

ენა და ენათმეცნიერება

მედიაკომუნიკაციის ენის სოციალური როლებით განპირობებული  
სტილური და მოდალური მახასიათებლები

ქეთევან დეისაძე

keti.deisadze@atsu.edu.ge

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ქუთაისი, საქართველო

DOI:<https://doi.org/10.52340/atsu.2025.2.26.08>

ჩვენი ლინგვისტური ინტერესის საგანი ინტერაქციისა და კომუნიკაციის პირობებში შექმნილი ზეპირი მეტყველების სინტაქსური კონსტრუქციების სტილური ვარიანტებისა და მოდალური მახასიათებლების გამოვლენაა. მედია და პოლიტიკა ტრადიციულად განსხვავებულ ფუნქციურ სტილს იყენებს, მასმედია – პუბლიცისტურს, პოლიტიკა კი – ოფიციალურ-საქმიან სტილს, თუმცა თანამედროვე ეპოქაში სოციალური როლები სტილს სიტუაციურად ცვლიან. ლინგვისტური თვალსაზრისებით მედიაკომუნიკაციის ენის სტრატეგიული ნაწილი სრულად ემყარება მოდალობას. მოლაპარაკე სუბიექტის ყოველი მანიფესტის შინაარსის სემანტიკას მოდალობის მოდუსი განსაზღვრავს. ენა აერთიანებს ინდივიდის დამოკიდებულებისა და შეფასების კომპონენტებს. მოდალობა, როგორც პოზიციონირების მექანიზმი, შინაარსის გადმოსაცემად უნივერსალური კატეგორიაა. მედია- და პოლიტიკური დისკურსის ანალიზისას მოდალობა შეიძლება განვიხილოთ, როგორც კომუნიკანტის პოზიციის იდეოლოგიური მარკერი. მედიაკომუნიკაციის ზეპირი მეტყველების საანალიზო ფორმებზე დაკვირვების შედეგად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თანამედროვე ქართული საჯარო კომუნიკაციის სინტაქსურ კონსტრუქციებში დამკვიდრებული სტილური ვარიანტები და მოდალური მახასიათებლები საკვლევად მეტად საინტერესოა, მით უფრო, როცა ეპოქასთან ერთად მუდმივად იცვლება სტილისა და მოდალობის გამოხატვის ენობრივი ფორმები.

**საკვანძო სიტყვები:** კომუნიკაცია, ზეპირი მეტყველება, სინტაქსური კონსტრუქციები, სტილური ვარიანტები, მოდალური მახასიათებლები

აზრის ფორმირებისა და პოლიტიკური გავლენების ლეგიტიმაციის პროცესი სტრატეგიული კომუნიკაციის პარადიგმას ეფუძნება, რომლის სტანდარტები და მეთოდოლოგიური ინსტრუმენტები განსაზღვრავენ საინფორმაციო სივრცის სტრუქტურასა და დინამიკას. საზოგადოებრივ ურთიერთობებში მედია ინფორმაციის გავრცელება ეფექტურ საკომუნიკაციო ველს ქმნის. ინფორმაციის გაცვლას უზრუნველყოფს სოციალური როლებით დატვირთული მატრიცა, რომლის საკვანძო კომპონენტებს სა-

მეტყველო აქტები წარმოადგენენ. ჩვენი ლინგვისტური ინტერესის საგანი სწორედ ინტერაქციისა და კომუნიკაციის პირობებში ჩასახული ზეპირი მეტყველების სინტაქსურ კონსტრუქციებში დამკვიდრებული სტილური ვარიანტებისა და მოდალური მახასიათებლების გამოვლენაა.

ტელევიზია და პოლიტიკა თანამედროვე ცხოვრების ნაწილია. მიუხედავად იმისა, რომ ინფორმაციის გავრცელების უამრავი ალტერნატიული არხი (Youtube, სოციალური პლატფორმები...) არსებობს, ადამიანთა უმრავლესობა ინფორმაციას, მით უფრო, ახალ ამბებს ეროვნული და მსოფლიო პოლიტიკის შესახებ, ჯერ კიდევ ტრადიციული მედიასაშუალებებით იღებს. ტელევიზია, მათ შორის, ამ ეპოქაშიც ლიდერ პოზიციას ინარჩუნებს.

