

THE VOCATIVE CASE AS A MARKER OF POLITENESS CATEGORY

Bolotnikova A.P.

Senior Lecturer of General and Slavic
linguistics and foreign languages
Poltava V.G. Korolenko National
Pedagogical University

КЛИЧНИЙ ВІДМІНОК ЯК ІНДИКАТОР КАТЕГОРІЇ ВВІЧЛИВОСТІ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Болотнікова А.П.

Полтавський національний педагогічний
університет імені В.Г.Короленка
старший викладач кафедри загального і слов'янського
мовознавства та іноземних мов

Abstract

The author considers the analysis of the vocative case as a marker of politeness category in Ukrainian language. It determines the role of the vocative case (attracting and maintaining attention). The article also covers the main intensifiers of politeness.

Анотація

У статті здійснено аналіз кличного відмінка як індикатора вираження категорії ввічливості в українській мові. Описано основні значення кличного відмінка (привернення та підтримання уваги). Визначено основні інтенсифікатори кличного увічливості.

Key words: *politeness category, vocative case, honorifically, anthroponymy, articulately.*

Ключові слова: категорія ввічливості, кличний відмінок, гонорифікативи, антропоніми, партикулятиви.

В експлікації інтенцій мовців надзвичайно важливу роль відіграють мовні засоби, які впливають на співрозмовника. Одним із індикаторів впливу, зокрема вираження КВ, є іменники у формі кличного відмінка. Певний період у мовознавчій науці питання суті, природи, функційного навантаження й форми кличного відмінка було досить дискусійним. Це пояснюється і неусталеною термінологією: *клична форма, кличний відмінок, звертання, вокатив*. Семантико-синтаксичні, формально-синтаксичні, морфологічні ознаки вокатива як грамеми у відмінковій парадигмі української мови досліджували І. К. Білодід, І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, Н. М. Костусяк, І. К. Кучеренко, В. М. Русанівський та інші. Так, уперше в українській мові Є. К. Тимченко здійснив усебічний аналіз кличного відмінка, учений обґрунтовує його відмінковий характер і наголошує, що він „без сумніву, відмінок і цілком входить в скалю закінчень ймення” [17, с. 9]. О. Єсперсен у своїй фундаментальній праці „Філософія граматики” зазначає, що кличний відмінок „має особливу форму, а тому повинен вважатися окремим відмінком. Проте в більшості мов він збігається з називним відмінком, і тому не потребує окремої назви. Кличний відмінок там, де він існує, вказує на те, що іменник ужитий як друга особа і що він стоїть поза реченням або сам по собі утворює речення. Він має пункти дотику з наказовим способом; про нього можна також сказати, що він виражає спонукання” [7, с. 211]. Учені часто не розчленовують кличний відмінок на різновиди, вважаючи один з його виявів репрезентантом усієї грамеми, указують на те, що іноді досить важко визначити домінанту значення кличного відмінка (привернення уваги, ідентифікація, спонукання до дії тощо), оскільки часто відбувається „переплетення функцій спонукання і привертання уваги з функцією кваліфікації самого слухача” [12, с. 407]: *Пане добродію, почекайте, я хочу Вам щось сказати...* (В. Домонтович); *Неоніло Григорівно, будьте люб'язні, сюди...* (В. Собко), *Катерино Василівно, тьотя Тетяна молока передали* (В. Яворівський), *Тому я й*

наполягаю, *Маріє Йосипівно, на негайній розлуці...* (І. Ле), *Розкажи мені казку — і найцікавішу, чуєш, Усте?* (С. Тельнюк). І. Р. Вихованець зауважує, що аналізована грамема перебуває у складних відношеннях із категорійним відмінковим значенням, оскільки „первинне індивідуальне значення кличного становить складне об'єднання первинних індивідуальних значень інших відмінків і супровідного невідмінкового значення” [5, с. 166]. Н. С. Костусяк здійснила комплексне дослідження грамеми кличного відмінка, розглядає його на тлі синтаксичного рівня мови, обґрунтувала первинні та вторинні семантико-синтаксичні, формально-синтаксичні й комунікативні ознаки, указала на внутрішню та зовнішню транспозицію кличного відмінка [10].

