

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**Аксиология национальной истории в антикварных телешоу
канала HISTORY (США) 2010-х годов**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 255 группы

направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Системы управления
средствами массовой информации и коммуникации»)

Института филологии и журналистики

Овчаровой Юлии Сергеевны

Научный руководитель

зав.каф., д.ф.н., профессор . _____

В. В. Прозоров

Научный консультант

профессор, д.ф.н., доцент _____

А. Н. Зорин

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор _____

В.В. Прозоров

Саратов
2020

«Вещи – любовницы, сестры, подруги...»¹, – так писал великий испанский поэт Хуан Рамон Хименес в одном из своих знаменитых стихотворений об окружающих его каждодневных вещах как живых образах памяти. Вещь, наряду с другими ценностями, играет значительную роль в динамике развития и изменения культуры. Несмотря на очевидную необходимость обладания людьми какими-либо вещами, человеческая история отмечает весьма неоднозначное отношение к ней как таковой и ее взаимоотношениям с человеком. Роль вещи безусловно велика, она демонстрирует уровень развития культуры, по ней судят об ушедших цивилизациях. Вещь преодолевает чуждость природы, очеловечивая мир и делая его безопасным, удобным для человека.

Обращаясь к теме антикварных шоу на популярнейшем американском телеканале History, мы проанализировали связь публицистического подхода в работе с документальным материалом и элементы подлинной поэзии быта, которая оказывается в подтексте интересующего нас явления документально-развлекательной тележурналистики.

Объектом исследования станет связь частного опыта с образом коллективной национальной памяти судьбы антикварных вещей разных эпох на материале телешоу канала History «Звезды ломбарда», «Американские коллекционеры» и «Хватай не глядя».

Предмет исследования – специфика документального сериала на современном ТВ в отражении социальных ценностных категорий в сюжетосложении антикварных телешоу канала History (США).

Цель исследования – осмысление феномена популярности антикварных телешоу в США, а также определение роли предметов прошлого в формировании знаний об общей истории страны.

Для достижения этой цели необходимо решение следующих **задач**:

1. Понять специфику современного развлекательного документального сериала на ТВ.

¹ Хименес Х.Р. Комната // Испанские поэты XX века. Хименес Х.Р., Мачадо А. Лорка Ф.Г. Р. Альберти, Эрнандес М. М.: Художественная литература, 1977. С. 46.

2. Выявить ментальные предпосылки популярности данных видов шоу в США.
3. Познакомиться с записями программ, выбранных для исследования телешоу, определить сюжетные линии и особенности теледраматургии шоу канала History.
4. Оценить характер публицистического сообщения, адресованного аудитории создателями телепрограмм.
5. Соотнести восприятие частной, общенациональной и общекультурной ценности исторических предметов в сюжетах антикварных телешоу канала History.
6. Сравнить исторический опыт освещения антикварной темы на американском ТВ с потенциалом отечественного обращения к этой тематике.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном предельно виртуализированном пространстве проблема сохранения реликвий приобретает особую остроту, а телевидение ищет новые формы для передачи идеи связи поколений и ценности артефактов прошедших эпох, и шире – основы для формирования исторического мышления современной экранной аудитории.

Каждый человек нуждается в вещественном образе живой истории. Плотность информационного потока и рост личностных потребностей вымывает из сознания представление об уникальной ценности исторических вещей. Занимаясь повседневными делами, человек нередко занят мыслями о совершенно постороннем, его ум направлен на обдумывание того, что уже случилось. Обращаясь к прошлому, как к накопленному опыту, человек неизменно рассуждает именно о тех вещах и процессах, которые имеют для него наибольшее значение, важность, интерес. Помимо моральных ценностей и духовных констант, осмыслению подлежат и материальные, и телесно-вещные аспекты повседневной жизни. Тоска по прошлому сопровождается и особым отношением к старым вещам. Как справедливо замечает Д.М.

Федяев, старые вещи вызывают особое умиление, являясь атрибутами праздника и роскоши². Ведомство старых вещей четко определено границей утилитарности, для которой они уже не предназначены, поскольку не являются для данной среды аутентичными, той границей, за пределами которой вступают в силу необходимость, потребности и ставший привычным уровень комфорта.

