

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ ΓΡΑΠΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΛΟΓΟΥ: ΜΙΑ  
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΤΗΣ ΓΛΩΣΣΟΛΟΓΙΑΣ  
ΣΩΜΑΤΩΝ ΚΕΙΜΕΝΩΝ**

**Φραντζή Κατερίνα & Γεωργαλίδου Μαριάνθη**

*Τμήμα Μεσογειακών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Αιγαίου*

*frantzi@rhodes.aegean.gr & georgalidou@rhodes.aegean.gr*

**Abstract**

This paper examines the discourse strategies employed by Greek candidates for the local municipal and prefectural elections, in the construction of texts they include in their personal leaflets or post on the Internet. Some of the issues addressed involve language choice within the continuum of formal/ informal registers, the content of the texts, and the potential of computational analysis to contribute to the critical analysis of the corpora. Based on the analysis, we will show that the parallel use of contrasting linguistic devices serves two goals, a) the use of language typical of formal written registers enhances the negative face of candidates, therefore promoting their social status, b) the use of first/ second person address terms, informal language and direct speech acts enhances their positive face and establishes a link with potential voters. Both devices contribute to the marketization of discourse produced during the pre-election campaign (Fairclough 1995, 1998, 2003).

**1. Εισαγωγή**

Σε αυτό το άρθρο εξετάζουμε τις στρατηγικές οργάνωσης λόγου που χρησιμοποιούνται από Έλληνες υποψηφίους για τις δημοτικές και νομαρχιακές εκλογές στην κατασκευή των κειμένων που περιλαμβάνονται στα προσωπικά τους φυλλάδια ή δημοσιεύονται στο διαδίκτυο. Αναλύουμε τις γλωσσικές δομές που στερεοτυπικά εμφανίζονται σε περισσότερο ή λιγότερο επίσημες γραπτές και προφορικές λειτουργικές ποικιλίες (registers), αναλύοντας τα κείμενα με τη χρήση τεχνικών της γλωσσολογίας σωμάτων κειμένων (McEnery et al. 2005). Η παρουσίαση μας βασίζεται στην κριτική ανάλυση σωμάτων κειμένων τα οποία περιλαμβάνουν τα βιογραφικά σημειώματα και τις ανοιχτές επιστολές που περιέχονται σε προσωπικά φυλλάδια, τα οποία είτε διανέμονται από τους υποψηφίους είτε δημοσιεύονται στους διαδικτυακούς τόπους των υποψηφίων συνδυασμών. Τα ζητήματα που εξετάζουμε αφορούν: α) τη γλωσσική επιλογή στο πλαίσιο του συνεχούς επίσημων/ ανεπίσημων λειτουργικών ποικιλιών, β) το πληροφοριακό περιεχόμενο των κειμένων, γ) την αλληλεπίδραση πρακτικών οργάνωσης λόγου με το στόχο των υποψηφίων να προβάλλουν μια ελκυστική εικόνα του εαυτού τους και δ) τη δυνατότητα της υπολογιστικής γλωσσολογίας να συνεισφέρει στην κριτική ανάλυση σωμάτων κειμένων.

Με βάση την ανάλυση θα επιχειρήσουμε να δείξουμε ότι η παράλληλη χρήση αντίθετων ως προς την υφολογική τους αξία γλωσσικών στρατηγικών εξυπηρετεί δύο στόχους, α) η χρήση γλωσσικών δομών οι οποίες στερεοτυπικά χρησιμοποιούνται σε επίσημες γραπτές κειμενικές ποικιλίες ενισχύει το αρνητικό πρόσωπο των υποψηφίων με συνέπεια να προωθεί το κοινωνικό τους κύρος και β) η χρήση του 1<sup>ου</sup> και 2<sup>ου</sup> προσώπου, ανεπίσημων γλωσσικών επιλογών και άμεσων λεκτικών πράξεων ενισχύει το θετικό πρόσωπο των υποψηφίων και δημιουργεί δεσμό με τους πιθανούς αναγνώστες. Και οι δύο επιλογές εξυπηρετούν την προώθηση των υποψηφίων και κατά συνέπεια συνεισφέρουν στην εμπορευματοποίηση του λόγου που παράγεται στο πλαίσιο προεκλογικών εκστρατειών (Fairclough 1995, 1998, 2003). Θα δείξουμε επίσης, πως μια δυναμική βάση δεδομένων σωμάτων κειμένων, σε συνδυασμό με τεχνικές υπολογιστικής γλωσσολογίας, δίνει το πλεονέκτημα της συνεχούς επεξεργασίας και ανάλυσης με αποτέλεσμα την εξαγωγή συμπερασμάτων τα οποία δύναται να αναθεωρηθούν καθώς νέα δεδομένα εισάγονται στη βάση.

## **2. Ορισμός και Ανάλυση του Πολιτικού Λόγου**

Ένα από τα δυσκολότερα ζητήματα στην όλη συζήτηση είναι αυτό του ορισμού του Πολιτικού Λόγου. Ξεκινώντας από τους πολύ ευρείς ορισμούς σύμφωνα με τους οποίους περίπου κάθε κείμενο θεωρείται πολιτικό, και φτάνοντας σε εκείνους που θεωρούν πολιτικό λόγο αποκλειστικά τα κείμενα που αφορούν πολιτικούς και συνδέονται με κατεξοχήν πολιτικά γεγονότα, ο ορισμός του αντικειμένου αποδεικνύεται δύσκολος (Wilson 2001). Σε αυτή την εργασία, ορίζουμε ως πολιτικά τα κείμενα που στοχεύουν στην επίτευξη πολιτικών στόχων μέσω του χειρισμού των γλωσσικών μέσων. Οι πολιτικοί στόχοι μπορεί να είναι είτε ρητοί είτε υπόρητοι. Όσον αφορά τα δεδομένα μας, κείμενα τα οποία στοχεύουν στην προώθηση υποψηφίων στο πλαίσιο των τοπικών εκλογών μπορεί να μην αναδεικνύουν μείζονα πολιτικά ζητήματα, αλλά παρόλα αυτά είναι πολιτικά εφόσον αντιπροσωπεύουν τους τρόπους με τους οποίους οι τοπικές κοινότητες διαχειρίζονται τους δημοκρατικούς θεσμούς που αφορούν την συγκρότησή τους.

