

Политическая лингвистика. 2026. № 4 (118).
Political Linguistics. 2026. No 4 (118).

УДК 811.134.2'42+811.134.2'38+81'27
ББК Ш147.21-51+Ш147.21-55+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.27; 16.21.55

Код ВАК 5.9.8

Инна Германовна Кириченко

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, innakirrr00@list.ru,
<https://orcid.org/0009-0000-9544-4605>

Коммуникативные стратегии аргентинского предвыборного политического дискурса: перонизм и риторика Х. Милея

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена изучению коммуникативных стратегий аргентинского предвыборного дискурса с акцентом на перонизм как идеологическую матрицу аргентинской политической культуры и риторику Хавьера Милея — победителя президентских выборов 2023 года.

Цель исследования — описать доминирующие коммуникативные стратегии, выявить их испаноязычную репрезентацию и установить механизмы преемственности перонистского дискурса в постперонистском политическом пространстве. Методология: применяются критический дискурс-анализ, интенмент-анализ и метод контекстуальной интерпретации. Разработана авторская методика интенмент-анализа политического дискурса, включающая выделение пяти интенциональных категорий и подсчет их частотности на основе корпуса текстов объемом 12 847 словоупотреблений.

Материал — речи Х. Милея в ходе кампании 2023 года, инаугурационное обращение (10 декабря 2023 года) и публичные высказывания в социальных сетях (X/Twitter) за период с 1 августа по 10 декабря 2023 года. В результате исследования установлено, что в дискурсе Х. Милея выделяются четыре ключевые стратегии: демонизация оппонента через концепт *la casta*, кризисный перформанс, самопрезентация в роли аутсайдера-спасителя и идеологическая маркировка через концепты *libertad* и *bien*. Антиперонистский по идеологии дискурс воспроизводит структурные модели самого перонизма. Аргентинский предвыборный дискурс обнаруживает устойчивые черты — противопоставление «своих» и «чужих», культ харизматического лидера и сакрализацию языка, — уходящие корнями в перонизм и сохраняющиеся вне зависимости от идеологической ориентации политика.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс, политическая риторика, политические речи, политические тексты, аргентинские президенты, языковая личность, лингвоперсоналогия, языковые средства, предвыборная коммуникация, коммуникативные стратегии, политическая лингвистика, перонизм, Х. Милей, популизм, манипулятивная риторика, дискредитация, испанский язык, предвыборные кампании, аргентинская политическая культура.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Кириченко Инна Германовна, аспирант, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, email: innakirrr00@list.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Кириченко, И. Г. Коммуникативные стратегии аргентинского предвыборного политического дискурса: перонизм и риторика Х. Милея / И. Г. Кириченко. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 4 (118). — С. 100-106.

Inna G. Kirichenko

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, innakirrr00@list.ru, <https://orcid.org/0009-0000-9544-4605>

Communicative Strategies of Argentine Pre-Election Political Discourse: The Peronism and Rhetoric of J. Milei

ABSTRACT. The article explores the communicative strategies of Argentine electoral discourse, focusing on Peronism as an ideological matrix of Argentine political culture and the rhetoric of Javier Milei, the winner of the 2023 presidential election.

The study aims to describe the dominant communicative strategies, identify their Spanish-language representation, and reveal the mechanisms of continuity of the Peronist discourse in the post-Peronist political landscape. The research employs the method of critical discourse analysis, intent analysis, and the contextual interpretation method. The author has developed an authorial method of intent analysis of political discourse, which involves identifying five intentional categories and calculation of their frequency based on a text corpus of 12,847 word usages.

The practical research material comprises J. Milei's speeches during the 2023 campaign, his inaugural address (December 10, 2023), and public statements on social media (X/Twitter) from August 1 to December 10, 2023. As a result, the study reports that four key strategies can be singled out in J. Milei's discourse: demonization of the opponent through the concept of "*la casta*", crisis performance, self-presentation as an outsider-savior, and ideological marking through the concepts of "*libertad*" and "*bien*". While ideologically anti-Peronist, the discourse reproduces the structural models of Peronism proper. The Argentine electoral discourse demonstrates persistent traits — the "Own – Alien" opposition, the cult of a charismatic leader, and the sacralization of language — that are rooted in Peronism and persist regardless of a politician's ideological orientation.

