

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра романської філології

ЛЕКСИЧНА ВАРІАТИВНІСТЬ АНДАЛУЗЬКОГО ДІАЛЕКТУ В МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ ІСПАНІЇ

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студентки II курсу магістратури
освітньої програми
*«035.051 Іспаномовні студії та переклад,
англійська мова»,*
спеціальність – *035 Філологія (035.051 Романські
мови та літератури (переклад включно),
перша - іспанська*
Ірини Дмитрівни АСАЄВИЧ

Науковий керівник:
канд.філол.н., доц. **Олена БРАТЕЛЬ**

Рецензент:
к. філол. н., доц. **Людмила АРТЕМОВА**

«Допущено до захисту»
Протокол засідання
кафедри романської філології
протокол №__ від «__» _____ 2026 року
завідувач кафедри _____ (підпис)
канд.філол.н., доц. **Ірина СИТДИКОВА**

КИЇВ
2026

АНОТАЦІЯ

У роботі було проведено дослідження та аналіз лексичної варіативності андалузького діалекту в сучасному іспанському медійному дискурсі за 2020–2025 роки.

Актуальність теми дослідження зумовлена посиленою увагою до регіональних варіантів іспанської мови в засобах масової інформації та соціальних мережах, а також потребою переосмислення ролі діалектної лексики як маркера ідентичності та автентичності в умовах цифрової глобалізації. Матеріали, відібрані з найвідоміших загальнонаціональних і регіональних іспаномовних видань, аудіовізуальних медіа та соціальних мереж, забезпечили проведення комплексного аналізу функціонування андалузької лексики в різних типах дискурсу.

Об'єктом роботи є іспанський медійний дискурс, представлений у виданнях *«El País»*, *«El Mundo»*, *«Diario de Sevilla»*, *«Diario Sur»* та на телеканалі *«Canal Sur»* та в соціальних мережах, таких як *X*, *Instagram*, *TikTok*.

Предметом є лексична варіативність андалузького діалекту, а саме: склад, тематична класифікація, функціональне значення, частотність уживання та соціолінгвістичні конотації андалузьких діалектизмів у медійному дискурсі Іспанії.

Метою роботи є лінгвoseмантичне та соціолінгвістичне дослідження андалузької лексики та розкриття її особливостей у медійному просторі, адже діалектна лексика зосереджує в собі культурну, емоційно-експресивну та ідентифікаційну інформацію про мовця та є важливим текстуальним елементом публіцистичного дискурсу.

Для того, щоб виокремити основні тенденції, визначити розбіжності та схожі риси у використанні андалузької лексики у загальнонаціональних та регіональних медіа, а також порівняти функціональне навантаження діалектизмів у різних жанрах та типах комунікації, було використано сучасні **методи** контент-аналізу, лінгвостилістичного аналізу, дискурсивного аналізу та

кількісних підрахунків. У результаті дослідження були виділені лексичні, функціональні та соціолінгвістичні особливості андалузьких діалектизмів у медійному дискурсі Іспанії, окреслено схожі та відмінні риси між різними типами медіа, а також проведено порівняльний аналіз стратегій використання діалектної лексики для створення локальної ідентичності та автентичності. Отримані висновки дозволили визначити основні тенденції у використанні андалузької лексики в медіа, зокрема її легітимізацію, демаргіналізацію та перетворення на символ регіональної гордості, що впливає на подолання мовних стереотипів та формування нових комунікативних стратегій у сучасному іспанському медійному просторі.

Ключові слова: андалузький діалект, лексична варіативність, медійний дискурс Іспанії, діалектна лексика, стигматизація, легітимізація, локальна ідентичність, соціальні мережі, лінгвостилістичний аналіз, кількісний аналіз.

ABSTRACT

This master's thesis examines and analyses the lexical variation of the Andalusian dialect in contemporary Spanish media discourse between 2020 and 2025.

The relevance of the research topic was determined by the increased attention given to regional variants of the Spanish language in the mass media and on social networks, as well as the necessity to redefine the role of dialectal vocabulary as a marker of identity and authenticity in the context of digital globalisation. Data selected from the most prominent national and regional Spanish-language print media, audiovisual media, and social networks provided a comprehensive analysis of the functioning of Andalusian vocabulary across various types of discourse. The focus of the study is Spanish media discourse as presented in the publications «*El País*», «*El Mundo*», «*Diario de Sevilla*», «*Diario Sur*», on the television channel «*Canal Sur*», and on social media platforms such as *X*, *Instagram* and *TikTok*. The subject is the lexical variability of the Andalusian dialect, in particular: its composition, thematic classification, functional meaning, frequency of use, and

sociolinguistic connotations of Andalusian dialectisms in Spanish media discourse. The study aims to conduct a linguosemantic and sociolinguistic analysis of Andalusian lexis and to reveal its characteristics in the media sphere, as dialectal lexis encapsulates cultural, emotional-expressive, and identity-related information about the speaker and constitutes an important textual element of public discourse.

In order to identify key trends, highlight differences and similarities in the use of Andalusian vocabulary between national and regional media, and compare the functional role of dialectal features across different genres and types of communication, modern methods of content analysis, stylistic analysis, discourse analysis and quantitative counting were employed. The study identified the key lexical, functional and sociolinguistic features of Andalusian dialectisms in Spanish media discourse, similarities and differences between various types of media were outlined, and a comparative analysis was conducted of strategies for using dialectal vocabulary to create local identity and authenticity. The obtained results made it possible to identify the main trends in the use of Andalusian vocabulary in the media, in particular its legitimisation, demarginalisation, and transformation into a symbol of regional pride, which subsequently influences the overcoming of linguistic stereotypes and the formation of new communicative strategies in the contemporary Spanish media landscape.

Keywords: Andalusian dialect, lexical variation, Spanish media discourse, dialectal vocabulary, stigmatisation, legitimisation, local identity, social media, linguostylistic analysis, quantitative analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНОЇ ВАРІАТИВНОСТІ В ІСПАНЬСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	10
1.1. Лінгвістична варіативність: основні поняття та типи.....	10
1.2. Андалузський діалект як об'єкт лінгвістичних студій.....	16
1.3. Медійний дискурс як середовище функціонування андалузської діалектної лексики.....	22
1.4. Методологія та джерельна база дослідження лексичної варіативності в іспаномовних медіатекстах.....	26
Висновки до першого розділу.....	33
РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНДАЛУЗЬКОГО ДІАЛЕКТУ В ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА.....	35
2.1. Тематична класифікація андалузської лексики в медійних текстах.....	35
2.2. Функціональне навантаження діалектизмів у різних жанрах.....	47
2.3. Кількісний аналіз частотності вживання андалузської лексики.....	52
Висновки до другого розділу.....	55
РОЗДІЛ 3. ДИСКУРСИВНІ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНДАЛУЗЬКОГО ДІАЛЕКТУ В МЕДІА.....	57
3.1. Мовні ідеології та стереотипи: відображення стигматизації та легітимації андалузського діалекту в медіадискурсі.....	57
3.2. Стратегії використання діалектної лексики для створення локальної ідентичності та автентичності.....	62
3.3. Тенденції використання андалузського діалекту у сучасному медійному просторі.....	65
Висновки до третього розділу.....	70
ВИСНОВКИ.....	73
RESUMEN.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	91
Додаток А.....	91
Додаток Б.....	92
Додаток В.....	93
Додаток Г.....	94
Додаток Д.....	95

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасна лінгвістика характеризується зацікавленістю у вивченні мовної варіативності в різних типах дискурсу. У добу цифрової глобалізації та розвитку засобів масової інформації спостерігається досить суперечлива тенденція: поряд з уніфікацією мовних стандартів зростає увага до регіональних варіантів мови як маркерів ідентичності та автентичності. У цьому контексті досить цікавою для дослідження є Іспанія, адже вона демонструє складну лінгвістичну ситуацію, де співіснують як офіційні мови автономних спільнот, так і територіальні діалекти іспанської мови, серед яких андалузький варіант посідає особливе місце.

Андалузький діалект традиційно вважався «непрестижним» варіантом іспанської мови, часто стигматизованим у медійному просторі. Однак останніми десятиліттями відбулися суттєві зміни: андалузька лексика дедалі частіше з'являється не лише в регіональних ЗМІ Андалусії, а й на сторінках загальнонаціональних газет, у телевізійних програмах, на радіо та в цифрових медіа. Цей процес супроводжується трансформацією суспільних уявлень про діалектну мову, подоланням мовних стереотипів і формуванням нових комунікативних стратегій у медійному дискурсі.

Сучасна іспаністика має ґрунтовні напрацювання у дослідженні публіцистичного дискурсу, стилістичних особливостей медіатекстів, а також соціолінгвістичної варіативності іспанської мови. Важливий внесок у вивчення діалектного мовлення зробили такі дослідники, як Мануель Альвар, Еугеніо Кошеру, Рафаель Кано Агілар, Хуан Андрес Вільєна Понсода, Франсіско Морено-Фернандес. Українські науковці також не оминули увагою проблеми мовної дискримінації та функціонування діалектів у медійному просторі, а саме Т.Григоренко, І. Алексєєва, О. Зайцева, А.Парфіненко, В.Тинний, О.Овчиннікова.

Окремої уваги заслуговують роботи щодо аналізу мовних ідеологій у медіа, представлені в дослідженнях Ф. М. Карріскондо Есківеля, А. Ель-Фунті Зізауї та І. Родрігеса Іглесіаса, які розглядають функціонування андалузького

діалекту в пресі, на телебаченні та в цифрових ЗМІ крізь призму дискурсу ненависті, стереотипізації та легітимації.

Медійний дискурс відіграє ключову роль у формуванні суспільних уявлень про діалектну мову. Проте проблематика лексичної варіативності андалузького діалекту в сучасному іспанському медійному дискурсі досі не була предметом особливого вивчення в українській романістиці. Актуальність роботи також зумовлена потребою переосмислення ролі діалектної лексики в сучасних масмедіа, необхідністю виявлення механізмів офіційного визнання регіональних мовних варіантів та їхнього функціонального значення в різних типах медійних текстів.

Об'єктом роботи є іспанський медійний дискурс початку XXI століття (2020–2025 рр.), представлений у загальнонаціональних («*El País*», «*El Mundo*») та регіональних андалузьких («*Diario de Sevilla*», «*Diario Sur*») друкованих і цифрових виданнях, а також в аудіовізуальних медіа («*Canal Sur*). **Предметом** дослідження є лексична варіативність андалузького діалекту, а саме: склад, тематична класифікація, функціональне значення, частотність уживання та соціолінгвістичні конотації андалузьких діалектизмів у медійному дискурсі Іспанії.

Мета дослідження полягає у комплексному аналізі лексичної варіативності андалузького діалекту в сучасному іспанському медійному дискурсі, виявленні його функціонального значення та дискурсивних стратегій використання в загальнонаціональних і регіональних засобах масової інформації.

Для досягнення цієї мети перед нами було сформульовано низку **завдань**:

- визначити теоретико-методологічні засади дослідження лексичної варіативності в медійному дискурсі;
- охарактеризувати андалузький діалект як об'єкт лінгвістичних студій, визначити його основні лексичні особливості;
- сформувати репрезентативну джерельну базу дослідження та здійснити вибірку андалузької лексики з медійних текстів різних типів;

- провести тематичну класифікацію виявлених лексичних одиниць та визначити частотність їх уживання в загальнонаціональних і регіональних медіа;
- проаналізувати функціональне навантаження діалектизмів у різних жанрах медійного дискурсу;
- виявити соціолінгвістичні аспекти функціонування андалузької лексики в медіа, зокрема відображення мовних ідеологій та стереотипів, стратегії створення локальної ідентичності, а також перспективи розвитку діалекту в медіапросторі.

Для вирішення цих завдань використовувались такі **методи наукових досліджень**: метод аналізу та синтезу для опрацювання теоретичних джерел; метод суцільної вибірки для формування корпусу досліджуваних одиниць; описовий метод для систематизації та інтерпретації фактичного матеріалу; метод лексико-семантичного аналізу для виявлення семантичних особливостей андалузьких діалектизмів; метод контекстуального аналізу для визначення функціонального значення діалектної лексики в медійних текстах; метод кількісного аналізу для виявлення частотності вживання досліджуваних одиниць; метод дискурсивного аналізу для вивчення стратегій використання діалектної лексики в різних типах медіа; компаративний метод для зіставлення вживання андалузької лексики в загальнонаціональних і регіональних медіа.

Новизна роботи полягає в здійсненні комплексного аналізу лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі Іспанії, систематизації андалузької лексики, представленої в загальнонаціональних та регіональних медіа, за тематичними групами, виявленні динаміки змін у функціонуванні андалузького діалекту в медіа за останні п'ять років, визначенні основних дискурсивних стратегій щодо використання діалектизмів для створення локальної ідентичності.

Практичне значення роботи полягає у можливості її використання у подальшому у викладанні курсів із лексикології та діалектології іспанської мови, соціолінгвістики, медіалінгвістики, лінгвокраїнознавства, а також у

практиці укладання словників андалузського діалекту та в підготовці навчальних посібників із стилістики іспанської мови.

Результати дослідження були **апробовані** на Всеукраїнській науковій конференції «Сучасна філологія: лінгвістика, літературознавство, перекладознавство, фольклор», м. Київ, 13-14.11.2025; X Всеукраїнських наукових читаннях за участю молодих учених «Філологія XXI століття: нові дослідження й перспективи», м. Київ, 2-3.04.2026. Тези доповіді були опубліковані в збірнику тез Всеукраїнської наукової конференції «Сучасна філологія: лінгвістика, літературознавство, перекладознавство, фольклор» Частина I, м. Київ, 2025 р.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНОЇ ВАРІАТИВНОСТІ В ІСПАНЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

1.1. Лінгвістична варіативність: основні поняття та типи

Сучасна лінгвістична парадигма розглядає мову не як статичну систему абстрактних знаків, а як динамічне, багаторівневе та неоднорідне явище, форма існування якого нерозривно пов'язана з варіативністю [Ткач 2013, с.183]. Лінгвістична варіативність є однією з основних властивостей функціонування мовних одиниць, що виявляється у здатності мовної системи створювати різні форми вираження однієї й тієї ж семантичної сутності на всіх структурних рівнях [Парфіненко 2013, с.117]. Розуміння характеру варіативності дозволяє не тільки реконструювати механізми лінгвістичних змін, а й аналізувати складні взаємозв'язки між мовою та соціальною структурою суспільства, що є ключовим завданням сучасної соціолінгвістики [Алексєєва 2009, с.5].

Дослідження варіативності вимагає чіткого розмежування понять варіанта, інваріанта, лінгвістичної змінної та норми, оскільки ці категорії описують різні аспекти одного процесу – існування мови у часі, просторі та соціумі [Ткач 2013, с.184]. Традиційно варіативність визначається як спосіб існування мовної системи, за якого одиниці одного рівня мають формальні відмінності при збереженні ідентичності значення або функції [Алексєєва 2009, с.5].

Поняття варіанта та інваріанта, запозичені із загальної наукової термінології, набули спеціалізованого застосування в лінгвістиці з метою опису способу втілення абстрактних мовних одиниць у безпосередньому мовленні [Crespo 2020, с. 12]. Ці поняття нерозривно пов'язані між собою, адже інваріант належить до сфери мови як абстрактної системи, а варіант – до сфери мовлення як конкретної реалізації [Rojas 1985, с. 11]. Без інваріантів не існує варіантів, оскільки останні є просто «інваріантами в дії» і не можуть пояснюватися

самостійно [Crespo 2020, с. 15]. До того ж, варіація є фундаментальною властивістю мовної системи, яка гарантує її гнучкість та пристосованість до різноманітних комунікативних потреб суспільства [Mouton 2025, с. 48], таких як інформаційна, мовно-семіотична, інтеракційна, потреба у самовираженні та ідентифікації та потреба в соціальній адаптації [Костєва 2021, с.15].

На основі наведеної класифікації варіантів доцільно розглянути поняття лінгвістичної змінної, яке набуло особливого значення в галузі соціолінгвістики. Ця одиниця аналізу, за словами іспанського лінгвіста Франсіско Морено-Фернандеса, визначається як лінгвістична одиниця (фонетична, лексична, граматична або дискурсивна), реалізація якої корелює з позамовними соціальними чинниками [Moreno-Fernández 2009, с. 40]. Серед цих факторів виокремлюють вік, стать, соціокультурний рівень, рівень освіченості або географічне походження мовця [Coseriu 2026, с. 30]. Іспанські дослідники Хуан Мануель Ернандес-Кампо та Хуан Андрес Вільєна-Понсода підкреслюють, що вивчення лінгвістичних змінних дозволяє відстежувати динаміку мовних змін у реальному часі та виявляти приховані механізми соціальної стратифікації мовлення [Hernández-Campoy, Villena-Ponsoda 2009, с.42]. Таким чином, лінгвістична змінна відображає нерозривний зв'язок між мовною формою та соціальним контекстом її вживання.

Лінгвістична норма є одним із найбільш суперечливих понять сучасної романістики. У традиційному розумінні норма подається як сукупність правил, що визначають «правильне» та «неправильне» вживання мовних одиниць [Hispanoteca 2026, с. 296]. Однак видатний румунський лінгвіст Еугеніо Косеріу, який працював переважно в Німеччині та Уругваї, запропонував революційне для свого часу тричленне розмежування: мова як система (*langue*), норма (*norme*) та мовлення (*parole*) [Coseriu 2026, с. 12]. Згідно з класифікацією Е. Косеріу, норма є проміжним елементом між абстрактною системою можливостей та конкретними індивідуальними реалізаціями. Вона охоплює те, що в мовленні не обов'язково є функціонально розрізнявальним (тобто не розрізняє значень), але, попри це, традиційно закріплене та соціально

встановлене в певній мовній спільноті [Coseriu 2026, с. 196]. Іспанський лінгвіст Хусто Фернандес Лопес пояснює це поняття наступним чином: до норми належать, наприклад, комбінаторні варіанти у фонології та морфології, які є обов'язковими для всіх носіїв мови в певному фонетичному середовищі, хоча вони й не виконують функції розрізнення значень [Fernández López 2003, с. 82].

Найважливішим внеском Е. Косеріу стало визначення різниці між «нормою як вживанням» (те, що є звичайним, статистично типовим) та «нормою-прескрипцією» (те, що є нормативним, інституціоналізованою моделлю) [Coseriu 2026, с. 84]. Це розмежування дало змогу вийти за межі вузького уявлення про норму як про суто академічні правила. За словами іспанського дослідника Франсіско Абада, норма в своєму першому значенні – це сукупність мовних ознак, яким відповідає граматична правильність, тобто середнє значення реалізацій, загальноприйнятих у мовній спільноті [Abada 2026, с. 296]. Натомість, прескриптивна норма є результатом цілеспрямованої діяльності наукових товариств та установ, які визначають: «як слід правильно говорити та писати» [Abada 2026, с. 28].

Сучасна лінгвістика визнає, що мовна норма (зокрема в іспанській мові) є поліцентричною (або ж плюрицентричною) [Coseriu 2026, с.180]. Це означає, що єдину національну норму більше не вважають винятковим стандартом, якого повинні дотримуватися всі носії мови. Наразі існує та є визнаною низка законних і рівноправних мовних норм, притаманних освіченим носіям мови з різних географічних і культурно-історичних регіонів. Як зазначає іспанський лінгвіст Хуліо Боррего Ньето, мова наразі, не втрачаючи своєї цілісності, має численні нормативні стандарти та різноманітні центри розповсюдження [Borrego Nieto 1998, с. 1]. Ця зміна відбулася завдяки демографічному розвитку великих міст іспаномовного світу, які перетворилися на автономні центри формування мовних стандартів.

Водночас, незважаючи на офіційне визнання поліцентричності, численні буденні спостереження свідчать про те, що багато звичайних носіїв мови, тим

не менш, продовжують вважати, що для того, щоб «правильно говорити» іспанською, необхідно дотримуватися так званої «кастильської» або «північно-піренейської» норми [Borrego Nieto 1998, с. 2]. Ця розбіжність між науковим дискурсом та загальноприйнятою мовною свідомістю ілюструється численними прикладами з повсякденного життя, які наводить дослідник: зокрема, у випадку із мережею супермаркетів, яка відмовила кандидатці у працевлаштуванні через її «андалузський акцент», або скарга мешканця Канарських островів, чий акцент викликав зневажливу посмішку в телефонній операторки [Borrego Nieto 2000, с. 3]. Як зазначає дослідниця Маріанна Дієгес-Кірш, незважаючи на визнану поліцентричність, у багатьох наукових працях, іспанська мова Піренейського півострова продовжує посідати привілейоване місце, залишаючи всі інші варіанти на другому плані. [Diégès-Kirsch 2023, с. 5]. Це свідчить про те, що перехід від теорії до практики застосування поліцентричної норми відбувається поступово та поетапно.

Окресливши ключові поняття варіантів, інваріантів, лінгвістичної змінної та норми, необхідно розглянути типологію лінгвістичної варіативності. У сучасній лінгвістиці виділяють кілька основних типів варіативності, які відображають різні аспекти існування мови в просторі, суспільстві та комунікативних ситуаціях [Variation and change in LIS 2022, с. 133]. Саме Еугеніо Косеріу відіграв ключову роль у розробці цієї типології. У своїй праці «Geografía lingüística» він запропонував розрізняти три основні типи варіативності, запозичивши терміни «діатопія» та «діастратія» у норвезького лінгвіста Лейва Флудала та додавши до них третій тип – «діафазію» [Coseriu 2026, с. 135].

Діатопічна варіативність охоплює географічні відмінності між мовними варіантами. Вона відображається у протиставленні територіальних діалектів, регіональних та місцевих варіантів літературної мови. Як зазначає Косеріу, діатопічні варіанти є первинними і найочевиднішими проявами мовної варіативності, оскільки мова існує насамперед у часі та просторі [Coseriu 2026, 17]. В іспанській мові діатопічна варіативність спостерігається на фонетичному

рівні (наприклад, феномен *seseo* та *ceceo* в Андалусії та Латинській Америці), лексичному (іспанське *coche*; чилійське *auto*; аргентинське *carro*) та граматичному (використання форми *ustedes* замість *vosotros* у латиноамериканських варіантах) [Borrego Nieto 2000, с. 11].

Наступним типом варіативності є діастратична. Вона, своєю чергою, відображає соціальну стратифікацію мови. Тобто діастратична варіативність охоплює відмінності, зумовлені соціальним статусом, рівнем освіти, віком, статтю, професією або належністю до певної соціальної групи [Variation and change in LIS 2022, с. 134]. У межах цієї варіативності розрізняють соціолекти (тобто мови соціальних груп) та ідіолекти (або індивідуальні мовні особливості). Дослідження, проведені Вільямом Лабовим у 1960-х роках у Нью-Йорку, продемонстрували, що вживання певних фонетичних варіантів залежить від соціального класу мовця, оскільки представники вищих класів частіше використовували у своєму мовленні престижні форми [Labov 1960, с. 17]. В іспанському контексті діастратична варіативність проявляється, зокрема, у розподілі форм звернення *tú*, *vos* та *usted*, вибір яких залежить не лише від регіону, а й від соціальної дистанції між співрозмовниками [Haensch 2005, с. 14].

