

---

---

# ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТЕКСТУ ТА ДИСКУРСУ

Отримано: 9 грудня 2023 р.

Прорецензовано: 18 грудня 2023 р.

Прийнято до друку: 20 грудня 2023 р.

e-mail: olenabratel@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9036-6959>

Researcher ID: AAY-1082-2021

e-mail: bohuslavskaanastasiia@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-7295-644X>

Researcher ID: JRY-1713-2023

DOI: 10.25264/2519-2558-2023-20(88)-7-12

Братель О. М., Богуславська А. В. Комунікативні стратегії й тактики аргументації в електоральному дискурсі Хав'єра Мілея. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 20(88). С. 7–12.

---

УДК: 808.5+811.134.2

**Братель Олена Миколаївна,**  
кандидат філологічних наук,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
**Богуславська Анастасія Володимирівна,**  
студентка,  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

## КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ АРГУМЕНТАЦІЇ В ЕЛЕКТОРАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ ХАВ'ЄРА МІЛЕЯ

Стаття присвячена вивченню комунікативних стратегій і тактик аргументації, використаних кандидатом на пост Президента Республіки Аргентина Хав'єром Мілеєм у передвиборчих промовах під час електоральної кампанії 2023 року, а також аналіз мовних засобів, що слугують для їхньої реалізації. Дослідження базується на комунікативно-прагматичному, семантико-когнітивному і контекстуальному аналізах політичного дискурсу, що дозволяють розкрити ціннісні аспекти та можливі інтерпретації мовних засобів у певному контексті, а також визначити прагматичні інтенції мовця.

У межах дослідження було проаналізовано мовні засоби реалізації комунікативних стратегій і тактик аргументації у передвиборчих промовах Хав'єра Мілея та виявлено переважання таких тактик: самосхвалення, протиставлення (стратегія самопрезентації), врахування ціннісних орієнтирів аудиторії, роздратування, солідаризації (стратегія інтеграції), обвинувачення, образання (стратегія дискредитації опонента), агітації й аргументації (стратегія дискредитації опонента).

У статті також описано особливості застосування конкретних мовних одиниць з урахуванням їх конотативних значень і їхньої специфіки в мовно-ситуативному контексті. Було проаналізовано 7 передвиборчих промов Хав'єра Мілея, розміщених у вільному доступі на платформі Youtube, в кожній з яких було вивчено використання 7 ключових слів і словосполучень, а саме: *libertad, dinero, toneda, inflación, Banco Central, casta, ladrón*. Також було пороховано частотність використання кожного зі згаданих слів і словосполучень відносно загальної кількості слів у кожній промові.

Проведений аналіз реалізації комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі аргентинського політика свідчить про ефективність чотирьох основних комунікативних стратегій: самопрезентація для створення власного позитивного іміджу, інтеграції політика в політико-культурне життя аргентинського суспільства, дискредитації іміджу опонента й переконання електорату і спонукання до певних політико-правових дій. Ефективність обраних стратегій і тактик залежить від вибору лексичних засобів, що базуються на моральних і матеріальних домінантах аргентинського світогляду.

**Ключові слова:** політичний дискурс, електоральний дискурс, комунікативні стратегії, тактики аргументації, Аргентина, іспанська мова.

**Olena Bratel,**  
PhD in Philology,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
**Anastasiia Bohuslavska,**  
student,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

## COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF ARGUMENTATION IN THE ELECTORAL DISCOURSE OF JAVIER MILEI

The article is dedicated to the study of communicative strategies and tactics of argumentation used by the candidate for the post of President of the Republic of Argentina Javier Milei in his election speeches during the 2023 election campaign, as well as the analysis of the

*linguistic means used for their implementation. The study is based on communicative-pragmatic, semantic-cognitive and contextual analyses of political discourse, which allowed to reveal the value aspects and possible interpretations of language in a particular context, as well as to determine the speaker's pragmatic intentions.*

*The study analyzes the linguistic means of implementing communication strategies and argumentation tactics in Javier Milei's election speeches and reveals the prevalence of the following tactics: self-approval, opposition (self-presentation strategy), consideration of the audience's values, irritation, solidarity (integration strategy), accusation, insult (strategy of discrediting the opponent), agitation and argumentation (strategy of discrediting the opponent).*

