

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра політології та міжнародних відносин

Бакалаврська робота
Імідж жінок у політиці: вітчизняний і зарубіжний досвід

Виконала: студентка IV курсу
Факультету історії, політології та
міжнародних відносин
Спеціальності 052 «Політологія»
Тростюк Марія Петрівна

Науковий керівник:
к.політ.н., доцент Лесняк В.Ю.
Рецензент:

Рівне – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ЖІНОК У ПОЛІТИЦІ.....	5
1.1. Наукове трактування поняття, сутності та структури політичного іміджу.....	5
1.2. Особливості дослідження становлення іміджу жінок у політичному просторі.....	14
РОЗДІЛ 2 ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ЖІНОК-ПОЛІТИКІВ	23
2.1. Імідж жінок у політиці країн Західної Європи та США	23
2.2. Особливості іміджу жінок у політиці країн Азії та Латинської Америки	32
РОЗДІЛ 3 ІМІДЖ ЖІНОК У ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	40
3.1. Жінки в українській політиці: аналіз основних тенденцій	40
3.2. Шляхи покращення іміджу жінок у політичному житті України	48
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми визначається необхідністю всебічного аналізу ролі жінок у політиці, адже їхня присутність у владних структурах сприяє демократизації суспільства, забезпеченню гендерної рівності та впровадженню інклюзивних політичних рішень. Вивчення українського та зарубіжного досвіду допоможе окреслити ефективні механізми подолання бар'єрів, які стоять на шляху жінок до політичного лідерства.

Об'єктом дослідження є імідж жінок у політиці як суспільне явище, а предметом - механізми його формування в політичній практиці України та зарубіжних країн.

Мета даної роботи – проаналізувати особливості формування іміджу жінок у політиці, дослідити основні фактори, що впливають на його становлення, а також порівняти вітчизняний та зарубіжний досвід у цьому питанні.

Досягнення цієї мети передбачає виконання таких завдань, як з'ясувати сутність поняття «імідж» у контексті політики. Проаналізувати основні фактори, що впливають на імідж жінок у політиці. Дослідити роль медіа у формуванні суспільного сприйняття жінок-політиків. Здійснити порівняльний аналіз українського та зарубіжного досвіду. Виявити ключові тенденції та перспективи розвитку жіночого лідерства у політичній сфері.

Методологічною основою наукового дослідження були історичний, системний та інституційний підходи; застосовано методи аналізу та синтезу, узагальнення, порівняльний метод дослідження.

Проведено комплексне порівняльне дослідження іміджу жінок-політиків на основі українського, західноєвропейського, американського, азійського та латиноамериканського досвіду, що дозволило виявити регіональні особливості гендерного позиціонування в політиці. У ході проведення наукового дослідження використовувались праці як українських - Іваненка В. [7],

Петренко Г. [9, с.236-465] ; так і зарубіжних дослідників - Річарсон Б. [54] Вілсон К. [62, р.45-89].

Досліджено поведінку жінок-лідерок у зарубіжних політичних системах (Європа, США, Латинська Америка, Азія) і показано особливості трансформації їхнього іміджу під впливом культурних і партійно-ідеологічних факторів. Створено концепцію, що узагальнює вітчизняний і зарубіжний досвід у формуванні жіночого політичного іміджу та розвиває підходи до аналізу гендерного представництва у політичній сфері. Доведено залежність між рівнем підтримки жінок у політиці та розвитком інституційної гендерної політики держави (зокрема, через механізми позитивних дій, квот, просвітницьких кампаній). Удосконалено класифікацію чинників, які впливають на сприйняття жінок у політиці, через поєднання макро- та мікрорівневих аналітичних підходів. Результати наукового дослідження апробовано у ході участі в роботі Звітної наукової конференції науково-педагогічних працівників, викладачів та здобувачів РДГУ у травні 2025 року.

Практичне значення одержаних результатів дослідження можуть бути використані під час розроблення та реалізації інформаційних кампаній, спрямованих на популяризацію політичної участі жінок, у діяльності політичних партій, державних інституцій, громадських організацій, що працюють у сфері гендерної рівності. Матеріали роботи можуть слугувати теоретичною та методологічною основою для проведення тренінгів із політичного лідерства для жінок, для створення навчальних програм із гендерної політики, соціології політики та політології.

Структурно кваліфікаційна робота складається зі Вступу, 3 розділів, Висновків, Списку використаних джерел та має обсяг 66 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРИТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ЖІНОК У ПОЛІТИЦІ

1.1. Наукове трактування поняття, сутності та структури політичного іміджу.

Природа іміджу тісно пов'язана з соціальними стереотипами, які базуються на певних об'єктивних закономірностях роботи людської психіки. Створення іміджу фактично зводиться до формування масового стереотипу, який є своєрідною «формою установки». Ці установки виникають у процесі соціальної взаємодії та характеризуються високою емоційною інтенсивністю і стійкістю.

Термін «імідж» походить від англійського слова *image*, що перекладається як «образ». У довідковій літературі це поняття визначається як свідомо створений образ, емоційно забарвлене уявлення, що закріпилося в масовій свідомості та набуло форми стереотипу. Також його розглядають як сукупність характеристик, які асоціюються з певною особою, або як відображення чогось знайомого, що нагадує інше явище чи об'єкт [29, с. 36]. Варто зазначити, що сучасне розуміння «іміджу» значно відрізняється від традиційного тлумачення поняття «образ», оскільки воно безпосередньо пов'язане із соціальним пізнанням. Як феномен індивідуальної, групової або масової свідомості, імідж виступає уявним образом, що поєднує як зовнішні, так і внутрішні характеристики об'єкта.

Н. Ларіна визначає політичний імідж як образ суб'єкта політики, який формується цілеспрямовано і має на меті здійснення емоційно-психологічного впливу на об'єкти політики для популяризації політики чи діяльності самого політика [33, с. 21].

Своєрідним є порівняння іміджу з «одягом, який надягає на себе людина, він повинен підходити їй за розміром, кольором та фасоном, а також презентувати до певної міри її внутрішній світ» [43, с. 60].

Щодо етичного підходу, його представники переконані, що імідж політика має певну моральну спрямованість і розглядається як свого роду «друга натура», з якою індивід оцінює себе. Якщо цей імідж проявляється регулярно, він стає його справжньою сутністю. Проте складність в теоретичному аспекті полягає в тому, що сутність іміджу є дещо розмитою на тлі різноманітних наукових дисциплін, що підкреслює потребу в системному дослідженні сутності іміджу політичного лідера [28, с. 81].

У науковій та практичній літературі терміни «імідж», «образ», «бренд» часто використовуються як синоніми або з однаковим смисловим навантаженням. Однак автори рідко акцентують увагу на відмінностях між цими поняттями. Водночас важливо зазначити, що слово «імідж» має своє чітке смислове значення. Згідно з сучасним словником іншомовних слів, імідж визначається як цілеспрямовано сформований образ будь-якої особи, явища або предмета.

Політичний імідж формується лише тоді, коли набуває публічного характеру та починає охоплювати різні аспекти політичної діяльності. Наприклад, для створення іміджу депутата необхідна хоча б мінімальна виборча аудиторія, а для корпоративного іміджу – політична організація чи група, яка виступає носієм колективної свідомості. Незважаючи на свою універсальність, політичний імідж має певний рівень абстрактності, спрощення та схематичності порівняно з реальним носієм.

Його динамічність проявляється в тому, що імідж може швидко змінюватися під впливом політичних, соціальних, економічних чи інших чинників, які впливають на неусвідомлені очікування суспільства. Загалом імідж містить елемент суб'єктивності, оскільки він спрямовує суспільну думку, залишаючи простір для інтерпретації залежно від соціального досвіду людини. Важливу роль у його формуванні відіграють стереотипи й асоціації, що дозволяють людям ототожнювати політичний образ із уже знайомими характеристиками, хоча вони не завжди відповідають дійсності [30, с. 46].

Імідж політичного лідера формується під впливом очікувань виборців та особистих якостей політика. Проте в умовах сучасної політики, де активно використовуються медійні технології та методи політичної реклами, створюється образ «лідера для публіки», який може суттєво відрізнятися від реальної особистості політика [34, с. 165]

Політичний імідж є складним і багатогранним явищем, формування якого визначається особливостями політичної діяльності, її значенням у суспільному житті та специфікою роботи політичного лідера або організації. Ефективний політичний імідж сприяє зростанню популярності його носія, забезпечує вплив на громадську думку, а також створює умови для активного впливу на політичні процеси держави та суспільства загалом [30, с. 47].

Сучасні дослідження політичного іміджу охоплюють три основні напрями: перший зосереджується на психологічних аспектах індивідуального іміджу політичного лідера або громадського діяча; другий стосується іміджу політичних рухів, організацій, політичної системи та держави загалом; третій аналізує взаємозв'язок між цими складовими [1, с. 30].

Є різні підходи для визначення поняття політичний імідж. Онтологічний підхід розглядає політичний імідж як «образ» особистості або соціального інституту, що формується у масовій свідомості. Згідно з О. Лавренком, імідж можна визначити як більш чи менш відповідний реальному суб'єкту образ особистості, який виникає в масовій свідомості на свідомому та підсвідомому рівнях [32, с. 63].

Антропологічний підхід розглядає політичний імідж як сукупність певних якостей, які асоціюються з характеристиками конкретної особистості. О. Вознесенська визначає образ політичного лідера як набір характеристик, що люди пов'язують з конкретною індивідуальністю [7, с. 15].

Етичний підхід передбачає, що політичний імідж має моральне спрямування і сприймається як своєрідна «друга натура» особистості, за якою людина оцінює себе. Якщо певні риси іміджу регулярно проявляються, вони поступово стають невід'ємною частиною особистості.

П. Фролов у своєму теоретичному аналізі поняття «імідж» визначив два основні його значення. По-перше, це образ будь-якого об'єкта (політика, товару, компанії), що сформувався та існує у свідомості певної групи людей. По-друге, імідж може розглядатися як штучно сконструйований образ, створений з метою викликати бажані зміни у свідомості та поведінці людей, впливаючи на них у політико-психологічному аспекті [53, с. 16]. Виокремлює такі складові елементи іміджу, як особистісні риси політика, тип його політичної орієнтації та місце в інститутах влади чи неформальних утвореннях.

Існує багато різних підходів до класифікації політичного іміджу, серед яких найбільш поширеними є такі: за суб'єктом (образ політичного діяча, партії чи руху), за стадіями політичного процесу (вихідний, поточний, кінцевий), за характером відповідності (реальний або ідеальний), за модальністю (позитивний чи негативний) і за порівняльною ознакою (імідж кандидата у співвідношенні з іміджем його конкурента).

У структурно-функціональному аспекті політичний імідж являє собою цілісну систему уявлень про певний об'єкт, що формується в масовій свідомості в конкретний історичний період. Його структура включає чотири основні групи компонентів такі як, реальні характеристики, що відображають фактичні властивості об'єкта. Фантомне навантаження, яке охоплює бажані, але не властиві об'єкту риси. Ситуаційні характеристики, що залежать від суспільно-політичного контексту та впливають на актуалізацію певних соціальних цінностей. Фонові характеристики, які надають об'єкту символічного значення [1, с. 32].

На відміну від реальних характеристик, які відображають унікальні риси конкретного об'єкта, фантомне навантаження забезпечує його ідентифікацію з певним прототипом, що існує в масовій свідомості. Такий прототип відіграє ключову роль у вибіркового сприйнятті інформації та виступає своєрідною кодовою системою, яка спрощує інтеграцію отриманих відомостей. Прототипи політичного іміджу не лише впливають на оцінку реальних політичних об'єктів, а й слугують механізмом збереження і передачі суспільних уявлень та

цінностей наступним поколінням. Формування такого прототипу відбувається на основі традиційних уявлень, шляхом стереотипізації, коли певні характеристики політичного іміджу набувають масового поширення в суспільній свідомості, через ідеалізацію, коли певні абстрактні чи уявні риси інтегруються в ідеальну систему уявлень про конкретний тип політичного іміджу, який може бути персоніфікованим, інституціалізованим, ідеальним або комплексним.

Згідно з П. Фроловим, у змістовому аспекті політичний імідж включає складові, як особистісні риси політика, його політичну орієнтацію та місце у структурі влади чи неформальних утвореннях (наприклад, президент, парламентарій або кумир юрби) [53, с. 18].

Ю. Зущик визначає, що змістовий аспект структури іміджу охоплює такі елементи, як ідеологічний тип (наприклад, «політичне обличчя» або «політичне забарвлення»), особисті риси, які можуть бути як реальними, так і навмисно сформованими, соціальні ролі, зокрема соціальний статус та походження, «прізвисько» або псевдонім лідера. Крім того, автор зазначає, що функціональний аспект іміджу включає такі складові, як мовлення (зокрема, характерний лексикон), зовнішню атрибутику (одяг, зачіску, окуляри, автомобіль тощо), а також невербальні елементи – міміку, пантоміміку, жестикуляцію та інші особливості поведінки [24, с. 142].

Класифікація іміджу політичних діячів базується на поняттях відкритого та закритого іміджу. Відкритий імідж включає характеристики, які приписуються політикам, і його образ змінюється залежно від поставленої мети. Закритий імідж, натомість, передбачає приховування характеристик політика, щоб потім використати їх як ключові, що має соціально-політичні та психологічні основи, особливо в умовах обмеженої кількості кандидатів на високі державні посади [18, с. 648-654].

Важливою складовою формування іміджу політика є його політична позиція, зокрема належність до партії чи руху, а також передвиборча програма й реальна діяльність. Однак ці елементи самі по собі мають обмежене значення

— виборці рідко уважно вивчають програми, а політична орієнтація не завжди стає вирішальним чинником. Вони слугують радше індикаторами особистих і професійних якостей політика.

У сучасній політиці надзвичайно важливу роль відіграє зовнішній образ кандидата — його манера говорити, зовнішність, здатність справити приємне враження. Лві третини виборців звертають увагу на те, як кандидат виглядає і говорить. Привабливість, харизма, переконливість можуть стати вирішальними факторами, особливо в ситуаціях, коли програми різних кандидатів є схожими. В результаті у свідомості виборців формується не стільки образ ідей, скільки образ особистості конкретного політика.

Зовнішність політичного лідера є однією з ключових характеристик, особливо в епоху телебачення, оскільки вона відіграє важливу роль у формуванні першого враження. Манера поведінки та стиль спілкування також значно впливають на сприйняття політика. Важливо розрізняти стійкі складові зовнішнього вигляду, які практично не піддаються зміні через подачу інформації, та нестійкі, сприйняття яких може змінюватися залежно від способу презентації. Найбільш запам'ятовуваними характеристиками зовнішності є очі та погляд, вік кандидата, риси обличчя, а також елементи його оформлення, такі як вуса, борода чи зачіска. Люди часто оцінюють особистість політика лише на основі зовнішнього вигляду, що, як показує практика, відіграє значну роль і в демократичних виборах, особливо за умов великої кількості альтернатив [53, с. 24–25].

