

УДК 81'42

DOI: 10.17223/19986645/65/6

Н.Н. Кислицына, Т.В. Мельниченко

РЕАЛИЗАЦИЯ КОННОТАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕТАФОРЫ ПРИ СОЗДАНИИ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ- ПОЛИТИКА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

Определяются закономерности и специфика формирования образа женщины-политика путем лингвистической экспертизы политического дискурса в современных англоязычных массмедийных изданиях. В качестве инструмента, используемого для создания определенного образа, предлагается рассмотреть метафору. Выявление реализации коннотационного потенциала метафоры при создании образа женщины-политика осуществляется с помощью определения локусов внимания, регулярно воспроизводимых в текстах СМИ США, Великобритании и Австралии.

Ключевые слова: метафора, коннотация, локус внимания, образ женщины-политика, экстернальный кластер, бихевиоральный кластер, когнитивный кластер.

Введение

Современная политическая сфера и, соответственно, политический и парламентский дискурс характеризуются гегемонией маскулинности. Сложившаяся ситуация обусловлена количественной представленностью женщин в государственных органах разных стран. По данным межпарламентского союза (Inter-Parliamentary Union (The IPU)) за 2019 г. [1], женщины в правительственных организациях стран мира составляют в среднем 24,5%.

Образцом достижения гендерного равенства может служить Исландия, где доля женщин в парламенте, по данным World Economic Forum за 2016 г., составила 41% [2]. Позитивные изменения в аспекте гендерного соотношения в государственных органах были зафиксированы в 2018 г.: по данным World Economic Forum [3], количество женщин, представленных в парламентах мира, приближается к 30%, что считается минимальной долей, необходимой для объективного отражения и выражения интересов женской части населения страны [4]. Следует отметить, что в 2016 г. в Российской Федерации представительство женщин в Государственной думе составило 15,78 %, в Конгрессе США – 23,56%, в Парламенте Великобритании – 32 %, в Парламенте Австралии – 37,16% [5].

Гипотеза настоящего исследования заключается в предположении возможности выявления закономерностей и специфики формирования образа женщины-политика путем лингвистической экспертизы медиаполитического дискурса определенного лингвосоциума. Актуальность

настоящего исследования определяется необходимостью изучения механизмов создания образа женщины-политика и специфики использования лингвистического инструментария в этом процессе. Выбор в качестве материала англоязычных СМИ США, Великобритании и Австралии обусловлен относительно высоким представительством женщин в государственных структурах данных стран и, соответственно, значительной степенью вовлеченности женщин в политические процессы: предвыборные кампании, политические дебаты, парламентские выступления, общение с избирателями.

Доминирующим свойством политической коммуникации оказывается прагматическое воздействие, которое дает возможность рассматривать язык как средство не только общения, но и практического влияния на адресата. Важность прагматической функции языка подчеркивал Л. Вайсгербер, указывая на то, что наиболее сильно воздействие языка проявляется в таких сферах духовной культуры, как религия, наука, искусство и политика [6]. На первый план в современных исследованиях прагматической функции языка выходят «проблемы, связанные с выявлением фактов, от которых зависит прагматическая сила речи, т. е. то, в какой мере она превратится в дело, преобразуется в практическое изменение мира» [7. С. 24–25].

Одним из видов дискурса, реализующим функцию оказания прагматического воздействия на массовую аудиторию, является медиаполитический дискурс, который детально исследуется в работах Э.В. Будаева, С.Г. Корконосенко, О.Ф. Русаковой, А.П. Чудинова, Е.И. Шейгал [8–12]. Авторы единодушно отмечают активное взаимодействие данных типов дискурса, в результате которой массовая коммуникация все более становится элементом политического управления. В настоящем исследовании поддерживается трактовка медиаполитического дискурса (МПД), предложенная Е.С. Прониной, которая охарактеризовала МПД как явление гибридное, сочетающее в себе «черты двух типов дискурса», как совокупность «медiateкстов, связанных политической тематикой и созданных журналистами» [13. С. 48]. Функционирование политического медиадискурса подчинено задаче «формирования коллективной политической картины мира» путем конструирования и тиражирования определенных «образов и смыслов, мифологем и идеологических установок, ценностных ориентиров и политических предпочтений» [10. С. 67–68].

Трудно переоценить роль, которую играет МПД в формировании, изменении и популяризации образа политика. Последний складывается на основании определенного набора признаков, включающих политические взгляды, профессиональные и личные качества, интеллект, возраст, семейное положение, внешность, пол и др. Ключевым критерием создания образа политика является аксиологический, соответственно которому все качества делятся на два полярных класса: положительные и отрицательные. К положительным качествам относят ум, высокий уровень профессиона-

лизма, моральные качества. Отрицательными считаются такие качества как неопытность, низкий уровень профессионализма, склонность давать пустые обещания, популизм, радикализм и др. Представляется, что в качестве основных кластеров, объединение которых позволяет создать целостный образ человека, возможно выделить: 1) экстернальный кластер, или кластер внешнего вида; 2) бихевиоральный кластер, или кластер манеры поведения; 3) когнитивный кластер, или кластер сознания и мышления личности.

Исследование образа политика (так же как и его конструирование) требует умения выявлять определенные черты личности, представляющие ядро и периферию образа, а также предполагает изучение языковых средств, которые служат для выделения в качестве локуса внимания (*locus of attention*) обособленной части целостного образа субъекта, фрагмента «портрета» политического деятеля, на котором, таким образом, преднамеренно акцентируется и фокусируется восприятие человека. В отличие от сферы-мишени (*target domain*), имеющей определенную структурную композицию [14. С. 9], локус внимания маркирует отдельное место в целостной структуре образа женщины-политика.

Так, в качестве примера создания образа политика О.Н. Кондратьева проанализировала цикл анекдотов, посвященных выдвижению кандидата-женщины, К. Собчак, в президенты Российской Федерации. Автор отметила, что в период выдвижения К. Собчак в президенты коннотация анекдотов, посвященных молодой женщине-политику, сместилась от «легкой иронии» в сторону «сарказма» с «усилением негативного потенциала используемых зооморфных метафор» [15. С. 40]. Локус внимания реципиентов находился на отдельных составляющих внешности кандидата (в нашей терминологии – составляющих экстернального кластера), при этом повторяющаяся тематика анекдотов служила своеобразным дистрактором по отношению к положительным характеристикам К. Собчак (отдельных составляющих бихевиорального и когнитивного кластеров ее образа: высокий уровень социализации, прекрасное образование и т.д.). Можно сказать, что образ собирался фрагментарно, и коннотация вошедших в него фрагментов была преимущественно отрицательная.

