

УДК 747:7.071.3:008

Сталинская Г. Д.

Харьковская государственная
академия дизайна и искусств

ПРОБЛЕМЫ ДЕФИНИЦИИ И ПЕРИОДИЗАЦИИ ВИНТАЖА В ДИЗАЙНЕ ИНТЕРЬЕРА

Сталинская Г. Д. Проблемы дефиниции и периодизации винтажа в дизайне интерьера. В основе винтажа лежит обращение к своему наследию как реакция на процессы глобализации и унификации. В средовой дизайн винтаж пробивает себе дорогу через другие сферы жизнедеятельности человека, и проявлением становится соединение современных и старинных элементов декора, мебели и пр. Сегодня он утверждается как стилевое направление в дизайне интерьера, который заимствует старые традиции и объекты. Идентификация включенного в средовой винтажный интерьер предметного ряда должна соответствовать ряду характеристик, которые отличают понятие «винтажа» от родственных ему понятий «антиквариат» и «ретро». В эти характеристики входят временная принадлежность предмета, степень его уникальности, тиражности, социокультурной ценности, связи с культурным источником. Винтажной может считаться аутентичная вещь, обладающая ярко выраженной стилистикой определенной эпохи, выпущенная небольшим тиражом во временном отрезке 50–100 лет и снискавшая определенную популярность.

Ключевые слова: дизайн интерьера, винтаж, ретро, антиквариат, идентификация, социокультурные характеристики.

Сталінська Г. Д. Проблеми дефініції та періодизації вінтаж у дизайні інтер'єру. Підґрунтям вінтажу є звернення до своєї спадщини як реакція на процеси глобалізації та уніфікації. У середовищному дизайні вінтаж пробиває собі дорогу крізь інші сфери життєдіяльності людини, і його проявом стає поєднання сучасних і старовинних елементів декору, меблів тощо. Сьогодні він стверджує себе як стильовий напрям у дизайні інтер'єру, що запозичує старі традиції та об'єкти. Ідентифікація предметного ряду, формуючого середовищний вінтажний інтер'єр, має відповідати низці характеристик, які відрізняють поняття «вінтаж» від родинних йому понять «антиквариат» і «ретро». Сюди входять часова належність предмета, ступінь його унікальності, тиражності, соціокультурної цінності, зв'язок із культурним джерелом. Вінтажною може вважатися автентична річ, що

має яскраво виражену стилістику певної епохи, випущена у невеликій кількості в часовому відрізку 50–100 років, яка здобула певну популярність.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, вінтаж, ретро, антиквариат, ідентифікація, соціокультурні характеристики.

Stalinskaya G. Problems of definition and periodization of vintage in interior design.

Background. Analysis of the modern tendencies in interior design shows an increased popularity of such a phenomenon as vintage which is basically an incorporation of things with history into a modern interior. Addressing to its past, national traditions and search of ways for self-identification became a society's answer to the globalization and a rapid unification of a man's environment. Nowadays this sphere of environmental design gets developed mostly in practice and not in theory. There is no clear definition of the term vintage, as well as there are no stylistic and time frames, etc.

Analysis of recent research and publications. Along with a practical implementation, the first theoretical research on vintage has appeared. The latter describes vintage with its features and methods. There are works by Ye. Kozlova (a style-forming factor in fashion; time and sociocultural frames), E. Mason and D. Thomas (identification of vintage in fashion, its evaluating characteristics), L. Shpakovskaya (value aspects of vintage), Yu. Kuramshina (vintage as a phenomenon of a contemporary culture, its manifestation in fashion and interior design). In Ukrainian scientists' works vintage is still a new and perspective research area.

Objectives of the article. The aim of the research is to give a definition to the term vintage in a line of related to it definitions, namely antiques and retro, in order to afterwards define its characteristics, evaluating criteria, methods and means in interior design.