По известной статистике начала XXI века, из производимых вещей десятилетие переживает лишь 2% из них, соответственно, в следующем десятилетии от этого процента остается еще лишь 2% и т.д. К тому же экономическая доктрина быстрой потребительской сменяемости дешевых вещей, на которой держится современный рынок, уменьшает эту статистику. В потоке сиюминутной вещности человек все меньше ощущает эмоциональную связь с нужными ему предметами, а многие уникальные предметы подлежат массовому уничтожению и не смогут послужить элементной базой для воссоздания исторической правды для будущих поколений.

В отечественной теории журналистики обращение к этой теме предпринимается впервые, чем определяется принципиальная **научная новизна** магистерской работы.

Ключевые понятия исследования: документальное шоу, антиквариат, ретро, винтаж, раритет, аксиология, вещизм.

Структура квалификационной работы включает в себя введение, три исследовательских главы, заключение и список используемых источников.

Основное содержание работы.

Первая глава «Социальная и эстетическая природа антикварных телепроектов» включает в себя два раздела. Первый – «Шоу артефактов. Документальный фильм-сериал на ТВ как новый вид теледокументалистики». Он посвящен теории жанровой специфики исследуемого жанра, наследующего классическим формам

² Федяев, Д.М. Философия техники и технических наук. Проблемы преподавания // Эпистемология и философия науки. – 2006. – № 2 – С. 99.

расследовательской журналистики, и активно развивающегося нетипичный для телепублицистики образ «артиста неигрового кино» (термин Д.А. Лунькова).

При скрещении игрового и неигрового кино или различных жанров кино документального, или при скрещивании жанров кинематографических с литературными и музыкальными, появляются новые, ещё неизвестные. На сегодняшний день авторы имеют множество возможностей для того, чтобы раскрыть свой талант и фантазию и показать миру новый формат документальной съемки. Благодаря современности мир узнает все больше исторических и научных фактов, которые превращаются в циклы документальных передач, в художественные фильмы, в новые сюжеты. Сегодня жанр документального кино предполагает разнообразие его вариаций. Документальное кино успешно транслируется по телевидению, а также внедряется в Интернет, где приобретает новые форматы: от документальных расследований до комиксов.

Технический прогресс и глобализация информационного пространства превратили средства массовой информации в мощный фактор, влияющий на картину мира человека. СМИ информируют и позволяют каждому члену общества формировать собственное отношение к происходящему вокруг них, но при этом именно они моделируют поведение, манипулируя сознанием.

Средства массовой информации выступают в роли инструмента формирования и исследования новых ценностей. На сегодняшний день СМИ синтезируют социальные ценности и находятся наравне с такими общепринятыми коммуникативными факторами культуры, как искусство, литература и религия.

Второй раздел – «Социально-исторические предпосылки развития антикварных телешоу» – посвящен анализу феномена популярности антикварных телешоу в социокультурном пространстве, его истории, а также разным формам его проявления.

Антикварные шоу напрямую связаны с историей, они позволяют зрителю войти в мир коллекционирования дистанционно, дают возможность

сформировать собственную рациональную реакцию на это явление. Анализируя историю формата антикварных многосерийных телешоу, можно выделить следующие этапы развития. Flog It! (BBC2), Cash in the Attic (BBC1), Car Booty (BBC1) и Bargain Hunt (BBC1) вместе с Antiques Roadshow стали самыми популярными антикварными шоу в истории BBC. Эти шоу (за исключением Car Booty) составляли более 10 процентов самых просматриваемых, что является большим показателем для низкобюджетного и малорекламируемого продукта³. Это малобюджетные антикварные шоу, которые, тем не менее, являются частью феномена теледокументалистики. Такие шоу демонстрируют эволюцию от традиционного образовательного формата к современному телеформату. Шоу Flog It! следует традиционному стилю повествования о путешествии, завязанном на драме аукционного бизнеса; Bargain Hunt – соревновательное игровое шоу; Cash in the Attic – шоу, в котором предметы домашнего быта дарят хозяевам новые возможности. Antiques Roadshow и другие телевизионные антикварные шоу подчеркивают ценность исторических артефактов в материальной культуре повседневной жизни, важность объектов повседневности, лежащих на чердаке.