Применению метафоры как средства дискредитации политического оппонента посвящено исследование Е.П. Дулесова, в котором автор отмечает значимость использования приема «расширения метафоры» как инструмента, способного «преобразовать существующую в сознании адресата картину мира» [16. С. 96]. Отметим, что положения, высказанные в работе Е.П. Дулесова, согласуются с понятием локуса внимания. Исходная метафора (*principal metaphor*) направляет внимание на определенное, заданное качество, а развернутая метафора (*extended metaphor*) переносит внимание на иное качество, поскольку локус внимания в определенный момент может быть только один. Локус внимания может быть сосредоточен на периферийном фрагменте образа субъекта, сделав его особо значимым, при этом объективно значимое ядро образа исключается из поля зрения адресата.

Способность языка в целом и метафоры (не как стилистического приема, а как способа интеллектуального освоения действительности) в частности влиять на сознание людей, на концептуальную систему личности, моделирование ценностной картины мира являлась объектом изучения в работах G. Lakoff & M. Jonson [17], Earl R. MacCormac [18], Н. Д. Арутюновой [19], А.Н. Баранова [20], И.М. Кобозевой [21], В.И. Карасика [22]. Исследованию «значимости метафорического конструирования смыслов в языке» в рамках лингво-когнитивного подхода посвящена статья З.И. Резановой, в которой автор представляет метафору «как важнейший способ когнитивного моделирования действительности, способ непрямого отражения мира в сознании» [23. С. 26].

Таким образом, в научной литературе общепризнано, что одним из наиболее эффективных языковых средств, используемых в различных видах дискурса, в том числе медиа-политическом, является метафора, которая эффективно применяется для создания определенного образа у реципиента, моделирования его эмоционально-оценочного отношения к событиям и субъектам. Это свойство метафоры особо было выделено G. Lakoff & M. Jonson, которые, в частности, подчеркнули намеренное злоупотребление метафорой в политическом дискурсе, позволяющее латентно внедрять в сознание масс «dehumanizing ideology». По утверждению авторов, политическая и экономическая идеология часто облачается в метафорическую терминологию – «political and economic ideologies are framed in metaphorical terms» [17. P. 236]. При этом метафора используется с целью не повысить экспрессивность речи или стилистическую вариативность, а «спрятать», «замаскировать» истинные намерения и отношения сторон участников. Локус внимания намеренно присваивается авторами текста определенным фрагментам образа субъекта. Адресаты, пытаясь получить целостный портрет интересующей их личности, когнитивно «осваивают», интерпретируют данные фрагменты, будучи изначально обреченными на неполноту полученного образа из-за искусственной ограниченности исходных данных.

Целью данного исследования является описание коннотационного потенциала метафорических единиц, участвующих в создании и моделировании образа женщины-политика в современных англоязычных СМИ США, Великобритании и Австралии.

Материал и методологическая база

Материалом исследования послужил корпус метафорических единиц в количестве 346, отобранных методом сплошной выборки из статей англоязычных СМИ США (*The New York Times*, *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*), Великобритании (*The Guardian*, *The Time*, *The Economist*) и Австралии (*The Conversation*) в период с 2016 по 2019 г.

Анализ материала проводился с опорой на когнитивную теорию метафоры (Э.В. Будаев, И.М. Кобозева, А.П. Чудинов), трактующую метафору

как средство и способ представления, хранения и передачи знаний, как «основную (или одну из основных) ментальную операцию, как способ познания, категоризации, концептуализации, оценки и объяснения мира» [14. С. 7]. Под метафорами понимаются «образные построения, имеющие в качестве когнитивной основы уподобление объектов, относящихся к разным областям онтологии» [24. С. 136]. Такая широкая трактовка позволяет выйти за рамки лингвистического понимания метафоры и представить ее как феномен, свойственный человеческому мышлению вообще и находящий свое фактическое воплощение в фактах языка и речи.

При проведении исследования авторы исходили из представления о феномене коннотации как «семантической сущности, узуально или окказионально входящей в семантику языковых единиц и выражающей эмотивно-оценочное и стилистически маркированное отношение субъекта речи к действительности при ее обозначении в высказывании, которое получает на основе этой информации экспрессивный эффект» [25. С. 5], предложенного В.Н. Телия. В основе образования коннотативного значения лежат метафорические процессы, приводящие к образованию экспрессивно-оценочных языковых единиц. Экспрессивно-оценочная метафора наиболее часто используется для прагматических целей – воздействовать на воображение адресата через образ и вызвать у него эмоциональное отношение к объекту / ситуации, результирующее в его последующих действиях и поступках. «Создавая образ и апеллируя к воображению, отмечает Н.Д. Арутюнова, метафора порождает смысл, воспринимаемый разумом» [26. С. 375]. В работе также используются методы лингвопрагматического, дискурсивного и контекстуально-интерпретационного анализа.

Результаты и обсуждение

Выявление реализации коннотационного потенциала метафоры при создании образа женщины-политика осуществляется в настоящем исследовании с помощью определения локусов внимания, системно воспроизводимых в СМИ США, Великобритании и Австралии.

Наиболее многочисленной оказалась группа метафор (98 единиц), которые соотносятся с такими понятийными сферами, как театр, война, спорт.

В случае, когда сферой-источником является понятийная сфера «театр» (45 единиц), локус внимания сосредоточен на представлении женщины-политика как искусной актрисы. Благодаря метафоре политика концептуализируется как зрелищное представление и актуализируется с помощью слов *show, performance: Now that's a performer. With the Iraq scenery in flames, Rice in the flesh and under oath beat the scenery, if only for a few hours* [27]; *She had barely finished the endorsement Tuesday when she began using it to raise money for SarahPAC, so she can take her show on the road* [28].

