

Національний університет «Чернігівський колегіум» ім. Т. Г. Шевченка
Навчально-науковий інститут психології та соціальної роботи
Кафедра загальної, вікової та соціальної психології імені М. А. Скока

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітнього ступеня «магістр»

на тему:

**ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ МОЛОДІ
ПРО ЖІНОК-ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ**

Виконала:

студентка VI курсу, 61 групи
053 Психологія

Дрозд Юлія Олександрівна

Науковий керівник:

Дроздова Марина Анатоліївна,
канд. психол. наук, доцент

Захищено з оцінкою _____

Голова ЕК _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОК – ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ	5
1.1. Аналіз феноменів соціальних уявлень та стереотипів	5
1.2. Аналіз образу політичного лідера.....	12
1.3. Тенденції сприймання жінок – політичних лідерів.....	19
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОК-ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ СЕРЕД МОЛОДІ	24
2.1. Методика та процедура дослідження	24
2.2. Отримані результати та їхній аналіз.....	25
2.3. Практичне впровадження результатів	39
ВИСНОВКИ	54
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному суспільстві образ жінки-політика залишається суперечливим і неоднозначним, оскільки на його формування впливають гендерні стереотипи, медіа та соціальні очікування. Дослідження показують, що виборці висувають до жінок-лідерок значно ширші та жорсткіші критерії, ніж до чоловіків: від віку й зовнішності до поєднання фемінних і маскулінних рис, що відображає незавершеність формування еталонного образу жінки-лідера. Водночас медіа та політичний маркетинг посилюють роль іміджу, роблячи його інколи важливішим за професійний зміст діяльності. Усе це обумовлює потребу вивчення особливостей уявлень про жінок – політичних лідерів.

Об’єкт дослідження: феномен соціальних уявлень.

Предмет дослідження: соціальні уявлення молоді про реальних та ідеальних жінок – політичних лідерів.

Мета дослідження: вивчити особливості соціальних уявлень вітчизняної молоді про реальних та ідеальних жінок – політичних лідерів.

Основні завдання дослідження:

1. Теоретико-методологічний аналіз феноменів соціальних уявлень та стереотипів, образу політичного лідера та тенденцій сприймання жінок – політичних лідерів.

3. Організація та проведення емпіричного дослідження уявлень про жінок – політичних лідерів серед молоді.

4. Кількісний та якісний аналіз отриманих результатів.

5. Розробка лекції з політичної психології для студентів-психологів.

Теоретико-методологічною основою дослідження стали концепції соціальних уявлень (С. Московічі) та соціальних стереотипів (У. Ліпман), а також наукові розвідки вітчизняних учених щодо особливостей сприймання жінок – політичних лідерів (Н. Савелюк, О. Кікінеджи, І. Власенко, Д. Сараненко та ін.).

Методи дослідження: у ході дослідження було використано комплекс теоретичних (аналіз, узагальнення, класифікація), емпіричних (анкетування, шкалювання) та математико-статистичних (аналіз середніх значень) методів.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел (31 найменування) та додатків. У першому розділі проаналізовано сутність феноменів соціальних уявлень та стереотипів, специфіку образу політичного лідера, а також тенденції сприймання жінок –політичних лідерів. Другий розділ містить опис процедури емпіричного дослідження, отримані результати, їх аналіз і лекцію з політичної психології для студентів психологів. Загальний обсяг роботи складає 62 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОК – ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ

1.1. Аналіз феноменів соціальних уявлень та стереотипів

Інтерес у вивченні соціальних уявлень зумовлений передусім тим, що вони виступають одним із чинників, які суттєво впливають на поведінку як соціальних груп, так і окремих індивідів. З'явившись у 1960-х роках як дослідницький концепт західноєвропейської соціальної психології – у відповідь на американську психологічну парадигму – поняття «соціальні уявлення» згодом набуло поширення й в інших галузях наукових досліджень, зокрема у психології здоров'я, освіти та розвитку [6].

Дослідженню соціальних уявлень як складової соціального мислення, а також як чинника формування суспільних норм і моделей поведінки особистості присвячено роботи С. Московічі, А. Тешфела, Д. Жодле, Ж.-К. Абрика, В. Дуаза, Р. Харре [5]. Засновником концепції соціальних уявлень вважається С. Московічі. Науковці підкреслюють, що теоретичними витокami цієї концепції стали ідеї Е. Дюркгейма про колективні уявлення. Вчений підкреслив, що у людей існує два типи свідомості: індивідуальна – що характеризує кожну особу як окрему індивідуальність, і колективна – спільна для будь-якої соціальної групи. Саме колективна свідомість виявляється у колективних уявленнях. Колективні уявлення, за словами Е. Дюркгейма, «не виникають з окремих індивідів, узятих ізольовано один від одного, а формуються через їхнє об'єднання». Також положення Ж. Піаже щодо способів, за допомогою яких діти формують значення та соціальну реальність, і міркування З. Фрейда про те, як зовнішні події й явища інтегруються у внутрішній світ і світогляд людини, стали основою концепції соціальних уявлень [2; 5; 26].

Розвиваючи ідеї Е. Дюркгейма, С. Московічі вважає, що соціальні уявлення не є тотожними колективним уявленням, про які говорив

Е. Дюркгейм. Вони радше не є проявом колективної, надіндивідуальної свідомості, а становлять «факт індивідуальної свідомості – психосоціальне явище, що поєднує в собі когнітивний та емоційний компоненти». Під соціальними уявленнями С. Московічі розумів «когнітивні системи, що мають власну логіку та мову», у межах яких «відображаються не просто думки, образи чи ставлення до певного об'єкта, а ціла теорія або навіть галузь знань у своєму особливому розумінні – як спосіб ідентифікації та організації реальності». Тобто, йдеться про те, як наукове знання, перетворюючись на елемент повсякденної свідомості, стає складовою частиною соціального світу пересічної людини [31].

Соціальний характер подібних когнітивних систем, які впорядковують уявлення про світ, на думку С. Московічі, визначається не лише тим, що вони відображають соціальну реальність, а насамперед тим, що ці системи або уявлення є спільними для багатьох людей. Саме через них конструюється реальність соціальних груп, яка, у свою чергу, впливає на індивідуальну поведінку [2].

Ключовим положенням теорії соціальних уявлень є визначення їхнього психологічного статусу. Соціальні уявлення розглядаються як особлива форма знань, що поєднує два компоненти: понятійний, властивий науковому мисленню, та образний, характерний для буденного мислення. На рівні соціальних уявлень буденне мислення збагачується науковими ідеями, перетворюючи абстрактні поняття на наочні образи; соціальні уявлення надають ідеям конкретності й відчутної форми [15].

О.Г. Мирошник говорить про те, що соціальні уявлення надають змісту людській поведінці та соціальним взаєминам. Завдяки їм люди пояснюють події й явища навколишнього світу, осмислюють нові або невідомі об'єкти, події та феномени, роблячи їх зрозумілими. Вони допомагають людині орієнтуватися у фізичному й соціальному середовищі та спрямовують її поведінку [15].

Дослідниці Л. Євміна і О. Васильченко вказують, що соціальні

уявлення охоплюють знання, переконання та погляди, що поширені серед певної соціальної групи, і відіграють ключову роль у формуванні суспільних відносин на всіх рівнях – від міжособистісних до міжетнічних. Вони слугують основою для становлення світогляду та системи цінностей членів суспільства, а водночас елементи індивідуальної свідомості інтегруються у спільну, суспільну свідомість [8].

У структурі соціального уявлення С. Московічі виділив кілька основних компонентів. Перший – інформація або зміст, що надходить із різних джерел у процесі навчання та соціальної взаємодії. Вона має три виміри:

- а) образний – ментальні образи, пов'язані з певним явищем;
- б) символічний – надання явищу значення, можливість його передачі через мову;
- в) афективний – емоційні оцінки, які формуються суспільством або особистістю.

Другий компонент – поле уявлення, тобто контекст, у межах якого формується саме уявлення та з чим воно асоціюється. Третім компонентом є настанова, що відображає ставлення суб'єкта до об'єкта уявлення і проявляється у готовності висловлювати певні оціночні судження [30]. Вважається, що настанова є первинною в структурі соціального уявлення, адже може існувати навіть за браку інформації чи нечіткого поля уявлень. Вона формується як результат засвоєння інформації та смислових рамок, визначених полем уявлень, на основі власного досвіду.

Розробники теорії соціальних уявлень наголошують на нерозривному зв'язку між образним та смисловим аспектами уявлення: «...воно поєднує з кожним образом певний зміст і, навпаки, надає кожному змісту свій образ» [6].

За С. Московічі, на процес творення соціальних уявлень впливають дві групи чинників. Перша група – зовнішні чинники, які визначають етапи перетворення наукових знань у свідомості людини. На першому етапі

відбувається персоніфікація наукових ідей та явищ, коли певна теорія асоціюється з її автором. Наприклад, теорія піраміди потреб – із А. Маслоу, теорія соціального навчіння — із А. Бандурою, теорія архетипів – з К. Юнгом. На другому етапі відбувається об'єктивація – відбір окремих елементів наукового знання з його первісного контексту. Ці елементи згодом засвоюються буденною свідомістю як норми сприйняття соціальної реальності. Третій етап – формування фігуративної схеми, яка стає ядром соціальних уявлень. Вона узагальнює основні поняття, ознаки об'єктивних явищ та просту структуру їхніх взаємозв'язків. Фігуративна схема є своєрідною спрощеною візуалізацією наукових ідей і понять.

Друга група – внутрішні чинники, що охоплюють зміни, які відбуваються всередині самих соціальних уявлень. С. Московічі розглядає ці процеси як механізм освоєння нового або незвичного через його інтерпретацію за допомогою вже знайомого. У межах когнітивістської методології він описує цей процес як включення нових знань у вже функціонуючу систему інтелектуально-сміслових структур особистості. «Незвичне» за С. Московічі це те, що для людини є зовнішнім, далеким; те, що суперечить ustalеним нормам і правилам його поведінки; усе, що є надмірним для людини – нова інформація, нові відносини чи поняття [31].

Велика частка уваги, на думку С. Московічі, має приділятися функціям соціальних уявлень, тож охарактеризуємо основні:

1. Функція пізнання: за своїм походженням вона є більш трансформаційною, ніж інформаційною. Соціальні уявлення допомагають спрощувати складну інформацію, перетворюючи когнітивні елементи знань у наочні образи. Ця функція відображає процес перетворення суспільних надбань у суб'єктивні знання та дії людини, а також характеризує взаємозв'язок між індивідом і суспільством.

2. Адаптаційна функція: її зміст полягає в тому, щоб пристосовувати соціальні факти й явища до вже сформованих у свідомості поглядів, оцінок і уявлень. Таким чином, соціальні уявлення виступають засобом адаптації

нових або минулих подій до знайомої системи знань, сприяючи збереженню цілісної картини світу.

3. Регулятивна функція: полягає у впливі на формування та спрямування поведінки людини, а також на соціальні комунікації. Соціальні уявлення виконують роль механізму, який підтримує комунікацію в групі, визначає цінності та норми, що регулюють поведінку її учасників [6;31].

Зміст соціальних уявлень безпосередньо впливає на поведінку людини в суспільстві. Їхнє формування зумовлене психологічною потребою впорядковувати соціальну реальність. Вони допомагають швидко орієнтуватися у ситуаціях, коли інформації про об'єкт сприймання бракує або вона є суперечливою [30].

Інформаційні повідомлення, які створюються та поширюються різними джерелами, формують у масовій свідомості стереотипізовані соціальні уявлення. Частина таких уявлень може зазнавати стереотипізації, що відображає схильність людей до спрощення й узагальнення у сприйнятті певних соціальних груп чи ситуацій. Стереотипізація є природним і закономірним процесом формування свідомості індивіда, який сприяє структуруванню та впорядкуванню елементів навколишньої реальності. Однією з її головних функцій виступає ідентифікація – розпізнавання предметів, явищ, людей або соціальних груп, а також формування установок і моделей реагування на соціальні події. Таким чином, соціальні уявлення визначають спосіб сприйняття світу, тоді як стереотипи впливають на їх зміст і можуть сприяти закріпленню певних оцінок чи суджень у суспільній свідомості [19].

Термін «соціальний стереотип» вперше запровадив американський соціолог Уолтер Ліппман у 1922 році. Він визначав стереотип як спрощене, вже сформоване в суспільній свідомості уявлення, яке не обов'язково базується на особистому досвіді людини. На думку Ліппмана, стереотипи – це впорядковані, схематизовані й культурно зумовлені образи світу, що допомагають людині спрощувати складну соціальну реальність, захищати

власні цінності та позиції, а також підтримувати традиції й звички [19]. Водночас соціолог наголошував, що стереотип має негативне забарвлення, оскільки пов'язаний із неповнотою та неточністю інформації. Зазвичай він виникає на основі обмеженого досвіду, через що людина робить узагальнені або хибні висновки щодо певних явищ чи соціальних груп [29].

Механізмами творення соціальних стереотипів є такі:

1. Через енкультурацію: у кожній культурі існують певні уявлення про інші народи та соціальні групи. Стереотипи найчастіше формуються щодо тих, з ким відбувається регулярна взаємодія або конфлікти (теперішні чи минулі). Такі уявлення передаються з покоління в покоління, від батьків до дітей, стаючи частиною культурної спадщини.

2. У процесі міжособистісного спілкування: стереотипи закріплюються та розвиваються через контакти з родичами, друзями, учителями, колегами та іншими людьми, які передають власні установки й погляди.

