

Розділ II. Проблеми культурології: історичні та сучасні розвідки

УДК 398.2 (477)+008

Денисюк Жанна Захарівна,
кандидат культурології,
начальник відділу наукової
та редакційно-видавничої діяльності
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-0833-2993
jannet_d7@ukr.net

СМІХОВА ОСНОВА ІНТЕРНЕТ-ФОЛЬКЛОРУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ЙОГО КОМУНІКАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Метою роботи є дослідження сміхової основи інтернет-фольклору як засобу реалізації його комунікативного потенціалу. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні загального наукового принципу об'єктивності, аналітичного, культурологічного та структурно-семантичного методів у дослідженні сміхової основи творів інтернет-фольклору, за допомогою якої є можливим реалізація їх комунікативного потенціалу. **Наукова новизна** роботи полягає у визначенні ролі гумористично-сміхового компонента як засадничого принципу створення текстів інтернет-фольклору та реалізації їх комунікативного потенціалу як повідомлень що містять оціночні судження та актуальну соціальну значиму інформацію. **Висновки.** В результаті дослідження встановлено, що переважна більшість текстів інтернет-фольклору мають в своїй основі гумористично-сміховий компонент, що відповідає принципам мережевої комунікації – анонімності, карнавальності, ігровому характеру. Сміхова культура, маючи свої традиції функціонування на різних історичних періодах та опосередковуючись домінуючими соціальними та культурними чинниками, завжди належала до «позаофіційного» контексту, будучи виразником архаїчних пластів людської психіки і свідомості. Сміхова культура соціально спрямована та визначається конкретним соціокультурним середовищем, яке й постулює свої цінності й ідеали, долаючи тим самим соціальний деструктив, розбіжності, суперечності реалій буття. Тексти інтернет-фольклору, що постають в процесі творчо-комунікативної діяльності, виступають водночас певними повідомленнями, що репрезентують в сміховій формі актуальну інформацію для комунікантів, та містять оціночні судження, спрямовані на викриття непривабливої суспільної дійсності, подолання суперечностей задля гармонізації буття й реалізації кращих суспільних ідеалів.

Ключові слова: інтернет-фольклор, сміхова культура, комічне, карнавальність, комунікація.

Денисюк Жанна Захарівна, кандидат культурології, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Смеховая основа интернет-фольклора в реализации его коммуникативного потенциала

Целью работы является исследование смеховой основы интернет-фольклора как средства реализации его коммуникативного потенциала. **Методология исследования** заключается

в применении общего научного принципа объективности, аналитического, культурологического и структурно-семантического методов в исследовании смеховой основы произведений интернет-фольклора, с помощью которой возможна реализация их коммуникативного потенциала. **Научная новизна работы** заключается в определении роли юмористическо-смехового компонента как основополагающего принципа создания текстов интернет-фольклора и реализации их коммуникативного потенциала в качестве сообщений, содержащих оценочные суждения и актуальную социально значимую информацию. **Выводы.** В результате исследования установлено, что подавляющее большинство текстов интернет-фольклора имеют в своей основе юмористическо-смеховой компонент, отвечающий принципам сетевой коммуникации - анонимности, карнавализованности, игровому характеру. Смеховая культура, имея свои традиции функционирования в разные исторические периоды и опосредствуясь доминирующими социальными и культурными факторами, всегда принадлежала к «внеофициальному» контексту, будучи выразителем архаических пластов человеческой психики и сознания. Смеховая культура всегда социально ориентирована, определяется конкретной социокультурной средой, и постулирует свои ценности и идеалы, преодолевая тем самым социальный деструктив, разногласия, противоречия реалий бытия. Тексты интернет-фольклора, которые возникают в процессе творческо-коммуникативной деятельности, выступают одновременно определенными сообщениями, которые представляют в смеховой форме актуальную информацию для коммуникантов и содержат оценочные суждения, направленные на разоблачение неприглядной общественной действительности, преодоление противоречий для гармонизации бытия и реализации лучших общественных идеалов.

Ключевые слова: интернет-фольклор, смеховая культура, комическое, карнавализация, коммуникация.