В случае, когда сферой-источником является понятийная сфера «война» (32 единицы), локус внимания сосредоточен на представлении женщины-политика как воина, бойца, не уступающего оппонентам-мужчинам. Поли-

тика уподобляется полю сражения, а действия политиков сравниваются с военными действиями. Реализация военной метафоры в тексте происходит за счет использования лексики, описывающей боевые действия: *struggle, fight back, the battles she's fought, feminist coup, bastions of male-dominated political culture, catapulted, joining the army*. Например: *Open-letter signatory Susana Malcorra says women 'need to be very prepared to fight back' amid global political shift* [29], *The targeting of women, she said – particularly women of color – "is directly related to bias, hatred, inequality that were already there but are being turbocharged by this irresponsible leadership* [30]. Данные метафоры ассоциируются с архетипичными образами, олицетворяющими власть и силу воина.

Продуктивной является метафора, для которой сферой-источником служат концепты с пересекающимися границами (конъюнктивные концепты) ИГРА и СПОРТ (21 единица), она описывает политическую деятельность в терминах различных игр, преимущественно спортивных состязаний [31]. Локус внимания сосредоточен на представлении женщины-политика как спортсмена. Так, традиционно предвыборная борьба сравнивается с гонками: *leadership race, hurdles, toughest House races. But many of the toughest House races were won by women who were taking their first foray into electoral politics* [32]. Такие метафоры реализуют конструкт «мужественность», способствуют маскулинизации образа женщины-политика, «вписыванию» ее в рамки традиционно мужской деятельности, которую характеризует высокая степень агональности. Маскулинный мир политики в первую очередь требует определенного образа действия и мышления, поэтому вполне закономерно преобладание в данных группах метафор бихевиорального и когнитивного кластеров.

Конструкт «женственность» реализуется за счет привлечения концептов из так называемых «женских» сфер – «семья», «дом», «мода». В текстах, посвященных женщинам-политикам, используются такие ассоциативные связи метафорических концептов, как ПОЛИТИКА – ОТНОШЕНИЯ и ПОЛИТИКА – ДОМАШНЕЕ ХОЗЯЙСТВО (25 единиц). Их использование способствует феминизации образа женщины-политика, перенесению локуса внимания на периферийные фрагменты, такие как стиль или детали одежды, что часто создает отрицательную коннотацию и формирует негативное отношение: *At the White House, though, Melania Trump, who appeared to go to the Halloween celebration as a pile of autumn leaves in a Michael Kors patchwork leather coat (that or a very polished relic from the 1970s), made a good argument for traditional costume. Whether she meant to or not* [33]. Данный пример иллюстрирует справедливость высказывания Е.М. Вольф, о том, что «оценочный смысл может извлекаться из высказывания на основании последующего контекста» [34. С. 7]. Автор направляет процесс декодирования при помощи экспликации оценки в предыдущем или последующем контексте. Еще одним примером, иллюстрирующим валидность данного утверждения, является следующий: *One newspaper said she took "the Speaker's breath away", with "the assurance of a Bond-Street*

mannequin” as she walked into the chamber in a bright green dress “of the clinging variety” [35]. Бонд Стрит известна в мире как улица, где сосредоточены магазины, торгующие изысканной бижутерией, косметикой, одеждой эксклюзивных брендов, что, несомненно, привлекает в первую очередь женщин. Отметим, что фиксацию локуса внимания на одежде или домашнем хозяйстве при создании образа женщины-политика с помощью соответствующих метафор заметили читатели *New York Times*. Так, Carol Tambo, комментируя статью известной журналистки Vanessa Friedman, пишет в редакцию: *Too many articles, in your newspaper as well as in every other, give “political” commentary on public figures’ attire, mainly women’s. Isn’t it time to concentrate on their character and intelligence instead?* [36] – «Слишком много статей в вашей газете (как, впрочем, и в любой другой), которые обращают особое внимание на одежду женщин-политиков. Не пора ли сконцентрироваться на их умственных способностях и характере?» (перевод наш. – Н.К., Т.М.). Метафоры, обращающие внимание на внешность женщины-политика, входят в экстернальный кластер, а их использование способствует реализации конструкта «женственность».

В случае, когда локусом внимания является семейное положение женщины-политика, проводится параллель между ее способностью организовывать жизнедеятельность своей семьи и навыками административного управления: *Researchers have found that moms do more of the invisible mental work of families, such as scheduling doctors’ appointments, buying gifts for birthday parties and making sure schoolwork is done and backpacks and lunches are packed* [37]. В статье, пример из которой был приведен, в качестве центральной выступает идея о том, что работающие мамы являются наиболее эффективными и организованными людьми и их роль в политике нельзя недооценивать. В подобных контекстах преобладают метафоры, принадлежащие к когнитивному кластеру, отражающие способности женщин к анализу, планированию, логистике и рациональной оценке ситуации. В целом феминизация женщины-политика может усиливать ее восприятие как «чужой» в сфере политики и способствовать ее отчуждению от группы политиков-мужчин.

Нередко в качестве локуса внимания выступают способ прихода женщины в политику, место, которое она там занимает, условия, в которых ей приходится действовать (41 единица). Так, весьма распространенной в англоязычных СМИ является метафора «стеклянного потолка», который необходимо преодолеть женщине, чтобы продвинуться в политической сфере. «Стекло́нный потоло́к» (или барьер) – это невидимая, но труднопреодолимая преграда, мешающая женщине «подняться вверх», достичь более высокого уровня в карьере. Борьба за равное представительство в различных сферах общественной жизни метафорически описывается как процесс разбивания стеклянного потолка, преодоления барьера, выхода за установленные границы. Например: *After the original Year of the Woman saw a wave of glass-ceiling-smashing and barrier-breaking women were elected to Congress in 1992, progress toward gender parity essentially plateaued* [38]. Движение вперед и пре-

одоление препятствий передаются также с помощью таких метафор, относящихся к бихевиоральному кластеру, как *to make inroads, making lasting strides, ascent to the top, climb the ladder*. Например: *Many journalists had written about the growing popularity of Hamas, and the Israelis had begged her not to encourage the election. But she barged ahead anyway* [27].