3. На основі особистого досвіду: індивід може сформувати певне уявлення про соціальну чи етнічну групу, спираючись на обмежену кількість особистих контактів. Наприклад, зустріч із кількома доброзичливими людьми певної національності може призвести до формування позитивного стереотипу, тоді як негативний досвід – до упередженого сприйняття всієї групи. Такий процес часто супроводжується узагальненням і спрощенням інформації.

4. Під впливом засобів масової інформації: телебачення, преса, Інтернет і соціальні мережі мають потужний вплив на масову свідомість, створюючи й поширюючи стереотипізовані образи культур, соціальних груп чи професій. Н. Лютко зазначає, що медіа-стереотипи можуть впливати не лише на приховані установки, а й на відкрите соціальне поведіння, визначаючи, як люди сприймають і взаємодіють із представниками інших груп. Тому усвідомлення ролі ЗМІ у формуванні стереотипів є важливим кроком до розвитку гуманного, критичного та відкритого суспільства [11].

Дослідники С. Єрмакова, Г. Апельт, В. Дуб говорять про існування

великої кількості різновидів соціальних стереотипів – гендерні, професійні, етнічні, релігійні (конфесійні), політичні, етичні, побутові, естетичні тощо. Усі вони тією чи іншою мірою виявляються в повсякденному житті сучасного суспільства, виконуючи функцію своєрідних моделей соціальної ідентифікації його членів. У багатьох ситуаціях спостерігається поєднання кількох типів стереотипів одночасно. Наприклад, оцінюючи людину певної професії, суспільство може одночасно спиратися на професійні, гендерні та етичні стереотипи, що ускладнює об'єктивне сприйняття та може призводити до формування упереджень.

На увагу заслуговують гендерні стереотипи, адже вони формуються в кожному суспільстві й у свідомості кожної людини. Такі стереотипи впливають на взаємини між статями, атмосферу в сім'ї та на самосприйняття особистості як представника чоловічої чи жіночої статі. Для молодого покоління гендерні стереотипи мають особливе значення, оскільки супроводжують процес соціалізації, визначаючи норми, моделі поведінки та рольові очікування в суспільстві. Дослідження гендерних стереотипів серед молоді дає змогу виявити їхні ціннісні орієнтації, а також спрогнозувати напрями подальшого розвитку соціальних і гендерних відносин у суспільстві [9].

Загалом аналіз теоретичних підходів до феномена соціальних уявлень демонструє, що вони є фундаментальним механізмом осмислення та організації соціальної реальності. Соціальні уявлення забезпечують зв'язок між індивідуальною та колективною свідомістю, дозволяючи людині інтерпретувати нові явища, впорядковувати складну інформацію та формувати адекватні поведінкові стратегії. У межах концепції С. Московічі соціальні уявлення розглядаються як когнітивно-емоційні системи, що поєднують наукове й буденне знання та забезпечують його трансформацію в елементи повсякденної свідомості.

Структура соціальних уявлень включає інформаційний, контекстуальний та оціночний компоненти, а їхнє функціонування базується

на трьох ключових функціях – пізнавальній, адаптаційній та регулятивній. Завдяки цим функціям соціальні уявлення стають інструментом орієнтації в соціальних взаємодіях, формують систему цінностей та впливають на поведінку індивідів і груп.

Особливе місце в системі соціальних уявлень займають стереотипи, які є результатом спрощення й узагальнення інформації. Вони виконують важливу роль у процесах ідентифікації та соціальної категоризації, однак водночас можуть призводити до викривлення реальності та появи упереджень. Стереотипи – це впорядковані, схематизовані й культурно зумовлені образи світу, що допомагають людині спрощувати складну соціальну реальність, захищати власні цінності та позиції, а також підтримувати традиції й звички. Механізми формування стереотипів – від культурної спадщини до впливу медіа – показують, що їхнє виникнення є одночасно природним і соціально детермінованим процесом. Особливої уваги потребують гендерні стереотипи, які істотно впливають на процес соціалізації, моделі міжособистісних стосунків і визначення соціальних ролей. Дослідження цих уявлень дає змогу глибше зрозуміти, як формуються гендерні очікування та яким чином вони впливають на становлення молодого покоління та розвиток суспільства загалом.

Отже, соціальні уявлення та стереотипи є невід’ємними елементами суспільної свідомості, що одночасно сприяють орієнтації людини в соціальному середовищі та можуть обмежувати її сприйняття через надмірне спрощення. Їхнє вивчення дає змогу пояснити механізми формування соціальних норм, цінностей та поведінкових моделей, а також визначити джерела упереджень і соціальних нерівностей.

1.2. Аналіз образу політичного лідера.

У різні етапи розвитку людства лідерство та політичне представництво

залишалися ключовими для суспільства, адже саме політичні лідери ухвалюють рішення, що впливають на економіку, соціальні процеси, культуру та повсякденне життя громадян. Вони виражають інтереси виборців і забезпечують стабільність, легітимність влади та розвиток держави, пропонуючи нові ідеї й стратегії. Тому дослідження політичного лідерства та механізмів формування політичних образів є важливим для розуміння функціонування суспільства.

В. Гапоненко, С. Бульбенюк та Н. Довганик визначають політичного лідера як особу, що має належну професійну, інтелектуальну, морально-психологічну й організаційну підготовку для здійснення владних функцій та здатна чинити легітимний вплив на суспільство або окремі його групи [17].

За М. Морарь, політичний лідер – це особа, яка вміє згуртувати людей задля спільної мети, впливаючи на їхню політичну свідомість і поведінку лише легітимними методами та спираючись на власний професійний досвід і авторитет [16].

Образ політичного лідера, який формується та впроваджується в масову свідомість, є складним соціально-психологічним феноменом, у ньому поєднуються реальні особистісні якості лідера, результати його політичної діяльності, а також уявлення, створені засобами масової інформації, рекламою та суспільними стереотипами. Образ політичного лідера – це сукупність рис і характеристик, які громадяни пов'язують з певною особою, сприймаючи її як носія влади [18].

У структурі цього образу виділяють три основні складові: образ-знання – це сукупність зафіксованих у свідомості знань про лідера, що відображають сприйняття реальної дійсності; образ-значення – надає цим знанням особистісного сенсу, включаючи політичного діяча в ціннісно-смыслову систему індивіда; образ бажаного майбутнього – відображає очікування, надії та ідеали, які суспільство чи окрема людина пов'язує з політичним лідером [25].

На думку П. Рум'янцевої, політичний образ, як і будь-який інший

соціальний образ, має подвійну природу. З одного боку, він є відображенням реальних характеристик об'єкта сприймання – у цьому випадку влади та особистості політичного лідера. З іншого боку, він виступає як проєкція очікувань і уявлень суб'єкта сприймання, тобто громадян, які наділяють лідера бажаними якостями та ролями.

Формування політичного образу зумовлюється взаємодією об'єктивних і суб'єктивних факторів:

1. Об'єктивні фактори охоплюють національні традиції, специфіку політичної системи та культури країни, а також її соціально-економічний рівень розвитку.

2. Суб'єктивні фактори пов'язані з особистими якостями лідера, його зовнішністю, віком, національністю, сімейним і матеріальним статусом, а також індивідуальним стилем поведінки [22].

С. Паркінсон сформував шість компонентів образу політичного лідера:

1) уява - ця здатність є проявом творчого мислення й уяви, які дозволяють людині планувати, передбачати наслідки своїх дій і перетворювати задум у реальність. Вона відіграє ключову роль у діяльності лідерів, науковців, винахідників, митців — усіх, хто формує нові ідеї та образи майбутнього;

2) знання - вони необхідні для того, щоб спроектувати шлях до досягнення визначеної мети, яку створила уява. Саме знання надають лідеру впевненість, допомагають бачити можливості, оцінювати ризики та приймати обґрунтовані рішення. Без достатнього обсягу знань лідер не може ефективно організувати процес, спрямовувати команду та досягати результатів;

3) жорстокість - історичний досвід свідчить, що успіх можливий лише тоді, коли лідер здатний виявляти твердість і навіть безжальність щодо недоброзичливців. Таких керівників поважають і цінують, однак ця риса є особливо необхідною для лідерів у період воєнних дій;

4) рішучість - бути рішучим непросто, адже, делегуючи завдання, лідер має бути впевненим, що його виконають належним чином і від його імені. Він

повинен сам відчувати внутрішню переконаність, уміти передавати її іншим і знати, що для вирішення ситуації буде зроблено все можливе

5) тяжіння - лідер має бути своєрідним магнітом, поставати центральною фігурою, до якого тягнуться і якому довіряють громадяни. Сила цього тяжіння зростає тоді, коли лідеру приділяють достатньо уваги та визнають його значущість.

б) талант - важливо чітко розмежовувати талант і здібності. Здібна людина — це та, яка легко виконує те, що іншим дається важко. Проте, щоб піднятися над рівнем власних здібностей і вміти організувати роботу інших, необхідний саме талант. Талановита людина здатна утримувати ситуацію під контролем [27].

I. Милосердна виділяє у структурі образу політичного лідера кілька ключових компонентів:

1. Особистісні характеристики: до них належать вік, стать, національність, темперамент, риси характеру, тип особистості, стиль керівництва та ухвалення рішень. Ці параметри зазвичай мало змінюються, а небажані риси, як правило, не афішуються.

2. Соціальні характеристики: сюди входять сімейний стан, соціальний статус, зайнята посада, рівень матеріального забезпечення, а також ступінь зв'язку політика з народом і окремими соціальними групами, чиї інтереси він представляє та чию підтримку отримує. Соціальна належність політика дозволяє зрозуміти його ціннісні орієнтації й норми, якими він керується.

3. Символічний компонент: політичні лідери часто стають персоніфікацією певного політичного курсу, ідеології чи напряму, виступаючи символами тих ідей, які вони відстоюють [14].

Дослідниці Н. Юшина і Н. Мельничук вказують, що творення образу політичного лідера формується під впливом певних факторів:

1. Об'єктивні чинники – це фактори, що належать до самого об'єкта сприйняття, тобто до влади. Серед об'єктивних чинників, що впливають на формування політичного образу, провідне значення має характер політичної

системи, у межах якої здійснюється влада. Тоталітарні режими сприймаються населенням зовсім інакше, ніж авторитарні чи демократичні. Для тоталітарної влади характерним механізмом сприйняття є ідеологізована «любов» до керівництва; для авторитарної – певна дистанційованість і відчуження громадян від влади. Натомість демократичні системи сприяють більш раціональному ставленню до влади та усвідомленому вибору її представників.

Ще одним об'єктивним чинником, пов'язаним з об'єктом сприйняття, є характер комунікації між владою та суспільством, тобто наявність зворотного зв'язку «влада – суспільство – влада». Важливу роль у цьому відіграє імідж політиків, який виступає сполучною ланкою між реальними характеристиками влади та її образом у свідомості громадян [28].

2. Ситуативні чинники – значний соціальний та економічний поділ на класи в сучасному українському суспільстві позначається на формуванні образу «ідеального політика» в масовій свідомості суспільства. Політична та економічна стабільність у державі забезпечує відносну сталість особистих політичних симпатій у свідомості населення, тоді як у періоди соціальних трансформацій суспільство значно схильне до переорієнтації на іншого політичного лідера.

3. Суб'єктивні чинники – визначаються індивідуально-психологічними особливостями особи, що здійснює сприйняття. Громадянин проявляє симпатію або антипатію до політичного лідера через призму своїх особистих переконань, цілей, знань, а також з урахуванням його віку, статі, зовнішності [13].

Н. Мельничук, аналізуючи сучасний світовий політичний досвід свідчить, що середньостатистичний громадянин найчастіше формує своє ставлення до політичного лідера, виходячи не стільки зі змісту його політичної програми, скільки з оцінки особистісних рис політика. Точніше – з власного уявлення про те, чи володіє лідер певними якостями, наскільки вони виражені, а також з того, як громадянин сприймає зовнішні атрибути його

іміджу. Це сприйняття автоматично порівнюється з образом «ідеального політичного лідера», який формується в підсвідомості людини під впливом умов життя, соціального середовища та досвіду дорослішання. Такий механізм відповідає основним положенням «теорії рис», що акцентує увагу на психологічних характеристиках лідера [13].

Ще одним фактором формування образу політичного лідера у свідомості суспільства є культурно-історичний фактор. Цей фактор має значний вплив на формування образу-стереотипу політичного лідера, зокрема на національному рівні. Наприклад, для слов'янської політичної культури характерний сталий компонент образу-стереотипу національного лідера, сформований під впливом культурно-історичних традицій. Цей образ поєднує риси авторитарного керівника з духовним багатством, гуманністю та моральністю, при цьому він залишається зрозумілим і близьким народів. Складові цього образу у масовій свідомості слов'янських народів залишаються практично незмінними протягом багатьох історичних періодів. Важливо, що сучасні кандидати на посаду голови держави активно використовують ці риси під час формування свого політичного іміджу. Відповідність створеного образу традиційним стереотипам влади, що склалися в процесі історичного розвитку суспільства, сприяє здобуттю статусу політичного лідера [13]. Проте, у зв'язку з мінливими подіями сучасності, зокрема війною, економічними кризами, складові образу політичного лідера можуть змінюватися.

Н. Баюрчак говорить про значний вплив ЗМІ на формування образу політика у свідомості громадян. Наголошує на ключовій ролі маркетингових стратегій, які дедалі виразніше визначають функціонування сучасної політичної системи. У межах цих стратегій імідж політика стає важливішим за його сутність, а особистісні характеристики – більш значущими за зміст актуальних політичних питань чи здатність вести конструктивний діалог. Політична новина перетворюється на форму розваги: вона має бути короткою, виразною та емоційно насиченою. Дослідник пов'язує це з

впливом телебачення на електоральний процес, що особливо проявляється в країнах Європи та США.