Research core material. In two recent decades such a phenomenon as vintage gets more and more popular in object-spatial design. A considerable loss of material culture objects due to wars and revolutions in the first half of the 20th century, a changed way of life, as well as sociocultural transformations of the society brought about a new attitude to old things as an alternative to progress contradictory in regard to a cultural legacy. A need to make one's life more individual reached its peak at the turn of the 20th–21st centuries when people addressed to "grandmothers' chests". Things "from the chests" first surfaced in expensive antique shops and later – in the flea markets. This became a source of inspiration and object repertoire for vintage which is strengthening its position in fashion, object design, and interior design.

The term vintage originated in wine industry and in the mid-1980s it came into fashion industry. Specialists used this term to define their experiments on combining new and old things in the frames of one collection. Vintage then had to do with clothing items which identified a style of a certain epoch from one or another Fashion House. In 15 years the same tendencies were noticed in interior design where vintage meant a combination of modern and old-time elements in décor, furniture, etc. Vintage can be defined as a stylistic approach in interior design. The article presents a systematization of old-time objects according to a time parameter and aims at finding their correspondence to the term vintage and relative definitions, namely antiques and retro.

Рецензент статті: Бондаренко І. В., кандидат мистецтвознавства, доцент, Харківська державна академія дизайну і мистецтва

Стаття надійшла до редакції 06.12.2016

Unlike to vintage, the term antiques (from Lat. Anticuius – “old”) was used to describe different categories of old-time things with a considerable value which became objects of trade and collecting. The term retro (from Lat. Retro – “backwards”, “addressed to past”, “retrospective”) is applied when describing categories of old-time things which have a certain cultural and material value, and, as a rule, are not frequently found in a modern everyday life. The main difference between retro and antiques is that a retro thing represents a less cultural and material value.

All three notions involve different time frames. At that, the age of antique objects is defined by the law, while the notions of retro and vintage get frequently substituted in an everyday life. Therefore, it is necessary to study in detail the main time and typical criteria characteristic to them.

The basis of the vintage fashion philosophy was a “second youth” granted to the items produced in the period from 1920 till 1960 which were symbolic to the fashion of their time. The key aspect here is not a time period but a famous name of the Fashion House. This is the main difference between notions vintage and retro. In the first case it is an ultra-fashionable in past thing which has an appearance related to its time period (approximately the 1920s–1960s). In the second case it is an object which is simply not in use any longer. Such thing can be out of fashion.

The definitions of antiques, vintage, and retro include descriptions of their different characteristics and evaluations as sociocultural notions involving time parameters, level of their uniqueness, quantity, connection to their cultural source (epoch, country, school, style, master, brand etc.), as well as their spiritual, cultural, and material value. Thus, the objects related to these notions have to meet the following characteristics:

- *antiques: 100 years or older; uniqueness, a single-item production, connection to a historical epoch / style / school / master, elitism, artistic / historical-cultural value, high material value;*
- *vintage: 50–100 years, rarity, a small quantity, connection to the time epoch / brand, being selected, historical-cultural value;*
- *retro: 20–50 years, availability, a lot production, connection to a certain decade of the 20th century / country of origin, common accessibility, historical value.*

Conclusions. *The basis of vintage is addressing to one’s own legacy as a reaction to the processes of globalization and unification. Vintage is cutting its path into environmental design by means of other spheres of man’s activities. Its implementation is a combination of modern and old-time elements of décor, furniture, etc. Today vintage is getting established as a stylistic approach in interior design which borrows old traditions and objects. The identification of a line of objects in an environmental vintage interior has to correlate with a number of characteristics which single out a notion vintage among related to it notions antiques and retro. These characteristics involve a time-belonging of an object, level of its being unique, quantity of items, sociocultural value, and connection to its cultural source. A thing can be considered vintage provided it is authentic, has an obvious stylistics of a certain epoch, is produced 50–100 years ago in a small quantity, and has got rather popular.*

Keywords: *interior design, vintage, retro, antiques, identification, sociocultural characteristics.*

Постановка проблеми. Анализ современных тенденций интерьерного дизайна показывает возросшую популярность такого явления, как винтаж, в основе которого лежит внедрение в современный интерьер вещей с историей. Обращение к своему прошлому, национальным традициям, поиск путей самоидентификации стали ответом на процессы глобализации общества и стремительной унификации окружающей среды человека. На сегодняшний день эта сфера средового дизайна остается больше в поле зрения практиков, реализующих свои проекты во всех типах жилых и общественных интерьеров.

