидатів під час президентської кампанії у США 2024: роль соціальних мереж. *Грані: науково-теоретичний альманах.* 2025. № 28(4). С. 80-86.

82. Старк С. Маркетинг Камали Гарріс: контрасти та рекордні пожертви на передвиборчу кампанію за 24 години. URL: <https://theinweb.media/marketing-kamali-garris/>; дата звернення: 15.09.2025.

83. Струкевич О. К., Конотопенко О. П., Лапшин С. А. *Політологія: навчальний посібник для студентів усіх спеціальностей (доповнено).* Вінниця: Нілан-ЛТД, 2016. 403 с.

84. Ткаченко А. В. Механізми та закономірності формування іміджу політичного лідера в умовах сучасної України. URL: <https://rep.nuos.edu.ua/server/api/core/bitstreams/48dac7ac-f217-4d98-a745-7f3dc0be8251/content>; дата звернення: 17.05.2025.

85. Тодоров І., Тодорова Н. Перші 100 днів другої каденції Трампа: зовнішня політика США та динаміка російсько-української війни. *Збірник наукових праць*. 2025. Вип. 1 (34). С. 1-12. URL: [https://doi.org/10.24144/2078-1431.2025.1\(34\).21-32](https://doi.org/10.24144/2078-1431.2025.1(34).21-32); дата звернення: 29.08.2025.

86. Трушевич Г. Б. Роль та досвід застосування PR-технологій в формуванні і просуванні політичного іміджу. *Міжнародні та політичні дослідження*. 2019. № 32. С. 260-274.

87. Тхір М. Реалізація комунікативних стратегій Джозефа Байдена та Дональда Трампа під час їхніх президентських дебатів 2024 року. *Лінгвістичні студії*. 2024. С. 48-60.

88. Федоренко, О. Д., Ковтун, Н. О. Трансформація зовнішнього іміджу президента України В. Зеленського в умовах повномасштабного вторгнення. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Т. 35 (№ 2 Ч. 2). С. 270-276.

89. Форбс М., Макграт М. «Сильна лідерка на піку впливу. Урсула фон дер Ляен очолила рейтинг 100 найвпливовіших жінок світу за версією Forbes. Хто ще у списку». URL: <https://forbes.ua/svit/silna-liderka-na-piku-vplivu-ursula-fon-der-lyaen-ocholila-reyting-100-nayvplivovishikh-zhinok-svitu-2022-za-versieyu-forbes-07122022-10314>; дата звернення: 06.09.2025.

90. Циховська Е. Інавгураційна промова (2025) Дональда Трампа як інструмент політичного PR: риторичні стратегії впливу. *Актуальні питання масової комунікації*. 2025. № 38. С. 8-17.

91. Чеберяк А. М. Мовленнєва агресія в інституціональному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2025. № 74, том 1. С. 184-191.

92. Чеберяк А. М. Тактика образи: комунікативні ходи, мовні та мовленнєві засоби реалізації (на матеріалі текстів мовленнєвого жанру «відкритий лист»). *Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. Луцьк: Вид-во Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2009. № 17. С. 88-93.

93. Шаповалова Л. В. Мовні маніпулятивні засоби у першій президентській промові Еммануеля Макрона. URL: <https://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7281/11.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; дата звернення: 02.10.2025.

94. Шейко Ю., Грюн К. Портрет Еммануеля Макрона. 2017. URL: <http://dw.com/uk/%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%82-%D0%B5%D0%BC%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%83%D0%B5%D0%BB%D1%8F-%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82-%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%86%D1%83%D0%B7%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97-%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%94%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%94%D1%86%D1%8C/a-38594767>; дата звернення: 06.10.2025.

95. Шерман О. Архетипічне підґрунтя іміджу політичного лідера. URL: <https://nasplib.isoftware.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/53f00fca-6e9b-4866-842d-d14bc2aa4cfb/content>; дата звернення: 06.01.2025.

96. Шерман О. Вікові параметри іміджу політичного лідера: архетипічне підґрунтя та ейджистські стереотипи. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/sherman_vikovi.pdf; дата звернення: 06.01.2025.

97. Шляхтун П. П. *Політологія: історія та теорія: підручник*. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 472 с.

98. Шуляк І. М., Фаранович В. О. Еволюція комунікативних ролей Дональда Трампа. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2025. № 74, том 1. С. 210-214

99. Юрченко О., Луценко С. Інструменти інформаційної кампанії Камали Гарріс під час президентських виборів 2024 року: стратегії та тактики політичної комунікації. XIV Міжнародна наукова конференція «Інформація, комунікація, суспільство 2025: ICS-2025». Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2025. С. 100-101.