За таких умов пересічному громадянину дедалі складніше відрізнити штучно сформований образ від реальності. Політика фактично «розчиняється» у медійному просторі, активно використовуючи технології іміджевого конструювання, які ґрунтуються на зовнішності, стилі поведінки та медійній репрезентації кандидата. Сформовані медіа-образи укорінюються у свідомості виборців і значною мірою визначають їх політичні вподобання. Отже, вплив іміджу на перебіг і результати політичних процесів є суттєвим і не може бути недооцінений [1].

Загалом аналіз підходів до розуміння політичного лідерства та механізмів формування політичного образу дає змогу побачити, що роль лідера в сучасному суспільстві виходить далеко за межі виконання владних функцій. Політичний лідер постає як багатовимірна фігура, у якій поєднуються професійні якості, особистісні риси, соціальний досвід, культурні символи та медійні конструкції. Саме тому образ політичного діяча формується не лише на підставі його реальних дій чи професійного досвіду, а й під впливом очікувань суспільства, стереотипів, характеру політичної системи та комунікаційних стратегій. Узагальнення позицій українських і зарубіжних дослідників свідчить, що політичний образ є результатом взаємодії об'єктивних і суб'єктивних чинників: від історичних традицій, типу державного устрою та соціально-економічного контексту – до індивідуальних психологічних особливостей громадян, які оцінюють лідера крізь призму власних цінностей та уявлень про «ідеального політика». У структурі політичного образу важливою є не лише інформація про особу, а й емоційно-ціннісний компонент: громадяни прагнуть бачити в лідері не просто фахівця, а носія певних моральних, культурних та символічних рис, здатного втілювати їхні очікування щодо майбутнього. Дослідження також демонструє зростання впливу медіа та політичного маркетингу на процеси конструювання образів. У сучасних інформаційних умовах саме медійна

подача особистості часто визначає ставлення виборців, ускладнюючи розрізнення між реальними характеристиками лідера та штучно сформованими іміджевими атрибутами. Це посилює роль образу як інструменту політичної боротьби та комунікації з електоратом.

Отже, політичний лідер і його образ – це соціально-психологічні конструкти, що відображають не лише індивідуальні характеристики діяча, а й потреби, ідеали та культурні коди суспільства. Ефективність лідера значною мірою залежить від того, наскільки його реальні дії та особистісні риси узгоджуються з очікуваннями громадян, а також від того, як успішно він може інтегрувати свої індивідуальні особливості у загальний символічний простір політичної системи.

1.3. Тенденції сприймання жінок – політичних лідерів.

Проблематика сприймання жінок у ролі політичних лідерів набуває дедалі більшої актуальності в умовах сучасних демократичних трансформацій. Попри поступове збільшення кількості жінок у політиці, їхня участь у процесах прийняття рішень усе ще супроводжується низкою стереотипів і соціальних бар'єрів. Те, як громадяни сприймають жінок-лідерок, суттєво залежить від комплексу чинників: статі, віку, освіти, політичних уподобань, культурних установок та рівня гендерної соціалізації.

У наукових дослідженнях наголошується, що ставлення до жінок-політикинь формується не лише на основі їхніх професійних компетенцій, а й під впливом усталених у суспільстві уявлень про «традиційні» ролі жінки та чоловіка. Тому аналіз тенденцій сприймання жінок як політичних лідерів дає змогу краще зрозуміти механізми громадської думки, виявити ключові бар'єри та чинники підтримки, а також спрогнозувати перспективи гендерного балансу в політичному просторі [24].

Відповідно до даних громадської організації ОПОРА, наведених у Звіті

про результати дослідження участі жінок у місцевих виборах 2020 року та вплив обов'язкової гендерної квоти на розширення доступу жінок до процесів ухвалення рішень, більшість учасниць виборчого процесу не фіксували суттєвих бар'єрів на етапі висування. Зокрема, майже 96% жінок-кандидаток вважають, що можливості доступу до виборів були однаковими для чоловіків і жінок. Понад 90% опитаних також заперечили факти прямого сексизму щодо себе під час виборчого процесу. Разом з цим частина кандидаток усе ж зазнавала негативних проявів. Так, 53 жінки (18,3%) повідомили про застосування так званого «чорного піару», а 17 кандидаток (6%) зазначили випадки вікової дискримінації (ейджизму). Вона проявлялася як щодо молодих учасниць (до 30 років), так і щодо жінок старшого віку (60+). Попри це, абсолютна більшість респонденток – понад 90% – визнають, що системні бар'єри у доступі жінок до політичної діяльності в Україні все ще існують [12].

У дослідженні психосемантичних уявлень студенток про «успішну українську жінку в політиці» Н. Савелюк, і О. Кікінеджи встановлено, що найзначущішим фактором виявилася «моральна атрактивність». Цей фактор формує смислове ядро образу та пов'язаний із високими показниками за шкалами «хороша», «життєрадісна», «приємна», «добра» і «рідна». У цьому контексті типові фемінні характеристики, такі як «відкрита» чи «м'яка», набувають додаткових морально значущих конотацій — емоційної близькості, тепла, прийнятності. Це дозволяє припустити, що в уявленні студенток образ успішної політикині частково проектується на фігуру матері або іншої значущої жінки з близького оточення. Значна частина рис у дослідженні Н. Савелюк і О. Кікінеджи щодо образу жінок відповідає традиційним уявленням про маскуліність – зокрема, такі як «розумна», «активна», «сильна» тощо, що свідчить про поєднання в уявному образі політикині як рис моральної привабливості, так і характеристик, асоційованих із силою та ефективністю.

У юнаків найсуттєвіший фактор у вербалізованому образі «успішної

жінки в українській політиці» формується поєднанням морально значущих характеристик (зокрема, «чиста») та рис, традиційно віднесених до маскулінного стереотипу («розумна», «сильна», «активна»). Тобто, якщо студентки частіше проєктують на цей образ «материнські» риси, то юнаки схильні наділяти політиkinю якостями, близькими до «батьківської» моделі, що узгоджується із загальними механізмами гендерної ідентифікації. Загалом у юнаків сформований змішаний морально-маскуліний образ сучасної жінки-політика [23].

У дослідженні І. Власенко і Д. Сараненко, був сформований психологічний портрет сучасної української жінки-політика на основі опитування молоді. Серед характеристик образу жінки-політика, які назвали респондентки, домінують такі риси, як стійкість, упевненість, відповідальність, чесність та інтелект. Відповіді респондентів-чоловіків дещо відрізняються: вони додатково підкреслювали рішучість, наполегливість і цілеспрямованість. Обидва переліки загалом відображають поєднання маскулічних і фемінних якостей, серед яких провідними є маскулічні риси — інтелект, стійкість та впевненість. Таким чином, узагальнений портрет жінки-політика постає як поєднання позитивних маскулічних та фемінних характеристик, тобто має ознаки андрогінного типу.

Отримані дані дослідження також свідчать про те, що вікові характеристики відіграють помітну роль у формуванні образу політичних лідерів, зокрема жінок. На запитання «Чи важлива вікова характеристика для образу жінки-політика?» ствердно відповіла майже половина респондентів, причому жінки частіше визнавали значущість віку (54,5%), ніж чоловіки (42,2%). Загалом такі результати вказують на те, що суспільство пов'язує політичну компетентність і довіру до лідера – незалежно від статі – з віком, який асоціюється з досвідом, професійною зрілістю та стабільністю [4].

Дослідження вчених С. Денисюк, Ю. Кобець підкреслюють особливу роль зовнішності у формуванні образу жінки-лідерки в політичному просторі. Науковиці зазначають, що такі елементи, як риси обличчя, макіяж,

зачіска та стиль одягу, істотно впливають на громадське сприйняття жінки-політика [10].

За висновками С. Денисюк, габітарна складова іміджу для жінок має навіть більшу вагу, ніж для чоловіків: якщо для чоловіка-політика зовнішній вигляд займає приблизно десяту позицію серед важливих характеристик, то для жінки цей компонент іміджу виходить на одну з провідних. Така відмінність свідчить про збереження гендерних стереотипів, відповідно до яких жінка в публічній політиці оцінюється не лише за професійністю та компетентністю, а й за відповідністю очікуваним зовнішнім стандартам [7, 20].

За даними соціологічних досліджень, для українських виборців ідеальний політик або політикиня характеризується рядом професійних, освітніх, соціальних та особистих ознак. Серед ключових вимог: вік 30–50 років, українське громадянство, вища освіта або освіта міжнародного рівня, досвід роботи на державних посадах або успішний досвід у бізнесі та міжнародних організаціях, авторитет у професійних колах, широкі соціальні зв'язки з впливовими особами, сильна команда однодумців, медіаактивність та досконале володіння діловим і дипломатичним етикетом і англійською мовою. Особливою цінністю для виборців є релігійність (переважно на заході України) та сімейний стан політика. Наприклад, позитивно сприймалося активне сімейне життя В. Ющенка, батька п'яти дітей, що підсилювало його імідж, тоді як Ю. Тимошенко за відсутності яскраво проявленої «сімейної» складової довелося компенсувати це іншими символічними сигналами, зокрема через родинні зв'язки з представниками Західної Європи, що підкреслювало міжнародну орієнтацію та престиж [3, 21].

Загалом аналіз сучасних досліджень демонструє, що сприймання жінок у політиці є багатовимірним явищем, яке формується під впливом поєднання соціальних, культурних, гендерних та психологічних чинників. Попри поступове посилення політичної активності жінок і реалізацію механізмів гендерного вирівнювання, у масовій свідомості все ще зберігаються

стереотипи, які впливають на оцінку їх професійності, лідерських якостей та легітимності участі у владі. Дані досліджень свідчать, що виборці часто оцінюють жінок-політикинь не лише за змістом їхньої діяльності, а й через призму гендерних ролей: очікуваної моральності, привабливості, доброзичливості та водночас здатності проявляти силу, стійкість і компетентність. Це формує змішані — часто суперечливі — вимоги, що приводить до появи образу «ідеальної політикині» як андрогінної фігури, яка повинна поєднувати фемінні й маскуліні риси.

Важливу роль у конструюванні образу відіграють ЗМІ та іміджеві технології, які підсилюють увагу до зовнішності, стилю та поведінкових проявів жінки-лідера. Саме тому габітарний компонент іміджу для жінок у політиці є значно вагомішим, ніж для чоловіків, що вказує на гендерну нерівність критеріїв оцінювання.

Разом із тим емпіричні дані демонструють, що суспільство поступово приймає ширший спектр лідерських моделей для жінок, визнаючи їхню компетентність, інтелект, рішучість та професійну стійкість. Зростання і підтримка жіночого представництва у владі значною мірою залежать від зниження дискримінаційних проявів, трансформації традиційних стереотипів і формування більш рівноправних уявлень про політичне лідерство.

Таким чином, тенденції сприймання жінок-політикинь вказують на поступовий, але нерівномірний перехід до гендерно збалансованої політичної культури, де оцінка лідерок ґрунтуватиметься переважно на професійних якостях, а не на гендерно зумовлених очікуваннях.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ЖІНОК-ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ СЕРЕД МОЛОДІ

2.1. Методика та процедура дослідження

З метою вивчення уявлень молоді про жінок – політичних лідерів нами було організовано і проведено емпіричне дослідження.

Вибірку утворила вітчизняна молодь чоловічої та жіночої статі міст Чернігова та Києва віком 18-35 років, що працює у різних професійних сферах. Усього опитано 80 осіб, з них 40 чоловіків і 40 жінок.

Дослідження було проведене за допомогою методів анкетування та шкалювання. У авторській анкеті досліджуваних просили вказати свій вік та стать, а також виконати два завдання. У першому завданні молодь мала за 5-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 5 – максимальний) оцінити ступінь вираженості запропонованих характеристик, наявних у більшості сучасних жінок – політичних лідерів. Друге завдання передбачало оцінити ступінь вираженості характеристик, які мають бути притаманні ідеальній жінці – політичному лідерові. Підібрані характеристики стосувалися зовнішності, віку, інтелектуальних, креативних і професійних здібностей, опису емоційно-вольових і морально-етичних рис, що, на наш погляд, давало можливість здійснити комплексну оцінку образу реальної та ідеальної жінки-лідера.

Дослідження мало анонімний характер і проводилося в онлайн-режимі за допомогою гугл форми у період з листопада 2025 року по грудень 2025 року.

Отримані дані оброблялися за допомогою програми Excel.

2.2. Отримані результати та їхній аналіз

Проаналізуємо отримані результати. Спочатку дослідимо образ реальної жінки – політичного лідера (див. таблицю 1).