Останнім часом дослідники розширюють функційний потенціал вокативу. Так, М. С. Скаб опрацював ідею двох найважливіших типів вживання, що „найповніше втілюють семантичні і синтаксичні особливості грамеми” – це значення спонукання і підтримки уваги співрозмовника [16, с. 62]. Перший тип реалізується в поєднанні кличного відмінка з наказовим способом дієслова, наприклад: *Заспівай (заспівайте) нам, Тарасе! Зроби (зробіть) кави, Ольго! Напиши (напишіть) листа мамі, Тетяно! Сідайте, хлопці, доvezу до села!* (В. Даниленко); *Скажіть мені, добродію, хто це придумав границі для людей?* (О. Маковей); другий – ґрунтується на апелюванні: *Марто, кохана, я запевняю тебе, що все буде якнайкраще* (Ю. Андрухович); *Мартофляк! Ростуку! Старий! Ти ідеши чи ні?* (Ю. Андрухович); *То як, соколики мої, - спитав Шеремет, - що далі будемо робити?* (Ю. Покальчук); *Не здивуйте, добродію, що не вволив я вашої волі, самі маєте розум* (Т. Шевченко). Функціонування кличного відмінка, як зазначає О. К. Беспояско, „пов'язане з формуванням особливого типу адресатно-суб'єктної функції, що суміщає в собі нетипові для семантико-синтаксичної організації речення ознаки семантеми адресата – потенційного суб'єкта дії” [4, с. 27]. Ця думка доповнюється та поширюється в „Теоретичній морфології української мови”, оскільки „потрібно розрізняти

чотири різновиди кличного відмінка (з уведенням до функцій них характеристик емотивних супровідних відтінків): 1) семантично складний кличний (кличний адресата – потенційного суб'єкта дії); 2) семантично складний кличний акцентованого адресата і відповідно нейтралізованого суб'єкта; 3) кличний ідентифікуючий полісемантичний; 4) кличний однокомпонентного речення як конденсат адресатно-предикатно-суб'єктної структури” [6, с. 79].

Кличний відмінок, будучи виразником відношення *мовець – адресат*, реалізує волю мовця в сфері комунікативної дистрибуції, у відповідності до якої комунікативний суб'єкт наділений статусом прагмасемантичного адресата. В. О. Плунгян наголошує, що кличний відмінок „єдиний із всіх відмінків – виражає семантичну роль не учасника ситуації, а учасника мовленнєвого акту (а саме адресата мовця); показник вокатива приєднується до назви адресата, утворюючи те, що в традиційній граматиці називають звертання” [13, с. 171]. Граматичне значення кличного відмінка реалізується властивою йому особливою синтаксичною функцією – звертання, яке „посідає одне з провідних місць у комунікативній співпраці адресанта й адресата і виражає високу прагматичну спрямованість на адресата, створюючи ефект його присутності” [3, с. 80]: *Учителю, стою перед тобою малий, вчарований до німоти* (Д. Павличко), *Вам ось тут кава, Олеже Юрійовичу, Вас це підбадьорить* (Ю. Покальчук), *Ми вас уже чекаємо. Доброго ранку, Всеволоде Казимировичу!* (В. Нестайко), *Не будемо гадати, Анастасіє Михайлівно. Ви напишіть те, що я вам сказав, а потім, якщо не заперечуєте, пройдемо до річки.* (В. Шкляр), *Розумієш, полковнику, вони мене дістали!* (Л. Кононович). Тобто, звертаючись, мовець експлікує намір встановлення контакту з адресатом. У такий спосіб можна говорити ще й про вокатив як прагмему, яка посилює ілокутивну силу спонукання, пор.: *Витягай, хлопче, зошита і пиши з чистої сторінки* (В. Лапікура) – *Витягай зошита і пиши з чистої сторінки*; апелювання до певної особи: *Що Ви на це скажете, Ростиславу Михайловичу?* (В. Домонтович) – *Що Ви на це скажете?*