Діафазна варіативність охоплює стилістичні зміни в мовленні залежно від комунікативної ситуації. Вона виражається у переході між різними реєстрами: від формального до неформального, від письмового до усного, від підготовленого до спонтанного [Variation and change in LIS 2022, с. 135]. Як підкреслює Еугеніо Косеріу, діафазна варіативність є найбільш динамічним типом, оскільки безпосередньо залежить від намірів мовця та комунікативного контексту [Cosetiu 2026, 17]. В іспанській мові діафазна варіативність проявляється, наприклад, у використанні різних часових форм *subjuntivo* залежно від ступеня формальності висловлювання або у виборі лексики (нейтральне «*fallecer*» проти емоційно забарвленого «*estirar la pata*»). Саме діафазна варіативність найтісніше пов'язана з прагматичними аспектами комунікації, оскільки співрозмовник свідомо обирає той чи інший реєстр для

досягнення певного комунікативного результату [M. Fried, J.-O. Östman, J. Verschueren 2010, с. 78].

Е. Косеріу також підкреслює ієрархічний зв'язок між цими трьома типами. На його думку, у межах мовної спільноти діатопічне можна розглядати як діастратичне, а діастратичне – як діафазичне (отже, діатопічне також можна оцінювати як діафазичне). Інакше кажучи, діалект може функціонувати як соціолект, а діалект або соціолект – як стиль, але не навпаки [Coseriu 2026, 45]. Це спостереження має ключове методологічне значення: воно вказує на те, що будь-який аналіз мовної варіації повинен враховувати не лише окремі аспекти, а й їхню взаємодію.

Отже, лінгвістична варіативність є невід'ємною та фундаментальною властивістю мови, яка забезпечує її здатність пристосовуватися до різноманітних комунікативних потреб суспільства. Розрізнення між поняттями «варіант», «інваріант», «лінгвістична зміна» та «норма» дозволяє систематично описувати механізми функціонування мовних одиниць на всіх структурних рівнях. У сучасній лінгвістиці особливу роль відіграє поняття поліцентричної норми, яке відображає реальну ситуацію з іспанською мовою в контексті її глобального поширення. Типологія варіації, розроблена Еугеніо Косеріу, надає дослідникам набір ефективних інструментів для аналізу мовних відмінностей у трьох вимірах: географічному (діатопічний вимір), соціальному (діастратичний) та ситуативному (діафазний). Усі ці виміри тісно взаємопов'язані й не функціонують ізольовано, а перебувають у постійній динамічній взаємодії, що визначає мову як живе й постійно мінливе явище. Розуміння природи та типів мовної варіативності є необхідною передумовою для подальшого вивчення конкретних лінгвістичних явищ, зокрема лексичного варіатизму в різних регіональних варіантах іспанської мови.

1.2. Андалузький діалект як об'єкт лінгвістичних студій

Андалузький діалект є одним із найважливіших і лінгвістично найбагатших варіантів іспанської мови. Як об'єкт наукового дослідження, він відображає складну взаємодію історичних, соціокультурних і лінгвістичних чинників, які сформували його унікальний вигляд у порівнянні з іншими діалектами на території Іберійського півострова. Ця мовна система є результатом тривалого історичного процесу становлення, що розпочався із завоювання Кастилією півдня Піренейського півострова і нині відіграє ключову роль у розумінні загальної еволюції іспанської мови, особливо її латиноамериканських варіантів.

Історія виникнення андалузького діалекту нерозривно пов'язана з процесом Реконкісти, тобто довготривалої боротьби християнських держав за звільнення територій, що перебували під мусульманським пануванням. Андалусія стала останнім регіоном, який перейшов під владу Кастильської корони, що і зумовило специфіку та особливості мовної еволюції на цій території. Процес завоювання відбувався поетапно: західні та північні міста, такі як Кордоба, Севілья та Кадіс, були захоплені у XIII столітті, тоді як емірат Гранади чинив опір аж до 1492 року [Newcastle 2026]. Така розбіжність у часі заклала основи для сучасного поділу діалекту на західні та східні блоки.

Упродовж тривалого часу лінгвістична історіографія була переповнена міфами щодо походження андалузького діалекту. Популярною була теза, що андалузькі особливості є безпосереднім результатом значного арабського впливу або ж збереження мозарабських діалектів. Однак сучасні дослідження, зокрема роботи професора Кано, вказують на те, що християнське завоювання супроводжувалося радикальною зміною складового населення, яку можна охарактеризувати як «релігійну та культурну чистку» [ElNacional.cat 2026]. Кастильська влада замінила мусульманське населення долини річки Гвадальквівір численними групами християнських поселенців, що прибули з узбережжя Кантабрії та Північного плато. Таким чином, сучасний андалузький діалект походить не від латини часів іспано-візиготського періоду і не від

арабської мови, а від кастильської мови завойовників, яка почала швидко видозмінюватися в новому соціокультурному контексті [ElNacional.cat 2026].

У XIII та XIV століттях долина річки Гвадальківір стала зоною підвищеного ризику, але водночас і величезних можливостей для нових поселенців. У контексті сильного змішування поселенців з різних частин півострова сформувалася так звана севільська койне: спільна мова на основі кастильської, що поєднувала елементи різних діалектних систем [Valle 1998, с.135]. Ця мовна спільнота розвивалася набагато швидше, ніж північні діалекти, оскільки не зазнавала консервативного впливу традиційних інституцій і функціонувала в динамічному середовищі великих торговельних міст [ElNacional.cat 2026].

Щодо перших документальних свідчень стосовно розбіжностей між андалузьким та кастильським варіантами іспанської мови, то перші згадки датуються початком XVI століття, хоча сам процес відокремлення та диференціації, найімовірніше, розпочався значно раніше. Починаючи з фонетичного рівня, який є найбільш впізнаваною рисою діалекту з-поміж інших, можна зазначити, що головною тенденцією андалузької фонетики є прагнення до спрощення вимови, що виявляється у послабленні приголосних звуків наприкінці складу чи слова, а також у змінах у системі голосних, спрямованих на компенсацію втрачених семантичних ознак. Так, за версією науковця Хуана Андреса Вільєни Понсоди, андалузький діалект є результатом південного спрощення фонологічної системи кастильської мови XIII століття, що відбулося внаслідок діалектного змішування [Villena Ponsoda 2008, с.193].

Найвизначнішою особливістю андалузької системи приголосних є відсутність відмінностей між звуками, які в стандартній іспанській мові позначаються літерами *s* та *z* (або *c* перед *e* та *i*). Як зазначає Королівська академія іспанської мови (RAE), у більшості регіонів Іспанії розрізняють два глухі фрикативні звуки: альвеолярний /s/ (як у слові «*casa*») та міжзубний /θ/ (як у слові «*caza*»). В Андалусії, на Канарських островах та в Південній Америці в цій позиції вимовляється лише один звук [Villena Ponsoda 2008, с.193]. Це

явище має два основні варіанти: «*seseo*» (вимова обох звуків як [s]) та «*ceceo*» (вимова обох звуків як [θ]). «*Seseo*» переважає у великих містах на заході та в центрі Андалусії: Севільї, Кордобі та Кадісі. З іншого боку, «*ceceo*» частіше зустрічається у сільських місцевостях у провінціях Кадіс, Малага, Уельва та на півдні Севільї. Явище «*seseo*» визнається культурною нормою (тобто не вважається чимось «неправильним»), тоді як «*ceceo*» не користується таким авторитетом, і освічені андалузці зазвичай намагаються уникати його на користь «*seseo*» [Villena Ponsoda 2008, с.194]. Варто зазначити, що цей феномен не є дефектом мовлення, як помилково вважалося раніше, а є систематичним фонологічним явищем зі своїми власними правилами.

Сучасні дослідження свідчать про те, що явище «*ceceo*» поступово зникає. Фонетичний аналіз, проведений Еленою Хайме Хіменес у Малазі, показує, що *сесео* найчастіше зустрічається в ненаголошених позиціях та у складних словах, що підтверджує гіпотезу про «*ceceo*» як явище ослаблення (або ж лєніції) [Jaime Jiménez 2026]. Крім того, дослідження виявило, що вживання *сесео* зберігається завдяки так званому «*priming*» (тобто попереднє вживання «*ceceo*» збільшує ймовірність його повторного вживання). Надзвичайно важливим є відкриття того, що нейтралізація є фонетично неповною: існують два акустично різні міжзубні звуки та два різні альвеолярні, залежно від літери, що фігурує в написанні. Це явище має назву «*near-merger*»: носії мови систематично роблять невелику артикуляційну різницю між словами різних класів, хоча на слух ця різниця може бути майже непомітною [Jaime Jiménez 2026].

Ще одним важливим явищем в андалузській фонетиці є аспірація. Найбільш систематичною є аспірація кінцевого -s у складі або в слові: воно перетворюється на легкий подих [h] або зникає зовсім. Це має серйозні граматичні наслідки, оскільки -s в іспанській мові є головним показником множини іменників та другої особи однини дієслів. Наприклад, «*las casas*» може звучати як [lah 'kasa] або навіть [la 'kasa], що створює потенційну двозначність. Звук, що позначається літерою *j* (або *g* перед *e*, *i*), у більшості

регіонів Андалусії вимовляється не як гортанне *x* (як на півночі Іспанії), а як м'яке придиховане *h* (подібне до англійського *h* у слові *home*). У східних провінціях, таких як Хаен чи Гранада, частіше зберігається сильна гортанна вимова. Ця варіативність є однією з головних характеристик, що відрізняють західний і східний блоки діалекту [Villena Ponsoda 2008, с.194].

Типовим є також використання міжголосних приголосних, насамперед звуку [d] (особливо в закінченнях *-ado* та *-ido*). Замість «*pescado*» андалузець скаже «*pescao*», а замість «*comido*» – «*comío*» [48]. У кінці складів звуки [l] і [r] часто змішуються: можна почути *sarto* замість *salto* (явище ротацизму) або «*cuelpo*» замість «*cuervo*» (явище ламбдизму). Ротацизм частіше зустрічається на заході, тоді як ламбдизм – на сході, що наближає східні діалекти до карибських варіантів іспанської мови [Vicente 1968, с. 255].

Андалузький діалект має не лише фонетичні, а й граматичні особливості, які часто наближають його до латиноамериканського варіанту іспанської. Як зазначає Вілена Понсода, західноандалузькі варіанти багато в чому відрізняються від загальної стандартної іспанської мови та є більш наближеними до сучасних діалектів Америки [Villena Ponsoda 2008, с.194].

Найпомітнішою граматичною відмінністю є заміна займенника *vosotros* на форму *ustedes* [Lipski 1994, с. 188]. На півдні Андалусії рідко вживають форму «*vosotros vais*», натомість використовується або «*ustedes vais*» (гібридна форма, в якій займенник «*ustedes*» поєднується з дієслівною формою «*vais*», що належить до «*vosotros*»), або «*ustedes van*» (повна заміна, як у Латинській Америці) [López 1991, с. 205]. Ця особливість настільки закріпилася, що навіть в діловому мовленні форма «*vosotros*» сприймається як щось невластиве або занадто офіційне.

Інші граматичні особливості включають:

- вживання закінчення *-emos* замість *-amos* у першій особі множини минулого часу (*llegemos* замість *llegamos*), що дозволяє чіткіше розрізняти теперішній і минулий часи [López 1991, с. 240];

- спрощення дієприкметників (*abrió* замість *abierto*, *ponío* замість *puesto*) [Cano Aguilar 2022];
- зміна граматичного роду деяких іменників (*la calor* замість *el calor*, *el sartén* замість *la sartén*), що часто є збереженням старих, архаїчних форм [Álvarez 2003, с. 51].

Зрештою, не потрібно забувати про лексичне багатство андалузького діалекту, що вирізняє його з-поміж інших на території сучасної Іспанії. Варіативність зумовлена непростю історією регіону, та умовно її можна поділити на декілька груп.

Першу групу складають арабізми, тобто слова, що походять з арабської мови та увійшли до мови в період мусульманського панування. Багато з них стали загальноновживаними словами по всій Іспанії (*alcalde*, *albañil*), але деякі використовуються переважно в Андалусії: *aljofifa* (ганчірка для миття підлоги; у кастильському варіанті вживається *fregona*), *alberca* (ставок, калюжа), *chambao* (пляжний тент) [Cano Aguilar 2022].

Наступним можна виділити архаїзми. Це слова, які в сучасній Іспанії вважаються застарілими, але й досі активно вживаються в Андалусії та, завдяки колонізації, в країнах Латинської Америки. Наприклад: *arveja* (горох), *frijol* (квасоля), *lindo* (гарний), *manta* (ковдра) [Lapesa 2005, с. 342].

Також виокремлюються циганізми. Ці слова, походять з мови кало (іспанських циган), які через культуру фламенко поширилися в повсякденній мові: *currar* (працювати), *gili* (дурень), *chaval* (хлопець, юнак), *nají* (нічого) [Newcastle 2026].

Особливої уваги заслуговує взаємозв'язок між андалузьким лексиконом та лексиконом латиноамериканських варіантів іспанської мови. Понад 60% емігрантів, які вирушили до Нового Світу в XVI та XVII століттях, походили з Андалузії, насамперед із Севільї та її околиць [Lipski 1994, с.155]. Це призвело до того, що значна частина андалузьких лексем «перетнула» океан і закріпилася там, тоді як у самій Іспанії вони поступово вийшли з ужитку або збереглися лише у діалектній мові. Наприклад, дієслово *amarrar* (прив'язувати) в Андалусії

та Америці витіснило іспанське *atar*, а *botar* (кидати) стало альтернативою *tirar* [Arco/Libros 2016, с. 400]. Слово *bacalao* (тріска) вживається в Андалусії замість іспанського *abadejo*, і саме андалузький варіант поширився в кулінарній термінології багатьох латиноамериканських країн. Ці приклади демонструють не лише лексичні запозичення, а й формування цілої лексичної спільноти, яка поєднує південь Іспанії з Канарськими островами, країнами Карибського басейну, узбережжям Мексики, Венесуели, Колумбії та інших країн [Mouton 2025].

Важливим джерелом для вивчення лексики Андалусії є «Лінгвістичний та етнографічний атлас Андалусії» (ALEA), розроблений під керівництвом іспанського лінгвіста та історика Мануеля Альвара у 1952–1973 роках [Lipski 1994, с. 313]. Цей атлас не тільки відображає географічне поширення певних лексем, а й їхній зв'язок із матеріальною культурою – знаряддями праці, повсякденним життям, сільським господарством та рибальством. Наприклад, ALEA детально відображає на карті назви ганчірок для миття підлоги (на заході Андалусії переважає арабське слово *aljofifa*, на сході – *fregaero* або *trapo de fregar*), дитячих гойдалок (*columpio*, *hamaca*, *mecedor* залежно від провінції), метелика (*mariposa*, *pintailla*, *palomilla*). Ці лексичні карти демонструють, що Андалусія не є однорідною з лексичної точки зору: західна частина (такі міста, як Севілья, Кадіс, Уельва) демонструє більшу появу неологізмів та зв'язків з Латинською Америкою, тоді як східна (Гранада, Альмерія, Хаен) зберігає більше архаїчних форм. Цей поділ взаємопов'язаний із зазначеними раніше фонетичними та граматичними відмінностями, що підтверджує тезу про існування двох основних діалектних зон в Андалусії [Salvador 1964, с. 45].

Сучасні дослідження андалузького діалекту, а саме його лексичної частини (зокрема, праці Мануеля Роперо Нуньеса та Рафаеля Кано Агілара) вказують на те, що багато слів, які вважалися «типово андалузькими», насправді мають давньокастильське походження й збереглися на півдні виключно завдяки периферійному розташуванню регіону щодо центру стандартизації мови (а саме Мадриду) [Aguilar; Nuñez, 2022 с. 43]. Наприклад, дієслово *acullicarse*

(присідати) є архаїзмом, який зник із стандартної іспанської мови, але зберігся в Андалусії та деяких сільських районах Еквадору й Перу. Ці випадки свідчать про те, що андалузький діалект є своєрідним «мовним резервом», де можна простежити етапи еволюції іспанської мови, які вже зникли в її центральних варіантах. Це робить дослідження андалузького лексикону важливим не лише для діалектології, а й для історичної лінгвістики загалом.

1.3. Медійний дискурс як середовище функціонування андалузької діалектної лексики

Медійний дискурс наразі є одним із основних просторів, де зберігається діалектний лексикон і також постійно перебуває у процесі трансформації. Простежуючи використання андалузьких лексем у засобах масової інформації та соціальних мережах, можна зробити висновки щодо реального стану діалекту: чи зникає він під тиском стандартної мови, чи, навпаки, набуває нового розвитку [Pollock 2024, с. 57]. Дослідження використання діалектизмів у ЗМІ важливе також тому, що саме через засоби масової інформації більшість носіїв мови (навіть ті, хто не використовує діалект у повсякденному житті) формують уявлення про те, які регіональні слова є «прийнятними», а які – «застарілими» або «смішними» [Hernández-Campoy 2009, с. 196].

Однією з ключових проблем, на яку вказують дослідники андалузького діалекту, є негативне ставлення до діалектних особливостей у засобах масової інформації. Ніколас Хенріксен та його співавтори у дослідженні, присвяченому соціальному сприйняттю фонетичних варіантів іберійської іспанської мови зазначають, що аудиторія була досить послідовною у визначенні географічного походження андалузьких мовних зразків як південно-іспанських. Також важливо підкреслити, що респонденти надавали менш позитивне соціальне значення андалузьким стимулам порівняно з тими, що походять із центрально-північних регіонів [Henriksen 2024, с. 2]. Це дослідження, опубліковане в журналі «*Journal of Linguistic Geography*» демонструє, що

упередження щодо андалузької мови залишаються стійкими навіть у сучасному медійному середовищі [Méndez 2008, с. 101].

Іспанський соціолінгвіст Ніколас Хенріксен, який регулярно здійснює польові дослідження в місті Херес-де-ла-Фронтера (Західна Андалусія) та Гранаді (Східна Андалусія), зазначає, що упередження щодо носіїв андалузького діалекту зумовлені поєднанням історичних і соціально-економічних дисбалансів, регіональних стереотипів та недостатнього розуміння складності цього діалекту. Ці стереотипи підсилюються медійними уявленнями та соціальними упередженнями, що призводить до спрощеної та часто несправедливої характеристики регіону [Henriksen 2024, с.4]. У пізнішій публікації в «*Journal of Sociolinguistics*» Генріксен разом із Лукасом Рубіном аналізує, як носії андалузького діалекту «блукають» між трьома системами вимови (диференціація, *ceceo*, *seseo*) у контексті ЗМІ. Їхнє дослідження, засноване на 66 відео з *YouTube* за участю відомого андалузького спортсмена Хоакіна Санчеса Родрігеса, показує, що «лінгвістичні «сценарії», які надають перевагу диференціації, створюють умови для ідентичного функціонування через характерні риси, такі як *ceceo* та *seseo* [Henriksen; Rubin 2024, 36]. Автори підкреслюють, що ці сценарії парадоксальним чином підсилюють семантичний потенціал характерних варіантів, сприяючи динамічній взаємодії між суб'єктом та структурою у публічному дискурсі [Henriksen 2024, с.7].

Важливим аспектом застосування діалектної лексики в ЗМІ є феномен лінгвістичного профайлінгу (*linguistic profiling*) – форма дискримінації, що ґрунтується на мовних особливостях мовця. Н.Хенріксен та його колеги стверджують, що зв'язок між мовною формою та соціальною характеристикою може призвести до створення лінгвістичних профайлів, що є упередженою формою дискримінації [Henriksen 2024, с. 121]. Це особливо актуально для андалузького діалекту, який і досі сприймається як менш престижна регіональна різновидність порівняно з північно-центральною іспанською мовою півострова [Henriksen 2024, с.196].

Дослідники також звертають особливу увагу на соціальні мережі як нове середовище використання діалектного лексикону. Науковець Метью Поллок у дослідженні, присвяченому вживанню другої особи множини політиками Андалусії у *Twitter* (X), виявив, що вживання форми *ustedes* є рідкісним і зустрічається лише в конкретних контекстах [Pollock 2024, с. 44]. Він доводить, що невихованність у соціальних мережах зростає, а вживання «*ustedes*» корелює з нешанобливим ставленням до політичних опонентів, що вказує на те, що політики використовують цю форму як засіб для створення соціальної дистанції між собою та своїми суперниками [Pollock 2024, с. 44]. Це дослідження демонструє, що вибір між діалектною та стандартною формою в медійному дискурсі є не просто лінгвістичним рішенням, а й скоріше актом ідентифікації з певною спільнотою або, навпаки, дистанціювання від неї.

Варто зазначити, що соціальні мережі не лише пасивно фіксують діалектний лексикон, а й стають платформою для своєрідної «мовленнєвої боротьби» між прихильниками стандартної мови та захисниками діалекту. У коментарях до відео андалузських блогерів часто виникають дискусії щодо того, чи є вживання діалектних слів «правильним» чи «доречним» [Henriksen 2025]. Деякі глядачі звинувачують блогерів у «неграмотності» або «несерйозному ставленні» до мови, тоді як інші, навпаки, відстоюють право говорити так, як вони звикли вдома. Ці дискусії, як зазначають дослідники, мають важливе соціолінгвістичне значення, оскільки порушують у публічному просторі питання, пов'язані з мовною ієрархією, владою та ідентичністю [Méndez 2008, с.103]. Крім того, соціальні мережі сприяють появі нових діалектних неологізмів або переосмисленню старих слів у жартівливому контексті, що перетворює діалект на живий і динамічний феномен [Doreleijers 2023, с. 240]. Таким чином, цифрове середовище не лише зберігає діалектний лексикон, а й активно оновлює його та адаптує до потреб сучасної комунікації.

Неможливо не відзначити той факт, що діалектний лексикон відіграє особливу роль у регіональних друкованих ЗМІ. У дисертаційному дослідженні Александри Латонь, присвяченому аналізу андалузських лексичних одиниць у

двох іспанських газетах («*El Diario de Sevilla*» та «*El País*»), було встановлено, що місцева преса вдається до використання діалектних слів набагато частіше, ніж видання національного масштабу. Авторка проаналізувала 180 прикладів андалузького лексикону в журналістських текстах і дійшла висновку, що такі лексеми виконують важливу функцію позиціонування автора: вони можуть виражати солідарність із місцевою аудиторією, створювати ефект «приналежності» або, навпаки, слугувати засобом іронії чи критики [Latoń 2022, с.15]. Серед лексичних одиниць, що найчастіше з'являються в регіональній пресі, дослідниця згадує слова *pescáito* (зменшувальна форма від *pescado*), *albero* (тип ґрунту, характерний для Андалусії), *cacharro* (розм. «річ», «предмет»), *maceta* (рослина в горщику, а також зневажливо для позначення людини) та *pavo* (розм. «хлопець», «юнак») [Latoń 2022]. Ці приклади демонструють, що андалузький лексикон у засобах масової інформації не обмежується суто повсякденною сферою, а активно входить у журналістський дискурс, набуваючи стилістичного відтінку.