Зовнішні прояви поведінки формують перше враження про людину ще до того, як вона почне говорити. При першій зустрічі люди зазвичай більше звертають увагу на позу, жести, манери та інтонацію, ніж на зміст сказаного. Саме в цей момент формується ставлення до особи. Особливе значення в іміджі політика мають міміка та жестикуляція, оскільки навіть при вмінні добре контролювати слова неконтрольовані рухи чи вираз обличчя можуть видати нервозність, особливо в стресових ситуаціях, що створює негативне враження [29, с. 53].

Одним з ключових елементів структури іміджу політика є комунікація, яка має специфічний вплив на індивідів. Мова політика здатна більше впливати на почуття, аніж на розум, і може спричиняти певні зміни в поведінці. Дослідження механізмів політичної комунікації є важливими конструктивними параметрами іміджу [17, с. 133-140]

Мова політика відіграє важливу роль у формуванні його іміджу, тому особливу увагу слід приділяти чистоті, виразності та переконливості мовлення. Використання запитань-ярликів на кшталт «Чи не правда?» або «Чи не так?» допомагає створити ефект беззаперечності висловлювань, роблячи їх більш переконливими. Вплив мовлення посилюється, якщо такі запитання супроводжуються трюїзмами – твердженнями, з якими важко не погодитися, що сприяє створенню образу впевненого та авторитетного лідера [29, с. 54].

Серед особистісних характеристик політика найважливішими є інтелектуальні якості, які часто асоціюються з освіченістю. Важливе місце займає також чесність, хоча виборці зазвичай не очікують її абсолютного прояву. Політик повинен бути добрим і людяним, володіти ораторським мистецтвом і залишатися доступним для спілкування з простими людьми. Крім того, значну роль відіграють такі риси, як енергійність, діловитість, розуміння актуальних питань, врівноваженість, серйозність та передбачуваність, оскільки вони сприяють формуванню позитивного іміджу лідера [29, с. 55].

Політичний імідж є штучно створеним і керованим інтелектуальним продуктом, що включає в себе ідеологічну складову та потужну діяльнісну компоненту. Його основною метою є формування в суспільній свідомості позитивного ставлення до політичного суб'єкта як професійного учасника політичного процесу, забезпечення схвалення його діяльності серед громадян електорального віку та отримання підтримки від домінуючої частини політичної еліти. Поняття "політичний імідж" та "політична культура" тісно взаємопов'язані, при цьому політична культура є однією з основних складових іміджу, а також є важливою ознакою того, як політичний лідер прагне формувати власний позитивний імідж

Конструювання іміджу політичного лідера базується на чотирьох основних законах: закон додавання, коли поєднання іміджів посилює сильніший образ; закон віднімання, що свідчить про те, що незначні риси не зменшують вплив сильного іміджу, а іноді навіть додають йому глибини; закон множення, за яким виокремлення певної риси може змінити оцінку іміджу; та закон ділення, який полягає в тому, що імідж може переноситися з загального на конкретне, зберігаючи свою сутність у нових умовах [35, с. 111].

Імідж у політиці надає політичним діячам характеристики, які не завжди є реальними, але завжди пов'язані з ними. Він сприяє формуванню позитивного ставлення до політика та служить провідником між ним і його аудиторією. Імідж відображає інтереси як політика, так і його електорату, допомагаючи об'єднати ці інтереси. Він скорочує шлях до виборців, оскільки ті отримують найбільш привабливі аспекти іміджу. Крім того, імідж повинен відповідати певним вимогам, щоб бути зрозумілим та легким для сприйняття виборцями, на основі якого вони роблять свої висновки та приймають рішення.

Імідж політика не дає повного зображення його особистості, а створює оптимальний образ, що відповідає конкретній соціально-політичній ситуації. Основними функціями іміджу є завоювання довіри електорату, підвищення його активності, покращення інформованості виборців у сприятливому для політика ракурсі та нейтралізація заходів опонентів. Імідж складається з персональних характеристик, соціальних аспектів і символічного навантаження, які по-різному впливають на його формування і мають різний рівень можливості до конструювання. Імідж політика на загальноукраїнському рівні визначається його особистістю, подачею в ЗМІ та історичними подіями, а також образом влади, який впливає на формування іміджу лідера.

Створення політичного іміджу включає кілька етапів, кожен з яких має свої методи реалізації. Перший етап — збір та аналіз інформації, на основі якої буде створюватися імідж. Інформація класифікується за категоріями: природні якості, набуті якості, соціальні характеристики, політичні характеристики та дані соціологічних досліджень. Другий етап — конструювання іміджу, яке

охоплює кілька напрямів: зовнішню привабливість, комунікативну механіку та ділову риторичку. Третій етап — адаптація кандидата до створеного образу. Четвертий етап — апробація на електораті, що здійснюється в два кроки: через посередників та безпосередньо, коли політик виступає в новій ролі. П'ятий етап — аналіз інформації про імідж, що включає збір та систематизацію даних. Шостий етап — корекція іміджу [37, с. 586-589].

Структурні компоненти політичного іміджу включають реальні та ситуаційні характеристики. Перші природно відображають сутність політичного діяча, тоді як другі формуються спеціально під конкретні обставини, адаптуючи його образ до поточних політичних чи суспільних викликів.

Політичний імідж — це уявлення населення про ідеальне втілення соціальної ролі, яку виконує політик. Імідж політика охоплює такі характеристики, як особистісні якості, організаторські та управлінські здібності (компетентність, вміння вести полеміку, участь у процесах прийняття рішень), а також риси, які наближають лідера до електорату (наприклад, пересічне походження, простота). Отже, імідж є спеціально сформованим, навмисно створеним стійким соціально-психологічним образом, який сприяє формуванню певного уявлення чи думки щодо політика з метою досягнення певних цілей.

Отже, в загальному вигляді імідж можна визначити як сукупність якостей, які люди асоціюють з конкретною особистістю. Це образ людини, що включає як її природні особисті риси, так і властивості, спеціально розроблені та створені певними людьми.

У сучасних дослідженнях політичний імідж часто сприймається як маніпулятивний образ, який нав'язується іміджмейкерами. Однак важливим є розвиток вже наявних реальних рис і позитивних якостей політика, які очікуються масами. Тому можна виокремити реальний та ідеальний політичний імідж, які тісно переплітаються в процесі формування і реалізації.

1.2. Особливості дослідження становлення іміджу жінок у політичному просторі.

Становлення іміджу жінок у політиці є складним і багатограним процесом, який залежить від багатьох факторів, таких як культурні, соціальні, економічні, політичні та медійні аспекти. Дослідження цього процесу вимагає врахування специфіки сприйняття жінок у політичному середовищі, що є значно відмінним від сприйняття чоловіків. Перш за все, варто зауважити, що імідж жінки-політика формується в умовах глибоко вкорінених гендерних стереотипів, що можуть істотно впливати на її професійну діяльність та взаємодію з виборцями.

Образ жінки-політика вважається складнішим, ніж у чоловіків, оскільки він має поєднувати «чоловічі» риси, що асоціюються з владою та рішучістю, із традиційною жіночністю. Така зміна іміджевих моделей створює труднощі у сприйнятті аудиторією, оскільки порушує сталість, розпізнаваність і передбачуваність, що може ускладнювати адаптацію виборців до її образу.

Імідж жінки-політика — це спеціально сформований образ, який існує в очах різних соціальних груп. Він створюється завдяки цілеспрямованим зусиллям самого політика, його команди та піар-менеджерів. Важливою складовою цього іміджу є не лише зовнішній вигляд та публічне спілкування, а й емоційний вплив, який політик має на свою аудиторію. Таким чином, імідж жінки-політика має бути продуманим і адаптованим до соціальних реалій та очікувань виборців, що дозволяє їй ефективно взаємодіяти з різними соціальними групами та отримувати підтримку на політичній арені [41, с. 160-168].

Однією з ключових особливостей дослідження іміджу жінок у політичному просторі є необхідність комплексного підходу, оскільки цей імідж не лише відображає зовнішні характеристики особистості, але й взаємодіє з суспільними нормами і очікуваннями. Жінки-політики часто стикаються з

подвійними стандартами: з одного боку, їх очікують бути м'якими, чуйними та емоційно стабільними, а з іншого — вимагають рішучості та політичної жорсткості, які зазвичай асоціюються з чоловічим типом лідерства. Це створює певні труднощі при формуванні їхнього іміджу, оскільки не завжди можна задовольнити обидва ці комплекси вимог.

Внутрішній зміст іміджу жінок-політиків і чоловіків-політиків загалом однаковий, оскільки він формується під впливом соціальних інтересів, національної політики та суспільних суперечностей, що виникають на різних етапах розвитку.

Щодо ролі жінки в суспільно-політичному житті, варто відзначити, що перші гендерні дослідження політичного лідерства з'явилися в 1970-х роках, відкриваючи новий підхід до аналізу впливу статі на сприйняття та реалізацію лідерських якостей. Гендерні дослідження в політичному лідерстві, що з'явилися з середини 1970-х років, можна поділити на три категорії: перша розглядає гендер як основний фактор, що впливає на сприйняття лідерства; друга — вважає особистісний статус визначальним фактором для лідерства; третя категорія поєднує обидва фактори, визнаючи їх однаково важливими для формування політичного лідерства [3, с. 90].

Розвиток іміджу жінки-політика відбувався під впливом феміністичної психології, на перехресті соціальної психології, психології статевих відмінностей, психології жінки та соціальної психології взаємовідносин між статями. Ці напрямки допомогли сформувати розуміння важливості адаптації жіночого іміджу в політиці, враховуючи специфічні соціальні та психологічні аспекти, які впливають на сприйняття жінок у суспільно-політичному житті. Зокрема, це стосується врахування гендерних стереотипів, ролей, а також методів, які допомагають жінкам-політикам подолати труднощі на шляху до лідерства та досягнення політичного успіху.

Згідно з концепцією гендерної мобільності, розробленою Б. Гутеком, гендерний фактор вважається домінуючим і "пересилає" всі інші фактори. Тобто, стать є найважливішою у визначенні ролі особистості. Ті, хто підтримує

патріархальні стереотипи, вважають, що жінки менш здібні, що відображає традиційні уявлення про гендерні ролі [62, с. 245-266]

Концепція символізму Р. Кентера пояснює, що в асиметричних групах домінуючі члени визначаються за гендерною ознакою, а ті, хто представлений у незначній кількості, називаються «token» (символами). Через свою малу кількість такі «жетони» привертають більше уваги, а їхні характеристики часто перебільшуються порівняно з домінуючими учасниками [57, с. 25-29].

Описані в концепції токенізму механізми заважають жінці зайняти рівну позицію з іншими домінантами організації та ускладнюють її плідну діяльність. Це зумовлено тим, що жінки часто є одиничними представниками своєї статі в організаціях, що створює для них додаткові труднощі в сприйнятті та інтеграції. Е. Джоунс, Р. Лайден і Т. Мітчелл запропонували методи інграціяції, які допомагають подолати негативні побічні явища, що виникають через стереотипне сприйняття та перебільшення визнаних ділових і особистісних якостей "токенів". Ці методи сприяють покращенню взаємодії і створенню рівних можливостей для жінок у політичному та професійному середовищі [6, с. 20].

Ідея андрогенії пояснює відсутність відмінностей між лідерами різних статей, підкреслюючи важливість поєднання маскулінних і фемінних рис для успішного лідерства. Дж. Спенс розглядає андрогінність як поєднання високої маскулінності та високої фемінності, тоді як С. Бем визначає її як баланс між цими рисами. Однак ці теорії мають значні обмеження, оскільки в суспільстві маскулінність часто має більшу перевагу, що змушує жінок демонструвати маскулінну поведінку, аби бути прийнятими як лідери. Наявність як маскулінних, так і фемінних рис може провокувати внутрішній конфлікт, оскільки ці характеристики можуть бути сприйняті як несумісні або надмірно суперечливі для ефективного лідерства [6, с. 20-21].

На думку Я. Джорстад, лідерство не є частиною системи життєвих цінностей багатьох жінок, що призводить до переконання, що жінки-лідери поступаються чоловікам в ефективності керівництва через меншу владу, вплив

та ресурси. Однак Маккобі та Джеклін зазначають, що при більш тривалому спілкуванні жінки можуть вирівнюватися з чоловіками по лідерству, оскільки з часом їхні лідерські якості та стиль взаємодії стають більш помітними і ефективними [2].

Другий напрямок у вивченні політичному іміджі жінок аспекти лідерства представлений ситуаційно-посадовим підходом, згідно з яким на перше місце ставиться не стать, а посада, яку займає людина в організації. Цей підхід, представлений такими дослідниками, як Р. Хауз і Дж. Хант, наголошує на тому, що чоловіки і жінки, які займають однакові посади та успішно виконують подібні лідерські ролі, не повинні значно відрізнятися один від одного ані за поведінкою, ані за факторами ефективності. Тобто, якщо лідер виконує свої функції на високому рівні, стать не повинна бути визначальним фактором у його професіоналізмі та результативності [19, с. 21].

Статусна теорія, розроблена Дж. Бергером, вказує на те, що сприйняття людини групою прямо пов'язане зі статусом цієї людини у суспільстві. Зокрема, якщо статус чоловіків в суспільстві вищий, ніж жінок, то первинне сприйняття жінки групою буде нижчим, а чоловіка — вищим. Це означає, що жінка має докладати значно більше зусиль для досягнення кар'єрного зросту та рівних успіхів, порівняно з чоловіком [22].

Імовірнісна модель лідерства, запропонована Ф. Фідлером та К. Шнейером, передбачає, що жінки і чоловіки будуть відрізнятися лідерською ефективністю лише в тому випадку, якщо вони демонструють різні лідерські стилі. Проте, за результатами досліджень К. Шнейєра, не було виявлено значних гендерних відмінностей у стилях лідерства серед лідерів. Замість цього, дослідження показали, що керівники — як жінки, так і чоловіки — більш орієнтовані на виконання завдань у порівнянні з пересічними членами групи [46, с. 116-126].

Е. Іглі та Б. Джонсон провели важливі дослідження щодо гендерних питань у політичному лідерстві, виявивши негативні установки в суспільстві стосовно жінок-політиків. Зокрема, Е. Іглі розробила соціально-рольову теорію

гендерних відмінностей, відповідно до якої для досягнення успіху в політиці, жінки та чоловіки-політики повинні відповідати гендерним стереотипам. Оскільки роль політичного лідера традиційно асоціюється з маскулініними рисами, жінки, які займають ці позиції, часто стикаються з конфліктом між своїми гендерними ролями та вимогами лідерства. Такий конфлікт може призводити до зниження самооцінки та впевненості жінок-політиків, що, в свою чергу, впливає на їх ефективність і продуктивність у політичній діяльності. Як наслідок, чоловіки на політичних посадах мають значні переваги в порівнянні з жінками, оскільки їм не доводиться долати подібні гендерні бар'єри [58, с. 343-356].