Приход женщин в мир политики описывается как явление не только революционное, но и несущее положительную трансформацию. Весьма выразительной является метафора «ЖЕНЩИНА – ЛЕКАРСТВО», с помощью которой акцентируется неправильное, «болезненное» положение дел, при котором в политике доминируют мужчины. Локус внимания в данном случае находится на присущих женщине способностях исцелять, оздоравливать, имеющих положительную коннотацию. Например: *What's more, the EU – not included as a region in the report – is chronically male-biased* [39]. *Pathological male dominance is a global pandemic that feminists in every part of the world need to tackle* [Ibidem].

Метафоры, описывающие способ прихода к власти женщин, являются в подавляющем большинстве метафорами положительной оценки, что свидетельствует об одобрительном отношении современного общества к образу женщины-политика, готовой бороться за свое право участвовать в политической жизни страны. В то же время, когда речь идет о конкретном политике, особенно в период предвыборной гонки, преимущественно используются метафоры, создающие негативное отношение. Таким образом, результаты исследования показывают двойственный характер создаваемого в СМИ США, Великобритании и Австралии образа женщины-политика.

Целый ряд метафор описывает мир политики как «закрытый мужской клуб»: *the cozy club, a male-dominated institution, bastions of male-dominated political culture, a guy thing, a male-dominated world of fiercely clashing egos, a boys' club*, в котором женщина неизбежно чувствует себя чужой. Отрицательная оценка этих метафор направлена на мужской мир политики, его патриархальность, мешающую прогрессу, а их роль в создании образа женщины-политика – в том, чтобы подчеркнуть трудность ее положения и акцентировать несправедливость такого отношения, серьезность препятствий, которые женщине-политику приходится преодолевать.

Метафоры, описывающие участие женщин в политической борьбе и политической деятельности, нередко представляют политику как опасное место. Например, используется образ огня как прямое указание на угрозу для жизни: *How does it feel to be a burned-out disappointed woman in politics?* [40]; *We are en fuego, ladies,* High told them. *“En fuego* [38]; *But some say the divisive and vitriolic nature of language used in Parliament itself has helped fuel the abuse* [30].

Пейоративная окраска действий женщины-политика может создаваться за счет использования в качестве метафоры названия наказания, характерного для средневековой Европы: *Instead, Mrs. May wound up with a shrunken majority after running a desultory campaign during which she was tarred for advocating a harsh new policy on care for the elderly that critics branded a*

“*dementia tax*” [41]. Мир политики сравнивается со снежной бурей, в которой легко погибнуть: *They were all aware that stepping into politics was like walking naked into a blizzard* [40]. Для вербализации нестабильности положения женщины-политика используются метафоры, входящие в бихевиоральный кластер: *changing the wheels on a moving car, the ground is moving beneath them, waiting for me to fall into a hole*.

При описании политики как опасного места актуализируются такие качества женщин-политиков, как настойчивость в достижении цели, готовность жертвовать комфортом ради блага других, упорство и целеустремленность. Сами женщины-политики, общаясь с читателями, прибегают к метафорам, чтобы воздействовать на адресатов на вербальном, образном и эмоциональном уровнях одновременно: *I am exhausted by the invasion into my privacy and the nastiness and intimidation that has become commonplace* [30]. Автор данного обращения Heidi Allen, член британского парламента, одна из 18 женщин из его 50 членов, пытается объяснить своим избирателям, почему она не будет баллотироваться в парламента.

«*When leaders “normalize the language of misogyny, the language of racism,” it gives license to hatred*», – говорит Catherine Mayer, организатор партии равноправия женщин (Women’s Equality Party) [Ibidem]. Данное высказывание важно с точки зрения социолингвистической компоненты политического дискурса. Стереотипы общественных отношений фиксируются и сохраняются в языке, поэтому важной составляющей изменения отношений в позитивную сторону являются трансформация сознания, понимание сущности явлений, закреплённой в значениях языковых единиц. Таким образом, метафоры данной группы создают образ женщины-политика, которой необходимо прилагать очень большие усилия для продвижения наверх, бороться с доминированием мужчин в сфере общественно-политической деятельности.

Метафоры, в которых локус внимания направлен на внешность (экстернальный кластер), черты характера и поведение женщины-политика (когнитивный и бихевиоральный кластеры), составили 88 единиц. Они имеют как положительную, так и отрицательную коннотацию. Например: *One cabinet colleague alleged that “she only has to waggle that bottom of hers and she gets it all her own way” with prime minister Harold Wilson* [35]. Среди личных качеств женщин-политиков, получивших положительную оценку, необходимо отметить рассудительность, уравновешенность, осторожность, сдержанность; отрицательную – мстительность, неуравновешенность, нетерпимость, чрезмерную эмоциональность. Например: *Without any evident misgivings, Rice served as the hatchet lady, reprimanding Powell whenever he stepped over the line and harassing him to keep within it* [42]; *Her legacy lies in her innate ability to wrap herself in the anger that those voters felt* [43]. В целом высказывания, содержащие метафорические описания эмоций, не были частотными в рассмотренных авторах текстах.

Метафоры, использующие в качестве локуса внимания профессиональные качества женщины-политика, включают 94 единицы. От политика любого пола ожидают в первую очередь эффективного исполнения профес-

сиональных обязанностей, решительных и ответственных действий, поэтому данные метафоры в большинстве своем входят в бихевиоральный кластер и акцентируют внимание на таких качествах женщин-политиков, как умение кооперироваться, действовать решительно, напористо, бороться до конца, дипломатически решать конфликтные ситуации, договариваться с оппонентами, проявлять лидерские качества.

Следует отметить, что, когда речь идет о женщинах в политике вообще, как о собирательном образе, то акцентируются такие качества, как демократический стиль руководства, стремление к равноправию. В тех случаях, когда внимание автора сосредоточено на конкретной личности, подчеркиваются индивидуальные особенности манеры управления. Например, в статье о Х. Клинтон ее стиль внешнеполитического руководства назван *'smart power' feminism* [44] или *"smart power" strategy*, сочетающий в себе довольно агрессивную направленность по отношению к внешнему миру (*hawkish*) и мягкость во внутренней политике, свойственную женщине, матери. Например: *She is an interventionist, not averse to using military force to reshape the world* [Ibidem]; *This allows Hillary's hawkish instincts to coexist with her feminist instincts* [Ibidem]. Стратегия дискредитации женщин в политике применяется при акцентировании таких качеств, как несамостоятельность, зависимость от стоящих выше по рангу мужчин.