როგორც გ. კვარაცხელია აღნიშნავს, მასმედია ენის ფუნქციონირების განსაკუთრებული სფეროა (კვარაცხელია 2024, 33). მედიაში გავრცელებული ზეპირი ტექსტების სტილურ და მოდალურ მრავალფეროვნებას სხვადასხვა ფაქტორი განაპირობებს. ემპირიულ მასალაზე დაყრდნობით (სატელევიზიო ტოქშოუები და საზოგადოებრივ-პოლიტიკური გადაცემები) შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მედიის ენა სპეციფიკურია. იგი განსხვავდება როგორც სალიტერატურო, ისე ყოველდღიური სასაუბრო ენისგან. მისი მიზანია, ფართო აუდიტორიას ეფექტურად გადასცეს ინფორმაცია. მედიის ენა აუცილებელია იყოს მკაფიო, კონკრეტული და ლაკონური. მედიის ენა ერთგვარად ორგანიზებული სისტემაა. შესაბამისად, გავლენას ახდენს ყველა ინდივიდზე, რომელიც ამ სისტემას იყენებს და, პირიქით, კომუნიკანტები, როგორც მედიის წარმომადგენლები ისე პოლიტიკოსები, თავის მხრივ, საკუთარი ენობრივი ცოდნით ზემოქმედებენ ენაზე.

საერთო პროფესიით, ინტერესებითა და მიზნებით გაერთიანებული ადამიანები ხასიათდებიან ქცევითი ნორმებითა და მოქმედების ინდიკატორებით. მსგავსია მათი საკომუნიკაციო სტილიც. კომუნიკანტის ენობრივ პროფილსა და სტილურ მახასიათებლებს გარკვეულწილად განსაზღვრავს კონკრეტული სოციალური როლი, რომელსაც საზოგადოებაში წარმოადგენს. სტილის სახეებს არჩევენ სოციალური როლების (მასწავლებელი, ჟურნალისტი, პოლიტიკოსი, ექიმი და ა.შ), სქესის (ქალი, მამაკაცი), ასაკობრივი მაჩვენებლის (პატარა ბავშვის, მოზარდის, ზრდასრულის...) და სხვა ინდივიდუალური თუ ჯგუფური მახასიათებლების მიხედვით. „ენა განაპირობებს მისი მატარებლის აზროვნების ტიპს“ (ომიაძე

2009, 16).

გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ არცერთი ინდივიდი მხოლოდ ერთი სოციალური როლით არ პოზიციონირებს და არც მხოლოდ ადამიანთა ერთ ჯგუფს ეკუთვნის. შესაბამისად, ინდივიდთა კომუნიკაციური კომპეტენცია ფართოვდება (კვარაცხელია 2024, 29). გამომდინარე აქედან, თანამედროვე ქართულ მედიასივრცეში ჟურნალისტთა და პოლიტიკოსთა განსხვავებული და ამავდროულად საინტერესო ენობრივი ლანდშაპტი იკვეთება. კომუნიკანტები განსხვავდებიან არამხოლოდ ენობრივი სტილის პროფილით ან ინტენციის მიხედვით. განსხვავებულია მათი კომუნიკაციური ინტენციის კონტექსტი, შესაბამისად, მეტყველების სტილიც და კონტექსტის გადმოცემის მოდალური მრავალფეროვნებაც.

ტრადიციულად მასმედია იყენებს პუბლიცისტურ, პოლიტიკა კი – ოფიციალურ-საქმიან სტილს. თანამედროვე ეპოქაში სოციალური როლები სტილს სიტუაციურად ირგებენ, თუმცა ყოველი მოლაპარაკე სუბიექტის ინტენციის კონტექსტი და მეტყველების სტილი ინდივიდუალურია. მიუხედავად იმისა, რომ მსგავსებასთან ერთად კომუნიკანტებს შორის დიდია განსხვავებაც, ენობრივი პროფილი არის ინტენციის კონტექსტის, მეტყველების სტილისა და მოდალური ასპექტის ერთობლიობა.