Основною перешкодою на шляху жінок до політичного лідерства є соціальний стереотип, що жінка не може очолювати. Це стає реальною проблемою для жінок-політиків, які прагнуть до успіху, і змушує їх використовувати захисні стратегії, зокрема застосовувати унікальні жіночі методи ведення переговорів із чоловіками, використовувати «маски» для приховування емоційного стану та особистих деталей. Проте такі підходи можуть негативно впливати на їхнє психічне здоров'я.

Імідж жінки-політика є складнішим, ніж у чоловіків, оскільки він повинен поєднувати як «чоловічі» риси, що асоціюються з владою та рішучістю, так і традиційно «жіночі» якості. Така зміна іміджевих моделей може ускладнювати сприйняття її аудиторією, оскільки заважає формуванню звичного та передбачуваного образу. Проте за своїм змістом імідж жінки-політика не відрізняється від чоловічого, оскільки формується під впливом суспільних інтересів та державної політики. Головні відмінності полягають у психологічних особливостях чоловіків і жінок, які беруть участь у політичній діяльності [15, с. 35].

На думку політичних і громадських діячів, участь жінок у суспільно-політичному житті країни є ознакою зрілості суспільства. Тому дослідження умов формування іміджу жінки-політика набувають особливої актуальності.

У більшості країн жінки залишаються аутсайдерами в суспільно-політичній сфері не лише через зайнятість родинними обов'язками чи нестачу фінансів для політичної діяльності, а й через невидиму, але реальну перешкоду – «скляну стелю», з якою стикаються жінки-лідери, тоді як для чоловіків таких бар'єрів немає. Під тиском громадськості у США та Західній Європі запроваджується політика рівних можливостей, проте на практиці вона часто залишається лише декларативною та стикається з бойкотом з боку чоловіків.

Незважаючи на позитивні тенденції, що спостерігаються в промислово розвинених країнах щодо сприйняття жінок у ролі лідерів, зокрема у контексті подібностей між чоловічим та жіночим стилем управління, а також їхньої готовності до змін ролей, дослідження вказують на наявність стереотипних переконань щодо ролі жінок на керівних посадах, які продовжують бути обумовленими культурними традиціями. Окремі країни все ще встановлюють серйозні бар'єри на шляху розвитку кар'єри жінок. Ці бар'єри метафорично називають «скляною стелею», що символізує невидимі, але реальні перешкоди, які жінки стикаються, намагаючись досягти найвищих посад і лідерських позицій у політиці [64, с. 233-243].

Одним важливим аспектом є роль мас-медіа у формуванні іміджу жінок у політиці. ЗМІ, як основний канал комунікації, часто впливають на те, як сприймаються політичні діячі, і в разі жінок можуть підсилювати або, навпаки, нівелювати стереотипи. Публічні образи жінок-політиків часто асоціюються не тільки з їхніми політичними досягненнями, а й з особистим життям, зовнішнім виглядом та поведінкою, що не завжди має прямий зв'язок з їхньою професійною діяльністю. Це підкреслює необхідність ретельного вивчення медіа-простору та його впливу на формування публічного образу жінки в політиці.

Під впливом сформованої громадської думки та стереотипів щодо жінок у політиці, іміджмейкерам доводиться вирішувати складне завдання з побудови образу, який допоможе жінці досягти успіху на політичній арені. Враховуючи ці стереотипи, вони мають створити таку стратегію, яка дозволить поєднати

очікування суспільства щодо жіночності з необхідністю демонструвати професіоналізм і рішучість, що характерно для політичних лідерів. Для цього використовуються стандартні складові іміджу, такі як зовнішній вигляд, манера спілкування, поведінка в публічних виступах, використання невербальних засобів комунікації і спосіб взаємодії з медіа. Всі ці компоненти повинні бути ретельно продумані, щоб одночасно відповідати стереотипам та розвивати імідж політика як лідера, здатного вирішувати важливі питання на державному рівні.

Сьогодні часто можна почути такі поняття, як ділова жінка, бізнес-вумен, жінка-керівник. Спрямовуючи свою енергію на роботу, жінки досягають високих результатів у різних сферах діяльності, ефективно виконуючи поставлені завдання нарівні з чоловіками [11, с. 76].

Окремі дослідження зосереджувалися на вивченні індивідуальних відмінностей, які сприяють появі потенційних і реальних жінок-лідерів. З'ясувалося, що для свого розвитку жінки-лідери витрачають більше часу та енергії, порівняно з чоловіками того ж віку та статусу. Крім того, дослідження показують, що жінки-лідери часто намагаються переймати чоловічі захоплення та стратегії, щоб успішно орієнтуватися в переважно чоловічому корпоративному середовищі, що дозволяє їм бути більш ефективними та досягати успіхів у цих умовах.

Науковці зазначають, що жінки-політики схильні до гармонійної комунікації, основною метою якої є підкреслення спільності поглядів, вираження солідарності та надання підтримки. Конфліктні емоції в їхній комунікації зазвичай виникають у ситуаціях самозахисту або для підтримки однопартійців, а не для формування чи утвердження власного іміджу. У конфліктних ситуаціях жінки воліють вести диспут, спрямований на пошук істини, або переговори, в рамках яких узгоджуються шляхи вирішення питання. Це свідчить про їх прагнення до конструктивного підходу, який сприяє ефективному розв'язанню конфліктів. Їхня мовна "поведінка" відзначається

прямотою та відкритістю, що є характерним для діалогу між рівними за статусом людьми.

Характер політичного лідерства, в тому числі жіночого, формується під впливом різних факторів, що в результаті створюють різні стилі політичного іміджу жінок-політиків. Одним із них є імідж жінки – «чоловіка», як, наприклад, у Маргарет Тетчер, де політична діячка характеризується високим професіоналізмом, жорсткістю у прийнятті рішень і запереченням своєї жіночої сутності при виконанні обов'язків. Інший тип — жінки – «сірі мишки», як Ангела Меркель, що відрізняються менш виразним зовнішнім виглядом і непередбачуваністю в політичних діях, іноді виглядаючи занадто «домашніми» у своїй поведінці. І нарешті, жінки – «сексуальні символи», такі як Інгеборг Сталкер чи Вайра Віке-Фрейберга, де зовнішність відіграє важливу роль, а політична компетентність часто поступається місцем привабливості та компромісності, що дозволяє отримувати підтримку, незважаючи на недостатню політичну кваліфікацію [11, с. 80].

У управлінні жінкам притаманний переважно демократичний і ліберальний стиль. Для реалізації прийнятих рішень жінки зазвичай застосовують чіткий розподіл функцій, приділяючи увагу наданню допомоги. При організації контролю за виконанням рішень жінки часто обирають поетапну форму перевірок, проводячи регулярні поточні перевірки, щоб уникнути затягування небажаних ситуацій.

Загалом, дослідження іміджу жінок у політичному просторі є важливим для розуміння не лише специфіки їхнього становлення як політичних лідерок, а й для глибшого осмислення проблеми гендерної нерівності та впливу соціокультурних факторів на політичні процеси. Оскільки ситуація з участю жінок у політиці варіюється залежно від країни та культурного контексту, порівняльний аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду є необхідним для виявлення ключових тенденцій і розробки ефективних стратегій подолання існуючих бар'єрів.

Таким чином, для належного розуміння процесу формування іміджу жінок у політиці важливо враховувати вплив множини факторів, що взаємодіють, а також специфіку політичної ситуації в різних країнах. Порівняльний підхід до дослідження дозволяє отримати більш об'єктивну картину й окреслити шляхи для покращення ситуації з гендерною рівністю в політичному просторі.

Висновки до Розділу 1.

У першому розділі було розглянуто основні теоретичні аспекти іміджу жінок у суспільстві. Аналіз наукових підходів до цього питання дозволив визначити, що імідж жінки формується під впливом соціальних, культурних, історичних та економічних чинників. Визначено ключові елементи іміджу, серед яких зовнішність, поведінкові моделі, рольові очікування та вплив медіа.

Особливу увагу приділено стереотипам, які впливають на формування жіночого іміджу. Дослідження показують, що традиційні уявлення про жінок значною мірою впливають на їхню соціальну роль, кар'єрні перспективи та рівень самореалізації. Водночас у сучасному суспільстві відбувається поступове переосмислення цих уявлень, що сприяє формуванню більш різноманітних і гнучких моделей жіночого іміджу.

Таким чином, у першому розділі окреслено теоретичну базу дослідження, що стане основою для подальшого аналізу сучасних тенденцій формування іміджу жінки в медіа та суспільній свідомості.

РОЗДІЛ 2

ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ЖІНОК-ПОЛІТИКІВ

2.1. Імідж жінок у політиці країн Західної Європи та США

У країнах Західної Європи та США імідж жінок у політиці формувався під впливом тривалих демократичних традицій, феміністичних рухів та поступової еволюції суспільної свідомості щодо гендерної рівності. Попри існування певних бар'єрів, жінки у політичному просторі цих країн здобули відносно високу легітимність і репрезентацію, а їхній імідж дедалі більше сприймається через призму професійних якостей, а не винятково статевої приналежності.

На політичній арені США однією з ключових рис іміджу жінок є поєднання компетентності та емпатії. Американські жінки-політики — від Гіллари Клінтон до Камали Гарріс — активно використовують у публічному просторі образ сильного лідера, здатного до діалогу, протистояння викликам та формування стратегій. Проте, попри поступ у боротьбі за рівність, медіа й досі часто зосереджують увагу на зовнішності, сімейному статусі та емоційному стані політикинь, що підкреслює збереження гендерного контексту в оцінці їхньої діяльності.

Показовим прикладом є публічна комунікація Гіллари Клінтон під час передвиборчих дебатів із Бараком Обамою у межах Демократичної партії США. Незважаючи на змагальний характер, дискусія між політиками вирізнялася стриманістю, толерантністю та взаємною повагою. Це свідчить про те, що імідж жінки-політика в американському політичному дискурсі може успішно поєднувати елементи впевненості, лідерства й конструктивного діалогу. Замість конфронтації, Гіллари Клінтон демонструвала готовність до співпраці та відкритість, що відповідає загальній тенденції жіночої політичної

комунікації — прагнення до гармонізації, уникнення ескалації конфлікту, акцент на спільні цілі.

Характерною деталлю є легкий, навіть дружній тон дебатів, зокрема фраза Барака Обами: «Ми прекрасно проводимо час. Так, так. Ми чудово проводимо час» (“We're having such a good time. We are. We are. We're having a wonderful time”), яка підкреслює не лише рівень взаємної поваги, а й успішну побудову іміджу Клінтон як врівноваженої та комунікабельної політикині, здатної до публічного діалогу без агресії чи радикалізму [4, с. 61].

Лексика, яка використовується в публічних виступах представниць американського політикуму, загалом відповідає риториці чоловіків і свідчить про уніфікацію політичного мовлення незалежно від статі.

Для американських жінок-політиків характерна підвищена риторична делікатність, яку деякі дослідники трактують як прояв так званої «надтолерантності», що подекуди може межувати з риторичними проявами невпевненості або вторинності позиції. Зокрема, Гілларі Клінтон у своїх виступах часто вдається до конструкцій на зразок *If I can, I'm humbled*, що в українському перекладі можна передати як: «якщо дозволите», «я наважусь», «я з гідністю усвідомляю». Наприклад: «We have a full agenda, so let me, if I can, just emphasize just a few points» («Маємо насичений порядок денний, тому, якщо дозволите, я коротко наголошу на кількох положеннях»), або «I am honored and humbled to call President Mandela my friend» («Я з гідністю наважусь назвати президента Манделу своїм другом»). Такі вислови не лише пом'якшують політичне висловлювання, але й формують образ скромної, делікатної, проте впевненої у своїй позиції лідерки.

Аналогічні мовні стратегії спостерігаються і в риториці Мадлен Олбрайт. Вона часто використовує евфемізми задля пом'якшення або завуальованого подання критичних чи конфліктних суджень. Так, замість прямого формулювання про політичне усунення Слободана Мілошевича, Олбрайт вживає ідіоматичний вираз: “And watching the Yugoslav people toss Milosevic out on his ear” («І спостерігаючи, як югославський народ викинув Мілошевича

геть»). Конструкція *toss out on one's ear* означає примусове, нерідко принизливе усунення з посади, проте її використання у вигляді фразеологізму надає висловлюванню менш агресивного звучання [4, с. 62].

Такі приклади демонструють типову особливість мовної поведінки жінок у політичному дискурсі США — схильність до пом'якшення конфліктних заяв, використання ввічливих формул і стратегій риторичної обережності, що загалом впливає на формування їхнього іміджу як дипломатичних, уважних і зважених лідерок.

Суспільне сприйняття жінок у політиці у США демонструє чітку позитивну динаміку. Згідно з опитуваннями, частка американців, які вважають, що жінки так само придатні до політичної діяльності, як і чоловіки, поступово зростає. Зокрема, після президентської кампанії 2016 року, коли Гіллари Клінтон стала першою жінкою, що здобула номінацію на пост президента від однієї з провідних партій, цей показник зріс на 6 відсоткових пунктів. У порівнянні з 2008 роком, коли Клінтон програла праймериз Баракі Обамі, позитивна динаміка становить 14 пунктів. Для порівняння, у 1974 році лише 49% опитаних погоджувалися з твердженням про рівну здатність жінок і чоловіків до політичного лідерства. Таким чином, спостерігається поступове руйнування гендерних стереотипів у масовій свідомості американського суспільства, що безпосередньо впливає на формування більш позитивного іміджу жінок-політиків.



Рис. 2. 1. Суспільне сприйняття жінок у політиці у США (General Social Survey) [60]

Аналіз сучасної політичної практики засвідчує, що в уявленні значної частини громадськості поняття благополуччя, стабільності та ефективного лідерства досі асоціюються з маскулінністю. У зв'язку з цим жінки, які прагнуть досягти високих позицій у політичній ієрархії, нерідко змушені обирати модель поведінки, притаманну чоловікам, що вважається більш перспективною. У суспільній свідомості імідж успішної жінки-лідера здебільшого залишається «чоловікоподібним», що є результатом поширених гендерних стереотипів [40, с. 53].

Ці стереотипи ґрунтуються на упередженому сприйнятті жінок як таких, що нібито позбавлені компетентності, раціональності, незалежності та логічного мислення, а отже — й потенціалу до ефективного керівництва. У цьому контексті показовим є прикладом Мадлен Олбрайт, яка під час передвиборчої кампанії до Конгресу США свідомо підкреслювала свою силу та рішучість, намагаючись продемонструвати політичну перевагу над чоловіками-суперниками [29, с. 109].

Наявність жінки у політиці, з погляду її ефективності як політичного діяча, хоч і не має остаточного емпіричного підтвердження, проте отримує вагоме підкріплення на прикладі діяльності таких яскравих постатей, як М. Тетчер, М. Олбрайт, К. Райс, А. Меркель, які продемонстрували високий рівень професіоналізму, лідерства та політичної стійкості [26, с. 6-7].