Сучасні дослідження щодо функціонування андалузького діалекту в цифровому середовищі також підтверджують активне використання особливого словникового запасу. Аналіз 50 публікацій на платформі *X.com*, проведений Талою Салех та Абдель Рахманом Мітібом Аль-Тахіне, показав, що андалузькі користувачі свідомо використовують лексеми, такі як *quillo* (скорочення від *chiquillo* – пестливе звертання, що означає «хлопчику», «друзе»), а також слова зі спрощеною фонетичною структурою [Saleh 2025, с.6]. Ці лексичні одиниці виконують не лише комунікативну, а й ідентифікаційну функцію: вони підкреслюють приналежність до андалузької спільноти та підкреслюють регіональну ідентичність [Saleh 2025, с. 4]. У дослідженні Алехандро Гомеса-Камачо, присвяченому спілкуванню андалузьких підлітків у *WhatsApp*, було виявлено, що молоді люди активно використовують у своїх повідомленнях сленгові еквіваленти діалектних слів, зокрема *ke dise* (замість *qué dice*), *illo* (замість *chiquillo*), *pa* (замість *para*), а також форми з опущенням міжголосної d (наприклад, *pescao* замість *pescado*) [Gómez-Camacho 2023, с. 94]. Автори

підкреслюють, що ці варіанти написання не є ознакою неписьменності, а, навпаки, демонструють здатність мовців адаптувати діалектний лексикон до потреб цифрового спілкування, створюючи своєрідну «цифрову норму» андалузької мови [Gómez-Camacho 2023, с. 94].

Отже, медійний дискурс є тим середовищем, яке суттєво впливає на функціонування лексики андалузького діалекту. З одного боку, традиційні засоби масової інформації національного рівня, орієнтовані на стандартну кастильську мову, тривалий час сприяли стигматизації діалектних елементів та формуванню мовних стереотипів. З іншого ж, регіональна преса, соціальні мережі та месенджери (*WhatsApp*, *X*) створюють простір для відродження діалектного лексикону, де такі одиниці, як *illo*, *quillo*, *pescaíto* або *ke dise*, виконують ідентифікаційну функцію і стають маркерами місцевої приналежності. Таким чином, спостерігається поступовий перехід від стигматизації діалекту в засобах масової інформації до його використання як ресурсу для творчості, самоідентифікації та формування довіри з аудиторією.

1.4. Методологія та джерельна база дослідження лексичної варіативності в іспаномовних медіатекстах

Вибір методологічних інструментів для дослідження лексичної варіативності в медійних текстах визначається як характером самого об'єкта дослідження (лексикою діалекту), так і конкретними особливостями середовища, в якому він розвивається (медійним дискурсом). Оскільки андалузька діалектна лексика в засобах масової інформації є багатогранним явищем, що поєднує власне мовні, соціальні та стилістичні характеристики, доцільно застосовувати комплекс методів, що доповнюють один одного [Dörnyei 2010, с.182]. У дослідженні використовуються такі методи: методологія суцільної вибірки для збору матеріалу, контент-аналіз для систематизації виявлених одиниць, лінгвостилістичний аналіз для визначення їхніх функцій у медійних текстах та кількісні методи для узагальнення результатів.

Перший етап дослідження полягає у створенні корпусу текстів. Джерелами матеріалу є регіональні друковані та цифрові видання Андалусії (зокрема «*El Diario de Sevilla*» та «*Canal Sur*»), а також публікації користувачів у соціальних мережах (*Twitter/X*, *YouTube* та *Instagram*) за період 2020–2025 років. Цей часовий проміжок було обрано у зв'язку з тим, що саме останні п'ять років стали періодом активного розвитку цифрової комунікації та зростаючого інтересу до регіональної ідентичності в засобах масової інформації [Di Cristofaro 2024, с.275]. Важливо підкреслити, що корпус текстів було сформовано спеціально відповідно до мети дослідження: тексти було відібрано за їхньою релевантністю до теми андалузської діалектної лексики та її представлення у засобах масової інформації [Corecon 2024, с. 3].

Наступний етап полягає в контент-аналізі виявлених діалектних одиниць. Контент-аналіз розглядається як метод систематичного опису одиниць тексту з подальшою їх кількісною та якісною інтерпретацією [Salvador 1964, с. 41]. У рамках цього дослідження аналіз змісту дозволяє класифікувати зібрані діалектизми за тематичними групами (наприклад, повсякденний лексикон, власні назви, жаргон, лексеми, що позначають емоції тощо); визначити частоту вживання діалектизмів у різних типах медійних текстів (друковані ЗМІ, онлайн-публікації, соціальні мережі); простежити динаміку вживання конкретних лем у хронологічному вимірі (2020–2025 рр.). Класифікація діалектних одиниць за тематичними групами здійснюється на основі типології, адаптованої до цілей дослідження, яка враховує як традиційні лексико-семантичні групи, так і особливості медійного дискурсу [Гримашевич 2023, с. 15].

Лінгвостилістичний аналіз є ключовим методом для визначення функцій діалектного лексикону в медійних текстах. Він полягає у дослідженні мовних засобів у контексті їхньої стилістичної доречності, виразності та впливу на адресата [Arnold 2019, с. 415]. У межах дослідження лінгвостилістичний аналіз дозволяє дати відповідь на питання, чому автор медійного тексту обирає діалектний варіант замість його літературно-нормативного еквівалента. Серед

основних функцій діалектизмів у медійних текстах дослідники виділяють: створення місцевого колориту та автентичності; характеристику особи чи автора (його походження, соціальний статус, рівень освіти); вираження іронії, гумору чи сарказму; встановлення контакту [Gómez 2023, с. 94]. Лінгвостилістичний аналіз здійснюється щодо кожної діалектної одиниці, виявленої в її контексті, що дозволяє врахувати всі нюанси вживання.

Кількісні методи застосовуються на завершальному етапі дослідження для узагальнення результатів та перевірки припущень. Зокрема, обчислюється абсолютна частота вживання кожної діалектної одиниці в корпусі, визначається частка різних тематичних груп та порівнюється частота вживання діалектизмів у різних видах ЗМІ (друкована преса проти соціальних мереж, регіональні видання проти національних) [Pollock 2024, с. 62]. Для візуалізації кількісних даних використовуються таблиці та діаграми, що дозволяє наочно продемонструвати виявлені тенденції. Важливо підкреслити, що кількісні методи слугують основою для подальших якісних висновків щодо ролі діалектної лексики в сучасному медійному дискурсі Іспанії. Крім того, застосування кількісних методів дозволяє гарантувати репрезентативність отриманих результатів та уникнути суб'єктивних узагальнень, заснованих виключно на окремих прикладах [Biber 1993, с. 250].

Для забезпечення репрезентативності результатів було сформовано корпус текстів загальним обсягом приблизно 300–350 тисяч слововживань. До нього увійшли публікацій з регіональних і загальнонаціональних видань, дописи із соціальних мереж і скрипти відеофрагментів, зокрема:

- 50 публікацій з «*Diario de Sevilla*» та 50 публікацій з «*Diario Sur*» – загалом 100 публікацій з регіональних видань, відібраних методом суцільної вибірки;
- 50 публікацій із загальнонаціональних видань («*El País*», «*El Mundo*») – для порівняльного аналізу;
- 100 дописів із соціальних мереж (*X*, *Instagram*, *TikTok*) – відібраних за принципом наявності діалектної лексики;

- 50 відеофрагментів з «*Canal Sur*» (новини, ток-шоу, інтерв'ю) загальною тривалістю приблизно 10 годин мовлення.

Такий обсяг вибірки дозволяє зробити статистично обґрунтовані висновки про частотність андалузької лексики в різних типах медіа.

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період з 2020 по 2025 рік. Такий п'ятирічний проміжок дає змогу, по-перше, отримати зріз сучасного стану діалекту, а по-друге, мінімізувати вплив випадкових факторів на кількісні підрахунки.

Відбір матеріалу здійснювався методом суцільної вибірки за період 2020–2025 років. У процесі аналізу фіксувалася кожна лексема, що має діалектне маркування (згідно зі словниками андалузького діалекту та попередніми дослідженнями). Отримані дані було систематизовано за тематичними групами (побутова лексика, культурно-маркована, сільськогосподарська/природнича, емоційно-експресивна) та за типами медіа.

Таким чином, застосування комплексу методів, а саме: суцільної вибірки, контент-аналізу, лінгвостилістичного аналізу та кількісних підрахунків, дозволяє системно дослідити лексичну варіативність андалузького діалекту в медіадискурсі Іспанії. Кожен із методів доповнює дослідження та робить його цілісним: суцільна вибірка забезпечує всебічне охоплення матеріалу, контент-аналіз – системність його опису, лінгвостилістичний аналіз – глибину інтерпретації, а кількісні методи – обґрунтованість та репрезентативність висновків.

Успішне виконання завдань, поставлених у практичній частині цієї роботи, безпосередньо залежить від ретельно підготовленої та сформованої джерельної бази. Для аналізу лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі було відібрано публікації, що відображають різні рівні іспанської преси: національну та регіональну, а також аудіовізуальний сегмент і соціальні мережі. Такий підхід дозволяє здійснити вичерпний порівняльний аналіз та визначити, як контекст і тип видання впливають на частотність та функціонування діалектної лексики.

Для дослідження «стандартної» або ж «нейтральної» медійної норми було обрано два провідні національні видання Іспанії: «*El País*» та «*El Mundo*». Вибір цих видань зумовлений їхнім впливом на формування мовної норми, значним тиражем та національним, а не регіональним охопленням. Видання «*El País*» було засноване у 1976 році і на сьогодні вважається флагманом іспанської журналістики, орієнтованим на лівоцентристську аудиторію. Це видання традиційно виступає своєрідним захисником літературної норми, і саме мова цього видання часто береться за зразок стандартної кастильської іспанської мови [El País 2026]. «*El Mundo*», заснована в 1989 році, є, своєю чергою, другою за важливістю газетою національного масштабу. Вона висвітлює погляди правоцентристського спектру і також відома своїми вимогами щодо стилю у публікаціях. На відміну від регіональних газет, у цих виданнях дотримання єдиного мовного стандарту є частиною редакційної політики, що робить їх ідеальними об'єктами для порівняння [El Mundo 2026].

Якщо національна преса відображає державну мовну політику, то регіональні видання є простором, де діалектний лексикон може використовуватися більш природно й довільно. Для дослідження було обрано два ключові регіональні видання: «*Diario de Sevilla*» та «*Diario Sur (Málaga)*». Цей вибір зумовлений необхідністю охопити різні провінції Андалусії (а саме західну та східну) з їхніми характерними мовними особливостями.

«*Diario Sur*» (засноване як «*El Sur*» у 1937 році) є провідним виданням провінції Малага та однією з найпрестижніших регіональних газет Андалусії [Diario Sur 2026]. Його значення для дослідження діалектного лексикону є надзвичайно важливим, адже газета має багаторічну історію та значний архів, що дає змогу простежити еволюцію мови в регіоні. У межах цього дослідження було проаналізовано понад 50 публікацій «*Diario Sur*», зокрема ті, що містять лексему *coraje* («мужність», «сміливість»), яка в андалузькому контексті набуває додаткових емоційно-експресивних конотацій, а також статті з рубрик «*Culturas*» та «*Sociedad*». Натомість видання «*El Diario de Sevilla*» уособлює західну частину Андалусії, яка є найбільш густонаселеною. Севілья як столиця

регіону та історичний центр торговельних відносин з Америкою є важливим осередком андалузької культури та мови. Вибір цих двох регіональних газет дає змогу порівняти лексику, що використовується в різних географічних районах, та виявити унікальні лексеми, характерні для кожного з них [El Diario de Sevilla 2026].

Окремим і надзвичайно важливим сегментом у корпусі джерел є «*Canal Sur*» – регіональний телеканал Андалусії. На відміну від друкованої преси, яка проходить процес редагування, телебачення та радіо передають мовлення наживо та здебільшого без спеціальної підготовки (особливо в інтерв'ю та дискусійних програмах). «*Canal Sur*» було засновано у 1988 році, і його поява стала переломним моментом у легітимізації діалекту в публічному просторі [Garrido Domínguez 2018, с. 47]. Для аналізу лексики було використано як новини, де лексика наближається до норми, так і розважальні програми та інтерв'ю, де ведучі та гості часто вдаються до розмовної та емоційно виразної діалектної лексики, що складає основну цінність даного дослідження.

Варто також зазначити, що останнім часом соціальні мережі стали одним із найдинамічніших середовищ для використання лексики андалузького діалекту. Як справедливо зазначають дослідники, молоді автори контенту з Андалусії свідомо насичують свої публікації діалектними вставками, демонструючи гордість за своє походження та долаючи упередження, з якими стикалися попередні покоління [Doncel 2026, с.242]. Це явище набуло масового характеру, особливо на платформах *Instagram*, *TikTok* та *X* (колишній *Twitter*).

Для цього дослідження було використано кілька типів джерел із соціальних мереж, а саме *Instagram*, *Tik Tok* та *X (Twitter)*. Було проаналізовано як окремі публікації, так і цілі акаунти, присвячені андалузькій мові та культурі. Серед них: *@vanderpenaoficial*: акаунт Хесуса Кабальєро, блогера з Кадіса, який регулярно публікує сторіс, у яких пояснює андалузькі слова та вирази [Instagram 2026]. Його контент є цінним джерелом живого розмовного лексикону; *@liveandspeakspanish*: акаунт, присвячений вивченню іспанської мови, який іноді торкається регіональних варіантів, зокрема андалузького

[Instagram 2026]; @el_illoilloillo – промовиста назва аккаунта (від «illo», скорочення від «chiquillo»), яка демонструє, наскільки цей діалектний варіант проник у повсякденне спілкування і навіть у імена користувачів у соціальних мережах [Instagram 2026]; відеоролики з поясненнями діалектних слів – зокрема, відео, що демонструють різницю між стандартною кастильською та андалузькою вимовою (наприклад, «illo» замість «chiquillo»), а також конкретні приклади, такі як ролик *KFC Spain*, де мережа фаст-фуду використовує слово «chiquillo» у рекламі дитячого меню – яскравий приклад того, як діалектний лексикон проникає навіть у корпоративне спілкування [Instagram 2026].

Соцмережа *TikTok* є важливою у цьому дослідженні, оскільки саме тут формуються сучасні нові тренди у мовній нормі молодого покоління. Серед проаналізованих відео: @spanishwithantonio – акаунт, присвячений вивченню іспанської, де автор у відео від 2022 року пояснює андалузькі слова та вирази [TikTok 2026]; @inglesandaluz (*GuiriLuz*) – британець, який створює гумористичні відео про андалузький акцент і вирази, називаючи себе «народженим англійцем, але з андалузькою душею» [TikTok 2026].

Платформа *X* своєю чергою надає унікальну можливість простежити вживання діалектної лексики в коротких, часто емоційно забарвлених повідомленнях. Матеріалом для аналізу слугували публікації (твіти), відібрані за принципом наявності типових андалузьких лексем: *pescái* (зменшувальна форма від *pescado*), *quillo* (звертання, скорочення від *chiquillo*), *illo* (скорочена форма того ж звертання), *miarma* (пестливе звертання, скорочення від *mi alma*), *nají* (розм. «нічого», подібно до *nada*), *andalucista* (вживання в політичному дискурсі), *pisha* (звертання, розм. «хлопець», «друже»), *cáli* (розм. «спокійно», «класно», від *calidad*), *mengue* (розм. «друже», «хлопець»), *chacho* (звертання, скорочення від *muchacho*), *mihijo* (пестливе звертання «синку»), *cortijo* (ферма, садиба), *maceta* (рослина в горщику або зневажл. про людину).

Отже, джерельна база дослідження охоплює широкий спектр медійних платформ – від традиційних друкованих видань загальнонаціонального («*El País*», «*El Mundo*») та регіонального рівнів («*Diario de Sevilla*», «*Diario Sur*») до

аудіовізуального сегмента («*Canal Sur*») та соціальних мереж (*X*, *Instagram*, *TikTok*). Такий підхід забезпечує репрезентативність емпіричного матеріалу та дозволяє здійснити порівняльний аналіз функціонування андалузької діалектної лексики в різних типах медійного дискурсу. Виявлені в ході аналізу лексеми (*pescaíto*, *quillo*, *miarma*, *illo*, *nají*, *coraje*, *andalucista*, *cáli*, *mengue*, *chacho*, *mihijo*, *cortijo*, *maceta* та ін.) потребують подальшої систематизації та класифікації, що й буде здійснено в ході дослідження.

Висновки до першого розділу

У цьому розділі було розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі. Окреслено ключові поняття варіативної лінгвістики, а саме: варіант, інваріант, лінгвістична змінна та норма, а також типологію варіативності (діатопія, діастратія, діафазія) за Еугенію Косеріу. Зазначено, що розуміння поліцентричної норми іспанської мови є необхідною передумовою для аналізу регіональних варіантів, зокрема андалузького.

Було досліджено історію формування андалузького діалекту, яка розпочалася в XIII столітті внаслідок Реконкісти та подальшого заселення долини річки Гвадальківір вихідцями з півночі півострова. Спростовуються міфи про арабське або мозарабське походження діалекту: доведено, що сучасне андалузьке мовлення походить від кастильської мови завойовників, яка зазнала швидких змін в умовах діалектного змішування. Виокремлено основні фонетичні (*seseo*, *ceceo*, аспірація), граматичні (заміна *vosotros* на *ustedes*) та лексичні (арабізми, архаїзми, циганізми) особливості діалекту. Також зазначено тісний зв'язок між андалузьким та латиноамериканським лексиконом, що пояснюється високим відсотком андалузьких емігрантів у період колонізації Нового Світу.

Також проаналізовано медійний дискурс як середовище функціонування діалектної лексики. Виявлено, що традиційні загальнонаціональні ЗМІ

тривалий час сприяли стигматизації андалузького діалекту, формуючи уявлення про нього як про «менш престижний» різновид іспанської мови (феномен лінгвістичного профайлінгу).

Водночас регіональна преса та соціальні мережі створюють простір для відродження діалектної лексики, де такі одиниці, як *illo*, *quillo*, *pescaito*, виконують ідентифікаційну функцію та стають маркерами локальної приналежності. Соціальні мережі сприяють формуванню «цифрової норми» андалузького мовлення.

На останок, було обґрунтовано методологію емпіричного дослідження, а саме: методику суцільної вибірки для збору матеріалу з регіональних видань та соціальних мереж (2020–2025 рр.), контент-аналіз для систематизації виявлених діалектизмів, лінгвостилістичний аналіз для визначення їхніх функцій у медіатекстах та кількісні методи для узагальнення результатів. Зазначено, що застосування комплексу цих методів дозволяє забезпечити репрезентативність висновків та уникнути суб'єктивних узагальнень.

Також було здійснено практичний аналіз лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі на основі сформованої джерельної бази. Було відібрано публікації, що відображають різні рівні іспанської преси (національні видання «*El País*» та «*El Mundo*», регіональні «*Diario de Sevilla*» та «*Diario Sur*»), аудіовізуальний сегмент («*Canal Sur*»), а також соціальні мережі (*X*, *Instagram*, *TikTok*).

Хронологічні рамки дослідження охопили період 2020–2025 років, а загальний обсяг сформованого корпусу текстів становив приблизно 300–350 тисяч слововживань, що забезпечило репрезентативність отриманих результатів.

Ці теоретичні засади будуть використані як основа для практичного аналізу лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі Іспанії.

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНДАЛУЗЬКОГО ДІАЛЕКТУ В ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИХ І РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА

2.1. Тематична класифікація андалузської лексики в медійних текстах

На основі матеріалів, зібраних шляхом суцільної вибірки (понад 300 публікацій та дописів у соціальних мережах), було виявлено широке розмаїття андалузського діалектного лексикону, що використовується в сучасному медійному дискурсі. Для його систематичного опису та подальшого аналізу доцільно класифікувати виявлені лексичні одиниці за тематичними групами. У рамках цього дослідження виокремлено чотири основні тематичні групи: побутова лексика, культурно-маркована лексика, сільськогосподарська та природнича лексика, а також емоційно-експресивна лексика та молодіжний сленг.

Найпершою групою є побутова лексика. Ця група охоплює слова, пов'язані з повсякденним життям, домашнім господарством, приготуванням їжі та міською інфраструктурою. Вона є однією з найбільш чисельних, оскільки саме в побутовій сфері діалектні риси зберігаються найдовше. У проаналізованих медіатекстах найчастіше траплялися такі лексеми:

Pescaíto (зменшувальна форма від *pescado*, «рибка») – це одна з найбільш уживаних та впізнаваних лексем андалузського діалекту в медійному дискурсі. У проаналізованих публікаціях вона функціонує не лише для позначення страви, а й як культурний маркер, що асоціюється з андалузською ідентичністю, традиціями та гастрономічною спадщиною. У регіональних виданнях *pescaíto* активно використовується в заголовках та текстах статей: наприклад, «*El Correo de Andalucía*» публікує добірку найкращих закладів Севільї, де можна скуштувати *pescaíto frito* під час Великого посту та Страсного тижня: «*El mejor pescaíto frito de Sevilla: cinco freidurías imprescindibles para disfrutar en Cuaresma y Semana Santa*» [Montero, *El Correo de Andalucía*, 20.04. 2026], а «*La Opinión de Málaga*» розповідає про рибний ресторан із 70-річною історією, який подає

найкращий *cartucho de pescaíto frito*, про що свідчать їхні публікації у соцмережі X: «*La marisquería de Málaga con 70 años de historia que sirve el mejor cartucho de pescaíto frito por pocos euros*» [García Bausán, La Opinión de Málaga, 27.03.2026]. Навіть посольство Іспанії у Великобританії використовує цю лексему в соціальних мережах, представляючи *pescaíto frito* як «класичну іспанську закуску» та виявляючи гордість за національну кухню: «*Pescaíto frito, calamari rings... classic Spanish tapas by the sea*» [X 2026].

Показово, що лексема *pescaíto* проникає й у загальнонаціональні медіа: «*El País*» присвячує окремий матеріал мистецтву приготування цієї страви, називаючи жителів Андалусії «найкращими фритюристами у світі»: «*Los andaluces son quienes mejor frien pescado en el mundo*» [Aguirre, El País, 15.08.2022], а «*El Mundo*» в публікації про рибний ринок у Торре-дель-Мар згадує *cartuchito de pescaíto frito* як невід'ємну частину меню: «*Está dentro del mercado municipal y oferta desde cartuchitos hasta mariscos y entrantes marineros*» [Tresb, El Mundo, 13.04.2026]. Телеканал «*Canal Sur*», своєю чергою, пояснює історію походження цієї страви, підкреслюючи її глибоке коріння в андалузській культурі: «*Te contamos el origen del pescaíto frito*» [Canal Sur 2020]. Особливо цікавим є використання *pescaíto* в контексті севільського ярмарку (*Feria de Abril*) – лексема стає символом свята, початку весняного сезону та спільної радості: «*...las mejores looks famosas del pescaíto de la Feria de Abril de 2026*» [Larrondo, Diario de Sevilla, 21.04.2026]. Важливо відзначити, що *pescaíto* функціонує в медіа не лише як кулінарний термін, а й як маркер локальної ідентичності, який не потребує перекладу чи пояснення для андалузської аудиторії, що свідчить про високий ступінь його легітимізації в регіональному медійному просторі.