Θέτοντας τον παραπάνω ορισμό ως αφετηρία μας, αναλύουμε τα κείμενα στα δεδομένα μας στο πλαίσιο της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου (Critical Discourse Analysis-C.D.A.). Ακολουθώντας τον Fairclough, βλέπουμε τον Πολιτικό Λόγο σαν μια «τάξη λόγου» (“an order of discourse<sup>1</sup>”), η οποία συνεχώς μεταβάλλεται στο πλαίσιο των ευρύτερων κοινωνικών και πολιτισμικών αλλαγών (Fairclough 1998: 143). Η Κριτική Ανάλυση Λόγου συνδέει την ανάλυση της γλωσσικής συγκρότησης των κειμένων με την ανάλυση των

---

<sup>1</sup> “The structured configuration of genres and discourses which constitutes political discourse, the system- albeit an open and shifting one – which defines and delimits political discourse, at a given point in time. (Fairclough 1998: 143)

πρακτικών παραγωγής, διανομής και κατανάλωσης τους, καθώς και των κοινωνικών και πολιτισμικών πρακτικών που πλαισιώνουν τις πρακτικές λόγου (Fairclough 1998: 144). Σε αυτό το πλαίσιο, βλέπουμε την μετακίνηση του πολιτικού λόγου σε πιο διαφημιστικά, και συνεπώς πιο συνομιλιακά κειμενικά είδη, ως ένδειξη της εμπορευματοποίησης με την οποία κυρίως στοχεύεται η κατασκευή και προβολή μιας ελκυστικής εικόνας των ανθρώπων που εμπλέκονται στους πολιτικούς θεσμούς και κατά συνέπεια η προβολή τους ως προϊόντων προς προώθηση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία υβριδικών πολιτικών κειμενικών ειδών, τα οποία επηρεάζουν τόσο τις κεντρικές όσο και τις τοπικές πολιτικές διαδικασίες, αφήνοντας λίγο χώρο στην σοβαρή συζήτηση πολιτικών ζητημάτων και αναπαράγοντας μια σχέση προϊόντος- καταναλωτή ανάμεσα στους πολιτικούς και το πολιτικό κοινό (Fairclough 1995: 180).

Το ζητούμενο της κριτικής ανάλυσης συνδέεται με την αναγκαιότητα να τεκμηριωθεί η σχέση των μικροσκοπικών πτυχών της κειμενικής οργάνωσης με τις κοινωνικές δομές και πρακτικές. Αυτό υποβοηθείται από τις τεχνικές της γλωσσολογίας σωμάτων κειμένων η οποία επιτρέπει τη χρήση σωμάτων κειμένων σε ηλεκτρονική μορφή μαζί με τεχνικές (στατιστικές και γλωσσολογικές) ώστε να γίνει επεξεργασία της γλώσσας των κειμένων με έναν ολοκληρωμένο ακριβή και γρήγορο τρόπο που δεν θα μπορούσε να επιτευχθεί διαφορετικά. Επίσης, επιτρέπει τη δυναμική επέκταση του σώματος των κειμένων εφόσον αυτό εμπλουτίζεται περιοδικά με κείμενα που προκύπτουν σε μεταγενέστερο χρόνο.

### **3. Τοπικές Δημοτικές και Νομαρχιακές Εκλογές**

Οι δημοτικές και νομαρχιακές εκλογές στην Ελλάδα, οι οποίες γίνονται κάθε 4 χρόνια, συνδέονται με ζητήματα που αφορούν την καθημερινότητα των τοπικών κοινοτήτων οι οποίες καλούνται να επιλέξουν τα τοπικά συμβούλια. Παρότι οι συνδυασμοί που διεκδικούν την εκλογή τους έχουν λιγότερο ή περισσότερο ισχυρούς δεσμούς με τα κοινοβουλευτικά πολιτικά κόμματα, αυτοί οι δεσμοί δεν είναι πάντα σταθεροί, καθώς διαπιστώνονται αλλαγές στη σύνθεση των συνδυασμών και μετακινήσεις υποψηφίων ακόμα και προς ιδεολογικά αντιπαρατιθέμενες παρατάξεις. Συνεπώς, οι ιδεολογικές τοποθετήσεις δεν φαίνεται να παίζουν μείζονα ρόλο, είτε στην επιλογή των υποψηφίων από πλευράς παρατάξεων, είτε στην επιλογή των ψηφοφόρων.

Οι υποψήφιοι επιλέγονται με βάση την ικανότητά τους να απευθύνονται σε όσο το δυνατόν περισσότερους ψηφοφόρους και αυτή η ικανότητα συνδέεται με το εύρος των προσωπικών τους κοινωνικών δικτύων. Επίσης, συνδέεται με το προσωπικό ή/και το επαγγελματικό τους κύρος και το πόσο αναγνωρίσιμο είναι το οικογενειακό τους όνομα. Αυτές οι παράμετροι καθίστανται προφανείς στον τρόπο με τον οποίο οι υποψήφιοι επιλέγουν να δημοσιοποιήσουν και να προωθήσουν την υποψηφιότητά τους. Εκτός από την

ενεργοποίηση των προσωπικών τους δικτύων για την προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων ψηφοφόρων, ένας μεγάλος αριθμός υποψηφίων παράγουν και διανέμουν προσωπικά φυλλάδια τα οποία στοχεύουν στην ελκυστική κατασκευή της εικόνας τους. Σε αντιστοιχία με την έλλειψη σαφών ιδεολογικών διακρίσεων και δεσμεύσεων, οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στα φυλλάδια, ή δημοσιεύονται στους διαδικτυακούς τόπους των συνδυασμών, κυρίως αναφέρονται στην επαγγελματική και οικογενειακή ζωή των υποψηφίων. Σε ελάχιστες περιπτώσεις αναφέρεται η ιδιότητα του μέλους ενός πολιτικού κόμματος, ενώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων αυτή παραμένει υπόρρητη και μπορεί μόνο να συναχθεί με βάση τη γνώση των ψηφοφόρων για τη σχέση των συνδυασμών με συγκεκριμένα πολιτικά κόμματα. Συνεπώς, λείπει η αναφορά σε ζητήματα ιδεολογίας και πολιτικών θέσεων, γεγονός που καθιστά τα κείμενα περισσότερο διαφημιστικά παρά πολιτικά.