*The article also describes the peculiarities of using specific linguistic units, taking into account their connotative meanings and their specificity in the linguistic and situational context. The article studies 7 election speeches by Javier Milei, freely available on the Youtube platform, in each of which the use of 7 key words and phrases was studied, namely: libertad, dinero, moneda, inflación, Banco Central, casta, ladrón. The frequency of use of each of these words and phrases in relation to the total number of words in each speech was also calculated.*

*The analysis of the implementation of communication strategies and tactics in the political discourse of the Argentine politician shows the effectiveness of four main communication strategies: self-presentation to create one's own positive image, integration of the politician into the political and cultural life of Argentine society, discrediting the image of the opponent and convincing the electorate and encouraging certain political and legal actions. The effectiveness of the chosen strategies and tactics depends on the choice of lexical means based on the moral and material dominants of the Argentine worldview.*

**Keywords:** political discourse, electoral discourse, communication strategies, argumentation tactics, Argentina, Spanish language.

Політичні процеси є важливою складовою будь-якого суспільства, і залежно від його розвитку політична комунікація змінюється та набуває певних особливостей. Політичний дискурс зазнав значних змін з появою телебачення та інтернету. В той час, як маніпуляція та приховані форми переконання були одними з найважливіших складових політичної комунікації в XX столітті, поява інтерактивної комунікації у соціальних мережах і на різних онлайн-платформах ускладнила здійснення контролю над потоками і змістом повідомлень, які циркулюють у публічному просторі, тому маніпуляція вже не може бути такою потужною, як це було кілька десятиліть тому (Damián, 2017).

Саме телебачення та онлайн-трансляції відіграли важливу роль у формуванні популярності аргентинського політика Хав'єра Мілея, який був обраний президентом Аргентини у листопаді 2023 р. Ще до початку електоральної кампанії він виступав як експерт з економіки, і через його запальний характер і властивий йому провокативний стиль він відносно швидко став упізнаваною особою в аргентинському суспільстві (Castro, 2023).

У наш час комунікативні стратегії й тактики в електоральному дискурсі постійно еволюціонують, тому вивчення мовних засобів, за допомогою яких вони реалізуються, є важливим для розуміння умов проведення ефективної виборчої кампанії й процесів впливу на утворення політичних уявлень громадян, що й зумовлює актуальність цього дослідження. Новизна роботи полягає у здійсненні аналізу комунікативних стратегій і тактик, а також мовних засобів, що використовуються для їх реалізації, в електоральному дискурсі аргентинського політика Хав'єра Мілея у виборчій кампанії 2023 р.

В Україні дослідження, присвячені політичному дискурсу, є досить поширеними в сучасній науці, зокрема, вивченням електорального дискурсу займалися Д. В. Біляєв, А. І. Демчук, О. О. Кобзева, лінгвопрагматичному аспекту політичного дискурсу присвячені роботи С. В. Гладь, О. О. Чугу, А. А. Юмрукуз, лінгвокогнітивними особливостями політичного дискурсу присвятили свої дослідження Л. Р. Небелюк, В. В. Степанов, І.С. Шевченко, маніпулятивними технологіями в політиці цікавилися Д. С. Мошак, М. М. Бондаренко, Н. М. Шкворченко, стратегії вивчали О. О. Варецька, О. О. Мелешенко та інші дослідники.

**Мета статті** полягає у визначенні типів і функцій комунікативних стратегій і тактик, використаних Хав'єром Мілеєм у передвиборчих промовах під час електоральної кампанії 2023 року, а також аналізі мовних засобів, що слугують для їхньої реалізації. Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі **завдання**:

– визначити поняття “політичний дискурс” і його особливості;

– класифікувати комунікативні стратегії й тактики аргументації й визначити їхні функції в аргентинському політичному дискурсі;

– визначити мовні засоби реалізації стратегій і тактик аргументації у передвиборчих промовах Хав'єра Мілея.

**Матеріалом дослідження** слугували 7 передвиборчих промов кандидата на пост Президента Республіки Аргентина Хав'єра Мілея, виголошених впродовж передвиборчої кампанії впродовж серпня-листопада 2023 року. Промови були обрані методом суцільної вибірки з відкритих джерел, а саме з веб-сервісу YouTube.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні вчені у галузях риторики, мовознавства, політології та соціології вивчають різні типи мовного дискурсу, які залежать від історичного контексту та вибору дослідника відповідно до потреб певного дослідження (Шевченко, 2005: 234). Дискурс ми розуміємо як аргументоване обговорення будь-якої теми, що може бути письмовим або усним, а предметом цієї дискусії є різні способи аргументації (Лісовий, 2007).