В то же время, **актуальность темы** безусловна: ощущается явная нехватка серьезного теоретического осмысления данного явления, определения самого понятия «винтаж» в рамках стилевого направления, его методов, приемов, временных характеристик. Это обостряет проблему места винтажа в современной проектной культуре.

Связь с важными научными или практическими заданиями. Данная статья разрабатывается в соответствии с задачами и направлениями работы кафедры «Дизайн интерьера» ХГАДИ, связанными с исследованиями современных тенденций в интерьерном дизайне и внедрением их в учебный процесс.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучение визуальных материалов показало, что за последнее время современные дизайнеры и архитекторы сделали большой вклад в развитие и практическое внедрение элементов винтажа в интерьер. Благодаря различным приемам винтажного дизайна удается достичь значительного функционального, эстетического и эмоционального влияния на человека. При этом, в связи с относительной новизной данного явления, в смежных с интерьером сферах дизайна, таких как индустрия моды, только в последнее время стали появляться первые теоретические исследования, описывающие винтаж, его признаки и приемы. Е. Козлова рассматривает винтаж как один из основных векторов в развитии идей и стилей в моде XXI в., определяет временные рамки и критерии социокультурной значимости объектов винтажной моды [4; 5]. Американские исследователи Э. Мейсон и Д. Томас в своих работах идентифицируют понятие «винтаж» в моде, систематизируют оценочные характеристики объектов [10; 12]. Общее понимание истоков возникновения винтажной культуры дают работы социолога Л. Шпаковской, которая рассматривает основы формирования ценности старинных вещей с точки зрения социальной культуры [7; 8]. Ее коллега Ю. Курамшина исследует винтаж как феномен современной культуры, освещает его специфику, причины и предпосылки востребованности в современном обществе, раскрывает особенности бытования данного явления в различных сферах культуры, особое внимание уделяя таким сферам, как мода и дизайн интерьера [6]. Однако в трудах современных украинских исследователей предметного и средового дизайна винтаж пока еще не нашел глубокого теоретического отражения. Эта область является новой и перспективной.

Целью работы является определение дефиниции «винтажа» в ряду смежных с ним понятий «антиквариат» и «ретро» для дальнейшего выделения его характеристик, оценочных критериев, приемов и средств в дизайне интерьера.

Изложение основного материала исследования. В последние два десятилетия в среде предметно-пространственного дизайна все большую популярность приобретает такое явление, как винтаж. Это вещи ушедших времен, которые обрели вторую жизнь в руках поклонников антикварных ценностей. И если раньше такое хобби было привилегией людей, обладающих достаточными средствами, то сегодня винтаж значительно расширил свои социальные рамки и стал доступен всем ценителям романтической старины и индивидуального стиля.

Рассматривая истоки винтажа, прежде всего, как явления культуры, важно ответить на вопрос, каким образом зародилось это модное течение и как случилось, что увлечение вещами с историей изначально считалось уделом богемы и людей, знающих толк в настоящей красоте. Еще в XIX в. считалось, что появляться в новом, с иголки, костюме — дурной тон и явный признак плохого вкуса. «Он был бы по-настоящему элегантен, если б не слишком новые перчатки», — писал об одном из своих современников Федор Достоевский [цит. по: 3: 116]. Английские денди, славившиеся умением одеваться со вкусом, протирали свои костюмы наждаком, чтобы придать им потрепанный вид, или давали изнашивать фрак лакею. Прошло время, и накопленная за минувшие столетия материальная культура европейского континента, выраженная в предметах быта, была во многом уничтожена войнами и революциями первой половины XX в. Вместе с этим изменился и образ жизни. Разрушенная инфраструктура и приостановленное развитие промышленности, недостаток денежных средств привели к тому, что поношенная и старая одежда, чудом уцелевшие предметы мебели, быта и интерьерного декора стали на многие годы единственной альтернативой противоречивому (по отношению к культурному наследию) и «дорогостоящему» прогрессу [5].

