

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**КАЛКАТОВ ЄВГЕНІЙ АНАТОЛІЙОВИЧ**

УДК 7.05:687.016]:[338.4:391]:316.723(043.3)

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**STREET STYLE ЯК ХУДОЖНЄ ЯВИЩЕ:  
СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ**

022 – Дизайн

02 – Культура і мистецтво

Подається на здобуття ступеня доктора філософії з дизайну.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Є. А. Калкатов.

Науковий керівник: Дихнич Людмила Петрівна, кандидат історичних наук, професор.

**Київ – 2025**

## АНОТАЦІЯ

**Калкатов Є. А. Street style як художнє явище: специфіка формування та стилістичні особливості.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 «Дизайн» (галузь знань 02 «Культура і мистецтво»). – Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2025.

Дисертація присвячена комплексному аналізу феномена street style як багатогранного соціокультурного та художнього явища, що суттєво трансформує сучасний модний дискурс.

У Вступі обґрунтовано актуальність обраної теми дослідження, визначено мету, завдання наукового пошуку, об'єкт, предмет і методи дослідження, наукову новизну, практичне значення та апробацію одержаних результатів, відомості про особистий внесок здобувача, публікації, структуру та обсяг роботи. Зокрема, об'єкт дослідження – street style як художньо-естетичний феномен та одна з форм візуальної культури Західного світу кінця ХХ – першої чверті ХХІ століття. Предмет – стилістичні особливості, художньо-образні та візуально-комунікативні характеристики street style, його естетичні джерела та чинники формування. Мета дослідження – з'ясувати специфіку формування street style як візуального й художнього явища, його образну мову, стилістичну еволюцію, дизайнерські принципи та візуальні коди у контексті модного ландшафту Західного світу. Наукова новизна одержаних результатів полягає, насамперед, у тому, що в теорії українського дизайну уперше street style розглянуто як художнє та візуально-комунікативне явище, що сформувало нові принципи стилістичного мислення в модному дизайні; визначено візуальні та стилістичні особливості street style як результат синтезу субкультурної естетики, вуличного мистецтва, музики,

високої моди й цифрових медіа; виявлено механізми взаємодії street style і високої моди, які зумовили появу нових форм візуального образу, моделей гібридизації стилів і демократизації модного простору. Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що сформульовані положення, теоретичні висновки та фактичний матеріал можуть бути використані як у навчальному процесі, так і у практиці музейної та виставкової діяльності, у сфері культурологічних, мистецтвознавчих і дизайн-досліджень тощо.

У Розділі 1 «*Street style як предмет наукових студій*» здійснено огляд наукових досліджень, як зарубіжних, так і українських, з проблематики street style, конкретизовано й уточнено основні терміни: *street style*, *street fashion*, *streetwear*, акцентовано на їх відмінностях. Доведено, що чітке розмежування цих понять дає змогу уникнути термінологічної плутанини, властивої медіа та окремим академічним текстам, і забезпечує точне розуміння street style як феномена сучасного дизайну, що поєднує індивідуальність, протест і комерціалізацію в єдиній системі візуальної комунікації. Наголошено, що street style не є ізольованим явищем, а вписується в ширші категорії моди, такі як «антимода» чи «постмода», «висока мода». Проаналізовано street style як теоретичний конструкт – від моди до антимоди, постмоди та семіотики. Доведено, що антимода та постмода є взаємодоповнювальними рамками для осмислення street style. Звернено увагу, що у науковій літературі street style трактується не лише як сегмент модної індустрії, а насамперед як культурна практика і форма візуальної комунікації, що передає соціокультурні повідомлення. Підсумовано, що *street style*, *street fashion* і *streetwear* формують ієрархію понять, що відображає динаміку сучасної моди.

У Розділі 2 «*Street style: генезис, динаміка та взаємодія з високою модою*» висвітлено роль молодіжних субкультур як джерела стилістичних кодів street style. З'ясовано, що витoki street style безпосередньо пов'язані з глибокими соціокультурними трансформаціями західного суспільства другої половини ХХ століття. Прослідковано, як кожна з молодіжних субкультур

(хіпі, панки, моди, готи, скейтбордисти, серфери та ін.) збагатила вуличну моду унікальними візуальними атрибутами та смисловим навантаженням, утверджуючи street style як мову протесту й пошуку ідентичності.

Визначено чинники популяризації, трансляції та формування нових стилістичних образів у street style. Наголошено, що джерелом впливу стала музика (панк, хіп-хоп та ін.), що задавала ритм і настрої поколінням, трансформуючись у візуальні форми одягу та способи його носіння. Появі нових образів у street style сприяли сценічні костюми відомих музикантів і співаків, які ставали світовими іконами стилю (короля рок-н-ролу Елвіса Преслі, Мадонни, Фаррелла Вільямса та ін.). У формуванні street style важливу роль відіграв також кінематограф – культові фільми демонстрували streetwear-образи, які після появи на екрані ставали визначальними для модних тенденцій. Підсумовано, що street style на початку своєї появи вважався проявом бунтарства та нонконформізму, та сьогодні це один з мейнстримних трендів, який наслідують навіть світові знаменитості. Важливим джерелом формування street style стало й художнє мистецтво, оскільки його напрями, стилістика й техніки впливають на створення нових модних образів і трендів.

Прослідковано взаємодію та конвергенцію високої моди та street style у формуванні сучасного модного ландшафту. Визначено, що висока мода та street style, історично різні сфери, сьогодні тісно взаємопов'язані. Їхній синтез суттєво трансформував модний ландшафт, зробивши його більш інклюзивним і різноманітним. Стверджується, що взаємозв'язок між street style і високою модою став результатом поступової еволюції, спричиненої творчою співпрацею, а головне – соціокультурними чинниками і зміною споживчих уподобань у суспільстві. Street style і висока мода сьогодні не протистоять одне одному, а перебувають у постійному діалозі, формуючи гібридні стилістичні рішення. У цьому процесі важливою ланкою стали тренд-гантери – спостерігачі й аналітики street style, які допомагають дизайнерам відслідковувати найактуальніші настрої та соціокультурні зрушення.

У Розділі 3 «Глобальний і локальний виміри street style: візуальна культура та тренди» виявлено і охарактеризовано основних агентів візуалізації street style. Зазначено, що вулична мода здобула популярність завдяки діяльності блогерів і фотографів, які щодня фіксували стильних людей на вулицях міст. Серії street style-фотографій – цілісні репортажі про суспільство, його звичаї, культуру та моду. Крім fashion-фотографії, важливим каналом розповсюдження інформації про street style визначено блогерство. Акцентовано на відомих блогах про вуличний стиль фотографів Скотта Шумана, Філа Оха, антрополога Брента Лувааса та ін.

Стверджується, що поширенню street style значно посприяли соціальні мережі, роблячи його з початку XXI століття більш популярним за рахунок надання майданчика для просування індивідуального стилю серед глобальної аудиторії. Платформи, такі як Instagram, Pinterest, Tumblr, Facebook, TikTok і YouTube, ставши каталізаторами поширення street style, дають змогу людям швидко ділитися своїми вподобаннями, знаходити нові дизайни, стилістів і однодумців.

Звернено увагу, що у street style дедалі помітнішою стає тенденція «непоказного» або «неафішованого» престижу, коли соціальний статус більше не виражається через кричущу логоманію чи демонстративну розкіш, а радше через культурний капітал, знання модних кодів, тонкі поєднання унікальних і «небрендових» речей. Охарактеризовано основні причини цього феномену.

Акцентовано, що street style – це не просто мода «з вулиці», а своєрідне урбаністичне «дзеркало» культурних кодів міста. Саме у великих мегаполісах сформувалися ключові естетичні моделі, що вплинули як на глобальний розвиток street style, так і на його локальні варіації – зокрема в Україні. До ключових його характеристик сьогодні належать *oversize*-силуети, екологічність, футуристичні елементи, вплив street fashion тощо. Сучасний вуличний стиль вже не обов'язково ґрунтується на естетиці субкультурної молоді, однак не втрачає своєї бунтівної природи. Сучасні дизайнерські

підходи активно інтегрують елементи street style, звертаючись до його автентичності, спонтанності та здатності до експерименту.

Досліджено специфіку street style в Україні. Український street style має власні особливості формування та візуалізації. Із появою української fashion-сцени у 2000-х, почала з'являтися тенденція до змішування традиційних елементів з актуальними трендами. Street style в українських містах набув популярності із великим запізненням, вже з 2010-х рр., коли по всьому світу він уже зазнав значних трансформацій. Українські блогери приєдналися до street style-манії, що охопила світ, та почали публікувати фото стильно одягнених людей з Києва, Харкова, Одеси та Львова.

Виявлено, що в Україні, як і в усьому світі, спостерігається інтенсивний взаємовплив street style та високої моди. Проаналізовано вплив street style у колекціях відомих українських дизайнерів. Звернено увагу, що ключовим осередком формування street style в Україні є Київ. Саме тут відбуваються головні події Ukrainian Fashion Week. Розкрито особливості street style в різних містах України: Києві, Одесі, Львові, Харкові та ін. Позитивним явищем є зростання національного компоненту у вуличній моді: інтеграція вишиванок, квіткових візерунків та національної символіки. Звернено увагу, що вплив повномасштабної російсько-української війни позначився і на вуличному стилі, вивівши на перший план мінімалізм, функціональність та практичність, водночас спричинивши зростання популярності одягу з патріотичною символікою.

У *Висновках* викладено результати наукового пошуку. Зокрема зазначено, що street style є багатогранним соціокультурним і художнім феноменом, що виник на перетині молодіжних субкультур, урбаністичного середовища, музики, візуального мистецтва, цифрових медіа та масової культури. Street style функціонує як візуально-комунікативне явище, де одяг виходить за межі утилітарної чи декоративної ролі, стаючи інструментом самопозиціювання, символічного висловлювання, соціального коментаря. Стверджується, що підхід до аналізу street style через розмежування таких

термінів і категорій дизайну, як *street style*, *street fashion*, *streetwear*, *вуличний одяг* і *висока мода*, підкреслює його новизну як явища, що формує принципи стилістичного мислення в модному дизайні.

Наголошено, що візуальні коди *street style* – від панк-шпильок до спортивного шик – дають змогу створювати наративи, що відображають соціальні зміни, маргіналізовані голоси, культурні трансформації. Підкреслено, що цифрові медіа трансформують *street style* у глобальний візуальний наратив, демократизуючи моду, посилюючи її вплив. Вулична фотографія, блогери, інфлюенсери створюють альтернативну модну пресу, що конкурує з глянцевиими журналами.

Підсумовано, що український *street style* становить локальну інтерпретацію глобального явища, що сформувався в умовах динамічних культурних і соціальних трансформацій. Попри пізніше виникнення порівняно з центрами моди, він синкретично поєднує світові тренди – *oversize*-силуети, спортивний шик, мінімалізм, денім – із національними мотивами. Війна, спричинена російською агресією, надала українському *street style* нового смислового наповнення.

**Ключові слова:** *street style*; візуальна культура; модна репрезентація; візуальна ідентичність; постмодерна естетика; субкультурна мода; бриколаж; стилістична динаміка; художня еkleктика; модний дизайн; висока мода; гібридизація стилів; візуальна комунікація; цифрові медіа, *fashion*-фотографія.

## ANNOTATION

**Kalkatov Ye. A. Street style as an artistic phenomenon: specifics of formation and stylistic features.** – Qualification scientific work in the form of a manuscript.

Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 022 “Design” (branch of knowledge 02 “Culture and Art”). – Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, 2025.

The dissertation is devoted to a comprehensive analysis of the street style phenomenon as a multifaceted socio-cultural and artistic phenomenon that significantly transforms contemporary fashion discourse.

*The Introduction* substantiates the relevance of the chosen research topic, defines the purpose, objectives of the research, object, subject and methods of the research, scientific novelty, practical significance and testing of the results, information about the personal contribution of the applicant, publications, structure and scope of the work. In particular, the object of the study is street style as an artistic and aesthetic phenomenon and one of the forms of visual culture of the Western world of the late 20th - first quarter of the 21st century. The subject is stylistic features, artistic and figurative and visual and communicative characteristics of street style, its aesthetic sources and factors of formation. The purpose of the study is to find out the specifics of the formation of street style as a visual and artistic phenomenon, its figurative language, stylistic evolution, design principles and visual codes in the context of the fashion landscape of the Western world. The scientific novelty of the results obtained is, first of all, that in the theory of Ukrainian design for the first time street style is considered as an artistic and visual-communicative phenomenon that has formed new principles of stylistic thinking in fashion design; visual and stylistic features of street style are determined as a result of the synthesis of subcultural aesthetics, street art, music, high fashion and digital media; mechanisms of interaction between street style and high fashion are revealed, which led to the emergence of new forms of visual image, models of hybridization of styles and democratization of fashion. The practical significance of the research results is that the formulated provisions, theoretical conclusions and factual material can be used both in the educational process and in the practice of museum and exhibition activities, in the field of cultural studies, art history and design research, etc.

*Chapter 1, "Street Style as a Subject of Scientific Research"*, reviews scientific research, both foreign and Ukrainian, on the topic of street style, specifies and clarifies the main terms: street style, street fashion, streetwear, and emphasizes their differences. It is proved that a clear distinction between these concepts allows

avoiding terminological confusion inherent in the media and some academic texts and provides an accurate understanding of street style as a phenomenon of contemporary design that combines individuality, protest and commercialization in a single system of visual communication. It is emphasized that street style is not an isolated phenomenon, but fits into broader categories of fashion, such as “antifashion” or ‘postfashion’, “haute couture”. Street style is analyzed as a theoretical construct – from fashion to antifashion, postfashion and semiotics. It is proved that antimod and postmod are complementary frameworks for understanding street style. It is emphasized that in the scientific literature street style is interpreted not only as a segment of the fashion industry, but primarily as a cultural practice and a form of visual communication that conveys socio-cultural messages. It is summarized that street style, street fashion and streetwear form a hierarchy of concepts that reflects the dynamics of modern fashion.

*Chapter 2, “Street Style: Genesis, Dynamics, and Interaction with High Fashion”*, highlights the role of youth subcultures as a source of street style stylistic codes. It is found that the origins of street style are directly related to the deep socio-cultural transformations of Western society in the second half of the twentieth century. It is traced how each of the youth subcultures (hippies, punks, mods, goths, skateboarders, surfers, etc.) enriched street fashion with unique visual attributes and semantic load, establishing street style as a language of protest and search for identity.

The factors of popularization, transmission, and formation of new stylistic images in street style are identified. It is emphasized that the source of influence was music (punk, hip-hop, etc.), which set the rhythm and mood for generations, transforming into visual forms of clothing and ways of wearing it. The emergence of new images in street style was facilitated by the stage costumes of famous musicians and singers who became world style icons (the king of rock and roll Elvis Presley, Madonna, Pharrell Williams, etc.). Cinema also played an important role in the formation of street style: cult films demonstrated streetwear images that, after appearing on the screen, became crucial for fashion trends. To summarize, at the

beginning of its emergence, street style was considered a manifestation of rebellion and non-conformism, but today it is one of the mainstream trends that even world celebrities follow. Art has also become an important source of street style, as its trends, stylistics and techniques influence the creation of new fashion images and trends.

The interaction and convergence of haute couture and street style in the formation of the modern fashion landscape is traced. It is determined that haute couture and street style, historically different spheres, are closely interconnected today. Their synthesis has significantly transformed the fashion landscape, making it more inclusive and diverse. It is argued that the relationship between street style and haute couture is the result of a gradual evolution caused by creative collaboration, and most importantly, by socio-cultural factors and changing consumer preferences in society. Street style and haute couture today are not opposed to each other, but are in constant dialog, forming hybrid stylistic solutions. In this process, trend gangers – street style observers and analysts – have become an important link, helping designers to track the most relevant moods and socio-cultural shifts.

*Chapter 3, “Global and Local Dimensions of Street Style: Visual Culture and Trends”*, identifies and characterizes the main agents of street style visualization. It is noted that street fashion has gained popularity thanks to the activities of bloggers and photographers who daily capture stylish people on the streets. Series of street style photographs are holistic reports about society, its customs, culture and fashion. In addition to fashion photography, blogging has been identified as an important channel for disseminating information about street style. The focus is on the well-known street style blogs of photographers Scott Schuman, Phil Ochs, anthropologist Brent Luvaas, and others.

It is argued that the spread of street style has been greatly facilitated by social media, making it more popular since the beginning of the 21st century by providing a platform for promoting individual style to a global audience. Platforms such as Instagram, Pinterest, Tumblr, Facebook, TikTok and YouTube have become

catalysts for the spread of street style, allowing people to quickly share their preferences, find new designs, stylists and like-minded people.

It is noted that the trend of “nondescript” or ‘unadvertised’ prestige is becoming more and more noticeable in street style, when social status is no longer expressed through blatant logomania or demonstrative luxury, but rather through cultural capital, knowledge of fashion codes, subtle combinations of unique and “unbranded” things. The main reasons for this phenomenon are characterized.

It is emphasized that street style is not just a fashion “from the street” but a kind of urban “mirror” of the city's cultural codes. It was in large metropolitan areas that key aesthetic models were formed that influenced both the global development of street style and its local variations, particularly in Ukraine. Today, its key characteristics include oversize silhouettes, environmental friendliness, futuristic elements, street fashion influence, etc. Contemporary street style is no longer necessarily based on the aesthetics of subcultural youth, but it does not lose its rebellious nature. Contemporary design approaches actively integrate elements of street style, referring to its authenticity, spontaneity and ability to experiment.

The specifics of street style in Ukraine are studied. Ukrainian street style has its own peculiarities of formation and visualization. With the emergence of the Ukrainian fashion scene in the 2000s, a tendency to mix traditional elements with current trends began to appear. Street style gained popularity in Ukrainian cities with a great delay, in the 2010s, when it had already undergone significant transformations around the world. Ukrainian bloggers joined the street style mania that swept the world and began publishing photos of stylishly dressed people from Kyiv, Kharkiv, Odesa, and Lviv.

It is found that in Ukraine, as well as in the whole world, there is an intense interplay between street style and high fashion. The influence of street style in the collections of famous Ukrainian designers is analyzed. It is noted that Kyiv is the key center of street style formation in Ukraine. It is here that the main events of Ukrainian Fashion Week take place. The features of street style in different cities of Ukraine are revealed: Kyiv, Odesa, Lviv, Kharkiv, etc. A positive phenomenon is

the growth of the national component in street fashion: the integration of embroidery, floral patterns and national symbols. It is noted that the impact of the full-scale Russian-Ukrainian war has also affected street style, bringing minimalism, functionality and practicality to the fore, while at the same time causing an increase in the popularity of clothing with patriotic symbols.

*The Conclusions* summarize the results of the research. In particular, it is noted that street style is a multifaceted socio-cultural and artistic phenomenon that emerged at the intersection of youth subcultures, urban environments, music, visual arts, digital media, and mass culture. Street style functions as a visual and communicative phenomenon, where clothes go beyond a utilitarian or decorative role, becoming a tool for self-positioning, symbolic expression, and social commentary. It is argued that the approach to analyzing street style through the distinction of such terms and categories of design as street style, street fashion, streetwear and haute couture emphasizes its novelty as a phenomenon that forms the principles of stylistic thinking in fashion design.

It is emphasized that the visual codes of street style – from punk stilettos to sporty chic – allow us to create narratives that reflect social change, marginalized voices, and cultural transformations. It is emphasized that digital media transform street style into a global visual narrative, democratizing fashion and increasing its influence. Street photography, bloggers, and influencers are creating an alternative fashion press that competes with glossy magazines.

It is summarized that Ukrainian street style is a local interpretation of a global phenomenon that has emerged in the context of dynamic cultural and social transformations. Despite its later emergence compared to fashion centers, it syncretizes global trends such as oversize silhouettes, sporty chic, minimalism, and denim with national motifs. The war caused by Russian aggression has given Ukrainian street style a new meaning.