У Західній Європі тенденції є схожими, однак мають власну національну специфіку. Наприклад, у Німеччині багаторічне канцлерство Ангели Меркель значною мірою трансформувало уявлення про жіноче лідерство. Меркель сформувала імідж раціонального, стабільного та виваженого політика, акцентуючи не на статі, а на професіоналізмі та компетентності. У скандинавських країнах (Швеція, Норвегія, Данія) жінки відіграють ключові ролі в урядових структурах, і суспільна думка схильна сприймати їх як

рівноправних партнерів у прийнятті рішень, без надмірного акцентування на гендері.

Більшість країн Західної Європи використовують пропорційну виборчу систему, яка сприяє більш рівномірному представництву жінок у парламентах. Пропорційне представництво дозволяє політичним партіям набирати більшу кількість місць у парламенті навіть за менший відсоток голосів, що відкриває можливості для представництва меншості, зокрема жінок. США використовують мажоритарну систему, де кожен округ обирає одного представника, що часто призводить до меншого представництва жінок у політиці. Зокрема, жінки мають менше шансів бути обраними в таких системах, особливо в округах, де переважають консервативні погляди. Однак через таку систему США мають менший рівень партійних квот, на відміну від багатьох країн Західної Європи.

У сучасних умовах парламенти більшості країн світу, попри розвиток демократичних процесів, все ще залишаються переважно чоловічими за складом. Водночас, починаючи з другої половини XX століття, у світовій практиці формування представницьких органів влади спостерігається стійка тенденція до паритетного представництва жінок і чоловіків. Найвиразніше ця тенденція простежується у північних країнах Європи, де на законодавчому рівні впроваджуються механізми забезпечення гендерного балансу в політиці, зокрема завдяки гендерним квотам, прозорим процедурам відбору кандидатів та активній діяльності феміністичних організацій [45, с. 14].

Таблиця 2.1

Відсоток жінок у складі парламентів на 2003 рік [45, с. 14-15]

Швеція	45,3%	Норвегія	36,4%	Німеччина	32,2%
Данія	38%	Іспанія	36%	Ісландія	30,2%
Фінляндія	37,5%	Бельгія	35,3%	Болгарія	26,2%
Нідерланди	36,7%	Австрія	33,9%	Швейцарія	25%

Дослідження засвідчують, що у країнах із високим рівнем жіночого представництва у структурах влади — таких як Фінляндія (39,0 %), Норвегія (35,8 %), Швеція (33,5 %) та Данія (33,0 %) — більш ефективно вирішуються ключові соціальні питання. Зокрема, мова йде про успішнішу реалізацію політики в галузях охорони здоров'я, освіти, екології та соціального захисту. Такий позитивний вплив пояснюється не лише збалансованішим підходом до управління, а й очікуваннями суспільства щодо жінок-політиків як носіїв конструктивного стилю лідерства та вищої соціальної відповідальності [16, с. 106].

Соціально-економічні фактори також відіграють важливу роль у забезпеченні високого рівня представництва жінок у політиці. У країнах з високим рівнем зайнятості та освіченості жінок, таких як Швеція, Норвегія та Фінляндія, жінки мають більше можливостей для поєднання сімейних обов'язків і кар'єри, що дозволяє їм активно брати участь у політичному житті. Водночас у деяких країнах Західної Європи, таких як Німеччина та Нідерланди, де жінки складають значну частину політичного представництва, рівень зайнятості жінок є відносно низьким. Це може свідчити про те, що в цих країнах існують механізми соціальної підтримки, які дають змогу жінкам активно залучатися до політики навіть при меншій участі на ринку праці [50 с. 48-49].

Водночас, аби здобути повноцінне представництво у вищих ешелонах влади, жінки мають не лише відповідати професійним критеріям, а й активно формувати свій політичний імідж. Як зазначає Б. Кухта, «кожний етап розвитку людства породжував свій тип політичного лідера, певне бачення його ідеалу» [31, с. 21], — і сучасна епоха ставить перед лідерами-жінками нові, специфічні виклики, що вимагають особливої уваги до стратегії самопрезентації.

Варто зауважити, що більшість жінок, які обіймають високі посади в інституціях Європейського Союзу, є представницями саме правих або консервативних політичних сил. Така тенденція може свідчити про зміну підходів до формування партійного лідерства в умовах сучасного

європейського політичного простору, де навіть традиційно консервативні сили активно інтегрують жінок у структури влади, визнаючи їхню політичну ефективність, лояльність до партійної дисципліни та здатність формувати позитивний публічний імідж [20].

Існує точка зору, що однією з причин, з яких консервативні політичні сили делегують жінок на високі посади в структурах Європейського Союзу, є їхня спроба поєднати традиціоналістську ідеологію із демонстрацією відкритості до соціальних змін. Такі партії розглядають жінок-лідерок як уособлення традиційних гендерних ролей, які, з погляду політичної стратегії, можна використати для зміцнення сімейно-орієнтованого курсу. Водночас жіноче представництво в політиці дозволяє консервативним силам репрезентувати себе як прогресивних та відкритих до інклюзивності.

Показовим прикладом є голова Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн — політикиня з багатодітної родини (має семеро дітей), яку часто наводять як приклад поєднання кар'єри та сімейних цінностей. Її образ активно використовується для підтримки ідеї великої родини, яка відповідає консервативним уявленням про жіноче призначення. Водночас існують приклади, які дещо виходять за межі цієї парадигми. Наприклад, Крістін Лагард, президентка Європейського центрального банку, хоча також представляє правий політичний спектр, є розлученою і має двох дітей, що свідчить про багатоваріантність образів жінок-лідерок навіть у межах традиціоналістських політичних систем [20].

Значна частина сучасних лідерок консервативних та ультраправих політичних сил демонструють лідерські характеристики, традиційно асоційовані з чоловічим стилем керівництва. Йдеться, зокрема, про рішучість, жорсткість у прийнятті рішень, раціональність, авторитарність та демонстративну впевненість у собі. Такий тип політичної поведінки є своєрідною відповіддю на домінування маскулінного стандарту лідерства, що історично сформувався у політичній сфері.

Попри те, що жінки-лідерки консервативного спектра не завжди заперечують традиційні гендерні ролі у суспільстві, в публічному полі вони, як правило, не апелюють до власної «жіночності», а натомість активно транслиують риси, які асоціюються з «типовим» чоловічим політиком. Це допомагає їм не лише здобути авторитет серед виборців, але й вписатися у звичну для суспільної свідомості модель сильного політичного лідера [52, с. 39-46].

Характерною ознакою сучасного політичного процесу є тенденція призначати жінок на керівні посади в умовах кризових ситуацій. Це явище отримало назву «скляна скеля» (glass cliff) — метафора, що описує ситуацію, коли жінкам доручають керівництво в періоди нестабільності, коли ймовірність невдачі значно вища. Так, призначення Крістін Лагард на посаду голови Європейського центрального банку відбулося в умовах економічної нестабільності в єврозоні, тоді як Урсула фон дер Ляєн очолила Європейську комісію в період серйозних політичних викликів, зокрема, у зв'язку з Брекситом та загостренням внутрішньо європейських протиріч [42, с. 138].

Такі приклади свідчать про те, що жіноче політичне лідерство часто реалізується в особливо складних обставинах, коли чоловіки відступають або уникають ризикованої відповідальності. Водночас, жінки, погоджуючись на керівництво в період кризи, автоматично потрапляють у вразливе становище: вони змушені діяти в умовах нестачі ресурсів, обмеженої підтримки та посиленого суспільного тиску. Це, відповідно, підвищує ризик негативної оцінки їхньої діяльності та створює додаткові бар'єри на шляху до політичного успіху.

Слід зазначити, що навіть у цих державах жінки в політиці нерідко стикаються з упередженим ставленням — наприклад, з очікуванням певної м'якості у поведінці або навпаки — з критикою за прояви твердості, які приписуються чоловічому стилю лідерства. У риторичній, візуальній комунікації та стратегічному позиціонуванні політикинь важливу роль відіграє баланс між

„жіночністю” та „силою”, що часто потребує тонкої адаптації до очікувань електорату.

Однією з головних перешкод на шляху жінки до політичного лідерства, як свідчить аналіз суспільних настанов, залишається стереотип про її нібито природну неспроможність до управлінської діяльності. Цей стереотип змушує жінок застосовувати певні захисні стратегії, зокрема — використовувати м’якші, «жіночі» підходи до ведення ділових переговорів із чоловіками, занижувати власні здібності чи приховувати емоційний стан і особисті обставини. Водночас, тривале використання таких стратегій адаптації може мати негативні наслідки для психоемоційного стану жінок, зокрема призводити до внутрішнього напруження, емоційного вигорання та зниження впевненості у собі.

З метою подолання цих викликів у країнах Західної Європи та США реалізуються політики рівних можливостей, спрямовані на забезпечення гендерного балансу у сфері державного управління, парламентської діяльності та політичного представництва. Варто зазначити, що на сучасному етапі жіноче лідерство поступово переходить із категорії винятку до норми, утверджуючись як невід’ємна складова демократичного політичного процесу [10, с. 33-38].

Крім того, варто відзначити роль феміністичного дискурсу, що активно впливає на публічний імідж жінок-політиків у цих країнах. Завдяки активності жіночих громадських організацій, політичні партії змушені враховувати гендерний фактор у виборчих кампаніях, медіа-стратегіях і кадровій політиці. Наприклад, у багатьох західноєвропейських державах діють квоти на представництво жінок у партійних списках, що сприяє підвищенню їх видимості у політичному просторі.

Отже, у країнах Західної Європи та США імідж жінок у політиці є результатом поєднання особистих якостей, медіа-репрезентації, історико-культурного контексту та суспільного запиту на нові моделі лідерства. Жінки в цих країнах активно змінюють політичний ландшафт, поступово руйнуючи

усталені гендерні стереотипи та утверджуючи нові стандарти політичної поведінки.

Хоча і Західна Європа, і США мають спільні тенденції щодо збільшення жіночого представництва в політиці, їхні підходи до цього процесу відрізняються через різні політичні системи, культурні особливості та соціально-економічні фактори. Західна Європа зазвичай забезпечує більш структуровану і системну підтримку жінок у політиці через квоти та соціальне забезпечення, тоді як США характеризуються більш вільним, хоча й прогресуючим, підходом до участі жінок у політиці.

2.2. Особливості іміджу жінок у політиці країн Азії та Латинської Америки

Політичне лідерство жінок у країнах Азії та Латинської Америки має свої унікальні особливості, які формуються під впливом історичних, культурно-релігійних та соціальних контекстів. Хоча на цих територіях традиційно переважає патріархальний суспільний устрій, саме тут з'явилися одні з перших у світі жінок на найвищих посадах державної влади.

Станом на сьогоднішній день можна простежити, що феномен жіночого лідерства на території Південно-Східної Азії став важливою рушійною силою у процесі демократизації регіону. Зокрема, успішні політичні кар'єри окремих жінок у країнах цього регіону супроводжуються поступовими зрушеннями в оцінці рівня демократії. Згідно з Індексом демократії за 2021 рік, Філіппіни зайняли 55 місце зі 167 країн, що свідчить про відносно стабільний розвиток демократичних інститутів, включно з інклюзивністю політичної участі. Для порівняння, Пакистан опинився на 105 позиції, що, однак, також демонструє незначне покращення у порівнянні з 2008 роком, коли Філіппіни посідали 77

місце, а Пакистан — 108. Такі тенденції можуть частково бути пов'язані з активністю жінок на вищих щаблях влади, що сприяє позитивним змінам у сприйнятті ролі жінки у політичному житті країни [65].

Варто зауважити, що попри певні успіхи окремих жінок-лідерок у країнах Південно-Східної Азії, загалом жіноче представництво в політичних інституціях регіону залишається обмеженим. Особливо це стосується місцевого рівня управління, де жінки мають значно менше можливостей впливати на ухвалення рішень. Статистичні дані та аналітичні звіти міжнародних організацій засвідчують зростання зацікавлення темою політичного представництва жінок у країнах регіону, однак кількісне збільшення не завжди супроводжується якісним посиленням впливу жінок у політичному житті. Залишається недостатньо дослідженим як практичний досвід жінок у виборних посадах, так і чинники, що формують механізми їх політичної участі та особливості іміджу у публічному просторі. Часто жінки у політиці зіштовхуються з подвійними стандартами, які впливають як на стилістику комунікації, так і на сприйняття їхнього іміджу в очах електорату, що є типовою проблемою для країн із глибоко вкоріненими традиційними соціальними нормами та патріархальними стереотипами [63].

У країнах Південно-Східної Азії спостерігається цікава трансформація стратегій, які жінки обирають для здобуття політичного впливу. Вони дедалі частіше вдаються до «серединних» або альтернативних шляхів входження у владу, поєднуючи традиційні практики політичної мобілізації з новими інструментами комунікації та виборчими стратегіями. Такі тенденції є відповіддю на ширші демографічні, соціально-економічні та інституційні зрушення, що відбуваються в регіоні.

Попри формальне закріплення прав і свобод, представництво жінок на вищих щаблях політичної ієрархії залишається низьким — особливо на місцевому рівні, де домінування чоловіків найбільш відчутне. У порівнянні з іншими регіонами світу, країни Південно-Східної Азії демонструють повільні темпи просування жінок до ключових позицій у політичних інституціях. Такий

стан речей обумовлений як соціокультурними бар'єрами, так і впливом патріархальних традицій, які продовжують формувати негативний імідж жінки-лідера.

Проте варто відзначити, що на міжнародному рівні все більше усвідомлюється необхідність забезпечення гендерного балансу у владі як умови демократичності політичного процесу та реалізації принципів соціальної справедливості. Зокрема, активну участь у підтримці політичного представництва жінок у регіоні беруть міжнародні організації, такі як ООН-Жінки та Глобальний фонд для жінок. Їхня діяльність спрямована не лише на адвокацію прав жінок, але й на впровадження структурних змін у політичних системах країн Азії, що дозволяє поступово змінювати суспільне сприйняття жіночого лідерства [47].

В Азії важливу роль у становленні жіночого політичного лідерства відіграли родинні династії. У багатьох випадках жінки приймали владу як спадкоємиці відомих чоловіків-політиків. Наприклад, Індіра Ганді в Індії, Беназір Бхутто в Пакистані та Аун Сан Су Чжі в М'янмі стали політичними фігурами завдяки приналежності до впливових політичних родин. У цих країнах імідж жінки-лідера часто поєднує у собі традиційні гендерні риси (покірність, відданість, турботливість) з рішучістю та здатністю до стратегічного мислення. Жінки, які беруть участь у політиці в Азії, часто змушені зберігати баланс між очікуваннями консервативного суспільства та вимогами до сильного лідера.

У політичній культурі Південної Азії сімейні зв'язки відіграють ключову роль у просуванні жінок на керівні посади. Часто жінки вступають у політику, спираючись на репутацію та досягнення своїх батьків, чоловіків чи братів. Це явище відоме як "елітна модель", коли політична влада передається в межах впливових сімей. Наприклад, Беназір Бхутто, двічі обрана прем'єр-міністром Пакистану, була донькою Зульфікара Алі Бхутто, колишнього прем'єр-міністра країни. Подібним чином, Чандріка Кумаратунга, президентка Шрі-Ланки, походила з родини, де її мати, Сірімаво Бандаранаїке, була першою у світі

жінкою-прем'єр-міністром . Ці приклади підкреслюють тенденцію, коли жінки в Південній Азії досягають високих політичних посад завдяки сімейним зв'язкам та спадщині [66].