KEYWORDS: political discourse, political rhetoric, political speeches, political texts, Argentine presidents, linguistic personality, linguopersonology, language means, pre-election communication, communicative strategies, political linguistics, Peronism, J. Milei, populism, manipulative rhetoric, discreditation, Spanish language, election campaigns, Argentine political culture.

AUTHOR'S INFORMATION: Kirichenko Inna Germanovna, Post-Graduate Student, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

FOR CITATION: Kirichenko I. G. (2026). Communicative Strategies of Argentine Pre-Election Political Discourse: The Peronism and Rhetoric of J. Milei. In *Political Linguistics*. No 4 (118), pp. 100-106. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

Аргентина обладает уникальным политическим языком, который трудно объяснить в рамках стандартных типологий. Ни одна другая страна Латинской Америки не вырабатывала столь самобытной и устойчивой дискурсивной традиции, не сводимой ни к «левому», ни к «правому» полюсу, ни к классическому национализму, ни к европейскому либерализму. Корень данной особенности — перонизм: течение, которое на протяжении восьми десятилетий задает структурные параметры любой политической коммуникации в стране, в том числе той, что называет себя антиперонистской.

Победа Хавьера Милея на выборах 2023 года обострила научный интерес к аргентинскому дискурсу. Политик, построивший кампанию на жестком отрицании «перонистской касты», при лингвистическом рассмотрении воспроизводит дискурсивные структуры, впервые обкатанные именно перонизмом: противопоставление «чистого народа» коррумпированным элитам, сакрализацию языка, культ избавителя. Данный парадокс — то, что Р. Хайниш, О. Грасиа, А. Лагуна-Тапиа и К. Мурьель назвали «либертарным популизмом» [Heinisch, Gracia, Laguna-Tapia, Muriel 2024: 599] — составляет центральную аналитическую проблему настоящей статьи.

Теоретический каркас исследования образуют классические работы в области политической лингвистики. О. С. Иссерс рассматривает коммуникативную стратегию как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2008: 54], подчеркивая ее когнитивную природу. Е. И. Шейгал определяет политический дискурс через базовую интенцию борьбы за власть, указывая, что мифологизация, ритуализация и суггестивность составляют его системообразующие признаки [Шейгал 2004: 23–25]. О. Н. Паршина разработала классификацию речевых стратегий политической элиты, выделив стратегии самопрезентации, легитимизации, дискредитации и убеждения [Паршина 2004: 18–22]. Д. С. Храмченко и Я. Ю. Хлопотунов показали, что в предвыборном дискурсе участники «всё чаще прибегают к нарушению конвенциональной коммуникативной нормы», формируя прагматическое воздействие через «комплекс разноуровневых языковых средств» [Храмченко, Хлопотунов 2020: 189].

Новизна настоящего исследования состоит в том, что в нем впервые проводится комплексный интен-анализ предвыборного дискурса Х. Милея на материале оригинальных текстов (речи, инаугурационное обращение, посты в X/Twitter) с квантитативной оценкой интенциональных категорий. В отличие от предшествующих работ, сосредоточенных на качественном анализе отдельных стратегий [Heinisch et al. 2024; Sendra, Marcos-Marne 2024; Luján, Puig Lombardi 2025], данное исследование предлагает верифицируемую методику подсчета интенций и устанавливает структурные параллели между дискурсами перонизма и Милея на уровне статистически подтвержденных частотных паттернов.

1. МЕТОДОЛОГИЯ И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Материал исследования

Материалом исследования послужил корпус текстов Хавьера Милея, относящихся к предвыборной кампании 2023 года и первому периоду его президентства. Корпус включает:

1. Пять полных стенограмм публичных выступлений в ходе избирательной кампании (август — октябрь 2023 года): митинги в Буэнос-Айресе, Кордове и Росарио (общий объем — 8421 словоупотребление).

2. Инаугурационное обращение к нации (10 декабря 2023 года) — 2104 словоупотребления.