Denysyuk Zhanna, PhD in Cultural Studies, Head of research and publishing activity department, the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

The humor foundation of the internet folklore in the implementation of its communicative potential

Purpose of Article. The aim of the article is to study the foundations of Internet humor folklore as a means of implementing its communicative potential. **Methodology.** The methodology of the study is to apply the general principle of scientific objectivity, analytical, cultural, structural and semantic methods in the researching of the humor based on the works of Internet folklore. Due to it we can realize their communicative potential. **Scientific novelty.** The scientific novelty of this work is to determine the role of humorous comic-component as a fundamental principle of the creation of the Internet folklore texts and realization of their potential as communicative messages that contain value judgments and actual socially significant information. **Conclusions.** It was proved the fact that the majority of Internet folklore texts are based on the humorous comic-component corresponding to the principles of network communication - anonymity carnival, game character. The culture of laughter, with its tradition of functioning in different historical periods and mediating the dominant social and cultural factors, has always belonged to the « privately » context, as the spokesman of the archaic layers of the human psyche and consciousness. The culture of laughter is always socially oriented, determined by the specific socio-cultural environment, and posits his/her values and ideals whereas overcoming the destructive social, differences and contradictions of realities. Internet folklore texts, appeared in the process of creative and communicative activity, have social orientation and define messages in comic forms, presenting the information for communicators, which contains value judgments about the ugly social reality, overcoming the contradictions to harmonize life and implementation of best social ideals.

Keywords: Internet folklore, culture of humor, comic, carnivalization, communication.

Актуальність теми дослідження. Інтернет-мережа, яка на сьогодні є найпрогресивнішим засобом комунікації, створила не лише безпрецедентне середовище комунікації, але й певний віртуальний соціокультурний простір, який,

розширюючи межі культурної взаємодії, утворює особливі умови для самореалізації індивідів. Сам принцип комунікації, що позначається онлайновою доступністю, зворотним принципом дії для комунікантів, анонімністю, карнавалізовано-ігровим характером та певною вседозволеністю, яка виходить за рамки офіціозу і буденності, накладає відбиток на утворювані артефакти, тексти інтернет-мережі та загалом культурні практики. Особливий сегмент інтернет-фольклору, який об'єднує тексти/твори, що постають в мережі завдяки як технологічним можливостям, так і творчо-комунікативній діяльності користувачів, належить типологічно до постфольклору, що опосередковується комунікативними практиками. Власне, можливість користувачам створювати та поширювати твори такого характеру сформувала своєрідний тип міжособистісної комунікації (та й, власне, самопрезентації), що в переважній більшості ґрунтується на гумористично-сміховій основі. Це дає можливість надзвичайно емного світоглядно-оціночного висловлення щодо актуальних питань/подій сьогодення, репрезентуючи цінності й ідеали соціуму. Загалом твори інтернет-фольклору містять закодовані в сміхових та гумористично-комічних текстах повідомлення, соціальну інформацію, що є реакцією на будь-які зміни в соціокультурному просторі. Відтак твори інтернет-фольклору постають своєрідним типом комунікації, що виражає світоглядно-ціннісні домінанти соціуму.

Аналіз досліджень і публікацій. Зважаючи на ряд досліджень в гуманітарному дискурсі, які присвячувалися вивченню феномену сміху, комічного та гумору загалом (С. Аверінцев, М. Бахтін, А. Бергсон, Ю. Боров, Б. Дземидок, Д. Лихачов, Ю. Лотман, В. Пропп), все ж більшою мірою зосередимо свою увагу на тих роботах, в яких означена проблематика розглядалася в контексті інформаційного простору, комунікативних зв'язків і стратегій та сучасної соціокультурної ситуації: в даному напрямі працювали вітчизняні дослідники – А. Голозубов, О. Гудзенко, І. Кобякова, Н. Козирєва, О. Колісник, Л. Кузнецова, К. Ломоносова, О. Мальцева, І. Мацишина, О. Ненько, Л. Панкова, Н. Прокopenко, В. Самохіна, К. Серажим, В. Сиротенко; та ближнього зарубіжжя: А. Дмитрієв, В. Карасик, Л. Карасьов, Є. Курганов, О. Леонтович, О. Месропова, М. Мінський, А. Морозова, Т. Рюміна, А. Сичов.