Αυτό το γεγονός συνάδει με την ανάλυση του Πολιτικού Λόγου στο πλαίσιο της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου, σε ότι αφορά την αναδόμηση των παραδοσιακών πολιτικών πρακτικών, των μέσων μαζικής ενημέρωσης και της ιδιωτικής ζωής των ανθρώπων που εμπλέκονται σε αυτά, με την συνακόλουθη αλλαγή των πολιτικών κειμενικών ειδών και τη δημιουργία υβριδικών υποειδών που συνδέονται με την εμπορευματοποίηση του πολιτικού λόγου.

#### **4. Τα Δεδομένα**

Τα κείμενα που αναλύονται στη συνέχεια προέρχονται από τις δημοτικές εκλογές του 2006 στο δήμο της πόλης της Ρόδου και τις νομαρχιακές εκλογές στο νομό Δωδεκανήσου. Στις δημοτικές εκλογές του 2006 στην πόλη της Ρόδου πήραν μέρος 5 συνδυασμοί. Ένας υποστηρίχθηκε από τη Νέα Δημοκρατία, ένας από το ΠΑΣΟΚ, ένας από το ΚΚΕ, ένας από τον Συνασπισμό, και ένας έθεσε υποψηφιότητα ως ανεξάρτητος. Στις νομαρχιακές εκλογές συμμετείχαν 4 συνδυασμοί που επίσης υποστηρίχθηκαν από τα προαναφερθέντα πολιτικά κόμματα. Μόνο οι υποψήφιοι των δύο μεγάλων συνδυασμών που υποστηρίχθηκαν από τη ΝΔ και το ΠΑΣΟΚ για τις νομαρχιακές εκλογές παρήγαγαν και δημοσίευσαν προσωπικά φυλλάδια. Οι υποψήφιοι των αντίστοιχων συνδυασμών για τις δημοτικές εκλογές στην πόλη της Ρόδου δημοσίευσαν τα βιογραφικά τους σημειώματα στους διαδικτυακούς τόπους των συνδυασμών τους, ενώ οι υποψήφιοι των υπόλοιπων συνδυασμών δεν διέθεσαν τέτοιο υλικό, προφανώς εξαιτίας της έλλειψης πόρων. Σχεδόν οι μισοί από τους υποψηφίους του δημοτικού συνδυασμού που υποστηρίχθηκε από το ΠΑΣΟΚ παράλληλα διένειμαν και έντυπο υλικό ενώ αυτό συνέβη μόνο σε δύο περιπτώσεις στο συνδυασμό που υποστηρίχθηκε από την ΝΔ (2/42). Έχει ενδιαφέρον να επισημάνει κανείς ότι μόνο υποψήφιοι αυτών των συνδυασμών τελικά εκλέχθηκαν στο δημοτικό και νομαρχιακό συμβούλιο.

Τα κείμενα που αφορούν την παρουσίαση του εκάστοτε υποψηφίου συντάσσονται από τους ίδιους και η επιμέλεια γίνεται από ανθρώπους του περιβάλλοντος τους. Αυτά που κυκλοφορούν σε έντυπη μορφή αποτελούνται από ένα βιογραφικό σημείωμα και στις περισσότερες περιπτώσεις μια ανοιχτή επιστολή σε πρώτο πρόσωπο. Διανέμονται από τους ίδιους τους υποψηφίους, τους συγγενείς και τους φίλους τους. Κάποιοι υποψήφιοι επίσης στέλνουν τα φυλλάδια σε όλους τους κατοίκους της πόλης μέσω ταχυδρομείου. Οι διαδικτυακοί τόποι των δυο μεγάλων δημοτικών συνδυασμών περιλαμβάνουν σελίδες στις οποίες όλοι οι υποψήφιοι δημοσιεύουν ένα σύντομο βιογραφικό σημείωμα μαζί με τη φωτογραφία τους. Μερικοί επίσης δημοσιεύουν σύντομη επιστολή με την οποία απευθύνονται στους ψηφοφόρους σε 1<sup>ο</sup> πρόσωπο (πίνακας 1).

Πίνακας 1. Οι κωδικοί κατηγοριοποίησης των κειμένων

<i>Κωδικός</i>	<i>Κείμενα</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	Άντρες – βιογραφικό σημ. σε 1 <sup>ο</sup> πρόσωπο
M-CV-3 <sup>rd</sup>	Άντρες – βιογραφικό σημ. σε 3 <sup>ο</sup> πρόσωπο
M-E	Άντρες – επιστολές
F-CV-1 <sup>st</sup>	Γυναίκες – βιογραφικό σημ. σε 1 <sup>ο</sup> πρόσωπο
F-CV-3 <sup>rd</sup>	Άντρες – βιογραφικό σημ. σε 3 <sup>ο</sup> πρόσωπο
F-E	Άντρες – επιστολές

Τα φυλλάδια και τα ηλεκτρονικά κείμενα είναι πολυμεσικά (multimodal), καθώς η γλώσσα συνοδεύεται από άλλα σημειωτικά συστήματα (see Kress & Van Leeuwen 1998). Είναι έγχρωμα, οι σελίδες είναι προσεκτικά σχεδιασμένες και περιλαμβάνουν εικόνες και άλλα γραφικά. Όμως, στην παρούσα ανακοίνωση θα αναφερθούμε μόνο στα γλωσσικά μέσα που χρησιμοποιούνται στη κατασκευή των κειμένων. Επίσης, η έκταση των κειμένων διαφέρει. Μερικά αποτελούνται από μερικές μόνο προτάσεις ενώ άλλα περιλαμβάνουν αρκετές παραγράφους και συνοδεύονται από ανοιχτές επιστολές. Η συνολική έκταση των βιογραφικών είναι 520 προτάσεις για τις γυναίκες υποψηφίους και 1688 για τους άντρες, διαφορά που δικαιολογείται από το γεγονός ότι οι άντρες υποψήφιοι είναι κατά 60% περισσότεροι (βλ. πίνακα 2 για την έκταση των κειμένων με βάση τον αριθμό των λέξεων).