С одной стороны, это порождало очень бережное отношение к сохранившимся вещам. Мебель тщательно протирали и накрывали, одежду передавали из поколения в поколение, в меру сил и фантазии обновляли, перешивали, ремонтировали, сохраняли до лучших времен или просто «на черный день». С другой стороны, дефицит всегда порождает возрастание потребностей, желание обладать чем-то новым. Послевоенное восстановление промышленности в совокупности с развивающимися технологиями привели к стремительному насыщению рынка потребления новыми товарами в сфере индустрии моды, предметного и интерьерного дизайна. Появилась тенденция обновления коллекций один-два раза в год, а в некоторых сферах дизайна, к примеру, таких как мода, и каждый сезон. Такое положение вещей Ж. Бодрийяр определил как «общество потребления» [1]. Поскольку

чрезмерное потребление приводит к пресыщению, стандартные, массово произведенные и потому безликие предметы быта перестали удовлетворять людей с яркой индивидуальностью и тонким вкусом. В этот момент, пришедшийся на рубеж XX–XXI вв., вещи, бережно припрятанные в «бабушкины сундуки», стали наиболее востребованы, перекочевали сначала в дорогие антикварные магазины, а позднее заняли свое место на блошиных рынках и развалах [9]. Это стало источником вдохновения и предметного репертуара для винтажа, который все больше закрепляет свои позиции в моде, предметном и интерьерном дизайне.

Проникновение винтажа во многие сферы деятельности человека, завоевание большого количества поклонников во всем мире, обсуждения в различных реальных и виртуальных сообществах привели к тому, что термин «винтаж» стал утрачивать свое истинное значение и применяться в искаженном понимании. Стало привычным слышать, как неискушенные обыватели при обсуждении какой-либо «милой вещицы» или цветочного орнамента на текстиле в интерьере употребляют слово «винтажный», имея в виду женственную, романтическую характеристику объекта. Тем самым нивелируется понятие винтажного направления, главной характеристикой которого, по мнению американского специалиста в области винтажной культуры Э. Мейсона, является время [10: 18]. Сложившаяся ситуация требует дать более четкое определение термина «винтаж», под которым понимается стилевое направление в дизайне интерьера. Поскольку это направление требует обращения к прошлому, а в этой сфере сложились свои предметные понятия, то представляется важным систематизировать предметы старины по временному параметру. Это позволит установить соответствие и принадлежность подобных предметов понятию «винтаж» и сродным определениям — «антиквариат» и «ретро». В первую очередь рассмотрим эволюцию бытования этих терминов.

Впервые термином «винтаж» начали пользоваться в области виноделия и обозначали им вино большой выдержки урожая определенного, как правило наиболее удачного с точки зрения погодных условий, года (лат. «vindemia», ст.-фр. «vendenge» — сбор винограда) [2]. В индустрии моды первые эксперименты по сочетанию новых и старых вещей в рамках одной коллекции появились в середине 80-х гг. XX в. Здесь винтаж подразумевал предметы одежды, обладающие визуальной и художественной идентификацией стиля, который четко ассоциировался с той или иной эпохой и, желательно, с узнаваемым оригинальным стилем определенного дома моды. В интерьере, куда с опозданием на полтора десятилетия проникла эта тенденция, винтаж стал означать сочетание современных и старинных элементов декора, мебели и пр. В то же время, в музыке и механике под винтажем понимали нечто иное. Это определение соотносили со старым, но хорошо сохранившимся и добротным инструмен-

том или механизмом, а в фотографии — фотоотпечатком, который был сделан в то же время, что и негатив, или вскоре после этого. В целом, по определению Ю. Курамшиной, винтажными признаются аутентичные вещи, имеющие ярко выраженную стилистику определенной эпохи, выпущенные небольшим тиражом, но снискавшие определенную популярность [6: 120].