Наступною показовою лексемою андалузського діалекту, яка активно функціонує в медійному дискурсі, особливо в регіональних ЗМІ, є *cortijo*. Слово позначає традиційну сільську садибу або ферму в Андалусії, яка часто має історичну та культурну цінність. У матеріалах «*Canal Sur*» ця лексема вживається в різноманітних контекстах, що свідчить про її укоріненість у

регіональному медійному просторі. Телеканал висвітлює історію перетворення стародавнього *cortijo* на дизайнерський готель, розповідає про можливість відпочинку в *cortijo*, якому понад 600 років: «*Misterio en un viejo cortijo de Los Palacio*» [Canal Sur 2026], а також звертається до тем екології, називаючи одну з міських садиб «*cortijo urbano de gran valor medioambiental*»: «*Un cortijo urbano de gran valor medioambiental*» [Canal Sur 2025]. Програма «*Tesis*» присвятила окремий випуск археологічним розкопкам у *Cortijo Acebedo* в Міхасі: «*Cortijo Acebedo: un yacimiento para el debate arqueológico*» [Canal Sur 2025], а в інших сюжетах розкриваються таємниці старовинних будівель у Коїні та Лос-Паласіосах: «*Los misterios de un cortijo en Coín (Málaga)*» [Canal Sur 2026].

Загальнонаціональна преса також фіксує використання цієї лексеми: «*El País*» повідомляє про трагічний випадок – стрілянину в *cortijo* в Альмерії, в результаті якої загинула жінка: «*Muere una mujer y un hombre resulta herido de gravedad en un tiroteo en un cortijo de Almería*» [Sánchez, El País, 24.03.2026]. Показовим є використання даної лексеми в матеріалах про світські події: видання «*Jaleos El Español*» інформує в соцмережі X про те, що саме в старовинному *cortijo* XVI століття відбулося весілля представника аристократичної родини Мартінес де Ірухо: «*El cortijo donde Cayetano Martínez de Irujo celebró su boda*» [X 2026]. Також на платформі TikTok автор @joseluisdevive показує нам стародавню ферму, яка здобула чималу популярність серед користувачів та поціновувачів краси та історії [TikTok 2023]. Таким чином, лексема *cortijo* демонструє здатність андалузької діалектної лексики адаптуватися до різних медійних форматів: від розважальних програм до кримінальних новин, що підтверджує її активне функціонування та високу частотність у сучасному медійному дискурсі.

Maceta – це ще одна багатозначна лексема андалузького діалекту, яка в медійному дискурсі функціонує як у прямому значенні («рослина в горщику», «вазон»), так і в переносному, зневажливому («нерозумна, незграбна або некомпетентна людина»). Таке поєднання нейтрального та негативно-оцінного значень робить цю лексему особливо цікавою для аналізу.

У прямому значенні *maceta* активно вживається в матеріалах, присвячених садівництву, міському озелененню та побуту. Регіональне видання «*Diario de Sevilla*» у статті про наслідки шторму «*Joseph*» надає типову пораду для мешканців: «*Retira macetas, toldos, mobiliario ligero o cualquier objeto susceptible de caer a la calle por el viento*» [Cruz, Diario de Sevilla, 27.01.2026]. Цей приклад демонструє, як побутова андалузька лексема природно входить до інструкцій цивільного захисту, не потребуючи перекладу чи додаткових пояснень. «*Canal Sur*» присвячує окремі матеріали традиції прикрашання внутрішніх двориків у Кордобі, де такі горщики є невід’ємним елементом – у статті «*El trabajo silencioso en los patios de Córdoba*» йдеться про те, як мешканці готують сотні квіткових горщиків до щорічного конкурсу [Canal Sur 2026]. У соціальних мережах лексема також з’являється в побутових контекстах: акаунт *El Club del Arte* публікує відео з ідеєю перетворення пластикової пляшки на «*maceta colgante*» (підвісне кашпо), що свідчить про активне використання слова в практичних порадах: «*Una botella de plástico se convierte en una maceta colgante sencilla y práctica*» [TikTok 2026].

Однак особливу увагу привертає вживання *maceta* в переносному, зневажливому значенні, яке фіксується навіть у загальнонаціональних медіа. У статті «*El País*», присвяченій інформаційній війні між Іраном та адміністрацією Дональда Трампа, цитується пост іранського посольства у ПАР: «*Shh... the key’s under the flowerpot*» [Bronte, El País, 19.04.2026]. Оригінальний термін «*la maceta*» тут перекладається англійською як *flowerpot*, однак важливий сам контекст: іранські дипломати використовують цю лексему в іронічно-зневажливій риториці щодо адміністрації США, що демонструє імплементацію цієї лексеми за межі суто побутової сфери. У самому медійному тексті «*El País*» слово *maceta* фігурує в нейтральному значенні, але ситуативний контекст зневаги до опонента (ключ «під горщиком для квітів») надає слову додаткові конотації. Таким чином, *maceta* стає прикладом того, як андалузька діалектна лексика може адаптуватися до виконання стилістичних завдань у різних медійних жанрах.

Наступною групою є культурно-маркована лексика. Ця група охоплює слова, що відображають унікальні культурні реалії Андалусії: свята, традиції, музику та топоніми. Ці лексеми часто виконують ідентифікаційну функцію, підкреслюючи приналежність авторів до андалузької спільноти. У проаналізованих медіатекстах найчастіше траплялися такі лексеми, як: *andalucista, coraje, romería*.

Andalucista (прихильник андалузької ідентичності, культури або політичної автономії) – це лексема, яка активно функціонує в політичному та публіцистичному дискурсі, виступаючи маркером регіональної ідентичності. Вона може позначати як політичний рух (андалусизм), так і світоглядну позицію окремої людини. У проаналізованих медіатекстах *andalucista* вживається в різноманітних контекстах. Наприклад, видання «*ABC de Sevilla*» у некролозі, присвяченому журналісту Антоніо Бургосу, називає його «піонером андалусизму»: «*Antonio Burgos, un pionero del #andalucismo desde la fidelidad a la Monarquía*» [Contreras, ABC de Sevilla, 20.12.2023]. У політичному дискурсі лексема активно використовується партіями для самоідентифікації: «*Diario de Sevilla*» цитує представницю PSOE-A, яка визначає політичний проєкт соціалістів як «феміністичний та андалузький проєкт», протиставляючи його політиці консервативних сил, які нібито «приватизують охорону здоров'я, освіту та університети»: «*El PSOE-A a Juanma Moreno: «Menos lobos, que torres más altas han caído»*» [Redacción Andalucía, Diario de Sevilla, 24.03.2026].

Соціальні мережі також стають майданчиком для формування стихійної андалузької спільноти: користувач X (Twitter) @FUMATR0N закликає створити «велику та сильну андалузьку спільноту» в цій мережі, наголошуючи на різноманітності цього руху та його меті – «захищати Андалусію»: «*Hay que crear una comunidad andalucista grande y fuerte en esta red*» [X 2026]. На платформі TikTok акаунт @_andalucia100x100 використовує хештег #andalucista у відео, присвячених культурі регіону, що свідчить про поширення терміна в молодіжному середовищі [TikTok 2024]. Загальнонаціональне видання «*El País*» вживає лексему в заголовку статті про передвиборчу кампанію в Андалусії,

підкреслюючи регіональний контекст політичних подій [Limón, El País, 19.04.2026]. Таким чином, *andalucista* є прикладом лексеми, яка об'єднує культурну та політичну сфери, демонструючи, як діалектна лексика може виконувати важливу ідеологічну функцію в медійному дискурсі.

Coraje (мужність, відвага; сміливість; іноді також гнів, роздратування) – це багатозначна лексема, яка в андалузькому медійному дискурсі набуває додаткових емоційно-експресивних конотацій і функціонує як у прямому, так і в переносному значенні. Вона активно використовується в різних жанрах – від спортивних репортажів до політичних коментарів та культурних оглядів.

У спортивному дискурсі *coraje* часто вживається для опису характеру команди або спортсмена, їхньої здатності боротися до кінця. Наприклад, видання «*Diario Sur*» у матеріалі про матч «Малага» – «Кадіс» зазначає, що місцева команда грала «з мужністю та серцем, але з дуже малою кількістю ідей»: «*El Málaga, coraje y corazón... pero muy pocas ideas*» [Alonso, Diario Sur, 21.09.2025]. Цей приклад демонструє, як лексема *coraje* стає ключовою для опису морально-вольових якостей команди в критичній ситуації. Загальнонаціональне видання «*El País*» у звіті про матч Ліги конференцій повідомляє, що «Відвага Вальєкаса допомогла «Райо Вальєкано» вийти в півфінал єврокубка»: «*El Rayo muestra su coraje en Atenas y alcanza unas históricas semifinales europeas*» [Benítez, El País, 16.04.2026]. Тут *coraje* вживається як символ незламності духу, що є важливою складовою футбольної ідентичності цього клубу.

У культурному та соціальному дискурсі *coraje* використовується для оцінки вчинків окремих особистостей або цілих спільнот. «*Diario Sur*» у статті про кінофестиваль вживає словосполучення «*coraje civil*» (громадянська мужність), описуючи головну героїню фільму про німецький рух опору: «*Coraje civil, dignidad y miedo*» [Scheele, Diario Sur, 28.11.2025]. Іспанський король Феліпе VI в іншій публікації того ж видання «відзначив мужність та наполегливість журналістів у війнах», підкреслюючи ризики, з якими стикаються працівники ЗМІ в зонах конфліктів: «*El Rey destaca el coraje y la*

perseverancia de los periodistas en las guerras» [Europa Press, Diario Sur, 06.11.2025]. У соціальних мережах акаунт *Enséñame de Ciencia* пише про вид скелелазіння, який «поєднує силу, рівновагу та розумову сміливість»: «*Este tipo de escalada conocida como "highball" combina fuerza, equilibrio y coraje mental*» [X 2026]. Це підкреслює багатогранність лексеми, яка може описувати як фізичну відвагу, так і психологічну стійкість. Таким чином, *coraje* демонструє високу частотність та адаптивність у різних типах медійного дискурсу – від гастрономічних оглядів до політичних промов, виступаючи маркером позитивної оцінки людських якостей та вчинків.

Romería (паломництво, релігійна хода до святині) – це ключова лексема для опису релігійно-культурних традицій Андалусії, яка активно вживається в медійному дискурсі, особливо в регіональних ЗМІ під час проведення свят. Вона позначає народне паломництво до місцевої святині, яке часто супроводжується музикою, танцями, співами та святковим настроєм. Регіональний телеканал «*Canal Sur*» висвітлює підготовку до *romería* Вірхен-де-ла-Кабеса в Андухарі, називаючи її «великим днем» та повідомляючи, що телеканал розгортає спеціальну програму для трансляції події: «*Andújar cuenta las horas para su romería de la Virgen de la Cabeza*» [Canal Sur 2026]. Політики також використовують цю лексему для демонстрації близькості до народу: Антоніо Санс Кабельо, представник *PP de Andalucía*, публікує в *X (Twitter)* допис про участь у *romería* Сан-Ісідро в Роті, наголошуючи, що традиції «залишаються живішими, ніж будь-коли»: «*Hoy en #Rota, acompañando a los vecinos en la romería de San Isidro*» [X 2026]. Видання «*Diario de Sevilla*» інформує про участь музичного гурту *Las Cigarreras* у святкуваннях, пов'язаних із *Rocío* – одним із найвідоміших паломництв в Андалусії, яке щороку збирає понад мільйон людей: «*Las Cigarreras acompañará al Simpecado del Rocío de Sevilla Sur*» [Lamprea, Diario de Sevilla, 21.02 2026].

Водночас лексема *romería* може використовуватися у кримінальних хроніках, де її сакральне значення контрастує з негативним контекстом подій.

«*El País*» повідомляє про інцидент, що стався під час такого заходу в Севільї: чоловік, озброєний ножом, загрожував іншим учасникам паломництва, поранив трьох поліцейських під час арешту та був затриманий: «*El agresor amenazó a otras personas en una romería con un cuchillo de 36 centímetros*» [El País, 20.10. 2025]. Цей приклад демонструє, як навіть у контексті релігійного свята можуть відбуватися трагічні події, що не зменшує, однак, культурного значення самої події. Можна підсумувати, що *romería* є прикладом лексеми, що поєднує релігійні, культурні та соціальні аспекти андалузького життя, знову ж таки демонструючи здатність андалузької лексики адаптуватися до різних медійних форматів.

Андалусія має давні сільськогосподарські традиції, що можна помітити у багатому лексиконі, пов'язаному із сільським господарством, тваринництвом та природними явищами. Тому окремою групою можна виділити сільськогосподарську та природничу лексику, яка частіше зустрічається у регіональних друкованих ЗМІ, ніж у соціальних мережах. Серед проаналізованих найчастіші лексеми: *albero*, *papas*, *chícharo*.

Albero – це багатозначна лексема андалузького діалекту, яка в медійному дискурсі функціонує у двох основних значеннях: 1) тип ґрунту (суміш вапняку та глини жовтуватого кольору), характерний для Андалусії, який використовується для покриття доріжок, арен для кориди, кінних манежів та території ярмарків; 2) власне сама територія Севільського ярмарку (*Feria de Abril*), яку традиційно вкривають цим ґрунтом. Тобто, у переносному значенні лексема стає синонімом самого свята. У прямому значенні *albero* фігурує в новинах про міське господарство та інфраструктуру. Можна помітити приклади використання, де видання «*Diario Sur*» повідомляє про ремонтні роботи на набережній Марбельї, де комунальні служби відновлюють покриття з *albero*, пошкоджене після дощів: «*El Ayuntamiento de Marbella ejecuta trabajos de conservación de la zona de albero del Paseo Marítimo*» [García, Diario Sur, 15.04. 2026].

Проте найбільш цікавим та колоритним є вживання лексеми в контексті Севільського ярмарку (*Feria de Abril*). Вона стає символом свята, традицій та андалузької ідентичності. У матеріалах «*Diario de Sevilla*» альберо згадується як невід’ємна частина ярмаркового побуту: «*Miami y Sevilla se unen sobre el albero del real antes que las conexiones aéreas*» [Rocha, *Diario de Sevilla*, 24.04.2026]; «*Su hija, Isabela Pérez Carrión, de 12 años, ha vivido uno de esos momentos que marcan: su primera participación en el concurso de enganches de la Real Maestranza*» – всі ці події відбуваються на альберо [Valdivieso, *Diario de Sevilla*, 24.04.2026]. Це використання демонструє, як конкретна фізична реалія перетворюється на метонімію (альберо як місце проведення ярмарку) та культурний символ, що викликає в андалузців почуття ностальгії, об’єднаності та гордості за свої традиції. Таким чином, *albero* постає як яскравий приклад лексичної одиниці, що поєднує буквальне значення (матеріал) і переносне (культурний простір), активно використовується в різних медійних жанрах та виконує важливу ідентифікаційну функцію в андалузькому медійному дискурсі.

Papas (картопля) – це лексема, яка в андалузькому діалекті використовується замість кастильського *patatas*. Вона активно функціонує в кулінарному дискурсі регіональних медіа, особливо в контексті традиційних андалузьких страв. Програма «*Andalucía Directo*» (*Canal Sur*) у своєму акаунті в X повідомляє про свято в Аркос-де-ла-Фронтера: «*Arcos de la Frontera celebra la primera fiesta de papas fritas con huevo rebujao más grandes del mundo*» [Canal Sur 2025]. В іншому дописі та сама програма розповідає про севільські бари влітку: «*En Sevilla, en pleno agosto, los aliños son los reyes de la barra: papas, zanahorias o salpicón de marisco refrescan frente al calor y abren apetito*» [Canal Sur 2025]. Видання «*Diario Sur*» у статті про ресторан *Enea* в Марбельї описує страву, яка є гібридом між андалузькими *papas aliñás* та іншими популярними закусками: «*A medio camino entre la popular ensaladilla y las papás aliñás que se toma en Sevilla*» [Soto, *Diario Sur*, 15.09.2025]. Програма «*Canal Sur*» також присвячує випуск традиційній страві з картоплі: «*Unas tradicionales papas guisás con carne*» [Canal Sur 2023]. У соціальних мережах також помітне використання

лексеми, наприклад, блогерка *@sofiatecocina* публікує відео з рецептом андалузьких *rapas*, що свідчить про поширення цієї лексеми в цифровому середовищі [TikTok 2025]. Тобто, *rapas* демонструє, як діалектна лексика проникає в кулінарний дискурс різних типів медіа.

Chícharo – це ще одна лексема, яка в андалузькому діалекті позначає горох (замість кастильського *guisante*), хоча історично цей термін міг застосовуватися щодо різних бобових культур. Як зазначає видання «*Diario de Sevilla*»: «*En algunos lugares de Andalucía llaman chícharos a los guisantes*» [Acal, Diario de Sevilla, 1.03.2025]. У програмі «*Canal Sur*» «*La Mañana de Andalucía*» один з учасників-іноземців називає *chícharo* серед своїх улюблених іспанських слів: «*...chícharo, garrapiñada para Ken*» [Canal Sur 2024]. В іншій програмі «*Canal Sur*» шеф-кухар Bosco Benítez готує страву: «*con sabor a Aznalcázar: chícharos con tagarninas y conejo*», де *chícharos* використовується як ключовий інгредієнт традиційної андалузької кухні [Canal Sur 2024].

Загальнонаціональне видання «*El País*» у статті про ресторан *Raíces* в Істані, в Малазі згадує страву: «*el guiso de chícharos con perdiz. Lo hacía mi abuela y yo le he metido algunas cosas diferentes*», що демонструє використання лексеми в кулінарному контексті навіть за межами Андалусії [Sánchez, El País, 18.03.2026]. У соціальних мережах акаунт *Espacio Libre Puebla* публікує ціни на продукти, де фігурують: «*Chícharo \$35 kg*» [X 2026], що свідчить про поширення цієї лексеми також у латиноамериканських варіантах іспанської мови (де *chícharo* може позначати горох або боби). Таким чином, *chícharo* є прикладом лексеми, яка, маючи чітке регіональне маркування в Андалусії, водночас функціонує і в інших іспаномовних регіонах, що підтверджує її зв'язок з історичними міграціями та колонізацією.

Останньою групою є емоційно-експресивна лексика та молодіжний сленг. Цю групу можна охарактеризувати як найбільш чисельну та динамічну, оскільки з появою та подальшим розвитком соціальних мереж можна простежити їхню еволюцію, частотність вживання та появу нових лексем. Сюди входять звертання, вигуки, зменшувально-пестливі форми та сленг. Саме ці

лексичні одиниці найчастіше стають маркерами андалузької ідентичності у молодіжному середовищі. Серед найбільш вживаних лексем можна виокремити: *quillo*, *miarma*, *pisha*.

Quillo (скорочення від *chiquillo*, «хлопець», «друже») та його ще більш скорочена форма *illo* – це найбільш впізнавані маркери андалузького діалекту в медійному дискурсі, особливо в соціальних мережах. Вони виконують ключову фатичну функцію задля встановлення певного контакту між співрозмовниками та є маркерами неформальної, дружньої комунікації. На платформі *X (Twitter)* ця лексема активно використовується в різноманітних контекстах. Можна простежити приклади, де користувач *@HeliosPrados* звертається до співрозмовника: «¿qué disse, quillo? Anda, anda...» [84]; *@mitriades09* висловлює занепокоєння: «*Quillo que quieres que nos dé un infarto a más de uno?*» [X 2026]; *@puretopastel* у полемічному дописі про Севільський ярмарок використовує звертання для підсилення емоційного забарвлення: «*Ya está, quillo, que sois muy pesaos*» [X 2026]; *@tarantulasoul* у жартівливому дописі зазначає: «*quillo ya tengo sueño pues no me da la ganairme a dormir aún*» [X 2026]. У коментарях до Instagram-відео користувача *@guiriluz* (який створює контент про андалузьку мову) регулярно з'являються такі коментарі: «*Quillo es*», «*Illoooo !!*», «*En sevilla decimos illo y en cadiz quillo es lo mismo, las echo bien illo*», «*Málaga illo*», «*Lo has clavao! Muy bien illo!*» [Instagram 2026].

Користувачі навіть використовують дану лексему в неймінгу акаунтів. Так робить і іспанський блогер *@el_illoilloillo*, що свідчить про впізнаваність та популярність лексеми [Instagram 2026]. На платформі TikTok широко поширені відео з поясненням та використанням цього звертання, як-от ролик *@_osquita03* [TikTok 2025]. Тобто, *quillo* / *illo* демонструють, як діалектна лексика – зокрема, звертання може переходити з усного мовлення в цифрову комунікацію, стаючи одним із найпомітніших маркерів андалузької ідентичності в соціальних мережах.

Miarma (скорочення від *mi alma*, «моя душа») також є однією з найбільш емоційно забарвлених лексем андалузького діалекту, яка виконує фатичну

функцію та слугує маркером близькості, довіри та регіональної ідентичності. Вона активно використовується в соціальних мережах та медійному дискурсі. Це можна простежити серед публікацій (твітів) багатьох користувачів. Наприклад, користувач *@soria57452* жартівливо зазначає: «*Tú eres de Cádiz! Ah, pues yo soy Team Miarma*» [X 2026], демонструючи, що саме ця лексема асоціюється з кадиською ідентичністю. Користувач *@BlaBlaBlito* напередодні Севільського ярмарку публікує допис: «*Ya estoy preparado para La Feria Algún/a miarma me adopta?*» [X 2026], де *miarma* використовується як звертання до потенційних співрозмовників.

На регіональному телеканалі «*Canal Sur*» у програмі «*La Mañana de Andalucía*» ведучий Антоніо Гарсія Барбейто використовує цю лексему в монолозі про пандемію: «*¡Qué exageración, miarma!*» [Canal Sur 2020]. У коментарях до Instagram-відео про андалузьку мову користувачі регулярно пишуть «*miarma*», підкреслюючи свою приналежність до андалузької спільноти. На платформі *TikTok* існує велика кількість відео з поясненням цієї лексеми (наприклад, *@paulvss*, *@pablo450a*), що свідчить про її популярність серед молодшої аудиторії та про те, що вона стала своєрідною візитівкою андалузького діалекту [TikTok 2026]. Таким чином, ця лексема є яскравим прикладом того, як діалектна лексика, що походить від пестливого звертання, перетворюється на один із ключових маркерів регіональної ідентичності в сучасному медійному дискурсі, особливо в соціальних мережах.