3. Все посты в официальном аккаунте X/Twitter (@JMilei) за период с 1 августа по 10 декабря 2023 года (исключая ретвиты) — 187 постов общим объемом 2322 словоупотребления.

Общий объем корпуса — 12 847 словоупотреблений. Все тексты взяты из официальных источников: стенограммы предоставлены пресс-службой кандидата, инаугурационное обращение — с официального сайта президента Аргентины (www.casarosada.gob.ar), посты — из архива X/Twitter. Это обеспечивает воспроизводимость исследования и его соответствие стандартам эмпирической лингвистики.

Для сопоставительного анализа привлекались тексты Х. Д. Перона (речи 1946–1955 годов) и К. Киршнер (речи 2007–2015 годов) из электронного архива Института национального наследия Аргентины.

1.2. Методы исследования

Критический дискурс-анализ (КДА) — применяется в традиции Т. ван Дейка [van Dijk 2008] и Р. Водак [Wodak 2001], позволяя выявлять идеологические структуры, закрепленные в языковых формах, и отношения власти, воспроизводимые через дискурс. В фокусе КДА находятся оппозиции «свой — чужой», стратегии легитимации и делегитимации, а также способы конструирования социальной реальности через номинацию и предикацию.

Применяется интент-анализа на основе подходов Т. Н. Ушаковой [Ушакова 2000] и А. А. Леонтьева [Леонтьев 1999], учитывается частотность лексем для выявления скрытых интенций говорящего — его коммуникативных намерений, стоящих за прямым значением высказываний.

Метод контекстуальной интерпретации — предполагает анализ дискурсивных единиц в широком историко-политическом контексте Аргентины, с учетом социокультурной специфики перонизма как «тотального социального факта». Данный метод позволил связать языковые формы с внеязыковыми реалиями — экономическим кризисом, институциональным кризисом доверия, медиаландшафтом страны.

2. ПЕРОНИЗМ КАК ДИСКУРСИВНАЯ МАТРИЦА

Перонизм возник в Аргентине в 1946 году не как четко оформленная идеология, а как мощный коммуникативный проект, направленный на создание новой политической идентичности. Х. Д. Перон пришел к власти в период кризиса доверия к традиционным институтам — ситуации, при которой восприимчивость к харизматическому воздействию оказывается максимальной. Риторика политика строилась на нескольких устойчивых дискурсивных операциях.

Первая — противопоставление *oligarquía* (олигархии) и *pueblo* (народа). Данная оппозиция, не предполагающая примирения, воспроизводит базовый принцип популизма: «чистый народ» противопоставлен «коррупцированной элите», причем общая воля народа имеет приоритет перед любыми институциональными механизмами [Mudde, Kaltwasser 2017: 5–6].

В аргентинском исполнении оппозиция приобретала особую интенсивность: *oligarquía* насыщалась коннотациями предательства и иностранного агентства, тогда как *pueblo* окружалось почти сакральным ореолом. Формула *Perón cumple / Evita dignifica* (Перон выполняет / Эвита облагораживает) — наглядный пример того, как дискурс

строит лидера как воплощение народных чаяний.

Вторая операция — нарратив экономической жертвы и спасения. П. С. Сорокина, анализируя эволюцию перонизма, отмечает его способность «как губка впитывать различные дискурсы», адаптируясь к конъюнктуре при неизменной структурной матрице «кризис — жертва — спаситель» [Сорокина 2019: 529].

Третья операция — ритуализация языка политики: интенсивный, аффективный регистр, апеллирующий к телесному опыту несправедливости. Фраза «*Los únicos privilegiados son los niños*» (Единственные привилегированные — это дети) — образец лозунга, опровержение которого семантически невозможно. Данный прием — создание высказываний, возразить против которых значит поставить себя в позицию врага, — является устойчивым наследием перонистской риторики.

Кирхнеризм 2003–2015 годов обновил дискурс, добавив правозащитную риторику, однако структурно не изменил ничего: те же оппозиции, тот же нарратив, та же ритуализация. Принципиально важно, что непримиримый критик всего этого наследия — Хавьер Милей — воспроизвел ту же матрицу с зеркально инвертированным содержанием. Именно инвертирование содержания при сохранении структуры делает его дискурс лингвистически родственным тому, против чего он якобы выступает.

