

ции России, которые заслуживают уважения, что особенно важно передать в иностранной аудитории.

Феномен спортивного патриотизма занимает особое место в ряду ценностных понятий. Спортивные соревнования международного масштаба – это единственное пространство, где находится выход естественной потребности современного человека реализовать свои патриотические чувства и настроения на основе общности гражданской родины. Патриотизм в спорте – повод к рефлексии о сути патриотизма вообще как ценности высшего уровня.

Из сферы спорта можно черпать примеры героев для подражания, поскольку проблема поиска положительного героя настоящего времени также остается актуальной. Победы в большом спорте – это высшее проявление патриотизма, см. слова одного из героев фильма в исполнении А. Чадова: «Это для тебя, Россия». Герои фильма воплощают идею, принадлежащую футбольному тренеру Генри Расселу: «Победа – это не всё, победа – это единственное (что есть)». Российский спортсмен нацелен только на победу в противовес неофициальному олимпийскому девизу: «Главное – не победа, а участие».

При обсуждении фильма с иностранными студентами представляется необходимым проследить события, которые происходили в российском спорте в последующие годы. Информационно-психологическая атака на российский спорт в зарубежных СМИ в 2014-2016 гг., связанная с выходом на одном из немецких каналов в 2014 году документального фильма о применении допинга российскими легкоатлетами, о расследовании, проведенном в 2015 году Всемирным антидопинговым агентством, сформировала негативный образ России. Введение спортивных санкций против России попирает фундаментальные принципы и ценности спортивного движения. Комментарий реалий настоящего времени и обсуждение исторических событий и имен, которые встречаются в фильме, позволят выявить актуальные проблемы современности, провести полноценную дискуссию, выходящую за рамки учебной.

Астафьева Е. С.
магистрант
Россия

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ О БЕЗДОМНЫХ ЖИВОТНЫХ

Объявление (*сообщение, извещение о чём-л., доводимое до всеобщего сведения, помещённое где-либо для широкого ознакомления*), размещенное в

социальных сетях, рассматривается нами как явление рекламного дискурса, соотнесенное с социальной рекламой, отличающейся от коммерческой тем, что призвана влиять на ценностные установки людей без призыва к покупке чего-либо. Тематика социальной рекламы – здоровье человека, семья, экология, борьба с вредными привычками, защита животных и т.п.

Объявления о бездомных животных напрямую связаны с ценностями защиты животных и опосредованно с ценностями здоровья человека, семьи, экологии. Бездомные животные в нашей работе понимаются широко, а именно: любое одомашненное животное (собака, кошка и другие, более экзотические питомцы человека, например, змеи, попугаи, обезьяны), замеченное на улице без присмотра, раненое, больное или просто предоставленное само себе.

По цели размещения это могут быть объявления о пропаже или находке животного, о необходимости найти животному дом и хозяев, о сборе денежных средств на лечение и содержание животного.

В тексте объявления о бездомном животном присутствуют положительно-оценочные и отрицательно-оценочные высказывания. Положительно-оценочные высказывания создаются в опоре на импликацию *‘это хорошее животное’* – красивое, доброе, ласковое, веселое, любящее детей, надежный друг и защитник и т.п.: *Найдена кошка тайской породы. Молодая (до трех лет). Домашняя, ухоженная, ласковая, любознательная* (орфография и пунктуация источника здесь и далее сохраняется. – Е.А.). Отрицательно-оценочные высказывания создаются в опоре на импликацию *‘животному плохо’* – оно болеет, голодает, мёрзнет, скучает, находится в опасности: *Найдена собака-девочка в чёрном тряпичном ошейнике с карабином (11 февраля). Сидела на ул. Викулова на одном и том же месте больше суток в -30 градусный мороз, непонятно как там появилась.*

Названные импликатуры непротиворечиво сочетаются в одном высказывании: *Пропал щенок маламута. Ему всего пол годика. Зовут Симба. Довольно крупный, пушистый.* Ему полгодика – он малыш, *ему плохо и опасно оставаться одному.* Довольно крупный, пушистый – *он хороший, красивый, мы его очень любим.*

Подавляющее большинство объявлений о бездомных животных пропагандируют ценность заботы о животном как естественной человеческой обязанности, как об этической норме. Объявления об отлове, отстреле и пр. бездомных животных, пропагандирующие ценность *‘бездомные животные опасны и должны быть уничтожены’* единичны, но они широко распространены в чатах управляющих компаний, жилых комплексов, садовых товариществ.