Следующим важным для нашего исследования термином является «антиквариат». Произшедший от латинского *antiquus* («старый»), этот художественно-исторический термин применялся для описания различных категорий старинных вещей, имеющих значительную ценность. Антиквариат в целом — это старые и редкие художественные произведения или другие ценные вещи, которые являются объектами торговли и коллекционирования [8]. Принадлежность предмета к понятию «антиквариат» определяется его возрастными параметрами, установленными действующим законодательством. К примеру, в США и Канаде антикварный предмет должен быть изготовлен до 1847 г. В Великобритании — иметь возраст не менее 100 лет. В большинстве европейских стран предмет считается антикварным, если он произведен такое количество лет назад, сколько составляет средний пенсионный возраст плюс 10 лет [7]. В Украине на законодательном уровне антиквариат определяется понятием «культурные ценности», а его возрастные параметры составляют 50–100 лет, что связано с практической маркетинговой политикой антикварных салонов.

Еще одним смежным понятием, близким к термину «винтажный», является «ретро» (лат. *retro* — «назад», «обращенный к прошлому», «ретроспективный»). Это довольно абстрактный художественно-исторический термин, применяемый для описания различных категорий старинных вещей, имеющих некую культурную и материальную ценность и, как правило, нечасто встречающихся в современной повседневной жизни. В обиходе «ретро» является достаточно широким понятием, которое может измеряться широкими временными рамками. Главное отличие ретро от антиквариата в том, что данная вещь несет в себе меньшую культурную и материальную ценность [2].

Все три понятия подразумевают существование различных временных рамок. И если возраст антикварных предметов установлен на законодательном уровне, то понятия «ретро» и «винтаж» часто подменяются на бытовом уровне. Это диктует необходимость детальнее разобраться в основных временных и характерных критериях, присущих этим понятиям.

Основа философии винтажной моды как стилового направления в современных тенденциях моды и дизайна заключалась в возвращении «второй молодости» изделиям, произведенным в период с 1920 по 1960 г., которые стали знаковыми для моды своего времени. Ключевым здесь является не временной промежуток, а именно трендовость вещи, громкое имя дома моды [4]. В этом и

заключается принципиальная разница между понятиями «винтаж» и «ретро»: главным является не возраст, а знаковость и узнаваемость в вещи эпохи, к которой она принадлежала. К ретро можно причислить все без исключения старинные и устаревшие предметы, а вот винтаж — это исключительно выдающиеся вещи прошлых лет. Иными словами, винтажная вещь — ультрамодная в свое время, соответствующая внешним видом своему временному отрезку (ок. 20–60 гг. XX в.). В то же время ретро — предмет, просто вышедший из употребления, который зачастую находится вне моды. К примеру, часы René Lalique «Ирисы» — антиквариат, каминные часы второй половины прошлого века — ретро, а часы «Полет», выпущенные в 1964 г. Первым Московским часовым заводом, — винтаж. В сфере дизайна интерьера, куда винтаж перекочевал из индустрии моды, можно применить такой же дифференциальный подход в определении временных рамок:

- антиквариат: 100 лет и более;
- винтаж: 50–100 лет;
- ретро: 20–50 лет.

Для остальных временных отрезков существуют понятия «second-hand» (20–5 лет) и «современный» (5 лет — наши дни) [11].

Однако кроме временных существуют и другие характеристики определения понятий «антиквариат», «винтаж» и «ретро». Как социокультурные понятия каждая из этих позиций имеет шкалу общих характеристик и оценок для идентифицируемых объектов. Она включает в себя описание степени их уникальности, тиражности, связи со своим культурным источником (эпохой, страной, школой, стилем, мастером, брендом и пр.), духовной, культурной и материальной ценностью [12]. Такую систему оценивания можно выразить в таблицах (табл. 1, 2), демонстрирующих различие этих понятий и, соответственно, подпадающих под них предметов.