Політичний дискурс відіграє важливу роль у суспільному й культурному житті держави, адже політична комунікація має вирішальне значення для розвитку країни й утвердження її на світовій політичній, економічній та інформаційній арені. Політичним дискурсом називають спосіб комунікації для вербального та невербального обміну думками та пропозиціями учасників політичного життя згідно з їхніми переконаннями (Кобзева, 2019: 94).

Одним із жанрів політичного дискурсу є дискурс електоральної комунікації. Він визначається як “інтерактивна мовленнєво-розумова діяльність”, що здійснюється в політичній галузі та функціонує для впливу на виборців з метою здобуття або збереження влади (Юмрукуз, 2020: 67). Цей жанр характеризується тематичною детермінованістю, обумовленою зосередженням тематичного змісту на діяльності політичних сил, та часовим обмеженням, оскільки тривалість дискурсу визначається термінами проведення передвиборчої агітації (Юмрукуз, 2020: 68). Процес аргументації в електоральному дискурсі є багатоаспектним, що виявляється в поєднанні раціональної й емоційної складових, а його вираження здійснюється у вербальному, невербальному й екстралінгвістичному аспектах (Гладь, Чугу, 2016: 135).

У результаті контекстуального аналізу передвиборчих промов Хав'єра Мілея, виголошених під час електоральної кампанії у серпні-листопаді 2023 року, визначено, що політик з метою переконання електорату в необхідності участі в голосуванні, вдається до таких основних стратегій: стратегії самопрезентації, стратегії інтеграції, стратегії переконання

та стратегії дискредитації опонента. Кожна з них включає низку тактик, які здійснюються за допомогою певних мовних засобів.

Реалізація стратегії інтеграції здійснюється переважно за допомогою тактики врахування ціннісних орієнтирів аудиторії, тактики роздратування й тактики солідаризації або ідентифікації себе з аудиторією. Втілення стратегії інтеграції в електоральному дискурсі Хав'єра Мілея перш за все характеризується його спрямованістю на ціннісну систему аргентинського суспільства. Його ціннісна орієнтованість акцентована на матеріальних і моральних благах громадян країни. Оскільки Хав'єр Мілей є лідером опозиційної партії, в його промовах мають місце критика діяльності чинної влади й наголошення на її некомпетентності й привернення уваги аудиторії до власної переваги над опонентами через можливість змінити ситуацію в державі.

На те, що цей політик зосереджується на цінностях суспільства, вказують застосовані ним мовні одиниці, що мають як позитивну, так і негативну конотації. Здебільшого у промовах політика зустрічаються такі слова, як *dinero*, *moneda*, *libertad* тощо, які відображають важливі для аргентинців матеріальні й моральні цінності та мають позитивну або нейтральну конотації. Також у процесі аргументації та переконання аргентинського електорату кандидат застосовує велику кількість лексичних одиниць, що мають негативну конотацію: *inflación*, *casta*, *ladrón* тощо. Крім того, спостерігається вживання образного мовного кліше політичної кампанії Мілея "*robar está mal*" (Infobae, 2023). Поєднання та вживання цих мовних засобів ґрунтується на політичній ситуації в державі й соціальних потребах електорату.

Тактика роздратування використовується для того, аби викликати в електорату такі негативні емоції як гнів і невдоволення теперішньою владою й іншими кандидатами. Ця тактика сприяє залученню підтримки виборців через їх переконання і перетягування на свій бік. Прикладом може слугувати такий фрагмент із промови Мілея: "*Les pido su voto para terminar de una vez con el modelo del Estado empobrecedor [...] les pido su voto para terminar con la inflación y para terminar con la inseguridad, para que este país no sea un paraíso para los parásitos de la política*" (Movistar Arena, 2023). У цьому уривку мовець навмисно використовує іменники, що мають негативну конотацію в контексті економічної ситуації Республіки Аргентина, щоб висловити свій гнів й негативне ставлення до неї, а саме він вживає такі лексеми: *empobrecedor*, *inflación*, *inseguridad*.