3. РИТОРИКА ХАВЬЕРА МИЛЕЯ: ЧЕТЫРЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ

Стратегия демонизации оппонента реализуется прежде всего через концепт *la casta* — «каста». Этот термин, заимствованный из испанского политического лексикона, Милей переосмыслил и превратил в универсальный ярлык для всего политического класса страны. Лексическая семантика слова *casta* содержит коннотации замкнутости, наследственной привилегии и презрения к аутсайдерам — все эти коннотации были активированы и направлены против политиков, журналистов, профсоюзных лидеров и интеллектуалов.

В интервью телеканалу «La Nación+» (28 февраля 2023 года) он прямо утверждал, что его соперник «является лучшим выражением касты» [цит. по: Heinisch, Gracia, Laguna-Tapia, Muriel 2024: 599]. Концепт функционирует как «абстрактная структура власти, удаленная от нации» [Biondi 2024: 12], тогда как сам политик позиционирует себя как представителя «*barrio*» — квартала, простого человека. Структурно это в точно-

сти воспроизводит перонистскую оппозицию *pueblo / oligarquía*, только роль олигархии теперь играют сами перонисты.

О. С. Иссерс включает «навешивание ярлыков» в число классических тактик дискредитации [Иссерс 2008: 158–162]. В дискурсе Милея эта тактика реализуется через устойчивые именные группы: *los gerentes de la pobreza* (менеджеры бедности — о лидерах социальных организаций), *el modelo fracasado* (провалившаяся модель — о перонизме).

Каждый ярлык содержит оценочный компонент, не требующий доказательств: само наименование уже содержит приговор. О. Н. Паршина указывает, что стратегия дискредитации направлена на «подрыв авторитета дискредитируемого объекта в глазах избирателей» [Паршина 2004: 84]; в аргентинском случае этот подрыв переводится в плоскость моральных, а не политических обвинений.

Стратегия кризисного перформанса.

Б. Моффитт разработал понятие «*crisis performance*» применительно к политикам, которые не столько отражают реальный кризис, сколько риторически конструируют его как рамку восприятия [Moffitt 2015: 190]. Р. Хайниш с соавторами признали этот механизм наиболее адекватным для описания дискурса Милея: он «риторически превращает кризис не только в экзистенциальную экономическую проблему, но и в моральную историю о коррупции и неудаче» [Heinisch, Gracia, Laguna-Tapia, Muriel 2024: 599].

Инфляция в 142,7 % в октябре 2023 года давала для этого превосходный материал. Устойчивая лексическая фигура в его речах — «*nos robaron*» («они украли у нас»), употреблявшееся применительно к деньгам, будущему, достоинству. В обращении по «*cadena nacional*» (10 декабря 2024 года) эта техника воспроизводилась уже в качестве президента: перечисление экономических показателей предшествующего периода неизменно предварялось описанием «ужасного наследия» перонизма.

Стратегия самопрезентации в роли аутсайдера-спасителя строилась на нескольких нарративных ходах. Во-первых, последовательное позиционирование себя как *outsider* — человека вне касты. Это самопозиционирование было тщательно срежиссировано: митинги сопровождались *rockstar*-интро, он появлялся с бензопилой —

символом «обрезания» государственных расходов. Ф. Сендра и Х. Маркос-Марне, опираясь на корпусный анализ предвыборных текстов, показали, что Милей «никогда не был ограничен коллективной организацией» собственной партии и строил всю кампанию исключительно на личном бренде [Sendra, Marcos-Marne 2024: 641].

Во-вторых, образ «интеллектуального превосходства» придавал его антиэлитарному дискурсу особый характер: он нападал на элиту не с позиции «простого человека», а с позиции знающего больше элиты. Дискредитация оппонентов носила интеллектуальный оттенок — он называл их «*burros*» (ослами) [Luján, Puig Lombardi 2025], апеллировал к австрийской экономической школе. Это создавало противоречивый образ: «народный человек» с профессиональными знаниями, одновременно понятный широкой аудитории и интеллектуально превосходящий оппонентов.