Выводы из данного исследования. В основе винтажа лежит обращение к своему наследию как реакция на процессы глобализации и унификации. В средовой дизайн винтаж пробивает себе дорогу через другие сферы жизнедеятельности человека, и проявлением становится объединение современных и старинных элементов декора, мебели и пр. Сегодня он утверждается как стилевое направление в дизайне интерьера, который заимствует старые традиции и объекты. Идентификация включенного в средовой винтажный интерьер предметного ряда должна соответствовать ряду характеристик, которые отличают понятие «винтажа» от родственных ему понятий «антиквариат» и «ретро». В эти характеристики входят временная принадлежность предмета, степень его уникальности, тиражности, социокультурной ценности, связи с культурным источником. Винтажной может считаться аутентичная вещь, обладающая ярко выраженной стилистикой определенной эпохи, выпущенная небольшим тиражом во временном отрезке 50–100 лет и снискавшая определенную популярность.

Таблица 1

Типологическая характеристика винтажа по исходному принципу временного фактора

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА С УЧЕТОМ ВРЕМЕННОГО ФАКТОРА		
АНТИКВАРИАТ 100 ЛЕТ И БОЛЕЕ	ВИНТАЖ 50 - 100 ЛЕТ	РЕТРО 20 - 50 ЛЕТ
УНИКАЛЬНОСТЬ	РАРИТЕТНОСТЬ	ДОСТУПНОСТЬ
ЕДИНИЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО	МАЛЫЙ ТИРАЖ	СЕРИЙНОСТЬ
СВЯЗЬ С ИСТОРИЧЕСКОЙ ЭПОХОЙ, СТИЛЕМ, ШКОЛОЙ, МАСТЕРОМ	СВЯЗЬ С ВРЕМЕННОЙ ЭПОХОЙ, БРЕНДОМ	СВЯЗЬ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ ДЕСЯТИЛЕТИЕМ XX ВЕКА, СТРАНОЙ ПРОИСХОЖДЕНИЯ
ЭЛИТАРНОСТЬ	ИЗБРАННОСТЬ	ОБЩЕДОСТУПНОСТЬ
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ / ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ	ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ ЦЕННОСТЬ	ИСТОРИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ
ВЫСОКАЯ МАТЕРИАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ	ВАРИАТИВНАЯ МАТЕРИАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ	НИЗКАЯ МАТЕРИАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ

Перспективы дальнейшего исследования.

Область исследования предметного и средового винтажа на сегодняшний день недостаточно разработана в научном дискурсе, является новой и перспективной. Такие аспекты, как социальная и этнокультурная основы винтажа, методы и приемы его применения в интерьере требуют более глубокого теоретического осмысления для понимания их значимости и роли в современной проектной культуре и дизайнерской практике.

Литература:

- Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. — М.: Культурн. Революция : Республика, 2006. — 268 с.
- Винтаж : особенности и отличия от ретро [Электронный ресурс] // Victoria's Vintage. Блог о винтажной одежде и истории моды. — Режим доступа : <http://victoriavintage.livejournal.com/1069.html> (26.10.2016).
- Ионин Л. Г. Социология культуры / Л. Г. Ионин. — М.: Логос, 1998. — 187 с.
- Козлова Е. Э. Винтаж как один из основных векторов развития идей и стилей в искусстве и практике моды XXI века : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. искусств. : 17.00.04 / Е. Э. Козлова. — Санкт-Петербургская гос. художеств.-пром. акад. им. А. Л. Штиглица. — СПб., 2010. — 21 с.
- Козлова Е. Э. Социокультурные процессы в моде винтаж. Мотивации и психология потребления / Е. Э. Козлова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — СПб., 2009. — № 115. — С. 284–289.
- Курамшина Ю. В. «Вперед, в прошлое!» : мода на винтаж в современной культуре / Ю. В. Курамшина // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского : серия «Философия. Культурология.

Политология. Социология»; т. 27 (66). — 2014. — № 1. — С. 119–124.