ზეპირი მეტყველების უმთავრესი მახასიათებელი სპონტანურობა და ექსპრესიულობაა. შესაბამისად, სტილი გარემოსა და აუდიტორიაზე მორგებული ენობრივი ფორმებითა და საშუალებებით იქმნება. როგორც აღვნიშნეთ, მედიის სტილი პუბლიცისტურია, პოლიტიკისა კი – ოფიციალურ-საქმიანი, მაგრამ თანამედროვე ქართული ტელედისკურსის ანალიზი ნათლად აჩვენებს, რომ ორივე სტილში შეინიშნება გარკვეული ცვლილებები. მიუხედავად იმისა, რომ საჯარო ზეპირი კომუნიკაციის უმეტეს წილს ფორმალური სტილი მოიცავს, არაოფიციალური სტილი მისი ალტერნატივაა და ხშირად ჩნდება არა როგორც დაგეგმილი პროცესის ნაწილი, არამედ როგორც როლური მიმართების შედეგი (კვარაცხელია 2024, 29). ხშირია, როცა საჯარო კომუნიკაციაში შემოდის სასაუბრო მეტყველებისთვის დამახასიათებელი ელემენტები. მოტივაცია ნათელია, მედიატექსტების ფამილარული ნაწილი გამიზნულია კომუნიკაციის გასამარტივებლად (კვარაცხელია 2024, 33).

როგორც ნ. ბასილაია აღნიშნავს, „ყველა სტილისთვის საერთოა ენობრივი შესაძლებლობანი, რომელნიც უზრუნველყოფენ აზრის სიზუს-

ტეს, რის გარეშეც არცერთი სტილი არ შეიძლება არსებობდეს“ (ბასილაია 1991, 40), თუმცა ყოველ სტილს, სოციალური ნიშნის მიხედვით განასხვავებს სათანადო ლექსიკური და ფრაზეოლოგიური ერთეულები თუ სინტაქსური კონსტრუქციები.

სტილის განმსაზღვრელი მნიშვნელოვანი ექსტრალინგვისტური და პარალინგვისტური ფაქტორებია: საკომუნიკაციო გარემო, აუდიტორია, ფორმატი, მოლაპარაკე სუბიექტის ენის ფლობის კომპეტენცია, ადრესატზე გათვლილი კონტენტის მიზნობრიობა, სოციალური როლი, ხასიათი, განწყობა, ემოცია, ხმის ტემბრი, მიმიკა-ჟესტიკულაცია. ჩვენი მიზანია საკომუნიკაციო აქტების სინტაქსური ასპექტის შესწავლა, კერძოდ, ზეპირი მეტყველების პროცესში მედიის წარმომადგენლებისა და პოლიტიკოსების მიერ შექმნილი სინტაქსური კონსტრუქციები, რომელთა სტილი სტანდარტული ენის საზომებით გამართლებულად არ ითვლება, თუმცა ზეპირი მედიაკომუნიკაციის ენაში ხშირია. ძირითადად გვხვდება: დარღვეული კონსტრუქციები და გახლეჩილი სინტაგმები; ორაზროვნად აგებული წინადადებები; დაუსრულებელი და აზრისგან დაცლილი კონსტრუქციები; კონსტრუქციები ორმაგი უარყოფით, გრადაციითა და განმეორებით. მაგალითად:

**სინტაგმის გახლეჩით დარღვეული კონსტრუქციები:**

*ქვეყანა კორუფციის ჩაფლულია ჭაობში* (გ. გაბუნია, ჟურნალისტი, ტკ. „მთავარი“, 15.12.2019);

*შიშის ჩაირთო მანქანა კიდევ ერთხელ ხელისუფლებაში* (ს. ზურაბიანი, ჟურნალისტი, ტკ. „ფორმულა“, 11.06.2021);

*ბრაზის გადაუარა ტალღამ სოციალურ ქსელებს* (ვ. სანაია, ჟურნალისტი, ტკ. „ფორმულა“, 28.01.2022);

*იმედის ისევ ინთება ნაპერწკალი ახალგაზრდებში* (ი. გრიგოლია, ჟურნალისტი, ტკ. „ტვ პირველი“, 12.09.2024);

*სიბრძნის ისევ დატრიალდა კარუსელი* (შ. ნათელაშვილი, პოლიტიკოსი, ტკ. „ფორმულა“, 17.07.2024);

*სიცრუის ამუშავდა მანქანა სრული დაცვისთვის* (ნ. გვარამია, ტკ. „ფორმულა“, პოლიტიკოსი, 30.04.2025);

*ზღვარზეა ქვეყანა არეულობის და მიექანება უფსკრულისკენ* (გ. უგულავა, პოლიტიკოსი, ტკ. „ტვ პირველი“, 24.02.2024);

*საფრთხის ჩაგვესმა სირენა ყველას* (ა. ელისაშვილი, პოლიტიკოსი, ტკ. „ტვ პირველი“, 15.04.2024)...