**Keywords:** street style; visual culture; fashion representation; visual identity; postmodern aesthetics; subcultural fashion; bricolage; stylistic dynamics; artistic

eclecticism; fashion design; high fashion; hybridization of styles; visual communication; digital media, fashion photography.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

#### *Статті у наукових фахових виданнях України*

1. Калкатов Є. Передумови появи Street Style у контексті субкультурного руху в США та Великобританії в другій половині ХХ століття. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2024. Вип. 50. С. 145–159. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306804>

2. Калкатов Є. Взаємовплив Високої моди та Street Style. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету*. 2024. Вип. 74. Т. 1. С. 117–125. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-1-16>

3. Калкатов Є. Street Style в Україні: виникнення та особливості поширення. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрямок : мистецтвознавство*. 2024. Вип. 48. С. 512–518. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.821>

#### Опубліковані праці апробаційного характеру

4. Калкатов Є. А. Поняття Street Style як явище молодіжної моди. *The Current State of Development of World Science: Characteristics and Features : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VI International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 15, 2023. Lisbon, Portuguese Republic : International Center of Scientific Research, 2023. P. 302–303.*

5. Калкатов Є. А. Публікації про Street Style Looks: до історії питання. *The Driving Force of Science and Trends in its Development* : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the V International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 22, 2023. Coventry, United Kingdom : International Center of Scientific Research, 2023. P. 220–221.

6. Калкатов Є. А. Вплив Street Style на моду. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, м. Київ, 12–13 квіт. 2024 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2024. С. 103–105.

7. Калкатов Є. А. Вплив музичних течій на появу Street Style. *Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives*: Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VIII International Scientific and Theoretical Conference, Aug. 30, 2024. Vilnius, Republic of Lithuania : International Center of Scientific Research, 2024. P. 62–65.

8. Калкатов Є. А. Інструменти поширення Street Style. *Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень* : зб. наук. пр. з матеріалами VIII Міжнар. наук. конф., м. Рівне, 30 серп. 2024 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. С. 151–153.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	<b>16</b>
<b>РОЗДІЛ 1. STREET STYLE ЯК ПРЕДМЕТ НАУКОВИХ СТУДІЙ</b>	<b>22</b>
1.1. Street style у науковому дискурсі: огляд досліджень	22
1.2. Street style як теоретичний конструкт: від моди до антимоди, постмоди та семіотики	35
<b>Висновки до розділу</b>	<b>54</b>
<b>РОЗДІЛ 2. STREET STYLE: ГЕНЕЗИС, ДИНАМІКА ТА ВЗАЄМОДІЯ З ВИСОКОЮ МОДОЮ</b>	<b>58</b>
2.1. Естетика молодіжних субкультур як джерело стилістичних кодів street style	58
2.2. Чинники популяризації, трансляції та формування нових стилістичних образів у street style	78
2.3. Взаємодія та конвергенція високої моди та street style у формуванні сучасного модного ландшафту	106
<b>Висновки до розділу</b>	<b>130</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ГЛОБАЛЬНИЙ І ЛОКАЛЬНИЙ ВИМІРИ STREET STYLE: ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ТРЕНДИ</b>	<b>133</b>
3.1. Агенти візуалізації street style: між блогосферою та вуличною сценою	133
3.2. Специфіка street style в Україні	163
<b>Висновки до розділу</b>	<b>190</b>
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>193</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>199</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>232</b>

## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** У сучасному культурному просторі street style (у спеціалізованому значенні – не просто як побутовий «вуличний стиль одягу», а як складне візуально-комунікативне явище з власною історією, естетикою й концептуальним наповненням у контексті fashion studies) утвердився як одна з найдинамічніших форм модного дизайну. Його характерною рисою є поєднання естетики молодіжних субкультур, урбаністичного середовища, сучасного мистецтва, цифрових медіа та елементів високої моди. Із неформального засобу самовираження street style поступово трансформувався у впливовий культурний феномен і повноцінну складову глобального модного ландшафту, що визначає образ мислення нових поколінь і трансліюється в дизайнерських рішеннях провідних модних брендів. Він став простором, у якому візуалізуються процеси пошуку ідентичності, індивідуалізації, протесту та культурного синтезу, а також одним із засобів візуального конструювання соціальних смислів.

Попри стійку присутність street style у сучасній візуальній культурі та модному дизайні, його наукове осмислення в теорії українського дизайну залишається фрагментарним. Переважна більшість праць, присвячених моді, зосереджуються на історичних аспектах, подіумних тенденціях або брендовій культурі, в той час як street style як художнє явище, носій унікальної візуальної мови, джерело інновацій та інструмент дизайнерського мислення досі не є предметом комплексного дослідження. Ця ситуація актуалізує наукову проблему, що полягає у невідповідності між зростаючим значенням street style у сфері дизайну як візуально-комунікативного феномена та відсутністю його ґрунтового теоретичного аналізу в науковому дискурсі. Актуальність теми визначається потребою у системному вивченні специфіки street style, його естетичних витоків, принципів стилістичної побудови та механізмів взаємодії

з іншими формами візуального мистецтва й дизайну, зокрема з високою модою.

Street style розглянуто в межах європейського та американського культурного простору, оскільки саме він є середовищем формування і становлення базових моделей street style як соціокультурного й дизайнерського явища. Зокрема, Нью-Йорк, Лондон, Париж і Мілан стали головними платформами його візуалізації, медіалізації й стилістичного кодифікування. Досвід країн Азії (Японії, Південної Кореї, Китаю) та Африки є важливим, проте виходить за межі дослідницького фокусу, оскільки потребує окремого міжкультурного аналізу. Зосередження на західному зразку street style дає змогу чітко окреслити предмет дослідження, проаналізувати витoki та механізми його глобалізації, а також простежити процеси локалізації, зокрема в українському контексті.

Для всебічного аналізу використано широке коло візуальних (фотографії вуличної моди: з вебсервісів Pinterest, Tumblr, фотоальбомів, фотоконкурсів; відеоматеріали: відеозаписи показів дизайнерських колекцій зі світових – Париж, Мілан, Нью-Йорк, Лондон – та українських тижнів моди) та письмових матеріалів (статті та інтерв'ю: з дизайнерами, блогерами, вуличними модниками, опубліковані в провідних модних журналах, таких як: *Vogue*, *ELLE*, *Fashion Network*, *Business of Fashion*, *Harper's Bazaar* та ін.), а також контент цифрових медіа (Facebook, Instagram, YouTube; блогів, присвячених вуличній моді).

**Мета дослідження** – з'ясувати специфіку формування street style як візуального й художнього явища, його образну мову, стилістичну еволюцію, дизайнерські принципи та візуальні коди у контексті модного ландшафту Західного світу.

Досягнення поставленої мети зумовило потребу у вирішенні таких **завдань**:

– дослідити стан наукового розроблення проблеми та окреслити основні підходи до наукового осмислення street style;

- уточнити понятійно-категоріальний апарат дослідження street style у сучасному дизайні;
- визначити джерела формування візуальних кодів street style;
- дослідити стилістичну динаміку street style у контексті візуальної культури й постмодерного дизайну;
- проаналізувати взаємовплив street style і високої моди в художньо-образному та дизайнерському вимірах;
- виявити механізми візуальної трансляції street style;
- виявити дизайнерські підходи, сформовані під впливом street style, та їхній вплив на сучасний модний образ;
- окреслити особливості локальної візуалізації street style в Україні у зв'язку з глобальними тенденціями.

*Об'єкт дослідження* – street style як художньо-естетичний феномен та одна з форм візуальної культури Західного світу кінця XX – першої чверті XXI століття.

*Предмет дослідження* – стилістичні особливості, художньо-образні та візуально-комунікативні характеристики street style, його естетичні джерела та чинники формування.

**Методи дослідження.** З метою досягнення поставленої мети застосовано порівняльно-стилістичний аналіз – для вивчення трансформації образів street style у взаємодії з високою модою; візуально-аналітичний метод – для дослідження композиційних і колористичних особливостей вуличного одягу; метод іконографічного аналізу – для розшифрування символіки та знаковості в образах street style; семіотичний аналіз – для інтерпретації візуальних кодів як засобів комунікації; історико-культурний підхід – для простеження генезису та соціокультурних передумов становлення street style; дискурсивний аналіз – для вивчення репрезентації street style у візуальній культурі, модних ЗМІ, цифровому середовищі. Одним із визначальних методів став художньо-естетичний аналіз, що передбачає звернення до образної мови

street style (силует, колір, тканини) з метою виявлення внутрішніх культурних сенсів і стилістичних закономірностей.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у тому, що в теорії українського дизайну:

*уперше:*

- street style розглянуто як художнє та візуально-комунікативне явище, що сформувало нові принципи стилістичного мислення в модному дизайні;

- визначено візуальні та стилістичні особливості street style як результат синтезу субкультурної естетики, вуличного мистецтва, музики, високої моди й цифрових медіа;

- виявлено механізми взаємодії street style і високої моди, які зумовили появу нових форм візуального образу, моделей гібридизації стилів і демократизації модного простору;

- проаналізовано специфіку street style в Україні як локальної інтерпретації глобального явища в умовах динамічних культурних трансформацій;

*уточнено та доповнено:*

- понятійний апарат дослідження: терміни *street style*, *streetwear*, *street fashion* та ін. розглянуто у взаємозв'язку з категоріями візуального дизайну, що дає змогу точніше окреслити їхні функції в сучасному модному дискурсі;

- роль street style як форми візуальної комунікації: розглянуто його значення як засобу самовираження, соціального позиціювання та ідентифікації через візуальні коди, знаки й символи; з'ясовано, що street style поєднує принципи еkleктики, бриколажу, цитатності, асоціативності й концептуальності, що дає підстави розглядати його як прояв постмодерної візуальності;

- особливості локального (українського) street style в контексті глобальних тенденцій: окреслено характерні риси адаптації й переосмислення вітчизняною візуальною культурою універсальних кодів street style;

– роль цифрових агентів візуалізації (фотографів, блогерів, інфлюенсерів): простежено, як вони беруть участь у трансляції естетики street style в глобальному й локальному середовищі.

*подальшого розвитку набули уявлення про:*

– джерела формування street style: проаналізовано вплив молодіжних субкультур, масової культури, урбаністичного контексту, музики, сучасного мистецтва, цифрових медіа та соціальних мереж як комплексних чинників стилістичного синтезу;

– роль street style в модному дизайні як практиці: простежено, як він впливає на проєктне мислення дизайнерів, формує нові типи образів і переосмислює естетичні та комунікативні принципи сучасної моди.

**Практичне значення одержаних результатів дослідження** полягає в тому, що сформульовані положення, теоретичні висновки та фактичний матеріал можуть бути використані: 1) у навчальному процесі – при розробці й викладанні лекційних курсів і спецкурсів із історії культури, соціології моди, культурної антропології, історії дизайну, історії костюма та моди постмодерного періоду; 2) у практиці музейної та виставкової діяльності – як аналітична й контекстуальна база для підготовки експозицій, кураторських проєктів, присвячених візуальній культурі, моді, стилю, субкультурам, урбаністичному середовищу; 3) у сфері культурологічних, мистецтвознавчих і дизайн-досліджень – як концептуальне підґрунтя для подальших студій, присвячених модному дискурсу, стилістичним трансформаціям, формотворенню візуальних кодів сучасності; 4) у діяльності дизайнерів одягу, fashion-дослідників, стилістів – як джерело актуалізованих знань про джерела візуальної мови street style, механізми її трансляції, взаємодію з високою модою, тенденції гібридизації образів.

**Особистий внесок здобувача.** Запропонована наукова праця – самостійно виконане дослідження, у якому street style вперше розглянуто як художнє та візуально-комунікативне явище, що сформувало нові принципи стилістичного мислення в модному дизайні. Теоретичні та методологічні

положення і висновки є результатом авторських досліджень. Публікації автора з теми дисертації – одноосібні.

**Апробація результатів дисертації** здійснювалася на міжнародних наукових і науково-практичних конференціях: «The Current State of Development of World Science: Characteristics and Features» (Лісабон, Португалія, 2023), «The Driving Force of Science and Trends in its Development» (Ковентрі, Велика Британія, 2023), «Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень» (Рівне, 2024), «Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives» (Вільнюс, Литва, 2024); а також всеукраїнській науково-практичній конференції: «Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі» (Київ, 2024).

**Публікації.** Основні положення і результати дисертації викладено у 8-ми публікаціях, із них – 3 статті у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України зі спеціальності «Дизайн», 5 публікацій у збірниках тез доповідей на міжнародних та всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях.

**Структура та обсяг дисертації.** Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (309 найменувань), додатків. Загальний обсяг дисертації становить 290 сторінок, у тому числі основного тексту 183 сторінки.

## РОЗДІЛ 1

### STREET STYLE ЯК ПРЕДМЕТ НАУКОВИХ СТУДІЙ

#### 1.1. Street style у науковому дискурсі: огляд досліджень

З огляду на значну поширеність публікацій публіцистичного характеру та розпорошеність уявлень про походження вуличного стилю та його вплив на моду, доцільно виокремити праці зарубіжних та українських дослідників, які розглядали street style системно та із застосуванням наукових методів аналізу. Зокрема, це напрацювання таких дослідників, як К. Бревард, С. Вудворд, Ш. Джайн, Ф. Мейлінг, Л. Міах, Т. Полгемус та ін. Найбільш ґрунтовною працею, присвяченою безпосередньо street style, є книга американського антрополога і письменника, що проживав у Британії, до кола інтересів якого входить дослідження моди та антимоди, ідентичності та соціології стилю, Т. Полгемуса “Street Style: from Sidewalk to Catwalk” [233], видана ним ще у 1994 році. В ній знавець вуличної моди, досліджуючи її еволюцію та її вплив на міську культуру і модні тенденції, наводить детальний опис костюмів різних субкультур протягом 1940–1990-х років, зокрема, починаючи від субкультури зутів (zooties) 1940-х років до явища «супермаркет стилів» (“supermarket of styles”) 1990-х років, з фотографіями представників субкультур різних десятиліть, що дає змогу не лише скласти враження про них, але й виявити взаємозв’язки між ними.

Професор історії та культурології лондонського коледжу моди К. Бревард присвятив свою роботу “Fashioning London” [167] моді Лондона з 1790 по 2000 роки, в якій він також наводить детальний аналіз виникнення стилю одягу представників субкультури тедді-бойз. Хоча у праці немає опису сучасної вуличної моди Лондона, утім, автор прослідковує зв’язок зародження субкультур з історичними місцями Лондона, зокрема, знайомить з історією лондонського ринку Камден, що став культовим місцем, точкою зосередження культури street style, і який залишається таким і досі. Варта уваги праця

К. Вілкокс “Vivienn Westwood” [302], присвячена творчості однієї з найбільш неординарних дизайнерів ХХ століття Вівьєн Вествуд, яка брала участь у створенні панк-напрямку – найбільш шокуючого та анархічного з усіх субкультур, та сприяла появі костюмів нових романтиків (new romantics). Ф. Буше у дослідженні моди “A History of Costume in the West” [164], що охоплює величезний історичний період від зародження костюма в первіснообщинну добу до сучасного костюма, приділяє увагу костюмам бітників (bitniks) та хіпі.

Найповніше історія субкультурних течій, починаючи з 1920-х років ХХ ст., простежена німецьким дослідником Т. Гойбнером. У його книзі “Die Rebellion der Betrogenen. Rocker, Popper, Punks und Hippies – Modewellen und Protest in der westlichen Welt?” [190] не лише детально описується зовнішній вигляд рокерів, панків тощо, а й зачіпаються ідеологічні основи та соціальні причини виникнення цих субкультур. Мистецтвознавець Б. Гіллер у праці “Style of the Century” [191] описує основні стилі, що панували у мистецтві, моді і дизайні ХХ століття – від ар нуво і ар деко до психоделії і стилю панків. Автор припускає, що панки сприятимуть відродженню справжнього мистецтва, яке «може початися лише актом поганого смаку – шокуючим розривом з конформістським минулим» [191]. Варто звернути увагу на працю філософа Р. Барта “Dandysme et mode. Système de la mode” [153]. За Р. Бартом, ідея демократії призвела до появи в принципі одноманітного одягу, а прагнення подолати цю одноманітність породило явище дендизму, знищеного модою. Автор вважає, що дендизм і street style споріднені з пошуком ідентичності та індивідуалізації за допомогою костюма, обидва феномени випереджають суспільний смак, задають тон у моді. Р. Барт розглядає моду як знакову систему, яка визначає особливості культури та соціальної системи другої половини ХХ ст. Праця С. Стоун “Hippies From A to Z” [256] – це огляд особистостей і подій руху хіпі, того, як вони вплинули на хід історії та змінили американське суспільство. Книга містить розділи про філософію, активізм, секс і кохання, наркотики, музику, моду та спосіб життя, відомих старих і

молодих хіпі, хронологію руху хіпі, визначні події, а також обширний глосарій. Аналізу субкультур присвячена і праця Д. Гебдиджа [189], в якій автор представив структуралістичний підхід до розуміння стилю британської молодіжної культури.

На увагу заслуговують й статті Ш. Джайн та Ф. Мейлінга. Зокрема, Ш. Джайн [196], вивчаючи *street style* та його значення в індустрії моди, як і багато інших авторів, наголошує, що «вуличний» підхід до стилю та моди ґрунтується на індивідуальних особливостях, а не лише на її поточних тенденціях. У свою чергу Ф. Мейлінг [214] розглядає еволюцію *street style*, починаючи з 1980-х років, роблячи при цьому наголос на скейтбордистських брендах та діяльності дизайнерів вуличного одягу. Л. Міах [219] досліджує тісний зв'язок вуличної моди із субкультурами. С. Вудворд [305] аналізує, що таке сучасний міф про вуличний стиль. Її дослідження ґрунтуються на постійному масовому спостереженні за модою молодих людей у Ноттінгемі, і за допомогою фотографій та інтерв'ю має на меті задокументувати, що таке різні стильові групи та як вони змінюються з часом. Застосовуючи підхід до документування вуличного стилю як повсякденної практики, ця стаття наводить аргументи для його розгляду не лише з точки зору його історії, а й з огляду на модні журнали, одяг, що продається на головній вулиці, локалізований стиль та те, як люди обирають вбрання.

Основні положення зарубіжних культурологічних досліджень, присвячених моді та особливостям її розвитку в епоху постмодернізму, представлені у збірнику “The Fashion Reader” [298], який є одним з найбільш сучасних збірок статей з теорії та історії моди найвідоміших дослідників моди (Е. Вілсон, Д. Гебдидж, Т. Полгемус, Е. Голландер та ін.). Тексти статей становлять величезний інтерес для дослідження вуличної моди: тут можна знайти статті, присвячені взаємозв'язку моди та простору (Part V: Space and Place), теорії моди (Part II: Fashion Theory), зв'язку Haute Couture з «вулицею» (Part XI: From Haute Couture to the Streets). У статті “The Postmodern Age: 1960–2010” американський дослідник Х. Бланко аналізує період з другої половини

XX до початку XXI століття в індустрії моди з погляду змін, внесених ЗМІ та технологіями у процес її виникнення та поширення. Ці зміни, за Х. Бланко, стали головною причиною виникнення феномена вуличної моди. Професор Лондонського університету Д. Гілберт у статті “World Cities of Fashion” описує становлення так званих «столиць моди» (Париж, Лондон, Мілан, Нью-Йорк).

Значний внесок у вивчення моди з погляду культурології зробила книга професора Лондонського коледжу моди Е. Вілсон “Adorned in Dreams: Fashion and Modernity” [304], присвячена формуванню моди в західному суспільстві як особливого культурного інституту і як естетичного засобу для вираження ідей, бажань і переконань, що циркулюють у суспільстві. Е. Вілсон також аналізує вплив міського середовища на одяг городян та історичні зв’язки моди з містом, що є ключовим моментом для вуличної моди. Авторка розглядає моду з культурологічного погляду, що дає змогу прослідкувати вплив процесів, що відбуваються всередині урбаністичної культури, на одяг мешканців міста. Мода, на думку Е. Вілсон, є типово міським явищем, яке упродовж століть було тісно пов’язане зі становленням урбаністичної культури. Питання моди, у тому числі і вуличної моди, розглядає у своїй книзі “Mods” Р. Барнс [152].