Дослідження також підтверджують, що жінки в Південній Азії часто стикаються з труднощами у здобутті політичного лідерства без підтримки сімейних зв'язків . Це свідчить про важливість родинних відносин у політичному просуванні жінок у цьому регіоні.

В Індії, попри формальне забезпечення гендерної рівності в Конституції, на практиці жінки продовжують стикатися з упередженим ставленням у політичній сфері. І все ж, країна має вагомий перелік жінок, які обіймали ключові державні посади. Найяскравішим прикладом є Індіра Ганді — перша жінка-прем'єрка Індії, яка протягом більш ніж п'ятнадцяти років (із перервами) фактично визначала політичний курс держави.

Окрім неї, жінки в Індії також займали посади губернаторів, головних міністрів штатів, міністрів центрального та місцевого рівня, голів законодавчих органів, суддів вищих судів та державних секретарів. Попри ці досягнення, інституційне представництво жінок усе ще не можна вважати достатнім, а ставлення до них залишається нерівним. Таким чином, імідж жінки-політика в Індії, з одного боку, асоціюється з символом сильної лідерки — як Індіра Ганді, а з іншого — з постійною необхідністю долати бар'єри, пов'язані з патріархальними уявленнями про політичну владу [38, с. 212].

Цікавим прикладом нестереотипного шляху до політичного лідерства є Тайвань. Жінки, що обіймали вищі державні посади в цій країні, демонструють інший тип політичного просування, що контрастує з домінантною в Азії моделлю династійного успадкування влади. Наприклад, Аннетт Лу (Люй Сюлянь), яка стала віце президенткою Тайваню у 2000 році, є відомою феміністкою, політичною активісткою та випускницею Гарвардського університету. Президентка Цай Інвень, яка обіймає найвищу посаду в державі з 2016 року, мала академічну кар'єру викладачки, перш ніж увійти у велику політику.

Відмінною рисою обох лідерок є їхнє походження: на відміну від багатьох інших відомих азійських політиків-жінок, таких як Аун Сан Су Чжі, Індіра Ганді, Корасон Акіно чи Глорія Арройо, жодна з них не мала родинних зв'язків з політичними династіями. Цей факт свідчить про наявність альтернативної траєкторії входження жінок до політики — через академічні, громадянські або активістські сфери, що також позначається на їхньому іміджі як незалежних, професійних та самостійних лідерок [36].

Особливістю формування іміджу політичних лідерок у Латинській Америці є акцент на харизмі, близькості до народу та здатності транслювати емоції. Імідж жінки-політика тут часто вибудовується навколо ідеї «матері нації» — сильної, жертвовної, турботливої постаті. Прикладом може слугувати Ева Перон в Аргентині, яка не займала офіційної державної посади, проте мала значний вплив на політичне життя країни та залишила глибокий слід у колективній свідомості аргентинців. У сучасності важливими фігурами є Ділма Русеф у Бразилії та Крістіна Фернандес де Кіршнер в Аргентині. Обидві лідерки вирізняються рішучістю, здатністю долати кризи та водночас — підтримувати зв'язок із населенням через емоційну, «людяну» риторичу.

Ще кілька років тому країни Латинської Америки забезпечували майже третину світового представництва жінок на президентських посадах. Попри те, що наразі ця частка зменшилася, регіон продовжує демонструвати прогрес у розширенні політичної участі жінок. Зокрема, сьогодні саме Латинська Америка є лідером за кількістю жінок, які обіймають посади віце-президенток — у 12 державах регіону. Крім того, спостерігається поступове вирівнювання гендерного балансу в складі національних парламентів, що свідчить про позитивні зрушення у сфері політичного представництва жінок [25].

Таблиця 2.2

Жінки президенти в Латинській Америці [59]

Аргентина	Ісабель Мартінес де Перон, липня 1974 р. – 24 березня 1976 р.	Крістіна Фернандес де Кірхнер, грудень 2007
-----------	---	---

		р. –грудень 2015 р.
Болівія	Лідія Гілер Теджада, листопад 1979 р. – липень 1980 р.	
Бразилія	Ділма Руссефф, січень 2011 р. –серпня 2016 р.	
Чилі	Мішель Бачелет, березень 2006 р. – березень 2010 р. та березень 2014 р. – березень 2018 р.	
Коста Ріка	Лора Чінчілла, травень 2010 р. - травень 2014 р.	
Еквадор	Розалія Артеага, 9 лютого 1997 р. – 11 лютого 1997 р.	
Нікарагуа	Нікарагуа Віолета Шаморро, квітня 1990 р. – січня 1997 р.	

Продовження табл. 2.2

Панама	Мірея Москосо, вересень 1999 р. – вересень 2004 р.	
--------	---	--

Жінки-політики в Латинській Америці часто поєднують маскулінні характеристики (сила, жорсткість, дисциплінованість) із фемінними (емпатія, комунікабельність, турботливість), що дозволяє їм маневрувати між традиційними уявленнями про жіночність і потребами жорсткої політичної боротьби.

Незважаючи на значний прогрес у залученні жінок до політичного життя Латинської Америки, їх представництво в урядових кабінетах залишається низьким у деяких країнах. Зокрема, у Домініканській Республіці, Гватемалі, Болівії та Уругваї частка жінок-міністрів становить менше 15% . Це свідчить

про необхідність подальших зусиль для досягнення гендерного паритету на всіх рівнях управління [61].

У країнах Азії, особливо в Південній та Південно-Східній її частинах, досі спостерігається значна гендерна нерівність, однак завдяки системним змінам, участь жінок у політиці поступово зростає. Водночас, політичний імідж жінок тут значною мірою залежить від релігійного та культурного фону. У мусульманських країнах, таких як Індонезія чи Бангладеш, жінки-політики мусять діяти в умовах посилених морально-етичних очікувань і часто використовують релігійну риторику для легітимізації своєї ролі в суспільстві.

За даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) за 2019 рік, у таких країнах, як Філіппіни, Індонезія та Непал, спостерігаються різні форми гендерної дискримінації, що впливають на участь жінок у політичному житті. Зокрема, бар'єри, пов'язані з доступом до освіти, нерівністю в оплаті праці, культурними та релігійними установками щодо «традиційної» ролі жінки, стримують розвиток жіночого лідерства. Незважаючи на те, що в деяких із цих країн жінки досягали значного політичного впливу, системні обмеження залишаються серйозною перешкодою для формування сталого й видимого жіночого політичного іміджу [63].

У цілому, політичний імідж жінки в країнах Азії та Латинської Америки формується на перетині культурних традицій, соціальних очікувань і політичних викликів. Такі лідерки, як Індіра Ганді, Аун Сан Су Чжі, Крістіна Кіршнер, Мішель Бачелет, уособлюють новий тип жінки-політика — стійкої, стратегічної, здатної поєднувати різні стилі управління та формувати власний, неповторний політичний імідж. Також імідж жінок-політиків формується під впливом культурних традицій, релігії, соціально-економічних умов та специфіки політичної системи. В Азії жінки-політики часто змушені поєднувати традиційні уявлення про жіночність із вимогами політичного лідерства. Тут значну роль відіграють родинні зв'язки, а також очікування громадськості щодо ролі жінки як берегині сімейних цінностей.

У Латинській Америці жінки-політики також стикаються з гендерними стереотипами, однак рівень жіночої участі в політичному житті поступово зростає. Імідж жінок-лідерів тут часто формується навколо образу сильної, харизматичної постаті, здатної боротися за права громадян і справедливість. Особливо помітна роль ЗМІ у створенні як позитивного, так і спотвореного іміджу жінок у політиці. Успішні кейси, як-от Мішель Бачелет у Чилі чи Індіра Ганді в Індії, демонструють можливість поєднання традиційних рис із модерними підходами до лідерства.

Висновки до Розділу 2.

Аналіз міжнародного досвіду показує, що імідж жінок у політиці формується в тісному зв'язку з культурними, соціальними та інституційними чинниками конкретної країни. У країнах Заходу більше уваги приділяється професійним якостям, публічності та медіа-стратегіям, тоді як у країнах Азії та Латинської Америки на перший план часто виходять традиційні уявлення про роль жінки в суспільстві.

Попри наявність гендерних стереотипів, світова практика демонструє позитивну динаміку участі жінок у політичному житті та зростання їхнього впливу. Приклади успішного позиціонування жінок у політичному просторі свідчать про важливість комплексного підходу до формування іміджу, що включає освітній рівень, особисту харизму, політичний досвід, комунікаційні навички та ефективну взаємодію зі ЗМІ. Вивчення цього досвіду є цінним для адаптації ефективних практик у національному контексті.

РОЗДІЛ 3

ІМІДЖ ЖІНОК У ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

3.1. Жінки в українській політиці: аналіз основних тенденцій

Гендерна рівність в Україні має конституційне підґрунтя і визнається однією з основ демократичного розвитку держави. Конституція України гарантує рівні права для всіх громадян незалежно від статі. Зокрема, стаття 21 проголошує, що всі люди є вільними та рівними у своїй гідності та правах, а права і свободи людини — невідчужувані та непорушні. Стаття 24 прямо регламентує рівність жінок і чоловіків, зокрема у громадсько-політичній сфері, закріплюючи обов'язок держави забезпечувати рівні можливості для участі жінок у політичному житті. У статті 38 закріплено право громадян обирати і бути обраними до органів державної влади, що створює правові передумови для жіночого політичного представництва [28].

Поряд із правовим забезпеченням, в Україні поступово зростає інституційна увага до теми гендерного балансу у виборчому процесі. Починаючи з 1998 року, Центральна виборча комісія у співпраці з Міжнародною фундацією виборчих систем (IFES) здійснює аналіз дотримання гендерного балансу у виборах народних депутатів України. Такі дослідження спрямовані на візуалізацію тенденцій представництва жінок у виборчих списках, а також на виявлення бар'єрів, які впливають на низький рівень участі жінок у політиці. Однак, незважаючи на наявність нормативної бази, реальне залучення жінок до політичного процесу все ще залишається нерівномірним і далеким від гендерного паритету.

Жінкам значно складніше, ніж чоловікам, потрапити в політику. Для подолання цієї нерівності деякі жінки обрали шлях створення окремих жіночих політичних партій та організацій в Україні. Серед них можна виділити такі, як «Жінки України», Всеукраїнська асоціація жінок-підприємців, «Жінки і діти

України», Всеукраїнська партія жіночих ініціатив, Жіноча народна партія (об'єднана), а також «Солідарність жінок України». Ці структури сприяють активізації жіночого голосу в політичному процесі [51, с. 170-176].

Важливим кроком на шляху до забезпечення гендерної рівності у виборчому процесі стало запровадження в Україні гендерної квоти. У листопаді 2013 року було внесено зміни до Закону України «Про політичні партії в Україні», якими передбачено обов'язкову норму щодо мінімального рівня представництва жінок і чоловіків у виборчих списках кандидатів у народні депутати. Згідно з новими вимогами, у загальнодержавному багатомандатному окрузі політична партія повинна формувати список таким чином, щоб частка кандидатів однієї статі становила не менше 30 % від загальної кількості [49].

Це законодавче нововведення мало на меті стимулювати політичні партії до активнішого залучення жінок до виборчих процесів та сприяти збалансованому представництву статей у Верховній Раді України.

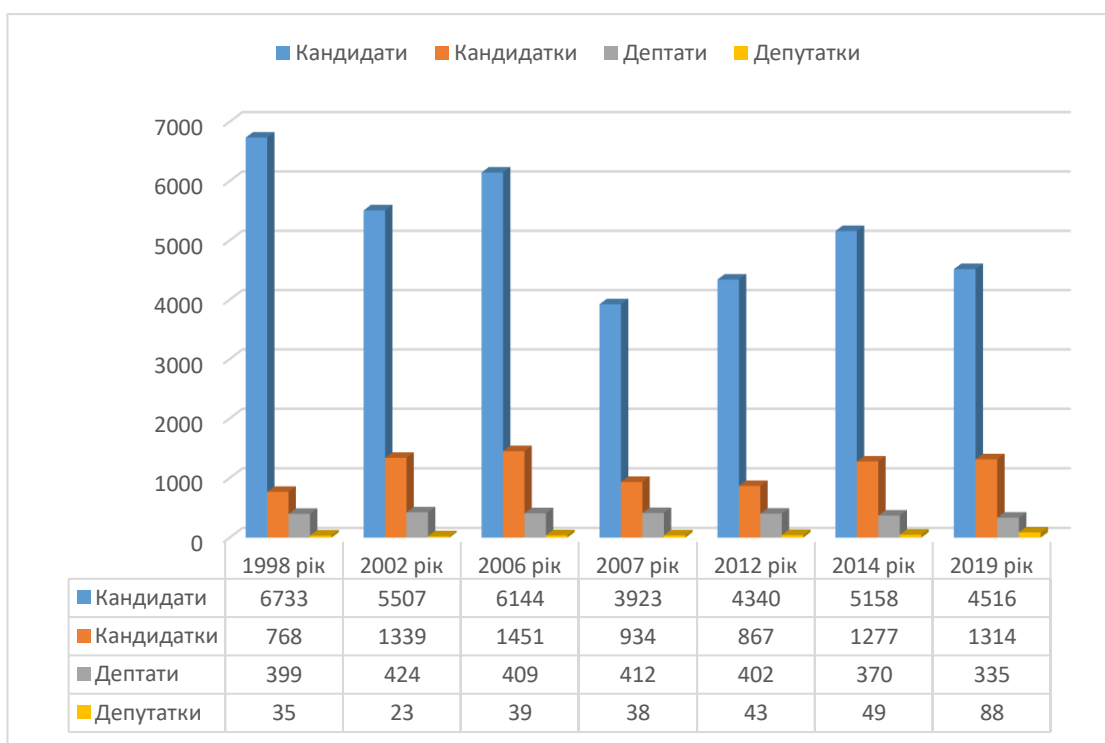


Рис. 3. 1. Співвідношення чоловіків та жінок серед кандидатів та обраних народних депутатів України

Аналізуючи відповідні статистичні дані, потрібно також враховувати виборчу систему, за якою проводились відповідні вибори. Так, у 2006 та 2007 роках вибори народних депутатів України відбувались за пропорційною системою, а в 1998, 2002, 2012, 2014 та 2019 роках – за змішаною. Представництво жінок у виборчих списках політичних партій є більшим за кількість жінок, які балотувалися в одномандатних виборчих округах [54].

Отже, законодавчі кроки забезпечили поступовий рух суспільства до гендерної толерантності та рівності. Про позитивну динаміку в зазначеному напрямі свідчать і конкретні цифри.