**კონსტრუქციები ორმაგი უარყოფით:**

**ნურავინ ნუ:**

*ნურავინ ნუ* მივა საარჩევნო უბანთან, ნუ მივლენ და ნუ შეეცდებიან „გააპრაფონ“ რუსული სპეცოპერაცია (ა. წითლიძე, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“, 17.09.2025);

*ნუ* მოიტყუება *ნურავინ*, ნუ იტყვიან რომ საქართველოს ხელისუფლებისთვის არავის ურჩევია ომის დაწყება (თ. წულუკიანი, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“, 20.09.2023);

ასე რომ *ნურავინ ნუ* ეცდება თვალი აარიდოს მილიონ ასოცი ათას საქართველოს მოქალაქეს (მ. პაპუაშვილი, პოლიტიკოსი, ტვ. „იმედი“, 18.09.2024);

პრიმიტიულად *ნურავინ ნუ* მიუდგება ამ საკითხს (მ. სარჯველაძე, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“ 18.06.2022)...

**არასოდეს არ:**

არ ვიცი ასეთი სასტიკი დღე, მგონი, *არასოდეს არ* ყოფილა (დ. ცაგურია, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“, 16.06.2025);

სალომე ზურაბიშვილს პოლიტიკური შედეგი დამოუკიდებლად *არასოდეს არ* დაუდია (ი. ქადაგიძე, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“, 05.03.2025);

*არასოდეს* არავის *არ* მოუთხოვია, რომ საქართველოს რუსეთთან სავაჭრო ურთიერთობა შეეწყვიტა (ზ. ჯაფარიძე, პოლიტიკოსი, ტვ. „პირველი არხი“, 25.02.2025)...

**წინადადების რომელიმე წევრის განმეორება:**

**ქვემდებარის განმეორება:**

იქ არის *საკითხები*, ასე მაგალითად: უკრაინის *საკითხი*, ახლო აღმოსავლეთის *საკითხი*, პაკისტანი-ინდოეთის *საკითხი*, ჯერაც დღის წესრიგიდან არ მოხსნილა ჩინეთის *საკითხი*“ (ი. ტაბლიაშვილი, ჟურნალისტი, ტვ. „ფორმულა“, 05.07.2025);

მე მგონი ამაზე პასუხი გაცემულია დღეს, რომ *საზოგადოება* არსად წასულა, *საზოგადოება* სახლში არ დაბრუნებულა, *საზოგადოება* დგას რუსთაველზე (ვ. სანაია, ჟურნალისტი, ტვ. „ფორმულა“, 29.06.2025);

მისი *ურთიერთობები* თურქეთთან, მისი *ურთიერთობები* აზერბაიჯანთან, მისი *ურთიერთობები* ევროკავშირთან, შეერთებულ შტატებთან...“ (ი. ტაბლიაშვილი, ჟურნალისტი, ტვ. „ფორმულა“, 05.07.2025)...

**შემასმენლის განმეორება:**

*მათ მოუწევთ ბევრჯერ ლუსტრირება, მათ მოუწევთ ბევრჯერ საკუთარი გადაწყვეტილების უკან წაღება* (ე. ხოშტარია, პოლიტიკოსი, ტკ. „ტვ პირველი“, 04.07.2025);

*ვინ ზის კიდევ, ერთი ოპოზიციონერი ზის, ერთი დამკვირვებელი მაინც ზის, ერთი ობიექტური ადამიანი მაინც ზის?*“ (ზ. ბიბილაშვილი, პოლიტიკოსი, ტკ. „ფორმულა“, 19.09.2025)...

წინადადება, როგორც აზრის შეტყობინების მთავარი საშუალება, მეტყველების ერთეულია (დავითიანი 1973, 87). ზეპირი მეტყველებისას წინადადებათა თანმიმდევრული ბმული იქმნება. ამ ბმულთა ერთობა სამეტყველო აქტი, რომლის ზეფრაზული მთლიანობით შესწავლასა და ანალიზს, ჩვენი აზრით, სრულიად მართებულად, რელევანტურად მიიჩნევს მეცნიერთა ნაწილი. მეტყველება ენის მანიფესტაციაა (ომიაძე 2009, 20). მოლაპარაკე სუბიექტის ყოველი მანიფესტის შინაარსის სემანტიკას მოდალობის მოდუსი განსაზღვრავს.

