

відсутні прокурор і адвокат. Вирок не можна було обжалувати у касаційному порядку, він виконувався одразу після проголошення. У грудні 1934 року Г. Петровським було підписано постанову ВУЦВК «Щодо внесення змін у кримінально-процесуальний кодекс УСРР», де знайшли своє відображення вищезазначені зміни.

До появи НКВС існувала судова колегія ОДПУ, яка мала право застосовувати всі різновиди покарання, зокрема і «вищий захід соціальної справедливості». З 1934 р. при НКВС почав функціонувати новий позасудовий орган – «особлива нарада». Вона наділялася широкими повноваженнями, серед яких: заслання, депортація, відправка на виправні роботи до таборів терміном до 5 років. На місцях продовжували діяти спеціальні «трійки», які як і раніше, ігнорували будь-які норми судочинства. Судовий розгляд кримінальних справ не відбувався. Його замінили адміністративними рішеннями, що стало характерною ознакою більшовицького тоталітарного режиму, утвердження якого сплюндрувало основні принципи дотримання законності і викликало істотні деформації радянської правоохоронної системи, що перетворилася у інструмент терору і боротьби з інакомислячими.

Одержано 30.10.2017

УДК 811.161.2:004.738.5

Наталія Ігорівна ЄЛЬНІКОВА,

*старший викладач кафедри українознавства факультету № 2
Харківського національного університету внутрішніх справ*

МОВНИЙ АСПЕКТ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ВЕРСІЯХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

У наш час важко не помітити стрімкий розвиток засобів зв'язку та інформаційних технологій, що видозмінили людське спілкування. Із появою соціальних мереж розпочався новий етап комунікації, що відкриває потужні медійні можливості та привертає увагу до нових тенденцій у комунікативних процесах. Сьогодні Інтернет як новий комунікативний простір займає вагоме місце в житті людини, а також продовжує неухильно зростати роль цього сектору в процесі спілкування. Саме тому спілкування у соціальних мережах дедалі більше привертає увагу філософів, психологів, соціологів, культурологів, лінгвістів.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням наукового інтересу до появи глобального комунікативного простору, спілкування в соціальних мережах загалом, зміни характеру комунікативних процесів, які опосередковані найновішими інформаційними технологіями.

Комунікація у соціальних мережах ставала об'єктом дослідження багатьох учених. Так, сутність поняття комунікації та її різновиди вивчали С. Денисюк, О. Баришполец, Є. Дмитренко. Мовознавчий аспект спілкування в Інтернеті та інноваційні одиниці, якими послуговуються у соціальних мережах, розглядали Ф. Бацевич, Я. Вжец. Питання медіа-лінгвістики ставали об'єктом наукових розвідок таких дослідників, як Г. Почепцов, А. Соколов, Б. Гаспаров, В. Карасик тощо. Серед закордонних дослідників, що зосереджували свою увагу на різних аспектах електронних соціальних мереж, можна виділити таких: С. Берковіц, Дж. Морено, Л. Фріман, П. Марсдеа та ін.

Термін «соціальна мережа» з'являється вперше 1954 року у книзі «Класи і збори в норвезькому острівному приході» соціолога Манчестерської школи Джеймса Барнса. На той час, щоправда, цей термін зовсім не стосувався Інтернету, він розкривав поняття людських взаємин, проте зміст був сформульований цілком чітко: соціальна мережа – це те, що об'єднує групи людей за інтересами. Сьогодні соціальна мережа – це структура, що базується на людських зв'язках і взаємних інтересах. Соціальна мережа – це платформа, на якій користувачі взаємодіють один з одним за допомогою фотографій, відео, груп, повідомлень, чатів і т. ін. Найбільш популярними серед користувачів соціальних мереж сьогодні є Instagram, Facebook, Twitter. «Вконтакте» (сленг. Контакт) – російський аналог Facebook, останнім часом втрачає свою популярність в Україні. Виключно українськими соціальними мережами сьогодні є WEUA, Ukrainians, Kozakam.com, але широкою популярністю ці медіа-платформи не користуються.

Аналізуючи дослідження зарубіжних науковців, можна підкреслити, що на першому місці перебувають пости англійською мовою, на другому – повідомлення японською мовою, на третьому – іспанською. Більшість інформації, яка подається сьогодні в українських версіях соціальних мереж, російськомовна або суржикова. Проте слід зауважити, що значна частина українськомовної інформації набирає обертів. Якщо раніше українськомовними були здебільшого спільноти українських компаній, ЗМІ, політичні чи громадські організації, то сьогодні дедалі більше блогерів та простих користувачів соціальних мереж розміщують інформацію в постах сучасною українською літературною мовою.

Комунікативна поведінка користувачів соціальних мереж зумовлена певними правилами мережевого етикету, що розкривається у широкому застосуванні зниженої лексики, жаргонізмів, сленгізмів, вживанні великої кількості аббревіатур та скорочень, використанні смайликів (від англ. *smiley* – піктограма, що виражає емоцію), що надають емоційно-експресивного забарвлення повідомленню. Так,

емотикони компенсують елементи паралінгвального спілкування, виражаючи сум, радість, здивування тощо. Наприклад: :-D,))) – сміх, :-) – щастя, :-(– сум, :-O – здивування тощо.