Крім того, тактику роздратування він поєднує з тактиками агітації й ображення. Перша здійснюється шляхом використання дієслова з модальним значенням прохання *pedir*, вжитого у формі першої особи однини в теперішньому часі. Ця тактика застосовується для переконання електорату в необхідності й правильності віддання голосу за цього кандидата. У згаданому контексті важливою є й роль тактики ображення, яка виражена вживанням мовцем лексем, з негативною конотацією, а саме емоційними образами: *Estado empobrecedor*, *parásitos de la política*. Таке поєднання тактик здійснене для того, щоб спровокувати негативні емоції виборців, що будуть спрямовані проти актуального уряду й для того, аби запевнити їх, що від їхнього голосу залежить майбутнє всієї країни.

Інша тактика, яка наскрізно прослідковується в промовах політика – це тактика солідаризації або ідентифікації себе з аудиторією. Її функція – викликати почуття впевненості в кандидатурі як у можливому представникові інтересів свого суспільства, тобто, нації в цілому. Приклади самоідентифікації Хав'єра Мілея з аргентинським суспільством можна побачити в цих цитатах: "*Vamos a terminar con esta casta que nos hunde*" (Infobae, 2023); "*Para que como dice nuestra Constitución, aseguremos los beneficios de la libertad para nosotros, para nuestra posteridad*" (Movistar Arena, 2023); "*no sólo que Mendoza es un lugar especial para nosotros por la libertad, sino que también es un lugar especial para nosotros porque el día de hoy se cuentan 34 años de la caída del muro de la vergüenza*" (Mendoza, 2023). Тут політик наголошує на спільності власних інтересів з інтересами всього суспільства за допомогою займенників першої особи множини *nosotros*, *nuestra*, *nos* та дієслів у першій особі множини *vamos* та *aseguremos*, а також дієслова з негативною конотацією *hundir*, що стосується попереднього уряду країни.

Для створення позитивного іміджу та формування довіри, Хав'єр Мілей використовує тактику самосхвалення: "*yo soy liberal, yo creo en el sistema de precios, entonces se va a hacer qué, al precio de mercado*" (Infobae, 2023); "*yo, digamos, especialista en crecimiento económico con y sin dinero*" (Ехро, 2023). У згаданих цитатах політик акцентує увагу на своїх досягненнях і позитивних якостях, акцентуючи увагу на мовних одиницях, які мають позитивну конотацію у відповідних контекстах, а саме: *liberal*, *especialista*, *económico*.

Особливу роль виконують займенники *yo* та *ustedes*, які вживаються для емпатичного виділення особи, що прийматиме владу, а лексичні повтори дієслова *querer* у формі першої особи однини в теперішньому часі й іменника *poder* допомагають аудиторії фокусувати увагу на цій інформації: "*yo no les quiero pedir el poder para que me lo den a mí, quiero que me acompañen con el voto para poder devolverles el poder a ustedes*" (Ballotage, 2023). Іntenція кандидата при використанні цієї тактики – підкреслити свою компетентність і створити позитивний образ політика, який перш за все дбає про народ.

Також стратегію самопрезентації Хав'єр Мілей здійснює через тактику протиставлення, сутністю якої є визначення правильності власної політичної позиції порівняно з позицією опонента. Протиставлення підсилює імідж кандидата й проважує сумнівні щодо ідей і політичної позиції опонентів: "*estamos frente a la posibilidad de terminar con el modelo de la casta, estamos frente a la posibilidad de terminar con la inflación, de terminar con la inseguridad, de terminar con el populismo y poner a la Argentina de pie de una vez por todas y para siempre*" (Mendoza, 2023). У цьому фрагменті лексико-граматичні одиниці *terminar con* та *poner de pie* сприймаються як протиставлення, оскільки кандидат має наміри зруйнувати недосконалу політичну модель попередників і розвинути власну модель для відновлення й розвитку політичної й економічної ситуації в країні.

Особливу увагу варто звернути на стратегії критики або дискредитації опонента, які використовує Хав'єр Мілей у своїх промовах, адже, як вже зазначалося, інтенцією кандидата є створення власного позитивного іміджу й дискредитація опонента шляхом прямої або непрямої критики, у якій він підкреслює недоліки чи негативні аспекти іншого кандидата для того, щоб підвищити власну авторитетність. На прикладі фрагменту з промови на Латиноамериканському Економічному Форумі 2023 року, можемо прослідкувати, що ця стратегія актуалізується за допомогою тактики обвинувачення: "*Parte de este trabajo es lidiar con aquellos que mienten de modo directo o deformando lo que uno dice o aquellos que intentan formar opinión con datos falsos*" (Infobae, 2023), "*para desenmascarar a los farsantes mentirosos y que no tienen buenos elementos para fundamentar*

*que no hacen ni más ni menos que ser cómplice de políticos ladrones*” (Infobae, 2023). Вона реалізується через лексичні одиниці, які мають загальну негативну конотацію. До таких лексичних одиниць належать дієслова *lidiar, mentir, deformar*, іменники *farsante, cómplice, ladrón*, прикметники *falso, mentiroso*. Вони вказують на вчинення опонентами чи представниками актуального або минулого уряду шкідливих або злочинних дій.