Метафорические единицы, проанализированные в настоящем исследовании, выполняют смыслообразующую и когнитивную функции, активно используются для конструирования типизированного образа женщины-политика в современном политическом дискурсе СМИ США, Великобритании и Австралии.

Заключение

Интерес к конструированию образа женщины-политика связан, прежде всего, с самим фактом растущего представительства женщин на всех уровнях властной вертикали. Несмотря на то, что стереотипный образ политика по-прежнему в большей степени ассоциируется с представителями мужского пола, происходит постепенная трансформация образа женщины-политика – вместо критического отношения к гендерным изменениям в данной сфере приходит понимание значимости и уникальности женского взгляда на жизненно важные проблемы, стиль работы и способ взаимодействия с коллегами и избирателями.

Учитывая роль метафоры в формировании образа, авторы ограничили исследовательский материал фрагментами политического дискурса, в которых метафора использовалась именно по отношению к женщине-политику либо женщиной-политиком для описания условий, в которых ей приходится работать. В ходе исследования были выявлены основные составляющие образа женщины-политика, регулярно воспроизводимые в СМИ США, Великобритании и Австралии, определяемые авторами как локусы внимания.

В метафорах со сферами-источниками «театр» (45 единиц), «война» (32 единицы) и «спорт» (21 единица) локус внимания сосредоточен на действиях, поведении женщины-политика, позволяющих занять ей соответствующее место на политическом подиуме, – 98 единиц. Анализ лингвистического материала показал, что в качестве локуса внимания могут выступать способ прихода женщин в политику, место, которое она там занимает, условия, в которых ей приходится действовать, – 41 единица. Локус внимания, вербализованный феминистическими метафорами, эксплуатируемыми концепты, связанные с традиционно женскими сферами – «семья», «дом», «мода», представлен 25 единицами. Локус внимания, вербализованный метафорами, описывающими внешность, черты характера и личные качества женщины-политика, представлен 88 единицами. 94 метафорические единицы используют в качестве локуса внимания профессиональные качества женщины-политика.

Распределение отобранных метафор соответственно кластерам дает нам следующее представление: 1) экстернальный кластер состоит из 28 метафорических единиц, описывающих внешность женщины, ее одежду, фигуру, лицо; 2) бихевиоральный кластер состоит из 204 метафорических единиц, описывающих поведение / действия женщины, выступающей в качестве актрисы, спортсмена, воина, матери; 3) когнитивный кластер состоит из 114 метафорических единиц, описывающих когнитивное поведение женщины, демонстрирующее ее способность решать различные логистические задачи, связанные с управлением, планированием использования различных ресурсов.

Почти двухкратное превышение метафорических единиц, описывающих поведение / действия женщины над метафорами, вошедшими в когнитивный кластер, явно демонстрирует, что внимание фокусируется на действиях и поступках женщин-политиков, именно они активно комментируются и оцениваются в СМИ США, Великобритании и Австралии. Метафоры, характеризующие внешность и манеру одеваться, уступают в четыре раза метафорам, описывающим когнитивные способности женщин политиков и более чем в семь раз метафорам, включенным в бихевиоральный кластер.

В процессе анализа было отмечено преобладание (хотя и незначительное) метафор положительной оценки (166 единиц – 48%) над метафорами отрицательной оценки (140 единиц – 41%). Часть метафор имеет нейтральный оценочный статус (40 единиц – 11%). Данный факт можно рассматривать как свидетельство позитивных трансформаций в общественном сознании по отношению к феномену женщины-политика, приятия женщины на высоком политическом посту в качестве нормы. На оценочный знак в значительной степени влияет «точка отсчета», которой являются ценностные установки и предпочтения оценивающего субъекта. Представляется, что анализ реализации коннотационного потенциала метафор, используемых для создания образа женщины-политика, расширяет знания о механизмах и паттернах политической коммуникации.

Литература

1. *Inter-Parliamentary Union*. URL: <https://www.ipu.org/our-impact/gender-equality> (дата обращения: 18.10.2019).
2. *World Economic Forum*. URL: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/infographics/> (дата обращения: 15.10.2019).
3. *World Economic Forum*. URL: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2018/measuring-the-global-gender-gap/> (дата обращения: 15.10.2019).
4. *Inter-Parliamentary Union*. URL: <https://data.ipu.org/women-ranking?month=9&year=2019> (дата обращения 11.10.2019).
5. *Percentage of women in national parliaments // New Parline: the IPU's Open Data Platform (beta)* URL: <https://data.ipu.org/women-ranking?month=9&year=2019> (дата обращения: 13.10.2019).
6. *Вайсгербер Л.* Родной язык и формирование духа. М. : Изд-во МГУ, 1993. 224 с.
7. *Даниленко В.П.* Введение в языкознание: курс лекций. М. : Флинта : Наука, 2010. 288 с.
8. *Будаев Э.В., Чудинов А.П.* Метафора в политической коммуникации. М. : Флинта : Наука, 2008. 248 с.
9. *Корконосенко С.Г.* Политическая журналистика. URL: https://studme.org/79322/zhurnalistika/politicheskaya_zhurnalistika (дата обращения: 10.10.2019).
10. *Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г.* Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2014. Т. 14, вып. 4. С. 65–77.
11. *Чудинов А.П.* Когнитивно-дискурсивное исследование политической метафоры // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. Вып. 1. С. 91–105.
12. *Шейгал Е.И.* Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000. 431 с.
13. *Пронина Е.С.* Языковые средства формирования образа женщины-политика в англоязычной прессе : дис. ... канд. филол. наук. М., 2014. 203 с.
14. *Будаев Э.В., Чудинов А.П.* Когнитивная теория метафоры: новые горизонты // Трибуна ученого. Екатеринбург, 2013. С. 6–13.
15. *Кондратьева О.Н.* Особенности развертывания концептуальной метафоры в цикле политических анекдотов (на материале анекдотов о баллотировании Ксении Собчак на пост президента Российской Федерации) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2019. № 60. С. 28–44.
16. *Дулесов Е.П.* Расширение метафоры как инструмент дискредитации позиции оппонента (на материале дореволюционных парламентских речей) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 4. С. 96–100.
17. *Lakoff G., Jonson M.* *Metaphors We Live by*. Chicago : The University of Chicago Press, 1980. 242 p.
18. *Earl R. MacCormac.* *A Cognitive Theory of Metaphor*. Cambridge : MIT Press, 254 p.
19. *Арутюнова Н.Д.* Метафора и дискурс // Теория метафоры. М., 1990. С. 5–32.
20. *Баранов А.Н.* *Дескрипторная теория метафоры*. М. : Языки славянской культуры, 2014. 632 с.
21. *Кобозева И.М.* Лексико-семантические заметки о метафоре в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2010. № 2 (32). С. 41–46.
22. *Карасик В.И.* *Языковое проявление личности*. М. : Гнозис, 2015. 384 с.
23. *Резанова З.И.* Метафорический фрагмент русской языковой картины мира: идеи, методы, решения. // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2010. № 1 (9). С. 26–43.
24. *Кобозева И.М.* Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. 2001. № 6. С. 136–137.