Вивчення ролі фотографії у вуличній моді включає в себе оригінальну інтерпретацію моди з точки зору її зображення, представлену у збірці “Fashion as Photograph” [184]. Ця збірка поєднує статті зарубіжних дослідників, присвячені значенню фотографії у модній індустрії. Заснована на ідеї того, що мода – це фотографія, книга розкриває різні аспекти моди-образу. Важливим також є розділ «Fashioning the street: images in the street in fashion media», в якому аналізується роль вулиці у модній фотографії. На переконання авторів збірки, фотографії є рушійною силою індустрії моди та відіграють ключову роль у визначенні світової культури моди. Модна фотографія привертає все більшу увагу громадськості; вона охопила нові технології створення іміджу та довела, що є комерційно та ідеологічно потужним засобом. Ця збірка поєднує нові критичні підходи до індустрії моди, демонструючи модну фотографію як складний культурний феномен, який заслуговує серйозної критичної уваги.

До праць публіцистичного характеру належить книга американського антрополога Б. Лувааса “Street Style. An Ethnography of Fashion Blogging” [213], в якій автор описує власний трирічний досвід у веденні блогу з використанням яскравих вуличних образів та розгорнутих етнографічних деталей. Ця книга документує еволюцію вуличної фотографії, від польових фотографій ранньої антропології до гламурних знімків, що з’являються в блогах сьогодні – від вулиць Філадельфії до тротуарів Тижня моди у Нью-Йорку, та досліджує структурні зрушення у світовій індустрії моди, яким допоміг вуличний стиль. Б. Луваас висвітлює також питання історії вуличної фотографії, блогінгового бізнесу тощо.

Серед праць українських дослідників щодо походження street style, впливу субкультур на його формування і моди загалом, варто виокремити працю Х. Лозинської «Молодіжний костюм у європейській моді 1990-х років» [80], в якій авторка досліджує генезу терміна «молодіжна мода» і в цьому контексті особливу увагу звертає на один з її проявів – «моду вулиць, її виникнення, становлення течії, джерела натхнення дизайнерів» [80, с. 95]. В іншій праці «Костюм молодіжних субкультур в Україні другої половини ХХ ст.» [79]. Х. Лозинська основну увагу приділяє дослідженню проблеми співвідношення західних і вітчизняних субкультур, впливу цих субкультур на костюм і молодіжну моду 90-х років ХХ ст.

Аналізуючи чинники впливу молодіжних субкультур на соціально-комунікативну функцію костюму, І. Гардабхадзе деталізує роль «соціально-символьної складової комунікативної функції костюма в формуванні тенденцій молодіжної моди» [22, с. 277]. На переконання дослідниці, такий ракурс дослідження є «актуальною проблемою гармонізації дизайнерських рішень моделей молодіжного костюма з особливостями сприйняття одягу споживачами молодшої вікової групи» [22, с. 277]. Зрештою, у статті авторкою акцентовано, що на певній стадії розвитку субкультура активно впливає на вуличну моду, формуючи новий напрям «стріт-стайл» [22, с. 277]. Питання взаємодії субкультур і сучасної моди, особливості соціокультурних феноменів

сучасної моди і молодіжних субкультур висвітлює М. Вороніна [13]. Авторка також визначає варіанти їх взаємодії, і констатує, що мода «може бути засобом самоствердження і самореалізації» [13, с. 85]. На її думку, «процеси появи і функціонування категорій “мода” та “молодіжні субкультури” підпорядковані практично однаковим принципам» [13, с. 88]. Основними варіантами взаємодії молодіжних субкультур і моди М. Вороніна визначає «вплив, запозичення, обмін, наслідування та поширення» [13, с. 89]. Впливу стилю *mods* на формування одягу водіїв скутерів у 1950–1970-х роках присвячена спільна праця О. Колосніченко та К. Крічлоу [205]. Інша дослідниця І. Гурова [27] зосереджує свою увагу на теоретичних засадах «функціонування субкультури у контексті методології британського наукового напрямку Cultural Studies», а також аналізує культурологічні напрацювання з цієї проблематики. Дослідниця акцентує: «ядром теорії стало розуміння субкультури як опозиції мейнстриму, як творчості молоді, яка відмовляється бути вірною принципам, запропонованим класовим походженням та батьківською культурою» [27, с. 21]. У статті Т. Порхун розглянуто «модні тексти у субкультурі хіпі, до яких відносять костюмні композиції як певні фетиші, що мають специфічний асоціативний ряд» [107]. У працях К. Кисельової, О. Шандренко та А. Щербак [58; 206] проаналізовано вплив сценічних образів рок-музикантів на формування трендів у дизайні одягу, виявлено стилістичні відмінності сценічного костюма популярних музичних виконавців США та Європи – жанрів хард-рок та хеві-метал. Зокрема, у дослідженні доведено, що «сценічні образи рок-музикантів мають значний вплив на розвиток моди та дизайну» [206, р. 210].

Значний інтерес викликають праці О. Лагоди [168; 69; 70; 71]. У дисертаційній роботі «Художньо-образні особливості костюма в дизайні одягу кінця ХХ – початку ХХІ століття» О. Лагода присвячує окремий підрозділ проблемі впливу сучасного мистецтва та субкультур на образно-стилістичні характеристики костюма [71, с. 58–64]. Авторка дійшла висновку, що «означені музичні течії в якості молодіжних субкультур сприяли виникненню

та становленню нових стилів у дизайні одягу, таких як: урбаністичний, кежуел, бейсік тощо. Вони сприяли активному розвитку стилю унісекс, значній демократизації модних тенденцій, розповсюдженню певних фетишів та зразків масової культури, що безумовно відобразилося на особливостях художньо-образних вирішень костюма. Це, в свою чергу, активізувало пошуки дизайнерами нових творчих прийомів і методів роботи, оскільки молодіжна мода, в межах якої розгорталися подібні пошуки, ставила за мету створення дизайнерами комфортних, практичних, уніфікованих речей, що могли б за певних умов сприяти вираженню індивідуальності своїх власників» [71, с. 64].

У статті «Мода – маніфестація культури свободи особистості в добу глобалізації» О. Лагода зазначає, що «кінець ХХ ст. позначився активним формуванням модою вулиць альтернативних тенденцій субкультурних формацій як власного стилю, що отримав у глянцевиx журналах назву “Street Style” і став джерелом інспірацій у творчості дизайнерів» [68, с. 199]. За визначенням авторки, «сучасна вулична мода – це безумство і фарс, театр абсурду, життєрадісний марафон від одних крайнощів до інших» [68, с. 199–200]. Авторка дійшла висновку, що «Street Style – це швидше вулична мода, яка об’єднує значну кількість розмаїтих стилевих проявів, мікростилів, що характеризуються індивідуалістичністю. Вони й є безпосереднім проявом свободи особистості засобами репрезентації своєї зовнішньої оболонки – одягу як відбитку внутрішнього змісту, ідеологій світосприйняття» [68, с. 200]. На орієнтованість сучасних дизайнерів на концептуальні форми творчості О. Лагода звертає увагу у праці «Теоретичний вимір концептуальних форм творчості сучасних дизайнерів» [207].

Ряд наукових праць присвячено питанням впливу хіп-хопу на формування вуличного стилю. Зокрема, у статті «Історія хіп-хоп культури та її еволюція» С. Колесник і Т. Волох [59] досліджують питання зародження, формування та еволюції хіп-хоп культури. Проте, у статті більшу увагу приділено танцювальним стилям цієї багатогранної субкультури: брейк-данс, хіп-хоп (New Style, Old School), Locking і попінг, C-Walk. З точки зору

хореографії розглядає культуру хіп-хопу і О. Пастухов [100], висвітлюючи характерні особливості хіп-хопу та його вплив на сучасну хореографію. Автор стверджує, що «хіп-хоп – це не лише танці, а й ціла культура, відповідний спосіб життя, рухи, звуки, стилі та мода, які стали популярними в усьому світі» [100, с. 292]. Питанням специфіки діяльності молодіжних субкультур в Україні присвячена збірка статей «Молодіжні субкультури або неформали: погляд на проблему» [95].

Питання взаємовпливу високої моди і *street style* досліджуються лише фрагментарно. Зокрема, варто виокремити працю Н. Чупріної «Визначення критеріїв взаємовпливу високої та вуличної моди у формуванні актуального модного образу в індустрії моди» [134], в якій авторка здійснила спробу виявити критерії взаємовпливу високої моди і *street style*. Стаття присвячена, насамперед, визначенню художньо-образної характеристики основних модних тенденцій 60-х років ХХ ст. та їх впливу на формування індустрії моди сучасності, з акцентом на формування актуальних проєктних образів у дизайні костюма. В іншій праці Н. Чупріна, продовжуючи свої дослідження, визначає чинники та критерії формування модних тенденцій, «заснованих на асиміляції різних проявів офіційної та вуличної моди, з урахуванням розвитку та трансформації в часі соціально-культурних стандартів суспільства масового вжитку» [132, с. 252]. Дослідницею звернено увагу на те, що «модні тенденції, створювані модельєрами та кутюр'є, більше не були догматичним диктатом, а виконували функцію рекомендацій, увібравши в себе потреби, інтереси та побажання клієнтів» [132, с. 252].

Досліджуючи молодіжну моду, Х. Лозинська лише наводить окремі приклади запозичення ідей вуличної моди такими відомими дизайнерами високої моди, як Ів Сен-Лоран і Вів'єн Вествуд [80, с. 97]. І. Гардабхадзе теж фрагментарно торкається питання впливу вуличного стилю на високу моду [22, с. 277]. Колекції дизайнерів та основні напрями стилю мод в одязі, зокрема, вплив стилю *mods*, розглядають О. Колосніченко та К. Крічлоу [205]. І. Кущик у праці «Мода в контексті символічного простору культури [66]

частково акцентує увагу і на взаємовплив високої моди і вуличної моди. У праці К. Пашкевич, А. Сімак, Н. Чупріної та ін. [101] надано аналіз сучасної вуличної моди та її різноманітних проявів у різних країнах світу, представлено авторську творчу колекцію сучасного жіночого одягу. Н. Чупріна звертає увагу на різні аспекти вуличної моди, зокрема, у статті «Роль кітч у формуванні сучасної вуличної моди» авторка стверджує, що «субкультурний кітч дуже багатолікий, проте має певні спільні риси, які охопили вуличну моду загалом, а від неї перейшли у світ «високої» моди, де ці ознаки перетворились на грамотну закономірність, доповнену іншими законами усталеної побудови костюму» [136, с. 230]. Крім того, Н. Чупріна звертає увагу на мейнстрим, який сьогодні став «глобальним явищем багатьох сфер: музичної, кінематографічної, технічної, сфери дизайну» [136, с. 230]. У праці Т. Попової та А. Баштинської [106] прослідковано еволюцію проєктування жіночого одягу стилю Street Style.

Загалом різні аспекти моди досліджують як зарубіжні, так і українські науковці. Так, ряд праць питанням моди, національному образу моди, у тому числі і українській національній моді, присвятив Ю. Легенький [73; 74]. На його думку, «мода об'єднує культуру повсякдення і політичний простір, простір діалогу, вестернізації. Все це в контексті модного універсуму стає планетарним простором не лише взаємодії, а й культурного, мистецького впливу. Вплив тут не може бути суто зовнішнім, альтернативним. Зараз ми знаходимось в ситуації, коли всі актори глобалізації знаходять свій системотворчий чинник, альтерглобалізаційний рух набуває все більших і більших ознак індивідуалізації мистецького дискурсу, який у семіологічному вимірі осмислюється як текст» [75, с. 94]. Феномен моди, її роль і значення у соціокультурних процесах ХХ ст. досліджує Л. Дихнич [33, с. 11]. За її твердженням, мода у вузькому значенні «являє собою нетривале панування сформованих у певному суспільному середовищі смаків та вподобань щодо предметів побуту, одягу, взуття та інших елементів предметного середовища, що оточує людину в її повсякденному житті, пов'язане з постійною потребою

людини в різноманітності і відтворенні навколишньої дійсності» [33, с. 11]. В іншій праці Л. Дихнич констатує, що «мода відіграє велику роль у формуванні того чи іншого образу особистості» [34]. У статті «Fashion-образ як комунікаційна система: орієнтири української моди під час війни» [32] авторка також звертає увагу на зростання ролі комунікації в дизайні костюма як стійку тенденцію української моди останніх років.

Праці О. Лагоди присвячені аналізу моди і як явища культури, і у взаємодії з мистецтвом. Зокрема, дослідниця розглядає моду як інструмент самопрезентації особистості через свій одяг (костюм), виявляє специфіку цих проявів у їх зв'язку з глобальними проблемами сучасності, культури, суспільних відносин, а також індивідуальним світосприйняттям людини [68, с. 201]. В іншій праці О. Лагода доводить, що «мода і мистецтво – це два автономні світи» [69]. Л. Білякович [4], узагальнюючи положення теорії циклічного розвитку моди, виявляє їх релевантність щодо прогнозування модних тенденцій на межі ХХ–ХХІ століть. В іншій спільній праці Л. Білякович, Л. Дерман, С. Оборської та ін. [160] звернено увагу на генезис, особливості та перспективи розвитку цифрової моди. Питання розвитку і перспективи модної індустрії в Україні Л. Дерман розглядає у співавторстві з Б. Сковронським і С. Русаковим [178], акцентуючи на проблемах в умовах повномасштабного вторгнення РФ в Україну. У праці О. Колосніченко, Т. Кротової і К. Пашкевич «Sustainable fashion як тренд сучасності» [60] проаналізовано сутність та ідеологію sustainable fashion та визначено основні її принципи. Авторки зазначають, що «свідома мода – це вибір, інформація, культурне різноманіття та ідентичність» [60, с. 38]. В іншій статті Т. Кротової, Т. Ніколаєвої і І. Козенко [63] визначено особливості футуризму для виготовлення нової колекції молодіжного одягу.

У праці «Інноваційні технології в дизайні одягу ХХІ ст.» А. Варивончик, О. Пенчук та О. Пальцун констатують: «Мода, що динамічно розвивається, допомагає вирішувати питання самоідентифікації та ідентичності особистості і вимагає інновацій у технологіях, а також відповідних організаційних заходів

та змін у виробництві» [8, с. 108]. Авторками розглянуто приклади інновацій у дизайні одягу, пов'язані з використанням цифрових технологій, штучного інтелекту, програмних продуктів, застосуванням 3D-принтерів; розкрито творчі інновації лідерів кінетичної та інтерактивної моди. В іншій праці «Креативні підходи до створення особистого стилю через взаємодію модних елементів костюма, зачіски та гриму» А. Варивончик зазначає, що «сучасні модні тенденції пропонують різноманітні способи для самовираження, дозволяючи людям демонструвати свою ідентичність, цінності та креативність через вибір одягу, зачіски чи гриму» [7, с. 24]. На основі аналізу попередніх досліджень авторка дійшла висновку, що «особистий стиль є динамічним компонентом у побудові та передачі інформації про себе. Через особистий стиль людина демонструє внутрішні переконання, цінності, інтереси та світогляд. Одяг, грим, зачіска та інші елементи стилю стають своєрідним “мовним кодом”, який дозволяє передавати інформацію невербально» [7, с. 24]. А. Варивончик також здійснює огляд наукової літератури щодо використання авангардних елементів в гримі та зачісці як частини сучасного стилю в моді [6]. Звісно, це стосується і вуличного стилю. Авторка детально описує, як авангардні елементи в моді відображають прагнення людини до індивідуальності та креативності.

Питання моди досліджує М. Мельник, присвятивши цій проблемі ряд праць [83; 85], зокрема монографію «Мода: від авангарду до япстерів» [84]. М. Вороніна, порівнюючи походження моди і звичаю, вважає основою моди «мінливий механізм із множиною різних чинників, схильних до постійних змін» [13, с. 83]. У праці І. Гардабхадзе [23] обґрунтовано наявність взаємної кореляції між особливостями соціальних комунікацій, суспільними трансформаціями і тенденціями моди. І. Кущик [66] розглядає моду в контексті символічного простору культури. На її думку, «мода – форма суспільної регуляції, що викликає періодичну зміну образу масової поведінки, найбільш яскравий вияв знаходить у зовнішності людини, особливо в одязі, а також у витворах побуту, у сфері мистецтва, архітектури, мовній поведінці

тощо» [66, с. 77]. Пошук гармонії в сучасних проєктах дизайну одягу, здійснений К. Кисельовою та О. Шандренко [57], ґрунтується на досягненні результатів шляхом аналізу явищ і тенденцій у галузі моди. В іншій праці К. Кисельова здійснює огляд та систематизацію проєктів дизайну одягу із застосуванням анімалістичних мотивів у різні історичні періоди [55]. У спільній праці «Використання мотивів творів Марії Примаченко в дизайні одягу» К. Кисельова, О. Пенчук та Л. Турчак-Лазуренко констатують: «За допомогою знаків одяг передає повідомлення, у якому важливу роль відіграють загальнокультурні, загальносоціальні, групові та індивідуальні коди. Висока комунікативна складова сучасного інформаційного суспільства робить одяг фактично найпростішим транслятором національних символів, до яких належить і творчий спадок українських художників наївного мистецтва [56, с. 123]. О. Шандренко наводить також інтерпретацію моди в контексті дискурсивних практик [135]. О. Лавренюк, досліджуючи цифрову моду в історичному та соціокультурному дискурсах, звертає увагу на те, що «мода як продукт та частина культури має унікальну здатність розпізнавати настрої активної частини суспільства і перетворювати їх на власні тенденції» [67, с. 169]. Чинники формування молодіжної моди на межі ХХ–ХХІ століть визначено у статті Д. Сапожник, Л. Ніколайчук та Н. Терешкевич [113]. Ставлення молоді до трендів в дизайні одягу під час війни аналізують Г. Католик і В. Багрій [52].

Категорія «стиль», особливості формування стильових образів в молодіжній моді досліджується у працях Р. Михайлової та О. Костюченко [86]; А. Наку (Харченко) [98; 129]; І. Гайової та ін. [21]; О. Лагоди [72]; О. Пенчук, О. Лавренюк та ін. [76]; О. Шандренко [136] та інших мистецтвознавців. Зокрема, Р. Михайлова і О. Костюченко у праці «Стиль одягу та його роль у формуванні іміджу» зазначають, що «завдяки стилю у дизайні одягу створюється індивідуальність образу, “запрограмованого” на відповідне враження в людському середовищі» [86, с. 102]. Аналізуючи категорію стилю у дослідженнях науковців у сфері мистецтва, естетики,

філософії, літературознавства, fashion-індустрії, А. Наку дійшла висновку, що «категорія стилю тлумачиться в різних галузях не ідентично та характеризується багатозначністю. <...> У fashion-індустрії це поняття може потрактовуватися як явище загальноестетичне та соціокультурне» [98, с. 311]. У статті «Стиль як презентативно-нормативний вимір комунікації моди» О. Шандренко зазначає, що «стиль виникає як інтегральна характеристика нормативного типу, яка синтезує внутрішні чинники твору моди, на підставі зовнішнього нормування, завданого в різних контекстах: художньому, соціальному, політичному, ідеологічному, технологічному, психологічному та ін.» [136, с. 82]. О. Пенчук, Л. Турчак та К. Кисельова, досліджуючи fashion-фотографію, констатують: «Сучасна модна фотографія – це поєднання всіх видів стилів, пошук гармонії в дисгармонії, еkleктизм та синергія різних форм» [102].