Можна погодитися і з тим, що в окремих випадках сила впливу зростає за рахунок того, що ця прагмема „надає звертанню більшої задушевності, сердечності, теплоти, інтимності, зближує співрозмовників, загострює їхню увагу” [20, с. 27]: *Пані, прийміть мої вітання з черговою нагородою! Пане, нарешті маємо змогу познайомитися! Тетяно Іванівно, маю за честь з Вами працювати! Бабусю, ходімо пити чай. Кохана, ти наймиліша для мене за сонце. Сердечне спасибі Вам, брате-товаришу, за Ваш прихильний лист!* (П. Грабовський). *Я не заважаю Вам, шановний добродію* (М. Хвильовий). З погляду КВ, основне комунікативне завдання вокатива – установити, підтримувати, регулювати мовленнєвий контакт, засвідчуючи шанобливе ставлення до адресата. Предметом нашого зацікавлення є аналіз комунікативно-прагматичних особливостей функціонування вокатива за умови дотримання Принципу ввічливості. Будучи універсальним з погляду системності етичних постулатів мовця, націлений на покращення позиції адресата за рахунок поступок з боку мовця, регулює соціативну сторону спілкування, слугує солідаризації комунікантів, створенню між ними довірливих стосунків [9, с. 107].

Широкий реєстр увічливих звертань у сучасній українській мові призвів до формування розгалуженої системи неоднорідних за структурою і змістом мовних одиниць. Видається можливою репрезентація, опис та інтерпретація в залежності від категоріального принципа вокативності трьох типів увічливих звертань.

1. **Гоноративи** – стійкі кодифіковані засоби, цілісні й неподільні одиниці у відповідному контексті, які виконують специфічну гоноративну функцію. Гоноративи полегшують процес встановлення, підтримування комунікативного контакту в офіційній сфері. Серед них: а) пан / пані: *шановний пане, люба пані*; б) добродій / добродійка: *дорогий добродію, поважна добродійко*; в) пан / пані + титулатура: *пане професоре, пані вчителько*.

2. **Антропонімам** найбільш властива ідентифікуюча функція, але паралельно з вокативністю, демонструють повагу до адресата, ступінь близькості, приязні, а також можуть вказувати на статусну різницю комунікантів. Серед них: а) ім'я: *Наталіє, Остапе*; б) ім'я та по батькові: *Олено Семенівно, Максиме Володимировичу*; в) нік: *7ка, Igor_Lviv*. Так, коли мовець має інтенцію гоноративом *пане* привернути увагу окремої особи з групи людей, ця функція не буде зреалізована, оскільки він не буде поширеним словоформою зі значенням ідентифікації, пор.: *пане Усенко!*

3. **Партикулятиви** є ефективними стосовно адресата, стосунки з яким позначені спільними інтересами, дружбою, родинними зв'язками. На вибір мовної формули впливає не тільки інтенція мовця, а й відносини між комунікантами, наприклад, симпатії, довіри тощо. Серед них партикулятиви: а) родинного типу: *мамо, тату, брате, сестро, сину, дочко, куме, свате, свахо*; б) дружнього типу: *друже, подруго, приятелю, приятелько, товаришу, товаришко*; в) гендерного типу: *хлопче, дівчино, жінко, чоловіче*; г) ситуативно-оказіонального типу: *ювіляре, переможцю, земляче*.

Виділення гоноративів, антропонімів та партикулятивів важливе, але з погляду КВ більш актуальним є розгляд функційного потенціалу цих угруповань, що є метою нашого дослідження.

Об'єктивними умовами спілкування є наявність мовця й адресата, зверненість мовлення. Ці умови визначають одну з основних функцій кличного ввічливості в комунікативному акті – привернення уваги. Тобто аналізована словоформа є важливим індикатором встановлення контакту в різноманітних ситуативних контекстах, спрямованих на увічливу тональність спілкування, чи, інакше кажучи, „комунікативну установку на контакт” [8], після успішного встановлення якого далі можна щось повідомляти, про щось запитувати, спонукати тощо: *Пане Президенте Африканської держави!* (В. Нестайко), *Шановний пане професоре, дихайте глибше* (П. Шевченко), *Пане Дмитрику!* – *волає вона, - ви свідок, дивіться, до чого довели мені*

дитину. (Е. Андiєвська), *Лесе, привiт! А ви давно на поверхнi?*
(Ю. Покальчук), *Дiду, здрастуйте!* (О. Довженко).