Συγκριτικά με τις τοπικές εκλογές του 2002, μόλις 44 υποψήφιοι για τις δημοτικές και τις νομαρχιακές εκλογές είχαν διανείμει φυλλάδια (Georgalidou 2004). Επίσης, δεν υπήρχαν διαδικτυακοί τόποι. Το 2006, 147 (41 γυναίκες / 106 άντρες) σε σύνολο 378 υποψηφίων δημοσίευσαν τα βιογραφικά τους είτε σε έντυπη είτε σε ηλεκτρονική μορφή. Ο

σχεδόν τετραπλάσιος αριθμός υποψηφίων που επέλεξαν να προωθήσουν την υποψηφιότητα τους με αυτό τον τρόπο δείχνει την καθιέρωση του νέου υποείδους ως σημαντικού μέσου επικοινωνίας με τους ψηφοφόρους.

Πίνακας 2. Το μέγεθος των κειμένων (σε αριθμό λέξεων)

<i>Κείμενα</i>	<i>Αριθμός Λέξεων</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	7120
M-CV-3 <sup>rd</sup>	8754
M-E	7119
F-CV-1 <sup>st</sup>	3400
F-CV-3 <sup>rd</sup>	2852
F-E	3268

## 5. Ανάλυση

Τα κείμενα εξετάζονται στο πλαίσιο της Κριτικής Ανάλυσης Λόγου (Fairclough 1995, 1998, 2003), με τη χρήση μεθόδων γλωσσολογίας σώματος κειμένων (Biber 1988, Stubbs 1996), καθώς τα γλωσσικά μέσα συνδέονται με διαφορετικές επικοινωνιακές λειτουργίες στο πλαίσιο των τοπικών εκλογών. Ο στόχος της ανάλυσης είναι διττός. Καταρχάς, χρησιμοποιούμε μεθόδους υπολογιστικής γλωσσολογίας και επεξεργαζόμαστε τα κείμενα σε ηλεκτρονική μορφή ώστε να παραχθούν ακριβή, ολοκληρωμένα και γρήγορα αποτελέσματα τα οποία είναι εξαιρετικά δύσκολο να επιτευχθούν με το χέρι (Sinclair 2004). Τα κείμενα οργανώνονται σε μια δυναμική βάση δεδομένων η οποία μεγαλώνει περιοδικά καθώς αποκτώνται νέες πηγές. Αναλύουμε τα κείμενα των γυναικών και των αντρών υποψηφίων ξεχωριστά, και επίσης διακρίνουμε μεταξύ των βιογραφικών που είναι γραμμένα σε πρώτο και τρίτο πρόσωπο. Στα μεν πρώτα ο παρουσιαζόμενος και ο συγγραφέας του κειμένου ταυτίζονται ενώ στα δεύτερα η ταυτότητα του συγγραφέα δεν είναι εμφανής. Επίσης, ξεχωριστά εξετάζουμε τις ανοιχτές επιστολές οι οποίες συνοδεύουν 58 από τα βιογραφικά σημειώματα. Εξετάζουμε τα λεξιλόγια, τις γραμματικές δομές και τις λεκτικές πράξεις που εντοπίζονται στα κείμενα ως τα γλωσσικά μέσα με τα οποία οι συγγραφείς επιχειρούν να εκπληρώσουν συγκεκριμένους επικοινωνιακούς στόχους.

Οι πίνακες 3 και 4 δίνουν τις συχνότερα χρησιμοποιούμενες λέξεις περιεχομένου όλων των κειμένων του σώματος κειμένων των αντρών και γυναικών υποψηφίων. Στις λέξεις περιεχομένου περιλαμβάνουμε τις λέξεις που κυρίως περιέχουν πληροφορία, τα ουσιαστικά, τα ρήματα και τα επίθετα. Ο πίνακας 5 δίνει τις συχνότερα χρησιμοποιούμενες συμφράσεις

(collocations) τεσσάρων ή πέντε λέξεων. Οι εξαγόμενες από το σώμα κειμένων λίστες περιλαμβάνουν τις λέξεις όπως αυτές εμφανίζονται στα κείμενα (π.χ. διατηρούνται μικρά-κεφαλαία, ορθογραφικά λάθη, κλίσεις, κτλ.).

Πίνακας 3. Οι συχνότερες λέξεις περιεχομένου (ρήματα, ουσιαστικά, επίθετα) των κειμένων των αντρών υποψηφίων

<i>M-CV-1<sup>st</sup></i>		<i>M-CV-3<sup>rd</sup></i>		<i>M-E</i>	
92	Ρόδου	116	Ρόδου	42	είναι
48	Είμαι	93	Είναι	27	χρόνια
45	Μέλος	82	μέλος	27	νησιών
29	Γεννήθηκα	59	πρόεδρος	21	ψήφο
26	Μέλος	53	Μέλος	20	τόπου
24	χρόνια	47	Δωδεκανήσου	19	τόπο
22	Ρόδο	45	Ρόδο	19	ανάπτυξη
22	Πρόεδρος	42	Γεννήθηκε	16	όραμα
21	παντρεμένος	38	παντρεμένος	14	εμπιστοσύνη
21	Κω	37	έχει	13	προβλήματα
20	συλλόγου	35	συλλόγου	12	προσπάθεια

Πίνακας 4. Οι συχνότερες λέξεις περιεχομένου (ρήματα, ουσιαστικά, επίθετα) των κειμένων των γυναικών υποψηφίων

<i>F-CV-1<sup>st</sup></i>		<i>F-CV-3<sup>rd</sup></i>		<i>F-E</i>	
45	Ρόδου	32	Ρόδου	13	Είναι
31	Είμαι	24	Είναι	12	τόπου
19	Ρόδο	22	Ρόδο	11	ψήφο
18	μέλος	21	είναι	10	τόπο
18	Γεννήθηκα	20	μέλος	9	προβλήματα
15	παντρεμένη	15	έχει	8	νησιών
14	χρόνια	14	Μέλος	8	νησιά
12	Αφάντου	14	Γεννήθηκε	8	Δωδεκανήσου
11	παιδιά	12	παντρεμένη	8	αγώνα
11	ετών	11	συλλόγου	7	πρόκληση