Більшість із вище згаданих дослідників вивчають і різні аспекти української моди. Утім, питання впливу street style на її тренди, сучасний український street style фрагментарно висвітлюється лише в окремих працях. Варто виокремити статтю Н. Копилової «Практики Street-fashion у сучасній українській культурі» [61]. Проте авторка досліджує культурологічні аспекти повсякденної вуличної моди, зосереджуючись на національному та гендерному її аспектах. Зокрема, дослідниця констатує, що «практики українського Street-fashion останніх років, з одного боку, виступають інструментом конструювання ідентичності українців, з іншого ж – одним зі шляхів популяризації української культури у світі» [61, с. 78]. На її думку, «національний аспект вуличної моди спирається на етнічні традиції української культури та є на сьогодні одним з найважливішим» [61, с. 74]. Утім, мистецтвознавчий аналіз особливостей street style в Україні практично відсутній.

Отже, у більшості праць зарубіжних і вітчизняних дослідників представлено аналіз соціокультурних аспектів вуличного стилю і вуличної моди. Зважаючи на майже відсутність ґрунтовних праць з проблематики

формування та розвитку street style в українській науковій думці, нагального теоретичного осмислення потребують питання передумов появи цього стилю, його взаємовпливу з високою модою з 60-х років ХХ ст. до сьогодення, трансформації street style в сучасній моді.

## **1.2. Street style як теоретичний конструкт: від моди до антимоди, постмоди та семіотики**

У науковому дискурсі вуличний стиль постає як багатогранне явище, що поєднує елементи візуальної культури, соціальної комунікації та художнього самовираження. Однак, аналіз цього феномена ускладнюється через багатозначність і розмитість ключових термінів, таких як «вуличний стиль» (*street style*), «вулична мода» (*street fashion*) та інші. Ці поняття часто використовуються як взаємозамінні, що призводить до плутанини в інтерпретаціях: від суто побутового розуміння як «одягу для вулиці» до глибокого культурологічного трактування як форми протесту чи ідентифікації. Наприклад, «вуличний стиль» може позначати індивідуальний образ, сформований у повсякденному урбаністичному середовищі, тоді як «вулична мода» акцентує на тенденціях, що виникають «знизу», а «вуличний одяг» фокусується на конкретних матеріальних артефактах, як-от худі чи кросівки. Така полісемія ускладнює наукове осмислення, оскільки street style не є ізольованим явищем, а вписується в ширші категорії моди, такі як «антимода» чи «постмода», «висока мода».

Крім того, у сучасних дослідженнях моди й у культурології терміни street style, street fashion та streetwear уживаються переважно в англomовному варіанті. Це зумовлено їхньою семантичною унікальністю та специфічним соціокультурним контекстом, у якому вони виникли, зокрема в США та Великобританії. Ці поняття не мають прямих еквівалентів у багатьох національних мовах, зокрема українській, оскільки вони тісно пов'язані з глобальними урбаністичними та субкультурними практиками. Використання

оригінальних англійських термінів у науковому дискурсі дає змогу зберегти їхню культурну специфіку, уникнути термінологічної плутанини та забезпечити точність у міжнародному контексті. Водночас доцільно наводити українські відповідники – «вуличний стиль», «вулична мода», «вуличний одяг» – як пояснювальні, щоб забезпечити доступність для україномовної аудиторії та підкреслити їхню специфіку в локальному дискурсі. Такий підхід гарантує академічну коректність та сприяє кращому розумінню досліджуваного феномена.

Найперше важливо акцентувати, що, незалежно від концептуальних префіксів, як-от «анти-» чи «пост-», мода завжди пов'язана з часом і змінами, вона динамічна, циклічна, що робить її індикатором культурних зрушень. Системне вивчення моди як аналітичної дисципліни розпочалося в другій половині ХХ століття, коли представники культурологічних, соціологічних і семіотичних теорій заклали фундамент для її теоретичного осмислення. Ці фундаментальні праці, зосереджені на концепціях антимоди, постмоди та комунікації, створили концептуальні рамки для розуміння street style, який лише згодом сформувався як окремий феномен. Вони розкривають street style як арену соціокультурного опору, індивідуальності та символічного обміну, де мода постає не лише естетичним, а й соціальним і семіотичним явищем.

Одним із перших дослідників, хто запропонував теоретичне підґрунтя для аналізу модних процесів, був Г. Зіммель, чия концепція моди як поєднання наслідування та диференціації стала основоположною для подальших досліджень [252]. Він трактує моду як діалектичний процес: вона виникає як спосіб виокремлення еліти від мас, але швидко поширюється вниз по соціальній ієрархії, змушуючи верхівку шукати нові форми диференціації. Г. Зіммель наголошує на амбівалентності моди – вона поєднує конформізм (прагнення відповідати групі) та індивідуалізацію (бажання вирізнитися), і розглядає її як форму соціалізації, що виникає на межі протилежних тенденцій – прагнення до індивідуалізації та потреби в колективній належності. На його думку, мода виконує парадоксальну функцію: з одного боку, вона є способом

виокремлення особистості, а з іншого – забезпечує відчуття приналежності до певної соціальної групи. Він пише: «Уся історія суспільства відображається в різючих конфліктах, компромісах, повільно виграних і швидко програних, між соціалістичною адаптацією до суспільства та індивідуальним відходом від його вимог» [252, р. 131]. Ця діалектика пояснює, чому мода завжди перебуває у стані постійної зміни: щойно певна форма чи стиль стають надто масовими, вони втрачають здатність вирізняти індивіда, а відтак поступаються місцем новим трендам. Він підкреслює, що мода є характерною ознакою «вищих» прошарків суспільства, проте її механізм ґрунтується на тому, що нижчі класи наслідують стиль вищих, у результаті чого останні знову змінюють свої вподобання: «Мода вищого прошарку суспільства ніколи не ідентична моді нижчого; насправді, перші відмовляються від неї, щойно другі готуються її привласнити» [252, р. 134]. Таким чином, мода функціонує як соціальний маркер статусу, що водночас підтримує ієрархію та постійно відтворює механізми соціальної відмінності.

Важливим у Г. Зіммеля є розуміння моди як явища, характерного для передусім міського середовища. Саме місто створює умови для появи та швидкого поширення нових стилів: велика кількість соціальних груп, динамічність комунікацій та візуальна насиченість простору зумовлюють швидку зміну модних кодів. Хоча Г. Зіммель не завжди прямо використовує термін «міське середовище», його стаття дійсно містить ідеї, що пов'язують моду з урбаністичним контекстом: «Соціальний прогрес, перш за все, сприяє швидкій зміні моди, оскільки він настільки сприяє наслідуванню вищих класів у нижчих класах» [252, р. 151]. У міських суспільствах, де соціальна мобільність і доступ до культурних ресурсів вищі, мода змінюється швидше, ніж у менш урбанізованих середовищах. Це імпліцитно вказує на міське середовище як ключовий контекст для моди.

Ідеї Г. Зіммеля безпосередньо резонують із сучасним феноменом *street style*. *Street fashion*, попри свій демократичний характер, також ґрунтується на балансі наслідування та вирізнення. Кожен індивід прагне створити власний

образ, що підкреслить його унікальність, проте одночасно він використовує зрозумілі та впізнавані в межах певної модної спільноти коди. Саме ця динаміка пояснює, чому street style швидко трансформується і стає джерелом нових тенденцій для глобальної fashion-індустрії.

Теорію про моду як поле культурного капіталу пропонує П. Бурдьє [165]. Він розглядає стиль як прояв «габітусу» – набору несвідомих диспозицій, сформованих соціальним походженням, освітою та досвідом, що відтворюють соціальні класи й структурують поведінку індивідів. За П. Бурдьє, мода не є випадковим вибором: одяг, його стилістика та спосіб презентації відображають культурні ресурси, соціальне походження та доступ до символічного капіталу, слугуючи механізмом відтворення соціальної нерівності. Як зазначає П. Бурдьє, «габітус є водночас генеративним принципом об'єктивно класифікованих практик і системою, яка уможливорює класифікацію цих практик, створюючи відповідність між практиками та позицією в соціальній структурі» [165, р. 170]. Таким чином, мода стає простором, де соціальні відмінності не лише виявляються, а й активно конструюються через вибір одягу, аксесуарів і стилістичних практик.

Концепція П. Бурдьє актуальна для аналізу street style, оскільки він часто постає як протиположна елітарній моді, пропонуючи альтернативні способи самовираження. Street style акцентує на субкультурній приналежності, а не на соціальному статусі та класовій приналежності, як традиційна модель високої моди. Проте, за П. Бурдьє, навіть ця протиположна не є цілком вільною від соціальних структур: street style формується в межах певного габітусу, де субкультурні практики відображають доступ до специфічного культурного капіталу, наприклад, знання музичних трендів, вуличного мистецтва чи цифрових медіа: «домінуючий клас... створює свій унікальний стиль, свою манеру, свій спосіб буття, який є видимим проявом їхнього культурного капіталу» [165, р. 262]. «Смак класифікує, і він класифікує того, хто класифікує, – стверджує П. Бурдьє. – Соціальні суб'єкти, класифіковані за їхніми класифікаціями, вирізняються через розрізнення, які вони роблять, між

прекрасним і потворним, вишуканим і вульгарним, у яких виражається або видається їхня позиція в об'єктивних класифікаціях» [165, р. 6]. І ще: «Одяг є привілейованим об'єктом смаку, оскільки він тісно пов'язаний із тілом і габітусом, який є втіленою формою класових умов» [165, р. 201].

У цьому контексті *street style* постає як поле боротьби за символічний капітал, де субкультури намагаються легітимізувати власну естетику в протигагу домінуючим модним нормам, пропонуючи альтернативні форми самовираження. Водночас *street style* є складним соціокультурним феноменом, що поєднує протест проти елітарної моди, індивідуалізацію через стилістичні практики та відтворення нових форм соціальної стратифікації, де знання трендів і субкультурних кодів стає новим типом культурного капіталу. Як зазначає П. Бурдьє, «культурний капітал може існувати в трьох формах: у втіленому стані, тобто у вигляді довготривалих диспозицій розуму й тіла; в об'єктивованому стані, у вигляді культурних благ (картин, книг, словників, інструментів, машин тощо); і в інституціоналізованому стані, який варто виокремити, оскільки він надає культурному капіталу цілком оригінальні властивості» [165, р. 243]. Це проявляється у вмінні створювати гармонійні модні образи чи орієнтуватися в субкультурних практиках.

Отже, згідно з концепцією П. Бурдьє, *street style* є викликом традиційним модним ієрархіям і водночас частиною системи культурного капіталу, де вибір одягу відображає не лише індивідуальність, а й соціальні умови, що формують габітус. *Street style*, таким чином, постає як простір боротьби за символічну легітимність, де субкультурні практики можуть як протистояти, так і інтегруватися в домінуючий модний дискурс.

Моду як знакову систему трактує Р. Барт. Застосовуючи семіотичний підхід, заснований на ідеях Фердинанда де Соссюра, він розглядає одяг як знаки, що передають значення, подібно до мови. Мода, за Р. Бартом, – «це не лише одяг, а дискурс, який перетворює одяг на моду. <...>. Система моди – це набір означень, сигніфікативна структура, яка розробляється модною групою» [154]. Цей підхід дає змогу розглядати моду як риторику, де елементи одягу

формують наративи про ідентичність, статус, приналежність чи протест, що є особливо актуальним для аналізу street style. Бартівська семіотика моди наголошує на тому, що одяг не є ізольованим об'єктом, а частиною ширшої системи знаків, яка відображає та формує соціокультурні реалії. Він пояснює, що «одяг стає знаком лише тоді, коли він інтегрований у систему значень, код, який визначає його означувані» [154].

Екстраполяція цього підходу на вивчення street style уможливорює аналіз вуличних модних образів як візуальних текстів, де логотипи, графічні принти, міксування стилів чи навіть спосіб носіння одягу (наприклад, *oversize*) передають соціальні повідомлення – від субкультурного протесту до іронічного коментаря про суспільство. Як семіотична система, street style є унікальним через свою здатність поєднувати різноманітні культурні коди. Крім того, Бартівський аналіз підкреслює роль медіа в конструюванні значень street style. «Письмова мода» (опис у журналах), на противагу «реальній моді» (фактичний одяг), за Р. Бартом, формує сприйняття одягу через описи, фотографії та наративи, які пропонують модні журнали чи, в сучасному контексті, соціальні мережі: «Письмовий одяг не відтворює реальний одяг; він створює систему означень, моду, яка існує лише через дискурс, що її описує. <...>. Наратив журналу надає одягу його значення» [154]. У street style ця ідея набуває особливого значення через цифрові платформи, такі як Instagram чи TikTok, які транслюють вуличні модні образи глобальній аудиторії, створюючи нові коди та значення.

Враховуючи ідею Р. Барта, що мода – це не статична система, а динамічна «мова», яка постійно переосмислюється через культурні та соціальні практики, ключовим для розуміння street style є принцип полісемії, згідно з яким мода завжди перебуває в діалозі з суспільством, і її значення не є фіксованими. Цей принцип пояснює, як одні й ті самі елементи (наприклад, кросівки чи худі) можуть набувати різних значень: протест у субкультурному середовищі, статус у люксових колекціях чи ностальгію в ретро-образах.

Бартівський підхід також дає змогу розглядати street style як форму постмодерної риторики, де межі між протестом і комерціалізацією, автентичністю і симуляцією розмиваються, а також як складну знакову систему, що відображає соціокультурні наративи сучасності. Він підкреслює роль одягу як тексту, що передає повідомлення про ідентичність, протест чи приналежність, а також акцентує на впливові медіа у формуванні цих значень: «означувані моди не є фіксованими; вони варіюються залежно від соціальної групи та контексту, в якому носить одяг, позначаючи молодість, елегантність, бунт або приналежність» [154]. Street style, як поле семіотичної гри, поєднує елементи антимоди, високої моди та масової культури, створюючи динамічний простір для інтерпретації та переосмислення соціальних кодів. Така точка зору на street style не лише розкриває його багатогранність, а й вказує на його значення у ширшому модному дискурсі, де кожен модний образ є висловлюванням, що резонує з культурними та історичними контекстами.

Ідеї Р. Барта про моду як семіотичну систему розвиває Ж. Бодріяр, а також британський культуролог М. Барнард, американська соціологиня японського походження Ю. Кавмура, канадський антрополог Г. МакКракен та інші дослідники. Так, Ж. Бодріяр стверджує, що в постмодерному суспільстві мода перетворюється на гіперреальність, де бренди, тренди й стилістичні елементи існують як симулякри – копії без оригіналу: «Симулякр – це не те, що приховує правду, а правда, яка приховує, що її немає. Симулякр є істинним» [155]. Мода втрачає зв'язок із утилітарними та естетичними потребами, стаючи грою знаків, що імітують статус чи ідентичність.

У цьому контексті street style постає прикладом симулятивної природи моди. Використовуючи ретро-елементи та субкультурні коди, він наділяє їх новими значеннями, відірваними від первинного середовища. «Медіа створюють реальність, яка є реальнішою за реальне, гіперреальність, де знаки породжують власні означувані», [155] – зазначає Ж. Бодріяр, і це особливо виразно в street style: «аутентичні» образи є радше продуктом культурної

циркуляції знаків, ніж відображенням реального протесту. Споживання моди набуває символічного характеру: «Споживання – це не просто придбання об'єктів, а споживання знаків, процес, через який індивіди визначають себе та свою соціальну позицію» [156]. Звідси популярність лімітованих колекцій (*drops*), де вартість речей визначається не утилітарністю, а символічним капіталом – статусом чи приналежністю до модної спільноти.

Гіперреальність *street style* підсилюють соціальні мережі (Instagram, TikTok), що перетворюють повсякденні образи на глобальні тренди. Вуличний модний образ у цифровому просторі стає самостійним симулякром, від'єднаним від первинного контексту. Еклектика *street style* – поєднання високої моди (аксесуари Gucci), субкультурних елементів (*oversize*-футболки) та масмаркету (H&M) – ілюструє бодріярівську тезу про «кінець референцій», коли знаки моди циркулюють у вакуумі, створюючи нові значення: «цитування без джерела». Таким чином, концепція Ж. Бодріяра дає змогу трактувати *street style* як постмодерний феномен, де мода функціонує як гра симулякрів. Поєднуючи ретро-образи, субкультурні коди та комерційні бренди, *street style* формує гіперреальний простір, у якому значення одягу визначаються споживчими практиками та медійною репрезентацією.

М. Барнард трактує одяг як мову, що передає значення через знаки та коди: «Мода та одяг є формами комунікації. <...>. Вони не просто матеріальні об'єкти, а системи знаків, які передають значення про індивідів та їхні соціальні ідентичності» [151, р. 3]. Він підкреслює динамічний характер моди, оскільки її значення залежать від соціального та культурного контексту: «одяг і мода мають значення лише в соціальному та культурному контексті, де вони функціонують як знаки, що передають специфічні повідомлення» [151, р. 29]. Застосовуючи цю концепцію до *street style*, М. Барнард розглядає його як комунікативний феномен, що транслює повідомлення про ідентичність, протест чи приналежність. За його словами, «субкультурні стилі, пов'язані з *street fashion*, функціонують як візуальна мова, через яку індивіди артикулюють свої соціальні та культурні позиції» [151. Р. 114]. Семіотичний

підхід дослідника акцентує на тому, як *street style* формує альтернативні наративи, що протистоять домінуючим модним кодам, водночас залишаючись під впливом ринку та медіа.

Г. МакКракен аналізує моду як культурну систему, що комунікує соціальні ролі та ідентичності через матеріальні об'єкти. Він зазначає, «споживчі товари [у тому числі й одяг. – С. К.] мають значення, яке виходить за межі їхньої утилітарної функції. <...>. Це значення значною мірою полягає в їхній здатності нести та передавати культурні смисли. <...>. Культурні значення передаються від товарів до індивідуального споживача через соціальні взаємодії» [216, р. 71; 74]. У його концепції *street style* постає як культурний текст, за допомогою якого індивіди артикулюють свою субкультурну приналежність або демонструють опір ustalеним нормам. Таким чином, *street style* у Г. МакКракена розглядається як комунікативний акт, що відображає соціальні й культурні трансформації.

Моду як соціальну систему, що кодує ідентичність і статус за допомогою символічних знаків, інтерпретує Ю. Кавмура. Вона визначає *street style* як комунікативну платформу, де субкультурні коди стають маркерами протесту чи індивідуальності, проте зазнають ринкової інтерпретації [203, р. 23]. За словами дослідниці, «субкультурна мода, така як панк, є соціальним текстом, який фіксує боротьбу за ідентичність у світі, що дедалі більше підпорядковується комерціалізації» [203, р. 106].

Розглянуті концепції (М. Барнард, Ю. Кавмура, Г. МакКракен) дають змогу окреслити різні підходи до осмислення моди та *street style*. Семіотичний підхід М. Барнарда акцентує на моді як «мові» знаків, що кодує й транслює соціальні ідентичності, підкреслюючи комунікативну природу *street style*. Культурологічна концепція Г. МакКракена визначає моду як систему культурних артефактів, у якій *street style* функціонує як текст, що відображає культурні трансформації й субкультурні стратегії. Соціологічний аналіз Ю. Кавмури зосереджений на інституційній і ринковій природі моди, де *street style* постає простором боротьби за ідентичність у межах комерціалізованого

середовища. У своїй сукупності ці підходи уможливають розгляд street style не лише як поверхневої моди, а як багаторівневого феномена, що функціонує на перетині культури, комунікації та соціальних відносин.