Цей тип метамовним способом можна представити в такий спiсiб:
„хочу, щоб обрана мною особа знала, що моя подальша вербальна акцiя призначена для неї”, психологiчним корелятом якого є формування в реципiєнта здатностi до сприйняття. Основнi iнтенцiї мовця: увiчливо покликати адресата, встановити належний контакт спiлкування, задати вiдповiдну етикетну тональнiсть спiлкування. При iнiцiюваннi комунiкативного акта важливим є розумiння мовцями власних соцiальних ролей, що уможливорює вибiр вiдповiдної стратегiї поведiнки. Привернення уваги адресата вiдбувається з дотриманням двох параметрiв: визначена ситуацiя спiлкування i релевантна їй комунiкативна взаємодiя iнтерактантiв. Ключний увiчливостi у процесi комунiкацiї маркує соцiальнi й мiжособистiснi стосунки спiврозмовникiв, тому його вживання зумовлене прагматичними пресупозицiями, до яких, належать: а) мовець знає про потребу привернути увагу адресата шляхом вiдбору з тiєї чи iншої предметної ситуацiї на роль референта, б) якщо цього не зробити, увага не буде привернена або, хоч i вдасться її привернути, то в когось iншого, а не в обраного спецiально; в) привертати увагу потрiбно зважаючи соцiальну приналежнiсть учасникiв спiлкування, соцiальний статус: *Панi, пройдiть, будь ласка, вперед! Добродiю, сiдайте, будь ласка, ось мiсце звiльнилося. Тато, мама тебе кличе! Пане директоре, Вас до телефону* (В. Єшкiлев), *Отче, грiх нинi iнше обличчя має, нiж колись...* (О.Чупа), *Хлопчики, а чи не можна ще водички роздобути? П'ю, як не в себе* (Ю. Покальчук) тощо. Звертання до групи осiб: *Панi та панове! Радий вас вiтати на зустрiчi! Високоповажна аудиторiє! Поважнi панi та панове! Дегустацiя в будинку з химерами розпочинається* (В. Даниленко), *Дорогi друзi! Панове товариство! Братове i сестри! Я радий вас вiтати на початку другого дня нашого божевiльного дiйства!* (Ю. Андрухович) мають сильний вокативний

потенціал, оскільки маркують реципієнта „усі присутні”, пор.: *Шановний голово, шановні члени журі та усі присутні!*

Знання прагматичних пресупозицій, конвенцій і правил спілкування та національної специфіки мовленнєвого етикету дозволяють мовцеві зробити своє мовлення ефективним й досягнути комунікативної мети – привернення уваги, оскільки він зацікавлений у тому, щоб бути почутим („уключення уваги”), а потім сприйнятим. „Раптове мовлення може бути несприйнятим адресатом взагалі чи сприйнятим не в повному обсязі...” [14, с. 52].

Кличний відмінок маркує такі „атомарні” компоненти ситуації: адресат як об’єкт привернення уваги й адресант як суб’єкт такої дії, мотив як потреба привернути увагу співрозмовника й пов’язана з цим мета – встановлення контакту в обраній тональності, а також „тема події” [19, с. 198], наприклад, ситуація в магазині: *Пані, чи можу приміряти цю сукню?*; у банку: *Пане, допоможіть, будь ласка, здійснити трансакцію!*; на зборах: *Панство, пропоную почати збори!*; у приймальні директора: *Пані, директор на місці?*; у потязі: *Пані, можна ще скляночку чаю?*; на вулиці: *Панно, котра година? Добродію, як пройти на вулицю Остроградського? Гоноративи звучать більш поштиво, ніж апелюючи нульової номінації *перепрошую, вибачте, пробачте, даруйте*, пор.: *Пані, чи можу приміряти цю сукню? – Перепрошую, чи можу приміряти цю сукню?* Подекуди функцію кличного привернення уваги реалізують партикулятиви, що носять відтінок гендерного розрізнення, мають відтінок фамільярності: *Чоловіче, біля Вас вільно? Жінко, можна пройти? Тітонько, дайте хоч у носовичок, хоч зо жменю* (Г. Тютюнник), *ТЬотю! Чи вам не страшно, як ото паровик так здорово закричить?* (О. Вишня), *Дядю, закурить нема?!* (О. Вишня) тощо.*

Варто зазначити, гоноративи, „спеціалізуючись” на створенні атмосфери увічливості, делікатності та привітності, в деяких ситуаціях уживаються з присмаком гумору, іронії, особливо в при невдоволенні, зауваженнях: *Пані, не туліться до мене; Пане, приберіть свою ногу.* Гоноративи в такий спосіб мініміалізують негативний вплив сказаного.