25. *Телия В.Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М. : Ин-т языкознания, 1986. 141 с.
26. *Арутюнова Н.Д.* Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.
27. *Phillips M.* Condoleezza Rice: Now that's a Performer // *Chicago Tribune*. 2014. Nov., 4. URL: http://articles.chicagotribune.com/2004-04-11/news/0404110001_1_condoleezza-rice-narrow-war-smile (дата обращения: 20.04.2019).
28. *Dowd M.* Sarah Palin Saves Feminism // *The New York Times*. 2016. Jan., 23. URL: <https://www.nytimes.com/2016/01/24/opinion/sunday/sarah-palin-saves-feminism.html?ref=collection%2Ftimestopic%2FPalin%2C%20Sarah> (дата обращения: 22.04.2019).
29. *Lyons K.* Rise of the «Strongman»: Dozens of Female World Leaders Warn Women's Rights Being Eroded // *The Guardian*. 2019. Feb., 28. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/feb/28/rise-of-the-strongman-dozens-of-female-world-leaders-warn-womens-rights-being-eroded> (дата обращения: 20.04.2019).
30. *Megan Specia* Threats and Abuse Prompt Female Lawmakers to Leave U.K. Parliament // *The New York Times*. 2019. Nov., 1. URL: <https://www.nytimes.com/2019/11/01/world/europe/women-parliament-abuse.html> (дата обращения: 02.11.2019).
31. *Кислицына Н.Н., Новикова Е.А.* Спортивный дискурс в системе институциональных видов дискурса // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2017. № 2 (26). С. 28–35.
32. *Alter C.* How Women Candidates Changed American Politics in 2018 // *Time*. 2018. Nov., 7. URL: <http://time.com/5446556/congress-women-pink-wave/> (дата обращения: 20.05.2019).
33. *Friedman Vanessa* Open Thread // *The New York Times*. 2019. Nov., 8. URL: https://static.nytimes.com/email-content/TZ_sample.html (дата обращения: 10.11.2019).
34. *Вольф Е. М.* Функциональная семантика оценки. М. : Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
35. *Reeves R.* Power Dressing: Why Female MPs Have Faced a Century of Scrutiny // *The Guardian*. 2019. March, 2. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/02/female-mps-100-years-clothing-style-newspapers> (дата обращения: 10.03.2019).
36. *Tambor Carol* To the «Does Fashion Matter?» by Vanessa Friedman // *The New York Times*. 2019. Oct., 17. URL: <https://www.nytimes.com/2019/10/17/opinion/letters/russia-religion-humanities-fashion.html> (дата обращения: 18.10.2019).
37. *Bacharach A.* We Need More Moms in Government. Here's How to Get Them // *Huffingtonpost*. 2018. March, 3. URL: https://www.huffingtonpost.com/entry/opinion-bacharach-moms-in-government_us_5abbd9aae4b06409775c836c (дата обращения: 25.04.2019).
38. *Gambino L.* We Will Keep Fighting': Inside the Push to Put Democratic Women in Power for the Long Haul // *The Guardian*. 2019. March, 3. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/03/women-politics-democrats-emerge-america-virginia> (дата обращения: 30.04.2019).
39. *Salami M.* Where are the West's Female Leaders? // *The Guardian*. 2014. Oct., 31. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/oct/31/slowed-gender-equality-and-lack-of-female-leaders-in-the-west> (дата обращения: 21.05.2019).
40. *Wiseman Eva* «Democracy is broken»: Women's Equality Party Leader Tells Why she Quit // *The Guardian*. 2019. Jan., 26. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/jan/26/sophie-walker-interview-resignation-womens-equality-party-leader-new-voices-next-generation> (дата обращения: 20.04.2019).
41. *Landler Mark* U.K. to Hold Election in December, Opening New Phase in Brexit Odyssey // *The New York Times*. 2019. Nov., 1. URL: <https://www.nytimes.com/2019/10/29/world/europe/brexit-election-corbyn.html?module=inline> (дата обращения: 03.11.2019).
42. *Meisler S.* Biography Portrays Condoleezza Rice as Talented, Ambitious and Loyal to a Fault // *Tribune Newspapers: Los Angeles Times*. 2007. December, 22. URL:

http://articles.chicagotribune.com/2007-12-22/entertainment/0712200314_1_elisabeth-bumiller-condoleezza-rice-virtuoso-career (дата обращения: 15.05.2019).

43. Wallacejan N. Sarah Palin, Rage Whisperer // *The New York Times*. 2016. Jan., 26. URL: <https://www.nytimes.com/2016/01/26/opinion/sarah-palin-rage-whisperer.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FPalin%2C%20Sarah> (дата обращения: 27.03.2019).

44. Sharma D. How Hillary Clinton's 'Smart Power' Feminism Informs her Foreign Policy // *The Conversation*. 2016. June, 9. URL: <https://theconversation.com/how-hillary-clintons-smart-power-feminism-informs-her-foreign-policy-60506> (дата обращения: 03.04.2019).