ლინგვისტური თვალსაზრისებით მედიაკომუნიკაციის ენის სტრატეგიული ნაწილი სრულად ემყარება მოდალობას. ენა ხომ მხოლოდ ინფორმაციული ტრანსფერი არაა, მასში ერთიანდება ინდივიდის დამოკიდებულებისა და შეფასების კომპონენტები. მოდალობა, როგორც პოზიციონირების მექანიზმი, შინაარსის გადმოსაცემად უნივერსალური კატეგორიაა. სამეცნიერო ლიტერატურაში მედია- და პოლიტიკური დისკურსის ანალიზისას მოდალობა განიხილება, როგორც კომუნიკანტის პოზიციის იდეოლოგიური მარკერი.

მედიაკომუნიკაციის ენის სინტაქსურ კონსტრუქციებში იშლება შინაარსების ფართო სპექტრი:

1. **მოლაპარაკე ინდივიდის დამოკიდებულება მოქმედებასთან:** *შესაძლებლობა, უნებლიობა, ნებართვა, აუცილებლობა, ვალდებულება, სურვილი, ნატვრა;*
2. **კომუნიკანტის თვალსაზრისი** (ჭეშმარიტება-მცდარობა): *ვარაუდი, დაეჭვება, დაურწმუნებლობა, უნახაობითობა;*
3. **მოქმედების ან სხვათა ნათქვამის შეფასება;**
4. **მოქმედების შესრულება, პირობის არარეალურობა თუ რეალურობა.**

ლინგვისტურ ჭრილში მოდალობის ანალიზი სამეტყველო აქტების თუ, ზოგადად, დისკურსის, ანალიზისას რეალობის ობიექტური ასახვის

## ქ. დეისამე

---

უნივერსალური გამოვლინება და კომუნიკანტთა მთავარი მიზნის, წარმატებული კომუნიკაციის მექანიზმია. მოდალობის, როგორც სემანტიკური კატეგორიის, გამოხატვის მთავარ საშუალებად განიხილება ის ენობრივი ფორმები, რომლებიც ყველა კონტექსტში გარკვეულ მოდალურ სემანტიკას ავლენენ. ამდენად, მოდალობის გამოხატვის ძირითად საშუალებებად მიიჩნევა ენობრივი ფორმები, ანუ მოდალური ზმნები და ელემენტები.

ნებისმიერი ტიპის მოდალობა შეიძლება გადმოიცეს შემდეგი სამი ტიპის კონსტრუქციით:

**ზმნური კონსტრუქციით** – მოდალური ზმნა + ძირითადი ზმნა (მაგ., მინდა წავიდე);

**ნაწილაკიანი კონსტრუქციით** – ნაწილაკი + ძირითადი ზმნა (მაგ., უნდა წავიდე);

**შერეული ტიპის კონსტრუქციით** – მოდალური ზმნა + ნაწილაკი + ძირითადი ზმნა (მაგ., ვიცი, უნდა წავიდე).

მოდალობის გამოსახატად ხშირად გამოიყენება ჩართული. ჩართული შეიძლება დაყვით ორ კატეგორიად: პირველი, როცა **მთქმელი გამოხატავს საკუთარ ნათქვამში დარწმუნებას**: აშკარაა, ცხადია, რასაკვირველია, მართლაც, უდავოა და ა.შ. მეორე, როცა **კომუნიკანტი საკუთარ ნათქვამში გადმოსცემს დაეჭვებას, დაურწმუნებლობას**, (გამოთქმულ აზრს სათუოდ მიიჩნევს): *იქნებ, მგონია, შესაძლებელია, ალბათ, როგორც ეტყობოდა, ვიმედოვნებ, თითქოს და სხვ.*

მედიაკომუნიკაციის ენაში მოდალობა სხვადასხვა სემანტიკურ ჯგუფს ქმნის იმ მოდალური აქტუალიზატორებით, რომლებიც დაერთვიან ზმნას და მას მოდალურ შინაარსს ანიჭებენ. ასეთია: *ეგებ, იქნებ, ლამის, თითქოს, თითქმის, კინაღამ, მაინც.*