Найвищий рівень жіночого представництва на парламентських виборах за весь період незалежності України було зафіксовано у 2019 році. Саме ця виборча кампанія стала показовою з точки зору реалізації гендерної квоти, запровадженої у 2013 році. Згідно з офіційними даними Центральної виборчої комісії, на виборах до Верховної Ради IX скликання кандидатками було зареєстровано 1 314 жінок, що становило 22,54 % від загальної кількості кандидатів. З них 834 жінки (30,37 %) балотувалися за списками політичних партій, а 480 (15,56 %) — в одномандатних виборчих округах.

У результаті виборів, станом на день першого засідання Верховної Ради України IX скликання (29 серпня 2019 року), до складу парламенту увійшло 88 жінок, що становило 20,8 % від загального складу. Це стало рекордним показником жіночого представництва у Верховній Раді з моменту проголошення незалежності [5].

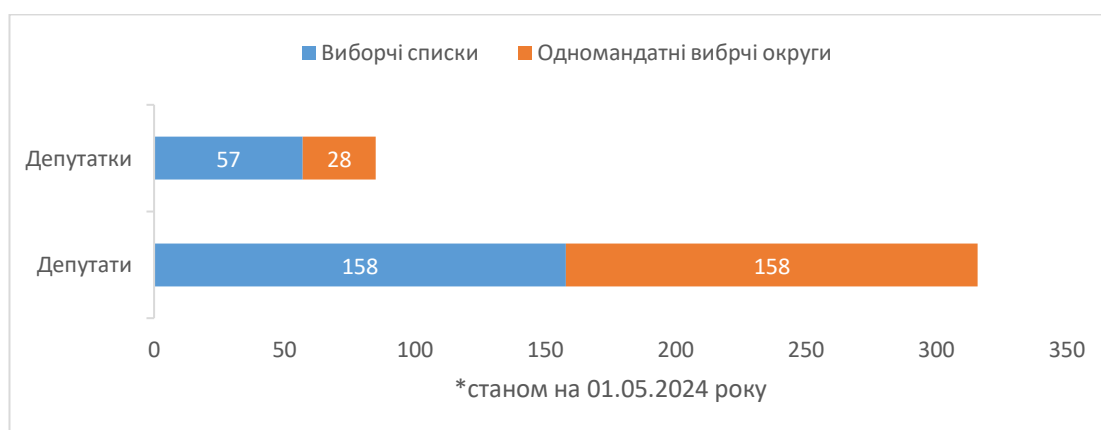


Рис. 3. 2. Гендерний склад Верховної Ради України

Аналіз феномену жіночого політичного лідерства в українському контексті потребує розгляду щонайменше двох взаємопов'язаних аспектів. Перший — це політика як система державної діяльності щодо жінок, тобто гендерна політика, яка охоплює нормативно-правове забезпечення рівних прав і можливостей, впровадження інституційних механізмів підтримки жінок та розвиток соціальних програм. Другий аспект — це політика як сфера активної участі жінок, тобто включення їх до процесів прийняття рішень, представництво в органах влади, політична активність у партіях і громадських рухах [44, с. 311-317].

Поєднання цих двох вимірів — державної політики щодо жінок та самореалізації жінок у політиці — є визначальним для формування сучасного іміджу жінки-лідерки в Україні та забезпечення її сталого представництва у політичному просторі.

Аналіз гендерних уподобань виборців в Україні демонструє переважну «індиферентність» до статевої приналежності кандидатів на керівні посади в політичних партіях. Для більшості громадян першочергового значення набувають особисті якості, компетентність, управлінські здібності та досвід потенційного лідера, а не його/її гендерна ідентичність. Це свідчить про поступову нормалізацію уявлень про жіноче лідерство в політиці на рівні суспільної свідомості.

Важливим чинником реалізації політичного лідерства жінок є наявність широкої соціальної підтримки. Без суспільного визнання та схвалення навіть найяскравіші лідерські якості не можуть бути повною мірою реалізовані. Головним критерієм ефективного політичного лідерства є не лише особисті досягнення чи символічна присутність у владі, а передусім — результативність, здатність відповідати на запити й очікування тієї соціальної спільноти, яка покладає на лідера свої надії та бачить у ньому інструмент реалізації власних інтересів [19, с. 108-110]

В Україні поступово формується загальнонаціональна система лідерства, яка поєднує у собі політичні традиції минулого, соціокультурні особливості та найкращі практики міжнародного досвіду. У цьому процесі особливу роль відіграє поступове утвердження гендерної рівності як невід'ємної складової демократичного розвитку. Досягнення реального паритету в політичній сфері неможливе без підготовки жінок до активної участі у суспільно-політичному житті, формування політичної культури та свідомості як серед жіночої, так і чоловічої частини населення.

Розбудова демократії починається «знизу», і її повноцінне функціонування можливе лише за умови рівноправної участі жінок і чоловіків у прийнятті рішень та формуванні стратегій розвитку. У цьому контексті важливим завданням є створення позитивного й впізнаваного іміджу жінки-політика, який би розвіював поширені міфи про її нібито меншу компетентність, нестійкість чи слабкість.

Успіх втілення принципів гендерної рівності залежить як від активної життєвої позиції самих жінок — їхньої громадянської, професійної та лідерської активності, — так і від підтримки цих процесів з боку чоловіків. Лише через спільні зусилля представників обох статей можливе подолання упереджень щодо ролі жінки у політичному керівництві та забезпечення сталого демократичного розвитку суспільства.

Разом із тим, окремі дослідження вказують на те, що жінки-виборці загалом виявляють вищий рівень зацікавленості в розширенні участі жінок у політиці. Зокрема, вони частіше підтримують ідею запровадження гендерних квот у партійних списках, уважніше аналізують склад виборчих списків з огляду на представленість жінок у прохідних частинах та схильні позитивно оцінювати жінок-кандидаток. Це може свідчити як про підвищений рівень гендерної чутливості, так і про бажання бачити у владі осіб, здатних представляти інтереси жінок та вирішувати соціально значущі проблеми з гендерним виміром [13, с. 35-47].

У сучасному українському суспільстві простежується тенденція до зростання суспільно-політичної активності жінок. Цей процес проявляється як у збільшенні кількості жіночих політичних партій та ініціатив, так і в активізації діяльності громадських організацій, орієнтованих на захист прав жінок і просування гендерної рівності. Посилення жіночого руху в Україні сприяє формуванню сприятливішого середовища для участі жінок у політичному житті та формуванню нових лідерок [44, с. 311–317].

Завдяки таким суспільним трансформаціям питання жіночого політичного лідерства стає дедалі актуальнішим, набуваючи не лише теоретичного, а й практичного значення для побудови справді демократичного й інклюзивного політичного простору.

Аналіз іміджів сучасних українських жінок-політиків свідчить про те, що електорат найчастіше позитивно сприймає саме фемінні риси, притаманні їхній публічній комунікації. До таких рис належать поступливість, яка інтерпретується як гнучкість у прийнятті рішень, здатність запобігати конфліктам та конструктивно їх розв'язувати, вміння знижувати напруження в кризових ситуаціях, а також схильність до стабільності й передбачуваності.

Важливою складовою іміджу є також емпатійність — здатність до розуміння емоцій інших людей, що сприймається як інструмент ефективної самопрезентації та побудови відкритого діалогу з виборцями. Попри наявність певної м'якості у публічному образі, українські політикині зазвичай демонструють чітку позицію з ключових суспільно-політичних питань, що дозволяє поєднувати риси жіночого стилю лідерства з професійною рішучістю й авторитетністю [14].

Українські жінки-політики зазвичай надають перевагу гармонійному стилю комунікації, який ґрунтується на прагненні досягти порозуміння, виявити солідарність і підтримку, а не на домінуванні чи агресії. Основною метою такого підходу є акцент на спільності поглядів і цінностей, що сприяє формуванню довіри з боку виборців і колег.

У ситуаціях конфлікту жінки найчастіше виявляють емоції не з метою самоствердження або зміцнення власного іміджу, а задля захисту власної позиції або підтримки політичних союзників. Вони демонструють схильність до конструктивного діалогу — переважно через диспути чи переговори, у ході яких здійснюється пошук спільних рішень і окреслюється чіткий план дій.

Мовна поведінка жінок-політиків зазвичай характеризується прямою та відкритістю, що відповідає стандартам ділової взаємодії між рівноправними учасниками політичного процесу. Такий стиль комунікації сприяє формуванню образу компетентної, зрілої та відповідальної лідерки.

Жінки в політиці стикаються з підвищеними вимогами, особливо якщо претендують на посади в таких престижних та "жорстких" сферах, як Міністерство фінансів чи економіки. Вони повинні вчитися не уникати конфліктів, не персоніфікувати їх і створювати політичні союзи без огляду на особисті симпатії. Важливими є також навички організації роботи, правильної пріоритетизації між сім'єю та професією, а також чітке планування кар'єри [3, с. 90].

Фактором побудови політичного іміджу жінки-кандидатки досі вважається її зовнішній вигляд, хоча це твердження є суб'єктивним і важким для вимірювання. Використання сексуальності у зовнішній рекламі часто зустрічається як серед чоловіків, так і серед жінок. Однак кандидати, зокрема у вищезгаданих округах, здебільшого не застосовували чи використовували цей фактор у мінімальних кількостях.

Жінки-політики часто стають об'єктами медіа-стереотипів, які зосереджуються не стільки на їхній програмі чи професійних якостях, скільки на емоційності, вигляді, віці, сімейному статусі. Наприклад, у теленовинах чи політичних ток-шоу жінки нерідко постають у ролі «моральних арбітрів», «заспокійливого голосу» або, навпаки, — «агресивних феміністок», якщо виявляють принципову позицію.

Як показує приклад Юлії Тимошенко, «жіночність» політика в поєднанні з прагненням до влади може викликати сильну суспільну реакцію. Відомо, що

кожен елемент її іміджу, наприклад, вибір одягу, стає темою обговорення. Це наочно підтверджує випадок з Раїсою Богатирьовою, коли її костюм, схожий на той, що носила Тимошенко, став приводом для політичних суперечок, підкреслюючи важливість елементів іміджу в політиці та їх вплив на сприйняття [41, с. 165].

Політичний імідж Юлії Тимошенко на загальнодержавному рівні можна розглядати як приклад поєднання різних факторів. Її пізнаваність частково зумовлена фірмовим стилем зачіски, а також змінами в її зовнішньому вигляді в різні періоди її кар'єри: прем'єрство, ув'язнення, балотування на пост президента. Водночас, на відміну від інших жінок-політиків, вона не використовує сімейні образи для створення іміджу, а акцентує увагу на своєму професіоналізмі та політичному статусі [56].

Особливо помітним у ЗМІ є використання подвійних стандартів: ті самі риси, що в чоловікові-лідері сприймаються як рішучість, у жінці можуть тлумачитися як емоційна нестабільність або «надмірна амбітність». Навіть позитивний образ часто будується навколо узагальнених уявлень: «гарна, молода, щира» або «строга, але справедлива», що обмежує багатоманіття жіночих моделей політичного лідерства.

Натомість деякі кандидатки використовували стриману жіночність і сімейні цінності для своєї політичної реклами. Наприклад, Піпа Наталія виставляла фото з родиною, Фаріон Ірина використовувала сімейні фото в агітаціях, а інші підкреслювали важливість підтримки з боку сім'ї чи традиційних цінностей. Однак, як показали результати виборів, це допомогло лише двом кандидаткам: Піпі Наталії та Васильченко Галині. Важливу роль відіграла партійна приналежність, оскільки виборці часто голосують за партію, а не за конкретну особу [46, с. 116-126].

Інтерв'ю з колишніми співробітниками чи помічниками політиків можуть мати великий вплив на їхній рейтинг, підвищуючи або значно знижуючи його. Імідж жінки-політика також багато в чому залежить від її особистих якостей.

Оцінка її як зразкової дружини та турботливої матері може додати позитивних балів, підвищуючи її популярність серед виборців.

Таким чином, фемінні риси в іміджі політичного лідера в українському суспільстві здебільшого сприймаються позитивно, що свідчить про готовність громадської думки підтримувати жінок у політиці. Водночас ефективне формування іміджу жінки-політика потребує не лише особистих зусиль, а й системної підтримки як з боку громадянського суспільства, так і державних інституцій.

Жінки-політики потребують «підтримки знизу» — з боку консолідованого жіночого руху, який здатен лобювати розширення представництва жінок у політичних процесах. Не менш важливою є й «підтримка згори», тобто ефективна державна політика, спрямована на забезпечення рівних прав і можливостей для жінок, а також активне сприяння з боку політичних партій у реалізації принципів гендерної рівності.

У сучасних умовах українські ЗМІ поступово еволюціонують у бік більш об'єктивного та професійного висвітлення жіночої присутності в політиці. Певну роль у цьому відіграють і соціальні медіа, які дозволяють політикиням на пряму комунікувати з аудиторією та будувати власний імідж незалежно від традиційних медійних каналів.

Одним із ключових механізмів такої підтримки є запровадження гендерних квот, які розглядаються як тимчасовий інструмент стимулювання рівного представництва жінок у політичній сфері. Саме завдяки поєднанню зусиль на рівні громадських ініціатив і державної політики можливе подальше розширення участі жінок у політиці та закріплення їхнього впливу у сфері прийняття рішень.

3.2. Шляхи покращення іміджу жінок у політичному житті України

Покращення іміджу жінок у політичному житті України потребує комплексного підходу, який враховує соціальні, культурні та політичні аспекти.

Досвід багатьох країн показує, що для збільшення політичної участі жінок необхідно створити умови, які б сприяли їхньому активному залученню на всіх рівнях політичного процесу.

Упродовж останніх десятиліть в українському суспільстві спостерігаються позитивні зрушення у переосмисленні ролі жінок та формуванні нових підходів до гендерної взаємодії. Все активніше запроваджуються інституційні механізми, спрямовані на забезпечення гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя, зокрема й у політиці.

Однак для ефективного покращення іміджу жінок у публічному просторі важливо не лише створювати правові умови, а й утверджувати цінність гендерної рівності як невід'ємний компонент демократичного суспільства. Це включає недопущення дискримінації за ознакою статі, рівний доступ до політичної участі, а також забезпечення реальної можливості для жінок впливати на процеси ухвалення суспільно важливих рішень.

Формування позитивного іміджу жінки-політика потребує підтримки як на державному, так і на суспільному рівнях — через розвиток освітніх ініціатив, підвищення політичної культури, розширення можливостей для лідерства та подолання усталених стереотипів щодо «традиційної» жіночої ролі [39, с. 5].

Покращення іміджу жінок у політичному житті України неможливе без активної участі держави у впровадженні та підтримці політики гендерної рівності. Саме на державному рівні формується загальна рамка цінностей і механізмів, що сприяють розширенню політичної участі жінок. У цьому контексті важливою є реалізація державної гендерної політики — комплексу заходів, які спрямовані на подолання нерівності та створення справедливих умов для самореалізації громадян незалежно від статі.