Pisha – це ще одна характерна лексема андалузького діалекту, поширена переважно в провінції Кадіс, яка використовується як неформальне звертання до співрозмовника (аналогічно *quillo* або *tío*). Як зазначає «*Canal Sur*» у статті про кадиський діалект, слово *pisha* є однією з ключових лексем місцевого вокабуляру, поруч з такими виразами, як «*¿Qué 'hase' quillo?*», «*tesquí ya*», «*bastinazo*» та «*ciezo*» [Canal Sur 2023]. Видання підкреслює, що Кадіс має «*vocabulario propio con palabras como bastinazo o pisha*» та навіть «*diccionario local propio con más de 700 palabras*» [Canal Sur 2023]. У соціальних мережах ця лексема активно використовується для неформального звертання. Користувач X

@jose_pelegrin у коментарі до політичного допису вживає *pisha* як звертання до співрозмовника: «¿Qué más quieres, *pisha*?» [X 2026], надаючи коментарю емоційного та розмовного забарвлення. Інший користувач, @pincheperrito1, в іронічному дописі також використовує це звертання: «Psssst, psssst, *pisha*, tengo *fentanilo!*» [X 2026]. На платформі *TikTok* існує велика кількість відео з використанням лексеми *pisha*, зокрема, акаунт @elefutbol публікує відповідний контент [TikTok 2026]. Таким чином, *pisha* є яскравим прикладом локальної діалектної лексики (поширеної насамперед у Кадісі), яка через соціальні мережі набуває ширшого вжитку та стає одним із маркерів ідентичності для мешканців цієї провінції.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що тематична класифікація виявленої андалузької лексики засвідчила її значне розмаїття та проникнення в різні сфери медійного дискурсу. Побутова лексика (*pescailto*, *cortijo*, *maceta*) активно функціонує в новинах, репортажах та соціальних мережах, часто не потребуючи перекладу чи пояснення. Культурно-маркована лексика (*andalucista*, *coraje*, *romería*) виконує ідентифікаційну функцію, підкреслюючи приналежність до андалузької спільноти. Сільськогосподарська лексика (*albero*, *rapas*, *chicharo*) демонструє глибоке історичне коріння діалекту, а також його зв'язок з латиноамериканськими варіантами іспанської мови. Найбільш динамічною та чисельною виявилася група емоційно-експресивної лексики та молодіжного сленгу (*quillo/illo*, *miarma*, *pisha*), яка активно поширюється через соціальні мережі та стає маркером регіональної ідентичності. Виявлені лексеми рідко використовуються ізольовано, адже вони виконують різноманітні функції залежно від жанру та комунікативної ситуації, що потребує подальшого функціонального аналізу.

2.2. Функціональне навантаження діалектизмів у різних жанрах

Андалузька діалектна лексика, виявлена в ході дослідження за методом суцільної вибірки, не є однорідною за своїм функціональним призначенням. Залежно від жанру медіатексту (новини, інтерв'ю, колонки в виданнях,

розважальні програми) та комунікативної мети автора, одні й ті самі лексеми можуть виконувати різні функції – від нейтрального інформування до створення локального колориту, вираження оцінки чи іронії, встановлення контакту з аудиторією або маркування групової ідентичності.

У інформаційних жанрах андалузька діалектна лексика виконує передусім номінативну функцію – вона використовується для точної назви реалій, які не мають загальноіспанських відповідників або мають менш поширені еквіваленти. Наприклад, *albero* в матеріалах «*Diario Sur*» про ремонт набережної Марбельї вживається як технічний термін для позначення виду покриття без жодних додаткових конотацій: «*El Ayuntamiento de Marbella está ejecutando trabajos de conservación y reparación del firme de albero del Paseo Marítimo*» [García, Diario Sur, 15.04.2026]. Так само лексема *cortijo* в новинах «*Canal Sur*» про екологію використовується нейтрально: «*Un cortijo urbano de gran valor medioambiental*» [Canal Sur 2025], а в кримінальній хроніці «*El País*» суто фактологічно, задля надання додаткової інформації: «*Muere una mujer y un hombre resulta herido de gravedad en un tiroteo en un cortijo de Almería*» [Sánchez, El País, 24.03.2026].

Водночас інформаційні жанри можуть використовувати діалектизми для створення локального колориту та підкреслення регіональної специфіки подій. У репортажах про Севільський ярмарок «*Diario de Sevilla*» навмисно вживає лексему *albero* в метонімічному значенні («територія ярмарку»), апелюючи до спільного культурного досвіду андалузької аудиторії: «*Miami y Sevilla se unen sobre el albero del real*» [Rocha, Diario de Sevilla, 24.04. 2026]. У таких випадках діалектна лексика не потребує пояснення, адже вона є проявом підтримки та об'єднаності з місцевим читачем.

У публіцистичних текстах, де автор висловлює та аргументує власну думку, діалектна лексика часто набуває емоційно-експресивного навантаження. Це стосується насамперед лексем *coraje*, *andalucista*, а також *maceta* у переносному, зневажливому значенні та *malafollá*.

Coraje використовується в спортивних коментарях для оцінки гри команди: «*El Málaga, coraje y corazón... pero muy pocas ideas*» [X 2026]. Тут ми бачимо приклад використання лексеми у антитезі – команда, що має і серце і сміливість, але дуже погано грає. У промові короля Феліпе VI лексема набуває пафосного, урочистого забарвлення: «*El Rey destaca 'el coraje y la perseverancia' de los periodistas en las guerras*» [Europa Press, El País, 06.11.2025]. У статті «*Diario de Sevilla*» про виставку в Севільському Алькасарі королеву Хуана І називають: «*mujer de coraje*» [Méndez, Diario de Sevilla, 12.03.2023], тобто мужньою, відважною жінкою.

Лексема *andalucista* виконує ідеологічну функцію. Наприклад, представниця *PSOE-A*, іспанської соціалістичної ідеологічної партії, визначає свій проєкт як «*proyecto de izquierda, feminista y andalucista*» [X 2026], підкреслюючи, що її робота стосується насамперед жителів Андалусії та виконується для їхнього ж благополуччя. У соцмережах також помітне використання цієї лексеми. Так, користувач *X @FUMATR0N* закликає створити: «*una comunidad andalucista grande y fuerte en esta red*» [X 2026], тобто єдину спільноту прихильників андалусизму у соцмережі.

Malafollá (що позначає неприємну людину з поганим характером) є типовою лексемою для Гранади, яка використовується в коментарях до політичних дописів для вираження несхвалення. Її вживання досить часто можна помітити у *X*, особливо для зневажливих коментарів до політиків Андалусії: «*José Ramón miarma, no digas más chuminás. De hecho, el andaluz es tan rico que tiene cientos de palabras para definir a alguien como tú: carajote, apollardao, papafríta, amamona, julandrón, babeta, malafollá, malaje, fastusco, vaina, saborío, pamplina...*» [X 2025]

Лексема *maceta* в переносному, зневажливому значенні фіксується навіть у загальнонаціональних медіа. У статті «*El País*» про інформаційну війну іранське посольство іронічно зауважує: «*Shh... la llave está debajo de la maceta*» [Bronte, El País, 19.04.2026], де оригінальна лексема *maceta* набуває саркастичного відтінку.

В інтерв'ю, телевізійних ток-шоу та соціальних мережах андалузька діалектна лексика виконує передусім фатичну функцію. Тобто, вона допомагає встановити та підтримувати контакт між співрозмовниками, створюючи невимушену, дружню атмосферу. Тут група найбільш уживаних звертань включає такі лексеми, як *quillo/illo*, *miarma*, *pisha*, *mengue*, *chacho*, *mihijo*, *pavo*.

Quillo/illo є, мабуть, найбільш впізнаваним маркером андалузького діалекту в медійному дискурсі, особливо в соціальних мережах. На платформі X ця лексема активно використовується в різноманітних контекстах. Користувач *@HeliosPrados* звертається до співрозмовника: «¿qué disse, quillo? Anda, anda...» [X 2026] – тут *quillo* пом'якшує звертання, роблячи його не агресивним, а скоріше дружнім та жартівливим. Користувач *@mitriades09* висловлює занепокоєння: «*Quillo que quieres que nos dé un infarto a más de uno?*» [X 2026] У цьому випадку лексема виконує функцію емоційного підсилення, підкреслюючи щире занепокоєння автора. *@puretopastel* у контраверсійному та полемічному дописі про Севільський ярмарок використовує звертання для підсилення емоційного забарвлення: «*Ya está, quillo, que sois muy pesaos*» [X 2025]. Тут *quillo* пом'якшує критику, та робить її не такою категоричною. *@tarantulasoul* у жартівливому дописі зазначає: «*quillo ya tengo sueño pues no me da la ganairme a dormir aún*» [X 2026] – лексема виконує функцію створення невимушеності, перетворюючи звичайне твердження на дружню репліку. В Instagram-відео користувача *@guiriluz* коментатори пишуть: «*Quillo es*», «*Illoooo!!*», «*En sevilla decimos illo y en cadiz quillo es lo mismo*», «*Málaga illo*», «*Lo has clavao! Muy bien illo!*» [X 2026]. Тут лексема виконує функцію групової ідентифікації, адже коментатори не просто реагують на контент, а підтверджують свою приналежність до андалузької спільноти через використання спільної лексеми.

Лексема *pisha* також використовується як неформальне звертання. «*Canal Sur*» зазначає, що Кадіс має: «*vocabulario propio con palabras como bastinazo o pisha*» [Canal Sur 2023]. Користувач *@jose_pelegrin* у коментарі до політичного допису вживає: «*Que más quieres, pisha?*» [X 2026]; *@pincheperrito1* в іронічному дописі: «*Psssst, psssst, pisha, tengo fentanilo!*» [X 2026].

Також такі лексеми, як *tengue* (розм. «друже», поширена в східних провінціях), *chacho* (скорочення від *tuchacho*), *mihijo* (пестливе звертання «синку»), *pavo* (розм. «хлопець», «парубок») також активно використовуються в неформальному спілкуванні в соціальних мережах, виконуючи фатичну функцію та маркуючи приналежність до андалузької спільноти: «*mihijo que dura solo 15 días, le amo aunque no lo tenga*» [Instagram 2026]; «*Mírate en su espejo mihijo!!*» [Instagram 2026].

Окремо слід відзначити випадки, коли андалузький діалект стає об'єктом стигматизації в медійному дискурсі. Як зазначають Карріскондо Есківель та Ель-Фунті Зізауї, незважаючи на маску невинності, якою вона зазвичай прикривається (через асоціацію з витонченістю, гумором чи співчуттям як об'єктом антропологічного дослідження), в інших випадках мова ненависті щодо андалусійців викриває найгрубіші наміри того, хто її використовує: особисту дискредитацію, зневагу до суспільства або демонстрацію зверхності [Carriscondo-Esquivel 2020, с. 128].

Одним із найбільш резонансних випадків останніх років став інцидент за участю телеведучої Ани Роси Кінтани. У березні 2025 року під час обговорення випуску реаліті-шоу «*Supervivientes*» ведуча, коментуючи сварку учасників – вихідців з Андалусії, зауважила, що не розуміє опонентів та їй необхідні субтитри з перекладом: «*Tengo que hacer una petición a los compañeros que hacen Supervivientes*». *Por favor, traducir, poner subtítulos, no se entiende nada*» [Canal Sur 2026]. Ця фраза, виголошена зі сміхом, викликала хвилю обурення в соціальних мережах, де її розцінили як зневагу до андалузького акценту. Політик Тереса Родрігес у соцмережі X звинуватила ведучу в «андалуфобії», зазначивши, що та охоче проводить літо в Кадісі та інвестує в нерухомість у Севільї, але при цьому дозволяє собі висловлювання, які принижують місцевих мешканців [X 2026].

Ще одним прикладом може слугувати коментар користувачки під відео з ведучою-андалузкою на телеканалі «RTVE»: «*El problema es que no he entendido... una palabra. Quizá vaya mejor para Canal Sur, que seguramente la*

entiendan» [TikTok 2026]. Цей коментар також демонструє зневажливе ставлення до андалузького акценту та припущення, що він є зрозумілим лише в межах регіону. Такі висловлювання підтверджують тезу про те, що андалузький діалект досі стикається з упередженнями в медійному просторі, незважаючи на офіційне визнання поліцентричної норми іспанської мови.

Отже, функціональний аналіз андалузької діалектної лексики в медійному дискурсі засвідчив, що її використання безпосередньо залежить від жанру медіатексту та комунікативної мети автора. В інформаційних жанрах діалектизми виконують передусім номінативні та локальні функції, слугуючи для точної назви регіональних реалій та створення автентичної атмосфери. У публіцистичних текстах вони набувають емоційно-експресивного та ідеологічного навантаження, стаючи інструментом оцінки, критики та самоідентифікації.

В інтерв'ю, ток-шоу та соціальних мережах домінує фатична функція: такі звертання, як *quillo/illo*, *miarma*, *pisha*, *mengue*, *mihijo*, *pavo* допомагають встановлювати контакт, пом'якшувати висловлювання, маркувати групову приналежність та створювати невимушену атмосферу. Окремо слід відзначити випадки стигматизації діалекту в медійному дискурсі, які, незважаючи на позитивні зрушення останніх років, свідчать про збереження упередженого ставлення до андалузького мовлення в окремих сегментах аудиторії та медіа. Таким чином, андалузька діалектна лексика виступає не лише засобом номінації, а й стилістичним, ідентифікаційним та ідеологічним інструментом в сучасному іспанському медійному дискурсі.

2.3. Кількісний аналіз частотності вживання андалузької лексики

Досліджуючи частотність вживання андалузької лексики в іспанському медіа дискурсі, можна дійти до висновку, що саме регіональні видання демонструють найвищу частотність. У проаналізованих 100 публікаціях «*Diario de Sevilla*» та «*Diario Sur*» було зафіксовано 178 випадків вживання діалектних одиниць. Це становить у середньому 1,78 діалектизму на одну публікацію.

Найвищу частотність демонструє побутова лексика (37,6%), що пояснюється природним характером регіональної преси, яка часто пише про місцеве життя, кухню та повсякденні події. Культурно-маркована лексика (32,6%) також займає значну частку, особливо в статтях, присвячених регіональним святам та політичним подіям (див. Додаток А).

Своєю чергою, загальнонаціональні видання «*El País*» та «*El Mundo*» демонструють значно нижчу частотність вживання андалузької лексики. У проаналізованих 50 публікаціях було зафіксовано 26 випадків вживання діалектних одиниць. Це становить у середньому 0,52 діалектизму на одну публікацію, що більш ніж утричі менше порівняно з регіональною пресою.

Цікавим є те, що в загальнонаціональних виданнях культурно-маркована лексика посідає перше місце (46,2%), що свідчить про те, що діалектизми потрапляють на сторінки видань переважно в контексті політичних подій в Андалусії або регіональних свят. Побутова лексика (34,6%) з'являється здебільшого в кулінарних статтях або кримінальних новинах. Натомість емоційно-експресивна лексика майже відсутня, оскільки такі одиниці вважаються надто розмовними для загальнонаціональної преси і з'являються лише в прямих цитатах андалузьких мовців (див. Додаток Б).

Аудіовізуальний сегмент, представлений регіональним телеканалом «*Canal Sur*», демонструє проміжні результати. У проаналізованих 50 відеофрагментах (новини, ток-шоу, інтерв'ю, розважальні програми) було зафіксовано 92 випадки вживання андалузької лексики. Це становить у середньому 1,84 діалектизми на одне відео (або приблизно 9,2 діалектизми на годину мовлення) (див. Додаток В)

Як зазначено в графіку, найвища частотність фіксується в розважальних програмах та ток-шоу, де ведучі та гості почуваються невимушено і використовують діалектні звертання та емоційно-експресивну лексику. Інтерв'ю демонструють помірне використання, яке залежить від регіонального походження мовця та ступеня формальності дискурсу. Новини мають найнижчу частотність, оскільки тут диктори тяжіють до стандартної норми.

Простором, який демонструє найвищу частотність та найбільше розмаїття андалузької лексики, є соціальні мережі, а саме *X*, *Instagram* та *TikTok*. У проаналізованих 100 дописах було зафіксовано 367 випадків вживання діалектних одиниць. Це становить у середньому 3,67 діалектизми на один допис (див. Додаток Г).

Високий відсоток емоційно-експресивної лексики (47,7%) свідчить про те, що соціальні мережі стали головним майданчиком для «цифрової фіксації» та поширення андалузького мовлення, де користувачі можуть безперешкодно виразити емоційність свого мовлення, регіональну ідентичність та особливості локального культурного середовища.

Отже, соціальні мережі є головним джерелом андалузької діалектної лексики у медійному дискурсі Іспанії. Неформальний характер комунікації та відсутність редакційних обмежень сприяють активному використанню діалектизмів, особливо тих, що входять до емоційно-експресивної групи (див. Додаток Д).

Регіональна преса та «*Canal Sur*» демонструють подібні показники (1,78 та 1,84 діалектизмів на один допис), що свідчить про активне, але більш унормоване використання діалектної лексики в офіційних регіональних медіа. При цьому в «*Canal Sur*» спостерігається жанрова диференціація: ток-шоу тяжіють до емоційно-експресивної лексики, а новини – до номінативної.

Загальнонаціональна преса демонструє найнижчу частотність (0,52), що підтверджує тезу про орієнтацію цих видань на загальноіспанську кастильську норму. Діалектизми потрапляють на їхні сторінки переважно в контексті політичних подій або культурних репортажів про Андалусію.

Динаміка вживання різних тематичних груп залежить від типу медіа. Якщо в регіональній пресі домінує побутова лексика (34,6%)(див. Додаток Б), то в соціальних мережах – емоційно-експресивна (47,7%)(див. Додаток Г). Це свідчить про адаптацію діалектної лексики до комунікативних потреб різних платформ. Також кількісні дані підтверджують результати якісного аналізу: чим

неформальнішим є жанр, тим вищою є частотність вживання андалузької лексики, особливо звертань та емоційно-експресивних одиниць.

Таким чином, кількісний аналіз засвідчив пряму кореляцію між типом медіа, жанром тексту та частотою вживання андалузької діалектної лексики. Найвищу частотність демонструють соціальні мережі, де комунікація є найбільш неформальною; найнижчу – загальнонаціональна преса, орієнтована на стандартну кастильську норму. Регіональні медіа (преса та телебачення) посідають проміжну позицію, виступаючи своєрідним «мостом» між неформальною діалектною комунікацією та офіційним мовним стандартом.

Висновки до другого розділу

У цьому розділі було здійснено тематичну класифікацію андалузької лексики, в межах якої виокремлено чотири основні групи: побутова лексика, культурно-маркована лексика, сільськогосподарська та природнича лексика, а також емоційно-експресивна лексика та молодіжний сленг. Виявлено, що побутова та культурно-маркована лексика домінують в регіональній пресі, тоді як емоційно-експресивна лексика є найбільш чисельною в соціальних мережах.

Було проаналізовано функціональне навантаження діалектизмів у різних медійних жанрах. З'ясовано, що в інформаційних жанрах діалектна лексика виконує передусім номінативну та локальну функції; у публіцистичних текстах набуває емоційно-експресивного та ідеологічного забарвлення; в інтерв'ю, ток-шоу та соціальних мережах домінує фатична функція. Окремо відзначено випадки стигматизації андалузького діалекту в медійному дискурсі, які свідчать про збереження упередженого ставлення до андалузького мовлення, незважаючи на офіційне визнання поліцентричної норми іспанської мови.

Кількісний аналіз засвідчив пряму кореляцію між типом медіа та частотою вживання андалузької лексики. Найвищу частотність демонструють соціальні мережі (3,67 діалектизми на один допис), що пояснюється неформальним характером спілкування та відсутністю редакційних обмежень.

Регіональна преса та «*Canal Sur*» посідають проміжну позицію (1,78 та 1,84 відповідно), тоді як загальнонаціональна преса демонструє найнижчу частотність (0,52), що підтверджує її орієнтацію на загальноіспанську кастильську норму. Виявлено також, що динаміка вживання різних тематичних груп залежить від типу медіа: у регіональній пресі домінує побутова лексика (37,6%), у соціальних мережах – емоційно-експресивна (47,7%).

Отримані результати підтверджують, що андалузька діалектна лексика в медійному дискурсі виступає не лише засобом номінації регіональних реалій, а й особливим стилістичним, ідентифікаційним та ідеологічним інструментом, який дозволяє авторам адаптувати своє мовлення до різних комунікативних ситуацій, впливати на аудиторію, висловлювати свою думку та показувати групову приналежність. Ці емпіричні дані створюють основу для подальшого соціолінгвістичного аналізу в третьому розділі роботи.

РОЗДІЛ 3. ДИСКУРСИВНІ ТА СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНДАЛУЗЬКОГО ДІАЛЕКТУ В МЕДІА

3.1. Мовні ідеології та стереотипи: відображення стигматизації та легітимації андалузького діалекту в медіадискурсі

Мовна ідеологія, яка панує в суспільстві, безпосередньо впливає на статус діалектів. У випадку з андалузьким діалектом ця ідеологія формувалася протягом століть під впливом уявлення про те, що лише кастильська мова є «правильною». Ключовим для розуміння ставлення до андалузького діалекту в іспанському суспільстві та медіа є поняття глотофобії (від грецького *glotta* – «мова» та *-phobia* – «страх»), тобто дискримінації за мовними ознаками. Українські науковці В.Тинний, О. Овчіннікова та Л.Бергер описують явище глотофобії як мовну дискримінацію, яка стає перешкодою для розвитку міжкультурної комунікації. Її класифікують як явище, за якого варіанти мови, відмінні від стандартизованої норми, завжди зазнають упередженого ставлення в медіа [Тинний, Овчіннікова, Бергер, 2024, с.80].

Як зазначає філологиня Марія Хосе Рінкон, глотофобія – це відраза, яка майже завжди призводить до дискримінації людини через її манеру говоріння, не тому, що вона говорить погано, а тому, що використовує варіант, відмінний від того, що зазвичай вважається стандартним [José Rincón 2026]. В іспанському контексті цим «стандартом» є кастильська мова центрально-північного регіону, тоді як андалузький або канарський акценти зазвичай стають об'єктом упередженого ставлення [Guerrero-Salazar 2021, с.6]. Навіть у сучасній музиці відображається досвід глотофобії: виконавці іноді зазначають, що через їхній андалузький акцент оточуючі часто сприймають їх несерйозно, що вимагає постійного спростування цих упереджень [Harjus 2025, с. 115–116].

Механізм дискримінації також можна пояснити через поняття стигми. Як зазначає Н.Доній, стигма – це фізична або соціальна ознака, що вказує на «ганебний» статус індивіда та маркує його як обмеженого, дефективного чи

небажаного. Також стигматизація тлумачиться як покарання за порушення суспільних норм, а стигматизована особа сприймається соціумом як носій загрози або небезпеки [Доній 2023, с.20].

ЗМІ відіграють подвійну роль у створенні мовної стигматизації. З одного боку, вони можуть сприяти подоланню стереотипів; з іншого ж боку, можуть бути потужним інструментом їх поширення та закріплення. Науковиця Сусанна Герреро-Салазар, проаналізувавши понад 160 статей у цифровій пресі, дійшла висновку, що преса, публікуючи матеріали про «суперечливі коментарі, спрямовані на дискредитацію мовних варіантів або дискредитацію публічних осіб, які їх використовують», безпосередньо причетна до випадків мовної дискримінації [Guerrero-Salazar 2021, с. 7].