У стратегічному плані комунікацію можна порівняти з грою, у яку учасники вступають з різною комунікативною роллю, і в ході цієї гри відбувається підтримка балансу або його порушення. Кличний привернення уваги уможливорює варіювання засобів адресації. Тому залежно від соціо-біологічного „паспорта” до однієї і тієї ж особи можна звертатися *пане, шановний пане, пане директор, пане Миколо, пане Усенко, колего, друже, Миколо, Микольцю, татусю* тощо. Урахування мовцем „моделі адресата” [1] дають йому право встановити контакт, налагодити взаємодію, або пізніше підтримувати її на відповідно встановленому рівні.

Кличний привернення уваги видається доречним, і єдино можливим, у ситуації, коли ним послуговуються особи, які знають один одного, але не можуть / не хочуть вживати інший мовний засіб або не мали приводу до зміни взаємовідносин, наприклад, мешканці одного будинку, можливо кварталу: *Добродійко, притримайте ліфт! Добродію, не зачиняйте двері! Пані, завтра розпочнеться ремонт у нашому будинку! Пане, у Вашому під'їзді теж немає води?* Можна стверджувати, завдання таких гоноративів полягає в приверненні уваги, підготовці адресата до отримання інформації, установлення потрібної тональності розмови. Форма гоноративів *тину пані / пане; добродійко / добродію* є оптимальною „коли інтерлокутори не знають один одного – не вимагають ближчого називання адресата” [22, s. 84]. Кличний привернення уваги характеризується виразною окличною інтонацією. У мовленні такі висловлювання завжди виділяються паузою.

З поширенням новітніх засобів комунікації, зокрема Інтернету, функція привернення уваги стає особливо актуальною. Щоправда, дослідники зауважують, що спілкування в мережі дещо „відрізняється від взаємодії комунікантів в реальному процесі спілкування, воно характеризується анонімністю, дистанційністю, безпечністю, змішуванням норми усного і письмового мовлення, домінуванням письмової форми вербальної комунікації” [21, с. 246]. Спілкування на чатах, форумах починається з уживання ніка, який є основним маркером привернення уваги і репрезентує

індивідуальні мовні уподобання інтерактантів, що переконливо демонструють електронна переписка, соціальні мережі, форуми: *Шановний КІТе, ви наступного разу, коли купуватимете шоколад, уважніше читайте на обгортці дату виготовлення* (<http://www.ukrcenter.com> /Форум/28276/), *Панове, хелп, не дайте пропасти голодній людині* (Там же), *Щоб мені тобі, голодний Алексе, порадити?* (Там же), *Друзі-іванофранківці, хто знає?* (Там же), *Тю, пане Сенєко, та Ви зовсім не романтик* (Там же), *Crazy Vobiky, звідки дані* (Там же) тощо. Інтенсифікують кличний привернення уваги в електронній переписці, як правило, графічні прийоми: подовження літер *Апііііііііііі* або великі літери *PETLURO*, рідше атрибутивні поширювачі *шановний, дорогий* тощо. Цікаво, що гоноратив *панє/пані* у поєднанні з ніком (якщо не позбавлений ідентифікації статі або при встановленому контакті) становлять чисельні уживання на форумах та чатах: *Панє Дядєчко Пінгвін, де програма? Панє Соловейчику! Панє Iгоре_Lviv, Вас уважно будуть слухати! Пані Alizes, як Ви в себе хлопців закохуєте?* (Там же). Ніки, фрейми становлять об'єкт окремої уваги, оскільки реалізують значення привернення уваги кличного відмінка, який „в кожний період існування суспільства слугує показником усталених у ньому соціальних і міжособистісних стосунків” [2, с. 119].

Кличний увічливості реалізує також значення підтримання уваги. Умова реалізації будь-якого комунікативного акту безпосередньо пов'язана з реалізацією намірів мовця надати висловлюванню ту чи іншу ілокутивну силу, тобто з його інтенційністю. Іntenція мовця полягає в активізації, підтримці уваги адресата, що регулює процеси мовленнєвої взаємодії: *А це і є Прага. Долю не обманеш, Романе. Стосовно всього іншого – рішення все-таки за тобою.* (О. Чупа), *Тобі здається, Мартіне, що тут, на індостанському Сході, більше шансів пізнати „чистоту експерименту”?* (П. Шевченко).