Інтернет-мова, на нашу думку, – це знакова система, виражена в усній та писемній формах, є основним засобом людського спілкування в мережі Інтернет. Мовлення у соціальних мережах ґрунтується на мовних нормах (лексичних, орфографічних, граматичних, синтаксичних), що й мовлення живе.

Мовний аспект спілкування в соціальних мережах репрезентований на різних рівнях. Так, на лексичному рівні здебільшого послуговуються побутовою лексикою, жаргонізмами: *забанити*, *хакнуть*.

Абревіація як один зі способів словотвору – характерна особливість спілкування в соціальних мережах. Наприклад, *IMHO* (англ. In My Humble Opinion) – по-моєму..., як на мене. *lol* – (англ. Laughing Out Loud) – регочу на всю горлянку, *4u* – (англ. For You) – для тебе. Наведені мовні засоби функціонують не лише в мережі, а й переходять у повсякденне розмовне мовлення.

Можна виділити запозичення з інших мов, а також власне українські слова, адаптовані під іншомовну версію. Щодня ми чуємо «*гуглити*», «*загуглив*» тощо, що означає шукати певну інформацію в мережі через Google – один із пошукових сервісів; *post* – повідомлення у соціальних мережах. *Лайкнути* – вподобати на Фейсбуці. *Селфі* – вид фотографії, автопортрет, зроблений за допомогою камери смартфона, фотоапарата чи веб-камери. *Фоловер* – особа, користувач соцмережі, що слідкує за оновленнями статусу чи новинною стрічкою іншого користувача.

Українськомовні варіанти: *уподобайкнути* – те саме, що й «лайкнути», утворене поєднанням українського «вподобати» та запозиченого «лайкнути». *Самознимка*, *самосвітлик* (від сам + світл(ина) + суфікс –ик–), *себешечка*, *самоклац*, *себеклац*, *особисточка*, *себенчик* – те саме, що й *селфі*. *Підписник*, *постежник*, *відслідковувальник*, *споглядальник* – інтернет-дописувач.

Скорочення слів і основ – ще один із найпоширеніших способів творення сленгових одиниць у соціальних мережах. Наприклад: *комп*, *інфа*, *інет*, *комп*.

Синтаксичні конструкції в соціальних мережах характеризуються лаконічною структурою, оскільки інформація, яка в них передається, має максимально стислий зміст, тому у мовленні користувачів соціальних мереж переважають прості речення.

Отже, ми з'ясували, що соціальні мережі вплинули на розвиток української мови, оскільки в мові з'явилися нові запозичення, деякі набули граматичні категорії української мови. Слід зазначити також

появу нових висловлювань, якими активно послуговується молодь у спілкуванні як у соціальних мережах, так і в реальній комунікації. Виникли нові скорочення слів та вигуківі слова, що активно переходять із віртуального середовища до реального. Варто підкреслити панування розмовного стилю в соціальних мережах, що надає спілкуванню спонтанності, неофіційності, тенденції до стислості й експресивності.

Список бібліографічних посилань

1. Каптюрова В. В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. 2012. С. 134–140.
2. Маковецька-Гудзь Ю. А. Українська мова в соціальних мережах. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 47, ч. 1. URL: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/47-1/77.pdf (дата звернення: 02.11.2017).
3. Муравьев Н. А., Панченко А. И., Объедков С. А. Неологизмы в социальной сети Фейсбук // Диалог–2014 : Междунар. конф. по компьютерной лингвистике. URL: <http://www.dialog-21.ru/media/2213/muravyev.pdf> (дата звернення: 02.11.2017).
4. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньо-структурні процеси. Київ, 2009. 240 с.
5. Яковлев І. Соціальні мережі наступають, портали відходять у минуле // MegaSite.In.Ua : сайт. URL: <http://megasite.in.ua/43395-socialni-merezhhi-nastupayut-portali-vidhodyat-u-minule.html> (дата звернення: 02.11.2017).

Одержано 03.11.2017

УДК 94(477)341.485

Станіслав Юрійович ІВАНОВ,

кандидат історичних наук,

доцент кафедри українознавства факультету № 2

Харківського національного університету внутрішніх справ

НАСИЛЬНИЦЬКА КОЛЕКТИВІЗАЦІЯ ЯК БАЗОВИЙ ЧИННИК ГОЛОДОМОРУ 1932–1933 рр.

Після проголошення незалежності України найнагальнішою потребою є ознайомлення небайдужого громадського загалу з фактами вітчизняної історії, котрі містять у собі заряд духовності, формують патріотичну свідомість, вчать зразкам служіння батьківщині, народів. Нинішнє покоління мусить знати правдиву історію, шанувати пам'ять про своїх пращурів.

Трагічною сторінкою в історії України є голодомор 1932–1933 рр. У травні 2003 р. Верховна Рада України в офіційному зверненні до народу визнала голодомор 1932–1933 рр. актом геноциду. Загальновідомим є той факт, що цей голод був спричинений примусовою колективізацією, нереальними планами хлібозаготівель, політикою