Стратегия идеологической маркировки строится вокруг концепта *libertad* (свобода). По данным корпусного анализа, *libertad* и имя самого политика были наиболее часто встречающимися лексемами в его предвыборных твитах [Heinisch, Gracia, Laguna-Tapia, Muriel 2024: 599].

В терминах Э. Лакло *libertad* у Милея превратилась в «пустой означающий» [Laclau 2005: 96–97] — термин, достаточно широкий, чтобы апеллировать к экономической свободе, личной автономии и культурной независимости одновременно. Лозунг «*¡Viva la libertad, carajo!*» («Да здравствует свобода, чёрт возьми!») стал визитной карточкой кампании — грубоватое *carajo* вносило регистр аутентичности и нарушения конвенций.

Противоположным полюсом выступал концепт *populismo* — популизм, переопределенный Милеем как синоним «безответственной экономической политики» и «воровства». Тогда как сам он настаивал на отрицании популистского лейбла, профессор Х. Б. Лукка из Национального университета Росарио характеризует его как «ультралиберального в экономике, но ультрапопулистского в риторике» [Lucca 2025]. Это сочетание и составляет дискурсивный парадокс Милея.

Интен-анализ корпуса текстов Х. Милея позволил получить количественные данные, представленные в Таблице 1.

Таблица 1

Распределение интенциональных категорий в дискурсе Х. Милей (август — декабрь 2023 г.)

Интенциональная категория	Кол-во блоков	Доля (%)	Примеры языковых маркеров
Дискредитация	475	38,2	La casta, ratas, ladrones, enemigos
Самопрезентация	307	24,7	Soy el león, economista, soy outsider, libertador
Апелляция к эмоциям	265	21,3	Miedo, esperanza, sufrimiento, carajo
Легитимация	118	9,5	Constitución, voluntad popular, ley y orden
Информирование	78	6,3	Dato, cifra, porcentaje
Итого	1243	100	

Так, доминирующей интенцией является дискредитация (38,2 %), что подтверждает центральную роль стратегии демонизации оппонента в предвыборной коммуникации Милей. На втором месте — самопрезентация (24,7 %), причем в постах X/Twitter ее доля возрастает до 31,2 %, тогда как в официальных речах снижается до 20,1 %. Это свидетельствует о том, что социальные сети служат для Милей главной площадкой построения личного бренда.

Апелляция к эмоциям занимает третье место (21,3 %), при этом в инаугурационном обращении ее доля падает до 14,8 %, уступая место легитимации (16,2 %), что отражает смену коммуникативной задачи: от возбуждения электоральных страстей к обоснованию президентской власти.

Сопоставление с интент-профилем перонистских текстов (речи Х. Д. Перона 1946–1955 гг., N = 1021 блок) показывает принципиальное сходство по трем категориям: дискредитация (36,5 % у Перона против 38,2 % у Милей), самопрезентация (25,1 % против 24,7 %) и апелляция к эмоциям (22,3 % против 21,3 %). Различия статистически незначимы ($\chi^2 = 1,47$, $df = 4$, $p > 0,05$), что количественно подтверждает гипотезу о структурной преемственности дискурсивных моделей.

4. ПЕРОНИЗМ И МИЛЕЙ: СТРУКТУРНОЕ СОПОСТАВЛЕНИЕ

Прямое сопоставление дискурсов наглядно демонстрирует механизм структурного воспроизводства при инвертировании содержания.

Конструирование образа врага: Перон — «*La oligarquía y el imperialismo son los enemigos del pueblo argentino*» («Олигархия и империализм — враги аргентинского народа») [Perón 1946]; Милей — «*La casta política te roba el trabajo y el futuro*» («Политическая каста крадет у тебя работу и будущее») [Milei 2023a]. Структурная параллель очевидна: в обоих случаях безличный коллективный враг представлен как паразит, присваивающий результаты труда народа. Меняется только лексическое наполнение.

Нарратив «золотого века»: Перон апеллировал к Аргентине 1940-х как образцу

справедливого государства; Милей апеллирует к Аргентине начала XX в. как к «одной из богатейших держав мира» [Milei 2023b]. Оба нарратива помещают «золотой век» в разные исторические точки, но выполняют идентичную риторическую функцию: доказательство возможности через прецедент.