11	είναι	11	Πρόεδρος	7	μέλλον
----	-------	----	----------	---	--------

Πίνακας 5. Οι τρεις συχνότερες συμφράσεις τεσσάρων ή πέντε λέξεων των κειμένων

<i>M-CV-1<sup>st</sup></i>	
14	Είμαι παντρεμένος με την
10	στην πόλη της Ρόδου
8	Από το <αριθμός> έως το
<i>M-CV-3<sup>rd</sup></i>	
23	Είναι παντρεμένος με την
20	του Δ Σ του
20	Μέλος του Δ Σ
<i>M-E</i>	
5	για τον τόπο μας
5	ανάπτυξη των νησιών μας
4	για την επίλυση των
<i>F-CV-1<sup>st</sup></i>	
13	Είμαι παντρεμένη με τον
5	από το Καζούλειο Γυμνάσιο Ρόδου
4	και έχω δύο παιδιά
<i>F-CV-3<sup>rd</sup></i>	
9	Είναι παντρεμένη με τον
7	του Δ Σ του
7	και είναι μόνιμος κάτοικος Ρόδου
<i>F-E</i>	
5	με την ψήφο σας
3	τον τόπο μας και
2	το κίνητρο που με

### 5.1. Τα βιογραφικά σημειώματα

#### 5.1.1. Πληροφοριακό περιεχόμενο- Λεξιλόγια

Τα βιογραφικά σημειώματα παρέχουν πληροφορίες που αφορούν την ιδιωτική και τη δημόσια ζωή των υποψηφίων. Οι υποψήφιοι και των δύο φύλων παρέχουν



λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με την καταγωγή τους χρησιμοποιώντας λιγότερο επίσημο λεξιλόγιο καθώς και το τοπικό ιδίωμα για την αναφορά σε τοπωνύμια, όπως: «Γεννήθηκα το 1949 στη Ρόδο από Συμιακούς γονείς», «...από γονείς Αφαντενούς», «Οι γονείς μου Βασίλειος και Λούλα είναι γεννημένοι στην Καταβιά Δήμου Νότιας Ρόδου ενώ η μητέρα μου κατάγεται και από τα Κοσκινού Δήμου Καλλιθέας», «Γεννήθηκα στ' Αφάντου», «Έζησα κατά σειρά στην Αρχίπολη, Ψίνθο, Κολύμπια, Καλυθιές», «Κατάγομαι από την Ίστριο και Λαχανιά της Νότιας Ρόδου», «Κατάγομαι από το νησί των σφουγγαράδων, την Κάλυμνο».

Επίσης, αναφέρονται στο ονοματεπώνυμο και το επάγγελμα των ιδίων και των δύο γονιών τους. Αναφέρονται στο πατρικό όνομα, το επάγγελμα τους ή της συζύγου τους (πίνακας 6), και την οικογενειακή τους κατάσταση (πίνακας 7). Επίσης αναφέρονται στην ηλικία, τη μόρφωση και την οικογενειακή κατάσταση των παιδιών τους (πίνακας 8).

Πίνακας 6. Παραδείγματα αναφοράς στο επάγγελμα του υποψηφίου ή του/της συζύγου

---

M-CV-1<sup>st</sup> : «είμαι στέλεχος του Υπουργείου Οικονομικών», «Καθηγητής στο», «Είμαι παντρεμένος με τη νηπιαγωγό», «υπηρετώ στο 1ο Δημοτικό Σχολείο»  
M-CV-3<sup>rd</sup> : «ασχολείται με την κατασκευή και την πώληση ακινήτων», «Υπηρέτησε στον ΟΑΕΔ», «εργάζεται ως Αρχιτέκτονας – Πολεοδόμος», «Είναι εκπαιδευτικός»  
F-CV-1<sup>st</sup> : «Εργάζομαι ως εκπαιδευτικός στο Λύκειο», «Είμαι παντρεμένη με τον οδοντίατρο», «Είμαι παντρεμένη με τον Τραπεζικό», «εργάζομαι ως Διευθύντρια»  
F-CV-3<sup>rd</sup> : «Είναι παντρεμένη με τον <όνομα>, συνταξιούχο εργολάβο ελαιοχρωματιστή», «εργάζεται ως Δικηγόρος», «Είναι παντρεμένη με τον <όνομα> οικονομολόγο»

---

Πίνακας 7. Συχνότητες και κανονικοποιημένες συχνότητες των λέξεων «παντρεμένος/παντρεμένη» στα κείμενα.

Κείμενα	Συχνότητα: παντρεμένος-η	Κανονικοποιημένη Συχνότητα.: παντρεμένος-η
M-CV-1 <sup>st</sup>	21	29.5
M-CV-3 <sup>rd</sup>	42	47.97
F-CV-1 <sup>st</sup>	15	44.18

F-CV-3 <sup>rd</sup>	12	4.21
----------------------	----	------

Πίνακας 8. Συχνότητες και κανονικοποιημένες (σε 10000 λέξεις) συχνότητες των λέξεων «παιδί/παιδιά» και «ηλικία/ηλικίας» στα κείμενα.

<i>Κείμενα</i>	<i>Συχνότητα: παιδί/παιδιά</i>	<i>Κανονικοποιημένη συχνότητα: παιδί/παιδιά</i>	<i>Συχνότητα: ηλικία/ηλικίας</i>	<i>Κανονικοποιημένη συχνότητα: ηλικία/ηλικίας</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	22	30.9	3	4.21
M-CV-3 <sup>rd</sup>	32	36.55	8	9.14
F-CV-1 <sup>st</sup>	11	32.35	3	8.82
F-CV-3 <sup>rd</sup>	7	24.54	2	7.01

Αντίθετα, όταν παρέχουν πληροφορίες για τη δική τους επαγγελματική κατάσταση, χρησιμοποιούν το επίσημο ιδίωμα καθώς και λεξιλόγια που προέρχονται από την καθαρεύουσα<sup>2</sup>. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα χρήσης αυτής της ποικιλίας είναι αυτό του «βοηθού ιατρού στην Παθολογική Κλινική του Ψυχιατρικού Νοσοκομείου της Λέρου προς εκπλήρωση υπηρεσίας υπαίθρου», το οποίο, κατά τη συνήθη ορολογία η οποία γίνεται άμεσα κατανοητή από τον αναγνώστη, απλά σημαίνει ότι ο εν λόγω υποψήφιος έκανε το αγροτικό του. Επίσης, σημειώνουμε ενδεικτικά τη χρήση του όρου «ιατρός», που λεξιλογικά ανήκει στην καθαρεύουσα, έναντι του αντίστοιχου «γιατρός» της Κ.Ν.Ε. (πίνακας 9).