Таблиця 1

Середні показники складових образу сучасної жінки-політичного лідера

Характеристики	Загальна вибірка	Чоловіча група	Жіноча група
Молода	3,1	3,1	3,2
Приваблива	3,4	3,4	3,4
Сексуальна	2,3	2,3	2,3
Має хороше здоров'я	3,7	3,7	3,7
Вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя	3,3	3,0	3,5
Розумна	4,1	4,2	4,0
Досвідчена	3,4	3,3	3,5
Вміє ефективно керувати	3,6	3,6	3,7
Креативна	3,6	3,5	3,6
Підтримує інновації	3,5	3,4	3,5
Товариська	3,6	3,6	3,7
М'яка	2,7	2,8	2,7
Впевнена у собі	4,3	4,2	4,4
Рішуча	3,9	3,9	4,0
Відповідальна	3,9	3,9	4,0
Працелюбна	4,0	4,1	4,0
Самостійна	3,9	4,1	3,8
Смілива	3,8	3,8	3,8
Принципова	3,7	3,6	3,8
Надійна	3,5	3,4	3,7
Близька до простих людей	3,0	2,8	3,3
Порядна	3,5	3,4	3,7
Справедлива	3,6	3,5	3,7
Щаслива	3,4	3,3	3,4
Чуйна	3,3	3,2	3,2
Альтруїстична	3,0	3,1	3,0
Патріотично налаштована	4,0	4,1	3,8

ої жінки – політичного лідера у загальній вибірці. У структурі уявлень щодо наявних у більшості сучасних жінок – політичних лідерів характеристик, молодь вище за середній рівень оцінює такі характеристики

О
браз
реальн

(див. табл. 1): «має хороше здоров'я», «розумна», «вміє ефективно керувати», «креативна», «підтримує інновації», «товариська», «впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самотійна», «смілива», «принципова», «надійна», «порядна», «справедлива» і «патріотично налаштована» і нижче середніх значень оцінили характеристику «сексуальна». На нашу думку, молодь досить високо оцінює інтелектуальні, управлінські та морально-вольові риси жінок-політичних лідерів, оскільки саме ці характеристики сприймаються як ключові для ефективного лідерства в сучасному суспільстві. Такі якості, як розум, відповідальність, креативність, рішучість, порядність і патріотичність, асоціюються з професійністю та надійністю політика, тоді як сексуальність отримує низькі оцінки, бо не пов'язується з компетентністю, вважається недоречною в контексті політичної діяльності. Це свідчить про відхід молоді від гендерних стереотипів і орієнтацію на ділові та моральні критерії оцінки лідерства. Посередньо були оцінені риси «молода», «приваблива», «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «досвідчена», «м'яка», «близька до простих людей», «щаслива», «чуйна», «альтруїстична». На нашу думку, причиною посередніх оцінок характеристик «молода» і «приваблива» є те, що ці риси не вважаються визначальними для успішного політичного лідерства. Це демонструє певне дистанціювання молоді від поверхових або стереотипних уявлень про роль жіночої привабливості у політиці.

Риси «м'яка», «чуйна», «альтруїстична», «щаслива» отримали середні бали, оскільки молодь сприймає такі якості як соціально бажані, але не обов'язково типові для політичного лідера. Їхнє середнє позиціонування може бути зумовлене конфліктом між традиційними гендерними очікуваннями (жінка як емоційно чутлива, м'яка) та уявленням про політичну сферу як таку, що вимагає рішучості та твердості.

Такі риси, як «досвідчена», «вміє поєднувати кар'єру та особисте життя» і «близька до простих людей», отримали посередні оцінки, на нашу думку через відсутність чітко сформованого реального образу жінки-політика

у молоді. Студенти мають певні очікування, але не мають достатньо особистого політичного досвіду або спостережень для впевненої оцінки цих характеристик.

Образ реальної жінки – політичного лідера у чоловічій групі. Аналіз результатів у чоловічій групі показав, що досліджувана молодь вище середніх значень оцінює такі характеристики сучасних жінок-політичних лідерів: «має хороше здоров'я», «розумна», «досвідчена», «вміє ефективно керувати», «креативна», «товариська», «впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самотійна», «смілива», «принципова», «справедлива», «патріотично налаштована» і нижче за середній рівень оцінюють характеристику «сексуальна».

Досить високі оцінки в чоловічій групі пояснюються тим, що юнаки насамперед орієнтуються на професійні, вольові та інтелектуальні риси, які вони вважають визначальними для політичного лідерства: розум, здатність ефективно керувати, відповідальність, рішучість, сміливість і принциповість асоціюються з компетентністю та надійністю. Такі характеристики молоді чоловіки сприймають як універсально значущі та необхідні для ефективного політичного лідерства, незалежно від статі. Це свідчить про орієнтацію юнаків на частково ідеалізований образ сучасних жінок-політичних лідерів. Інтелектуальні, вольові й професійні риси вони наділяють підвищеною цінністю, що може свідчити про прагнення бачити жінок у владі насамперед як раціональних, зібраних та ефективних діячок, які відповідають високим очікуванням і стандартам лідерства. Натомість низька оцінка характеристики «сексуальна» зумовлена тим, що чоловіки в контексті політичного лідерства відокремлюють професійні якості від зовнішньої привабливості та вважають сексуальність неважливою, недоречною або навіть такою, що знижує серйозність сприйняття політики. Це вказує на поступове відходження від сексуалізованих уявлень про жінок у владі та фокусування на їхніх компетенціях.

Посередньо були виражені риси «молода», «приваблива», «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «досвідчена», «підтримує інновації», «м'яка», «надійна», «близька до простих людей», «порядна», «щаслива», «чуйна», «альтруїстична». Риси «молода» та «приваблива» на нашу думку отримали середні оцінки, оскільки зовнішність і вік сприймаються хлопцями як другорядні щодо політичної компетентності; вони не пов'язують ці параметри з ефективністю виконання владних функцій. Це свідчить про відносно зниження ролі зовнішньої атрибутики в уявленнях молодих чоловіків про політичне лідерство.

Характеристика «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя» також оцінена посередньо, що може відображати певний скепсис юнаків щодо реалістичності такого поєднання у сфері високої політики або недостатню поінформованість про успішні приклади. Водночас це свідчить про те, що ця риса не входить до ядра їхніх уявлень про політичну ефективність.

Середня оцінка таких рис, як «досвідчена», «підтримує інновації» чи «надійна», може вказувати на те, що молоді чоловіки не мають чіткого та однозначного образу реальних жінок-лідерок, або ж вважають ці характеристики неоднаково властивими різним представницям політичної сфери. Це демонструє часткову деідеалізацію та розуміння того, що компетентність жінок-політиків може бути різною.

Посередні оцінки рис «м'яка», «близька до простих людей», «порядна», «чуйна», «альтруїстична», «щаслива» можуть бути пов'язані з тим, що юнаки не сприймають ці характеристики як ключові або визначальні у професійній діяльності політичної лідерки. Натомість вони виконують роль додаткових, бажаних, але не обов'язкових рис.

Образ реальної жінки – політичного лідера у жіночій групі. Аналіз результатів у жіночій групі показав, що молоді жінки вище за середні значення оцінюють такі характеристики жінок-політичних лідерів сучасності: «має хороше здоров'я», «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте

життя», «розумна», «досвідчена», «вміє ефективно керувати», «креативна», «підтримує інновації», «товариська», «впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самостійна», «смілива», «принципова», «надійна», «порядна», «справедлива», «патріотично налаштована» і низько оцінили характеристику «сексуальна». Мабуть, жіноча група демонструє такі результати тому, що молоді жінки схильні оцінювати жінок-політичних лідерів крізь призму реалістичних життєвих викликів, професійних вимог та етичних очікувань, які вони добре розуміють із власного досвіду. Високі оцінки таких характеристик, як уміння поєднувати кар'єру й особисте життя, відповідальність, досвідченість, самостійність, принциповість та порядність, відображають уявлення жінок про те, яким має бути ефективне й водночас «людяне» жіноче лідерство. Вони бачать у політиці потребу не лише в компетентності та керівних навичках, а й у стійкості, етичності та здатності адаптуватися до складних ролей. Натомість низька оцінка характеристики «сексуальна» свідчить про критичність до сексуалізованих стереотипів і прагнення оцінювати жінку-лідера через професійні та моральні якості, а не через зовнішній вигляд. Це відображає сучасний жіночий запит на рівність, повагу та визнання професіоналізму без об'єктивації.

Посередні оцінки від жіночої групи отримали характеристики «молода», «приваблива», «м'яка», «близька до простих людей», «щаслива», «чуйна», «альтруїстична». Характеристики молодості й привабливості не вважаються визначальними у політичній сфері: жінки, оцінюючи представниць своєї статі у владі, меншою мірою акцентують увагу на зовнішності, віддаючи пріоритет компетентності, досвіду та професійним якостям. Тому ці риси отримують нейтральні оцінки.

Такі якості, як «м'яка», «чуйна» чи «альтруїстична», традиційно асоціюються з жіночністю, але жінки можуть дистанціюватися від стереотипного уявлення про «надмірно емоційну» чи «турботливу» жінку в політиці. Вони визнають можливість прояву цих рис, але не вважають їх ключовими для політичного лідера.

По-третє, риси «близька до простих людей» і «щаслива» також отримують середні оцінки, оскільки молоді жінки реалістично оцінюють політичне середовище: вони розуміють, що висока посада часто передбачає певну соціальну дистанцію, значне навантаження, критику та стрес, що ускладнює уявлення політичного лідера як «щасливої» чи максимально «народної» постаті.

Порівняння образу реальної жінки – політичного лідера за статевими групами. Серед статевих відмінностей в оцінках сучасних жінок – політичних лідерів можемо назвати наступні. Жінки дещо вище (на рівні вище середніх значень), ніж чоловіки оцінили характеристики: «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «досвідчена», «підтримує інновації», «надійна», «порядна». У чоловічій групі ці характеристики оцінені на рівні середніх значень. Такі відмінності між чоловічою та жіночою групами є цілком закономірними й відображають різний життєвий досвід та очікування представників різних статей щодо ролі жінки в політичному лідерстві. Жінки значно вище оцінюють характеристики «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «досвідчена», «підтримує інновації», «надійна» та «порядна», тому що ці риси напряму пов'язані з тими соціальними викликами, з якими вони самі стикаються або спостерігають у житті інших жінок. Вони краще розуміють складність балансування між роботою й особистим життям, тиск суспільних очікувань, потребу в високій надійності та етичності, а також прагнення до постійного розвитку й інновацій. Для жінок ці характеристики є не просто професійними, а екзистенційно важливими маркерами реальної жіночої стійкості, тому вони оцінюють їх значно вище.

Натомість у чоловічій групі ці риси оцінені посередньо, оскільки чоловіки часто сприймають лідерство переважно через призму ефективності, сили й компетентності, а не через питання поєднання ролей («гарна мати», «успішна кар'єристка», «турботлива дружина»), етичної стійкості чи інноваційного підходу, які жінки бачать як визначальні. Окрему роль

відіграють і стійкі соціальні стереотипи. Частина чоловіків може несвідомо відтворювати традиційні уявлення про те, що м'якість, емоційність чи надмірна «людяність» суперечать «серйозності» політики, через це ці риси оцінюються ними нейтральніше, аніж інтелектуальні або вольові якості.

Загалом образ сучасної (реальної) жінки-політичного лідера у політичній свідомості молоді постає як поєднання високого професіоналізму та моральної стійкості. Це жінка з добрим здоров'ям, інтелектуально розвинена, здатна ефективно керувати командою й процесами. Вона креативна, підтримує інновації, вирізняється товариськістю та впевненістю в собі, що робить її відкритою до комунікації та співпраці. У її характері домінують рішучість, відповідальність, працелюбність і самостійність, доповнені сміливістю, принциповістю та справедливістю, що дозволяє їй приймати виважені рішення й відстоювати власну позицію. Молодь також підкреслює її надійність і порядність, вбачаючи в ній моральний авторитет. Жінки акцентують на здатності поєднувати політичну кар'єру з особистим життям – як на ознаці справжньої життєвої стійкості. Дві групи сходяться на тому, що сексуальність не є важливою характеристикою політичної лідерки, адже вона не визначає її професійність і не пов'язана з політичною ефективністю. Таким чином, портрет сучасної жінки-політичного лідера – це гармонійне поєднання компетентності, етичності, сильного характеру та соціальної відповідальності.

Тепер проаналізуємо уявлення про ідеальну жінку політичного-лідера (див. таблицю 2.2.).

Образ ідеальної жінки – політичного лідера у загальній вибірці. У структурі уявлень про ідеальну жінку – політичного лідера молодь вище за середній рівень оцінила характеристики (див. табл. 2): «має хороше здоров'я», «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «креативна», «підтримує інновації», «товариська», «близька до простих людей», «щаслива», «чуйна», «альтруїстична»; на високому рівні оцінили такі характеристики: «розумна», «досвідчена», «вміє ефективно керувати»,

«впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самотійна», «смілива», «принципова», «надійна», «порядна», «справедлива», «патріотично налаштована» і нижче середніх значень оцінили характеристику «сексуальна». Досить високі оцінки отримали характеристики, що відображають соціальну чутливість, людяність та гармонійність ролей: уміння поєднувати кар'єру й сім'ю, підтримка інновацій, чуйність, близькість до простих людей, креативність, альтруїзм. Молодь очікує від ідеальної лідерки не лише професійності, а і здатності залишатися емпатійною, доступною, відкритою до людей та їхніх потреб. Це показує, що образ ідеального лідерства для молоді має бути не сухо адміністративним, а людяним і соціально орієнтованим.

Високі оцінки стосуються професійних, моральних та вольових якостей, які молодь вважає фундаментальними для політичної ролі: розум, досвід, ефективне управління, рішучість, принциповість, відповідальність, сміливість, надійність, порядність. Ці характеристики створюють основу компетентної та етичної поведінки політика, тому для молоді вони є ключовими. Ідеальна лідерка повинна, на думку опитаних, бути не тільки чуйною, а й професійно сильною та морально стійкою.

Досить низька оцінка характеристики «сексуальна» пояснюється тим, що молодь чітко відмежовує політичну компетентність від зовнішньої привабливості. Сексуальність розглядається як нерелевантна, недоречна для оцінки політичного лідера, оскільки не має стосунку до виконання професійних обов'язків. Низький показник цієї риси свідчить про відхід молоді від сексуалізованих стереотипів та акцент на компетентності, етичності й людяності.