Стратегія дискредитації опонентів також здійснюється за допомогою тактики ображання. Її використання в текстах передвиборчих промов Хав'єра Мілея можемо розглянути на такому фрагменті: *“Es decir, nos roban cerca de 25 mil a 30 mil millones de dólares por año. Obviamente que pagan a ejército de ladrones, de delincuentes, de sicarios, para decir que esto no se puede”* (Empresarios, 2023). Аналізуючи перше речення, ми бачимо, що політик вдається до тактики солідаризації з аргентинським суспільством через використання ним займенника прямого додатку у формі першої особи множини *nos*, а також до тактики обвинувачення, за допомогою якої реалізується стратегія дискредитації опонентів, яка в цьому контексті виражена дієсловом з негативною конотацією *robar*, вжитим у формі третьої особи множини у теперішньому часі, що вказує на актуальність процесу. З цього можна зробити висновок, що через особисту образу політик дискредитує імідж опонента – актуального уряду – шляхом його ображання за допомогою лексичних одиниць із негативною конотацією, які ми можемо сприймати як ярлики: *ladrones, delincuentes, sicarios*.

Стратегія переконання в промовах Хав'єра Мілея реалізується за допомогою двох тактик: агітаційної й аргументативної. Аргументативна тактика використовується для надання конкретних фактів (цифр, даних, статистики) для підтвердження чи спростування думки або надання адресату нової інформації: *“Pero no termina ahí el problema, porque en los 200 años [...] la pobreza pasó del 95%, la pobreza en condiciones extremas, a 10% y si lo tomáramos en el año 2020 era 5”* (Expo, 2023). У цьому фрагменті мовець використовує лексеми з негативною конотацією – іменники *problema* і *pobreza*, які доповнюються статистичними даними. Мілей вдається до надання статистичних даних й історичної довідки з метою опису процесу створення й переходу в державну власність Центрального Банку: *“La inflación era del 0,9% anual. [...] Después, cuando creamos el Banco Central [...] la inflación promedio fue del 6% anual [...]. Después, lo nacionalizamos en 1946 y de ahí en adelante nuestra inflación promedio fue el 250%”* (Infobae, 2023). Ця тактика сприяє формуванню в електораті бачення реального економічного стану країни й причин складного економічного положення.

У текстах промов політика також спостерігається використання афективної аргументації – типу аргументів, що апелюють до емоцій і почуттів аудиторії. Емоційна динаміка у виборчих кампаніях визначає політичні рішення щодо того, за кого голосуватиме виборець, більше, ніж аналіз політичних програм, оскільки у політичних кампаніях емоції передують пізнанню (Bisquetta, 2017).

У наступному фрагменті спостерігається апеляція до електората за допомогою використання риторичного запитання про моральні принципи виборців: *“Respecto a lo que tiene que ver con el fundamento moral: la pregunta que yo me haría primero es ¿quién de Ustedes, de los que están aquí, opinan que robar está bien?”* (Infobae, 2023).

Безумовно, якщо одинична тактика використовується без інших підтримуючих її тактик, вона не може забезпечити абсолютне досягнення комунікативної інтенції. Тому мовець повинен вдаватися до комбінування стратегій для її досягнення. Наприклад, поєднання тактик агітації (стратегія переконання) й солідаризації (стратегія інтеграції) Хав'єр Мілей застосовує задля спонукання електорату проголосувати за його кандидатуру, наголошуючи на тому, що суспільство має такі ж інтереси й прагнення, як і він сам: *“Ahora bien, si ustedes consideran, como yo, que hay algo profundamente injusto en este país, si ustedes ven, como yo, la impureza y la justicia, entonces, si ustedes quieren cambiar este sistema decadente, a ustedes sí, quiero pedirles que me acompañen con el voto”* (Ballotage, 2023). Щоб підкреслити спільність інтересів, політик використовує емфатичну інверсію *como yo*. Тактика агітації здійснюється за допомогою використання дієслова з модальним значенням прохання *pedir* і дієслова з позитивною конотацією *acompañar*, вжитого у третій особі множини в теперішньому часі умовного способу, що допомагає кандидатові створити позитивний образ і заручитися підтримкою виборців.