Окремі дослідники вивчали «інтернет-жанри» в аспекті приналежності до гумористично-сміхового дискурсу, проте не визначаючи їх безпосередньо як постфольклорні (інтернет-фольклорні), хоча за типологічними ознаками вони цілком можуть до них відноситися: Ю. Данько, Ю. Єрофєєв, Г. Коробка, І. Мариненко, Ю. Щуріна.

Метою роботи є дослідження сміхової основи інтернет-фольклору як засобу реалізації його комунікативного потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи тексти інтернет-фольклору, які змістово майже всі функціонують в контексті гумористично-сміхового дискурсу, варто найперше звернутися до феномену сміхової культури, що на сьогодні значною мірою визначається сучасними комунікативними практиками та соціокультурним контекстом загалом. Сміхова культура, маючи свої традиції функціонування на різних історичних періодах та опосередковуючись домінуючими соціальними та культурними чинниками, завжди належала до

«позаофіційного» контексту, будучи виразником архаїчних пластів людської психіки і свідомості. Саме через сміх і карнавальність проступали інші сторони буття, де суперечності й неприйнятні ситуації і явища набували інших, «протилежно обернених» значень, гармонізуючи тим самим середовище та зміщуючи полюси негативу. В сучасних умовах, окрім такого своєрідного соціально-комунікативного регулятора, сміхова культура, як зазначає О. Колісник, виступає модулятором свідомості і самосвідомості суспільства, виразником його ціннісних орієнтацій, слугуючи, водночас, оперативним засобом передачі спеціальної, особистої чи публічної інформації [3, 58]. Сміхова культура завжди соціально спрямована та визначається конкретним соціокультурним середовищем, яке й постулює свої цінності та ідеали, долаючи тим самим соціальний деструктив, розбіжності, суперечності реалій буття. Про те, що сміхова культура є живим середовищем, яке миттєво реагує на значущі зміни у соціокультурному просторі, наголошувала Л. Панкова [6, 3].

Варто зазначити, що в категоріальному відношенні теоретичного осмислення сміхова культура (вперше окреслена М. Бахтіним), на думку дослідників, є тим загальним, що об'єднує різні прояви смішного й комічного. Поняття гумору, яке у вузькому сенсі є одним з видів комічного, в широкому розумінні фактично являється здатністю людини або соціальної групи сприймати комічне в усьому його розмаїтті [9, 76]. Дослідниця О. Ненько під поняттям гумору розуміє спосіб сприйняття соціальних явищ та їх інтерпретації як смішних, що пов'язується із вмінням соціального суб'єкту розкривати протиріччя в оточуючій дійсності та формувати щодо них відсторонене «гумористичне» ставлення. До того ж однією з головних ознак гумору є його соціальність, оскільки він є контекстуальним та таким, що залежить від ідентифікації соціального суб'єкту та створюється в гумористичній комунікації [5, 10].

Будучи антропологічними явищами, і гумористичне, і комічне має своїм підґрунтям соціальні протиріччя, що обігруються в незвичних ситуаціях та з незвичних точок зору, шляхом лінгвістичної, семантичної гри. Як слушно зазначає І. Кобякова, загалом гумор корелюється з такими компонентами, як сміх (незвичайне, смішне сприйняття), іронія (висміювання), комічне (гра словом, жарт, сміх, сатира), гротеск (образне, привабливе, бурлескне, комічне, критичне), гег (ефект жарту, трюк), сатира (моралізаторська критика, глузування), забавне (естетичне, емоційне, звернене до інтелекту, веселе, контрастне, привабливе) [2, 37].