მედიაკომუნიკაციის ზეპირი მეტყველების საანალიზო ფორმებზე დაკვირვების შედეგად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თანამედროვე ქართული საჯარო კომუნიკაციის სინტაქსურ კონსტრუქციებში დამკვიდრებული სტილური ვარიანტები და მოდალური მახასიათებლები საკვლევად მეტად საინტერესოა. ენის სიცოცხლისუნარიანობას მისი დროსთან შესაბამისობაში ადეკვატური ცვლილებები განაპირობებს. ეპოქასთან ერთად იცვლება ენა და სტილისა და მოდალობის გამოხატვის ენობრივი ფორმები. შეიმჩნევა ოფიციალური სტილის ჩვეულებრივი სასაუბრო სტილით ჩანაცვლების გახშირების ტენდენცია, ტრადიციული სინტაქსური კონ-

სტრუქციების მოდიფიცირება. დაკვირვებამ გვიჩვენა ის, რომ ცვლილებებს ენაში ყოველთვის განაპირობებს პროცესები, რომელთაც მედია ინფორმაციის სახით ავრცელებს. რადგან მედია და პოლიტიკა განუყოფელია თანამედროვე რეალობაში, შესაბამისად, მედიაკომუნიკაციის ენაზე თანაბარ გავლენას ახდენენ მედიის წარმომადგენლები და პოლიტიკოსები, მათ მიერ დამკვიდრებული ყოველი ახალი ენობრივი ფორმა კი სიღრმისეულ შესწავლას საჭიროებს.

### ლიტერატურა

- ბასილაია, ნ. 1991. *ქართული ენის პრაქტიკული სტილისტიკა*, თბილისი: „განათლება“.
- დავითიანი, ა. 1973. *ქართული ენის სინტაქსი, ტ. I*, თბილისი: „განათლება“.
- კვანტალიანი, ლ. 1990. *ქართული ზეპირი მეტყველების სინტაქსის საკითხები*, თბილისი: „მეცნიერება“.
- კვარაცხელია, გ. 1990. *ქართული ენის ფუნქციური სტილისტიკა*, თბილისი: „უნივერსალი“.
- კვარაცხელია, გ. 2024. *დედაენა-დვრიტა ქართული ეროვნული სულისა*, თბილისი: „უნივერსალი“.
- ომიადე, ს. 2009. *ქართული დისკურსის კულტუროლოგიური პარადიგმა*, თბილისი.

**Stylistic and Modal Features of Media Communication Language  
Determined by Social Roles**

**Ketevan Deisadze**

keti.deisadze@atsu.edu.ge

Akaki Tsereteli State University

Kutaisi, Georgia

DOI:<https://doi.org/10.52340/atsu.2025.2.26.08>

*The object of our linguistic interest is the identification of stylistic variants and modal characteristics established in the syntactic constructions of spoken language that emerges under conditions of interaction and communication. Media and politics are components of contemporary life. Traditionally, mass media employs a publicistic style, while politics uses an official-business style; in the modern era, social roles adapt their style situationally. Style is created through linguistic forms and means adjusted to the environment and the audience. However, the context of intention and the speech style of each speaking subject are individual. A linguistic profile represents the combination of contextual intention, speech style, and the modal aspect. From a linguistic perspective, the strategic dimension of media communication language is entirely grounded in modality. The modal mode determines the semantics of the content of every manifestation of the speaking subject. Language integrates the components of an individual's attitude and evaluation. Modality, as a mechanism of positioning, is a universal category for conveying meaning. In the analysis of media and political discourse, modality can be regarded as an ideological marker of the communicator's stance. Observations of the analytical forms of spoken language in media communication allow us to state that the stylistic variants and modal characteristics established in the syntactic constructions of contemporary Georgian public communication are particularly interesting for research, especially as the linguistic forms through which style and modality are expressed continuously evolve over time.*

**Keywords:** *Communication, spoken language, syntactic constructions, stylistic variants, modal characteristics*

The process of opinion formation and the legitimization of political influence is grounded in the paradigm of strategic communication, the standards and methodological instruments of which determine the structure and dynamics of the information space. The dissemination of media information in public relations creates an effective communicative channel. The exchange of information is ensured by a matrix laden with social roles, the key components

of which are speech acts. Our linguistic object of interest is precisely the identification of stylistic variants and modal features established in the syntactic constructions of oral speech that originate under conditions of interaction and communication.