Середні оцінки отримали характеристики «молода», «приваблива», «м'яка», оскільки молоді люди, мабуть, радше фокусуються на професійних, інтелектуальних і вольових якостях, які вони вважають справді важливими для ефективного керівництва. Водночас такі характеристики, як молодість і привабливість, хоча й мають певне соціальне значення, не асоціюються з

компетентністю чи управлінськими здібностями, тому відходять на другий план. М'якість також отримує середні оцінки, оскільки в контексті політики вона часто сприймається як вторинна або навіть така, що може заважати прийняттю жорстких рішень. Отже, молодь не відкидає ці риси, але й не розглядає їх як ключові для ідеального політичного лідера, що й обумовлює їхній середній рівень значущості.

Таким чином, структура оцінок демонструє, що молодь бачить ідеальну жінку-лідера як поєднання професійної сили, моральної стійкості та глибоко людських, соціально орієнтованих рис, при цьому сексуальна привабливість не відіграє для неї значущої ролі.

Таблиця 2

Середні показники складових образу ідеальної жінки-політичного лідера

Характеристики	Загальна вибірка	Чоловіча група	Жіноча група
Молода	2,8	2,6	3,0
Приваблива	2,8	2,8	2,9
Сексуальна	1,8	1,6	2,0
Має хороше здоров'я	4,4	4,5	4,3
Вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя	4,2	4,1	4,3
Розумна	4,8	4,8	4,9
Досвідчена	4,6	4,6	4,5
Вміє ефективно керувати	4,7	4,7	4,6
Креативна	4,2	4,1	4,4
Підтримує інновації	4,4	4,4	4,4
Товариська	4,0	3,8	4,1
М'яка	2,8	2,8	2,9
Впевнена у собі	4,7	4,7	4,8
Рішуча	4,7	4,6	4,8
Відповідальна	4,8	4,6	4,9
Працелюбна	4,7	4,7	4,8
Самостійна	4,7	4,7	4,7
Смілива	4,6	4,5	4,6
Принципова	4,5	4,5	4,6
Надійна	4,7	4,6	4,8
Близька до простих людей	4,1	3,9	4,2
Порядна	4,6	4,6	4,7
Справедлива	4,6	4,7	4,9
Щаслива	4,0	3,9	4,2
Чуйна	3,5	3,4	3,7
Альтруїстична	3,5	3,3	3,7
Патріотично налаштована	4,7	4,6	4,8

**О
браз
ідеаль
ної
жінки
—
політи
чного**

лідера у групі чоловіків. Аналіз результатів групи чоловіків показав, що молодь вище середніх значень оцінює такі характеристики ідеальної жінки-політичного лідера як: «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «креативна», «підтримує інновації», «товариська», «близька до простих людей», «щаслива»; на високому рівні оцінює характеристики: «має хороше здоров'я», «розумна», «досвідчена», «вміє ефективно керувати», «впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самостійна», «смілива», «принципова», «надійна», «порядна», «справедлива», «патріотично налаштована» і досить низько оцінили характеристику «сексуальна». Досить високі оцінки отримали риси, що, мабуть, на думку опитаних, роблять лідерку соціально відкритою, комунікабельною та здатною

до людського стилю взаємодії: товарицькість, креативність, підтримка інновацій, близькість до простих людей, вміння поєднувати кар'єру й особисте життя. Для чоловіків ці характеристики важливі, оскільки вони сприймають їх як ті, що створюють «доступність» та «зрозумілість» політика для суспільства. Також висока оцінка «щаслива» говорить про очікування від ідеальної лідерки психологічної стабільності та гармонійного особистісного стану.

Високі оцінки охоплюють набір професійних і морально-вольових характеристик, які чоловіки традиційно асоціюють із сильним політичним лідером: розум, досвідченість, ефективне управління, рішучість, відповідальність, сміливість, принциповість, надійність, порядність. У чоловічій групі саме ці риси виступають «ядром» компетентності, тому вони займають найвищі позиції.

Досить низька оцінка характеристики «сексуальна» пояснюється тим, що чоловіки в контексті політики відокремлюють зовнішню привабливість від професійності. Сексуальність сприймається як незначущий, непродуктивний критерій оцінки політичного лідера, оскільки не приносить користі для реального управління та може знижувати серйозність образу. Це свідчить про прагнення оцінювати політика не через гендерні або стереотипні маркери, а через професійні та особистісні якості.

Отже, молодь чоловічої статі формує образ ідеальної жінки-політичної лідерки як сильної, принципової, професійної, але водночас відкритої, сучасної та соціально орієнтованої, а зовнішню сексуальність розглядає як вторинну й недоречну для політичної ролі.

Характеристики «молода», «приваблива», «м'яка», «чуйна», «альтруїстична» отримали посередні оцінки, оскільки чоловіки більше орієнтуються на професійні та управлінські якості, які прямо впливають на ефективність лідера, а не на емоційно-особистісні чи зовнішні риси. Для них компетентність, рішучість, впевненість і стратегічне мислення визначають успіх у політичній діяльності, тоді як м'якість, чуйність, альтруїзм та

привабливість сприймаються як додаткові або менш важливі якості. Крім того, чоловіки менш схильні до ідеалізації жіночого образу у політиці, тому ці риси оцінюються помірковано – вони розуміють їхню цінність, але не вважають необхідними для формування образу ідеального успішного політичного лідера. Такий підхід відображає більш прагматичне й критичне ставлення до жінок у політиці.

Образ ідеальної жінки – політичного лідера у групі жінок. Аналіз результатів жіночої групи показав, що оцінки вищі середнього рівня отримали характеристики: «має хороше здоров'я», «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «креативна», «підтримує інновації», «товариська», «близька до простих людей», «щаслива», «чуйна», «альтруїстична». На високому рівні жінки оцінили характеристики: «розумна», «досвідчена», «вміє ефективно керувати», «впевнена у собі», «рішуча», «відповідальна», «працелюбна», «самотійна», «смілива», «принципова», «надійна», «порядна», «справедлива», «патріотично налаштована» і низько оцінили характеристику «сексуальна».

Досить високі оцінки отримали характеристики, що відображають поєднання професійної ефективності та людяності. Для жінок важливо, щоб лідерка була не лише компетентною, а і психологічно стійкою, емпатійною, здатною розуміти потреби суспільства й працювати «на рівні з людьми». Тому такі риси, як уміння поєднувати кар'єру та особисте життя, чуйність, альтруїзм, близькість до людей, щасливість і креативність отримують високі бали – вони відображають очікування від політика балансу, гармонії й соціальної орієнтації. Молоді жінки добре знають, наскільки складно поєднувати різні ролі, тому особливо цінують у лідерці ту, хто це здатна робити.

Високі оцінки зосереджені на професійних, інтелектуальних та моральних якостях, які жінки вважають фундаментальними для політичного лідерства. Розум, досвідченість, ефективне управління, відповідальність, рішучість, справедливість, патріотичність, сміливість, порядність та

надійність – це основа образу сильної та компетентної лідерки. Жінки відзначають ті риси, які вважають критичними для виживання в політиці, де часто доводиться долати упередження, тиск і високі вимоги.

Низька оцінка характеристики «сексуальна» пов'язана з тим, що жінки особливо чутливі до проблеми сексуалізації жінок у суспільстві. Для них важливо, щоб політичну лідерку оцінювали за професійними досягненнями, моральністю та людськими якостями, а не через зовнішність. Низький показник демонструє запит на відхід від стереотипів, згідно з якими жінок часто розглядають через сексуальність, і підкреслює потребу визнавати їхню компетентність та лідерські здібності.

Середні оцінки отримали характеристики «молода», «приваблива», «м'яка», оскільки представниці жіночої аудиторії, оцінюючи ідеал політичного лідера, насамперед орієнтуються на професійні та особистісні якості, які забезпечують ефективне політичне лідерство – компетентність, досвід, моральну стійкість і здатність приймати важливі рішення. Риси зовнішності та емоційної м'якості сприймаються ними як бажані, але не визначальні для успіху в політиці, тому оцінюються помірковано. Також жінки більш критично підходять до формування ідеального образу, намагаючись поєднати власні уявлення про жіночу привабливість та чуйність із реалістичними очікуваннями щодо ролі жінки у сучасному політичному середовищі.

Отже, молодь жіночої статі уявляє ідеального політичного лідера-жінку як гармонійне поєднання професійності, моральної сили та соціальної емпатії, при цьому сексуальність вважається нерелевантною та зайвою для політичної ролі.

Порівняння образу ідеальної жінки – політичного лідера за статевими групами. В образі ідеальної жінки-політичного лідера жінки дещо вище (на рівні вище середніх значень) оцінили характеристики: «чуйна», «альтруїстична». У чоловічій групі ці характеристики мають

посереднє значення. А чоловіки високо оцінили характеристику «має хороше здоров'я», тоді як жінки оцінили цю характеристику як досить високу.

Відмінності між чоловічою та жіночою групами зумовлені різними акцентами, які респонденти обох статей роблять у своєму баченні ідеального політичного лідера-жінки. Жінки значно вище оцінюють характеристики «чуйна» та «альтруїстична», адже вони більше орієнтуються на емоційну підтримку, емпатію, здатність до турботи та людяність у лідерстві – якості, які для них є маркерами справедливості, моральності та безпечного соціального середовища. Натомість чоловіки ці риси сприймають менш пріоритетними, віддаючи перевагу більш "раціональним" чи функціональним характеристикам.

Водночас чоловіки значно вище оцінили характеристику «має хороше здоров'я», оскільки для них фізична витривалість і здатність до активної діяльності асоціюються з ефективним лідерством, тоді як жінки, хоча й вважають здоров'я важливим, сприймають його радше як один із багатьох компонентів успішності, а не ключовий критерій. Таким чином, відмінності пояснюються різною ціннісною орієнтацією: жінки спрямовані на емпатійність і соціальну підтримку, чоловіки – на силу, витривалість і функціональність лідера.

Загалом ідеальна жінка-політичний лідер уявленні сучасної молоді постає як компетентна, моральна та соціально орієнтована. Молодь бачить її фізично здоровою, здатною поєднувати політичну кар'єру та особисте життя, креативною, відкритою до інновацій, товариською, близькою до простих людей, щасливою. Жінки також уявляють ідеальну жінку-політичного лідера чуйною та альтруїстичною. Водночас вона має сильні професійно-вольові якості: є розумною, досвідченою, ефективною в управлінні, упевненою, рішучою, відповідальною, працелюбною, самостійною, сміливою, принциповою, надійною, порядною, справедливою та патріотично налаштованою. При цьому молодь практично не надає значення зовнішній сексуальності, що свідчить про орієнтацію на морально-інтелектуальні,

соціальні та управлінські якості як ключові критерії ідеального політичного жіночого лідерства.

Порівняння образів реальної та ідеальної жінки-лідера у загальній вибірці.

Порівнюючи образ сучасної (реальної) та ідеальної жінки-політичного лідера, можна відзначити як спільні риси, так і деякі відмінності.

У структурі уявлень вітчизняної молоді про реальну жінку-політичного лідера пріоритетне місце посідають інтелектуально-ділові та морально-етичні характеристики. Молоді люди бачать її як компетентну, здатну ефективно керувати командою та процесами, інтелектуально розвинену, рішучу, відповідальну, працелюбну, самостійну і принципову особу, яка може приймати виважені рішення, відстоювати власну позицію та бути моральним авторитетом для суспільства. У цьому образі важлива також товариськість, відкритість до комунікації та підтримка інновацій — риси, що підсилюють її реалістичну ефективність у сучасних політичних процесах. Причому для обох статевих груп зовнішня сексуальність практично не має значення, що свідчить про орієнтацію молоді на компетентність і професіоналізм замість зовнішніх атрибутів у політичній діяльності.

Ідеальний образ жінки-політика охоплює ширший спектр особистісних рис і відображає завищені очікування щодо її професійних та людських якостей. Поряд з інтелектуально-діловими та морально-вольовими характеристиками, які в ідеальному образі оцінюються високо, а в реальному образі – вище середніх значень, ставиться акцент на соціальній чутливості, емпатії та здатності до конструктивної взаємодії з людьми. Молодь очікує, що ідеальна лідерка буде здоровою, сміливою, принциповою, справедливою та надійною, а також чуйною, близькою до суспільства, щасливою, альтруїстичною й спроможною гармонійно поєднувати професійну діяльність з особистим життям. Ці додаткові риси відображають прагнення бачити в

політичній лідерці не лише сильного управлінця, а й гуманну, життєво збалансовану особистість.

Отже, реальний образ жінки-політичного лідера в уявленнях молоді зосереджений переважно на професійних та морально-етичних характеристиках, що забезпечують ефективність у політиці. Натомість ідеальний образ інтегрує ці якості з людяністю, соціальною емпатією та здатністю підтримувати високий рівень моральних цінностей. Це свідчить про бажання молоді бачити політичну лідерку не лише компетентною, а й емоційно чутливою, близькою до людей і здатною поєднувати лідерство з гуманністю та гармонією особистого життя.

2.3. Практичне впровадження результатів

Отримані результати можуть бути використані в освітньому процесі, зокрема під час викладання дисциплін «Соціальна психологія» та «Політична психологія» для студентів психологічних спеціальностей. Приклад розробки лекції подано нижче.

Тема: Особливості соціальних уявлень молоді про жінок-політичних лідерів.