Згадана дослідниками комерціалізація street style репрезентує класичні механізми моди, відповідно до яких, за Т. Вебленом, демонстративне споживання продовжує відігравати ключову роль. На відміну від Г. Зіммеля, який підкреслював двоїстість моди – поєднання наслідування і відмінності, – Т. Веблен зосередився на економічному та соціальному вимірі. Він розглядає моду як механізм соціальної диференціації та показник соціального статусу: багаті демонструють розкіш через непрактичний одяг, що підкреслює їхню свободу від праці [291, р. 78]. У контексті street style ця ідея пояснює, як субкультурний одяг може використовуватися для демонстрації альтернативного статусу чи протесту проти традиційного ділового світу. За допомогою поняття демонстративного споживання (*conspicuous consumption*) Т. Веблен пояснює спосіб, у який заможні класи демонструють своє багатство й соціальний статус через матеріальні речі та поведінку. Згідно з Т. Вебленом, мода є не лише естетичним чи функціональним явищем, а насамперед інструментом соціальної стратифікації, що дає змогу вирізнити «дозвільний клас» серед інших соціальних груп. Вебленівська теорія моди ґрунтується на таких основних положеннях:

– мода як показник статусу: належність до «дозвільного класу» засвідчують як володіння ексклюзивними речами, так і постійне оновлення гардеробу відповідно до швидкоплинних трендів. Такі речі дають змогу відокремити еліту від «мас», підкреслюючи її економічну перевагу («Одяг багатих класів створений так, щоб показати, що носій не займається і не може постійно займатися продуктивною працею» [291, р. 78]);

– демонстративність: оновлення гардероба виконує не лише естетичну чи індивідуальну функцію, а є соціальним сигналом, що демонструє багатство та статус. Т. Веблен, підкреслюючи символічну роль моди, зазначає, що «споживання дорогих товарів є засобом репутації для джентльмена, який

віддає перевагу дозвільному способу життя» [291, р. 36]. Демонстративне споживання в обох сегментах (високій моді та street style) слугує для створення соціальних ієрархій, навіть якщо street style спочатку протистоїть цьому;

– неутилітарність: чим менш практичною є річ, тим вищим є її символічний капітал. Непрактичний одяг, який потребує значних ресурсів і догляду, сигналізує про свободу власника від продуктивної праці. Наприклад, складні костюми чи делікатні тканини стають символами статусу саме через свою нефункціональність;

– циркуляція моди: модні зразки спочатку з'являються в елітних колах, але з часом копіюються нижчими класами, що змушує еліту змінювати стиль, щоб уникнути «змішування» з масами. Т. Веблен описує це як принцип новизни (одяг завжди «повинен бути модним») [291, р. 77], що забезпечує постійне оновлення модних стандартів.

У такій перспективі мода постає як соціальна гра відмінностей, у якій головну роль відіграють не естетика чи індивідуальність, а престиж і символічний капітал. Вебленівська концепція підкреслює ієрархічну природу моди, де одяг є інструментом соціального позиціонування.

Отже, аналіз моди крізь призму соціальних і символічних механізмів, запропонований Г. Зіммелем, Т. Вебленом, Р. Бартом і Ж. Бодріаром, розкриває її як поле боротьби за статус і ідентичність. Однак, street style виводить ці процеси на новий рівень, кидаючи виклик класичним модним парадигмам і постаючи водночас як антимода, що протистоїть конформізму, комерційним стандартам, і як постмода, що відображає плюралізм та гіперреальність сучасної культури.

Антимода, як заперечення нормативності та усталених трендів, протест проти конформізму й комерціалізації, часто інтегрується у масову культуру та street style. Як наголошує британська культурологиня Е. Вілсон, авторка фундаментальних праць про соціокультурні аспекти моди, антимода завжди є частиною модної системи: «Мода, за своєю суттю, є зміною, і в сучасних західних суспільствах жоден одяг не перебуває поза модою. Постійно

змінюючись, мода породжує лише конформізм» [304, р. 249]. Розглядаючи антимоду як акт опору, Е. Вілсон підкреслює, що її радикальні форми швидко поглинаються ринковими структурами, втрачаючи першопочатковий протестний зміст: «Навіть відмова від моди – антимода – парадоксально стає частиною модної системи, оскільки вона поглинається і переосмислюється в межах циклу змін» [304, р. 249]. Це особливо помітно у *street style*, де субкультурні коди (панк, гранж) з їхнім рваним одягом, шпильками чи нестандартними силуетами поступово комерціалізуються й перетворюються на елементи мейнстріму. Таким чином, теорія Е. Вілсон дає змогу розглядати *street style* як антимодний феномен: він виникає як опір високій моді, але водночас відтворює її механізми через ринкову асиміляцію. У цьому проявляється діалектична природа антимоди: вона критикує моду, але водночас постачає їй інновації. Саме *street style* демонструє цю подвійність, поєднуючи елементи високої моди й антимоди та створюючи гібридні форми, які зберігають візуальну експресію, але втрачають частину радикальності. Як слушно зазначає О. Лагода: «В умовах сучасності мода й антимода постають як дві сторони однієї медалі» [68, с. 201].

Як форму опору комерційним і елітарним нормам моди *street style* аналізує американський антрополог і культуролог Т. Полгемус. Він розглядає субкультури – від хіпі й панку до хіп-хопу – як творців альтернативних кодів, заснованих на автентичності та почутті спільності. *Street style* – це святкування автентичності та спільноти, а не демонстрація фінансової сили [233, р. 8] – зазначає Т. Полгемус. Його теорія підкреслює *street style* як антимоду, що виражає ідентичність маргіналізованих груп через естетичні практики. На відміну від високої моди, яка, за Т. Вебленом, позначає статус, *street style* у Т. Полгемуса є способом субкультурного самовираження. Панк-естетика чи *oversize*-образи хіп-хопу від початку демонстрували протест проти буржуазних норм, але з часом були адаптовані індустрією: за Т. Полгемусом, *street style* втілює радикальний потенціал, але мода інтегрує його у свої

комерційні цілі [233, р. 87]. Отже, у Т. Полгемуса *street style* постає як простір напруги між автентичністю та ринковою асиміляцією.

Схожу діалектику описує британський культуролог Д. Гебдидж. Він аналізує субкультури як форми антимоди, що використовують одяг для опору домінуючим нормам. Стиль у його трактуванні є політичним актом: панки чи моди створюють «бриколаж» – еkleктичне поєднання елементів, яке підриває буржуазні коди. «Стиль у субкультурах – це форма відмови, але вона завжди ризикує бути поглиненою системою» [189, р. 96] – зазначає дослідник. Теорія Д. Гебдиджа дає змогу пояснити *street style* як антимодний феномен: рваний одяг, графіті-принти чи нестандартні комбінації кидають виклик високій моді, але швидко комерціалізуються. Так, панк-естетику Вів'єн Вествуд було інкорпоровано у масовий ринок, що, за Д. Гебдиджем, ілюструє «нейтралізацію» радикалізму: «процес рекуперації набуває двох характерних форм: <...>. В обох цих формах субкультура повертається до відповідності цінностям домінуючої культури, і її радикальний потенціал нейтралізується» [189, р. 94]. *Street style*, отже, постає як поле боротьби між протестом і комерційною адаптацією.

У феміністському та постмодерному контексті *street style* як антимоду аналізує британська соціологиня, культурологиня А. МакРоббі. Вона підкреслює його значення як голосу молоді та маргіналізованих спільнот, які через одяг артикують ідентичність та опір. «*Street style* – це спроба молоді використовувати одяг як засіб протистояння домінуючій культурі» [217, р. 23] – стверджує дослідниця. Секонд-хенд, гранж чи панк для А. МакРоббі є актами протесту проти стандартизації, проте ця свобода швидко комерціалізується. У цифрову добу, наголошує вона, автентичність конструюється через медіа: *street style* перетворюється на арену симулякрів, де «автентичний» образ існує передусім у репрезентації [217, р. 39]. Це перегукується з ідеями Ж. Бодріяра про втрату первинного контексту в грі знаків. Таким чином, А. МакРоббі окреслює *street style* як протестний

феномен, що балансує між культурною автентичністю та ринковою інтеграцією.

Концепцію постмоди як етапу культури, де стираються ієрархії між «високим» і «низьким», вводить французький соціолог Ж. Ліповецькі. Він трактує моду як естетичну гру, де індивідуалізм переважає над конформізмом: «Мода завжди стосується ефемерного, де індивідуалізм перемагає» [210, р. 24]. Для *street style*, за Ж. Ліповецькі, характерні гіперіндивідуалізм, еkleктика та нескінченне цитування, що розмивають межі між *haute couture*, *street fashion* і масовим ринком. *Street style* у цій парадигмі є постмодерним явищем: він поєднує елементи антимиоди з комерційними знаками, творить гібридність та плюралізм [210, р. 131]. Вуличний модний образ, що одночасно містить люксові аксесуари й субкультурні коди, ілюструє «нескінченну варіацію», у якій значення одягу не мають стабільного референта [210, р. 204]. Таким чином, концепція Ж. Ліповецькі представляє *street style* як арену постмодерної гри знаків, де протест і комерціалізація співіснують.

Таким чином, антимиода та постмода є взаємодоповнювальними рамками для осмислення *street style*. Антимиода надає йому протестного імпульсу, тоді як постмода пояснює його гібридність та гнучкість у глобальному культурному полі. *Street style* водночас транслює антимодні ідеї опору й інтегрує їх у модну систему, створюючи простір візуальної комунікації, де індивідуальність, протест і комерційність співіснують у новому культурному синтезі.

Антимиода/постмода (демократичні, протестні) протиставлені високій моді (елітарній, статусній). Поняття «висока мода» в побутовому мовленні часто вживається як синонім до поняття *Haute couture*. Утім, «висока мода» є ширшим і охоплює *Haute Couture*, і при цьому має й інші аспекти. *Haute couture* (з фр. «високе шиття») – це чітко регламентований термін, який позначає ексклюзивний сегмент модної індустрії, що відповідає суворим стандартам, юридично закріпленим наказом від 6 квітня 1945 року (оновлено в 1992 році) і контролюються Міністерством промисловості Франції та

Французькою палатою високої моди (*Chambre Syndicale de la Haute Couture*, <https://www.fhcm.paris/fr>). Лише обмежена кількість модних домів офіційно мають статус *Haute Couture* (наприклад, Chanel, Dior, Givenchy), що підтверджується відповідністю суворим критеріям (кількість працівників, обсяг ручної роботи, унікальність дизайну тощо). Це мистецтво створення одягу вручну, на замовлення, з використанням найвищих стандартів якості, рідкісних тканин і складних технік. *Haute couture* – надзвичайно ексклюзивна, доступна лише для вузького кола клієнтів через високу ціну та унікальність, це демонстрація на спеціальних показах мистецтва та статусу бренду, часто без комерційної мети (через це *Haute couture* буває збитковою, але слугує для підтримки іміджу бренду, демонструючи його майстерність і креативність).

«Висока мода» (*high fashion*) – це ширше поняття, яке охоплює не лише *Haute Couture*, але й інші форми елітарного модного дизайну, що асоціюються з розкішшю, ексклюзивністю та інноваційним підходом до стилю. Висока мода включає як *Haute Couture*, так і *prêt-à-porter de luxe* (готовий до носіння одяг преміум-класу від люксових брендів). Завдяки цьому вона більш доступна, оскільки включає масовіші (хоча й дорогі) колекції *prêt-à-porter*, які продаються в бутиках. Висока мода не обмежується суворими правилами, як *Haute Couture*, і може включати експериментальні або концептуальні дизайни, не завжди призначені для комерційного використання. Вона часто взаємодіє з масовою культурою, включаючи колаборації з вуличними брендами чи інфлюенсерами, що розмиває межі між елітарним і масовим. Показові приклади високої моди – колекції *prêt-à-porter* від Versace чи Balenciaga, які демонструються на тижнях моди, або лімітовані колаборації, як Supreme × Louis Vuitton. На відміну від *Haute couture*, висока мода має ширшу мету – задавати тренди, впливати на масовий ринок і підтримувати комерційний успіх люксових брендів.

Як і поняття «висока мода» та *Haute couture*, у публічному і навіть академічному дискурсах поняття «вуличний стиль», «вулична мода», «вуличний одяг» помилково вважають синонімами. Утім, *street style* позначає

індивідуальну практику самовираження через одяг, що формується в повсякденному урбаністичному середовищі та акцентує індивідуалізацію стилю як засіб вираження особистості. На відміну від високої моди, яка функціонує в контрольованому просторі подіумів і диктує елітарні стандарти, *street style* виникає спонтанно в повсякденному житті міст, відображаючи індивідуалізацію стилю як засіб вираження особистості, соціальних позицій і культурних наративів.

У науковій літературі *street style* трактується не лише як сегмент модної індустрії, а насамперед як культурна практика і форма візуальної комунікації, що передає соціокультурні повідомлення. Так, Д. Гебдидж описує його як «бриколаж» – еkleктичне поєднання різнорідних елементів, що деконструюють традиційні модні коди і виражають протест або субкультурну ідентичність [189, р. 96]. А. Рокамора додає, що *street style*, завдяки медіатизації, стає «візуальним наративом, який фіксується і транслюється через фотографію та цифрові платформи» [237, р. 63]. Ця медіатизація підкреслює роль фотографів, журналістів і трендгантерів, які перетворюють спонтанні вуличні модні образи на глобальні тенденції, зберігаючи при цьому їхній індивідуальний характер. Як зазначає Т. Полгемус, *street style* – це святкування автентичності та спільноти, а не демонстрація фінансової сили [233, р. 12], що підкреслює його унікальну роль як індивідуалізованої практики самовираження, глибоко вкоріненої в урбаністичній культурі. Ця автентичність проявляється в унікальних поєднаннях одягу, що відображають особистий підхід, а не комерційні тренди, і резонує з ідеєю індивідуалізації, яка є центральною для *street style*. Ю. Кавмура додає, що *street style* є «соціальним текстом», який відображає боротьбу за ідентичність у комерціалізованому світі [203, р. 23].

*Street fashion* є ширшою категорією порівняно зі *street style*, оскільки узагальнює індивідуальні практики *street style* у вигляді тенденцій, що набувають потенціалу для реплікації та комерціалізації. Якщо *street style* є індивідуальною практикою самовираження, що відображає унікальність і

автентичність у міському середовищі, то street fashion трансформує ці практики в масові тренди, які впливають на мейнстрим і інтегруються в колекції дизайнерів високої моди. Ю. Кавмура підкреслює: «Мода – це не лише одяг, а система символів, що передає соціальні значення» [203, р. 23], вказуючи на те, що street fashion стає «соціальним текстом», який формує культурні наративи через популяризацію вуличних модних образів. Street fashion трактується й як хаотичне змішання стилів і фасонів, або як тенденція, що виникає незалежно від високої моди [196].

На відміну від street style, що акцентує індивідуалізацію стилю як засіб вираження особистості, street fashion є результатом його медіатизації та повторення, коли окремі образи кристалізуються в тенденції, що набувають глобального поширення. Х. Лозинська зазначає: «Термін “вулична мода” означає насамперед моду, яка не зійшла з подіумів, моду на вулицях міст» [80, с. 95], підкреслюючи її спонтанне походження та здатність впливати на модну індустрію. Street fashion узагальнює ці практики в тенденції, що впливають на ширший модний дискурс, тоді як streetwear є матеріальною основою, що включає конкретні артефакти, які втілюють ці тенденції. Ш. Джайн додає, що street fashion є особливим стилем одягу, який «включає стилі, що відрізняються від основної моди і засновані на індивідуалізмі» [196], але саме через комерціалізацію ці стилі стають частиною мейнстріму. Street fashion функціонує як процес формування глобальних і локальних тенденцій, що виникають у містах завдяки «лідерам» моди та новітнім медіа, таким як інтернет-блоги та сайти street fashion, які сприяють «просочуванню» естетичних тенденцій за принципом «trickle-up» (знизу догори) [101, с. 233].

Ця динаміка підкреслює гібридну природу street fashion, яка поєднує індивідуалізацію з масовістю. О. Лагода описує street fashion як «безумство і фарс, театр абсурду, життєрадісний марафон від одних крайнощів до інших» [68, с. 199–200], вказуючи на її еkleктичність і здатність увібрати елементи різних стилів – від спортивного до неформального. А. Єлліс додає: «Street style – це неймовірно вірусний, миттєвий та захоплюючий аспект моди, який

змінив способи створення та споживання моди» [198], що підкреслює роль street fashion у трансформації модного дискурсу через медіа та ринкові механізми. Таким чином, street fashion не лише узагальнює індивідуальні практики street style, але й демократизує моду, роблячи її доступною для ширшої аудиторії, водночас інтегруючись у комерційний простір високої моди.

*Streetwear* є окремим сегментом модної індустрії, що комерціалізує естетику street style, ґрунтуючись на стилістиці молодіжних субкультур. На відміну від street style, який є спонтанною індивідуальною практикою самовираження в урбаністичному середовищі, streetwear – промислово відтворюваний продукт, створений для ринкового споживання. Л. Крю зазначає, що «street fashion, включаючи streetwear, перетворюється на комерційний продукт, який адаптує радикальну естетику до потреб ринку» [176, р. 112]. Ця комерціалізація зберігає зв'язок із індивідуалізацією стилю, оскільки streetwear дає змогу споживачам виражати ідентичність через масові продукти, що апелюють до субкультурних кодів.

Streetwear, як частина street fashion [80, с. 95], вирізняється своєю матеріальною основою – конкретними речами та аксесуарами, які відображають естетику вулиці, але створюються в межах модної індустрії. Streetwear втрачає спонтанність street style через свою комерційну природу, стаючи продуктом масового виробництва, який інтегрує елементи субкультурної естетики в глобальний модний дискурс. Т. Полгемус зазначає: «Street style несе радикальний потенціал, але мода адаптує його до своїх комерційних цілей» [233, р. 130], що особливо стосується streetwear як сегмента, який комерціалізує протестну естетику.

Streetwear також відображає гібридну природу сучасної моди, поєднуючи індивідуалізацію з ринковими механізмами. О. Лагода описує street fashion як «театр абсурду, життєрадісний марафон від одних крайнощів до інших» [68, с. 199–200], що підкреслює еkleктичність streetwear, який увібрав елементи спортивного, неформального та класичного стилів.

Ш. Джайн додає, що *street fashion*, включаючи *streetwear*, «включає стилі, що відрізняються від основної моди і засновані на індивідуалізмі» [196], але саме через комерціалізацію ці стилі стають доступними для широкої аудиторії. Таким чином, *streetwear* є матеріальним втіленням вуличної естетики, яке, зберігаючи зв'язок із індивідуалізацією стилю, трансформує субкультурні практики в комерційні продукти, що впливають на глобальні модні тенденції.

*Streetwear*, на відміну від ширших категорій *street style* і *street fashion*, є матеріальним поняттям, що охоплює конкретні речі та аксесуари, які слугують основою для створення стилю. Ці артефакти можуть варіюватися від секонд-хенду до люксових брендів, але їхнє значення проявляється лише в контексті комбінації, що формує цілісний образ, відомий як «лук» (*look*, укр. «лук»), у широкому сенсі – «образ») позначає цілісний візуальний ансамбль, що включає одяг, аксесуари, зачіску, макіяж та інші елементи, які формують індивідуальність стилю). Ю. Кавмура зазначає: «Мода – це не лише одяг, а система символів, що передає соціальні значення» [203, р. 23], підкреслюючи, що вуличний одяг набуває сенсу через його інтерпретацію в «луці». У теорії моди «лук» визначається як цілісний образ, що поєднує одяг, аксесуари, зачіску та позу, і є актом візуальної комунікації, а не просто сукупністю окремих речей. Лук у контексті *street style* стає перформативним вираженням індивідуальності, де кожен елемент відіграє роль у створенні унікального повідомлення.