Авторы испаноязычного исследования, опубликованного в «*Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*», указывают, что дискурс Милей строит «антагонистическую границу» (*frontera antagónica*) между кастой и *pueblo* через концепты *casta* и *populismo*, воспроизводя лакловскую логику эквивалентных цепочек требований [Díaz 2025: 51–74]. Это подтверждает центральную гипотезу исследования: аргентинский предвыборный дискурс обладает устойчивой структурной матрицей, восходящей к перонизму, которая сохраняется вне зависимости от идеологических деклараций ораторов.

5. НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

Аргентинский дискурс обнаруживает ряд черт, отличающих его от других случаев правопопулистской риторики.

Во-первых, исключительная насыщенность внутренними историческими референциями: слово «*peronismo*» в аргентинском дискурсе — не просто название движения, а мифологема, мгновенно активирующая весь комплекс аффективных реакций. Для иностранного наблюдателя этот пласт коннотаций практически непрозрачен.

Во-вторых, специфический аффективный регистр аргентинского политического испанского, сложившийся под влиянием перонизма: склонность к сакрализации концептов, митинговый стиль, устойчивые перформативные элементы.

В-третьих, Аргентина — один из лидеров Латинской Америки по проникновению интернета (88 % населения) и использованию X / Twitter (более 50 % пользователей) [Luján, Puig Lombardi 2025]. Дискурс Милей изначально строился под логику социальных сетей: лаконичность, эмоциональная заряженность, хештегируемость лозунгов.

Наконец, это, пожалуй, главное, — феномен «антиперонистского перонизма»: использование дискурсивного инструментария перонизма против него самого. Профессор Лукка описывает это как «нормализацию популистского дискурса» в аргентинском политическом мейнстриме, где неолиберальная ортодоксия «возвеличивается как акт моральной смелости» [Lucca 2025]. Именно в этой точке аргентинский случай наиболее интересен для сравнительной политической лингвистики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ позволяет сформулировать несколько итоговых наблюдений. Аргентинский предвыборный дискурс обладает устойчивыми структурными характеристиками, выходящими за рамки конкретных идеологических позиций: манихейское противопоставление «своих» и «чужих», нарратив «утраченного рая» и грядущего спасения, сакрализация языка и культ харизматического лидера. Эти черты, систематически оформленные перонизмом, воспроизводятся вне зависимости от ориентации конкретного политика.

Дискурс Милея демонстрирует феномен структурного воспроизводства при содержательной инверсии: антиперонистский по идеологии, он перонистский по дискурсивной архитектуре. Концепт *la casta* функционально эквивалентен перонистскому концепту *oligarquía*; апелляция к «Аргентине начала XX века» параллельна апелляции к «Аргентине Перона»; самопрезентация как аутсайдера-спасителя воспроизводит харизматическую матрицу перонистского лидерства.

В дискурсе Х. Милея реализуются четыре доминирующие стратегии: дискредитация оппонента через концепт-ярлык (*la casta*), кризисный перформанс, самопрезентация в роли аутсайдера-спасителя и идеологическая маркировка через ценностные концепты. Интент-анализ подтверждает качественные наблюдения количественно: дискредитация составляет 38,2 % всех интенций, самопрезентация — 24,7 %, апелляция к эмоциям — 21,3 %. Статистическое сходство с интент-профилем перонизма ($\chi^2 > 0,05$) дает эмпирическое обоснование тезису о дискурсивной преемственности.

Перспективы дальнейших исследований связаны с корпусным анализом лексики предвыборных выступлений, сопоставлением с перонистскими текстами разных исторических периодов и изучением «войны за язык» — в частности, запрета инклюзивного языка, введенного правительством Милея, как продолжения дискурсивного конфликта.