Вторая глава «Образ частного приобщения к национальной истории» посвящена тому, как через истории уникальных вещей частная жизнь пересекается с важными событиями социальной и культурной жизни всей страны. В первом разделе исследован телепроект «Звезды ломбарда» / Pawn Stars и часть серий проекта «Американские коллекционеры» / American Pickers, посвященная уникальным предметам.

В данных телешоу канала History вещи выступают в роли феномена культуры и отражают одновременно разные сферы жизнедеятельности человека: экономическую, коммерческую, психологическую, художественную и эстетическую. Именно через аутентичные вещи происходит личное приобщение героев и зрителей к большой истории,

³ Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии. Структура, экономика, стратегия. – М.: Изд-во МГУ, 2010. С. 167.

каждый из участников таких шоу, вольно или невольно, в денежном эквиваленте оценивает свою фамильную реликвию – а с ней и свой семейный и личный вклад в многолетнюю судьбу страны. От героев и ведущих шоу погружение в такую программу требует колоссальных знаний исторического, искусствоведческого и культурологического плана, очень важно также обладать даже каким-то «шестым чувством» на видение подлинных исторических ценностей. Таким образом, программа невольно не только пропагандирует идею исторической ценности частных коллекций любой семьи, ее сопричастности истории национальной, но и способствует пропаганде знаний – в истории, искусстве и дизайне.

Антикварные шоу телеканала History «Звезды ломбарда» / Pawn Stars и шоу «Американские коллекционеры» / American Pickers демонстрируют, что история и артефакты могут быть ключевым элементом сюжета дневных телевизионных программ, основанных на досуге, но только если они связаны с элементами конкуренции и финансовой ценности. Они рассказывают зрителю о том, что прошлое может быть ценным, о том, что эксперт может направить любого незнакомого с антикварным бизнесом человека, и что любой может поучаствовать в этом процессе. Данные шоу выполняют просветительскую функцию, а также направляют зрителей к вторичному потреблению посредством образов действия, импульса и привязанности, пропагандируют не только идею исторической ценности частных коллекций любой семьи, ее сопричастности истории национальной, но и способствуют пропаганде знаний – в истории, искусстве и дизайне.

Когда антикварные предметы перемещаются из одной группы в другую – и на экране эта ситуация фиксируется драматургически, это хорошо просматривается на примере сцен торгов в шоу «Звезды ломбарда» / Pawn Stars, их ценность трансформируется из утилитарной или потребительской в символическую. Зрители из так называемого среднего класса могут не видеть больше ценности в старых объектах, которые они имеют, так как они больше не могут использовать их по назначению. Эстетические взгляды меняются,

появляется идеология нового образа жизни. Вещи прошлой эпохи в результате перестают составлять «стилистическое единство времени» и начинают считаться немодными, неудобными или некрасивыми. На телеэкране зритель видит, как владельцы семейных ценностей и раритетов, имея желание получить новые материальные блага, пытаются от них избавиться. Представители других групп, напротив, могут находить ценность в старых вещах, в их демонстрационных и символических функциях. Сбор или просто приобретение антиквариата может служить для них способом создания или поддержания определенной «благородной» идентичности, способом создания истории личной или одной из возможностей символического укрепления высоких экономических или властных позиций.

Выполнив анализ шоу телеканала History «Звезды ломбарда» / Pawn Stars и шоу «Американские коллекционеры» / American Pickers, мы сформулировали следующие наблюдения:

- антикварные программы не только пропагандируют идею исторической ценности частных коллекций любой семьи, ее сопричастности истории национальной, но и способствуют пропаганде знаний – в истории, искусстве и дизайне;

- помимо просветительской функции, данные шоу функционируют как механизмы контроля, позволяющие отслеживать и направлять потребителей в прибыльные торговые точки, такие как веб-сайт или магазин античной археологии, а также побуждать людей к обмену антикварными предметами;

- эти программы также служат инструментом для корректировки ожиданий зрителей, ориентации зрителей на свой бизнес и получения обратной связи. Посредством образов действия, импульса и привязанности данные шоу направляют зрителей к вторичному потреблению;

- проанализированные шоу позитивны, их можно назвать в значительной степени прямой, образовательной презентацией. Именно такой, какую зритель ожидает от образовательного канала History;

– направленность шоу, посвященных антиквариату, демонстрирует четкие признаки развлекательного направления вещания, и нет сомнений в том, что привлекательность данных шоу строится на ярком составе ключевых персонажей, которые из выпуска в выпуск рассказывают историю. Историю найденных ими сокровищ, а также историю межличностных отношений коллекционеров.