Видається, що значення цієї функції можна описати за допомогою паралелі зі сфери торгівлі. Перша продана річ є дуже важливою, але друга

продана річ тому самому клієнтові ще важливіша – саме це говорить про уміння продавати. Якщо перший раз купують під впливом імпульсу, реклами, техніки маніпуляції, то вдруге роблять це осмислюючи і спираючись на досвід попередньої трансакції. Те саме відбувається і в комунікації: кличний привернення уваги, безперечно, важливий, але не меншу роль відграє кличний підтримання уваги. Якщо кличний привернення уваги може мати значення ситуативного випадку (разової акції), то кличний підтримання уваги, навпаки, свідчить про спільність пресупозицій та заохочення до взаємодії. За умови вже зініційованого контакту активізується модель соціальної стратифікації, вибудовується ієрархія пресупозицій, що обумовлюють значення кличного увічливості підтримання уваги. При цьому мовець також керується соціо-біологічним „паспортом” адресата – це: а) соціальний статус („вищий” – „нижчий”, „нижчий” – „вищий”, „рівний” – „рівний”); б) ситуація спілкування (офіційна – неофіційна); в) рівень знайомства (знайомий – малознайомий – незнайомий); г) вік; г) стать; д) тональність спілкування (висока – нейтральна – фамільярна). Найповніше кличний підтримання уваги реалізується за умови однакової значимості функції для мовця й адресата. Кличний увічливості підтримання уваги є маркером міжособистісних стосунків, відбувається орієнтація на адресата в гоноративах, антропонімах і партикулятивах. Основна інтенція мовця – відобразити статусно-рольові стосунки мовців і ввічливо оформити мовлення для досягнення взаємної мети, обміну комунікативними діями: *Послухайте, пані, я дуже-дуже перепрошую, правда* (О. Чупа), *Ну що ж, Lads and Ladies, вам сьогодні страшенно пощастило* (М. Соколян), *А чули, Антоне Омеляновичу, що в горбатой Верки геть усі кури подохли?* (П. Шевченко).

Становить інтерес специфіка функціонування інтенсифікаторів увічливості як маркерів посилення комунікативної позиції адресата, підкреслення його статусно-рольових ознак: *шановний* (-а, -і), *вельмишановний* (-а, -і), *поважний* (-а, і-), *високоповажний* (-а, -і), *вельмиповажний* (-а, -і), *вельможний* (-а): ***Поважний пане! Шановний пане,***

Ваша праця не марна! (В. Дрозд), **Високошановна** пані Ольго!
Високоповажний добродію, звертаюся до Вас у справі... (В. Кононенко).
Такі поширювачі переносять розмову у високу тональність, звучать більш урочисто, піднесено. Натомість усічена форма на зразок *шановний / шановна* надає висловлюванню тональності зверхності, відчуження: *Шановний, Ви закохалися, - сказав я йому, постукуючи пальцем по коліні. – Тепер ви одружитесь і у вас підуть діти* (В. Шевчук), а в деяких ситуаціях може сприйматися як невічлива, а подекуди як груба, часто зі значенням погрози: *Шановний, коли з'явиться стаття в обробці? Шановна, ще одне зауваження і будемо прощатися!* тощо.

Інтенсифікаторами кличного увічливості є атрибутивні поширювачі *дорогий (-а, -і), любий (-а), ласкавий (-а), люб'язний (-а), рідний (-а), щирий (-а), коханий (-а), милий (-а)* на позначення оцінки співрозмовника, які маркують доброзичливість, щирість: *Дорогий* пане Євгене, хочеться побажати Вам сил, філософічності і легкості! *Дорогий* Іване, приходи у вівторок (М. Матіос), *Вітаю і вас, любий* Дідоньку Морозе та добра Снігуронько! (О. Шелковенко), *Ласкавий* Фрідріху Варфоломійовичу, – не розгубився молодий чоловік, – я оце цілий вечір дивлюся на ваші нагороди і захоплююсь (М. Гримич); дружню прихильність: *Маю до тебе справу, милий* друже. *Кохана* подруго, як же ми давно не бачилися! *Миколо, братику рідний! Рідні* мої, *дорогі* ви найкращі в світі! *Любі* брати і сестри, *кохані* українці! *Рідна* доню, ти для мене наймиліша! (Т. Шевченко). М. С. Скаб наголошує, що в таких висловлюваннях, які виконують одночасно номінативно-спонукальну та атрибутивну функцію, часто атрибутивна функція стає провідною, а номінативно-спонукальна виступає на другий план [15, с. 114]. Окрім вияву поваги, такі інтенсифікатори можуть вживати з метою маніпуляції адресатом („розраховую на прихильне ставлення”): *Люба* пані, *прошу вас!* (Г. Тарасюк), *Ласкавий* пане Калитко, я Вас зроблю головою райдержадміністрації (М. Гримич).