Досить показовим є аналіз коментарів та статей, що з'являються на сторінках загальнонаціональних видань, коли йдеться про андалузький акцент. Яскравим прикладом є коментар під відео з андалузькою ведучою на телеканалі RTVE: «*El problema es que no he entendido... ni una palabra. Quizá vaya mejor para Canal Sur, que seguramente la entiendan*» [Canal Sur 2026]. Цей коментар не тільки демонструє зневажливе ставлення до андалузького акценту, а й натякає на те, що його розуміють лише в межах регіону. Таке зауваження ілюструє глибоко вкорінену в суспільстві ідею гомогенності мови, за якою будь-яке відхилення від норми сприймається як «незрозумілість».

У регіональній пресі можна помітити випадки, коли журналісти змушені давати пояснення щодо вживання діалектних слів. Наприклад, у статті газети «*Diario de Sevilla*» про севільські звичаї автор дослівно цитує слова місцевого жителя, але додає в дужках пояснення: «*Qué arte, miarma*» (*expression used in Seville to say «how wonderful»*) [Acal, Diario de Sevilla, 2.04.2026]. Ця практика демонструє, що навіть у регіональних виданнях редактори надають перевагу перекладу діалектизмів для ширшої аудиторії, нібито вони не є частиною загального іспанського лексикону.

Результати дослідження проєкту *PRECAVES XXI*, опубліковані в збірці «*El andaluz y su prestigio*», показують, що найбільш стигматизованими рисами

андалузького діалекту є сесео та аспірація кінцевого /s/ [Garrido Domínguez 2018, с.59]. Цікавим є те, що мешканці саме північних регіонів Іспанії вважають ці особливості «неправильними» та «некультурними», що створює для корінних жителів Андалусії так звану «стигматизовану мовну ідентичність» [Garrido Domínguez 2018, с. 81].

Щодо типів дискурсу, то можна виділити політичний, як той, який є особливо помітним прикладом, де відбувається значна дискримінація андалузького діалекту в медіа. Яскравим прикладом є реакція на пропозицію Марії Хесус Монтеро, віцепрем'єрки уряду Іспанії та кандидатки на посаду голови уряду Андалусії, щодо ухвалення закону про захист діалекту. У відповідь депутат від партії Vox Хосе Рамірес дель Ріо написав у соціальній мережі X: «*La lengua común de todos los andaluces es el español, con que ella vaya al logopeda sería suficiente*» – «Спільна мова всіх мешканців Андалусії – це іспанська, тож їй достатньо було б звернутися до логопеда» [X 2026]. Цей коментар не лише критикує політичну ініціативу, а й прямо принижує діалект, прирівнюючи його до вади мовлення, що потребує виправлення логопедом.

Цей випадок, однак, не є одностороннім. Політична боротьба за легітимність андалузького мовлення ведеться й з іншого боку. Показовою є публікація (твіт) акаунту *New Economy Forum*, який цитує Антоніо Маїльо, кандидата від партії *Por Andalucía* на пост голови уряду Андалусії. У своєму виступі він зазначив: «*La batalla por el lenguaje también va a formar parte de la batalla política*» – «Битва за мову також буде частиною політичної битви» [X 2026]. Цей приклад є важливим у контексті легітимізації андалузького діалекту, оскільки він визнає мовне питання не другорядним, а ключовим елементом політичної боротьби за владу та ідентичність в Андалусії. Якщо депутат *Vox* використовує мову для знецінення опонента, то Антоніо Маїльо, своєю чергою, перетворює захист діалекту на політичний інструмент, спрямований на об'єднання електорату.

Паралельно з політичною боротьбою відбуваються процеси інституційної та комерційної легітимізації андалузького діалекту. Одним із найяскравіших

прикладів є кампанія провінційної ради міста Кордоба, яка створила «*Real Academia del Acento Cordobés*» – доволі іронічну, але водночас серйозну ініціативу, спрямовану на перетворення кордобського акценту на унікальну культурну спадщину та предмет гордості для 800 000 її мешканців [Diario de Sevilla 2026]. Гасло кампанії – «*Tan nuestro, que es universal*» підкреслює ідею того, що локальне мовлення може одночасно бути глибоко вкоріненим у регіональній культурі та мати універсальне, зрозуміле для всіх значення.

Окрім традиційних новинних і аналітичних жанрів, важливим сегментом медійного дискурсу, де формується ставлення до андалузького діалекту, є реклама. Комерційні кампанії, які поширюються через телебачення, соціальні мережі та інші типи медіа, не лише продають товари, а й транслиують певні ідеології, зокрема мовні. Найяскравішим прикладом є кампанія пивного бренду *Cruzcampo* «*Habla tu andaluz*» («Говори своєю андалузькою»), опублікована у 2021 році. У її центрі легендарна співачка андалузького походження Лола Флорес, яка за допомогою штучного інтелекту вимовляє слоган: «¿*Tú qué miras, eh? Si yo hablo como me da la gana*» – «На що ти так дивишся? Я говорю так, як хочу» [D.A., Diario de Sevilla, 21.01.2021]. Це був сміливий акт переосмислення діалекту, який традиційно асоціювався з несерйозністю як символом гордості та автентичності. Кампанія здобула широке визнання та продемонструвала, що андалузький діалект може бути потужним маркетинговим інструментом.

Якщо традиційні засоби масової інформації тривалий час відігравали подвійну роль, слугуючи платформою як для стигматизації, так і для легітимізації діалекту, то соціальні мережі стали тим середовищем, де андалузький діалект набув можливості існувати, не зважаючи на стандартні норми кастильської мови. У таких соцмережах, як *TikTok*, *Instagram* та *X*, андалузькі блогери навмисно збагачують свою мову діалектними елементами: формами звертання (*illo*, *quillo*, *miarma*), фонетичними скороченнями (*pa*, *ke dise*, *pescas*) та емоційно-експресивною лексикою (*nají*, *cáli*). Показовим є приклад блогера Лукаса Мелькона («*Malacara*»), який відкрито заявляє, що його

публікації є відповіддю на багатовікову зневагу та втому від централізму стосовно іспанської мови [Instagram 2026].

Неможливо не згадати про те, що блоги про освіту відіграють ключову роль у легітимізації андалузького діалекту. Найвідомішим прикладом є Nesh (@liveandspeakspanish) – ірландська викладачка, яка мешкає в Малазі. Вона створює відео, в яких пояснює андалузькі вирази (такі як «po», «aro», «andevá», «no ni ná», «novea» або «abe») англійською мовою, навчаючи іноземців розбиратися в діалекті [Instagram 2026]. Її контент цікавий тим, що вона не обмежується переліком діалектних слів, а пояснює їхній культурний контекст та відтінки значень. На зауваження користувача, який ставив під сумнів доцільність вивчення іспанської мови в Андалусії («*A quién se le ocurre ir a Andalucía a aprender español cuando el acento apenas se entiende*» – «Кому взагалі спаде на думку їхати в Андалусію вивчати іспанську, коли акцент майже не зрозумілий»), Неш відповіла: «*Pues a lo mejor a los más listos*» – «Ну, напевно, найрозумнішим» [Instagram 2026]. Ця відповідь стала вірусною і отримала підтримку тисяч користувачів, які побачили в ній захист андалузького діалекту від безпідставних критичних зауважень.

Отже, медійний дискурс відображає значний розрив у ставленні до андалузького діалекту. З одного боку, національна преса та коментарі громадськості зазвичай підтримують стереотипи, що виявляють упередження до діалекту, пов'язуючи його з низьким соціальним статусом, відсутністю освіти чи навіть вадами мовлення. Політичний дискурс також стає полем стигматизації, як у випадку депутата партії Vox, який прирівняв андалузьку мову до необхідності звернення до логопеда. З іншого боку, регіональні ЗМІ, інституційні ініціативи, комерційна реклама та соціальні мережі активно сприяють легітимізації діалекту, перетворюючи його на символ гордості, автентичності та регіональної ідентичності. Політики також використовують мовне питання для мобілізації електорату. Таким чином, андалузький діалект, стикаючись із серйозними викликами, демонструє значний потенціал для боротьби за своє символічне місце у багаторівневому просторі сучасної

іспанської мови, тоді як соціальні мережі стають основною платформою для узаконення діалекту у масах.

3.2. Стратегії використання діалектної лексики для створення локальної ідентичності та автентичності

У попередньому підпункті було розглянуто як медійний дискурс відображає стигматизацію та легітимацію андалузького діалекту, тож наразі доцільно зосередитись на конкретних стратегіях, які використовують рекламодавці, бренди, медіа та пересічні користувачі соціальних мереж для створення локальної ідентичності та автентичності через діалектну лексику. Відомо, що використання специфічних слів у публіцистиці дозволяє медіа створювати автентичний образ локальної спільноти та підкреслювати її унікальність через мовні маркери [Григоренко 2010, с. 129]. Бренди успішно комерціалізують етнографічний код, перетворюючи його на «семіотичний результат» репрезентації нації, що сприяє консолідації суспільства навколо спільних візуальних та лексичних маркерів [Рафальський 2022, с. 398]. Користувачі соціальних мереж через блоги та інстаграм-сторінки формують мікроспільноти, де використання діалектних слів або специфічних лексем стає формою «символічного обміну», що дозволяє індивіду підкреслити свою самобутність і водночас належність до певної віртуальної групи [Рафальський 2022, с. 421].

Як доречно зазначає дослідниця Єлена Леаль Абад, мови є історичними продуктами, що проявляються у множинності норм, у межах яких співіснують ідіоматичні вживання, оцінювані мовцями». Саме цю систему позитивних і негативних оцінок комерційна реклама використовує як «..дискурсивну стратегію, що транслює цінності, які виходять за межі практичної користі продукту [Leal Abad 2024, с. 27]. У випадку андалузького діалекту характерна вимова та специфічна лексика стали одними з найуживаніших стратегій у

рекламі, завдяки яким продуктам надають «різноманітних суб'єктивних цінностей і включають їх в емоційний план» [Leal Abad 2024, с. 35].

Найяскравішим прикладом використання андалузького діалекту як стратегії брендингу є кампанія пивного бренду *Cruzcampo* «*Con mucho acento*» (2021), яка згодом трансформувалася в кампанію «*Habla tu andaluz*». Як зазначає Хосе Мануель Лопес-Агульйо, акцент андалузького діалекту, що традиційно асоціювався з фольклором, чимось комічним або скромним, але також і з незрозумілим, є об'єктом аналізу в цьому дослідженні, зосередженому на кампанії «*Con mucho acento*» [López-Agulló 2026, с. 212]. Результати показують, що кампанія пов'язує акцент з такими цінностями, як автентичність, жіночність, бунтарство, змінюючи його стигматизацію, показуючи його як символ розширення можливостей та культурного престижу.

Іншим хорошим прикладом є інституційна кампанія «*Andalusian Crush*», започаткована Урядом Андалусії для просування регіону як туристичного напрямку. Секретарка з питань туризму Йоланда де Агілар пояснила, що це не просто чергова туристична кампанія, а емоційна розповідь про бренд. Тут грає ставка на зв'язок з мандрівником через емоції, цінності та автентичність [Aguilar 2025]. Кампанія використовує діалектну лексику та андалузький акцент для створення ефекту закоханості в Андалусію. Слід відмітити, що вона мала значний успіх, адже перевищила 3,5 мільйона переглядів та була визнана найвищими нагородами в галузі реклами в Іспанії. Аналогічну стратегію використовує мережа супермаркетів *El Jamón*, яка створила рекламу до Дня Андалусії, возвеличуючи діалект як невід'ємну частину регіональної самоідентичності [Reason Why 2026].

Щодо соціальних мереж, то вони стали головним майданчиком, де андалузькі блогери та бренди свідомо використовують діалект для створення автентичності та залучення аудиторії. Показовим прикладом є Instagram-акаунт «*Postureo Andaluz*» (@postuandaluz) [Instagram 2026]. Назва акаунта обігрує поняття *postureo* («хизування», «удавання»), тобто іронічно натякає на те, що андалузьке мовлення часто сприймається як щось «показне» або «несправжнє».

Проте сам акаунт змінює цей стереотип. Він стає платформою, де андалузька ідентичність цінується, висміюються стереотипи про «неправильну» вимову та створюється спільнота, об'єднана навколо спільної мовної культури. Тут працює стратегія реверсії стигми (*stigma reversal*). Вона є характерною для сучасних соціальних рухів, які через гумор та іронію долають упередження.

Блогерка Rocío Villar (@rociovillarr) у TikTok також публікує відео, присвячені андалузькому акценту та його сприйняттю [TikTok 2026]. Її контент часто набуває вірусного поширення, що свідчить про високий інтерес аудиторії до теми. Відео, в яких вона пояснює діалектні слова або жартує над стереотипами, виконують подвійну функцію: з одного боку, вони розважають, з іншого ж нормалізують андалузьке мовлення, показуючи його як природний, живий та емоційний різновид іспанської мови.

Ще одним цікавим прикладом є акаунт «La Española Aceites» (@laespanolaaceites) у TikTok, який використовує андалузьку лексику в рекламі оливкової олії [TikTok 2026]. Це показовий приклад того, як великі бренди свідомо впроваджують діалектні риси в свою комунікацію, щоб апелювати до автентичності та створювати асоціацію з традиційними андалузькими цінностями, такими як родина, затишок, якість та натуральність, адже оливкова олія – це продукт, глибоко вкорінений в андалузькій культурі, тому використання діалекту в її рекламі є стратегічно виправданим: воно підкреслює справжність продукту та його зв'язок із батьківщиною.

Отже, аналіз стратегій використання андалузької діалектної лексики в медійному дискурсі засвідчує, що діалект перетворився на потужний інструмент створення локальної ідентичності та автентичності. Комерційна та інституційна реклама та соціальні мережі використовують діалект для апеляції до автентичності, створення емоційного зв'язку з аудиторією та переосмислення стигми як культурної гордості. Найбільш ефективною можна виділити стратегію, яка поєднує комерційний успіх із залученням молодих андалузьких митців, інституційну підтримку з емоційним наративом або гумор та іронію для нормалізації діалекту в соціальних мережах. Таким чином,

андалузький діалект став невід'ємним елементом сучасного медійного дискурсу Іспанії, який активно використовується для створення та маркування ідентичності на різних рівнях.

3.3. Тенденції використання андалузького діалекту у сучасному медійному просторі

Лексична варіативність андалузького діалекту, яка тривалий час залишалася поза увагою медійного дискурсу, наразі має перспективні можливості для нового якісного розвитку. Якщо раніше діалектний лексикон сприймався виключно як маркер усного та повсякденного мовлення, який підлягав нівелюванню в публічних комунікативних ситуаціях, то сучасний інформаційний простір створює передумови для його легітимізації, нормалізації та навіть інституціоналізації. Варто відзначити, що сучасна андалузька ідентичність розвивається не як опозиція до загальноіспанської, а як сумісна модель. При цьому в освітньому та суспільному просторі вона базується переважно на етнокультурних складниках, тоді як громадянсько-політичні аспекти самоусвідомлення залишаються менш вираженими [Valdivia Alonso & Ruiz Jiménez 2026, с. 53].

Однією з основних перешкод для повноцінного використання андалузького діалекту в засобах масової інформації була відсутність уніфікованих правил письма. Діалект, що існує виключно в усній формі, неминуче сприймається як другорядний порівняно зі стандартизованою мовою, яка має писемну традицію. Проєкт «*Êttandâ pal andalûh*» (EPA), розроблений активістами руху *AndaluGeeks*, пропонує орфографічну систему, яка дозволяє відобразити в письмовій формі характерні особливості андалузького діалекту: *ceceo*, аспірацію приголосних, елізію міжголосних звуків та скорочення закінчень. Згідно з пропозицією EPA, такі лексеми, як: «*estándar*» пишуться як «*êttandâ*», «*andaluz*» перетворюється на «*andalûh*» (з аспірацією кінцевого /θ/), а фраза «*ese clavo*» транскрибується як «*Êcc labo*» [EPA 2019].

Найбільш вагомим практичним застосуванням цієї правописної ініціативи став проект *AndaluWiki*. Це сервіс, який автоматично та з дотриманням всіх стандартів перекладає іспанську Вікіпедію на андалузький діалект відповідно до норм ЕРА. Наразі цей ресурс надає доступ до тисяч статей, написаних з використанням андалузької орфографії, що створює безпрецедентний корпус андалузького лексикону для лінгвістичних досліджень. *AndaluWiki* також пропонує навчальні матеріали з правопису, транскриптор для автоматичного перекладу з іспанської на андалузьку, а також спеціальну клавіатуру для мобільних пристроїв з автокорекцією та автозаповненням тексту, що полегшує написання текстів [AndaluWiki 2026]. Це свідчить про те, що рух за інституціоналізацію діалекту вийшов за межі академічного чи активістського дискурсу і набув вигляду практичних інструментів для повсякденного вжитку.

Однак слід також зазначити й деякі недоліки цього проекту. По-перше, автоматична транскрипція працює належним чином лише з текстами іспанською мовою, але має недоліки під час обробки слів з інших іноземних мов. По-друге, сучасна версія *AndaluWiki* не дозволяє редагувати чи додавати новий контент: користувачі можуть лише ознайомлюватися з автоматично транскрибованими статтями, але не можуть створювати власні. По-третє, автори проекту свідомо уникають використання скорочень, типових для розмовної андалузької мови (таких як *d'Armería* або *te'ttoy'pperando*), що полегшує автоматичну транскрипцію, але водночас дещо знецінює автентичність діалекту. Але позитивним є те, що засновники відкрито визнають ці обмеження, вважаючи їх тимчасовими технічними проблемами, які потребують подальшого вдосконалення.

Незважаючи на ці недоліки, сам факт існування ЕРА та *AndaluWiki* створює важливий прецедент: лексика андалузького діалекту має можливість функціонувати в письмовій формі, що є необхідною умовою для її визнання як повноцінної мови, а не як другорядного «усного діалекту». Безумовно, без офіційної підтримки державних інституцій ЕРА залишається невеликим активістським проектом. Однак з огляду на перспективи розвитку лексики

андалузького діалекту в цифровому медіапросторі (зокрема в соціальних мережах, блогах, форумах та коментарях) наявність зручного та систематизованого правопису відкриває нові можливості для створення автентичного письмового контенту, який не потребує ані перекладу на стандартний кастильський варіант, ані карикатурних спотворень.

Хоча цифрове середовище (і, зокрема, такі соцмережі, як *YouTube*, *Twitch*, *TikTok*) вже тривалий час є простором, де можна вільно висловлюватися, використовуючи андалузький діалект, традиційне телебачення залишалося консервативною платформою, де діалекти й надалі піддавалися уніфікації або карикатурному зображенню. Саме тому прем'єра серіалу «*Honor*» на телеканалі *Antena 3* у 2025 році стала по-справжньому символічною та визначною подією. За інформацією, наданою творцями серіалу, близько 90 % акторського складу складають андалузці, яким дозволили говорити зі своїм природним акцентом та без обмежень використовувати діалектну лексику. Актриса Мерседес Леон, яка грає Пілар Карраско, підкреслила, що факт того, що в серіалі розмовляють андалузьким діалектом, надає йому саме ту невимушеність, яку важко відтворити штучно [Antena3 2026]. Її колега Кармен Даса додала, що їй не доводиться обмежувати себе використанням іспанської мови, і завдяки цьому вона краще вживається у свою роль [Antena3 2026].

Цей кейс має надзвичайно важливе значення. Протягом усієї історії іспанського кіно та телебачення склалася практика, за якою андалузький лексикон або повністю вилучався з мовлення персонажів (навіть якщо дія відбувалася в Андалусії), або ж використовувався виключно для другорядних, комічних чи маргінальних персонажів. Науковці називають це явище «андалуфобією»: систематичною дискримінацією діалекту в медійному просторі [Puertas 2022, с. 43]. Серіал «*Honor*» руйнує цю тенденцію, показуючи андалузький лексикон як засіб нормального та повсякденного спілкування головних героїв. Лексеми, такі як «*mío*», «*tío*», «*ná*», «*to*», «*tos*» (фонетичні скорочення від «*nada*», «*todo*», «*todos*»), а також типова інтонація та синтаксичні конструкції використовуються без будь-якої цензури та перекладу

для глядача, який не є вихідцем з Андалусії, та без комічного відтінку. Саме це можна назвати тією нормалізацією діалекту у медійному дискурсі, про яку говорять актори серіалу.

Третім, але не менш важливим напрямком розвитку андалузької лексики є активістська діяльність медійних особистостей, які використовують гумор як інструмент для позбавлення стигматизованих мовних рис. Найвизначнішим представником цієї стратегії є комік і телеведучий з міста Кадіс Ману Санчес. У 2026 році, напередодні Дня Андалусії, він опублікував у соціальній мережі X допис, який швидко став вірусним [X 2026]. У ньому містилося кілька ключових тез, а саме: *«андалузький акцент нікому не зачинив двері в житті»; «не треба відмовлятися від акценту, від предків, від історії, від спадщини»; «Андалусія не говорить поганою іспанською, вона говорить досконалою андалузькою»* [X 2026].

Однак найяскравішим елементом його кампанії стала музична та гумористична пародія на відому пісню Росіо Хурадо *«Como yo te amo»*, яку Ману Санчес переосмислив як *«Como yo te hablo»*. Цей твір, що вийшов в ефір на платформі *«Canal Sur»*, є блискучим прикладом того, як можна здійснювати мовний активізм за допомогою гумору [Canal Sur 2026]. Санчес використовує найбільш стигматизовані риси андалузької мови, а саме скорочення закінчень, аспірацію приголосних, характерний лексикон та подає їх не як «недоліки», яких слід соромитися, а як ознаки гордості та ідентичності. Його відповіді критикам: *«Що, я маю говорити повільніше? Тоді ти слухай уважніше! Я логопед? А ти – отоларинголог!»* є класичним прикладом стратегії переосмислення діалекту, за якої зневажливе ярликове визначення перетворюється на символ опору [Camino, Diario de Cádiz, 28.02.2026].

Варто також зазначити, що активізм Ману Санчеса не обмежується лише його гумористичними скетчами. У своїх публічних виступах він неодноразово наголошував на реальних соціальних наслідках «андалуфобії»: втраті робочих місць, шкільному булінгу та психологічному тиску, що змушує вихідців з Андалусії відмовлятися від своєї рідної мови [Camino, Diario de Cádiz, 28.02.

2026]. Його власний досвід є достатньо показовим, адже після публікації відео «*Como yo te hablo*» він отримав безліч коментарів, сповнених ненависті, погроз та образ, що підтверджує реальність дискримінації, а не її перебільшення.

Таким чином, можна підсумувати, що аналіз трьох медійних кейсів, а саме інституціоналізації письмової норми, телевізійної нормалізації та гумористичного активізму дозволяє зробити кілька ключових висновків щодо перспектив розвитку лексики андалузького діалекту в сучасному медійному просторі. По-перше, спостерігається стійка тенденція до зняття обмежень щодо андалузького лексикону. Якщо раніше діалектні слова та вирази асоціювалися виключно з неформальною усною мовою або використовувалися для створення комічних чи другорядних персонажів, то сьогодні вони поступово інтегруються у медійний простір. По-друге, формується основа для закріплення діалекту в письмовій формі. Проекти *EPA* та *AndaluWiki*, незважаючи на технічні обмеження, демонструють, що андалузький лексикон може існувати в письмовій формі систематично, а не лише у вигляді карикатурних зразків.