На думку дослідниці Н. Грицяк, державна гендерна політика — це діяльність органів державної влади, що має на меті забезпечення рівності прав і можливостей жінок і чоловіків у всіх сферах суспільного життя. Йдеться, зокрема, про:

- досягнення рівного суспільного статусу жінок і чоловіків;
- створення однакових умов для реалізації прав людини;
- забезпечення рівного доступу до економічних і соціальних ресурсів;
- можливість рівноцінного внеску обох статей у політичний, економічний, культурний та соціальний розвиток країни;
- гарантоване право обох статей на рівну вигоду від результатів своєї діяльності [12, с. 223].

Таким чином, формування позитивного політичного іміджу жінок на пряму залежить від системності державних дій, які не лише декларують рівність, а й сприяють її реальному впровадженню. Одночасно важливо, щоб ці ініціативи супроводжувалися інформаційною підтримкою, просвітницькими кампаніями та реформами у сфері освіти й публічного управління.

Залучення жінок до політики можна забезпечити через програми освіти та підвищення кваліфікації, що сприятиме розвитку лідерських якостей і здатності до стратегічного планування. Спеціалізовані курси та тренінги з політичної діяльності для жінок можуть допомогти в розширенні їхнього політичного досвіду.

Україна, як учасниця міжнародних процесів у сфері прав людини, взяла на себе низку міжнародних зобов'язань щодо забезпечення гендерної рівності. Зокрема, у межах реалізації Цілей Розвитку Тисячоліття, затверджених на Саміті ООН у вересні 2000 року, наша держава серед шести національних пріоритетів визначила також забезпечення гендерної рівності [55].

Це свідчить про те, що утвердження рівних прав і можливостей для жінок і чоловіків розглядається як важлива складова демократичного поступу України. Гендерна рівність у цьому контексті виходить за межі суто правового принципу — вона стає елементом глобального стратегічного бачення сталого розвитку, включаючи політичну сферу, де жінки мають бути повноцінно представлені та реалізовані.

Таким чином, виконання міжнародних зобов'язань, узятих Україною, зокрема в рамках ООН, є не лише питанням зовнішньої відповідальності, а й

важливим інструментом для підсилення іміджу українських жінок у політичному житті, їх підтримки та захисту на національному рівні.

Попри формальне приєднання України до міжнародних документів, що гарантують рівні права і можливості для жінок і чоловіків, а також ухвалення відповідного національного законодавства, на практиці все ще відчутний брак політичної волі щодо реалізації гендерних трансформацій. Особливо це помітно на рівні вищих посадовців у законодавчій та виконавчій владі, а також серед керівництва органів місцевого самоврядування. Недостатня зацікавленість у втіленні дієвої гендерної політики з боку лідерів державного управління гальмує процес утвердження жінок у політичному просторі та негативно позначається на формуванні їх позитивного іміджу.

Попри формальну рівність прав і можливостей, закріплену в українському законодавстві, жінки продовжують фактично стикатися з дискримінацією у політичній сфері. Експертні оцінки свідчать, що гендерна нерівність у політиці має комплексний характер і зумовлюється низкою соціальних, економічних та культурних чинників.

Серед основних причин такої ситуації називають загалом нижчий соціальний статус жінок у суспільстві, їхню економічну залежність від чоловіків, а також нерівномірний розподіл обов'язків у сім'ї, що ускладнює можливість жінок поєднувати політичну діяльність із сімейним життям. Крім того, вагомими бар'єрами залишаються відсутність системи політичної освіти населення, що обмежує інформованість жінок про механізми участі у політичних процесах, та нестача підтримки жінок-політикинь з боку чоловіків.

Особливу роль у відтворенні нерівності відіграє стійкий стереотип про те, що політика є «чоловічою справою». Нерозуміння з боку значної частини суспільства важливості збалансованого представництва жінок у владі перешкоджає формуванню рівноправного політичного середовища. Як наслідок, жінки часто змушені діяти у ворожому або недружньому до них контексті, що впливає не лише на ефективність їхньої участі в політиці, але й на загальний імідж жінки як політичної лідерки [9, с. 11].

Однією з ключових проблем залишається вкрай низький рівень фактичного представництва жінок у політичному та громадському житті. Обмежений доступ до процесів прийняття рішень звужує можливості жінок впливати на політику, яка безпосередньо стосується як їхнього особистого життя, так і життя громад та країни в цілому. Такий стан речей суттєво гальмує розвиток інклюзивного політичного середовища, заснованого на принципах рівності.

Не менш значущою проблемою є стійкість гендерних стереотипів, які формують уявлення про «традиційні» ролі чоловіків і жінок у суспільстві та родині. Ці стереотипи активно відтворюються та підтримуються двома впливовими соціальними інституціями — системою освіти та засобами масової інформації. Вони створюють викривлене уявлення про здатність жінки бути політичним лідером і, відповідно, впливають на сприйняття її іміджу з боку суспільства.

Актуальною проблемою також залишається висока гендерна сегрегація на ринку праці — як горизонтальна (розподіл праці за типами професій), так і вертикальна (обмежений доступ жінок до керівних посад). Цей дисбаланс позначається на можливості жінок накопичувати досвід, необхідний для кар'єрного зростання та участі в політиці.

Крім того, важливою перешкодою у просуванні принципів гендерної рівності є низький рівень правової обізнаності населення щодо проявів дискримінації. Багато громадян не можуть ідентифікувати гендерну дискримінацію у повсякденному житті — у трудових колективах, суспільних практиках або навіть у сімейних відносинах, зокрема у випадках домашнього насильства [39, с. 15].

Подолання перелічених проблем є важливим кроком до створення не лише ефективної державної гендерної політики, а й до реального формування позитивного й впізнаваного політичного іміджу жінки в українському суспільстві.

На думку фахівців, на сучасному етапі розвитку державної політики в Україні питання гендерної рівності все ще не належить до числа пріоритетних напрямів. Незважаючи на наявність нормативно-правової бази, інституційна реалізація гендерної політики залишається фрагментарною та недостатньо ефективною [8, с. 9].

У таких умовах основними агентами змін виступають інститути громадянського суспільства — жіночі організації, правозахисні ініціативи, активістські мережі, — а також міжнародні структури, які реалізують численні проекти у сфері гендерної рівності в Україні. Саме ці суб'єкти, за підтримки зовнішніх донорів, забезпечують просування ідей гендерної справедливості, проводять освітні та адвокаційні кампанії, сприяють розробці політичних рішень та формують публічний дискурс навколо іміджу жінки як повноправної учасниці політичного процесу.

Це підкреслює необхідність посилення політичної волі держави до більш активної підтримки гендерних перетворень, зокрема у контексті формування рівноправного політичного середовища та підтримки жінок-лідерок.

Одним із позитивних прикладів підтримки жіночого лідерства в Україні є реалізація соціального проекту «Жінки — це 50% успіху України», ініційованого Національним демократичним інститутом (NDI). Метою цієї ініціативи стало стимулювання участі жінок у громадському та політичному житті, а також просування ідеї рівного представництва жінок і чоловіків на керівних посадах у владі та суспільних інституціях [48].

Проект стартував у вересні 2014 року у Вінницькій та Львівській областях у форматі пілотної громадської інформаційної кампанії, що проходила під гаслом «Жінки — це 50% успіху України». Ця кампанія не лише акцентувала увагу на важливості гендерного балансу у прийнятті рішень, а й формувала нове сприйняття жінок як активних агентів суспільного розвитку, що здатні ефективно долучатися до управління країною на всіх рівнях.

Таким чином, ініціативи на зразок цієї відіграють важливу роль у трансформації громадської думки, підтримують формування позитивного

іміджу жінок-політиків і сприяють створенню передумов для більш інклюзивного та демократичного політичного простору в Україні.

Важливим прикладом практичних заходів із підтримки політичної активності жінок в Україні став проект «Розбудова стратегії участі жінок на місцевих виборах», реалізований за сприяння Канадського фонду розвитку місцевих ініціатив. Його метою було посилення політичної участі жінок на місцевому рівні через розробку стратегії залучення, координацію дій між жіночими громадськими організаціями, лідерками громад, представницями політичних партій та органів влади [21, с. 4].

У межах проекту було проведене фокус-групове дослідження у різних регіонах України, яке дало змогу виявити важливі тенденції щодо мотивації, бар'єрів та потенціалу жінок у політиці. Зокрема, встановлено, що більшість жінок приходять у політику завдяки ролі помічниць чинних політиків або під впливом соціально активних жіночих рольових моделей. Основними мотивами участі є прагнення вирішити актуальні соціальні проблеми, бажання самореалізації та потреба творити зміни.

Водночас результати дослідження виявили різне сприйняття гендерної дискримінації: новачки в політиці часто не фіксують її наявності, тоді як досвідчені жінки-лідерки чітко вказують на наявність гендерного дискомфорту. Серед основних труднощів у професійній діяльності жінок були визначені подвійне навантаження в політичній і домашній сферах, відсутність підтримки з боку партій та колег, гендерні стереотипи, брак ресурсів, низька жіноча солідарність і обмежений доступ до політичної освіти.

У контексті подолання цих бар'єрів особливу цінність становлять рекомендації, вироблені в межах проекту: підтримка шкіл жіночого політичного лідерства, створення баз даних перспективних кандидаток, розвиток міжпартійної жіночої солідарності, формування системи наставництва, а також просування ідеї гендерно збалансованого розподілу обов'язків у родині. Такі заходи є важливими інструментами як для посилення

реальної участі жінок у політичному житті, так і для формування їх стійкого й позитивного іміджу в очах суспільства.

Для ефективного впровадження цінностей гендерної рівності в політичну сферу України можна виокремити два ключові сценарії успішної реалізації: «дія знизу» та «дія згори» [39, с. 23].

Перший сценарій — «дія знизу» — передбачає активну участь громадянського суспільства, зокрема консолідованого жіночого руху, який здатен лобіювати залучення жінок до політичних процесів, впливати на громадську думку, формувати нові запити до політичних партій і органів влади. Саме завдяки таким ініціативам створюються передумови для формування позитивного іміджу жінки-лідерки як активної, відповідальної та здатної до ухвалення рішень постаті.

Другий сценарій — «дія згори» — полягає у впровадженні підтримувальної державної політики, яка включає нормативні, освітні та кадрові механізми реалізації принципів гендерної рівності. У цьому контексті особливе значення мають гендерні квоти, які виступають тимчасовим, але важливим інструментом забезпечення збалансованого представництва жінок і чоловіків у політичних інституціях. Завдяки таким крокам держава демонструє готовність не лише декларувати рівність, а й створювати умови для її реалізації на практиці.

Поєднання обох стратегій — «знизу» і «згори» — є запорукою формування сталого, позитивного іміджу жінок у політиці, а також важливою умовою розвитку інклюзивного та справедливого суспільства.

Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» містить важливе визначення терміна «позитивні дії», під якими розуміються спеціальні тимчасові заходи, спрямовані на подолання дисбалансу між можливостями жінок і чоловіків у реалізації гарантованих їм прав. У законодавстві прямо зазначається, що державна політика у сфері забезпечення рівних прав і можливостей має ґрунтуватися саме на застосуванні таких позитивних дій. При цьому наголошується, що вони не є формою дискримінації

за ознакою статі, а навпаки — інструментом досягнення фактичної рівності, зокрема й у сфері державної служби та органів місцевого самоврядування [2].

Разом з тим, незважаючи на прогресивність законодавчих формулювань, у Законі відсутні конкретні механізми реалізації позитивних дій, не визначено чіткі інструменти їх впровадження, а також не передбачено юридичної відповідальності за їх невиконання. Така недосконалість законодавчого регулювання фактично зводить низку важливих положень закону до декларативного рівня. Як наслідок, відсутність реальних важелів та зобов'язань з боку органів державної влади щодо впровадження позитивних дій суттєво ускладнює процес розширення представництва жінок у політиці та стримує формування їх сталого позитивного іміджу в цій сфері.

Одним із важливих елементів формування успішного політичного іміджу жінки є усвідомлений вибір напрямку діяльності та чітке позиціонування себе у публічному просторі. Для того щоб здобути довіру виборців і закріпитися в політичному середовищі, жінкам важливо «увійти в процес» — тобто не лише долучитися до політичної активності, але й чітко визначити свою нішу, пріоритети, сферу експертизи [21, с. 53].

Формування власного політичного обличчя передбачає наявність чітко артикульованої позиції щодо актуальних питань, фахову спеціалізацію (наприклад, у сфері освіти, охорони здоров'я, екології, соціального захисту тощо) та послідовну реалізацію ініціатив, які відповідають обраній тематиці. Такий підхід сприяє не лише індивідуалізації іміджу жінки-політика, але й зміцненню її авторитету в очах громадськості, що є ключовим чинником довготривалого успіху в політичній діяльності.

Важливо активно працювати з медіа для зміни стереотипів щодо жінок-політиків. Медіа повинні висвітлювати політичну діяльність жінок не через призму їхньої зовнішності або сімейного статусу, а через акцент на їхній професіоналізм і досягнення. Крім того, популяризація успішних жіночих політичних лідерів допоможе створити позитивний образ жінки у політиці.

Створення сприятливих умов для поєднання політичної кар'єри та сімейних обов'язків є важливим кроком для підтримки жінок у політиці. Впровадження гнучкого графіка роботи, підтримка з боку партій та державних органів для молодих матерів допоможе зменшити бар'єри для жінок у політичній діяльності.

Важливою складовою є активне залучення жінок до виборчих кампаній та політичних дебатів. Підвищення публічної видимості жінок в політиці сприятиме формуванню їх позитивного іміджу і дасть можливість виборцям оцінити їхні політичні програми і лідерські якості.

Покращення іміджу жінок у політиці потребує комплексного підходу, який включає як державні ініціативи, так і активну участь громадянського суспільства. Ключову роль у цьому процесі відіграють так звані «позитивні дії» — спеціальні тимчасові заходи, спрямовані на вирівнювання стартових можливостей жінок і чоловіків у політичній сфері. Одним із ефективних інструментів є запровадження гендерних квот, які дозволяють збільшити жіноче представництво у владі.

Водночас важливою умовою зміни суспільного сприйняття жінок-політиків є розвиток освітніх програм, гендерна просвіта, медіакампанії та підтримка жіночих ініціатив. Формування позитивного політичного іміджу жінки також вимагає індивідуального позиціонування, фахової спеціалізації та залучення до міжпартійної й громадської співпраці.

Висновки до Розділу 3.

Аналіз сучасного стану політичного іміджу жінок в Україні засвідчує наявність як позитивної динаміки, так і глибоких системних проблем. З одного боку, спостерігається зростання жіночої політичної активності, впровадження законодавчих норм щодо гендерної рівності, поява соціальних кампаній та активізація жіночого лідерства. З іншого боку, залишається низький рівень представництва жінок у вищих ешелонах влади, брак політичної волі до глибоких трансформацій, домінування гендерних стереотипів і недостатня підтримка з боку політичних партій та інституцій.

Для реального покращення іміджу жінки-політика в Україні необхідно усунути системні бар'єри — як нормативно-правового, так і суспільно-культурного характеру. Це передбачає впровадження конкретних механізмів реалізації гендерної політики, посилення інформаційної та освітньої роботи, а також створення сприятливого середовища для самореалізації жінок у політичній сфері.