Отже, *street style* є індивідуальною практикою, що відображає унікальність і протест через візуальну комунікацію. *Street fashion* узагальнює ці практики в тенденції, які набувають глобального поширення. *Streetwear*, як комерційний сегмент, трансформує вуличну естетику в ринковий продукт, а вуличний одяг (*street clothing*, буквально речі, які люди носять у повсякденному середовищі) становить матеріальну основу, яка набуває значення в контексті луку – цілісного візуального образу, створеного за допомогою поєднання одягу, взуття, аксесуарів, зачіски, макіяжу та навіть тілесних практик (тату, пірсинг). До речі, саме, лук – головна «одиниця

спостереження», саме луки фіксують фотографі у street style хроніках, і саме вони стають візуальним матеріалом для дослідження street style. Таким чином, вуличний одяг і лук (streetwear) є ключовими елементами street style, які, поєднуючи матеріальність і семіотику, формують його як гібридне явище, що поєднує індивідуалізацію, протест і комерціалізацію.

Розглянуті поняття формують складну ієрархію, що відображає динаміку сучасної моди: мода → висока мода / вулична мода (street fashion) → вуличний стиль (street style) → лук (streetwear) / вуличний одяг. Антимода та постмода слугують рамковими категоріями: антимода надає протестний імпульс, а постмода забезпечує гібридність і еkleктичність. Таким чином, чітке термінологічне розмежування дає змогу зрозуміти street style як гібридне явище, що поєднує індивідуальну практику, колективні тенденції, комерційні продукти та матеріальні артефакти в єдиній системі візуальної комунікації.

### **Висновки до розділу**

Проблема street style є предметом активного, хоча й дещо розпорошеного, дослідження як у зарубіжній, так і в українській науковій думці. Незважаючи на значну поширеність публікацій публіцистичного характеру, у наукових працях цей феномен системно вивчається із застосуванням ґрунтовних дослідницьких методів.

Зарубіжна наукова думка щодо street style вирізняється більшою глибиною та тривалістю вивчення. Дослідники зосереджуються на таких питаннях, як еволюція вуличної моди та її вплив на міську культуру й модні тенденції; виникнення стилю субкультури тедді-бойз та зв'язок зародження субкультур з історичними локаціями; простеження історії субкультурних течій; аналіз сучасного міфу про вуличний стиль як повсякденну практику; структуралістичний підхід до розуміння стилю британської молодіжної культури; розкриття руху хіпі, його філософії, активізму та моди. Також розглядаються дендизм і street style як споріднені феномени в контексті

пошуку ідентичності та індивідуалізації, а мода – як знакова система. Вивчається вплив міського середовища на одяг городян та історичні зв'язки моди з містом, роль вулиці у модній фотографії, досвід ведення fashion-блогів, еволюція street style з 1980-х років, взаємозв'язок моди та простору, теорія моди та зв'язок *Haute Couture* з вулицею.

Загалом публікації можна згрупувати за такими основними напрямками: соціологія та історія street style (Т. Полгемус, К. Бревард, Т. Гойбнер, С. Вудворд); вплив субкультур на моду (Ф. Буше, Д. Гебдидж, С. Стоун); філософський та культурологічний аспект (Р. Барт, Е. Вілсон); роль цифрових медіа та фотографії (Х. Бланко, Б. Луваас); взаємодія street style з індустрією моди (Ш. Джайн, Ф. Мейлінг).

Українська наукова думка, попри свою меншу розробленість у порівнянні з зарубіжною, також робить важливі внески. Дослідження можна згрупувати за такими напрямками: молодіжна мода та субкультури (Х. Лозинська, І. Гардабхадзе, М. Вороніна, О. Лагода, С. Колесник, Т. Волох та О. Пастухов); національний аспект та соціокультурний контекст (Ю. Легенький, Л. Дихнич, Н. Копилова); взаємодія високої та вуличної моди (Н. Чупріна, Х. Лозинська, І. Гардабхадзе, І. Кущик); інновації та самоідентифікація (О. Лагода, А. Варивончик та ін.). Авторами розкриваються питання генези терміну «молодіжна мода» та її прояви, а також проблему співвідношення західних і вітчизняних субкультур та їх впливу на костюм 90-х років ХХ ст. Досліджується вплив субкультур на вуличну моду, взаємодія субкультур і сучасної моди, вплив сучасного мистецтва та субкультур на образно-стилістичні характеристики костюма, а також хіп-хоп культура та її вплив на моду. Розглядається мода як планетарний простір культурного впливу, роль комунікації в дизайні костюма як стійка тенденція української моди, культурологічні аспекти українського street-fashion, критерії взаємовпливу високої та вуличної моди, а також street style як джерело інспірацій для дизайнерів і прояв свободи особистості.

Незважаючи на значну кількість досліджень, у вивченні street style існують суттєві прогалини, особливо в українському контексті:

- комплексний мистецтвознавчий аналіз: у більшості праць зарубіжних і вітчизняних дослідників представлено аналіз соціокультурних аспектів вуличного стилю. Однак, мистецтвознавчий аналіз особливостей street style в Україні практично відсутній. Це створює нагальну потребу у ґрунтовному вивченні street style як художнього феномена, його візуальної мови, естетичних принципів та художньо-образних характеристик;

- системне дослідження взаємодії високої моди та street style: питання взаємовпливу високої моди і Street Style досліджуються лише фрагментарно. Необхідне глибоке теоретичне осмислення механізмів, етапів та наслідків цієї взаємодії з 60-х років ХХ ст. до сьогодення;

- трансформація street style в сучасній молодіжній моді: це питання потребує детального вивчення, зокрема у контексті новітніх технологій та глобалізаційних процесів;

- історія та передумови появи street style в Україні: відсутність ґрунтовних праць з проблематики формування та розвитку street style в українській науковій думці вимагає дослідження передумов його появи на національному ґрунті.

Таким чином, наявний науковий доробок створює міцну основу для подальших досліджень, водночас окреслюючи першочергові завдання для системного та комплексного вивчення street style в Україні, зокрема у мистецтвознавчому ракурсі та з урахуванням його динамічної взаємодії з глобальними модними процесами.

Наукове осмислення вуличного стилю, як багатогранного феномена, що поєднує візуальну культуру, соціальну комунікацію та художнє самовираження, спирається на кілька ключових підходів. Соціологічний підхід розглядає street style як діалектичний процес, що балансує між індивідуалізацією та конформізмом, відображаючи прагнення людини

вирізнятися, але залишатися частиною спільноти. Культурологічний підхід трактує його як поле боротьби за символічний капітал, де субкультурні практики формують альтернативні способи самовираження, що протистоять елітарним стандартам. Семіотичний підхід інтерпретує street style як систему знаків, що створює візуальні наративи про ідентичність, протест чи належність. Постмодерністський підхід визначає його як простір, де знаки моди функціонують як симулякри, відірвані від первинного контексту, але здатні створювати нові значення через медіа та споживчі практики.

Антимода забезпечує street style протестним імпульсом, спрямованим проти традиційних модних норм, тоді як постмода підкреслює його гібридність, даючи змогу поєднувати елементи високої моди, субкультур і масового ринку в еkleктичних образах. Антимода та постмода слугують рамками: антимода підживлює протестний дух вуличного стилю, а постмода забезпечує його гнучкість і здатність до змішування різноманітних стилістичних елементів.

Street style, street fashion і streetwear формують ієрархію понять, що відображає динаміку сучасної моди. Street style є індивідуальною практикою самовираження, що виникає спонтанно в урбаністичному середовищі та акцентує унікальність особистості. Street fashion узагальнює ці практики в колективні тенденції, які через медіатизацію впливають на глобальний модний дискурс. Streetwear є комерціалізованим сегментом, що трансформує вуличну естетику в ринкові продукти, зберігаючи зв'язок із субкультурними кодами. Вуличний одяг становить матеріальну основу стилю, набуваючи значення лише в контексті луку – цілісного образу, що є одиницею візуальної комунікації. Чітке розмежування цих понять дає змогу уникнути термінологічної плутанини, властивої медіа та окремим академічним текстам, і забезпечує точне розуміння street style як феномена сучасного дизайну, що поєднує індивідуальність, протест і комерціалізацію в єдиній системі візуальної комунікації.

## РОЗДІЛ 2

### STREET STYLE: ГЕНЕЗИС, ДИНАМІКА ТА ВЗАЄМОДІЯ З ВИСОКОЮ МОДОЮ

#### 2.1. Естетика молодіжних субкультур як джерело стилістичних кодів street style

Хоча термін street style закріпився у модному дискурсі лише у ХХ столітті, деякі історичні прояви політичної моди, як-от вбрання суфражисток, можуть бути інтерпретовані як ранні приклади візуального протесту в публічному просторі – вони вважали за обов’язок виглядати на акціях і парадах особливо елегантно та обирали конкретні кольори (фіолетовий, білий, зелений) для своїх костюмів, популяризували маскулінні силуети і стиль флєперів. Так само денді – соціальний тип і стилістичний феномен кінця ХVІІІ – початку ХІХ століття – демонстрували через одяг не лише вишуканий смак, а й своєрідну естетичну опозицію до буржуазної повсякденності. Їхня одягненість була способом заявити про власну вищість, інтелектуальну автономію та презирство до нормативності, тобто виконувала функцію візуального маніфесту. Обидва ці приклади – суфражистки й денді – хоч і не належать до явища street style у вузькому розумінні, демонструють важливу передумову його формування: використання зовнішнього вигляду як засобу публічного висловлювання і культурного позиціонування.

Однак саме на зламі 1940–1950-х років ці візуальні практики почали трансформуватися у нову форму модної поведінки – street style – що стало можливим лише за умов кардинальних соціально-економічних змін. Після Другої світової війни Європа та США активно відновлювали зруйновану інфраструктуру, запускали виробництва, збільшували кількість робочих місць, покращували умови праці й оплату. Розвиток масового виробництва, зокрема текстильного, зробив одяг доступнішим для широких верств населення, що відкривало можливість індивідуального вибору, експерименту та стилізації в

повсякденному житті – передумови, без яких street style не міг виникнути як стале культурне явище. Бурхливий технічний та економічний розвиток обумовив ювеналізацію (омолодження) потреб, цінностей і поведіння. Ювеналізація була викликана появою молоді як окремої соціально-демографічної групи унаслідок змін у соціальному устрої суспільства наприкінці XIX – початку XX ст., що, зрештою, призвело до формування молодіжної культури з властивими їй самосвідомістю, художніми цінностями та естетичними настановами. Утім, серед значної частини молоді зріло невдоволення не лише загальноприйнятою культурою, а й перманентною міжнародно-політичною кризою і збройними конфліктами, зрештою, ядерною небезпекою. Все очевидніше назривала криза у відносинах суспільства і людини.

Прикметно, що саме на тлі економічного піднесення та значного зростання стандартизації життя (масовий маркетинг, франчайзинг ресторанних і торгових мереж, поширення телебачення тощо), на відміну від робітничого чи селянського руху, і водночас соціально-політичних невдоволень, протесту проти тягаря зовнішнього тиску, постійної боротьби, залежності від технологій і загрози війни, відбувся контркультурний «вибух» як спроба пошуку переважно молодим поколінням альтернативних шляхів розвитку політичної, економічної та культурної систем суспільства, зокрема пошук новаторських засобів виражальності, нових жанрів і напрямів. Для контркультурного руху з його категоричним і часто зухвалим протестом проти усталених культурних норм та водночас пошуком альтернативного способу життя для людей, які шукають «справжність» [232], була характерна масовість та чимала кількість його напрямів – він став глобальним явищем. У 1960-х роках активність його учасників перетворилася на вагомий чинник у суспільному та політичному житті розвинутих країн світу. Має рацію А. Мінаєв, стверджуючи: «не зовсім правильним було б вважати молодіжний протест 60-х рр. XX ст. лише своєрідним індикатором непопулярності зовнішньої та внутрішньої політики урядів Західної Європи і США, оскільки

він являв собою також результат відображення у молодіжній масовій свідомості достатньо гострої кризи основних соціальних (світоглядних, культурних, освітньо-виховних, державно-політичних тощо) цінностей західного післявоєнного суспільства» [87, с. 79–80].

На культурно-побутовому рівні контркультура виявилася не лише в переоцінюванні і трансформації етичних норм та естетичних смаків, а й у музиці та моді – двох взаємопов'язаних феноменах ХХ століття, які послідовно відображали зміну світоглядних позицій кожного нового покоління, часто стаючи своєрідним візуально-аудіальним виразником різноманітних нових ідей. Розвиток музичної культури, як і моди, у ХХ столітті обумовлений соціально-політичними, духовно-естетичними та іншими чинниками, які призвели до появи джазу, року, панк-року, хіп-хопу, гранжу та ін., які, у свою чергу, привнесли оновлення художньої мови, форми і смислів. Динаміка та популярність цих музичних напрямів пов'язана з активним розвитком урбаністичної культури, орієнтованої на масову аудиторію, з її психологією мас – головною їхньою функцією була розважальна, дозвіллева. Хіп-хопери, рокери та представники інших субкультур намагалися виділитися, привернути до себе увагу і водночас об'єднатися всередині своєї спільноти. Вираженням цього прагнення стало вироблення певної ідеології, створення власної, відмінної від традиційних, усталених напрямів, музики, а також відповідного костюма. Варто лише згадати шкіряну косуху Елвіса Преслі, завдяки якій він став іконою стилю; рок-групу The Beatles, яка ввела в моду приталені піджаки та завужені брюки, акуратні зачіски, круглі окуляри, різні головні убори та чоловіче взуття на підборах; Девіда Бові, який дав початок сучасному стилю унісекс; червону шкіряну куртку Майкла Джексона, яка стала останнім «писком» моди; рок-групу Nirvana, завдяки якій почав формуватися недбалий стиль гранж з його картатою сорочкою, поношеною футболкою, джинсами і кедами; а також Мадонну з її високим «кінським хвостом» і бюстьє з конусоподібними чашечками. У свою чергу, спостерігався і зворотний вплив, наприклад, коли

англійська музична група The Who стала виразником стилю модів, а їхня композиція *My Generation* – гімном їхнього руху завдяки тому, що за рік до виходу пісні учасники гурту з легкої руки відомого лондонського журналіста Піта Мідена почали одягатися в елегантні сценічні костюми у стилі модів [236]. Це показовий приклад того, як представники субкультури, які спочатку не мали музичних уподобань, отримали об'єкт для захоплення і наслідування завдяки образу в одязі, зачісці та аксесуарах музикантів.

За допомогою костюма, а не лише манери поведінки, представники різних субкультур протиставляли себе суспільству, формуючи нерозривні зв'язки із музикою і мистецтвом, адже зміни, що відбувалися, наприклад, у музиці, одразу відображалися в одязі її прихильників і навпаки – одяг викликав появу нових музичних стилів. Так само і з мистецтвом: наприклад, авангард з його радикальними ідеями і джерелами натхнення відобразився у появі новаторського, експериментального стилю в одязі, що ґрунтувався на протидії звичним правилам оформлення речей – епатажні аутфіти, геометрія та гра з формами, яскраві відтінки та сміливі колірні комбінації, рідкісні тканини та їх поєднання. Зрештою, приналежність до однієї із спільнот фанатів, виражена за допомогою одягу в рамках ідентичності фанатів, відіграє важливу роль у формуванні сприйняття себе, своїх здібностей та соціальної функції. Таким чином, відносно швидко протестні настрої молоді набули поширення на Заході, давши імпульс подальшому розвитку контркультурних процесів.

Так, наприкінці 1940-х – на початку 1950-х рр. з'явилася генерація впливових письменників і художників, які похитнули основи американської культури. Це було так зване біт-покоління (*Beat Generation*), або бітники (*Beatniks*), яке замінило «втрачене покоління» учасників Першої світової війни. Найбільш показовими виразниками його ідеології стали американські письменники Джек Керуак та Вільям С. Берроуз, прозаїк і журналіст Аллен Гінзберг та Ніл Кессіді – поет, муза та одна з важливих фігур біт-покоління 1950-х років і психоделічного руху 1960-х, які, зрештою, стали «архітекторами культурної революції» [244]. Серед бітників є й такі всесвітньо відомі митці,

як Енді Воргол, Боб Ділан та ін. Назва «біт-покоління» походить від англійського слова *beat*, що означає «удар», а також «побитий», «розбитий», «пригнічений». До того ж слово *beat* означає ритм у джазових композиціях, а джаз для бітників мав особливе значення – він був основним культурним супроводом течії. Натхненний «пригніченими» у суспільстві антиконформістами, Джек Керуак назвав цей період Beat Generation. Терміном Beatniks з легкої руки оглядача новин із Сан-Франциско Герба Кана почали називати людей, які були частиною Beat Generation – людей, які не працювали та проводили вільний час у кафе [249]. Бітники у своїй творчості (літературі, поезії, музиці та живописі) і стилі життя наголошували на вираженні свободи, повставали проти матеріалістичного стилю життя та конформізму панівної американської культури. Іронічно, але всупереч негативному ставленню у суспільстві до бітників, їхній стиль в одязі став популярним. Представники Beat Generation одягалися безтурботно, щоб показати, що вони порушують традиції та досліджують свою особисту творчість – можливо, якраз бунтарство, безтурботність бітників й стали причиною такої привабливості. Бітники перейняли образ бібоп-трубача Дізі Гіллеспі – вони віддавали перевагу модному сленгу та самостійному скручуванню сигарет, грали на бонго, чоловіки носили чорний одяг, берети, сонцезахисні окуляри, ципині борідки, а жінки – чорні трико [244; 249] (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Бітники 1950–1960-х років [162].



Рис. 2.2. Біт-стиль у сучасній моді [157].

Позачасовий стиль бітників, як повстання проти традицій, робить його доречним та простим для наслідування й сьогодні: свою актуальність й досі зберігають чорні куртки, приталені джинси, широкі брюки, берет, темні великі окуляри, сорочка в смужку, лофери [162] (рис. 2.2).

Романтику бітників у 1960-х роках запозичила інша неформальна течія, одна з найбільш значущих у ХХ ст. – субкультура хіпі, для якої був характерним протест «проти урбаністичного та егоїстичного способу життя, геополітичного, економічного та ідеологічного конфлікту між США та Радянським Союзом під час холодної війни» [290]. Ця субкультура виникла як «антитеза стосовно пуританської моралі і мілітаризації держави», а її представники проповідували «сексуальну вседозволеність і пацифізм» [65]. В якості головного принципу стилю життя субкультура хіпі постулювала «презирство до інтелектуальних пошуків» [88, с. 164], переконання у відмиранні ідеологій унаслідок їхньої непотрібності для суспільства, розірвання всіх зв'язків із традиційним способом існування і наявними нормами взаємин, натомість хіпі виголошували «гасла свободи, радості життя та безмежної любові до усіх людей без огляду на їхню расову чи релігійну приналежність» [88, с. 164]. Досліджуючи молодіжні субкультурні течії, О. Кучерук наголошує, що «на прикладі молодіжних субкультур бітників і хіпі спостерігалось революційне відторгнення маргіналами офіційної ідеологічної дійсності американського суспільства в шістдесяті роки, але через кілька десятиліть, рок-музика, як ідейна основа незгоди та психоемоційного бунту, перетворилася на найбільший елемент масової культури і по сьогоднішній день, на рівних правах, успішно конкурує з популярною музикою» [65, с. 98].

Дотримуючись альтернативного способу життя, хіпі розфарбовували одяг у яскраві кольори, урізноманітнювали його ковдрами, перекроювали окремі предмети одягу, вишивали різнокольоровими нитками і бісером орнаменти, прикрашали значками, гаслами, що виражали ідеї миру, любові та свободи. У той час були популярні легкі сукні максі, широкі сорочки, жилети та стьобані пальто в стилі етностиль, брюки з розкльошеними штанинами,

джинси з вирізами, самостійно зв'язані речі, саморобні прикраси, шкіряні сумочки з вишивкою чи іншим декором [290]. Аксесуари були ключовим елементом стилю хіпі: бандани, шарфи та прикраси були дуже поширені серед жінок і чоловіків. Стиль хіпі (*Hippie style*) – це поєднання моди з інших культур та елементів військового одягу в цікаві комбінації, зокрема хіпі запозичили близькосхідні кафтани, традиційний африканський одяг і тканини, жакети з бахромою американських піонерів [222]. У такий спосіб хіпі створювали неструктурований, унікальний і водночас екзотичний і легковажний образ, заснований на індивідуальності, креативності та фантазії (рис. 2.3). Одяг хіпі міг бути доволі кричущим і водночас простим, усі елементи костюма хіпі мали своє символічне значення, але разом із тим, як відзначив С. Стоун, автор книги «Хіпі від А до Я. Секс, наркотики, музика та вплив на суспільство від 60-х до наших днів», «жоден хіпі, який себе поважає, ніколи не носив нічого з будь-якими логотипами» [256, р. 25]. Стиль хіпі з часом став мейнстрімом – одяг у стилі хіпі почала носити й заможна еліта, зрештою, зробивши його модним трендом масового виробництва, який суперечив усьому, що пропагували свого часу хіпі (рис. 2.4).