Наявність орфографічних словників, транскрипторів, клавіатур для мобільних пристроїв та Вікіпедії на основі андалузького діалекту створює матеріальну та технічну базу для подальшого розвитку діалекту в цифровому середовищі. По-третє, з'являється нова хвиля публічних активістів, таких як Ману Санчес, які поширюють ідеї захисту мови за допомогою гумору та популярних медійних форматів (пародійні пісні та вірусні публікації в соціальних мережах). Їхня стратегія полягає в тому, щоб переосмислити найбільш стигматизовані лексичні особливості та перетворити сором на гордість. Отже, хоча лексика андалузького діалекту ще не отримала офіційного визнання на державному рівні (наприклад, у шкільній освіті чи в державному управлінні), у медійній сфері спостерігаються безумовні досягнення. Головна перспектива розвитку андалузького діалекту полягає у поступовому зникненні стигматизації його лексики як «екзотичної», «неправильної» або «смішної», а також у наданні йому статусу звичайного та повсякденного засобу комунікації, що не потребує ні виправдань, ні перекладу.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було здійснено аналіз дискурсивних та соціолінгвістичних аспектів функціонування андалузького діалекту в медійному просторі. На відміну від попереднього розділу, де акцент стосувався кількісних показників та тематичної класифікації лексики, цього ж розділу основна увага приділялася якісному аналізу мовних ідеологій, стратегій створення ідентичності та перспектив розвитку діалекту в сучасних медіа. Джерельну базу цього розділу склали публікації в національній та регіональній пресі, політичні коментарі в соціальних мережах, рекламні кампанії, контент соціальних мереж, а також матеріали проектів з інституціоналізації діалекту та серіал «*Honor*». Хронологічні рамки аналізу охопили період 2020–2026 років.

Було досліджено, як медійний дискурс відображає суперечливе ставлення до андалузького діалекту. Виявлено, що в іспанському суспільстві досі існує явище «глотофобії» – дискримінації за мовними ознаками, коли андалузьке мовлення сприймається як «неправильне» порівняно з кастильським стандартом. На прикладі політичного дискурсу та публікацій у національній пресі було зафіксовано випадки відкритої стигматизації діалекту. Водночас у цьому ж підрозділі було виявлено протилежну тенденцію: регіональна преса, інституційні ініціативи, комерційна реклама та соціальні мережі активно сприяють легітимізації діалекту, перетворюючи його на символ гордості та регіональної ідентичності. Таким чином, встановлено, що андалузький діалект функціонує в медіапросторі в умовах постійної напруги між стигматизацією та легітимацією.

Також було проаналізовано конкретні стратегії використання діалектної лексики для створення локальної ідентичності та автентичності. З'ясовано, що комерційна реклама використовує андалузький діалект як інструмент апеляції до емоцій, автентичності та культурного коду. Інституційна кампанія «*Andalusian Crush*», започаткована урядом Андалусії, застосовує діалектну лексику та акцент для створення «емоційної розповіді про бренд», що принесло

їй комерційний успіх та професійне визнання. У соціальних мережах було виявлено декілька стратегій, а саме: створення спільнот, об'єднаних навколо діалекту; нормалізація діалекту через гумор та іронію; використання діалекту брендами для підкреслення зв'язку з регіоном. Найбільш ефективною стратегією визнано поєднання комерційного успіху з емоційним наративом та залученням молодих андалузьких митців.

На основі аналізу трьох конкретних кейсів було визначено перспективи розвитку андалузької лексики в сучасному медійному просторі. Перший кейс – проекти *EPA* та *AndaluWiki* – свідчить про формування бази задля письмової фіксації діалекту, що є необхідною умовою для його визнання повноцінним мовним варіантом. Незважаючи на технічні обмеження, сам факт існування орфографічних словників та транскрипторів створює матеріально-технічну базу для подальшого розвитку. Другий кейс – серіал «*Honor*» на телеканалі *Antena 3* – демонструє тенденцію до демаргіналізації діалекту на традиційному телебаченні, де раніше андалузька лексика або вилучалася, або використовувалася виключно для другорядних комічних персонажів. Третій кейс – активістська діяльність коміка Ману Санчеса, яка демонструє, як гумор та популярні медійні формати можуть бути інструментом боротьби зі стигматизацією.

Проведений аналіз засвідчує, що андалузький діалект у сучасному медійному просторі Іспанії перебуває в стадії активної трансформації. Попри збереження стигматизації в національній пресі, політичному дискурсі та частині громадських коментарів, діалект набуває все більшої легітимності завдяки трьом ключовим факторам: комерційній доцільності, технологічній підтримці та активістському руху. Кількісні показники, отримані в другому розділі (найвища частотність діалектизмів у соціальних мережах – 3,67 одиниці на допис), якісно підтверджуються третім розділом: саме соціальні мережі та нові медіа (*TikTok*, *X*, *Instagram*) стають головним майданчиком для легітимізації андалузького діалекту, тоді як традиційні медіа залишаються найбільш консервативними. Головною перспективою розвитку андалузького діалекту,

виявленою в результаті дослідження, є поступове зникнення маркування його лексики як «екзотичної», «неправильної» або «смішної» і набуття статусу звичайного, прийнятного повсякденного засобу комунікації, який не потребує ані виправдань, ані перекладу. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз впливу цих процесів на шкільну освіту, де андалузький діалект досі не визнаний на офіційному рівні, а також на порівняльний аналіз з іншими діалектами іспанської мови.

ВИСНОВКИ

У роботі було здійснено комплексний аналіз лексичної варіативності андалузького діалекту в медійному дискурсі Іспанії на основі сформованої джерельної бази, що охопила період 2020–2025 років. Було визначено основні лексичні, функціональні та соціолінгвістичні особливості андалузьких діалектизмів у загальнонаціональних та регіональних медіа, а також у соціальних мережах.

Під час дослідження було визначено ключові поняття варіативної лінгвістики (варіант, інваріант, лінгвістична змінна, норма) та типологію варіативності (діатопія, діастратія, діафазія) за Еугеніо Косеріу. Було охарактеризовано андалузький діалект як об'єкт лінгвістичних студій: досліджено історію його формування, виокремлено основні фонетичні, граматичні та лексичні особливості, а також зазначено тісний зв'язок між андалузьким і латиноамериканським лексиконом. Для проведення емпіричного дослідження було обґрунтовано методологію, яка включає метод суцільної вибірки, контент-аналіз, лінгвостилістичний аналіз і кількісні методи підрахунку.

Під час практичного аналізу лексичної варіативності андалузького діалекту на основі сформованої джерельної бази (загальнонаціональні видання «*El País*» та «*El Mundo*», регіональні «*Diario de Sevilla*» та «*Diario Sur*», «*Canal Sur*», соціальні мережі *X*, *Instagram*, *TikTok*) було виявлено певні закономірності. На основі зібраного матеріалу (понад 300 публікацій та дописів, загальним обсягом приблизно 300–350 тисяч слововживань) було здійснено тематичну класифікацію андалузької лексики, у межах якої виокремлено чотири основні групи: побутова лексика (з найбільш уживаними прикладами, такими як *pescailto*, *cortijo*, *maceta*), культурно-маркована лексика (*andalucista*, *coraje*, *romería*), сільськогосподарська та природнича лексика (*albero*, *papas*, *chicharo*), а також емоційно-експресивна лексика та молодіжний сленг (*quillo/illo*, *miarma*, *pisha*). Виявлено, що побутова та культурно-маркована лексика домінує в

регіональній пресі, тоді як емоційно-експресивна є найбільш численною в соціальних мережах.

Кількісний аналіз засвідчив пряму кореляцію між типом медіа та частотою вживання андалузької лексики. Найвищу частотність демонструють соціальні мережі (3,67 діалектизми на один допис), що пояснюється неформальним характером спілкування та відсутністю цензури та редакційних обмежень. Регіональна преса та «*Canal Sur*» посідають проміжну позицію (1,78 та 1,84 відповідно), тоді як загальнонаціональна преса демонструє найнижчу частотність (0,52), що підтверджує її орієнтацію на загальноіспанську кастильську норму. Було проаналізовано функціональне навантаження діалектизмів у різних медійних жанрах. З'ясовано, що в інформаційних жанрах діалектна лексика виконує передусім номінативну та локальну функції, у публіцистичних текстах набуває емоційно-експресивного та ідеологічного забарвлення, а в інтерв'ю, ток-шоу та соціальних мережах домінує фатична функція.

Було розглянуто дискурсивні та соціолінгвістичні аспекти функціонування андалузького діалекту в медіа. Виявлено, що в іспанському суспільстві досі існує явище «глотофобії» – дискримінації за мовними ознаками. На прикладі політичного дискурсу та публікацій у національній пресі було зафіксовано випадки відкритої стигматизації діалекту. Водночас було виявлено протилежну тенденцію: регіональна преса, інституційні ініціативи, комерційна реклама та соціальні мережі активно сприяють легітимізації діалекту, перетворюючи його на символ гордості та регіональної ідентичності. Найбільш ефективною стратегією використання діалектної лексики для створення локальної ідентичності визнано поєднання комерційного успіху з емоційним наративом та залученням молодих андалузьких митців.

У результаті проведеного аналізу були виокремлені основні особливості функціонування андалузької діалектної лексики в медійному дискурсі Іспанії:

- тематична диференціація: домінування побутової лексики в регіональній пресі (37,6%) та емоційно-експресивної в соціальних мережах (47,7%);

- частотність вживання: соціальні мережі (3,67) > «*Canal Sur*» (1,84) > регіональна преса (1,78) > загальнонаціональна преса (0,52);
- функціональне навантаження: номінативна та локальна функції в інформаційних жанрах, емоційно-експресивна та ідеологічна в публіцистичних, фатична в інтерв'ю та соціальних мережах;
- стратегії створення ідентичності: використання діалектних звертань як маркерів групової приналежності, застосування гумору та іронії для нормалізації діалекту, апеляція до автентичності в комерційній рекламі.

Можливості подальших досліджень вбачаємо у використанні аналогічної методології для порівняльного аналізу лексичної варіативності андалузького діалекту з іншими діалектами іспанської мови (канарським, мурсійським, естремадурським), а також для дослідження впливу цифрових медіа на трансформацію діалектного лексикону в інших регіонах іспаномовного світу.

RESUMEN

En el contexto actual, los medios de comunicación y las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la disposición de la opinión pública y en la difusión de información sobre eventos globales. El estudio de la variación lingüística en el discurso mediático permite comprender cómo los dialectos regionales, como el andaluz, se integran en el espacio público y se transforman en marcadores de identidad y autenticidad.

Este estudio realiza un análisis integral de la variación léxica del dialecto andaluz en el discurso mediático español desde 2020 hasta 2025. El objetivo es identificar y analizar los elementos léxicos, funcionales y sociolingüísticos del dialecto andaluz en los medios de comunicación y comprender cómo esta variante regional se representa, se estigmatiza o se legitima en el espacio mediático hispanohablante.

Los propósitos específicos incluyen:

- analizar los fundamentos teórico-metodológicos del estudio de la variación léxica en el discurso mediático;
- caracterizar el dialecto andaluz como objeto de estudio lingüístico;
- examinar el léxico andaluz en los medios de comunicación nacionales y regionales de España;
- identificar los recursos léxicos, temáticos y funcionales característicos de los dialectalismos andaluces en los medios;
- comparar el uso del léxico andaluz en la prensa nacional («*El País*», «*El Mundo*»), la prensa regional («*Diario de Sevilla*», «*Diario Sur*»), el medio audiovisual («*Canal Sur*») y las redes sociales (*X*, *Instagram*, *TikTok*);
- determinar las estrategias discursivas para la creación de identidad local y autenticidad.

En el estudio utilizamos métodos de análisis y síntesis para el procesamiento de fuentes teóricas; el método de muestreo continuo para la recopilación de material empírico; el método descriptivo para la sistematización e interpretación de los datos; el método de análisis semántico-estilístico y de análisis contextual para determinar las

funciones del léxico dialectal; el método de análisis cuantitativo para identificar la frecuencia de uso; y el método comparativo para contrastar el uso del léxico andaluz en diferentes tipos de medios. La novedad del trabajo radica en su enfoque integral, que permite identificar tendencias en el uso de recursos léxicos y estilísticos y comparar las diferencias entre los medios nacionales, regionales y las redes sociales. Este análisis es crucial para comprender la influencia de las estrategias lingüísticas de los medios en la percepción del dialecto andaluz por parte de los lectores hispanohablantes.

En el primer capítulo se examina la variación lingüística como objeto de estudio de la lingüística moderna. Se definen los conceptos clave de variante, invariante, variable lingüística y norma, así como la tipología de la variación (diatopía, diastratia, diafasía) desarrollada por Eugenio Coseriu. También se caracteriza el dialecto andaluz como objeto de estudio: se investiga la historia de su formación, se describen sus principales rasgos fonéticos, gramaticales y léxicos, y se analiza el discurso mediático como entorno de funcionamiento del léxico dialectal andaluz. Por último, se fundamenta la metodología del estudio empírico, que incluye el muestreo continuo, el análisis de contenido, el análisis lingüístico-estilístico y los métodos cuantitativos.

En el segundo capítulo se analiza el léxico andaluz en los medios de comunicación nacionales y regionales de España. El análisis se basa en un corpus de más de 300 publicaciones (alrededor de 300-350 mil palabras) de los periódicos «*El País*», «*El Mundo*», «*Diario de Sevilla*» y «*Diario Sur*», del canal audiovisual «*Canal Sur*» y de las redes sociales *X*, *Instagram* y *TikTok*. En primer lugar, se realiza una clasificación temática del léxico andaluz, identificando cuatro grupos principales: léxico del uso cotidiano (*pescaíto*, *cortijo*, *maceta*), léxico culturalmente marcado (*andalucista*, *coraje*, *romería*), léxico agropecuario y natural (*albero*, *papas*, *chícharo*) y léxico emocional-expresivo y juvenil (*quillo/illo*, *miarma*, *pisha*). Se observa que el léxico cotidiano y culturalmente marcado domina en la prensa regional, mientras que el léxico emocional-expresivo es el más numeroso en las redes sociales.

El análisis comparativo muestra que el uso del léxico dialectal de los medios regionales tiene más similitudes que diferencias con el de las redes sociales. Entre las diferencias se encuentra el grado de formalidad: la prensa regional utiliza el léxico andaluz de manera más moderada y en contextos predominantemente nominales, mientras que las redes sociales emplean el léxico dialectal con alta frecuencia (3,67 dialectalismos por publicación) y en funciones fundamentalmente fáticas (uso de vocativos como *illo*, *miarma*, *pisha*). Asimismo, se observa que las características gramaticales del español andaluz también se reflejan en los titulares y publicaciones, ya que, a diferencia de los medios nacionales, donde predomina la norma castellana, los medios regionales y las redes sociales prefieren formas dialectales como el seseo y las contracciones fonéticas (*pa*, *ke dise*, *pescao*).

El análisis cuantitativo demuestra una correlación directa entre el tipo de medio y la frecuencia de uso del léxico andaluz. Las redes sociales muestran la frecuencia más alta (3,67), lo que se explica por el carácter informal de la comunicación y la ausencia de restricciones editoriales. La prensa regional y «*Canal Sur*» ocupan una posición intermedia (1,78 y 1,84 respectivamente), mientras que la prensa nacional muestra la frecuencia más baja (0,52), lo que confirma su orientación hacia la norma castellana.

En el tercer capítulo se examinan los aspectos discursivos y sociolingüísticos del funcionamiento del dialecto andaluz en los medios. Se analiza el fenómeno de la «glotofobia» (discriminación por razones lingüísticas) en el discurso político y en la prensa nacional, donde se registran casos de estigmatización abierta del dialecto. Al mismo tiempo, se identifica la tendencia opuesta: la prensa regional, las iniciativas institucionales, la publicidad comercial y las redes sociales contribuyen activamente a la legitimación del dialecto, transformándolo en un símbolo de orgullo e identidad regional.

El análisis de las estrategias de creación de identidad local revela que la publicidad comercial utiliza el dialecto andaluz como herramienta para generar autenticidad y conexión emocional con la audiencia. La campaña institucional «*Andalusian Crush*» y la campaña de la marca de cerveza Cruzcampo «*Habla tu*

andaluz» son ejemplos paradigmáticos de cómo el dialecto se convierte en un recurso de marketing exitoso. En las redes sociales, se identifican estrategias como la creación de comunidades en torno al dialecto, la normalización del dialecto a través del humor y la ironía, y el uso del dialecto por parte de blogueros educativos para enseñar español a extranjeros.

Por último, se analizan las perspectivas de desarrollo del dialecto andaluz en el espacio mediático actual. El proyecto *EPA (Êttandâ pal andalûh)* y *AndaluWiki* demuestran que se están sentando las bases para la fijación escrita del dialecto, una condición necesaria para su reconocimiento como variante lingüística plena. La serie de televisión «*Honor*» (*Antena 3*), donde el 90% del elenco actúa con su acento andaluz natural, marca un hito en la desmarginalización del dialecto en la televisión tradicional. La actividad activista del humorista Manu Sánchez, con su campaña viral «*Como yo te hablo*», ejemplifica cómo el humor y los formatos mediáticos populares pueden ser herramientas eficaces para combatir la estigmatización.

Como resultado del análisis, se identificaron los rasgos léxicos, gramaticales, estilísticos y funcionales más importantes del léxico andaluz en el discurso mediático español:

- el uso predominante del léxico cotidiano en la prensa regional (37,6%) y del léxico emocional-expresivo en las redes sociales (47,7%).
- el uso de vocativos dialectales como marcadores de identidad grupal (*quillo/illo, miarma, pisha, mengue, chacho, mihijo*).
- el predominio de la función nominativa en los géneros informativos, de la función emocional-expresiva e ideológica en los textos publicitarios y políticos, y de la función fática en las redes sociales.
- la presencia de estrategias de estigmatización («glotofobia») en la prensa nacional y el discurso político, junto con estrategias de legitimación en los medios regionales, la publicidad y las redes sociales.
- la tendencia creciente hacia la normalización y desmarginalización del dialecto andaluz en el espacio mediático, ejemplificada por proyectos de ortografía dialectal, series de televisión y activismo humorístico.

En resumen, vemos la posibilidad de seguir investigando en el uso del análisis lingüístico y estilístico entre los avances científicos en el campo del análisis y la identificación de unidades lingüísticas individuales para una mejor comprensión y estudio de la relación entre ellas y el impacto en la presentación de la información a un público amplio, así como en la aplicación de una metodología similar al estudio de otros dialectos del español peninsular e insular.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєва І.О. Мовні рівні та комунікативна ситуація: лінгвокультурологічний аспект. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2009. Вип. 15. С. 3–11.
2. Асаєвич І.Д. Андалузські діалектизми як ідентифікаційний ресурс у соціальних мережах. *Сучасна філологія: лінгвістика, літературознавство, перекладознавство, фольклор*: зб. тез Всеукр. наук. конференції, м. Київ, 13-14 листопада 2025 р. Київ, 2025. С. 19-20.
3. Григоренко Т. В. Етнографічна лексика і фразеологія у складі української літературної мови : монографія. Умань : ПП Жовтий, 2010. 216 с.
4. Гримашевич Г. Діалектна лексика в романі Марії Матіос «Мами». *Лінгвостилістичні студії*. 2023. С. 7–19. URL: <https://doi.org/10.29038/2413-0923-2023-19-7-19> (дата звернення: 02.01.2026).
5. Доній Н. Хвиля соціальної ексклюзії та стигматизації як реалія українського соціального простору: причини та наслідки. *Виклики толерантності в умовах російської воєнної агресії* : матеріали Всеукраїнської науково-дискусійної платформи (м. Кропивницький, 16 лист. 2023 р.). Кропивницький : ДонДУВС, 2023. С. 18–21.
6. Зайцева О. Варіантність норми як відображення сучасного стану мови у сфері телевізійної інформації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2019. Т. 30 (69), № 4 Ч. 1. С. 10–16.
7. Костєва Т.Б. Комунікації в соціальній сфері : методичні вказівки. *Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили*. 2021. № 371. С. 3–36.
8. Парфіненко А.О. Мовна варіативність у фокусі сучасних лінгвістичних досліджень (на матеріалі праць британських та американських вчених). *Studia linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 116–120.
9. Тинний В.І, Овчіннікова О.І, Бергер Л.С. Мовна дискримінація або глотофобія як проблема розвитку міжкультурного спілкування. *Стратегії*

- міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасних університетів : зб. матеріалів X Міжнар. наук. конф. (Київ, 25 квіт. 2024 р.). Київ : КНЕУ, 2024. С. 80–84.
- 10.Ткач А.В. Про співвідношення понять «варіант», «інваріант», «варіантність», «варіювання» у слов'янському мовознавстві. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2013. Т. 9, № 2. С. 181–185. URL: <https://doi.org/10.31812/filstud.v9i2.471> (дата звернення: 03.04.2026).
- 11.Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність : монографія / О.О. Рафальський (кер.), Я.С. Калакура, О.Я. Калакура, М.Ф. Юрій. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 512 с.
- 12.Álvarez de Miranda. El andaluz y el español de América. *In Actas del IV Congreso de la Asociación de Historia de la Lengua Española. Logroño*. 2003. С. 47–73.
- 13.Andalusian Spanish. *Newcastle University Staff Publishing Service*. URL: <https://www.staff.ncl.ac.uk/i.e.mackenzie/andalusi.htm> (дата звернення: 14.11.2025).
- 14.AndaluWiki – El contenido de Wikipedia en Andaluz. *AndaluGeeks*. URL: <https://andaluh.es/wikipedia-andaluz/> (дата звернення: 14.11.2026).
- 15.Arnold M. Stylistics, Literary Criticism, Linguistics and Discourse Analysis. *In International Journal of English Linguistics*. Vol. 9, No. 2. 2019. С. 412–426.
- 16.Bea P. Los actores agradecen el protagonismo del acento andaluz en Honor: “Da una normalidad que no tenemos que buscar”. *Antena3*. URL: https://www.antena3.com/series/honor/actores-agradecen-protagonismo-acento-andaluz-normalidad-que-tenemos-que-buscar_202501256794fc801236b6000166a66c.html (дата звернення: 03.04.2026).
- 17.Biber D. Representativeness in corpus design. *Literary and linguistic computing*. 1993. Vol. 8, no. 4. P. 243–257. URL: <https://doi.org/10.1093/lc/8.4.243> (дата звернення: 19.03.2026).