ВИСНОВКИ

Аналіз наукової літератури, публіцистики та суспільного дискурсу підтвердив актуальність обраної теми, що зумовлена зростаючим запитом на інклюзивність політики та рівне представництво жінок у сфері державного управління. Обрана проблематика є міждисциплінарною, охоплюючи політичну комунікацію, гендерні дослідження, соціальну психологію та сучасну політичну практику.

У роботі досліджено поняття політичного іміджу жінки як складної комунікативної конструкції, що формується внаслідок взаємодії індивідуальних характеристик, соціокультурних очікувань та медіарепрезентацій. Доведено, що жіночий політичний імідж істотно відрізняється від чоловічого, зокрема через наявність «подвійних стандартів» і гендерних стереотипів.

Здійснено порівняльний аналіз особливостей формування іміджу жінок-політиків у країнах Західної Європи, США, Азії та Латинської Америки. У результаті виявлено, що хоча культурно-політичні контексти суттєво різняться, спільною тенденцією є поступова нормалізація жіночого лідерства, зростання впливу мас-медіа та активне використання гендерного образу як ресурсу політичної комунікації.

Проаналізовано сучасний стан іміджу жінок у політичному житті України. Встановлено, що, попри наявність законодавчих гарантій рівноправності, жіноче представництво у владі залишається обмеженим, а імідж жінки-політика формується під тиском застарілих стереотипів і недостатньої підтримки з боку партійних структур, суспільства та ЗМІ.

Доведено, що ефективне формування позитивного іміджу жінок у політиці потребує одночасного впровадження дій «знизу» (консолідований жіночий рух, громадянська активність) і «згори» (державна гендерна політика, механізми позитивних дій, просвітницькі кампанії). Серед перспективних напрямів – розвиток політичної освіти для жінок, підтримка медійних ініціатив, зміцнення мережевої взаємодії між політикинями.

Результати дослідження мають як теоретичне, так і прикладне значення. Вони можуть бути використані в освітніх програмах з політології та гендерних студій, у практиці громадських організацій, що просувають ідеї гендерної рівності, а також як аналітична основа для формування рекомендацій державним органам та політичним партіям.

Перспективи подальших досліджень вбачаються в розширенні емпіричної бази, зокрема аналізі конкретних кейсів успішних (і неуспішних) іміджевих кампаній жінок-кандидаток в Україні, а також у вивченні взаємозв'язку між типом політичної системи та можливістю впливу жінок на державну політику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Акайомова А. Політичний імідж та основні його характеристики / А. Акайомова // Політичний менеджмент. - 2009. - № 5. - С. 29-35
2. Боброва Л. Ю. Акмеологічні чинники розвитку професійного самовідносини жінки-керівника / Л.Ю Боброва – К.: Основа, 2012 – 64с
3. Бондаренко О. «Жінки за реформи». Жінки в політиці: міжнародний досвід для України / За заг. ред.: Яни Свердлюк та Світлани Оксамитної // За матеріалами міжнародного наукового семінару «Жінки в політиці: міжнародний досвід для України», Київ – НаУКМА – 7 жовтня 2005 року. – К.: Атіка, 2006.– 272 с.
4. Бутова І. Гендерна складова у політичному дискурсі США та України / І. Бутова // Мандрівець. - 2012. - № 1. - С. 60-62
5. Верховна Рада України. Депутатські фракції і групи // Офіційний вебпортал Верховної Ради України. – URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_fractions (дата звернення: 09.04.2025).
6. Весельська, А. Л. (2014) Гендерний аспект лідерства: теоретичний аналіз. Наука і освіта. Науково-практичний журнал Південного наукового центру НАПН України (5(122)). с. 19-24
7. Вознесенська О. Вплив зовнішності кандидатів у депутати на електоральну поведінку виборців // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина української держави: Матеріали Другої всеукр. конф., 13 – 14 листопада 1997 р. - К., 1997.
8. Восьма періодична Доповідь про виконання Україною Конвенції ООН про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок 2014 / Міністерство соціальної політики України – С. 9
9. Галустян Ю.М. Функціонування національного механізму реалізації гендерної політики: Аналітичний звіт за результатами проведення інтерв'ю з експертами у галузі гендерної політики / за підтримки Фонду народонаселення ООН в Україні. – К., 2014. – С. 11

10. Гриценко О. ...Й на дзеркало не варто нарікати. Політична портретистика та формування іміджу лідера в сучасній Україні / О. Гриценко // Віче. – 2003. – № 6. – С. 33–38.
11. Гриценко О. Культура і влада. Теорія і практика культурної політики в сучасному світі. – К. : УЦКД, 2000. – 228 с.
12. Грицяк Н.В. Формування гендерної політики в Україні: проблеми теорії, методології, практики: Моногр. – К.: Видавництво НАДУ, 2004. – С. 223.
13. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві/Ю. Саєнко. – К.: Програма розвитку ООН, Центр соціальних експертиз Інституту соціології НАН України, 2007. – С. 35-47.
14. Денисюк А. В. Особливості формування іміджу жінки-політика в сучасних умовах / А. В. Денисюк, Ю. В. Окуньовська // Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 22-24 березня 2017 р. URL: <https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/2351/1/Особливості%20формування%20іміджу%20жінки-політика%20в%20сучасних%20умовах.pdf> (дата звернення: 09.04.2025).
15. Денисюк С. Г. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера сучасної України / С. Г. Денисюк // Право і суспільство: актуальні проблеми взаємодії — шляхи європейської інтеграції : матеріали шостої щорічної міжнародн. науково-практичної конференції, 18-19 травня 2006 р. — Вінниця : ВІ МАУП, 2006. — С. 33-35.
16. Денисюк С. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера / С. Денисюк // Політичний менеджмент. - 2007. - № 2. - С. 106-113
17. Денисюк С.Г. Політичний імідж як відображення політичної свідомості громадян України в умовах соціально-політичних перетворень // Нова парадигма: Журнал наукових праць. – К.: Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2005. – Випуск 45. – С. 133-140

18. Денисюк С.Г. Формування позитивного іміджу України в умовах глобалізації //Держава і право: Зб. наук. пр. Юридичні і політичні науки. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2003. – Випуск 22. – С. 648-654.
19. Дроздова М. Особливості уявлень студентів про жінок-політиків. Соціальна психологія. 2007. № 3. С. 108–110.
20. Жінки в європейській політиці на рівні ЄС: хто вони?. Жіноча ліга. URL: <https://womensleague.org.ua/uk-UA/Novyny/ZHinky-v-evropejskij-polityci-na-rivni-ES-hto-vony.aspx?ID=73> (дата звернення: 06.04.2025).
21. Жінки в політиці України на місцевому рівні: шляхи, проблеми, участь. Аналітичний звіт за результатами роботи шести фокусгруп за участю жінок – депутаток та кандидаток в депутати обласних, міських та районних рад / Скорик М.М. – К.: ТОВ «ІТЕМ ЛТД», 2014. – 64 с.
22. Загурська С. Гендерний підхід у вивченні політичної діяльності та лідерства. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/853> (дата звернення: 03.04.2025)
23. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 8 вересня 2005 р. № 2866IV / Верховна Рада України. – URL: <http://portal.rada.gov.ua> (дата звернення: 11.04.2025).
24. Зущик Ю. Ідеологічний тип лексикону політичного лідера в структурі політичної психології. К., 1995. – 142 с.
25. Інфографіка: Жінки в політиці в Латинській Америці | Жінки – це 50% успіху України. Жінки – це 50% успіху України. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/women-in-politics/> (дата звернення: 07.04.2025)
26. Кадрматов Р. Нежіночий вплив. А. Меркель обійшла К. Райс у рейтингу «залізних леді» від політики та бізнесу / Р. Кадрматов // Закон і бізнес. – 2006. – № 6. – С. 6–7.
27. Конституція України : від 28.06.1996 № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

28. Корнієнко В.О. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : Монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. 145 с.
29. Кривошеїн В. В. Іміджова складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня // Грані. – Д., 2002. – № 4. – С. 36-56
30. Кривошеїн В. В. Політичний імідж в аксеологічній структурі політичної ментальності українського народу // Національна ідея у формуванні громадянського суспільства та правової держави в Україні (матер. конф.). – К. АТ „Реклама”, 1999. – С. 44-49
31. Кухта Б. Феномен політичного лідера. Історичні силуети на тлі епох. Львів: Кальварія, ЛФУАДУ, 2000. - 232 с
32. Лавренко О. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати // Проблеми політичної психології. - К., 1997. - 332 с.
33. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціонування влади / Н. Ларіна // Вісник державної служби України. —2013. —№ 2. —С. 20—23.
34. Левківський К. М. Політологія: Підручник для студентів ви- щих навчальних закладів освіти / Левківський К. М., Піча В. М., Хо- ма Н. М. – Львів: Магнолія Плюс, 2004. – 476 с.
35. Литвин В. Політична культура українського суспільства: традиції та сучасність— 2002. – 206 с.
36. Лідерка Азії: шлях до гендерної рівності жінок Тайваню | Жінки – це 50% успіху України. Жінки – це 50% успіху України. URL: <https://50vidsotkiv.org.ua/liderka-aziyi-shlyah-do-gendernoyi-rivnosti-zhinok-tajvanyu/> (дата звернення: 07.04.2025).
37. Лікарчук Н.В.Організація передвиборчої команди і проведення виборчої кампанії. Загальні принципи і методи// Держава і право. Зб. наук. праць. – Інститут держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2003. №19. – с.586-589

38. Мальований, О. О., Тадеуш, А. Ю. Жіноча політична участь в Індії на початку ХХІ століття / О. О. Мальований, А. Ю. Тадеуш // Вісник Аграрної історії. – 2024. – С. 210–219.
39. Марценюк Т. О. Жінки в українській політиці : виклики і перспективи змін.- Київ : Міжнародний центр перспективних досліджень, 2015. - 35 с.
40. Мельник Т. М. Гендер у політиці / Т. М. Мельник //Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К., «К.І.С.», 2004. – С. 53.
41. 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.
42. Михайльова, А. В. та Михайльова, К. Г. Розбити «скляну стелю» або як забезпечити конструктивну взаємодію у суспільстві. In: ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА ОЧИМА УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ, 30 листопада 2016 р., ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. – С. 137 – 144
43. Наumenко М. Імідж як складова міфологізації образу суб'єкта політичного процесу / М.Наumenко // Наукові записки Київської школи скенування. –К.,2007. –№2. –С.60–67.
44. Оксамитна С.М. Гендерні відносини крізь призму громадської думки в Україні і світі. Наукові записки НаУКМА. 2010. Т. 19. Спец. вип. Ч. II. С. 311–317.
45. Основи гендерної політики в парламентській діяльності: навч. посіб. / Автор. колектив: В.А. Гошовська, Н. Б. Ларіна, В. В. Святненко; за заг. ред. В. А. Гошовської. – Київ : НАДУ, 2011. – 100 с.
46. Остафійчук Т.В. Сучасні підходи у дослідженні лідерства / Т.В.Остафійчук, Н.А.Штанько // Юридична психологія та педагогіка. – 2010. – №1(7). – С. 116-126.
47. Офіційний сайт Global Fund for woman <https://www.globalfundforwomen.org> (дата звернення: 06.04.2025).

48. Проект «Жінки – це 50% успіху України» // <http://50vidsotkiv.org.ua/> (дата звернення: 11.04.2025).

49. Про політичні партії в Україні: Закон України від 05.04.2001 № 2365-III : станом на 19 груд. 2024 р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14#Text> (дата звернення: 09.04.2025).

50. Свердлюк Я., Оксамитна С. (ред.). Жінки в політиці: міжнародний досвід для України. Київ: Атіка, 2006. 168 с.

51. Синявська І. Жінки і політика. Сучасне становище. // «Жінки за реформи». Жінки в політиці: міжнародний досвід для України / За заг. ред.: Яни Свердлюк та Світлани Оксамитної // За матеріалами міжнародного наукового семінару «Жінки в політиці: 168 міжнародний досвід для України», Київ – НаУКМА – 7 жовтня 2005 року. – К.: Атіка, 2006. – 272 с

52. Скар О. Соціально-психологічні моделі поведінки політичних лідерів. Соціальна психологія: український науковий журнал, № 3, К., 2004, С. 39–46.

53. Фролов П. Методичні засоби вивчення іміджу політичних лідерів // Наукові студії з політичної психології. - К., 1995. – 92 с.

54. Центральна виборча комісія. Жінки у політиці: гендерний аналіз виборів народних депутатів України.– 20 травня 2024. – URL: <https://www.cvk.gov.ua/novini/zhinki-u-polititsi-genderniy-analiz-viboriv-narodnih-deputativ-ukraini.html> (дата звернення: 09.04.2025)

55. Цілі розвитку Тисячоліття ООН: Україна 2015, Ціль № 6 «Забезпечення гендерної рівності» – URL: <http://www.ukraine2015.org.ua/tsil6> (дата звернення: 11.04.2025)

56. Ярош О., Уїмет А. Гендерний аналіз виборчого законодавства України, національний та міжнародний погляди. – Проект «Сприяння розробці Виборчого кодексу в Україні, «Сприяння подальшому зміцненню виборчих процесів в Україні». – 2009. – 163 с.

57. Brooks, D. J. (2013). He runs, she runs: Why gender stereotypes do not harm women candidates. Princeton, NJ: Princeton University Press. – P.25- 29
58. Denmark F. L. Women, Leadership, and Empowerment / Florence L. Denmark // Psychology of Women Quarterly. – 17 (1993). – P. 343-356
59. Infographic: Women in Politics in Latin America. AS/COA. URL: <https://www.as-coa.org/articles/infographic-women-politics-latin-america> (дата звернення: 07.04.2025)
60. Press A. Більшість американців бачить жінок рівними чоловікам у політиці – опитування. Голос Америки Українською. URL: <https://www.holosameryky.com/a/henderna-rivnist-zhinky-v-politytsi/4854196.html> (дата звернення: 05.04.2025)
61. Representing Women in Latin America. King's College London. Retrieved from <https://www.kcl.ac.uk/giwl/assets/representing-women-in-latin-america.pdf>
62. Schneider M., Bos A., Measuring Stereotypes of Female Politicians // Political Psychology. - 2014. - № 2. - P. 245-266.
63. Shan-Jan Sarah Liu Where do women stand in politics? A case study of East and Southeast Asia 20 January 2021. URL: <https://www.psa.ac.uk/psa/news/where-do-women-stand-politics-case-study-eastand-southeast-asia> (дата звернення: 06.04.2025).
64. Stedham, Y.E. Measuring national culture: does gender matter / Stedham Y. E., Yamamura J. H. // Women in Management Review, Vol. 19. – 2009. – P. 233-243
65. Women in Parliaments: World Classification. Inter-Parliamentary Union. URL: <http://archive.ipu.org/wmn-e/classif.htm> (дата звернення: 06.04.2025).
66. Women in South Asia: Politics, Representation and Identity. JSTOR. URL: <https://www.jstor.org/stable/3992008> (дата звернення: 08.04.2025)