В третьей главе «Антиквариат – винтаж – ретро. Социальная антропология и жизнь вещей в антикварных телешоу» речь пойдет о феномене привязанности человека к вещному миру в эпоху тотальной виртуализации.

Повседневная жизнь человека тесно связана с вещами и различными объектами, влияющими на сознание, на принятие решений, определяющими поведение человека, а также формирующими ход большой социальной истории. Система социальных ценностей развивалась благодаря культурным и историческим факторам, сейчас она является носителем социального и культурно-национального наследия. Таким образом, различиями в ценностных ориентациях культур народов мира можно назвать различия в ценностном мировоззрении. Проблема ценности явлений окружающего нас мира, жизни человека, его целей и идеалов всегда была неотъемлемой частью философии. В XIX веке эта проблема стала аксиологической, теперь она является предметом многочисленных социальных исследований. Сегодня человек развивает новое глобальное мышление, подразумевающее обращение к общечеловеческим ценностям, и проблема их изучения становится практической и теоретической необходимостью.

Проблема зависимости человека от окружающих его вещей не теряет своей актуальности в век, когда многое лишается материальных носителей. В большинстве случаев яркие проявления вещиизма обусловлены исторически сложившимися ментальными особенностями, но при этом сохранение семейных традиций и реликвий – часть общечеловеческой культуры. История каждой отдельной вещи равна уникальной истории человека, в свою

очередь история каждой семьи становится частью образа истории целой страны. Этому посвящены некоторые серии популярнейшего телешоу «Хватай не глядя» / Storage Wars.

Историчность и художественная ценность наделяют антиквариат символической ценностью в обществе. Рынок антиквариата, запечатленный в шоу «Хватай не глядя» / Storage Wars выступает в роли посредника в преобразовании потребительской стоимости старых вещей. Именно в этом шоу антиквары не только исходят из оценок, сделанных другими коллекционерами и покупателями, но и сами активно участвуют в определении стоимости вещей. В то же время мы осознаем, что обаятельные и скромные в бытовом плане герои, с которыми может идентифицировать себя зритель любого уровня достатка, играют важную роль посланцев индустрии, за которой скрываются тонны каталогов, аукционы, крупные престижные магазины, эксперты, салоны.

По одной из версий, «Хватай не глядя» представляет собой хорошо срежиссированное шоу, развитие которого, впрочем, внешне выглядит достаточно правдоподобно. Но даже если это постановочное шоу – что вполне закономерно предположить, – это нисколько не отменяет того факта, что интерес к нему отражает четкие социокультурные ориентиры ничуть ни в не меньшей степени.

На примере программ канала History мы обнаружили, что шоу «Звезды ломбарда» и «Американские коллекционеры» – это, безусловно, документальные «реалити-шоу», артефакты и их история реальны для продавцов, но все остальное по большей части – постановка. В каждом из этих шоу существует ряд специфических методов аудиовизуального и психологического воздействия, позволяющий зрителю прочувствовать культурную и историческую ценность подержанных предметов, показанных в шоу. В то же время, на примере шоу «Хватай не глядя» / Storage Wars и количества заброшенных «self storage» гаражей, зритель узнает о том, что избавление от накопленных, порой ненужных вещей – новый шаг в культуре

потребления, и со старыми артефактами можно попрощаться во благо будущей жизни.

Проблема зависимости человека от окружающих его вещей не теряет своей актуальности в век, когда многое лишается материальных носителей. В большинстве случаев яркие проявления вещиизма обусловлены исторически сложившимися ментальными особенностями, но при этом сохранение семейных традиций и реликвий – часть общечеловеческой культуры. История каждой отдельной вещи равна уникальной истории человека, в свою очередь история каждой семьи становится частью образа истории целой страны.