В іншому уривку ми спостерігаємо поєднання тактик агітації й маніпуляції: *“los invito a preguntarse qué país quieren para sus hijos. Si quieren el país de la pobreza, de la inseguridad, de la inflación, de la corrupción, el país de la decadencia que hemos vivido durante décadas. O, alternativamente, quieren el país de la libertad y de la prosperidad que alguna vez supimos tener”* (Ballotage, 2023). Маніпуляція здійснюється шляхом протиставлення лексем із позитивною (*libertad, prosperidad*) і негативною (*pobreza, inseguridad, inflación, corrupción*) конотаціями, які використовуються з дієсловом *querer*, вжитим у формі третьої особи множини в теперішньому часі, що виражає бажання або наміри електорату. Агітація реалізується імпліцитним шляхом, тобто, з контексту стає зрозумілим, що мовець натякає на необхідності віддати виборчий голос за нього задля повернення країни до попереднього економічного стану.

Крім того, агітація у виборчій кампанії Хав'єра Мілея здійснюється шляхом використання девізів, лозунгів і гасел. В аналізованих промовах знаходимо політичне гасло його політичної сили: *“¡Viva la libertad!”* або *“¡Viva la libertad, carajo!”* Це гасло виражене простим окличним реченням, цілком вживання якого є донести до виборців позитивну й сприятливу позицію політика й схилити їх на свій бік. Крім того, це гасло за допомогою лексеми, вираженої іменником, що має позитивну конотацію – *libertad* – пов'язане з назвою політичної сили, засновником і лідером якої є Хав'єр Мілей: *“La Libertad Avanza”*.

Проаналізувавши промови Хав'єра Мілея, ми виокремили 7 змістових слів і словосполучень, які політик використовує найчастіше, а саме: *libertad, dinero, moneda, inflación, Banco Central, casta, ladrón*. У наступній таблиці наведено кількісні характеристики використання згаданих слів і словосполучень у кожній із проаналізованих промов (рис.1).

Так, найчастотнішим словом, яке зустрічається в усіх семи промовах, є слово *libertad* (80 разів), при чому найменшу кількість разів воно зустрічається в одній промові – 4 рази, а найбільше – 24 рази, а в решті промов кількість варіюється між 10 і 16 слів. Наступним словом за кількістю використань є слово *dinero* (61 раз), при чому в одній з промов воно використовується 36 разів, в іншій – 21 раз, проте у двох промовах воно зустрічається 3 та 2 рази, а решті промов не використовується взагалі.

В усіх промовах використовується приблизно однакова кількість слів *inlación* (49 разів) та словосполучень *Banco Central* (48 разів), крім однієї, в якій використання цих слів є значимим: 27 разів і 34 рази відповідно. Слово *inlación* зустрічається в 6 із 7 промов, а словосполучення *Banco Central* – у 4 із 7 промов.

Мовний засіб	Промова 1	Промова 2	Промова 3	Промова 4	Промова 5	Промова 6	Промова 7	Загальна кількість
libertad	4	24	10	13	16	10	6	80
dinero	36	0	0	3	2	21	0	61
moneda	14	7	1	3	1	1	0	29
inflación	27	8	1	10	1	0	1	49
Banco Central	34	0	1	8	0	5	0	48
casta	3	5	4	7	5	0	1	25
ladrón	6	7	2	5	2	1	0	23
<b>Всього слів:</b>	7166	2835	1595	5826	2189	8048	529	

Рис.1. “Найуживаніші змістові слова і словосполучення в промовах Хав’єра Мілея”

Слова *moneda*, *casta* та *ladrón* за частотністю використання у промовах розподілені більш-менш рівномірно – від 1 до 7 разів у кожній промові, крім слова *moneda*, яке в одній з промов використовується 14 разів.

**Висновки.** Отже, політичний дискурс – це спосіб комунікації, що ґрунтується на вербальних і невербальних засобах, який слугує для обміну ідеями між учасниками політичного процесу. Одним із його жанрів є електоральний дискурс, особливостями якого є тематична детермінованість і часова обмеженість, а метою є здійснення впливу на аудиторію задля створення власного позитивного іміджу й руйнування іміджу опонента, а також її спонукання до участі в процесі голосування й висловленні підтримки конкретному кандидату.