Інтимність, сердечність значення кличного відмінка привернення уваги інтенсифікують присвійні займенники *мій, моя, моє, мої, наш, наша, наше, наші*, за допомогою яких адресат наче перетягується в особистісну сферу мовця: *Любий **наш** пане Степане! Мій любий та щирий Земляче!* (М. Кононенко). У такий спосіб гоноративи, антропоніми та партикулятиви набувають ефекту неповторності, індивідуальності, доброзичливості, зменшуючи соціальну і психологічну дистанцію і зміщуючи розмову у сферу інтимно-дружнього спілкування.

Прийом повторення допомагає не тільки привернути увагу адресата з метою впливу на нього, робить акцент на суб'єкті потенційної дії та чітко виражає інтенцію мовця: *Степане! Що ти робиш, Степане? Не можна* (О. Шелковенко), *Спи, маленький сину, спи, сину мій маленький* (В. Стус), *Сестро, гей, сестро! А може, ти прокинешся?* (В. Шевчук), *Галю, — сказала вона, — чуєш, Галю!* (В. Шевчук), *Пиліпе!.. Ох, Пиліпе!.. Іди-но сюди, Пиліпе!* (А. Дімаров) тощо. Багаторазовий інтенційний повтор вживається як прийом прагматичного впливу мовця на адресата. Він є „своєрідною текстовою скріпою, яка активізує і підтримує інтерес співрозмовника” [19].

Інтенсифікує значення кличного увічливого впливу прийом градації (розподіл адресатів по мірі значимості), який сприяє посиленню емоційного впливу на адресата (прохання про допомогу, непряме прохання): *Максимко! Сергійку! Там дівчина втратила тямку!* (О. Шелковенко), *Мамо! Ігоре! Я про таку мріяла!* (Г. Вдовиченко) тощо.

Значення кличного ввічливості привернення уваги реалізується та посилюється насамперед у препозиції. Можливо це пояснюється тим, що така позиція виразніше звучить і краще сприймається – щоб щось сказати, потрібно привернути насамперед увагу: *Шановний добродію, дозвольте і мені слово сказати! Пане добродію, дякую! Панове добродії, здоровенькі були! Ольга Андріївно, я Вам не заважаю?* У такий спосіб кличний відмінок реалізує комунікативну спрямованість на адресата, задає тональність

спілкування, демонструючи ставлення до адресата, формує у відповідності до інтенції мовця відповідне адекватне ставлення адресата до повідомлюваного та до самого адресанта. Препозиція допомагає адресатові відразу включитися в комунікативний акт, а мовцеві дає можливість про щось повідомити адресата. Інтер- і постпозиція дещо нівелюють значення привернення уваги, пор: *Дозвольте, шановний добродію, і мені слово сказати! Дякую, пане добродію! Здоровенькі були, панове добродії! Я Вам не заважаю, пані? Добрий ранок, Насте Василівно! – Добрий ранок, Михайлику. Як ти виріс за літо!* (В. Нестайко); *Добрий день, панно!* (Л. Кононович); *Хелло, містер* (І. Карпа), оскільки „увага вже привернута ... вони лише підтримують інтерес співрозмовника до тексту, до партнера” [18, с.105]. За такої ситуації функцію встановлення контакту відіграють інші одиниці (привітання, вибачення, подяка тощо), а кличний відмінок актуалізує функцію орієнтації на адресата, надаючи висловлюванню додаткового ступеня ввічливості.