- Шпаковская Л. Л. Общественная ценность антиквариата [Электронный ресурс] / Л. Л. Шпаковская. — Режим доступа : <http://www.nir.ru/sj/sj1-2-00shpak.html> (2.11.2016).
- Шпаковская Л. Л. Социальные основы формирования ценности антикварных вещей (На примере антикварного рынка Санкт-Петербурга) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. соц. наук : 22.00.04 [Электронный ресурс] / Л. Л. Шпаковская ; Государственный университет — Высшая школа экономики. — Москва, 2001. — 20 с. — Режим доступа : <http://bloxa.ru/encyclopedia/science/text3/> (8.11.2016).
- Gregson N. Second-Hand Cultures (Materializing Culture) / N. Gregson, L. Crewe. — NY : Berg Publishers, 2003. — 256 p.
- Mason E. Valuable Vintage : The Insider's Guide to Identifying and Collecting Important Vintage Fashions / E. Mason. — NY : Three rivers press, 2002. — 368 p.
- Strutt C. Vintage Chic. Wohnen mit Romantischen Stoffen und Flohmarkt-Schätzen / C. Strutt. — London : Cico Books, 2003. — 160 p.
- Thomas D. Deluxe : How Luxury Lost Its Luster / D. Thomas. — NY : Penguin Two, 2008. — 384 p.

References:

- Bodriyar Zh. Obschestvo potrebleniya. Ego mify i structurey. Moscow : Kultury. revolutsiya : Respublika Publ. 2006. 268 p.
- Vintage : osobennosti i otlichiya ot retro. Victoria's Vintage. Blog o vintagnoy odezhdе i istorii mody. Available at : <http://victoriavintage.livejournal.com/1069.html> (26.10.2016). In Russian.
- Ionin L. G. Sotsiologiya kulturi. Moscow : Logos. 1998. 187 p.
- Kozlova E. E. Vintage kak odin iz osnovnix vektorov razvitiya idey i stiley v iskusstve i praktike mody XXI veka : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. Iskusstvoved. : 17.00.04. Sankt-Peterburgskaya gos. khudozhestv.-prom. akad. im. A. L. Shtiglitsa. St. Petersburg. 2010. 21 p.
- Kozlova E. E. Sotsiokulturnie protsessy v mode vintage. Motivatsii i psikhologiya potrebleniya. Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena. St. Petersburg. 2009, no. 115, pp. 284–289.

Таблиця 2

Предметы и интерьерная среда винтажа, отсылающая к определенной временной эпохе

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТА С УЧЕТОМ ВРЕМЕННОГО ФАКТОРА		
АНТИКВАРИАТ 100 ЛЕТ И БОЛЕЕ	ВИНТАЖ 50 - 100 ЛЕТ	РЕТРО 20 - 50 ЛЕТ
		
		
		
		

6. Kuramshina Y. V. "Vpered, v proshloe!": moda na vintage v sovremennoy kulture. Uchenie zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Seriya "Filosofiya. Kulturologiya. Politologiya. Sotsiologiya", vol. 27 (66). 2014. No. 1, pp. 119–124.

7. Shpakovskaya L. L. Obschestvennaya tsennost' antikvariata. Available at : <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00shpak.html> (2.11.2016). In Russian.

8. Shpakovskaya L. L. Sotsial'nie osnovy formirovaniya tsennosti antikvarnikh veshey (Na primere antikvarnogo rynka Sankt-Peterburga) : avtoref. dis. na soiskanie uch. stepeni kand. sots. nauk : 22.00.04. Gosudarstvennyi universitet —

Visshaya shkola ekonomiki. Moscow. 2001. 20 p. Available at : <http://bloxa.ru/encyclopedia/science/text3/> (8.11.2016). In Russian.

9. Gregson N., Crewe L. Second-Hand Cultures (Materializing Culture). NY : Berg Publishers. 2003. 256 p.

10. Mason E. Valuable Vintage : The Insider's Guide to Identifying and Collecting Important Vintage Fashions. NY : Three rivers press. 2002. 368 p.

11. Strut C. Vintage Chic. Wohnen mit Romantischen Stoffen und Flohmarkt-Schätzen. London : Cico Books. 2003. 160 p.

12. Thomas D. Deluxe : How Luxury Lost Its Luster. NY : Penguin Two. 2008. 384 p.