The Use of the Metaphor's Connotative Potential for Constructing a Woman Politician's Image (In English-Language Mass Media)

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2020. 65. 92–108. DOI: 10.17223/19986645/65/6

Natalya N. Kislitsyna, Tatyana V. Melnichenko, V.I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol, Russian Federation). E-mail: nkislitsyn@rambler.ru / tanya.melnichenko@gmail.com

Keywords: metaphor, connotation, locus of attention, woman politician's image, external cluster, behavioral cluster, cognitive cluster.

The article examines the connotative potential of metaphors used for constructing a woman politician's image in the mass media of the USA, the UK and Australia. The linguistic analysis of political discourse has been conducted to study the regular patterns and specificity of the image-making process, with metaphor being the key tool of it. As a methodological decision for the creation of a holistic image of a person the authors developed three clusters: the external cluster, the behavioral cluster, and the cognitive cluster. The connotative potential of metaphors is studied with the help of the loci of attention which are understood as parts of an integral image, as fragments of a political leader's "portrait" the recipient's attention is intentionally focused on. As distinct from the target domain, which has a certain structural composition, locus of attention serves as a mark for a particular fragment in the integral structure of a woman politician's image. The material under research is represented by 346 metaphors, selected during the 2016–2019 period from the USA (*The New York Times*, *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*), the UK (*The Guardian*, *The Time*, *The Economist*), and Australian (*The Conversation*) newspapers. The theoretical and methodological principles of the research are based on the cognitive theory of metaphor, the linguopragmatic, discourse and contextual-interpretative analysis. The study shows the following distribution of metaphors according to the clusters: the external cluster has 28 metaphors (woman's appearance, fashion and clothes being the loci of attention); the behavioral cluster has 204 metaphors (woman's actions and behavior being the loci of attention); the cognitive cluster has 114 metaphors (woman's decision-making ability and other cognitive properties being the loci of attention). The metaphorical units describing a woman's behavior almost twice exceed the number of metaphors of the cognitive cluster. It shows that the women politicians' actions and deeds are most actively discussed and evaluated in the USA, the UK, and Australian media. The appearance and style of dress metaphors are four times fewer in number than metaphors describing the cognitive abilities of women politicians and more than seven times fewer than the number of metaphors of the behavioral cluster. The connotative potential of the metaphors is represented by metaphors with positive evaluative modality (166 units, 48%); metaphors with negative evaluative modality (140 units, 41%); metaphors with neutral evaluative modality (40 units, 11%). These figures testify to the positive transformations in people's attitude towards the phenomenon of a woman politician, their eagerness to recognize women's representation at the political podium as a norm. It is assumed that the analysis of the realization of the connotative potential of metaphors used for constructing the woman

politician's image will contribute to the knowledge of mechanisms and patterns of political communication.

References

1. Inter-Parliamentary Union. (2019) *Gender equality*. [Online] Available from: <https://www.ipu.org/our-impact/gender-equality>. (Accessed: 18.10.2019).
2. World Economic Forum. (2016) *Global Gender Gap Report*. [Online] Available from: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2016/infographics/>. (Accessed: 15.10.2019).
3. World Economic Forum. (2018) *Global Gender Gap Report*. [Online] Available from: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2018/measuring-the-global-gender-gap/>. (Accessed: 15.10.2019).
4. Inter-Parliamentary Union. (2019) *Percentage of women in national parliaments*. [Online] Available from: <https://data.ipu.org/women-ranking?month=9&year=2019>. (Accessed 11.10.2019).
5. New Parline. (2019) *Percentage of women in national parliaments*. [Online] Available from: <https://data.ipu.org/women-ranking?month=9&year=2019>. (Accessed: 13.10.2019).
6. Weisgerber, L. (1993) *Rodnoy yazyk i formirovanie dukha* [Mother tongue and formation of the mind]. Translated from German. Moscow: Moscow State University.
7. Danilenko, V.P. (2010) *Vvedenie v yazykoznanie: kurs lektsiy* [Introduction to Linguistics: A course of lectures]. Moscow: Flinta: Nauka.
8. Budaev, E.V. & Chudinov, A.P. (2008) *Metafora v politicheskoy kommunikatsii* [Metaphor in political communication]. Moscow: Flinta: Nauka.
9. Korkonosenko, S.G. (2016) *Politicheskaya zhurnalistika* [Political Journalism]. [Online] Available from: https://studme.org/79322/zhurnalistika/politicheskaya_zhurnalistika. (Accessed: 10.10.2019).
10. Rusakova, O.F. & Gribovod, E.G. (2014) Political Media Discourse and Mediatization of Politics as Concept of Political Communicativistics. *Nauchnyy ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossiyskoy akademii nauk – Research Yearbook, Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences*. 14 (4). pp. 65–77. (In Russian).
11. Chudinov, A.P. (2004) Political Metaphor: A Discourse-Cognition Approach. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 1. pp. 91–105. (In Russian).
12. Sheygal, E.I. (2000) *Semiotika politicheskogo diskursa* [The semiotics of political discourse]. Philology Dr. Diss. Volgograd.
13. Pronina, E.S. (2014) *Yazykovye sredstva formirovaniya obraza zhenshchiny-politika v angloyazychnoy presse* [Linguistic means of forming the image of a woman politician in the English press]. Philology Cand. Diss. Moscow.
14. Budaev, E.V. & Chudinov, A.P. (2013) Cognitive Theory of Metaphor: New Prospects. *Tribuna uchenogo – Tribune of the Scientist*. 1. pp. 6–13. (In Russian).
15. Kondrat'eva, O.N. (2019) Features of Representing the Conceptual Metaphor in a Cycle of Political Jokes (On the Material of Jokes About Kseniya Sobchak's Running for President of the Russian Federation). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 60. pp. 28–44. (In Russian). DOI: 10.17223/19986645/60/3
16. Dulesov, E.P. (2018) Metaphor Extension as an Instrument to Discredit an Opponent's Position (Based on Speeches in the State Duma of the Russian Empire). *Voprosy kognitivnoy lingvistiki – Issues of Cognitive Linguistics*. 4. pp. 96–100. (In Russian).
17. Lakoff, G. & Jonson, M. (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
18. MacCormac, E.R. (1985) *A Cognitive Theory of Metaphor*. Cambridge: MIT Press.