Πίνακας 9. Συχνότητες και κανονικοποιημένες συχνότητες των λέξεων «ιατρός» και «γιατρός» στα κείμενα.

<i>Κείμενα</i>	<i>Συχνότητα: ιατρός</i>	<i>Κανονικοποιημένη συχνότητα: ιατρός</i>	<i>Συχνότητα: γιατρός</i>	<i>Κανονικοποιημένη συχνότητα: γιατρός</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	5	7.02	1	1.40
M-CV-3 <sup>rd</sup>	5	5.72	3	3.43
F-CV-1 <sup>st</sup>	1	2.94	0	0
F-CV-3 <sup>rd</sup>	1	3.51	0	0

Αυτές οι τάσεις είναι κοινές τόσο για τα βιογραφικά σημειώματα που γράφονται είτε σε 1<sup>ο</sup> όσο και για εκείνα που γράφονται σε 3<sup>ο</sup> πρόσωπο. Στα δεύτερα όμως,

<sup>2</sup> Λεξιλόγια καθώς και μορφοσυντακτικές δομές που προέρχονται από τη λεγόμενη καθαρεύουσα ακόμα χρησιμοποιούνται σε περιβάλλοντα που απαιτούν υψηλό βαθμό επισιμότητας, όπως τα δικαστήρια, ο στρατός και η εκκλησία.

χρησιμοποιούνται αξιολογικά επίθετα με τα οποία περιγράφεται η επαγγελματική ζωή του υποψηφίου ως επιτυχής. Αυτό δεν συμβαίνει στα σημειώματα στα οποία ο υποψήφιος ταυτίζεται με τον συγγραφέα μέσω της χρήσης του 1<sup>ου</sup> προσώπου (βλ. ενότητα 5.1.3.).

### 5.1.2. Γραμματικές δομές

Οι προτάσεις που περιλαμβάνονται στα βιογραφικά σημειώματα είναι μάλλον σύντομες. Το μέσο μήκος της πρότασης για τις γυναίκες είναι 14.11 λέξεις για τα σημειώματα που είναι γραμμένα σε 1<sup>ο</sup> πρόσωπο και 10.22 γι' αυτά που είναι γραμμένα σε 3<sup>ο</sup>, ενώ γι' αυτά που είναι γραμμένα από άντρες είναι 10.62 και 8.61 λέξεις αντίστοιχα (πίνακας 10). Οι συντακτικές δομές είναι απλές και η αναφορική είναι η συχνότερα χρησιμοποιούμενη δευτερεύουσα πρόταση. Η χρήση της ενεργητικής σύνταξης είναι κυρίαρχη εφόσον ο υποψήφιος παρουσιάζεται ως το υποκείμενο της δράσης. Η χρήση της παθητικής σύνταξης είναι περιορισμένη και χρησιμοποιείται κυρίως όταν οι συγγραφείς μετακινούνται προς την επίσημη ποικιλία για να αναφερθούν σε ζητήματα της δημόσιας και επαγγελματικής τους ζωής. Για παράδειγμα, οι υποψήφιοι *διορίστηκαν, επιλέχθηκαν, εκλέχθηκαν, συνταξιοδοτήθηκαν*, κ.τ.λ..

Επίσης, συχνή είναι η χρήση ελλειπτικών προτάσεων και ονοματοποιήσεων στις οποίες το ρήμα αντικαθίσταται από ονοματικές φράσεις, κυρίως στα σημειώματα που συντάσσονται σε 3<sup>ο</sup> πρόσωπο. Για παράδειγμα, οι υποψήφιοι παρουσιάζονται ως *Απόφοιτοι, Μέλη, Ιδρυτικά μέλη, Πρόεδροι, Υποψήφιοι, Συντονιστές*, κ.τ.λ.. Όπως επισημαίνει ο Fairclough (1995: 152), οι λειτουργίες της προώθησης του εαυτού στα κείμενα των βιογραφικών σημειωμάτων καθίστανται προφανείς καθώς οι ισχυρισμοί πραγματώνονται γλωσσικά ως βεβαιωτικές προτάσεις με ρηματικούς τύπους του ενεστώτα και του αορίστου. Αυτές οι προτάσεις εκφέρονται με ρητή επιστημική τροπικότητα.

### 5.1.3. Η διάκριση 1<sup>ου</sup> / 3<sup>ου</sup> προσώπου

Τα βιογραφικά σημειώματα που γράφονται σε 1<sup>ο</sup> πρόσωπο εγκαθιστούν μια σχέση αμεσότητας με τους δυνάμει ψηφοφόρους καθώς οι υποψήφιοι παρουσιάζουν τον εαυτό τους απευθυνόμενοι στους αναγνώστες σε 1<sup>ο</sup> πρόσωπο και αναλαμβάνοντας την πλήρη ευθύνη για την αλήθεια των ισχυρισμών τους. Οι ανοιχτές επιστολές συμπληρώνουν αυτή την επιλογή και επιπλέον εγκαθιστούν το συνομιλιακό ύφος στην κατασκευή του κειμένου. Αντίθετα, τα βιογραφικά σημειώματα που γράφονται σε 3<sup>ο</sup> πρόσωπο ή μέσω ελλειπτικών δομών είναι μάλλον απρόσωπα, καθώς η ταυτότητα του συγγραφέα παραμένει ασαφής. Επιτρέπουν μεγαλύτερο βαθμό επιστημότητας, ενισχύοντας το αρνητικό πρόσωπο των υποψηφίων, αλλά ταυτόχρονα επιτρέπουν αξιολογικά σχόλια ως προς τον (επιτυχή) δημόσιο και επαγγελματικό

βίο του παρουσιαζόμενου. Η μετακίνηση προς ένα πιο συνομιλιακό κείμενο πραγματοποιείται μέσω της ανοιχτής επιστολής, η οποία ενδεχομένως συνοδεύει το βιογραφικό σημείωμα, και στην οποία ο υποψήφιος απευθύνεται ευθέως στο κοινό του. Η επιλογή ανάμεσα στο 2<sup>ο</sup> ή το 3<sup>ο</sup> πρόσωπο ήταν ανοιχτή και για τους υποψήφιους που δημοσίευσαν τα CVs στους ιστότοπους των συνδυασμών τους στο Internet, όπου η ομοιογένεια στο ύφος και την έκταση των κειμένων δεν ήταν επιβεβλημένη.