Television and politics are components of contemporary life. Although there exist numerous alternative channels for the dissemination of information (YouTube, social platforms, etc.), the majority of people still receive information—particularly news about national and international politics—primarily via traditional media outlets. Television, among these, continues to occupy a leading position in the present epoch.

As G. Kvaratskhelia notes, the mass media is a special domain of language functioning (Kvaratskhelia 2024, 33). The stylistic and modal diversity of oral texts disseminated in the media is conditioned by multiple factors. Based on empirical material (television talk-shows and socio-political broadcasts), we can assert that the language of the media is specific: it differs both from literary language and from everyday conversational speech. Its aim is to convey information effectively to a broad audience. Media language must be clear, concrete, and laconic. Media language is, in a sense, an organized system and thus exerts influence on every individual who uses this system; conversely, communicators—both media professionals and politicians—affect the language through their linguistic competence.

People who are united by profession, interests, and goals are characterized by behavioral norms and action indicators; their communicative style is similar. To some extent, a communicator's linguistic profile and stylistic features are determined by the particular social role he or she occupies in society. Styles are chosen according to social roles (teacher, journalist, politician, physician, etc.), gender (female, male), age group (young child, adolescent, adult), and other individual or group characteristics. "Language conditions the type of thinking of its bearer" (Omiadze 2009, 16).

It should also be borne in mind that no individual is positioned exclusively by a single social role, nor belongs solely to one social group. Accordingly, individuals' communicative competence expands (Kvaratskhelia 2024, 29). From this perspective, contemporary Georgian media space reveals a distinct and simultaneously interesting linguistic landscape of journalists and politicians. Communicators differ not only in linguistic style profiles or communicative

intentions, but also in the context of those intentions; correspondingly, their styles of speech and the modal diversity of contextual expression also vary.

Traditionally, the mass media employs a publicistic style, while politics uses an official-business register. In the modern era social roles adapt their style situationally; nevertheless, the context of intention and the speech style of each speaking subject remain individual. Despite similarities, there are considerable differences among communicators; a linguistic profile is the composite of the context of intention, speech style, and modal aspect.

A principal characteristic of oral speech is spontaneity and expressiveness. Accordingly, style is produced through linguistic forms and means adapted to the environment and to the audience. Although media style is publicistic and political discourse is typically official-business, analysis of contemporary Georgian televisual discourse clearly shows that both styles exhibit certain transformations. Even though the majority of public oral communication is governed by a formal style, informal registers appear as alternatives and often emerge not as parts of a planned process but as outcomes of role-directed address (Kvaratskhelia 2024, 29). It is common for elements characteristic of conversational speech to enter public communication. The motivation is clear: the familiar component of media texts is intended to simplify communication (Kvaratskhelia 2024, 33).

As N. Basilaia observes, “All styles share linguistic capacities that ensure semantic precision, without which no style can exist” (Basilaia 1991, 40). Yet each style, depending on its social function, is distinguished by appropriate lexical and phraseological units or by specific syntactic constructions.

Important extra-linguistic and paralinguistic determinants of style include: the communicative environment, the audience, the format, the speaker’s language proficiency, the purposiveness of content for the addressee, social role, temperament, mood, emotion, vocal timbre, and facial and gestural expressiveness. Our focus, however, is the syntactic aspect of communicative acts—specifically, the syntactic constructions produced in the process of oral speech by media representatives and politicians. These constructions are frequently encountered in the language of oral media communication despite not conforming to standard norms of the language. Prominent among them are: disrupted constructions and cleft syntagms; ambiguously structured sentences;

unfinished and semantically vacuous constructions; structures featuring double negation, gradation, and repetition. For example:

**Syntactically Disrupted Constructions through Phrase Fragmentation:**

*იმედის ისევ ინთება ნაპერწკალი ახალგაზრდებში / imedis isev inteba napertskali akhalgazrdebshi* / A spark of hope ignites once again among young people (I. Grigolia, journalist, TV “Pirveli”, 12.09.2024).