- 18.Cano Aguilar R., Morillo Velarde-Pérez R., Narbona Jiménez A. El español hablado en Andalucía. 2022nd ed. Editorial Universidad de Sevilla, 2022. URL: <https://doi.org/10.12795/9788447223381> (дата звернення: 15.03.2026).
- 19.Carriscondo-Esquivel F. M., El-Founti Zizaoui A. Dos calas en el discurso del odio al andaluz, de la tradición libresca a la prensa digital. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*. 2020. P. 251–264. URL: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a12> (дата звернення: 16.03.2026).
- 20.CORECON Project of the University of Sibiu. How we collect, manage and process our research material for CORECON. In University of Sibiu. Sibiu. 2024. URL: <https://grants.ulbsibiu.ro/corecon/how-we-collect-manage-and-process-our-research-material-for-corecon/> (дата звернення: 16.03.2026).
- 21.Coseriu.ch. Official website. URL: <https://coseriu.ch/> (дата звернення: 02.05.2026).
- 22.Crespo M. Lingüística digital: revisión de su estado actual y retos en el instituto universitario de investigación en lingüística aplicada de la universidad de Cádiz. *Pragmalinguística*. 2020. No. 28. P. 148–165. URL: <https://doi.org/10.25267/pragmalinguistica.2020.i28.08> (дата звернення: 16.03.2026).
- 23.Cruz Ortiz R. Creencias y actitudes lingüísticas del alumnado de secundaria andaluz hacia su propia variedad de habla. *Contextos Educativos. Revista de Educación*. 2023. No. 32. P. 305–324. URL: <https://doi.org/10.18172/con.5501> (дата звернення: 7.03.2026).
- 24.¿Cuál es el origen del habla andaluza? *ElNacional.cat*. URL: https://www.elnacional.cat/es/cultura/origen-habla-andaluza-marc-pons_1106235_102.html (дата звернення: 02.04.2026).
- 25.Cuestiones de actualidad en lengua española / ed. by B. N. Julio. Salamanca : Ediciones Universidad Salamanca, 2000. 382 p.

26. Di Cristofaro M. *Corpus approaches to language in social media*. New York: Routledge. 2024. New York: Routledge. 386 p.
27. Doncel C. Orgullo de acento andaluz en redes: los creadores de Andalucía conquistan Instagram y Tiktok. *El Correo de Andalucía*. Sevilla. 2026. URL: <https://elcorreoweb.es/> (дата звернення: 12.02.2026).
28. Doreleijers K. Enregistering grammatical gender: indexing brabantishness through language cultural practices in digital tiles. *Signs and society*. 2023. Vol. 11, no. 3. P. 237–259. URL: <https://doi.org/10.1086/726196> (дата звернення: 13.02.2026).
29. Dörnyei Z., Griffee D. T. Research Methods in Applied Linguistics. *TESOL Journal*. 2010. Vol. 1, no. 1. P. 181–183. URL: <https://doi.org/10.5054/tj.2010.215611> (дата звернення: 02.03.2026).
30. «El andaluz es la avanzadilla del español del futuro». *Diario de Sevilla*. URL: https://www.diariodesevilla.es/entrevistas/andaluz-avanzadilla-espanol-futuro_0_820417965.html (date of access: 02.03.2026).
31. El español a uno y otro lado del Atlántico: reflexiones en torno a la diversidad | QUADERNA. *QUADERNA | a multilingual and transdisciplinary journal – ISSN 2507-2811*. URL: <https://quaderna.org/5/el-espanol-a-uno-y-otro-lado-del-atlantico-reflexiones-en-torno-a-la-diversidad/> (date of access: 02.03.2026).
32. Expreso. La transformación del modelo turístico de Andalucía. Expreso – Diario de viajes y turismo. 2025. URL: <https://expreso.ec/> (дата звернення: 22.03.2026).
33. García J. C. H. *Lenguas y normalización en España*. Madrid : Editorial Gredos, 2006. 390 p.
34. Garrido Domínguez A. El andaluz en los medios de comunicación: estereotipos y actitudes lingüísticas. Huelva: Universidad de Huelva, 2018. c. 112.
35. Guarner M. S. *La llengua dels valencians*. 7th ed. Valencia : Arts Gràfiques, 1980. 211 p.

36. Guerrero-Salazar S. «Gltofobia» ante los acentos andaluces y canarios: un análisis a través de la prensa. *Revista de la Academia Canaria de la Lengua*, 2. 2021. C. 6–7.
37. Habla de Sevilla y hablas americanas / ed. by C. C. Pedro, P. P. M. Teresa. Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, Sevilla. 1990. 278 p.
38. Haensch G. Real academia española (2005): diccionario panhispánico de dudas, madrid, real academia española, asociación de academias de la lengua española y santillana ediciones generales, 8333 pp. [citado como DPD]. *Revista de lexicografía*. 2006. Vol. 12. P. 267–270. URL: <https://doi.org/10.17979/rlex.2006.12.0.4778> (дата звернення: 22.03.2026).
39. Harjus J. Construcciones metapragmático-discursivas de una identidad (lingüística) andaluza en el Hip-Hop andaluz del siglo XXI. *Naciones, nacionalismos y fronteras desde la perspectiva hispano-austriaca* / ed. P. Cifre-Wibrow, M. Pieber, R. Sánchez Prieto. Salamanca : Ediciones Universidad de Salamanca, 2025. P. 109–126.
40. Henriksen N. Exploring the linguistics and social perceptions of Andalusian Spanish. *Research features*. 2024. URL: <https://doi.org/10.26904/rf-152-6479300820> (дата звернення: 22.03.2026).
41. Henriksen N., Rubin L. Beyond *distinción*: media, identity, and the strategic use of /s/ and /θ/ in andalusian spanish. *Journal of sociolinguistics*. 2025. URL: <https://doi.org/10.1111/josl.12717> (дата звернення: 17.11.2025).
42. Hernández-Campoy J. M., Villena-Ponsoda J. A. Standardness and nonstandardness in Spain: dialect attrition and revitalization of regional dialects of Spanish. *International journal of the sociology of language*. 2009. Vol. 2009, no. 196-197. URL: <https://doi.org/10.1515/ijsl.2009.021> (дата звернення: 17.11.2025).
43. Jaime Jimenez E. Variable Fricative Production and Near-Mergers in Central Andalusia. Speech Analysis Lab. The Ohio State University. URL: <https://u.osu.edu/speechlabspgo/ceseol/> (дата звернення: 18.03.2026).

44. José Del Valle. Andalucismo, poligénesis y koineización: dialectología e ideología. *Hispanic Review*. Vol. 66, No. 2. 1998. C. 131–149.
45. Ke Dise, Mi Arma? Dialectal Varieties in WhatsApp Digital Norm of Andalusian Adolescent Speakers / A. Gómez-Camacho et al. *Languages*. 2023. Vol. 8, no. 2. P. 94. URL: <https://doi.org/10.3390/languages8020094> (дата звернення: 18.03.2026).
46. La lengua española en su geografía : manual de dialectología hispánica. 3. edición. Madrid : Arco/Libros, 2016. 510 p.
47. Lapesa R. Historia de la lengua española. 9th ed. Madrid : Gredos, 2005. 690 p.
48. Latoń A. La toma de postura y el uso de los andalucismos léxicos en la prensa española. Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego. 2022. URL: <https://ruj.uj.edu.pl/entities/publication/827f4e4f-36cb-4f0e-baf8-596445a1bc70> (дата звернення: 18.03.2026).
49. Leal Abad E. La construcción discursiva del andaluz en el ámbito de la publicidad institucional. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*. 2024. No. 41. P. 21–42. URL: <https://doi.org/10.14198/elua.24679> (дата звернення: 18.03.2026).
50. Linguistic varieties – coseriu.ch. URL: <https://coseriu.ch/linguistic-varieties/> (дата звернення: 18.03.2026).
51. Lipski J. M. Latin American Spanish. London : Longman, 1994. 436 p
52. L. López-Agulló Pérez-Caballero J. M. Análisis sociolingüístico del acento andaluz como estrategia de reposicionamiento de marca. *Sintaxis*. 2026. No. 16. P. 205–222. URL: <https://doi.org/10.36105/stx.2026n16.11> (дата звернення: 17.02.2026).
53. López M. A. Atlas lingüístico y etnográfico de Andalucía. Madrid: Arco Libros - La Muralla, S.L. 2013. 536 p.
54. Méndez García de Paredes E. La identidad lingüística andaluza. *Revista de estudios regionales*. Málaga. 2008. P. 97–126.

55. Mihatsch W., Vazeilles A. Chapter 4. Diatopic variation as evidence for diachronic changes in the 20th and 21st centuries. *Language change in the 20th century*. Amsterdam, 2024. P. 120–157. URL: <https://doi.org/10.1075/pbns.340.04mih> (дата звернення: 17.02.2026).
56. Mondéjar Cumpián J. Dialectología andaluza. Granada : Universidad de Granada, 2001. 312 p.
57. Mouton P. G. Panhispanismo y variedades del español. *HispanismeS*. 2025. Vol. 25. URL: <https://doi.org/10.4000/149b2> (дата звернення: 02.04.2026).
58. NORM norma. *Hipanoteca – Portal de lengua y cultura hispanas*. URL: <http://hispanoteca.info/Linguistik/n/NORM%20Norma.htm> (дата звернення: 02.05.2026).
59. Perceptions of regional origin and social attributes of phonetic variants used in Iberian Spanish / N. Henriksen et al. *Journal of linguistic geography*. 2023. P. 1–25. URL: <https://doi.org/10.1017/jlg.2023.6> (дата звернення: 02.04.2026).
60. Pollock M. Politics, variation, and politeness on andalusian twitter (X): the second-person plural in peninsular Spanish identity construction. *Recent developments in hispanic linguistics*. no.41 Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2024. P. 44–68.
61. *Propuesta de ortografía andaluza EPA*. URL: <https://andaluhepa.files.wordpress.com/2019/10/propuesta-de-ortograf3ada-andaluza-epa-actualizada-2019-docx.pdf> (дата звернення: 02.04.2026).
62. Puertas I.C. Estereotipos andaluces en la animación audiovisual: análisis psicosocial y repaso por su historia. Granada : Universidad de Granada, 2022. 58 p.
63. Rincón González M. J. Desterrar la glotofobia. *Diario Libre*. Santo Domingo. 2026. URL: <https://diariolibre.com/revista/columnistas/2026/04/20/adios-a-la-gltofobia/3508282> (дата звернення: 10.03.2026).
64. Rodríguez Y. JOHANNES KABATEK. 2023. eugenio coseriu: beyond structuralism. berlín/boston: de gruyter. *Lingüística*. 2024. Vol. 40. P. 1–5.

- URL: <https://doi.org/10.5935/2079-312x.20240010> (дата звернення: 14.02.2026).
- 65.Saleh T., Altakhaineh A. R. M., Alaghawat M. Examining the use of Andalusian Spanish on X.com platform: a content analysis of posts to assess regional identity and linguistic features. *Cogent arts & humanities*. 2025. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2465211> (дата звернення: 14.02.2026).
- 66.Salgado F. M. Los arabismos del castellano en la Baja Edad Media: consideraciones históricas y filológicas. 2nd ed. Salamanca : Ediciones Universidad de Salamanca, 1991. 554 p.
- 67.Salvador G. El habla de cùllar-baza. *Madrid: cSIC*. 1964. P. 37-89.
- 68.Shelley M., Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to its Methodology. *Journal of the American Statistical Association*. 1984. Vol. 79, no. 385. P. 240. URL: <https://doi.org/10.2307/2288384> (дата звернення: 14.02.2026).
- 69.Steiger A. Contribución a la fonética del hispano-árabe y de los arabismos en el ibero-románico y el siciliano. Madrid : Impr. de la Librería y casa editorial Hernando, 1932. 519 p.
- 70.Valdivia Alonso D., Ruiz Jiménez A. M. Formando andaluces y españoles: la construcción de la identidad nacional en la escuela andaluza. *Revista CENTRA de Ciencias Sociales*. 2026. Vol. 5. № 1. P. 53–92. DOI: <https://doi.org/10.54790/rccs.131>.
- 71.Variaciones sobre lenguaje, lengua y habla. Tucumán : Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán, 1985. 172 p.
- 72.Variation and change / ed. by M. Fried, J.-O. Östman, J. Verschueren. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2010. URL: <https://doi.org/10.1075/hoph.6> (дата звернення: 14.02.2026).
- 73.Variation and change in LIS. Chapter 5. *Gesture studies*. Amsterdam, 2022. URL: <https://doi.org/10.1075/gs.9.c5> (дата звернення: 16.03.2026).

74. Vicente A. Z. Dialectología española. Madrid : Editorial Gredos, 1960. 394 p.
75. Villena Ponsoda J. A. Sociolinguistic patterns of Andalusian Spanish. *International journal of the sociology of language*. 2008. P. 193–194.
76. Why R. Supermercados El Jamón pone en valor el acento para el Día de Andalucía. *Reason Why*. URL: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/campana-publicidad-supermercados-el-jamon-dia-de-andalucia> (дата звернення: 16.03.2026).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

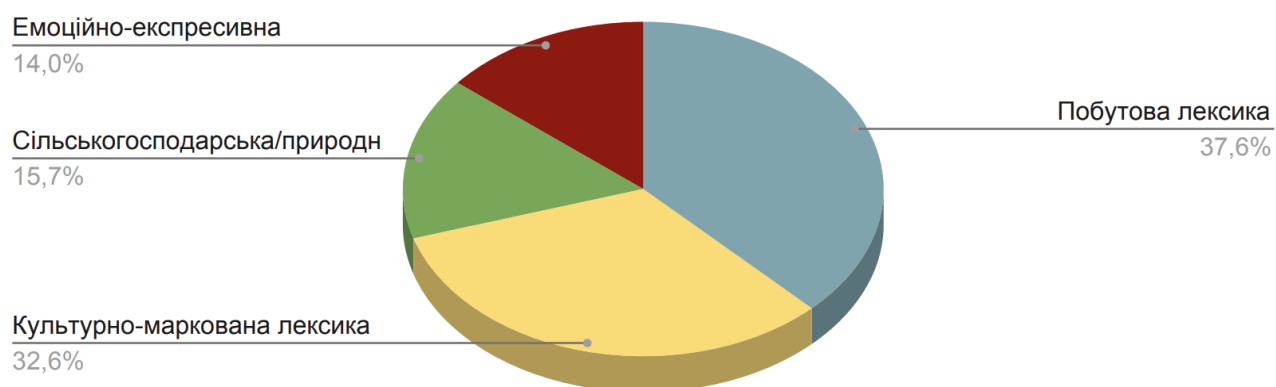
77. Canal Sur. RTVA Radio y Televisión de Andalucía. URL: <https://www.canalsur.es/portada-2808.html> (дата звернення: 10.03.2026).
78. Diario de Cádiz. Noticias de Cádiz, Andalucía y España, actualidad y última hora. URL: <https://www.diariodecadiz.es/> (дата звернення: 12.02.2026).
79. Diario de Sevilla. Noticias de Sevilla, Andalucía y España, actualidad y última hora. URL: <https://www.diariodesevilla.es> (дата звернення: 04.03.2026).
80. El Correo de Andalucía. Noticias de Sevilla, Andalucía y España. URL: <https://elcorreoweb.es> (дата звернення: 11.01.2026).
81. EL MUNDO – Diario online líder de información en español. *El Mundo*. URL: <https://www.elmundo.es> (дата звернення: 24.11.2025).
82. EL PAÍS: el periódico global. URL: <https://elpais.com> (дата звернення: 12.03.2026).
83. El Universal. El periódico de México líder en noticias y clasificados. URL: <https://www.eluniversal.com.mx> (дата звернення: 12.03.2026).
84. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/> (дата звернення: 08.03.2025).
85. Make Your Day. *TikTok*. URL: <https://www.tiktok.com> (дата звернення: 14.03.2026).
86. La opinión de Málaga. Noticias de Málaga hoy, Andalucía y España. URL: <https://www.laopiniondemalaga.es> (дата звернення: 20.01.2026).
87. Noticias de Argentina. *Clarín.com*. URL: <https://www.clarin.com> (дата звернення: 12.03.2026).

88. Noticias de Sevilla, Andalucía y España – ABC de Sevilla. *Diario ABC*. URL: <https://www.abc.es/sevilla> (дата звернення: 21.02.2026).
89. SUR, diario de Málaga. Noticias de Málaga. *Diario Sur*. URL: <https://www.diariosur.es> (дата звернення: 02.05.2026).
90. Últimas noticias, actualidad y última hora en Catalunya, España y el mundo. URL: <https://www.lavanguardia.com/> (дата звернення: 18.10.2025).
91. X (*formerly Twitter*). URL: <https://x.com> (дата звернення: 14.01.2026).

ДОДАТКИ

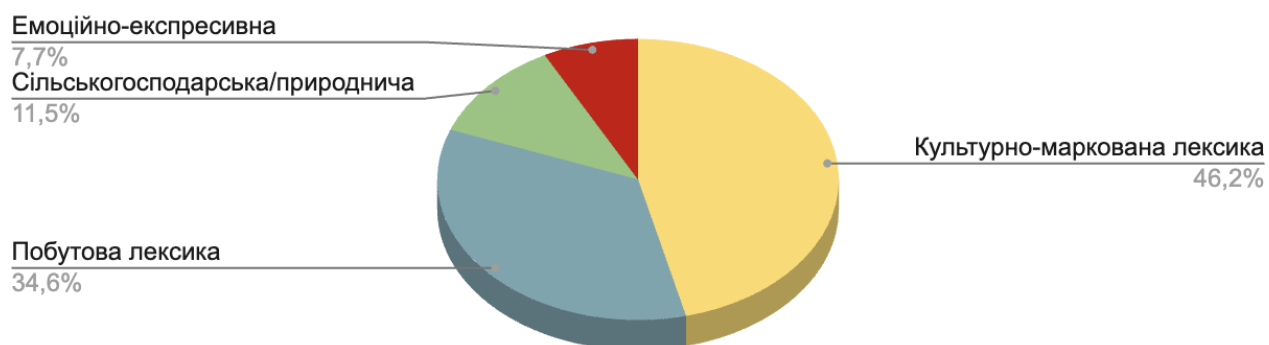
Додаток А

Розподіл андалузької лексики за тематичними групами в регіональних медіа



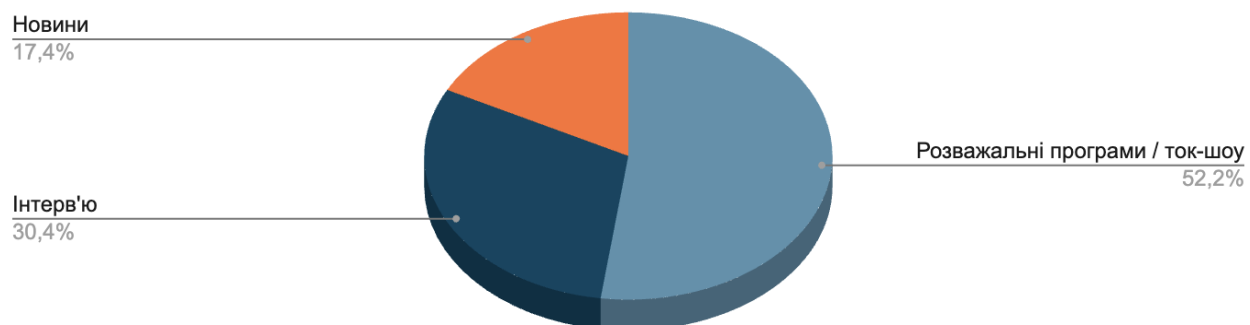
Джерело: складено автором за матеріалами дослідження

**Розподіл андалузької лексики за тематичними групами
в загальнонаціональних медіа**



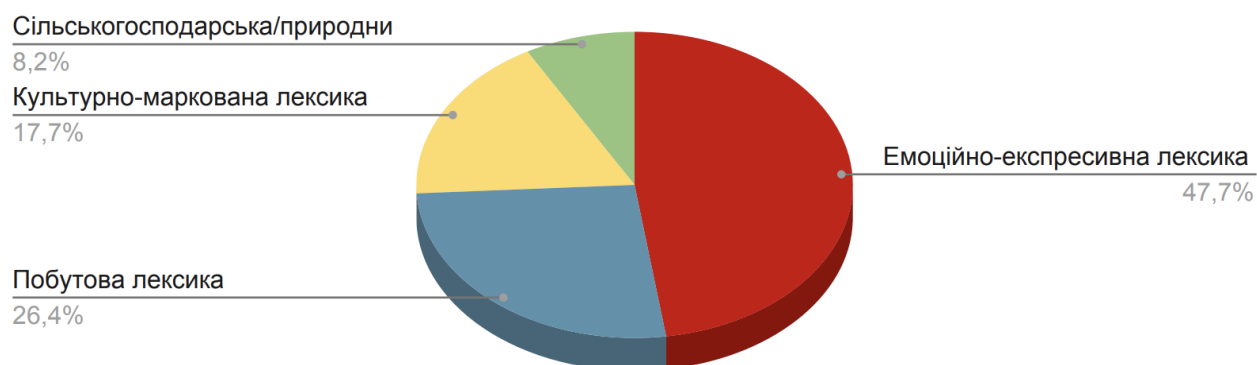
Джерело: складено автором за матеріалами дослідження

Розподіл андалузької лексики за жанрами в Canal Sur



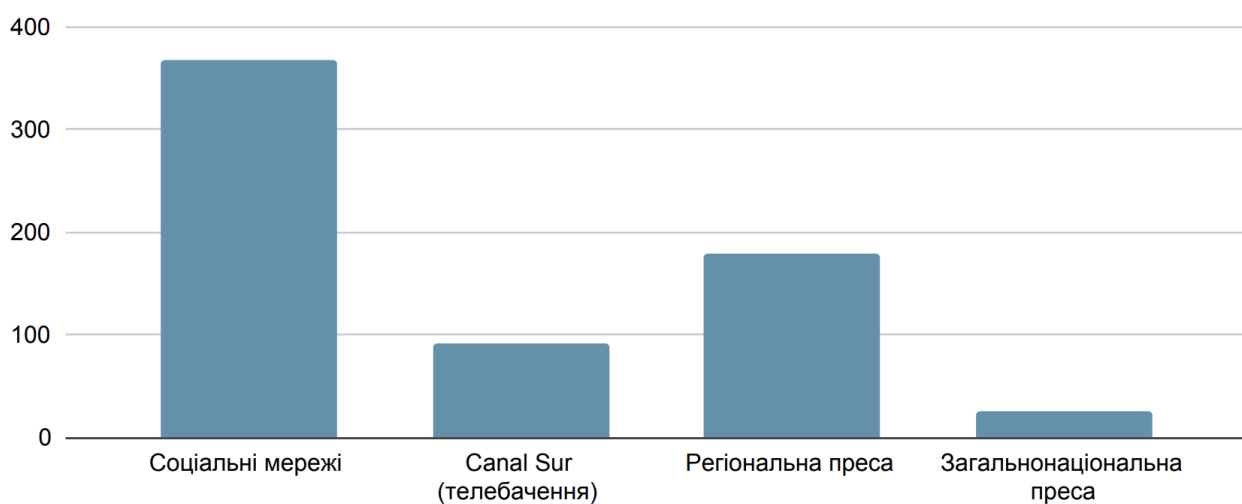
Джерело: складено автором за матеріалами дослідження

**Розподіл андалузької лексики за тематичними групами
в соціальних мережах**



Джерело: складено автором за матеріалами дослідження

**Порівняння середньої частоти вживання андалузької лексики
в різних типах медіа**



Джерело: складено автором за матеріалами дослідження