## 5.2. Οι ανοιχτές επιστολές

### 5.2.1. Το μέσο μήκος της πρότασης

Το μέσο μήκος της πρότασης στις ανοιχτές επιστολές αποδεικνύεται σημαντική παράμετρος της υφολογικής τους ταυτότητας καθώς ήταν το διπλάσιο από αυτό των βιογραφικών σημειωμάτων. Αυτό είναι 22.54 λέξεις για τις επιστολές που συντάχθηκαν από γυναίκες και 22.18 για εκείνες που συντάχθηκαν από άντρες (πίνακας 10). Αυτό σημαίνει ότι στα γράμματα, σε αντίθεση με τα κείμενα των βιογραφικών, οι συντακτικές δομές είναι πολυπλοκότερες, ενώ το περιεχόμενο είναι λιγότερο πληροφοριακό και περισσότερο αξιολογικό προβάλλοντας την εικόνα ενός υποψηφίου που είναι συναισθηματικά δεμένος με τον «τόπο» του/ της και αφοσιωμένος στον κοινό στόχο της ανάπτυξης και της προόδου.

*Παράδειγμα 2: «Τα νησιά μας, τόποι απaráμιλλης ομορφιάς, δύναμη οικονομικής ανάπτυξης, πολιτιστικής και πολιτισμικής παρακαταθήκης, σταυροδρόμι πολιτισμών, όπου το χθες συνυπάρχει αρμονικά με το σήμερα, πόλος έλξης διεθνών φόρουμ, και τουριστικής δημιουργίας, δικαιούνται ισότιμη συμμετοχή στο σύγχρονο ευρωπαϊκό οικονομικό και κοινωνικό γίγνεσθαι, με την εφαρμογή κατάλληλων και αποτελεσματικών Εθνικών και Ευρωπαϊκών πολιτικών».*

Πίνακας 10. Το μέσο μήκος πρότασης (σε αριθμό λέξεων) για τα διάφορα κείμενα.

<i>Κείμενο</i>	<i>Μέσο μήκος πρότασης</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	10.62
M-CV-3 <sup>rd</sup>	8.61
M-E	22.18
F-CV-1 <sup>st</sup>	14.11
F-CV-3 <sup>rd</sup>	10.22
F-E	22.54

### 5.2.2. Κατευθυντικές λεκτικές πράξεις

Μια ακόμα στρατηγική που εντοπίζεται στα δεδομένα μας, η οποία όμως δεν είναι αναλύσιμη μέσω υπολογιστικών τεχνικών, είναι οι κατευθυντικές και δεσμευτικές λεκτικές πράξεις, οι οποίες κυρίως περιλαμβάνονται στις επιστολές. Οι λεκτικές πράξεις, οι οποίες ευθέως απευθύνονται στους ψηφοφόρους, εγκαθιστούν έναν δεσμό με αυτούς και συνεισφέρουν στην συνομιλιακότητα των κειμένων. Δομούνται κυρίως ως δηλωτικά εκφωνήματα τα οποία περιλαμβάνουν το ρήμα *ζητώ* στο πρώτο πρόσωπο του ενικού και συνοδεύονται από μια δεσμευτική λεκτική πράξη η οποία περιγράφει τη δράση του υποψηφίου εφόσον το αίτημά του ικανοποιηθεί π.χ., *«Ζητώ την ψήφο σας γιατί πιστεύω ότι έχω πολλά να προσφέρω σε αυτή την πόλη»*. Οι αιτιολογήσεις και οι δεσμεύσεις λειτουργούν μετριαστικά και προστατεύουν το πρόσωπο υποψηφίου και αποδέκτη. Επίσης, χρησιμοποιούνται κάποιες δομές προστακτικής παρότι ελάχιστες, *«ψηφίστε με», «εμπιστευθείτε με», «ρωτήστε για μένα»*. Το δεύτερο πρόσωπο της προσωπικής και της κτητικής αντωνυμίας, το οποίο χρησιμοποιείται στις δεσμευτικές και κατευθυντικές πράξεις *«Σας υπόσχομαι»* και *«Ζητώ την ψήφο σας»*, συναντάται στο 2<sup>ο</sup> πρόσωπο του πληθυντικού με συχνότητα, 192.6/ 10000 λέξεις. Αντίθετα, το 2<sup>ο</sup> πρόσωπο του ενικού συναντάται με συχνότητα 30.99/ 10000 λέξεις, πράγμα που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ελάχιστοι υποψήφιοι επιλέγουν να μειώσουν περαιτέρω την απόσταση ανάμεσα σε αυτούς και τους αποδέκτες τους.

### 5.3. Η κατανομή των αντωνυμιών στο σύνολο των κειμένων

Η χρήση της προσωπικής αντωνυμίας είναι ένας επίσης χαρακτηριστικός δείκτης της λειτουργίας προβολής του υποψηφίου (πίνακας 11). Οι υποψήφιοι αναφέρονται στον εαυτό τους όταν ζητούν την υποστήριξη των ψηφοφόρων μέσω του πρώτου προσώπου ενικού ή πληθυντικού της προσωπικής αντωνυμίας, «με», «μας» και «μου», και στους ψηφοφόρους, όταν δεσμεύονται να εκπληρώσουν υποσχέσεις που διατυπώνονται είτε από τους ίδιους είτε από την παράταξη που εκπροσωπούν, με το δεύτερο πρόσωπο της προσωπικής αντωνυμίας «σας», «σου». Οι αντωνυμίες 1<sup>ου</sup> προσώπου εμφανίζονται 2.5 φορές περισσότερο στα γράμματα από ότι στα βιογραφικά σημειώματα ενώ του 2<sup>ου</sup> προσώπου εμφανίζονται 5 φορές περισσότερο. Αυτή η μέτρηση είναι συμβατή με τον στόχο των δύο κειμένων καθώς στα βιογραφικά σημειώματα, οι υποψήφιοι αναφέρονται κυρίως στον εαυτό τους, ενώ στα γράμματα απευθύνονται στους εν δυνάμει ψηφοφόρους τους.

Πίνακας 11. Οι συχνότητες εμφάνισης και κανονικοποιημένες συχνότητες (σε 10000 λέξεις) των αντωνυμιών «με» στα κείμενα.