В заключение хочется подчеркнуть, что каждая сохранённая вещь – это свидетель частной жизни, свидетель времени. И внимание людей к предметам антиквариата обусловлено двумя причинами. Первой является любовь к истории, государству и, в связи с этим, к старинным предметам, которые несут отпечатки прошлых столетий. Антиквариат сам по себе не только прекрасен и своеобразен, но и является народным достоянием каждой нации. Вторая причина заключается в том, что большинство предметов старины с течением времени возрастают в стоимости, и их покупка становится отличным методом вложения капитала. Антиквариат – это социокультурные артефакты, отражающие аксиологию национальной истории. Настоящие сокровища могут храниться в старых гаражах и заброшенных боксах десятилетиями, потрепанные временем и небрежным отношением. Антикварный бизнес – это не только роскошные магазины и дорогие аукционы, но и захватывающие, а местами даже опасные приключения, непростые человеческие судьбы и новые, иногда неизвестные ранее, факты истории.

Список источников

1. Акинфиев С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2008. – № 6. – С. 23-28.
2. Анарина Н. Г. Сакральная телесность японской художественной вещи [Электронный ресурс] // Вещь в японской культуре. — М. : Вост. лит., 2003. – С. 185 – 201. – Режим доступа: http://ec-dejavu.rU/t/Thing_Japan.html (дата обращения: 05.05.2020).
3. Аппадурай А. «Современность» на просторе: культурные измерения глобализации // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3. № 4. – С. 57-66.
4. Артсег. Владелец вещи, или Онтология субъективности. Теоретический и исторический очерк. – Йошкар-Ола : АФИТ; Чебоксары : Владиком, 1993. – 351 с.
5. Беляев И. К. Спектакль документов : Откровения телевидения. – М. : Гелеос, 2005. 352 с.
6. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: РУДОМИНО, 2001. – 104 с.
7. Вакурова Н. В., Московин Л. И. Типология жанров современной экранной продукции: Учеб. пособие. – М.: Ин-т современного искусства, 1998. – 66 с.
8. Волков Ю.Г., Мостовая И.В. Социология. – М.: Гардарики, 2001. – 432 с.
9. Гидденс Э. Социология. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 704 с.
10. Вшивков, С.А. Словарь терминов по изобразительному искусству. Живопись. Графика. Скульптура: Учебное пособие. СПб.: Планета Музыки, 2013. – 176 с.
11. Гидденс, Э. Социология. – М.: Эдиториал УРСС, 1999. – 703 с.
12. Голядкин, Н. А. История отечественного и зарубежного телевидения. – М.: Аспект пресс, 2014. – 192 с.

13. Дондурей Д.Б., Роднянский А. Развлекательное ТВ: шутки в сторону // Искусство кино. 2006. № 4. С. 34-43.
14. Дунаев В. В мире бизнеса: Сценарии документальных телефильмов. Кн. 3. – М.: Искусство, 1985. – 142 с.
15. Злобин Н.В. Америка... живут же люди! – М.: Эксмо, 2013. – 416 с.
16. Зуйкова Т., Пивоваров А. Тайна заточенной иглы // Антиквариат, предметы искусства и коллекционирования. – М., 2004. – № 11. – С. 118–120.
17. Клоусон Т. Джейми Оливер. 10 секретов создания персонального бренда. – М.: Эксмо, 2012. – 320 с.
18. Ковалёв А. Телевидение как историко-культурный феномен. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2012. – 132 с.
19. Корнев В.В. Вещизм и потребление // Труд и социальные отношения. 2011. № 4. – С. 28-35.
20. Корнев В.В. Философии повседневных вещей. .– М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011. – 250 с.
21. Лелеко В.Д. Пространство повседневности в европейской культуре. – СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств, 2002. – 320 с.
22. Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии. Структура, экономика, стратегия. – М.: Изд-во МГУ, 2010. – 560 с.
23. Марков, Б. В. Проблема человека в эпоху масс-медиа // Перспективы человека в глобализирующемся мире : сб. / Ред. В. В. Парцвания. .– СПб. : С.-Петербур. филос. о-во, 2003. – С. 62-84.
24. Махлина С. Т. Семиотика культуры повседневности. .– М.: Алетейя, 2009. .– 232 с.
25. Миллер Д. Все об антиквариате. – М.: БММ АО, 2001. – 224 с.
26. Миллер М. Антиквариат. Путеводитель коллекционера. – М.: Ниола 21 век, 2004. – 552 с.