У проаналізованих текстах передвиборчих промов кандидат на пост Президента Республіки Аргентина Хав’єр Мілей вдається до застосування стратегій інтеграції, переконання, самопрезентації й дискредитації опонента, які реалізуються за допомогою різних тактик.

Стратегія інтеграції використовується для того, щоб викликати невдоволення електорату політичною моделлю теперішнього уряду або опонентів і акцентувати увагу електорату на спільності їхніх інтересів, проблем, матеріальних і культурних цінностей. Найпоширенішими мовними засобами для формування невдоволення виборців є лексеми з негативною конотацією; для солідаризації з ними – займенники на позначення першої особи множини.

Стратегія переконання застосовується для аргументування дії й думки політика конкретними фактами й прикладами, а також для переконання електорату в необхідності прийняття його позиції й участі у виборчому процесі. Стратегія реалізується за допомогою розповідних і окличних речень, риторичних фігур, лексем як з позитивною, так і негативною конотацією, які протиставляються в деяких контекстах.

За допомогою стратегії самопрезентації політик формує власний позитивний імідж шляхом акцентування уваги електорату на своїх позитивних якостях і дискредитує імідж опонента шляхом протиставлення його політичного образу з власним. Іntenція досягається завдяки використанню лексем з позитивною конотацією і контекстних антонімічних фраз.

Стратегія критики або дискредитації опонента використовується для того, щоб підкреслити недоліки конкурента і підвищити власну авторитетність. Успішна реалізація стратегії забезпечується високою кількістю лексем, що мають негативну конотацію і формують негативні ярлики.

У всіх семи промовах Хав’єра Мілея виокремлюються 7 змістових слів і словосполучень, які політик використовує найчастіше, а саме: *libertad* (80 разів), *dinero* (61 раз), *inflación* (49 разів), *Banco Central* (48 разів), *moneda* (29 разів), *casta* (25 разів), *ladrón* (23 рази).

Перспективою подальших досліджень є вивчення й аналіз вербальних і невербальних засобів реалізації комунікативних стратегій і тактик аргументації, які застосовуються Хав’єром Мілеєм і дозволяють йому отримати значну підтримку серед електорату, на прикладі передвиборчих теледебатів і промов.

#### Література:

- Біляев Д. В., Демчук А. І. Лінгвопрагматичні особливості електорального дискурсу Дж. Байдена. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2021. Т.1, № 47. С. 24–27.
- Гладь С. В., Чуто С. Д. Лінгвопрагматичний аспект аргументативного дискурсу. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2016. №10. С. 134–139.
- Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / І. С. Шевченко та ін. Харків : Константа, 2005. 356 с.
- Кобзева О. О. Особливості організації сучасного електорального дискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Т. 1, № 9. С. 93–97.
- Лісовий В. С. Дискурс. Енциклопедія Сучасної України. Київ, 2007. URL: <https://esu.com.ua/article-24374> (дата звернення: 01.12.2023).
- Юмрукуз А. А. Прагматистичні особливості електорального дискурсу (на матеріалі передвиборчих президентських теледебатів). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2020. № 92. С. 66–73.
- Ballotage – El Peluca Milei. Milei entró al ballottage y va a ser presidente, 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=yfa8k3\\_AAfw](https://www.youtube.com/watch?v=yfa8k3_AAfw) (дата звернення: 01.12.2023).