Повністю змінився ракурс буття сміхової культури в добу постмодерну, з огляду на загальну трансформацію культурологічної парадигми. Постмодерн пропонує свої варіанти сенсовизначень, відмінною рисою яких є полісемантика значень, вони часто обігруються та опосередковуються медіа-засобами та у віртуальному просторі, надаючи реципієнтам можливість власної інтерпретації відповідно до власних поглядів і уподобань, вільно та подекуди неоднозначно трактуючи усталені норми і цінності. О. Гудзенко слушно зазначає, що «під час переходу до постіндустріального суспільства – в плані технічності, так і переходу до постмодерновості у рамках культурних традицій, сформува-

лися та стали актуальними процеси, які є основними у прояві гумору як реакції на ризиковані ситуації» [1, 164].

Постмодерна іронія з її принципами нівелювання будь-яких серйозних сенсів, вільне ними жонгливання за допомоги гумору і комічності та загальна спрямованість на карнавалізацію всього соціального багато в чому визначила самі модуси сміхової культури за нових умов. Сміхові принципи постмодерну передбачають іронічне й гумористичне переосмислення минулого та всього важливого в цивілізаційному набутку людства, створюючи своєрідну гру без правил. Відтак помітно зміщеними стали й акценти сміхового та його формати, змінюючи, водночас свої суспільні ролі та функціональність. Принцип карнавалізації, як пише Л. Панкова, в системі суспільних відносин виступає механізмом примирення та подолання суперечностей суспільного буття людини, оскільки людський розум з його логікою мислення потребує механізму узгодження суперечностей існування та піднесення над недосконалістю буття задля того, щоб зробити світ зрозумілим та придатним до життя в ньому [6, 12].

Особливої актуальності і суспільної запитуваності сміхова культура набуває в часи, позначені суспільними трансформаціями, ціннісною аномією, невизначеністю буття людини в соціумі та окресленням свого майбутнього. Відтак сміхова культура і її рефлексії щодо різноманітних соціальних та інших катаклізмів, неузгодженості стає виразником суспільної свідомості.

Середовищем найповнішої реалізації постмодерно-карнавалізованої комунікації та загалом форматів сміхової культури, що знайшли втілення в текстах постфольклору, стала інтернет-мережа з її гіпертекстуальністю, анонімністю та ігровим характером. З огляду на подвійні закладені сенси, що містять твори сміхової культури, доречно говорити про безпосередньо сміхову комунікацію, оскільки «сміх, як код повідомлення, впливає не тільки на саме повідомлення, а й виступає механізмом соціальної інженерії» [4, 251]. Така комунікація несе не лише ціннісно-сміслові навантаження, але й змінює звичну ситуацію на протилежну, тим самим змінюючи кут погляду на об'єктивну дійсність, явище чи ситуацію, що часто виходить за межі раціонально-логічного розуміння.

Сміхове й комічне в якості комунікативної практики, на думку І. Мацишиної, володіє такими функціональними властивостями, як пізнавальна, де за допомоги сміхового начала переосмислюється те чи інше явище, що призводить до його іншого розуміння. Захисна функція сміху виступає як регулятором соціальних нормативів, так і певним інструментом протистояння в суспільно-політичному аспекті. І в значенні сміхового як здійснення комунікативної стратегії важливим є наявність видовищності як способу об'єднання учасників комунікації [4, 256].

Тексти постфольклору, які функціонують в інтернет-мережі або ж інтернет-фольклор, що безпосередньо створюється користувачами-комунікантами, завдяки своїй гумористично-сміховій основі є найбільш дієвим і оперативним способом реагування на події, винесення власної позиції на загал та висловлення оціночних суджень. Закладена в них інформація та сенси опосередковуються відповідним соціокультурним середовищем, яке є однаково зрозумілим усім

учасникам комунікації. Для осіб, однаково включених в поле спільної знаково-семантичної культури, «прочитання» всіх ціннісних та смислових значень, які репрезентуються текстами інтернет-фольклору, буде відбуватися шляхом осягнення цих значень задля прийняття та символічного єднання в розумінні вищого сенсу, спроектованого сміхом.

Карнавалізація як засадничий принцип інтернет-комунікації знаходить особливий прояв в міжособистісному спілкуванні, що позначається як на осмисленні в зазначеному аспекті всієї соціокультурної дійсності, так і на творенні різноманітних текстів, які, як вже зазначалося, складають сегмент постфольклорної творчості в інтернет-мережі.