100. «Biden in Kyiv and Warsaw is a reminder of who really leads Europe». URL: <https://www.washingtonpost.com/world/2023/02/20/biden-leader-europe-kyiv-trip/>; дата звернення: 12.07.2025.

101. «How sexism is going to make Kamala Harris's life harder». URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/08/12/how-sexism-is-make-kamala-harriss-life-harder/>; дата звернення: 23.06.2025.

102. «Ist Olaf Scholz der wahre Erbe Angela Merkels?». URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/ist-olaf-scholz-der-wahre-erbe-angela-merkels-17402360/>; дата звернення: 09.07.2025.

103. «Kamala Harris: The sexist history of calling women 'unlikable'». URL: <https://www.washingtonpost.com/history/2020/10/09/unlikable-women-kamala-harris-trump/>; дата звернення: 29.06.2025.

104. «Power Up: Warren's defeat as the last major female presidential candidate proves the 'highest, hardest' glass ceiling is still intact». URL: <https://www.washingtonpost.com/news/powerpost/paloma/powerup/2020/03/06/powerup-warren-s-defeat-as-the-last-major-female-presidential-candidate-proves-the-highest-hardest-glass-ceiling-is-still-intact/5e6144ab602ff10d49ac3da3>; дата звернення: 30.07.2025.

105. «Scholz über Merkel: Die Kanzlerin hat richtig gehandelt». URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/scholz-ueber-merkel-die-kanzlerin-hat-richtig-gehandelt-17264946.html>; дата звернення: 06.08.2025.

106. «Scholz, Merkel, Schröder: Was die Kanzler gemeinsam haben». URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/scholz-merkel-schroeder-was-die-kanzler-gemeinsam-haben-19065031.html>; дата звернення: 06.08.2025.

107. «Seeking a historic win, Harris faces a familiar foe: Sexism». URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/10/19/woman-president-kamala-harris/>; дата звернення: 09.08.2025.
108. «Zelensky, Biden use moral outrage as weapon in conflict with Russia». URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/04/16/sundaytake-russia-biden-zelensky/>; дата звернення: 16.07.2025.
109. Abels G., Mushaben J. M. *Great expectations, structural limitations: Ursula von der Leyen and the commission's new equality agenda*. *JCMS: Journal of Common Market Studies*. 2020. Vol. 58 (S1). S. 121-132. URL: https://www.researchgate.net/publication/394977699_Speaking_as_a_woman_the_political_communication_of_Ursula_von_der_Leyen; дата звернення: 12.09.2025.
110. Astor M. *Kamala Harris and the 'double bind' of racism and sexism*. URL: <https://www.nytimes.com/2020/10/09/us/politics/kamala-harris-racism-sexism.html>; дата звернення: 16.09.2025.
111. Bierman N. *More than a laugh: Kamala Harris' is a sound check for a divided country*. URL: <https://www.latimes.com/politics/story/2021-07-21/kamala-harris-laugh>; дата звернення: 14.09.2025.
112. Bleiker R. *The Power of Images in Global Politics*. URL: <https://www.e-ir.info/2018/03/08/the-power-of-images-in-global-politics/>; дата звернення: 13.05.2025.
113. Brooks D. J. *He Runs, She Runs: Why Gender Stereotypes Do Not Harm Women Candidates*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2013. С. 25-29.
114. Buinitskyi V. *The role of the media in shaping the image of a politician*. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/320464-the-role-of-the-media-in-shaping-the-ima-8f133995.pdf>; дата звернення: 13.04.2025.
115. Gambino L., Greve J. E. *Joe Biden picks Kamala Harris as his running mate in historic first for a woman of color*. URL:

<https://www.theguardian.com/us-news/2020/aug/11/kamala-harris-joe-biden-vp-running-mate-election-2020-vice-president>; дата звернення: 28.06.2025.

116. Gersonskaya V., Zhandabekova A. *Verbal image in political discourse: a case study of Kamala Harris*. URL: https://nor-ijournal.com/wp-content/uploads/2025/05/NJD_155-67-73.pdf; дата звернення: 30.08.2025.

117. Giorgi De E., Cavalieri A., Feo F. *From Opposition Leader to Prime Minister: Giorgia Meloni and Women's Issues in the Italian Radical Right*. URL: <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/6042/3072>; дата звернення: 25.09.2025.

118. Hofstetter R. *From Candidate to Contender: How Media Frames Shaped Kamala Harris' 2024 Presidential Campaign*. URL: https://etd.ohiolink.edu/acprod/odb_etd/ws/send_file/send?accession=ucin1758118427842472&disposition=inline; дата звернення: 19.09.2025.