Мета: ознайомити студентів з феноменами соціальних уявлень і стереотипів, чинниками, що визначають формування образу жінки-політичного лідера, його ключовими складовими, а також з результатами проведеного дослідження щодо особливостей уявлень вітчизняної молоді про жінок –політичних лідерів.

Хід лекції

I. Вступ

У сучасному суспільстві образ жінки-політика залишається суперечливим і неоднозначним, оскільки на його формування впливають гендерні стереотипи, медіа та соціальні очікування. Дослідження показують, що виборці висувають до жінок-лідерок значно ширші та жорсткіші критерії, ніж до чоловіків: від віку й зовнішності до поєднання фемінних і маскулінних рис. Водночас медіа та політичний маркетинг формують політичний імідж, роблячи його інколи важливішим за зміст професійної діяльності. Усе це обумовлює потребу в науковому аналізі особливостей уявлень про жінок у політиці та чинників, що визначають їхню легітимність і успішність у політичному процесі.

II. Основна частина

План лекції

1. Поняття феноменів соціальних уявлень та стереотипів. Чинники формування, структура, типологія.
2. Особливості соціальних уявлень молоді про жінок-політичних лідерів.

Рекомендована література:

1. Баюрчак Н. Формування іміджу політика через конструювання образу харизматичного лідера. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Політологія. Випуск 15. 2023. С. 5–10.
2. Бондаренко Л.О. Феномен соціальних уявлень к сучасній психології. *Актуальні проблеми психології*. Вип. 25. 2014. С. 55–63.
3. Власенко І., Сараненко А. Психологічний портрет жінки-політика в Україні: погляд молоді. *Молодий вчений*. 2024. Вип. 2(126). С. 34–39.
4. Горкавенко Н.В., Доскач С.С. Вплив соціальних уявлень студента на створення образу майбутньої професії психолога. *WORLD SCIENCE*. № 7(35), Vol. 3, July 2018. С. 34–41.
5. Гриценок Л. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження. Психологічні виміри особистісної взаємодії суб'єктів освітнього простору в контексті гуманістичної парадигми: зб. тез V

Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 22 квітня 2022 р.). Київ, 2022. С. 35–38.

6. Євміна Л.Д., Васильченко О.П. Теоретичний аналіз феномену соціальних уявлень. Збірник матеріалів IV міжнародної конференції «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку» 07 грудня 2022. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК». 2022. С. 376-377/

7. Єрмакова С., Апелът Г., Дуб В. Вплив соціальних стереотипів на прийняття життєвих рішень молоддю. *Наукові перспективи*. № 2(56). 2025. С. 1780–1792.

8. Політичне лідерство: навчальний посібник. В.А. Гапоненко, С.С. Бульбенюк, Н.М. Довганик та ін. Київ: КНЕУ, 2021. 324 с.

9. Політологія: навчально-методичний посібник (у схемах і таблицях). За ред. В.С. Бліхара. Львів: ПП «Арал», 2018. 540 с.

10. Полторак В.А., Зоська Я.В., Стадник А.Г. Соціальні стереотипи і громадська думка. Одеса, 2020. Вип. 27. С. 115–122.

Зміст лекції

1. Поняття феноменів соціальних уявлень та стереотипів. Чинники формування, структура, типологія.

Інтерес у вивченні соціальних уявлень зумовлений передусім тим, що вони виступають одним із чинників, які суттєво впливають на поведінку як соціальних груп, так і окремих індивідів. З'явившись у 1960-х роках як дослідницький концепт західноєвропейської соціальної психології – у відповідь на американську психологічну парадигму – поняття «соціальні уявлення» згодом набуло поширення й в інших галузях наукових досліджень, зокрема у психології здоров'я, освіти та розвитку.

Дослідженню соціальних уявлень як складової соціального мислення, а також як чинника формування суспільних норм і моделей поведінки особистості присвячено роботи С. Московічі, А. Тешфела, Д. Жодле, Ж.-К.

Абрика, В. Дуаза, Р. Харре. Засновником концепції соціальних уявлень вважається С. Московічі. Науковці підкреслюють, що теоретичними витоками цієї концепції стали ідеї Е. Дюркгейма про колективні уявлення. Вчений підкреслив, що у людей існує два типи свідомості: індивідуальна – що характеризує кожну особу як окрему індивідуальність, і колективна – спільна для будь-якої соціальної групи. Саме колективна свідомість виявляється у колективних уявленнях. Колективні уявлення, за словами Е. Дюркгейма, «не виникають з окремих індивідів, узятих ізольовано один від одного, а формуються через їхнє об'єднання». Також положення Ж. Піаже щодо способів, за допомогою яких діти формують значення та соціальну реальність, і міркування З. Фрейда про те, як зовнішні події й явища інтегруються у внутрішній світ і світогляд людини, стали основою концепції соціальних уявлень.

Розвиваючи ідеї Е. Дюркгейма, С. Московічі вважає, що соціальні уявлення не є тотожними колективним уявленням, про які говорив Е. Дюркгейм. Вони радше не є проявом колективної, надіндивідуальної свідомості, а становлять «факт індивідуальної свідомості – психосоціальне явище, що поєднує в собі когнітивний та емоційний компоненти».

Під соціальними уявленнями, С. Московічі розумів «когнітивні системи, що мають власну логіку та мову», у межах яких «відображаються не просто думки, образи чи ставлення до певного об'єкта, а ціла теорія або навіть галузь знань у своєму особливому розумінні – як спосіб ідентифікації та організації реальності». Тобто, йдеться про те, як наукове знання, перетворюючись на елемент повсякденної свідомості, стає складовою частиною соціального світу пересічної людини.

Ключовим положенням теорії соціальних уявлень є визначення їхнього психологічного статусу. Соціальні уявлення розглядаються як особлива форма знань, що поєднує два компоненти: понятійний, властивий науковому мисленню, та образний, характерний для буденного мислення. На рівні соціальних уявлень буденне мислення збагачується науковими ідеями,

перетворюючи абстрактні поняття на наочні образи; соціальні уявлення надають ідеям конкретності й відчутної форми.

У структурі соціального уявлення С. Московічі виділив кілька основних компонентів.

Перший – інформація або зміст, що надходить із різних джерел у процесі навчання та соціальної взаємодії. Вона має три виміри:

- а) образний – ментальні образи, пов'язані з певним явищем;
- б) символічний – надання явищу значення, можливість його передачі через мову;
- в) афективний – емоційні оцінки, які формуються суспільством або особистістю.

Другий компонент – поле уявлення, тобто контекст, у межах якого формується саме уявлення та з чим воно асоціюється.

Третім компонентом є настанова, що відображає ставлення суб'єкта до об'єкта уявлення і проявляється у готовності висловлювати певні оціночні судження. Вважається, що настанова є первинною в структурі соціального уявлення, адже може існувати навіть за браку інформації чи нечіткого поля уявлень. Вона формується як результат засвоєння інформації та смислових рамок, визначених полем уявлень, на основі власного досвіду.

За С. Московічі, на процес творення соціальних уявлень впливають дві групи чинників.

Перша група – зовнішні чинники, які визначають етапи перетворення наукових знань у свідомості людини. На першому етапі відбувається персоніфікація наукових ідей та явищ, коли певна теорія асоціюється з її автором. Наприклад, теорія піраміди потреб – із А. Маслоу, теорія соціального навчіння – із А. Бандурою, теорія архетипів – з К. Юнгом. На другому етапі відбувається об'єктивація – відбір окремих елементів наукового знання з його первісного контексту. Ці елементи згодом засвоюються буденною свідомістю як норми сприйняття соціальної реальності. Третій етап – формування фігуративної схеми, яка стає ядром

соціальних уявлень. Вона узагальнює основні поняття, ознаки об'єктивних явищ та просту структуру їхніх взаємозв'язків. Фігуративна схема є своєрідною спрощеною візуалізацією наукових ідей і понять.

Друга група – внутрішні чинники, що охоплюють зміни, які відбуваються всередині самих соціальних уявлень. С. Московічі розглядає ці процеси як механізм освоєння нового або незвичного через його інтерпретацію за допомогою вже знайомого. У межах когнітивістської методології він описує цей процес як включення нових знань у вже функціонуючу систему інтелектуально-сміслових структур особистості. «Незвичне» за С. Московічі це те, що для людини є зовнішнім, далеким; те, що суперечить ustalеним нормам і правилам його поведінки; усе, що є надмірним для людини – нова інформація, нові відносини чи поняття.

Існують такі функції соціальних уявлень:

1. Функція пізнання: за своїм походженням вона є більш трансформаційною, ніж інформаційною. Соціальні уявлення допомагають спрощувати складну інформацію, перетворюючи когнітивні елементи знань у наочні образи. Ця функція відображає процес перетворення суспільних надбань у суб'єктивні знання та дії людини, а також характеризує взаємозв'язок між індивідом і суспільством.

2. Адаптаційна функція: її зміст полягає в тому, щоб пристосовувати соціальні факти й явища до вже сформованих у свідомості поглядів, оцінок і уявлень. Таким чином, соціальні уявлення виступають засобом адаптації нових або минулих подій до знайомої системи знань, сприяючи збереженню цілісної картини світу.

3. Регулятивна функція: полягає у впливі на формування та спрямування поведінки людини, а також на соціальні комунікації. Соціальні уявлення виконують роль механізму, який підтримує комунікацію в групі, визначає цінності та норми, що регулюють поведінку її учасників.

Термін «соціальний стереотип» вперше запровадив американський соціолог Уолтер Ліппман у 1922 році. Він визначав стереотип як спрощене,

вже сформоване в суспільній свідомості уявлення, яке не обов'язково базується на особистому досвіді людини. На думку Ліппмана, стереотипи – це впорядковані, схематизовані й культурно зумовлені образи світу, що допомагають людині спрощувати складну соціальну реальність, захищати власні цінності та позиції, а також підтримувати традиції й звички. Водночас соціолог наголошував, що стереотип має негативне забарвлення, оскільки пов'язаний із неповнотою та неточністю інформації. Зазвичай він виникає на основі обмеженого досвіду, через що людина робить узагальнені або хибні висновки щодо певних явищ чи соціальних груп.

Механізмами творення соціальних стереотипів є такі:

1. Через енкультурацію: у кожній культурі існують певні уявлення про інші народи та соціальні групи. Стереотипи найчастіше формуються щодо тих, з ким відбувається регулярна взаємодія або конфлікти (теперішні чи минулі). Такі уявлення передаються з покоління в покоління, від батьків до дітей, стаючи частиною культурної спадщини.

2. У процесі міжособистісного спілкування: стереотипи закріплюються та розвиваються через контакти з родичами, друзями, учителями, колегами та іншими людьми, які передають власні установки й погляди.

3. На основі особистого досвіду: індивід може сформувати певне уявлення про соціальну чи етнічну групу, спираючись на обмежену кількість особистих контактів. Наприклад, зустріч із кількома доброзичливими людьми певної національності може призвести до формування позитивного стереотипу, тоді як негативний досвід – до упередженого сприйняття всієї групи. Такий процес часто супроводжується узагальненням і спрощенням інформації.

4. Під впливом засобів масової інформації: телебачення, преса, Інтернет і соціальні мережі мають потужний вплив на масову свідомість, створюючи й поширюючи стереотипізовані образи культур, соціальних груп чи професій. Н. Лютко зазначає, що медіа-стереотипи можуть впливати не лише на приховані установки, а й на відкрите соціальне поведіння, визначаючи, як

люди сприймають і взаємодіють із представниками інших груп. Тому усвідомлення ролі ЗМІ у формуванні стереотипів є важливим кроком до розвитку гуманного, критичного та відкритого суспільства.

Загалом, соціальні уявлення є ключовим механізмом осмислення й організації соціальної реальності, поєднуючи індивідуальну та колективну свідомість і допомагаючи людям інтерпретувати нові явища та вибудовувати поведінкові стратегії. У концепції С. Московічі вони постають як когнітивно-емоційні системи, що трансформують наукове й буденне знання у форми повсякденної свідомості. Їхня структура охоплює інформаційний, контекстуальний та оціночний компоненти, а функції — пізнавальну, адаптаційну й регулятивну — забезпечують орієнтацію особистості в соціальному середовищі. Важливим елементом соціальних уявлень є стереотипи: вони спрощують складну реальність і полегшують соціальну категоризацію, водночас можуть спричиняти викривлення та упередження. Особливо значущими є гендерні стереотипи, які впливають на соціалізацію, формування ролей та міжособистісні взаємини. Загалом соціальні уявлення й стереотипи є необхідними для навігації в суспільстві, проте їхнє спрощення може обмежувати сприйняття світу та сприяти виникненню нерівностей, що підкреслює важливість їх всебічного дослідження.

2. Особливості соціальних уявлень молоді про жінок-політичних лідерів.

Проблематика сприймання жінок у ролі політичних лідерів набуває дедалі більшої актуальності в умовах сучасних демократичних трансформацій. Попри поступове збільшення кількості жінок у політиці, їхня участь у процесах прийняття рішень усе ще супроводжується низкою стереотипів і соціальних бар'єрів. Те, як громадяни сприймають жінок-лідерок, суттєво залежить від комплексу чинників: статі, віку, освіти, політичних уподобань, культурних установок та рівня гендерної соціалізації.

У наукових дослідженнях наголошується, що ставлення до жінок-політикинь формується не лише на основі їхніх професійних компетенцій, а й під впливом усталених у суспільстві уявлень про «традиційні» ролі жінки та чоловіка. Тому аналіз тенденцій сприймання жінок як політичних лідерів дає змогу краще зрозуміти механізми громадської думки, виявити ключові бар'єри та чинники підтримки, а також спрогнозувати перспективи гендерного балансу в політичному просторі.