Специфіка інтернет-комунікації обумовила породженням нових форматів сміхової культури, в яких досить лаконічно, з притаманною смисловою компресією переосмислюються політичні та соціокультурні реалії буття та вибудовуються нові моделі взаємовідносин та ціннісні ідеали. Актуальними постають так звані малі гумористичні форми, в яких сконцентровано як національно-специфічні особливості, так і сучасна динаміка соціокультурних процесів. Н. Прокопенко визначає ці тексти як такі, що «характеризуються контекстуальністю, змістовою, комунікативною і структурною цілісністю, тематичною визначеністю, завершеністю, семантичною самодостатністю, модальністю і особливою прагматичною функціональністю» [7, 56]. Крім цього, на думку дослідниці, малі гумористичні текстові форми характеризуються мінімальною довжиною фраз, асоціативною домисленістю, діалогізованим мовленням, екстрагуючими цікавими заголовками, стилістично забарвленою лексикою, конструкціями експресивного синтаксису тощо. При цьому варто зазначити, що в межах малих текстових форм чітко прослідковуються соціокультурні, ментальні стереотипи, відкрите ставлення автора до інформаційного наповнення з метою комунікативного впливу на адресата [7, 56-57]. До того ж в рамках інтернет-спілкування такі лаконічні жанрові форми постфольклору перетворюються на своєрідну комунікативну гру, що завдяки лінгвістично-семантичними елементами виражають позицію автора як оціночне судження та формують ситуацію комічного, що може обіграватися в процесі подальшої комунікації. За довільними схемами вибудовуються гумористично-сміхові тексти вербального інтернет-фольклору, дещо схематично клішованими і такими, що підпорядковані певному візуальному взірцю і алгоритму розташування є креолізовані тести (або полімодальні, що складаються з різнорідних знакових систем, як правило, візуальної (аудіовізуальної) та вербальної, змістово поєднаних в одне ціле). Загалом важливим є той факт, що в процесі комунікації та вільного творчого самовираження утворювані тексти інтернет-фольклору можуть тут же змінюватися, доповнюватися, коментуватися, варіюватися численну кількість разів, набуваючи нових смислів, прочитань, контекстних відношень і значень в зіставленні з іншими текстами. Це лише підтверджує діалогічність, в процесі якої такі тексти постфольклору вдосконалюються і шліфуються, набуваючи згодом популярності і поширення. В цілому ж вони стають певним повідомленням, слугуючи маркером вираження активної позиції, та підтримкою/долученням різних спільнот до них. На думку

Н. Прокопенко, в процесі комунікації діалогічність посилює комічний ефект, оскільки спонукає співрозмовників до пошуків можливих спрогнозованих мовленнєвих дій і реакцій на комічні ситуації. Це, в свою чергу, передбачає знання побудови відповідних жанрів, оскільки комунікант виступає носієм певного статусу і комічної ролі, формує правила комічної гри, а реакція адресата спричиняється спільністю стереотипів поведінки, що підтверджує соціокультурний аспект комунікативних взаємодій [7, 57].

В структурі гумористично-сміхової комунікації В. Самохіна в якості одиничного компоненту виокремлює жарт, що становить собою єдність текстового, жанрового та комунікативного аспектів та є «ситуативно-вербальною одиницею несерйозного модусу комунікації і засобом мовленнєвого впливу на комунікативну поведінку учасників спілкування». У комунікативному плані, на думку дослідниці, жарт є фрагментом жартівливої комунікації (у динаміці); у текстовому ракурсі жарт являє собою статичний результат жартівливої комунікації (актуальний текст); у жанровому аспекті жарт становить собою мовленнєвий жанр (абстрактна форма) [8, 170]. Таким чином, ця структурна одиниця, що й складає основу сміхової комунікації, по-різному втілюється в текстах інтернет-фольклору, проте містить зрозумілі для користувачів образи, алюзії, ігрові маніпуляції, прецедентні феномени, що передають актуальну інформацію, та за допомоги завершеного тексту слугує ланкою зв'язку між користувачами. Інтернет-жарти, які в переважній більшості належать до малих гумористичних форм, в своїй основі є досить динамічними структурами, які створюють комічні ситуації, спонукаючи до світосприйняття оточуючої реальності крізь гумористично-сміхову призму. Така ситуація, на думку О. Гудзенко, є свідченням того, що сміхова культура виступає соціальним контролем, методи якої полягають у ненасильницькій формі опору соціальній системі; з іншої сторони, впровадження гумористичного контенту навіть у сфери, які не повинні бути висміяними, формують феномен баналізації зла, що в підсумку сприяє зняттю соціокультурної напруженості [1, 165].