27. Михалкович В. И. Развлекательные передачи ТВ и «эффект эксцентричности». – Москва: Искусство, 1981. – 76 с.
28. Муратов С.А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения. – М.: Юрайт, 2016. – 278 с.
29. Мясникова Л. «Новая экономика» в пространстве постмодерна // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 12. – С. 3-14.
30. Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. – Москва: Алетейя, 2008. – 301 с.
31. Оганов Г.С. TV по-американски. .– М.: Искусство 1985. – 287 с.
32. Памела Дуглас. Искусство сериала. Как стать успешным автором на TV. – М.: Альпина нон-фикшн, 2017. – 370 с.
33. Плескачевская И. Лучшие блошинные рынки [Электронный ресурс]URL: <http://www.bloxa.ru/articles/texts/text16/> (дата обращения: 26.02.2020).
34. Прожико Г. С. Концепция реальности в экранном документе. .– М.: ВГИК, 2004. – 454 с.
35. Пронин А.А. Телевидение как рассказчик. Биографический нарратив в современной документалистике. – М.: Петрополис, 2016. – 172 с.
36. Рахманкулова Д. Р. Вещь как мера культуры человека: дис. канд. филол. наук. – Н. Новгород, 2005. – 175 с.
37. Рузин Валерий Давыдович Средства массовой информации в цивилизации и культуре: особенности методологии исследования // Logos et Praxis. 2008. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-v-tsvivilizatsii-i-kulture-osobennosti-metodologii-issledovaniya> (дата обращения: 10.05.2020).
38. Cawelty J. G. Adventure, Mystery and Romance: Formula Stories as Art and Popular Culture. Chicago: University of Chicago Press, 1976. 344 p.
39. Салынский Д. наброски к проблеме жанров в кино // Киноведческие записки. 2005. № 69. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kinozapiski.ru/print/93> (дата обращения: 20.04.2020).

40. Сергеев Д. Они в эфире. Как делается телевидение. – М.: АСТ; АСТ Москва, 2008. – 352 с.
41. Тарковский А. Запечатленное время // Вопр. киноискусства. – М., 1967. Вып. 10. – С. 79-102.
42. Теплиц Е. Кино и телевидение в США. – М.: Искусство, 1966. – 304 с.
43. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 320 с.
44. Тихонов А. Рынок русского антиквариата на Западе на рубеже веков. – [Б.м.]: Collector's Book, 2005. – 334 с.
45. Топоров В. Н. Вещь в антропоцентрической перспективе // Миф. Ритуал. Символ. Образ: исследования в области мифопоэтического: избранное. – М.: Прогресс; Культура, 1995. – 142 с.
46. Указ Президента Российской Федерации о реализации предметов антиквариата и создании специально уполномоченного органа государственного контроля по сохранению культурных ценностей от 21.06.1994 // ИПС "Кодекс".
47. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – М., 2001.
48. Хименес Х.Р. Комната // Испанские поэты XX века. Хименес Х.Р., Мачадо А. Лорка Ф.Г. Р. Альберти, Эрнандес М. – М.: Художественная литература, 1977. – С. 46.
49. Шептулин А. П. Категории диалектики как отражение закономерности развития. – М.: Знание, 1980. – 64 с.
50. Шпаковская Л. Общественная ценность антиквариата. – М.: Эксмо, 2000. – 320 с.

Видеоисточники:

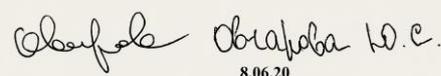
51. Pawn Stars : [официальный youtube-канал] [Электронный ресурс]
Режим доступа:
<https://www.youtube.com/channel/UCmyjVwYZbp5YPYUyeopO2g>

52. Американские коллекционеры : [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://dokonlin.ru/video/amerikanske-kollekcionery-16-sezon-14-s.html>

53. Аукционеры контейнеров в США : [официальный youtube-канал] [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCtnDD2vM8S4FcznWjKDnig>

54. Звезды ломбарда : [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://dokonlin.ru/video/zvezdy-lombarda-14-sezon-01-serija-pawn-.html>.

55. Хватай не глядя : [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://dokonlin.ru/video/hvatai-ne-gljadja-tehas-3-sezon-28-serij-42-39.html>.



Облакова И.С.
8.06.20