119. Jamerson J., Day C. *Why Kamala Harris may be a tough target for Republicans*. URL: <https://www.wsj.com/articles/why-kamala-harris-may-be-a-tough-target-for-republicans-11597233673>; дата звернення: 05.09.2025.

120. Jankiewicz A. *Creating the image of political communicators with the use of social media and computer technology*. *Scripta Neophilologica Posnaniensia*. Bydział Neofilologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2020. Том XX. С. 93-105. URL: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/snp/article/view/25743/23483>; дата звернення: 30.03.2025.

121. Jansen B. 'Fearless:' Democrats hope Harris brings fire to the fight. URL: <https://advance-lexis-com.proxy-ub.researchport.umd.edu/api/permalink/14011386-2f34-4bd9-8f80-953c6e580c02/?context=1516831>; дата звернення: 29.08.2025.

122. Johnson M. GOP lawmaker: 'Pretty cool' Harris has a shot at being the 'most powerful person in the world'. URL: <https://thehill.com/homenews/house/511682-gop-congressman-pretty-cool-harris-has-a-shot-being-the-most-powerful-person>; дата звернення: 23.08.2025.

123. Karni A., Peters J. W. *Her voice? Her name? G.O.P.'s raw personal attacks on Kamala Harris.* URL: <https://www.nytimes.com/2020/08/12/us/politics/kamala-harris-gop-attacks.html>; дата звернення: 18.09.2025.

124. Langowski J. «*Is the “Mother of the Company” a Sign of Gender Equality*». URL: http://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/41516020/Langowski_Von_der_Leyen_Paper-libre.pdf?1453655142=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIs_the_Mother_of_the_Company_A_Sign_Of_G.pdf&Expires=1763301189&Signature=IgmKRSC-41kQtYiwcGlvik5YYxILT4qk5-0ZYS0KRpBAM3NLnv1cuO5NEK39vm5PpzDjJ0M9Ybhytpd~pF8WvqAU6tW8Jo5EEPjtz3V8APjAm-BK4GrJdD2yvOWie59Fw8YdujgQZ9Wz6eXdD11xdoTpxCGPGC76awjkhs3KgYzv1DbLcG3w72ZAwM9OLx3BGwJMo312-UszJTJAuR~jFRVI1uLWctl0cWBGvTWbI2tQRbn3gxpXEAfzuIRcnhfzBDq5ANmGdUk65nddE4QYBUk6iDSbqPU37ZuSsI8PMB8zYOe-p-u4Mrg5OQZVdFP~FUo~iKCFEJxJoULha7Q5Q_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA; дата звернення: 23.07.2025.

125. Liebenow H. A., Boucher K. L., Cassidy B. S. Understanding Evaluations of Kamala Harris in 2020: Political Ideology Qualifies Perceived Communal Effects When Communal Cues Are Present. *Psychology of Women Quarterly*. 2022. Vol. 46, № 4. С. 399-419. URL: <https://doi.org/10.1177/03616843221104383>; дата звернення: 06.09.2025.

126. Linkevičiūtė V. *Shaping the Political Image: Kamala Harris's Case*. Institute of Language, Literature and Translation Studies, Kaunas Faculty, Vilnius University. *Media*, 2025. Vol. 6, № 2. С. 75. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/2/75>; дата звернення: 12.08.2025.

127. Lukešová Š. The Role of Gender in the 2024 US Presidential Electoral Campaign. The Case of Kamala Harris [Bachelor's Thesis, Charles University].

Charles University Digital Repository, 2025. URL: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/204793/130439339.pdf?sequence=1&isAllowed=y>; дата звернення: 12.02.2025.

128. Norris P., Inglehart R. *Cultural Barriers to Women's Leadership: Female Leadership Worldwide*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2001. 30 p.

129. Shehata S., Attiwi W. Representation of Islam's image in western political discourse (critical discourse analysis of Emmanuel Macron's speech). *Journals of EKB*. URL: https://journals.ekb.eg/article_348365_10dc817704489697e595a5c68fc7ff36.pdf; дата звернення: 22.09.2025.

130. Schneider M., Bos A. Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*. 2014. № 2. С. 245-266.

131. Trillò T., Starita G. D. The Middle Region Populism of Giorgia Meloni and Matteo Renzi on Instagram. *The International Journal of Press/Politics*. 2025. Vol. 30, Issue 1. С. 122-144. Режим доступу: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/19401612231186938>; дата звернення: 26.09.2025.

132. Watson, P. The Rise of Masculinism in Eastern Europe. *New Left Review*. 1993. № 198. С. 71-82.