Висновок. Підсумовуючи наведене, зазначимо, що переважна більшість текстів інтернет-фольклору мають в своїй основі гумористично-сміховий компонент, що відповідає принципам мережевої комунікації – анонімності, карнавалізованості, ігровому характеру. Тексти інтернет-фольклору, що постають в процесі творчо-комунікативної діяльності та мають соціальну спрямованість, виступають водночас певними повідомленнями, що репрезентують в сміховій формі актуальну інформацію для комунікантів та містять оціночні судження, спрямовані на викриття непривабливої суспільної дійсності, подолання суперечностей задля гармонізації буття й реалізації кращих суспільних ідеалів.

Література

1. Гудзенко О. З. Сміхова культура як модус соціокультурних трансформацій українського суспільства / О. З. Гудзенко // Грані. – 2014. – № 12. – С.162–166.
2. Кобякова І. К. Концептуалізація та категоризація гумору / І. К. Кобякова // Вісник СумДУ. – 2006. – № 11(95). – Т.1. – С.35–39.
3. Колісник О. В. Феномен сміху в соціально-інформаційному просторі сьогодення / О. В. Колісник // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2015. – Вип.5. – С. 57– 61.
4. Мацьшина І. В. Смейховая комунікація / І. В. Мацьшина // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. – 2012. – №4 (2). – С.251– 257.
5. Ненько О. Є. Соціологічна концептуалізація гумористичного дискурсу як прояву політичної свідомості: автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.01 / О. Є. Ненько ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2011. – 18 с.
6. Панкова Л. О. Сміхова культура України в контексті сучасних трансформаційних процесів: автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 / Л. О. Панкова ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2008. – 19 с.
7. Прокопенко Н. М. Малі текстові форми гумористичного дискурсу / Н. М. Прокопенко // Філологічні трактати. – 2016. – Том 8. – № 1. – С. 54–61.
8. Самохіна В. О. Гумористична комунікація як компонент ігрової діяльності / В. О. Самохіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 8. – Том 1. – С.170–174.
9. Сычев А. А. Природа смеха или Философия комического / А.А. Сычев, науч. ред. д-р филос. наук Р. И. Александрова. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2003. – 176 с.

References

1. Gudzenko, O.Z. (2014). Comic culture as a mode of social and cultural transformations of Ukrainian society. Grani, 12, 162–166 [in Ukrainian].
2. Kobyakova, I.K. (2006). Conceptualization and categorization of humor. Visnyk SumDU, 11(95), vol. 1, 35–39 [in Ukrainian].
3. Kolesnik, A.V. (2015). Phenomenon of laughter in the social-media space today. Aktualni problemy filosofii ta sotsiologhii, 5, 57– 61 [in Ukrainian].
4. Matsyshina, I.V. (2012). Laugh communication. Filosofiia i politolohiia v konteksti suchasnoi kultury, 4 (2), 251– 257 [in Ukrainian].
5. Nenko, O. J. (2011). Sociological Conceptualization humorous discourse as a manifestation of political consciousness. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
6. Pankova, L.O. (2008). Humorous culture of Ukraine in the context of modern transformation processes. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
7. Prokopenko, N.M. (2016). Small text form humorous discourse. Filolohichni traktaty, vol. 8 (1), 54–61 [in Ukrainian].
8. Samokhina, V. A. (2014). The Humorous communication as part of a game. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia, 8, vol.1, 170–174 [in Ukrainian].
9. Sychev, A.A. (2003). Nature of laughter or philosophy comic. Saransk: Yzd-vo Mordov. un-ta [in Russian].