ИСТОЧНИКИ

1. Milei, J. = Milei 2023a. Discurso en el mitin de Córdoba. 15 de septiembre de 2023 // Archivo de Prensa de la Campaña Milei 2023. — URL: www.milei2023.ar/cordoba (date of access: 10.01.2026).
2. Milei, J. = Milei 2023b. Entrevista en La Nación+. 28 de febrero de 2023 // YouTube. — URL: www.youtube.com/watch (date of access: 10.01.2026).
3. Milei, J. = Milei 2023c. Mensaje inaugural ante la Asamblea Legislativa. 10 de diciembre de 2023 // Presidencia de la Nación Argentina. — URL: www.casarsada.gob.ar/milei-2023 (date of access: 10.01.2026).
4. Milei, J. Publicaciones en X/Twitter (@JMilei). 1 de agosto — 10 de diciembre de 2023.
5. Perón, J. D. Discurso del 1 de mayo de 1946 // Archivo del Instituto Nacional de Patrimonio. — URL: www.inp.gov.ar/peron-1946 (date of access: 10.01.2026).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познавание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. — Москва : Прогресс, 1989. — 310 с.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. — 288 с. — ISBN 978-5-382-00698-7. — EDN UFGTFF.
3. Каган, Е. Б. Коммуникационные стратегии и тактики в прощальной речи Д. Трампа и языковые средства их реализации / Е. Б. Каган // Политическая лингвистика. — 2022. — № 5(95). — С. 127–134. — DOI 10.26170/1999-2629_2022_05_12. — EDN GCEZMA.
4. Каменева, В. А. Тактика апелляции к авторитету, актуализирующая стратегию (де)легитимизации в англоязычном предвыборном дискурсе / В. А. Каменева, Н. В. Потапова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2021. — Т. 19, № 3. — С. 84–97. — DOI 10.25205/1818-7935-2021-19-3-84-97. — EDN SSNYET.
5. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : моногр. / О. Н. Паршина ; под ред. О. Б. Сиротининой ; Астрах. гос. техн. ун-т. — Астрахань : Изд-во АГТУ, 2004. — 195 с. — ISBN 5-89154-132-7. — EDN QODPSN.
6. Сорокина, П. С. Перонизм в социально-политической системе Аргентины: истоки популярности и современные вызовы / П. С. Сорокина // Многомерность общества: цифровой поворот в гуманитарном знании : 3-й молодежный конвент : материалы Междунар. студенческой конф. (Екатеринбург, 14–16 марта 2019 г.). — Екатеринбург : Урал. фед. ун-т имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2019. — С. 529–532. — EDN HPTWGT.
7. Храмченко, Д. С. Функционально-лингвистические особенности тактической реализации конфликтных коммуникативных стратегий американского предвыборного политического дискурса / Д. С. Храмченко, Я. Ю. Хлопотунов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 1-2 (67). — С. 188–191. — EDN XIOLP.
8. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва : Гнозис, 2004. — ISBN 5-7333-0144-9. — EDN QODCTF.
9. Biondi, M. ¿Viva la Libertad? A Critical Analysis of Javier Milei's Rhetoric / M. Biondi ; Sciences Po — OPALC Working Paper. — [S.l.], 2024. — 47 p.
10. Heinisch, R. Libertarian Populism? Making Sense of Javier Milei's Political Discourse / R. Heinisch, O. Gracia, A. Laguna-Tapia, C. Muriel // Social Sciences. — 2024. — Vol. 13, No. 11. — P. 599. — DOI 10.3390/socsci13110599. — EDN WEHOSM.
11. Laclau, E. On Populist Reason / E. Laclau. — London ; New York : Verso, 2005. — 276 p. — ISBN 1-85984-651-3.
12. Luján, M. Campaigning against the Casta: Electoral Personalism and the Rise of Javier Milei in Argentina / M. Luján, A. Puig Lombardi // Government and Opposition. — 2025. — Vol. 60. — DOI 10.1017/gov.2024.56.
13. Moffitt, B. How to Perform Crisis: A Model for Understanding the Key Role of Crisis in Contemporary Populism / B. Moffitt // Government and Opposition. — 2015. — Vol. 50. — № 2. — P. 189–217. — DOI 10.1017/gov.2014.13.
14. Mudde C., Rovira Kaltwasser C. Populism: A Very Short Introduction / C. Mudde, C. Rovira Kaltwasser. — 2nd ed. —

New York : Oxford University Press, 2017. — 136 p. — ISBN 978-0190-234-904.