Рис. 2.3. Стиль хіпі 1960-х років [248].



Рис. 2.4. Стиль хіпі у сезоні Весна–літо 2022 [248].

На тлі бурхливого розвитку індустрії туризму на Гаваїях, у Каліфорнії та Австралії у 1970-х і в 1980-х роках у США шаленої популярності набули скейт- і серф-культури. Зокрема, культура серфінгу, як вираження контркультури 1960-х років, протестуючи проти звичних суспільних норм, прославляла сонячний, алоха-дух епохи. Вихід на екрани таких фільмів, як «Блакитні Гаваї» (1961, США, за участю Елвіса Преслі), «Нескінченне літо» (1966, США, музика рок-гурту Beach Boys), «Божевілья на скейтборді» (1980, США, з одним із професійних скейтбордистів та серферів Стейсі Перальтою у головній ролі) та поява культового альбому *Surfin' Safari* американської рок-групи Beach Boys (1962) – лише підсилили захоплення серфінгом, що асоціювався з безтурботним способом життя каліфорнійських пляжників. Ця субкультура сприяла формуванню так званого серф-стилю (*Surfer style*) – серед молоді у моді були яскраві кольори та картаті принти, футболки з екзотичним зображенням, згодом з'явилися яскраві бордшорти з кумедними візерунками, бандани та пов'язки [272] (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Серфінгісти 1960-х років [272].



Рис. 2.6. Серф-стиль у сучасній моді [272].

У 1970–1980-ті роки мода на серфінг стала гендерно-орієнтованою: дівчата носили джинсові шорти та майки, а хлопці – гавайські сорочки та шорти, почав формуватися неповторний стиль – були поширені светри та

джинси, сліпони, білі футболки. У 1990-х роках одяг для серфінгу стало популярним носити не лише на пляжі, що призвело до створення численних великих і малих брендів серфінгу – такі компанії, як Stüssy, Vans та інші почали задовольняти зростаючий ринок ентузіастів серфінгу та тих, хто хотів додати образ серфера до свого повсякденного гардеробу [272] (рис. 2.6).

У свою чергу, скейтбординг, як вид проведення дозвілля, який набрав популярності у 1970-х роках, еволюціонував від нішевого виду діяльності – способу для серферів кататися тротуаром за відсутності високих хвиль, до не просто масового явища, а екстремального виду спорту, окремої культури та власного стилю в одязі. Одяг для скейтерів найперше був функціональним: скейтбордисти-чоловіки носили короткі шорти, приталені футболки, майки, довгі смугасті шкарпетки та взуття Converse або Vans [228] (рис. 2.7), а у жінок у тренді були рвані шорти, майки і майже такі ж смугасті шкарпетки та взуття. Яскрава культурна самобутність та відданість скейтбордингу залучали усе більше людей до цього стилю з його футболками з різними рисунками, штанами та рваними джинсами oversize, толстовками і шапками. Унікальність скейт-стилю (*Skate style*) зробила його еталоном цілого покоління. З кожним роком стиль одягу скейтбордистів змінювався, його вплив на світ моди лише посилювався і вже з середини 1990-х років став всеосяжним. Скейт-стиль з його елементами хіп-хопу, серфінгу, гранжу, спецодягу та навіть розкоші став одним із джерел виникнення напряму streetwear – комерціалізованої форми вуличної естетики. Сьогодні скейт-стиль досяг такого рівня, що його по праву можна вважати «глобальним модним феноменом [171]. «Від простої футболки з логотипом дерева Element до високоякісної співпраці Supreme з брендами класу люкс – те, як одіваються скейтери, відіграло важливу роль у формуванні сучасної молодіжної культури та навіть основної моди в усьому світі» [171] (рис. 2.8). Товсті підшви, які допомагали скейтерам утримувати рівновагу на дошках, сподобалися багатьом із тих, хто прагнув вказати на свою приналежність до цієї субкультури, а також модникам, які почали їх носити.



Рис. 2.7. Скейтбордисти 1970-х років [228].



Рис. 2.8. Скейт-стиль з модних показів Весна–літо 2023 (Мілан, Париж) [255].

Отже, зручний, практичний, із характерною візуальною айденікою (логотипи, шорти, футболки, кепки, худі) одяг серферів і скейтерів із Лос-Анджелеса, Санта-Моніки та інших міст виник з їх бажання створювати його для себе. Вони продавали речі з багажників авто або в невеликих локальних магазинах. Найпершими брендами streetwear з серф-культури стали Stüssy, Vision Streetwear, Ocean Pacific, Powell Peralta.

Паралельно із США, у Великобританії також виникли і формувалися впливові субкультури як «акт формалізації» своїх внутрішньо-групових відносин групою молодих людей [64, с. 19]. Так, прагнення англійської молоді виявити себе зумовило появу у 1950-х роках субкультури тедді-бої (*Teddy Boy*), яка, відроджуючись у 1970-х і 1990-х роках, стала іконою британської популярної культури. На стиль одягу її представників, які мали дохід і протестували, зокрема, проти післявоєнної економії, вплинула мода едвардіанської епохи (від імені короля Едуарда VII) – чоловіки носили пошиті на замовлення драпові піджаки темних кольорів, коміри і клапани кишень яких були оброблені оксамитом, вузькі брюки до щиколотки, тонкі краватки та взуття на товстій підошві (відоме як кріперси, англ. – creepers), а у зачісках намагалися наслідувати своїх американських рок-н-рольних ідолів (рис. 2.9)

[193]. Стиль у жіночому вбранні називали тедді-гьорлс (*Teddy Girls*) – жінки також носили зшиті на замовлення жакети чи пальто з оксамитовими комірами, куртки з драпу, спідниці-олівець, джинси, еспадрильї, солом'яні капелюхи, брошки-камеї, або краватки у стилі вестернів, та елегантні клатчі [283] (рис. 2.10). З роками субкультура тедді-бої, як і її стиль в одязі, розвивалися і були сприйняті різними субкультурами по всьому світу (рис. 2.11).

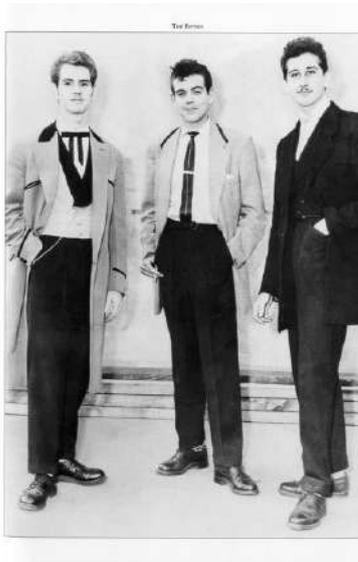


Рис. 2.9. Стиль тедді-бої у чоловічому вбранні, 1950-ті роки [283].



Рис. 2.10. Стиль тедді-гьорл у жіночому вбранні, 1950-ті роки [283].

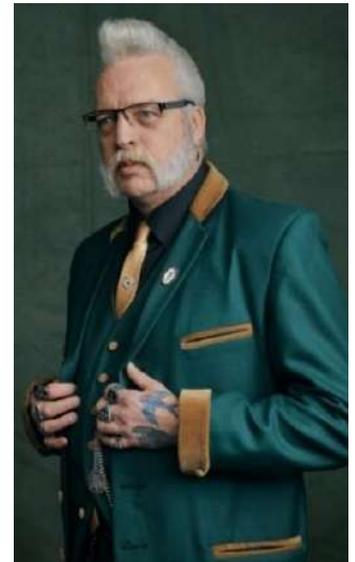


Рис. 2.11. Том Гарді, прихильник стилю тедді-бої [169].

У Великобританії виникли й інші субкультури, найбільш впливовими серед яких стали панки, моди, готи, рейвери (щоправда, прийнято також вважати, що ключову роль у просуванні панк-субкультури відіграли і паби Лондона, і водночас дайв-бари Нью-Йорка [177]). Так, наприкінці 1950-х – початку 1960-х років сформувалася молодіжна неформальна субкультура модів (скорочення від модерністський рух, англ. *Mods*, від *Modernism*, *Modism*), відмінними ознаками якої були особлива увага до зовнішнього вигляду та любов до музики – від джазу, ритм-енд-блюзу та соулу до рок-н-ролу та ска. До середини 1960-х років, часу, коли рух модів почав втрачати свою актуальність, з ними асоціювалася музика таких британських рок-гуртів,

як Georgie Fame, The Graham Bond Organisation, The Kinks, The Small Faces, The Who, Zoot Money's Big Roll Band [150]. Р. Барнс, автор книги-бестселера про рух модів у 1960-х рр., так розкриває суть цієї субкультури: «Моди на 100% ідентифікували новий спосіб мислення. Вони жодним чином не були політичними – за винятком того, щоб поставити під сумнів і кинути виклик колись жорсткій класовій структурі (важко повірити, але тоді уряд складався майже виключно з багатих старих випускників Ітона). Вони прагнули до елегантного, розумного, сучасного, автоматизованого стилю життя космічної ери. <...>. Покоління “The Beatles” уже втілювало багато з цих прагнень» [236]. Поєднуючи в собі лаконічний образ тедді бої з темними кольорами та легким ефектом одягу бітників, стиль модів (*Mods style*) був революційним кроком уперед у моді [250]. В одязі моди віддавали перевагу спочатку приталеним італійським костюмам, а згодом британським брендам, їздили на скутерах Lambretta або Vespa, збиралися в барах чи клубах, де грали «чорну» американську музику R&B та ін. Зовні вони дотримувалися класичного стилю одягу, постулюючи помірність та акуратність, утім, їхній внутрішній стан більше відповідав слову «одержимість» – у результаті економічного буму в Англії у післявоєнний час у молоді з'явилися гроші, які вони витрачали на себе: моди одівалися за останнім «писком» моди. Автентичні моди носили парку «риб'ячий хвіст», що походить від ескімоського одягу, темні або двоколірні елегантні костюми з вузькими брюками (довжина яких була вкороченою, щоб виставити на позір шкарпетки), іноді з мохеровими лацканами, тонкі краватки, сорочки-поло Fred Perry та інших виробників (одяг від яких вважався своєрідним «квитком» до елітного клубу), вовняні чи кашемірові джемperi з круглим або V-подібним вирізом, черевики Chelsea, Clarks або Beetle, мокасини, взуття для боулінгу чи лофери Hush Puppies [177; 205, с. 116]. Завдяки модам почали формуватися нові streetwear-тенденції – молодь намагалася підкреслити імідж незалежного інтелектуала, а її одяг вирізнявся вишуканою елегантністю в поєднанні з експресивним мінімалізмом [205, с. 116] (рис. 2.12).

Сьогодні стиль модів – це футболки-поло з логотипами без надмірностей або, що ще краще, без жодних логотипів, дорогі сорочки зі 100% бавовни, брюки-чінос чи джинси, короткі куртки з яскравою підкладкою в шотландську клітинку. Основою стилю модів є чіткий, лаконічний крій в одязі, витонченість з мінімальною кількістю деталей, баланс між квадратним і приталеним, приталені силуети (рис. 2.13).



Рис. 2.12. Стиль модів 1960-х років [204].



Рис. 2.13. Стиль модів у колекції Ben Sherman (Велика Британія) [250].

Дівчата-моди носили вузькі брюки, короткі сукні та спідниці силуету трапеція. Спідниці поєднували з блузами та сорочками, смугастими чи однотонними светрами. Образ завершували класичні туфлі «човники». Одним з головних критеріїв вибору одягу була висока якість, крім того він повинен був бути ідеально чистим і відпрасованим. Культ зовнішнього вигляду серед модів перетворює їх на своєрідних денді, які використовували нові засоби відмінності всередині свого кола – довжина куточків коміра сорочки, форма черевиків, висота бічних розрізів модного піджака.

Субкультура хіпі визначним чином вплинула на появу інших субкультур, зокрема панків і готів. Панки своїми песимістичними настроями відобразили розчарування частини молоді в ідеалах любові, кохання і миру,

проголошуваних хіпі. Панк-рух у 1970-х роках у Великій Британії очолювали такі групи, як The Clash, The Sex Pistols і The Stiff Little Fingers, закликаючи до протистояння політичній несправедливості того часу, й досі залишаючись однією з найбільш безкомпромісних субкультур в історії, впливаючи на не одне покоління у музиці та моді. Найбільш показовим виразником ідеалів субкультури панків стала панк-група The Sex Pistols, створена у 1975 році у Лондоні й очолювана Малкольмом Маклареном. The Sex Pistols були зухвалими і провокаційними, кидаючи виклик британському культурному істеблішменту, а «їхні агресивні пісні з назвами “Anarchy in the UK” і “God Save the Queen” стали саундтреком до нігілізму Британії 1970-х років» [218]. Незважаючи на нетривалий час свого функціонування, вплив The Sex Pistols був величезним і в США, і у Великій Британії – панк-вибух, викликаний ними, розбурхав музичний бізнес та дав поштовх до заснування тисяч аналогічних гуртів.

Зовнішній вигляд панку визначила Вів'єн Вествуд, дизайнерка, яка використовувала «рок-іконографію, королівську сім'ю, мистецтво та релігію як повторювані мотиви в колекціях, які привнесли бунтарську нотку в британський стиль» [218]. Стиль панк-рок (*Punk style*) вирізняє потертий одяг, ірокез, пірсинг, чорна шкіряна куртка (косуха), завужені джинси, рвані і скріплені шпильками футболки, іноді навіть з образливим змістом чи політичними гаслами і нашивками, військові чи мотоциклетні черевики. Загалом, це зухвало антиматеріалістична мода, яка через вульгарність, недозволену іконографію та сексуальні натяки кидала виклик культурі середнього класу [246]. Такі елементи, як заклепки, шкіра (одна з основних фактур панк-моди), латекс, пірсинг, гасла і специфічні принти, важкі черевики та надмірні аксесуари (ланцюги, замки, леза) демонструють безпосередній зв'язок між естетикою панк-моди та сучасною модою (рис. 2.14; рис. 2.15).



Рис. 2.14. Панк-мода 1970-х років [246].



Рис. 2.15. Елементи панк-моди у колекції Д. Ватанабе, 2017 [246].

Як альтернатива панку і водночас як бунт проти суспільних норм наприкінці 1970-х років виник рух готів, тісно пов'язаний із придушеною підлітковою непокорю, темною стороною маргінальної культури. Готичний стиль (*Goth style*) походить від вікторіанського культу трауру [303], через це в суспільстві субкультура готів стереотипно сприймається як моторошна, таємнича та складна. Утім, як зазначає К. Вілсон [303], готська субкультура – це щось більше, ніж курячі кістки, вампірські кліше та екзистенційні брюки. Це залишається візуальним ярликом, за допомогою якого молоді люди можуть транслювати іншим членам свого «племіні», хто вони є. Гот – це погляд, який одночасно виражає та лікує власне відчуття відчуження. Готичний рух тісно пов'язаний з музикою панк-рок-групи The Damned – лідера готичного року, британського пост-панк-гурту Siouxsie & The Banshees, проповідника стилю «темної» музики Вауhaus та британського рок-виконавця Гері Ньюмана. Готична мода, яка стала вираженням характеристик руху готів, вирізняє чорний одяг, інколи з кольоровими акцентами, важкий контрастний макіяж (блідий і темний), велика кількість блискавок, шкіри, масивні черевики – все це створює автентичний готичний образ (рис. 2.16). Аксесуари відіграють вирішальну роль у завершенні готичного ансамблю, і вони часто перетворюють звичайний чорний одяг на щось, що безпомилково ідентифікує готів: наприклад, чокери, прикрашені шипами або витонченими підвісками,

які додають гостроти та елегантності, або рукавички без пальців, панчохи в сіточку тощо.

Готичному стилю притаманна наявність елементів історичного костюма – саме це відрізняє його від суто похмурого образу (рис. 2.17). Тед Полгемус описав готичну моду як багатство чорного оксамиту, мережива, рибальських сіток і шкіри з червоним або фіолетовим відтінком, доповнених туго зашнурованими корсетами, рукавичками, хиткими туфлями на шпильках і срібними прикрасами, що зображують релігійні чи окультні теми [233, р. 97]. Але «сьогодні готика набуває більш жіночних обрисів, але й дозволяє собі маскулітність, їй вже не властива неохайність, вона дивує неочікуваними поєднаннями» [24]. Стійкість стилю субкультури готів пояснюється неабияким багатством культурної традиції, на яку вона спирається, а також її пластичністю – вражаючою здатністю вбирати нові впливи у впізнавано цілісну естетику. Візуальний стиль готики залишив таку ж яскраву спадщину, як і її музика, яка продовжує надихати дизайнерів, творчих людей і сучасних підлітків [254]. Наприклад, у сезоні Осінь–зима 2019/2020 готичний стиль був представлений у колекціях Dolce & Gabbana, Prada, Alexander McQueen, Richard Quinn (рис. 2.18).



Рис. 2.16. «Традиційні» готи [308].



Рис. 2.17. Гот «Лоліта» [147].



Рис. 2.18. Готичний стиль у колекції Alexander McQueen, Осінь–зима 2019/2020 [25].

Значною частиною музичної сцени з початку 1990-х років і протягом наступних десятиліть була й рейв-культура, вплив якої поширюється далеко за межі танцполу. Рейв (від англ. *rave*, марити) – це танцювальна вечірка у публічному чи приватному місці, зазвичай із виступами діджеїв, які грають електронну танцювальну музику, включаючи драм-енд-бейс, дабстеп, треп, брейк, хардкор, транс, техно, хаус та альтернативний танець [243; 281] у цьому стилі виступали такі гурти, як The Prodigy – популяризували агресивну рейв-естетику 1990-х, що втілювалася у зухвалих образах із неонам, спортивним одягом, мілітарними елементами та панківською символікою, Daft Punk – сформували футуристичну візуальну естетику електронної сцени, у якій поєднувалися глянцева синтетика, шоломи-аватари та технологічний мінімалізм, що надихнули дизайнерів на створення hi-tech streetwear, та інші. На переконання Л. Саламоне, дотепер рейв-культура, навіть з усіма її обмеженнями, залишається єдиною автентичною контркультурою в суспільстві, здатною об'єднати цілі покоління, які на сцені знаходять повне звільнення від соціальних умовностей [243]. Ще одна асоціація пов'язує світ рейву з модою – з дрес-кодом, який, змінюючись упродовж багатьох років, глибоко вплинув на творчість багатьох модельєрів, які вирішили вибрати його, інтегрувавши у власні колекції.

Рейв-мода суттєво вплинула на музичну сцену, ставши вираженням любові до музики та спільноти загалом. Однією із найпоказовіших ознак цієї культури є її унікальний модний стиль: у 1990-х роках – призначене для легких рухів, вигадливе та калейдоскопічне, пекуче-яскраві неонові і психоделічні принти, бретелі, топи-халтери, а сьогодні – традиційно сліпучо-яскравий неон, комбінезони з геометричним принтом і приталені топи, нічні сонцезахисні окуляри або рейв-окуляри тощо (рис. 2.19; рис. 2.20).



Рис. 2.19. Рейв-стиль 1990х років [281].