**Double Negation Constructions:**

**Let no one ... not** (*nuravin nu...*):

*პრიმიტიულად ნურავინ ნუ მიუდგება ამ საკითხს / primitiulad nuravin nu miudgeba am sakitkhs* / Let no one adopt a primitive approach to this issue. (M. Sarjveladze, politician, TV “First Channel”, 18.06.2022).

**Never not ...** (*arasodes ar...*):

*არ ვიცი ასეთი სასტიკი დღე, მგონი, არასოდეს არ ყოფილა / ar vitsi aseti sastiki dge mgoni arasodes ar khofila* / I do not know of such a cruel day; I believe such a day has *never ever* occurred (D. Tsaguria, politician, TV “First Channel”, 16.06.2025).

**Repetition Constructions:**

**Repetition of the subject:**

*მისი ურთიერთობები თურქეთთან, მისი ურთიერთობები აზერბაიჯანთან, მისი ურთიერთობები ევროკავშირთან, შერთებულ შტატებთან.../misi urtiertobebi turkettan, misi urtiertobebi azerbaijantan,misi urtiertobebi evrokavshirtan,sheertebul shtatebtan...* / Its relations with Turkey, its relations with Azerbaijan, its relations with the European Union and with the United States... (I. Tabliashvili, journalist, TV “Formula”, 05.07.2025).

**Repetition of the predicate:**

*ვინ ზის კიდევ, ერთი ოპოზიციონერი ზის, ერთი დამკვირვებელი მაინც ზის, ერთი ობიექტური ადამიანი მაინც ზის? / vin zis kidev, erti opozitioneri zis, erti damkvirvebeli maints zis, erti obiekturi adamiani maints zis?* / Who else is sitting there? Is even one opposition member sitting there? Is even one observer sitting there? Is even one objective person sitting there?” (Z. Bibilashvili, politician, TV “Formula”, 19.09.2025).

The sentence, as the primary means of conveying thought, is the unit of speech (Davitiani 1973, 87). In oral discourse, a sequential cohesive link of sentences is formed; the unity of these links constitutes the speech act, the phrasal integrity of which, in our view, many scholars appropriately consider

relevant for study and analysis. Speech is the manifestation of language (Omiadze 2009, 20). The modal mode determines the semantics of the content of every manifestation of a speaking subject.

From a linguistic perspective, the strategic component of the language of media communication is entirely grounded in modality. Language is not merely a vehicle for informational transfer; it integrates components of an individual's attitude and evaluation. Modality, as a mechanism of positioning, is a universal category for conveying content. In scholarly literature, when analyzing media and political discourse, modality is considered an ideological marker of the communicator's stance.

A wide spectrum of meanings unfolds in the syntactic constructions of media-communication language, including:

1. **The speaker's attitude toward action:** possibility, inability, permission, necessity, obligation, desire, aspiration;
2. **The communicator's epistemic stance** (truth–falsehood): assumption, doubt, uncertainty, unverifiedness;
3. **The evaluation of an action or of others' statements;**
4. **The (un)reality of action performance or conditionality.**

From a linguistic standpoint, analysis of modality—whether at the level of speech acts or of discourse more generally—is a universal manifestation of the objective representation of reality and a mechanism for the communicants' principal aim: successful communication. The primary means for expressing modality as a semantic category are the linguistic forms that consistently display particular modal semantics in all contexts. Thus, modal verbs and modal elements are regarded as the principal instruments of modality expression.

Any type of modality may be expressed by three types of construction:

Verbal construction: **modal verb** + **main verb** (e.g., *minda tsavide* - “I want to go”);

Particle construction: **particle** + **main verb** (e.g., *unda tsavide* - “I must go”);

Mixed construction: **modal verb** + **particle** + **main verb** (e.g., *vitsi, unda tsavide* - “I know I must go”).

Observations of the analytical forms of oral media discourse allow us to state that the stylistic variants and modal characteristics established in the syntactic constructions of contemporary Georgian public communication are particularly promising for research. The vitality of language is ensured by

changes commensurate with its time; with epochs, linguistic forms and the linguistic means of expressing style and modality evolve. There is a noticeable tendency for official style to be increasingly supplanted by ordinary conversational style and for traditional syntactic constructions to be modified. Observation has shown that changes in language are always driven by processes disseminated in the form of media information. Since media and politics are inseparable in contemporary reality, both media representatives and politicians exert equal influence on the language of media communication; every newly established linguistic form they introduce requires in-depth study.