15. Sendra, F. Is Milei a Populist? People and Market in the New Radical Right in Argentina / F. Sendra, H. Marcos-Marne // *Contemporary Politics*. — 2024. — Vol. 30. — № 5. — P. 639–655. — DOI 10.1080/13569775.2024.2311982.

MATERIALS

1. Milei, J. (2023a). Discurso en el mitin de Córdoba. 15 de septiembre de 2023. *Archivo de Prensa de la Campaña Milei 2023*. Available at 2026, Jan. 10 from www.milei2023.ar/cordoba.

2. Milei, J. (2023b). Entrevista en La Nación+. 28 de febrero de 2023 from *YouTube*. Available at 2026, Jan. 10 from www.youtube.com.

3. Milei, J. (2023c). Mensaje inaugural ante la Asamblea Legislativa. 10 de diciembre de 2023. *Presidencia de la Nación Argentina*. Available at 2026, Jan. 10 from www.casarsosada.gob.ar/milei-2023.

4. Milei, J. (2023). Publicaciones en X/Twitter (@JMilei). 1 de agosto — 10 de diciembre de 2023.

5. Perón, J. D. (1946). Discurso del 1 de mayo de 1946. *Archivo del Instituto Nacional de Patrimonio*. Available at Jan. 10, 2026 from www.inp.gov.ar/peron-1946.

REFERENCES

1. Deyk, T. A. van. (1989). *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya = Language. Cognition. Communication*. Progress.

2. Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi = Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech* (5th ed.). LKI Press.

3. Kagan, Ye. B. (2022). Kommunikatsionnyye strategii i taktiki v proshchal'noy rechi D. Trampa = Communication Strategies in D. Trump's Farewell Address. *Political Linguistics*, 5(95), 127–134.

4. Kameneva, V. A., Potapova, N. V. (2022). Taktika apellyatsii k avtoritetu = The Tactic of Appealing to Authority in English Electoral Discourse. *Bulletin of the Novosibirsk State*

University. Series: Linguistics and Intercultural Communication, 20(2), 28–41.

5. Parshina, O. N. (2004). Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii = Strategies and Tactics of Speech Behavior of the Russian Political Elite. AGTU Press.

6. Sorokina, P. S. (2019). Peronizm v sotsial'no-politicheskoy sisteme Argentiny = Peronism in Argentina's Socio-Political System. *Multidimensionality of society: digital turn in humanitarian knowledge. 3rd youth convention: materials of the International student conference (Ekaterinburg, March 14–16, 2019)*, 529–532. UrFU Press.

7. Khranchenko, D. S., Khlopotunov, Ya. Yu. (2020). Funktsional'no-lingvisticheskiye osobennosti = Functional-Linguistic Features of Conflict Communicative Strategies. *Philological sciences. Theoretical and practical issues*, 1, 43–51.

8. Sheygal, Ye. I. (2004). Semiotika politicheskogo diskursa = Semiotics of Political Discourse. Gnozis.

9. Biondi, M. (2024). ¿Viva la Libertad? A Critical Analysis of Javier Milei's Rhetoric. *Sciences Po — OPALC*.

10. Heinisch, R., Gracia, O., Laguna-Tapia, A., Muriel, C. (2024). Libertarian populism? Making sense of Javier Milei's political discourse. *Social Sciences*, 13(11), Article 599. <https://doi.org/10.3390/socsci13110599>.

11. Laclau, E. (2005). On populist reason. Verso.

12. Luján, M., Puig Lombardi, A. (2025). Campaigning against the casta: Electoral personalism and the rise of Javier Milei in Argentina. *Government and Opposition*, 60. <https://doi.org/10.1017/gov.2024.56>.

13. Moffitt, B. (2015). How to perform crisis. *Government and Opposition*, 50(2), 189–217.

14. Mudde, C., Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A very short introduction* (2nd ed.). Oxford University Press.

15. Sendra, F., Marcos-Marne, H. (2024). Is Milei a populist? *Contemporary Politics*, 30(5), 639–655. <https://doi.org/10.1080/13569775.2024.2311982>.