Таким чином, кличний відмінок є спеціалізованим індикатором КВ, основне завдання якого полягає в маркуванні того, до кого звернене мовлення. По-перше, у межах КВ кличний відмінок найбільш повно репрезентує значення привернення й підтримання уваги, які є його категоріальними ознаками, що вирізняють кличний відмінок серед інших індикаторів. По-друге, широкий реєстр лексем з ознакою вокативності, дозволив виділити основні три групи ввічливих звертань: гоноративи, антропоніми та партикулятиви, які в повній мірі реалізують функцію кличного увічливості привернення і підтримання уваги. По-третє, уживання кличного відмінка обумовлюють комунікативно-прагматичні пресупозиції: соціальний статус, ситуація спілкування, знайомство, вік, стать тощо. По-четверте, значення кличного увічливості посилюють інтенсифікатори (атрибутивні поширювачі, присвійні займенники, синтаксичні прийоми повтору, градації тощо) та синтаксична позиція. Перспективним бачиться дослідження інших індикаторів КВ.

Література

1. Арутюнова Н.Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Серия литературы и языка. – Т.40. – №4. – 1981. – С.356-367.
2. Арутюнова Н.Д. Языки и мир человека. – М.: Языки русск.культуры. – 1999. – I-X. – 896 с.
3. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті: Монографія. – Київ: АСМІ, 2002. – 332 с.
4. Безпояско О. К. Іменні граматичні категорії (функціональний аналіз) / О. К. Безпояско ; відп. ред.: Й. Ф. Андерш ; АН Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні . – Київ : Наукова думка, 1991 . – 171 с.
5. Вихованець І. Р. Система відмінків української мови / І. Р. Вихованець. — К. : Наук. думка, 1987. — 231 с.
6. Вихованець І.Р. Теоретична морфологія української мови: Академічна граматики української мови / Вихованець І.Р., Городенська К.Г. – К.: Унів. вид-во „Пульсари”, 2004. – 400 с.
7. Есперсен О. Философия грамматики. – М.: Изд-во иностр.лит., 1958. – 404 с. (Перевод с англ.).
8. Карасик В. И. Язык социального статуса. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоградский государственный педагогический институт, 1992. – 330 с.
9. Колтунова М. В. Конвенции как прагматический фактор диалогического общения // Вопросы языкознания. – 2004. - № 6. – С.100-115.
10. Костусьяк Н. М. Семантико-синтаксичні ознаки кличного відмінка / Н. М. Костусьяк, О. Г. Межов // XII Международная конференция по функциональной лингвистике “Функционализм как основа лингвистических исследований”. Сб. научн. докладов. Ялта 3–7 октября 2005 г. – Симферополь, 2005. – С. 159–161.
11. Кучеренко І. К. Вокатив як виразник функціонального члена речення і так зване звертання / Актуальні проблеми граматики / Львів: Світ, 2003. – С. 114-127.

12. Пешковский А.М. Русский синтаксис в научном освещении. – М.: Учпедгиз, 1956. – 451 с.
13. Плуноян В.А. Общая морфология: Введение в проблематику. — М.: УРСС Эдиториал, 2010. — 384 с.
14. Почепцов Г.Г. (мл.) Коммуникативные аспекты семантики. – К.: Вища школа, 1987. – 129 с.
15. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові. – Чернівці: Місто, 2002. – 272 с.
16. Скаб М. Семантико-синтаксичні функції українського вокатива / Мар'ян Скаб // Мовознавство. — 1987. — № 5. — С. 62—65.
17. Тимченко Є.К. Вокатив і інструменталь в українській мові / Є. К. Тимченко. — К. : З друкарні УАН, 1926. — 118 с.
18. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. – М.: Высш. шк., 1989. – 159 с.
19. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: нормативный и социокультурный контекст. – М.: Русский язык, 2002. – 446 с.
20. Ющук І.П. Похвала звертанню // Дивослово. – 2015. – № 1. – С. 27—31.
21. Яхнич М. А., Ионова С. В. Обращение как проявление речевой культуры в интернет-коммуникации / М. А. Яхнич, С. В. Ионова // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. – № 1. – С. 246–256.
22. Tomiczek E. System adresatywny współczesnego języka polskiego i niemieckiego. – Wrocław, 1983. – 240 s.