У дослідженні психосемантичних уявлень студенток про «успішну українську жінку в політиці» Н. Савелюк, і О. Кікінеджи встановлено, що найзначущішим фактором виявилася «моральна атрактивність». Цей фактор формує смислове ядро образу та пов'язаний із високими показниками за шкалами «хороша», «життєрадісна», «приємна», «добра» і «рідна». У цьому контексті типові фемінні характеристики, такі як «відкрита» чи «м'яка», набувають додаткових морально значущих конотацій — емоційної близькості, тепла, прийнятності. Це дозволяє припустити, що в уявленні студенток образ успішної політикині частково проектується на фігуру матері або іншої значущої жінки з близького оточення. Значна частина рис у дослідженні Н. Савелюк і О. Кікінеджи щодо образу жінок відповідає традиційним уявленням про маскуліність – зокрема, такі як «розумна», «активна», «сильна» тощо, що свідчить про поєднання в уявному образі політикині як рис моральної привабливості, так і характеристик, асоційованих із силою та ефективністю.

У юнаків найсуттєвіший фактор у вербалізованому образі «успішної жінки в українській політиці» формується поєднанням морально значущих характеристик (зокрема, «чиста») та рис, традиційно віднесених до маскулінного стереотипу («розумна», «сильна», «активна»). Тобто, якщо студентки частіше проектують на цей образ «материнські» риси, то юнаки схильні наділяти політикиню якостями, близькими до «батьківської» моделі, що узгоджується із загальними механізмами гендерної ідентифікації. У

сукупності у юнаків сформований змішаний морально-маскулінний образ сучасної жінки-політика.

У дослідженні І. Власенко і Д. Сараненко, був сформований психологічний портрет сучасної української жінки-політики на основі опитування молоді. Серед характеристик образу жінки-політика, які назвали респондентки, домінують такі риси, як стійкість, впевненість, відповідальність, чесність та інтелект. Відповіді респондентів-чоловіків дещо відрізняються: вони додатково підкреслювали рішучість, наполегливість і цілеспрямованість. Обидва переліки загалом відображають поєднання маскулінних і фемінних якостей, серед яких провідними є маскулінні риси — інтелект, стійкість та впевненість. Таким чином, узагальнений портрет жінки-політика постає як поєднання позитивних маскулінних та фемінних характеристик, тобто має ознаки андрогінного типу.

Отримані дані дослідження також свідчать про те, що вікові характеристики відіграють помітну роль у формуванні образу політичних лідерів, зокрема жінок. На запитання «Чи важлива вікова характеристика для образу жінки-політика?» ствердно відповіла майже половина респондентів, причому жінки частіше визнавали значущість віку (54,5%), ніж чоловіки (42,2%). Загалом такі результати вказують на те, що суспільство пов'язує політичну компетентність і довіру до лідера – незалежно від статі – з віком, який асоціюється з досвідом, професійною зрілістю та стабільністю.

Проведене авторське дослідження уявлень молоді про жінок-політичних лідерів показало такі результати. Сучасний образ жінки-політичного лідера, сформований уявленнями молоді, постає як поєднання високого професіоналізму, моральної стійкості та особистісної зрілості. Це жінка з добрим здоров'ям, інтелектуально розвинена, досвідчена та здатна ефективно керувати командою й процесами. Вона креативна, підтримує ініціативи та інновації, вирізняється товариськістю та впевненістю в собі, що робить її відкритою до комунікації та співпраці. У її характері домінують рішучість, відповідальність, працелюбність і самостійність, доповнені

сміливістю, принциповістю та справедливістю, що дозволяє їй приймати виважені рішення й відстоювати власну позицію. Молодь також підкреслює її надійність і порядність, вбачаючи в ній моральний авторитет. Жінки особливо акцентують на здатності поєднувати політичну кар'єру з особистим життям — як на ознаці справжньої життєвої стійкості. Для молоді сексуальність не є важливою характеристикою політичної лідерки, адже вона не визначає її професійність і не пов'язана з політичною ефективністю. Таким чином, портрет сучасної жінки-політичного лідера — це гармонійне поєднання компетентності, етичності, сильного характеру та соціальної відповідальності.

Порівняння між групами молоді чоловічої і жіночої статі показало такі результати. Жінки значно вище оцінюють характеристики «вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя», «досвідчена», «підтримує інновації», «надійна» та «порядна», тому що ці риси напряму пов'язані з тими соціальними викликами, з якими вони самі стикаються або спостерігають у житті інших жінок. Вони краще розуміють складність балансування між роботою й особистим життям, тиск суспільних очікувань, потребу в високій надійності та етичності, а також прагнення до постійного розвитку й інновацій. Для жінок ці характеристики є не просто професійними, а екзистенційно важливими маркерами реальної жіночої стійкості, тому вони оцінюють їх значно вище.

Натомість у чоловічій групі ці риси мають посередні значення, оскільки чоловіки часто не переживають тих самих соціальних ролей та подвійних стандартів. Вони сприймають лідерство переважно через призму ефективності, сили й компетентності, а не через питання поєднання ролей, етичної стійкості чи інноваційного підходу, які жінки бачать як визначальні. Тому чоловіки схильні недооцінювати ті характеристики, які для жінок мають центральне значення у формуванні ідеального образу жінки-політичного лідера.

Портрет ідеальної жінки-політичного лідера в уявленні сучасної молоді постає як образ компетентної, моральної та соціально орієнтованої лідерки. Молодь бачить її фізично здоровою, здатною поєднувати політичну кар'єру та особисте життя, креативною, відкритою до інновацій, товариською, близькою до простих людей, щасливою, чуйною та альтруїстичною. Водночас вона має сильні професійно-вольові якості: є розумною, досвідченою, ефективною в управлінні, упевненою, рішучою, відповідальною, працелюбною, самостійною, сміливою, принциповою, надійною, порядною, справедливою та патріотично налаштованою. При цьому молодь практично не надає значення зовнішній сексуальності, що свідчить про орієнтацію на морально-інтелектуальні, соціальні та управлінські якості як ключові критерії ідеального політичного жіночого лідерства.

Порівняння між групами молоді чоловічої і жіночої статі показало такі результати:

Жінки значно вище оцінюють характеристики «чуйна» та «альтруїстична», адже вони більше орієнтуються на емоційну підтримку, емпатію, здатність до турботи та людяність у лідерстві — якості, які для них є маркерами справедливості, моральності та безпечного соціального середовища. Натомість чоловіки ці риси сприймають менш пріоритетними, віддаючи перевагу більш "раціональним" чи функціональним характеристикам.

Водночас чоловіки значно вище оцінили характеристику «має хороше здоров'я», оскільки для них фізична витривалість і здатність до активної діяльності асоціюються з ефективним лідерством, тоді як жінки, хоча й вважають здоров'я важливим, сприймають його радше як один із багатьох компонентів успішності, а не ключовий критерій. Таким чином, відмінності пояснюються різною ціннісною орієнтацією: жінки — на емпатійність і соціальну підтримку, чоловіки — на силу, витривалість і функціональність лідера.

Порівнюючи образ сучасної (реальної) та ідеальної жінки-політичного лідера, можна відзначити як спільні риси, так і деякі відмінності.

У політичних уявленнях молоді образ реальної жінки- політичного лідера формується передусім на основі професійних і морально- ділових якостей. Молоді люди бачать її як компетентну, здатну ефективно керувати командою та процесами, інтелектуально розвинену, рішучу, відповідальну, працелюбну, самостійну і принципову особу, яка може приймати виважені рішення, відстоювати власну позицію та бути моральним авторитетом для суспільства. У цьому образі важлива також товариськість, відкритість до комунікації та підтримка інновацій — риси, що підсилюють її реалістичну ефективність у сучасних політичних процесах. Причому для обох статевих груп зовнішня сексуальність практично не має значення, що свідчить про орієнтацію молоді на компетентність і професіоналізм замість зовнішніх атрибутів у політичній діяльності.

Ідеальний образ жінки- політичного лідера, сформований молоддю, розширює і підвищує спектр очікуваних рис, поєднуючи ті самі ключові професійні та морально- вольові характеристики з додатковими соціальними і людськими якостями. Окрім компетентності, ефективності, впевненості, принциповості та відповідальності, ідеальна політична лідерка повинна бути близькою до простих людей, щасливою, чуйною, альтруїстичною та здатною поєднувати політичну кар'єру з особистим життям. Ці додаткові риси відображають уявлення молоді про соціальну емпатію, здатність до співпраці, моральну чутливість і гармонію між професійною роллю та людськими стосунками.

Таким чином, реальний образ жінки- лідерки для молоді передусім є практичним і професійно орієнтованим, віддзеркалюючи ті риси, що забезпечують фактичну дієздатність у політичній діяльності. Натомість ідеальний образ поєднує професійність із соціально- орієнтованими якостями, що свідчить про прагнення молоді бачити лідерку не лише як

ефективного управлінця, а й як морально та соціально чутливу фігуру, здатну поєднувати владну функцію з турботою про людей і стійкі життєві цінності.

Питання для перевірки знань:

1. Дайте визначення поняття соціальні уявлення. У чому полягає їхня ключова особливість?
2. Які компоненти структури соціальних уявлень виділяв С. Московічі?
3. У чому полягає відмінність між соціальними уявленнями та колективними уявленнями за Е. Дюркгеймом?
4. Назвіть основні функції соціальних уявлень. Як вони проявляються у повсякденній взаємодії людей?
5. Що таке соціальний стереотип? Які риси цього поняття визначав У. Ліппман?
6. Які основні механізми формування соціальних стереотипів?
7. Охарактеризуйте особливості уявлень молоді щодо сучасних (реальних) жінок-політичних лідерів і ідеальних жінок-політичних лідерів.

ВИСНОВКИ

1. Соціальні уявлення – це когнітивно-емоційні системи, що поєднують наукове та буденне знання, трансформуючи його у елементи повсякденної свідомості та дозволяючи людям осмислювати й впорядковувати соціальну реальність. Вони забезпечують зв'язок між індивідуальною та колективною свідомістю, надають новим явищам конкретності та форми, допомагають орієнтуватися у соціальному середовищі та формувати поведінкові стратегії. За С. Московічі, структура соціальних уявлень включає інформаційний компонент, контекстуальний компонент та оціночний компонент. Основні функції соціальних уявлень – пізнавальна, адаптаційна та регулятивна. Формування соціальних уявлень визначається зовнішніми (персоніфікація наукових ідей, об'єктивація знань, формування фігуративних схем) та внутрішніми (інтеграція нового знання у вже існуючу систему когнітивно-смыслових структур особистості, освоєння незвичного через знайоме) чинниками. Соціальний стереотип – це спрощене, впорядковане та культурно зумовлене уявлення про соціальні групи, явища чи об'єкти, що допомагає швидко орієнтуватися в соціальній реальності, але може призводити до упереджень і викривлення інформації. Виокремлюють гендерні, професійні, етнічні, релігійні, політичні, етичні, побутові та естетичні стереотипи. Вони формуються через енкальтурацію, міжособистісне спілкування, особистий досвід та вплив засобів масової інформації, що одночасно є природним і соціально детермінованим процесом, особливо значущим для формування гендерних очікувань і моделей поведінки молодого покоління.

2. Образ політичного лідера – це складний соціально-психологічний конструкт, що поєднує реальні особистісні та професійні якості лідера, результати його діяльності, а також уявлення, створені засобами масової інформації, рекламою та суспільними стереотипами. Він формується як відображення реальних характеристик лідера та проєкція очікувань і уявлень громадян. Структура образу включає три основні компоненти: образ-знання,

образ-значення, образ бажаного майбутнього. До складу образу політичного лідера входять також особистісні характеристики (вік, стать, національність, темперамент, риси характеру, стиль керівництва), соціальні характеристики (сімейний стан, соціальний статус, зайнята посада, матеріальний рівень, зв'язок з народом) та символічний компонент (персоніфікація політичного курсу, ідеології чи напрямку). Формування змісту політичного образу зумовлюється взаємодією об'єктивних факторів (національні традиції, тип політичної системи, культура, соціально-економічний рівень, характер комунікації влади з суспільством), суб'єктивних факторів (особисті риси лідера, його зовнішність, вік, стать, сімейний і матеріальний статус, стиль поведінки) та ситуативних чинників (соціально-економічний поділ суспільства, політична та економічна стабільність, культурно-історичні традиції, політичний маркетинг).

3. Наукові дослідження (Н. Савелюк, О. Кікінеджи, І. Власенко, Д. Сараненко, С. Денисюк, Ю. Кобець) показують, що громадяни оцінюють жінок-політичних не лише за їхніми професійними компетенціями, а й через призму традиційних уявлень про гендерні ролі, очікуваної моральності, привабливості, доброзичливості та водночас здатності проявляти силу, рішучість і ефективність. Важливу роль у формуванні сприймання відіграють зовнішність, стиль поведінки та медійна репрезентація, причому габітарний компонент іміджу для жінок у політиці значно вагоміший, ніж для чоловіків. Водночас дослідження свідчать про поступове формування андрогінного образу «ідеальної політичної», що поєднує фемінні та маскуліні риси, а також про поступове зростання визнання професійних якостей жінок та їхньої компетентності. Основна тенденція сприймання жінок-політичних у сучасному суспільстві – поступовий перехід до більш рівноправного оцінювання, де пріоритет надається професійним та лідерським якостям, а не гендерним стереотипам.