8. Bisquerra, Rafael. Política y emoción. Aplicaciones de las emociones a la política. Madrid: Ediciones Pirámide, 2017. Libro digital.
9. Castro, Manuela. ¿Quién es Javier Milei, próximo presidente de Argentina? 19.11.2023. URL: <https://cnnespanol.cnn.com/2023/11/19/quien-es-javier-milei-derecha-orix-arg/> (дата звернення: 05.12.2023).
10. Coll, Damián ¡En campaña!: manual de comunicación política en redes / Damián Coll; Ariel Carrel. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Paidós, 2017. Libro digital.
11. Empresarios – Milei Presidente 2023. Milei discurso frente a todos los empresarios del país, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wLCiGaJNkUI> (дата звернення: 02.12.2023).
12. Expo – FASTFORWARD TV. Javier Milei cerró el congreso económico argentino EXPO EFI 2023 en la rural, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=17vEVbCrstk> (дата звернення: 03.12.2023).
13. Infobae – Infobae. El discurso completo de Javier Milei en Latam Economic Forum 2023, 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=f\\_QVwuTbCxQ](https://www.youtube.com/watch?v=f_QVwuTbCxQ) (дата звернення: 01.12.2023).
14. Mendoza – Todo Noticias. Javier Milei en Mendoza: «Vamos a terminar con el populismo para siempre», 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=iqg2QrdM\\_Ko](https://www.youtube.com/watch?v=iqg2QrdM_Ko) (дата звернення: 01.12.2023).
15. Milei, Javier. Discurso de Javier Milei en el bunker día histórico, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a7bUj-0W1J8> (дата звернення: 02.12.2023).
16. Movistar Arena – Milei, Javier. Discurso de Javier Milei en el Movistar Arena, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ORTIT-cQBQg> (дата звернення: 03.12.2023).

### References:

1. Ballotage – El Peluca Milei. Milei entró al ballotage y va a ser presidente, 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=yfa8k3\\_AAavw](https://www.youtube.com/watch?v=yfa8k3_AAavw). [in Spanish]
2. Bilyayev D. V., Demchuk A. I. Lihvoprahmatychni osoblyvosti elektoral'noho dyskursu Dzh. Baydena. *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya «Filolohiya»*. 2021. T.1, № 47. S. 24–27. [in Ukrainian]
3. Bisquerra, Rafael. Política y emoción. Aplicaciones de las emociones a la política. Madrid: Ediciones Pirámide, 2017. Libro digital. [in Spanish]
4. Castro, Manuela. ¿Quién es Javier Milei, próximo presidente de Argentina? 19.11.2023. URL: <https://cnnespanol.cnn.com/2023/11/19/quien-es-javier-milei-derecha-orix-arg/> (дата звернення: 05.12.2023). [in Spanish]
5. Coll, Damián ¡En campaña!: manual de comunicación política en redes / Damián Coll; Ariel Carrel. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Paidós, 2017. Libro digital. [in Spanish]
6. Dyskurs yak kohnytyvno-komunikatyvnyy fenomen / I. S. Shevchenko ta in. Kharkiv : Konstanta, 2005. 356 s. [in Ukrainian]
7. Empresarios – Milei Presidente 2023. Milei discurso frente a todos los empresarios del país, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wLCiGaJNkUI>. [in Spanish]
8. Expo – FASTFORWARD TV. Javier Milei cerró el congreso económico argentino EXPO EFI 2023 en la rural, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=17vEVbCrstk>. [in Spanish]
9. Hlad'o S. V., Chuhu S. D. Lihvoprahmatychnyy aspekt arhumentatyvnoho dyskursu. Aktual'ni problemy filolohiyi ta perekladoznavstva. 2016. №10. S. 134–139. [in Ukrainian]
10. Infobae – Infobae. El discurso completo de Javier Milei en Latam Economic Forum 2023, 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=f\\_QVwuTbCxQ](https://www.youtube.com/watch?v=f_QVwuTbCxQ). [in Spanish]
11. Kobzyeva O. O. Osoblyvosti orhanizatsiyi suchasnoho elektoral'noho dyskursu. Zakarpats'ki filolohichni studiyi. 2019. T. 1, № 9. S. 93–97. [in Ukrainian]
12. Lisovyy V. S. Dyskurs. Entsyklopediya Suchasnoyi Ukrayiny. Kyiv, 2007. URL: <https://esu.com.ua/article-24374> (дата звернення: 01.12.2023)
13. Mendoza – Todo Noticias. Javier Milei en Mendoza: «Vamos a terminar con el populismo para siempre», 2023. YouTube. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=iqg2QrdM\\_Ko](https://www.youtube.com/watch?v=iqg2QrdM_Ko). [in Spanish]
14. Milei, Javier. Discurso de Javier Milei en el bunker día histórico, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a7bUj-0W1J8>. [in Spanish]
15. Movistar Arena – Milei, Javier. Discurso de Javier Milei en el Movistar Arena, 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ORTIT-cQBQg>. [in Spanish]
16. Yumrukuz A. A. Prahmastylystychni osoblyvosti elektoral'noho dyskursu (na materialy peredyborchychk prezidents'kykh teledebativ). *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya «Inozemna filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov»*. 2020. №92. S. 66–73. [in Ukrainian]