<i>Κείμενο</i>	<i>Συχνότητα αντωνυμίας: με</i>	<i>Κανονικοποιημένη συχνότητα αντωνυμίας: με</i>
M-CV-1 <sup>st</sup>	3	4.2
M-CV-3 <sup>rd</sup>	0	0
M-E	7	9.8
F-CV-1 <sup>st</sup>	2	5.88
F-CV-3 <sup>rd</sup>	0	0
F-E	13	39.78

## 6. Συμπέρασμα

Η εναλλαγή φαινομενικά άνισων επικοινωνιακών στρατηγικών ακόμα και στο ίδιο κείμενο, π.χ. η παράλληλη χρήση δομών +/-επισημότητας, εξυπηρετεί δύο στόχους, α) η χρήση γλωσσικών δομών που απαντώνται κυρίως στις επίσημες γραπτές ποικιλίες, ακόμα και δομών και λεξιλογίων που προέρχονται από την καθαρεύουσα, ενισχύει το αρνητικό πρόσωπο των υποψηφίων και προβάλλει το κοινωνικό τους κύρος, και β) η χρήση του 1<sup>ου</sup> και 2<sup>ου</sup> προσώπου, δομών του ανεπίσημου ιδιώματος και άμεσων λεκτικών πράξεων προβάλλει το θετικό πρόσωπο των υποψηφίων και εγκαθιστά ένα δεσμό με τους εν δυνάμει ψηφοφόρους. Η χρήση των μη επίσημων ποικιλιών όταν οι υποψήφιοι αναφέρονται στον τόπο καταγωγής τους και την οικογενειακή τους ζωή προβάλλει την εικόνα του «δικού μας ανθρώπου». Ταυτόχρονα, η μετακίνηση σε επίσημες ποικιλίες ώστε να παρουσιαστεί το επαγγελματικό προφίλ και οι δημόσιες δραστηριότητες των υποψηφίων ενισχύει τη δυνατότητα προώθησής τους μέσω των κειμένων, καθώς προβάλλει την εικόνα του κύρους και της επαγγελματικής επιτυχίας. Και οι δύο στρατηγικές συνεισφέρουν στην προωθητική (promotional) λειτουργία των κειμένων και κατ' επέκταση στην εμπορευματοποίηση (marketization) του δημόσιου λόγου.

Όπως άλλωστε υποστηρίζει ο Fairclough (1995: 153), καθώς «η προώθηση του εαυτού γίνεται ίσως μια αναμενόμενη και φυσικοποιημένη πτυχή διάφορων δραστηριοτήτων και ταυτοτήτων», οι άνθρωποι που αγωνίζονται για σημαντικές θέσεις στον δημόσιο βίο πρέπει να «πουλήσουν» τους εαυτούς τους για να έχουν την οποιαδήποτε πιθανότητα επιτυχίας. Πιστεύουμε ότι αυτή η τάση επιβεβαιώνεται στα δεδομένα μας. Όμως, αυτό συμβαίνει εις βάρος του σοβαρού πολιτικού λόγου και αντίλογου και ταυτόχρονα συμβάλλει στην αναπαραγωγή και φυσικοποίηση κειμενικών ειδών «απολίτικου» Πολιτικού Λόγου επηρεάζοντας κατά τρόπο δραματικό τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι συμμετέχουν στην πολιτική.

Καθώς η έρευνα μας βρίσκεται σε εξέλιξη, υπάρχουν πτυχές των κειμένων που μένει να μελετηθούν διεξοδικότερα. Επίσης, το δυναμικό σώμα κειμένων που έχουμε αυξάνεται περιοδικά καθώς προστίθενται κείμενα που προέρχονται από άλλες εκλογικές περιφέρειες της Ελλάδας, καθώς και κείμενα που παρήχθησαν κατά τις πρόσφατες βουλευτικές εκλογές. Η διεξοδική ανάλυση αυτών των κειμένων πιστεύουμε ότι θα συνεισφέρει σημαντικά στη μελέτη πτυχών του πολιτικού λόγου όπως διαμορφώνεται στο μεταβαλλόμενο τοπίο των σύγχρονων επικοινωνιακών στρατηγικών και μεθόδων. Σε κάθε περίπτωση όμως, η δυνατότητα χρήσης πολλαπλών μέσων στην επικοινωνία των διεκδικητών πολιτικών θέσεων με τους δυνάμει ψηφοφόρους τους, είτε στις δομές της κεντρικής εξουσίας, είτε στα κεντρικά και περιφερειακά αυτοδιοικητικά κέντρα, φαίνεται, όπως άλλωστε καταδεικνύει η παρούσα ανάλυση, να συνδέεται στενά με τις σύγχρονες μεθόδους προώθησης προϊόντων, υπηρεσιών και ανθρώπων και τα ιδιώματα που έχουν διαμορφωθεί στο πλαίσιο τους.

## Βιβλιογραφία

- Biber, D. 1988. *Variation Across Speech and Writing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Faircough, N., 2003. *Analysing Discourse*. London: Routledge.
- Faircough, N., 1998. "Political discourse in the Media: An analytical framework". In A. Bell & P. Garret (eds.). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell, (142-162).
- Faircough, N., 1995. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Georgalidou, M. 2004. "Orality in written texts: The linguistic choices in the CVs of candidates in the elections for local councils ". *Studies in Greek Linguistics*. Proceedings of the 24<sup>th</sup> Annual Meeting of the Department of Linguistics, Faculty of Philosophy, Aristotle University of Thessaloniki, (111-122). (in Greek)
- Kress, G. & Van Leeuwen, Th. 1998. "Front pages: The (critical) analysis of paper layout". In A. Bell & P. Garret (eds.). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell, (186-219).
- McEnery A. M., Tono, Y., Xiao, 2005. R. *Corpus-based Language Studies*. Routledge Applied Linguistics, Routledge, an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.
- Sinclair, J. 2004. *Trust the Text: Language, Corpus and Discourse*. Routledge, an imprint of Taylor & Francis Books Ltd.
- Stubbs, M., 1996. *Text and Corpus Analysis*. Oxford: Blackwell.
- Wilson, J., 2001. "Political Discourse". In D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton (eds). *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell, (399-415).