4. Емпіричне дослідження уявлень вітчизняної молоді про жінок – політиків дало змогу констатувати наступне. Образ реальної жінки –

політичного лідера у загальній вибірці формується на основі професійних, інтелектуальних та морально-вольових якостей. Молодь високо оцінює риси, такі як розум, здатність ефективно керувати, креативність, рішучість, відповідальність, порядність, патріотичність та працелюбність. Характеристика «сексуальна» отримала найнижчі оцінки. Посередні оцінки отримали риси «молода», «приваблива», «досвідчена», «вміє поєднувати кар'єру та особисте життя», «м'яка», «чуйна», «альтруїстична», «щаслива», «близька до простих людей».

Чоловіки високо оцінюють професійні, інтелектуальні та вольові риси жінок-політичних лідерів, такі як: розум, досвід, здатність ефективно керувати, рішучість, відповідальність і сміливість. Низькі оцінки отримала характеристика «сексуальна». Посередньо оцінюються риси, пов'язані із зовнішністю, емоційністю та соціальною близькістю, такі як молодість, привабливість, м'якість, близькість до простих людей. Жінки також високо оцінюють професійні та моральні якості, а крім того – здатність поєднувати політичну кар'єру та особисте життя. Низькі оцінки, як і у чоловічій групі отримала характеристика «сексуальна». Посередні оцінки отримали риси, пов'язані з зовнішністю, жіночністю та емоційною доступністю, такі як молодість, привабливість, м'якість, чуйність, альтруїзм і щастя. Спільним для обох груп є високі оцінки професійних, інтелектуальних і вольових якостей та низькі оцінки сексуальності. Відмінність полягає в тому, що жінки більше акцентують на поєднанні кар'єри та особистого життя, етичності та здатності до адаптації, тоді як чоловіки більше орієнтуються на ефективність, раціональність і компетентність. Загалом, образ реальної жінки-політика у молоді формується як поєднання професійності, відповідальності та моральності, де традиційні гендерні стереотипи поступово втрачають значення, а зовнішність і сексуальність відходять на другий план.

5. Образ ідеальної жінки – політичного лідера у загальній вибірці формується на основі поєднання професійних, моральних та соціально орієнтованих рис. Молодь вважає ключовими такі характеристики: розум,

досвід, здатність ефективно керувати, рішучість, впевненість у собі, відповідальність, працелюбність, самостійність, сміливість, принциповість, надійність, порядність, справедливість та патріотизм. Одночасно високо оцінюються риси, що відображають соціальну чутливість і людяність: здатність поєднувати політичну кар'єру та особисте життя, чуйність, альтруїзм, близькість до простих людей, товарицькість, креативність, щасливість. Низькі оцінки отримала характеристика «сексуальна». Посередні оцінки отримали риси «молода», «приваблива», «м'яка».

У чоловічій групі високі оцінки отримали професійні, морально-вольові характеристики та риси, що створюють доступність і соціальну відкритість лідерки (товарицькість, креативність, підтримка інновацій, поєднання кар'єри та особистого життя, щасливість). Посередньо оцінені характеристики «молода», «приваблива», «м'яка», «чуйна», «альтруїстична». У жіночій групі, окрім високих оцінок професійних та моральних рис, особливу вагу надають соціально-емоційним характеристикам: чуйність та альтруїзм оцінені вище, ніж у чоловіків. Посередньо оцінені «молода», «приваблива», «м'яка», що свідчить про фокус на компетентності та життєвій стійкості лідерки. Спільними рисами для обох груп є високі оцінки професійних, моральних і вольових якостей та низькі оцінки сексуальності. Відмінність полягає в акценті: жінки більше цінують емпатію, альтруїзм і соціальну чутливість, чоловіки – фізичну витривалість, раціональність та управлінські навички.

6. Порівняння образів реальної та ідеальної жінки- політичного лідера у загальній вибірці показує наявність спільного та відмінного в оцінках складових цих образів. Реальна лідерка сприймається передусім через професійні та морально- ділові характеристики: вона компетентна, здатна ефективно керувати, інтелектуально розвинена, рішуча, відповідальна, працелюбна, самостійна та принципова. Важливими також є її товарицькість, відкритість до комунікації та підтримка інновацій. При цьому зовнішня сексуальність практично не має значення. Ідеальний образ жінки- лідера

включає всі ключові професійні та морально-вольові характеристики реальної лідерки (хоча оцінюються вони вище, порівняно з цими самими характеристиками реального образу) та доповнюється соціальними і людськими рисами: близькістю до простих людей, щасливістю, чуйністю, альтруїзмом і здатністю поєднувати політичну кар'єру з особистим життям.

7. Отримані результати доцільно інтегрувати в освітній процес, зокрема під час викладання дисциплін «Соціальна психологія» та «Політична психологія» для студентів психологічних спеціальностей. На основі проведеного дослідження було підготовлено конспект лекції, спрямований на ознайомлення студентів із феноменом соціальних уявлень, чинниками формування їх, особливостями конструювання образу жінки-політичного лідера молоддю, а також із ключовими результатами авторського дослідження.

Перспективу подальших досліджень бачимо у вивченні індивідуально-психологічних та соціально-психологічних чинників уявлень про політичних лідерів, а також дослідженні динаміки цих уявлень.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баюрчак Н. Формування іміджу політика через конструювання образу харизматичного лідера. *Вісник Прикарпатського університету*. Серія: Політологія. Випуск 15. 2023. С. 5–10.
2. Бондаренко Л.О. Феномен соціальних уявлень к сучасній психології. *Актуальні проблеми психології*. Вип. 25. 2014. С. 55–63.
3. Виборці та їхні лідери. Дослідження вподобань виборців щодо образу політичного лідера національного та локального рівнів. URL: <https://fama.agency/portfolio/vybortsi-ta-yihni-lidery-doslidzhennya-vpodoban-vybortsiv-shhodo-obrazu-politychnogo-lidera-natsionalnogo-ta-lokalnogo-rivniv/> (дата звернення 19.11.2025).
4. Власенко І., Сараненко А. Психологічний портрет жінки-політика в Україні: погляд молоді. *Молодий вчений*. 2024. Вип. 2(126). С. 34–39.
5. Горкавенко Н.В., Доскач С.С. Вплив соціальних уявлень студента на створення образу майбутньої професії психолога. *WORLD SCIENCE*. № 7(35). Vol. 3. July 2018. С. 34–41.
6. Гриценок Л. Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження. Психологічні виміри особистісної взаємодії суб'єктів освітнього простору в контексті гуманістичної парадигми: зб. тез V Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 22 квітня 2022 р.). Київ, 2022. С. 35–38.
7. Денисюк С. Гендерні аспекти формування іміджу політичного лідера. *Політичний менеджмент*. 2007. Вип. 2. С. 106–113.
8. Євміна Л.Д., Васильченко О.П. Теоретичний аналіз феномену соціальних уявлень. Збірник матеріалів IV міжнародної конференції «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку» 07 грудня 2022. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК». 2022. С. 376-377/
9. Єрмакова С., Апелът Г., Дуб В. Вплив соціальних стереотипів на

прийняття життєвих рішень молоддю. *Наукові перспективи*. № 2(56). 2025. С. 1780–1792.

10. Кобець Ю. Використання опитувань громадської думки в дослідженні іміджу в політиці. *I International science conference on multidisciplinary research*. Berlin, 19–21 January. С. 90–903.

11. Лютко Н. Стереотипи у міжкультурній комунікації. Зб. матеріалів V Міжнародної наукової конференції. Київ, 2023. С. 77–80.

12. Максименцева Н. Політичне лідерство у виборчому процесі як форма реалізації гендерних прав: юридичний аспект. *Юридичний вісник*. 2023. Вип. 4. С. 53–59.

13. Мельничук Н.Б. Особливості формування образу політичного лідера в сучасних умовах. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 103(1). С. 140–143.

14. Милосердна І.М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 118–133.

15. Мирошник О. Соціальні уявлення та психологія масової поведінки. Синергетичний підхід до проектування життєвого простору особистості. Збірник наукових матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка 27-28 квітня 2023 року. Полтава. 2023. С. 174-178

16. Морарь М.В. Політичне лідерство в сучасній Україні: проблеми становлення та розвитку. *Грані*. 2017. Т. 20. № 2(142). С. 5–9.

17. Політичне лідерство: навчальний посібник. В.А. Гапоненко, С.С. Бульбенюк, Н.М. Довганик та ін. Київ: КНЕУ, 2021. 324 с.

18. Політологія: навчально-методичний посібник (у схемах і таблицях). За ред. В.С. Бліхара. Львів: ПП «Арал», 2018. 540 с.

19. Полторак В.А., Зоська Я.В., Стадник А.Г. Соціальні стереотипи і громадська думка. Одеса, 2020. Вип. 27. С. 115–122.

20. Прокопчук І.І. Образ ідеального політичного лідера в масовій свідомості українців. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. Вип. 14(28). С. 203–213.
21. Прокопчук І.І. Іміджмейкінг політичного іміджу жінок-кандидатів. *Наукові перспективи*. 2023. Вип. 10(40). С. 254–268.
22. Рум'янцева П.Ю. Особливості формування образу політичного лідера в мережі Інтернет. Матеріали Всеукраїнської конференції. Вінниця, 2020. С. 207–210.
23. Савелюк Н., Кікінеджи О. Психосемантичні виміри образу успішної в українській політиці жінки. Переяслав-Хмельницький. 2022. С. 89–94.
24. Секунова Ю., Товкун І. Політичне лідерство в Україні: жіночий аспект. *Вчені записки ТНУ ім. Вернадського*. 2019. Т. 30(69), № 4. С. 69–73.
25. Скнар О. Соціально-психологічні моделі поведінки політичних лідерів. *Соціальна психологія*. 2004. № 3. С. 39–46.
26. Соціальні уявлення молоді. Особливості та шляхи формування. Колективна монографія. За ред. І.В. Жадан. Київ: Педагогічна думка, 2007. 219 с.
27. Трушевич Г. Феномен політичного лідерства В. Зеленського: аналіз складових елементів. *Наукові праці МАУП*. Вип. 3(75). 2024. С. 98–103.
28. Юшина Н. Теорія знаків як метод дослідження політичного образу. *Вісник Львівського університету*. Серія філос.-політолог. студії. 2011. Вип. 1. С. 329–336.
29. Lippmann, W. *Public Opinion*. The Free Press. 1965.
30. Moscovici S. The phenomenon of social representations. In: *Social representations...* New York University Press, 2000. P. 18–77.
31. Moscovici S. Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 1988, 18(3), 211–250.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Авторська анкета вивчення особливостей
уявлень молоді про жінок-політичних лідерів**

Шановні друзі! Просимо Вас узяти участь у дослідженні, метою якого є вивчення молодіжних уявлень про жінок-політичних лідерів. Дослідження анонімне, неправильних відповідей тут немає. Будь-ласка, будьте щирими.

Стать: 1) жіноча; 2) чоловіча Вік _____ років

Завдання 1. За 5-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 5 – максимальний) оцініть ступінь вираженості характеристик, наявних у більшості сучасних жінок – політичних лідерів.

Молода	1	2	3	4	5
Приваблива	1	2	3	4	5
Сексуальна	1	2	3	4	5
Має хороше здоров'я	1	2	3	4	5
Вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя	1	2	3	4	5
Розумна	1	2	3	4	5
Досвідчена	1	2	3	4	5
Вміє ефективно керувати	1	2	3	4	5
Креативна	1	2	3	4	5
Підтримує інновації	1	2	3	4	5
Товариська	1	2	3	4	5
М'яка	1	2	3	4	5
Впевнена у собі	1	2	3	4	5
Рішуча	1	2	3	4	5
Відповідальна	1	2	3	4	5
Працелюбна	1	2	3	4	5
Самостійна	1	2	3	4	5
Смілива	1	2	3	4	5
Принципова	1	2	3	4	5
Надійна	1	2	3	4	5
Близька до простих людей	1	2	3	4	5
Порядна	1	2	3	4	5
Справедлива	1	2	3	4	5
Щаслива	1	2	3	4	5
Чуйна	1	2	3	4	5
Альтруїстична	1	2	3	4	5
Патріотично налаштована	1	2	3	4	5

Завдання 2. За 5-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 5 – максимальний) оцініть ступінь вираженості характеристик, які мають бути притаманні ідеальній жінці – політичному лідерові.

Молода	1	2	3	4	5
Приваблива	1	2	3	4	5
Сексуальна	1	2	3	4	5
Має хороше здоров'я	1	2	3	4	5
Вміє поєднувати політичну кар'єру та особисте життя	1	2	3	4	5
Розумна	1	2	3	4	5
Досвідчена	1	2	3	4	5
Вміє ефективно керувати	1	2	3	4	5
Креативна	1	2	3	4	5
Підтримує інновації	1	2	3	4	5
Товариська	1	2	3	4	5
М'яка	1	2	3	4	5
Впевнена у собі	1	2	3	4	5
Рішуча	1	2	3	4	5
Відповідальна	1	2	3	4	5
Працелюбна	1	2	3	4	5
Самостійна	1	2	3	4	5
Смілива	1	2	3	4	5
Принципова	1	2	3	4	5
Надійна	1	2	3	4	5
Близька до простих людей	1	2	3	4	5
Порядна	1	2	3	4	5
Справедлива	1	2	3	4	5
Щаслива	1	2	3	4	5
Чуйна	1	2	3	4	5
Альтруїстична	1	2	3	4	5
Патріотично налаштована	1	2	3	4	5

Щиро дякуємо за участь у дослідженні!