19. Arutyunova, N.D. (1990) Metafora i diskurs [Metaphor and discourse]. In: Arutyunova, N.D. & Zhurinskaya, M.A. (eds) *Teoriya metafory* [Theory of Metaphor]. Moscow: Progress. pp. 5–32.
20. Baranov, A.N. (2014) *Deskriptornaya teoriya metafory* [Descriptor theory of metaphor]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
21. Kobozeva, I.M. (2010) Lexico-Semantic Notes on Metaphor in Political Discourse. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 2 (32). pp. 41–46. (In Russian).
22. Karasik, V.I. (2015) *Yazykovoe proyavlenie lichnosti* [Language manifestation of personality]. Moscow: Gnozis.
23. Rezanova, Z.I. (2010) Metaphorical Segment of Russian Linguistic Picture of the World: Ideas, Methods, Solutions. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 1 (9). pp. 26–43. (In Russian).
24. Kobozeva, I.M. (2001) Semanticheskie problemy analiza politicheskoy metafory [Semantic problems of the analysis of political metaphor]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya – Moscow State University Bulletin. Series 9. Philology*. 6. pp. 136–137.
25. Teliya, V.N. (1986) *Konnotativnyy aspekt semantiki nominativnykh edinit* [The connotative aspect of the semantics of nominative units]. Moscow: Institute of Linguistics.
26. Arutyunova, N.D. (1999) *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the world of man]. Moscow: Yazyki russkoy kul'tury.
27. Phillips, M. (2014) Condoleezza Rice: Now that's a Performer. *Chicago Tribune*. Nov. 4. [Online] Available from: http://articles.chicagotribune.com/2004-04-11/news/0404110001_1_con-doleezza-rice-narrow-war-smile. (Accessed: 20.04.2019).
28. Dowd, M. (2016) Sarah Palin Saves Feminism. *The New York Times*. Jan. 23. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2016/01/24/opinion/sunday/sarah-palin-saves-feminism.html?ref=collection%2Ftimestopic%2FPalin%2C%20Sarah>. (Accessed: 22.04.2019).
29. Lyons, K. (2019) Rise of the “Strongman”: Dozens of Female World Leaders Warn Women’s Rights Being Eroded. *The Guardian*. Feb. 28. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/feb/28/rise-of-the-strongman-dozens-of-female-world-leaders-warn-womens-rights-being-eroded>. (Accessed: 20.04.2019).
30. Specia, M. (2019) Threats and Abuse Prompt Female Lawmakers to Leave U.K. Parliament. *The New York Times*. Nov. 1. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2019/11/01/world/europe/women-parliament-abuse.html>. (Accessed: 02.11.2019).
31. Kislytsyna, N.N. & Novikova, E.A. (2017) Sports Discourse in the System of Institutional Types of Discourse. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. 2 (26). pp. 28–35. (In Russian).
32. Alter, C. (2018) How Women Candidates Changed American Politics in 2018. *Time*. Nov. 7. [Online] Available from: <http://time.com/5446556/congress-women-pink-wave/>. (Accessed: 20.05.2019).
33. Friedman, V. (2019) Open Thread. *The New York Times*. Nov. 8. [Online] Available from: https://static.nytimes.com/email-content/TZ_sample.html. (Accessed: 10.11.2019).
34. Vol'f, E.M. (2002) *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional evaluation semantics]. Moscow: Editorial URSS.
35. Reeves, R. (2019) Power Dressing: Why Female MPs Have Faced a Century of Scrutiny. *The Guardian*. March 2. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/02/female-mps-100-years-clothing-style-newspapers>. (Accessed: 10.03.2019).
36. Tambor, C. (2019) To the “Does Fashion Matter?” by Vanessa Friedman. *The New York Times*. Oct. 17. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2019/10/17/opinion/letters/russia-religion-humanities-fashion.html>. (Accessed: 18.10.2019).

37. Bacharach, A. (2018) We Need More Moms in Government. Here's How to Get Them. *Huffington Post*. March 3. [Online] Available from: https://www.huffingtonpost.com/entry/opinion-bacharach-moms-in-government_us_5abbd9aae4b06409775c836c. (Accessed: 25.04.2019).
38. Gambino, L. (2019) We Will Keep Fighting': Inside the Push to Put Democratic Women in Power for the Long Haul. *The Guardian*. March 3. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/mar/03/women-politics-democrats-emerge-america-virginia>. (Accessed: 30.04.2019).
39. Salami, M. (2014) Where are the West's Female Leaders? *The Guardian*. Oct. 31. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/oct/31/slowed-gender-equality-and-lack-of-female-leaders-in-the-west>. (Accessed: 21.05.2019).
40. Wiseman, E. (2019) "Democracy Is Broken": Women's Equality Party Leader Tells Why She Quit. *The Guardian*. Jan. 26. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/jan/26/sophie-walker-interview-resignation-womens-equality-party-leader-new-voices-next-generation>. (Accessed: 20.04.2019).
41. Landler, M. (2019) U.K. to Hold Election in December, Opening New Phase in Brexit Odyssey. *The New York Times*. Nov. 1. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2019/10/29/world/europe/brexit-election-corbyn.html?module=inline>. (Accessed: 03.11.2019).
42. Meisler, S. (2007) Biography Portrays Condoleezza Rice as Talented, Ambitious and Loyal to a Fault. *Tribune Newspapers: Los Angeles Times*. December 22. [Online] Available from: http://articles.chicagotribune.com/2007-12-22/entertainment/0712200314_1_elisabeth-bumiller-condoleezza-rice-virtuoso-career. (Accessed: 15.05.2019).
43. Wallacejan, N. (2016) Sarah Palin, Rage Whisperer. *The New York Times*. Jan. 26. [Online] Available from: <https://www.nytimes.com/2016/01/26/opinion/sarah-palin-rage-whisperer.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FPalin%2C%20Sarah>. (Accessed: 27.03.2019).
44. Sharma, D. (2016) How Hillary Clinton's 'Smart Power' Feminism Informs her Foreign Policy. *The Conversation*. June 9. [Online] Available from: <https://theconversation.com/how-hillary-clintons-smart-power-feminism-informs-her-foreign-policy-60506>. (Accessed: 03.04.2019).