Рис. 2.20. Рейв-стиль, боді, Prada, Осінь–зима 2021 [170].

Поява стилю раста (*Rasta style*) на початку 1990-х років зобов'язана так званим растаманам (від «рас» – вищий військово-феодалний титул в Ефіопії) – представникам молодіжної субкультури, поширеної в основному на території Ямайки, і пов'язаної з музичним стилем реггі, особливо популярним не лише в Африці, а й у США та Великобританії, та відповідними поглядами і стилем життя. Растамани, не дотримуючись постулатів растафаріанства (релігійної течії, що виникла на Ямайці у 1930-х роках, і втілює широке коло вірувань, цінностей і практик, які прославляють африканську спадщину, духовність і соціальну справедливість [110]), використовували лише його атрибутику – слухали Боба Марлі і музику реггі, носили дреди та одяг з комбінуванням зеленого, жовтого і червоного кольорів. Одяг у стилі реггі та растафаріанський одяг – це унікальне поєднання африканських, карибських і західних впливів, він відомий своїми яскравими кольорами та креативним дизайном. Стиль одягу реггі символізує свободу, індивідуальність і експресивність [300]. Те, як растамани обирають одяг, є відображенням їхнього внутрішнього світу та відданості своєму африканському корінню, це глибоко духовна і символічна практика. Стиль раста – це знакові кольори растафаріанської культури, натуральні тканини і плавні силуети, культові принти та візерунки, різні прикраси, пов'язки на голову та капелюхи, а також

набедрена пов'язка, прохолодні, вільні та зручні бавовняні або лляні штани. Бренди streetwear запозичили растафаріанські образи та символіку, включивши їх до своїх колекцій, а одяг, натхненний реггі, став популярним трендом: від футболок із зображенням культових фігур, таких як Боб Марлі, до толстовок і кепок, що демонструють кольори та мотиви стилю раста (рис. 2.21; рис. 2.22).



Рис. 2.21. Стиль раста, жіночий образ [185].



Рис. 2.22. Стиль раста, чоловічий образ [175].

Отже, формування стилістичних кодів street style нерозривно пов'язане з внеском молодіжних субкультур, кожна з яких збагатила вуличну моду унікальними візуальними атрибутами та смисловим навантаженням:

- тедді-бої (1950-ті) ознаменували собою відродження едвардіанського стилю у поєднанні з американським рок-н-рольним впливом, привнісши у вуличну моду елементи дендизму, такі як піджаки з оксамитовими комірами, вузькі брюки-дудочки та зачесане назад волосся, що символізувало бунт проти повоєнної сірості.

- моди (1960-ті) стали синонімом вишуканого мінімалізму, чистоти ліній та чіткості форм. Їхній вплив проявився у використанні італійських костюмів, полосатих сорочок поло, культових парків «fishtail» та скутерів Vespa, що транслювало естетику прогресу, модерну та урбаністичного шику;

- хіпі (1960-ті – 1970-ті) відмовилися від формальності, популяризуючи вільний крій, етнічні візерунки, природні тканини, джинси-кльош, яскраві кольори, квіткові принти та довге волосся. Їхній стиль став маніфестом миру, свободи, любові до природи та заперечення консюмеризму;
- панки (1970-ті) втілили естетику протесту, деконструкції й агресивного мінімалізму, яка матеріалізувалася у рваних тканинах, заклепках, шпильках, нашивках, елементах BDSM- та DIY-філософії. Їхній зовнішній вигляд був відкритим викликом суспільним нормам та естетичним канонам;
- готи (1980-ті) привнесли у вуличну моду драматизм, естетику темряви та романтизму. Їхній стиль включав чорний одяг, вікторіанські елементи, корсети, срібні прикраси, складний макіяж, що відображало захоплення містикією, декадансом та індивідуалізмом;
- скейтбордисти та серфери (різні періоди, особливо 1970-ті – 1990-ті) внесли у street style елементи функціональності та невимушеності, що походять від спортивного одягу. Це широкі футболки, вільні джинси, шорти, кеди, кепки, а також логотипи спортивних брендів, що символізували свободу, активний спосіб життя та приналежність до вуличних субкультур.

Таким чином, субкультури другої половини ХХ століття – це прагнення до свободи, розваг та самовираження, культурний активізм і бунт проти «правильного» світу, а також це унікальний стиль одягу, який став ознакою взаємного визнання (Додаток Б). Та все ж головним для субкультур була їхня філософія і лише потім одяг як виразник цієї філософії. Описані стилі та субкультури становлять лише частину розмаїття візуальних кодів і естетичних моделей, що суттєво вплинули на формування street fashion як комерційного напрямку моди. На початкових етапах свого становлення street style часто піддавався критиці з боку представників індустрії моди – його носіям дорікали в еkleктиці, порушенні канонів смаку та поєднанні елементів, що вважалися несумісними. Проте згодом саме ця здатність до переосмислення «немодного», до гри з візуальними кліше і порушенням правил, стала основою

street style як культурного феномену і значущого чинника трансформації модних норм.

## **2.2. Чинники популяризації, трансляції та формування нових стилістичних образів у street style**

Музична культура другої половини, а особливо 80-х рр. ХХ ст. – це цілий ряд визначних досягнень у сфері музичної творчості, які фундаментально вплинули не лише на культурні та філософські аспекти сучасного життя, а й на моду та дизайн. Хіп-хоп, хард-рок, хеві-метал та інші музичні жанри стали «рупором» молоді того періоду і вивели суспільство на новий еволюційний рівень культури та самовираження. Під впливом революційної музичної культури стандарти зовнішнього вигляду молоді зазнали значних змін. Кожен хотів почуватися розкутим і вільним [206, с. 200], прагнув до індивідуальності, вираження власних поглядів і прагнення до ідентичності, і завдяки саме музиці міг досягти цього. Так, хіп-хоп (*hip-hop*), виникнувши наприкінці 1970-х рр., став не лише повноправним жанром музики, а й культурним явищем, яке збагатило уявлення про street style [231]. Зародження хіп-хопу на вулицях Бронксу та Гарлема, де життя було складним, позначилося на одязі – він був практичним і функціональним: футболки великих розмірів, широкі штани, такі, як Carhartt WIP, кросівки та бейсболки. Ці предмети одягу не лише відображали естетику молодіжних гетто, а й з часом стали символом опозиції прийнятим модним стандартам [231]. Засновником культури хіп-хоп вважається іммігрант з Ямайки Клайв Кемпбелл, у музичному середовищі більш відомий як Кул Герк [59, с. 16]. У Південному Бронксі у Нью-Йорку він організовував вечірки для молоді з бідних кварталів, на яких і були створені перші базові форми хіп-хопу, хоча цієї назви ще й не було. Ленс Тейлор, більш відомий під сценічним псевдонімом Африка Бамбаатаа, американський діджей, співак, автор пісень та музичний продюсер, уродженець Південного Бронксу, вигадав

словосполучення “*hip-hop*” п’ять років потому, коли цей музичний напрям почав визначально впливати на формування стилю в одязі, спосіб життя і мислення певної групи суспільства [59, с. 16]. Африка Бамбаатаа був одним із перших відомих реперів у музичній історії і водночас лідером афроамериканської вуличної банди Black Spades, яка, по суті, започаткувала субкультуру, що привнесла музику у життя членів банди [59, с. 16]. Усупереч злочинним нахилам членів банди, йому вдалося скерувати енергію молоді на саморозвиток, долучивши до хіп-хоп культури.

Наприкінці 1980-х – на початку 1990-х рр., у свою «золоту добу» [179], хіп-хоп став частиною молодіжної культури у багатьох країнах світу. Більше того, «протягом десятиліть на шляху еволюції багатогранна хіп-хоп культура об’єднала взаємопов’язані між собою загальні культурні напрями: музичні – хіп-хоп, біт-бокс, реп; образотворчий – графіті; танцювальні» – хіп-хоп, паппінг, локінг, брейкінг – вуличні танцювальні напрями, що відокремилися від хіп-хопу [59, с. 19]. До цих культурних напрямів варто також додати діджеїнг (електронне мистецтво, яке поєднує в собі музику, технічні навички та творчий підхід для створення приголомшливих аудіо-перформансів), емсіїнг (вчення про ритмічну розмову, поезію та проповідування, або реп) і так зване вуличне знання, або просто – здоровий глузд і накопичену мудрість жителів великого міста. Утім, хоч ці культурні напрями й мають безпосереднє відношення до хіп-хопу і тісно з ним пов’язані, все ж кожен з них є самодостатнім, повноцінним й унікальним явищем з власною естетикою і специфікою трансформації: сьогодні бі-бої танцюють не лише реп, графіті малюють не лише репери тощо. Натепер хіп-хоп часто асоціюється в першу чергу зі стилем музики [119], а хіп-хоп культура залишається одним із найвпливовіших явищ у світі музики та культури [231], не в останню чергу за рахунок глобалізації її впливу на *street style*, який збагатився елементами інших культур, таких, як афроамериканська, латиноамериканська та азіатська [231]. Хіп-хоп і *street style* поширювалися по всьому світові, перетинаючи

кордони та поєднуючи різні культурні традиції [231], стаючи дедалі помітнішими явищами другої половини ХХ ст.

Представники хіп-хопу не лише писали музику, а й ставали інноваторами стилю, встановлюючи тенденції та створюючи нові образи [231]. Такі ікони хіп-хопу, як американська реп-група з нью-йоркського району Голліс у Квінсі Run-D.M.C., яка займала домінуюче становище у хіп-хопі 1980-х, та американський хіп-хоп-виконавець, автор пісень, продюсер та актор Джеймс Тодд Сміт, відомий під псевдонімом Ел Ел Кул Джей, підтримали цей новий стиль, одягнувши футболки *oversize*, мішкуваті джинси та кепки із застібкою [173] (рис. 2.23). Run-D.M.C. ввели в моду чорні шкіряні куртки, чорні джинси, кросівки Adidas без шнурків, чорні фетрові капелюхи та товсті золоті ланцюжки на шії, створивши образ не тільки для бі-боїв (рис. 2.24).



Рис. 2.23. Стилістичний образ Ел Ел Кула Джея [173].

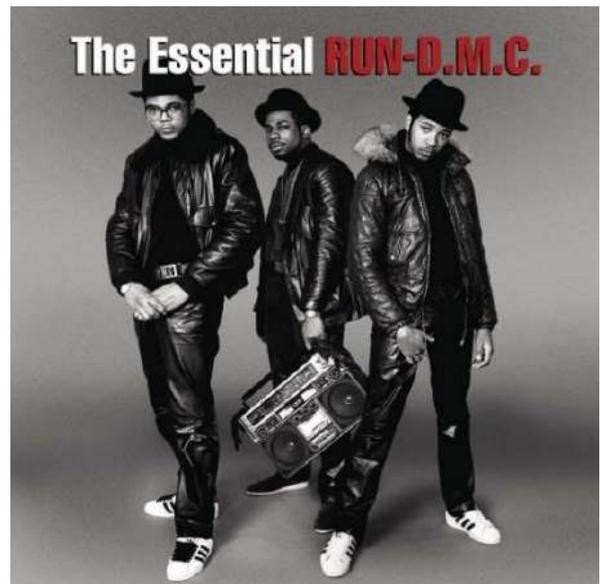


Рис. 2.24. Стилістичний образ солістів групи Run-D.M.C. [242].

Ключову роль у формуванні *street style* відіграв й Тупак Шакур – американський репер, який вважається одним із найвпливовіших і найуспішніших реперів усіх часів. Знакові елементи його образів – бандана, зав'язана задом наперед, мішкуватий спортивний костюм Karl Kani, панамки, толстовки, робочі черевики й спортивні майки. Його стиль – це мікс

комфортної маскулінності й упевненості в собі. Він носив речі, здавалося б, навмання: жилети, фланель, джинсові й камуфляжні куртки, пуловери поверх інших пуловерів [137] (рис. 2.25-а). Варто також згадати легендарного американського репера Біггі (Notorious B.I.G.) (рис. 2.25-б), американську співачку, реперку, авторку пісень і музичну продюсерку, володарку п'яти премій Греммі Міссі Елліотт (рис. 2.25-в) та інших, зовнішній вигляд та стиль яких стали символом естетики *street style* для мільйонів людей по всьому світові.



Рис. 2.25-а. Тупак Шакур [137].



Рис. 2.25-б. Біггі [285].



Рис. 2.25-в. Міссі Елліотт [221].

Рис. 2.25. Стилістичні образи американських реперів

Представники хіп-хопу не лише активно співпрацювали з відомими модними брендами (наприклад, у 2001 році гурт Run-D.M.C. уклав партнерство з Adidas для створення власної моделі кросівок – Adidas ADI2000 [231]), а й започатковували власні бренди, як це зробив, наприклад, Каньє Вест, американський репер, володар 24-х премій Греммі, музичний продюсер, композитор і дизайнер, який створив власний бренд Yeezy, що став прикладом великого успіху у світі моди. Його колекції вирізняються мінімальним дизайном та використанням інноваційних матеріалів (BOOST™ та Primeknit;

піна на основі водоростей та ін.), відображаючи власний стиль репера та його вплив на streetwear [231]. Завдяки реперам з'явилися знамениті худі oversize, які ідеально поєднувалися з кросівками Adidas Terrex та стильними футболками Champion – такі луки миттєво ставали культовими серед шанувальників.

Саме репери привнесли у street style мішкуватість, специфічні ювелірні вироби й головні убори, дивні логотипи з графіті, яскраві кольори, збагативши тим самим унікальну естетику хіп-хопу, що вирізняла реперів з-поміж інших музикантів, а також викликали інтерес до японських брендів вуличного одягу Vare, Comme des Garçons та Neighborhood, активно співпрацювали з брендами одягу та взуття. Найвідоміші репери хизувалися повсякденним одягом, за допомогою якого дизайнери Деппер Ден, Карл Кані та Ейпріл Вокер передавали цінності культури темношкірих. Також відбувалося проникнення кросівок для бігу та фітнесу у streetwear. Популярні моделі Asics і Nike Air Force почали поєднувати із денімом, худі та рваними елементами одягу.

Але своєю популярністю спортивні бренди завдячують найперше зіркам спорту, одяг для відпочинку яких часто був у центрі уваги ЗМІ, заохочуючи вболівальників відтворювати їхні образи. Музична індустрія також звернула увагу на ці образи, і відомі виконавці запустили власні бренди одягу. Репери та R&B-співачки тяжіли до власних ліній взуття, виробляючи, наприклад, кросівки, які конкурували з такими брендами, як Puma чи Nike. Музиканти хіп-хопу ставали модельєрами, виконуючи роль культурних амбасадорів, які сприяли збереженню і популяризації естетики та цінностей своєї культури. Їхня участь у модних подіях, зйомках для глянцевого журналу та співпраця зі світовими брендами дали їм змогу зберігати свою репутацію як ікони стилю та впливати на модні тенденції не лише у своїй спільноті, а й у масштабах глобальної моди [231]. Наразі чимало музичних груп випускають власні лінії одягу з логотипом та цілі колекції у рамках співпраці з різними брендами та модними ритейлерами, як це робить, наприклад, Public Enemy – американська культова хіп-хоп-група з Лонг-Айленду, відома своїми політизованими

текстами, критикою ЗМІ та активним інтересом до проблем афроамериканської спільноти (рис. 2.26; рис. 2.27).



Рис. 2.26. Футболки з логотипом Public Enemy [126].



Рис. 2.27. Анонс колекції хіп-хоп групи Public Enemy в рамках співпраці з Defend Brooklyn і модним ритейлером Rue 21 [251].

Великі звукозаписні компанії, пов'язані з популярними хіп-хоп виконавцями, як-от Tommy Boy Records, Def Jam Recordings і Delicious Vinyl, від початку 1990-х років продають брендові речі із вишитими логотипами на куртках Letterman (бомбер) і куртках робочого одягу таких компаній, як Carhartt. Зрештою, логотипи та брендинг стали центральною темою вуличного одягу, а сміливий та привабливий дизайн – нормою. Такі бренди, як Adidas, Nike та FUBU стали синонімами культури хіп-хопу [266]. FUBU, Cross Colours, 5001 Flavors і Phat Farm транслювали унікальність хіп-хоп-стилю за допомогою одягу, який згодом суттєво вплинув на світову street fashion (рис. 2.28; рис. 2.29; рис. 2.30).



Рис. 2.28. Кросівки Nike Air Max 97. URL: <https://yesoriginal.com.ua/ru/krossovki-nike-air-max-97-se-mens-shoes-multi-dv2619-100> (дата звернення: 10.09.2024).



Рис. 2.29. Куртка Carhartt. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/tendencii/kurtka-carhartt-ulyublena-rich-modnic-siyeji-vesni-54825.html> (дата звернення: 10.09.2024).

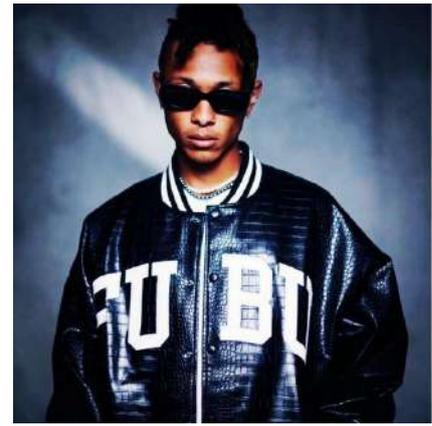


Рис. 2.30. Куртка-бомбер FUBU. URL: [https://www.facebook.com/fubuthecollection/?locale=ru\\_RU](https://www.facebook.com/fubuthecollection/?locale=ru_RU) (дата звернення: 10.09.2024).

Таким чином, хіп-хоп та його субнапрями відчутно вплинули на street style, який, у свою чергу, відтворюючи в одязі ідеї хіп-хоп культури, пропонував унікальні гібридні образи, що визначили сучасну вуличну моду [231]. Хіп-хоп культура продовжує суттєво формувати світову street fashion, поєднуючи різноманітні культурні елементи в особливі, інклюзивні стилі, що відображають ідентичність та самовираження.

Стилістичні особливості сценічних костюмів виконавців хард-року та хеві-металу, а також породжені ними образи субкультурних течій XX ст. успішно використовують велика кількість дизайнерів і брендів [206, с. 200]. Наприклад, сценічні образи групи Guns N'Roses, одного з найяскравіших представників хард-енд-хеві жанру, були на той час дуже незвичайними, яскравими і водночас не позбавленими рис повсякденності: джинсові та шкіряні куртки, штани та футболки з рукавами та без музиканти доповнювали банданами та циліндрами (рис. 2.31-а). Це був виклик усталеним нормам і моді того часу, своєрідний протест проти охайності та ретельного підбору речей і продумування сценічного гардеробу. Музиканти зробили напівповсякденні образи ключовим компонентом свого успіху, й інші гурти також зрозуміли, що

їм не потрібно докладати багато зусиль до вибору сценічних костюмів, як це було на початку 1970-х років [206, с. 201]. Революційним у створенні сценічних образів хеві-металістів став підхід популярного у 1980-х рр. британського гурту Judas Priest, учасники якого, натхненні панк-модою та «культурою шкіри», активно використовували у створенні сценічних образів шкіряний або приталений одяг і аксесуари, велику кількість різноманітних вставок на блискавках, шипи, стрази, нашивки, масивне взуття [206, с. 202; 204] (рис. 2.31-б). У свою чергу екстравагантні сценічні образи представників гурту Kiss, засновника таких піджанрів хеві-металу, як глем-метал та шок-рок, вирізнялися використанням приталених комбінезонів або колготок з чорного та сріблястого спандексу з модульними та декоративними елементами, а також «сексуальним макіяжем Кабукі» та взуттям на семидюймовій платформі (рис. 2.31-в). Це мало вирішальне значення для створення персонажів: «у Пола Стенлі (фронтмена) є образ “The Starchild”, у Джина Сіммонса (бас-гітарист) – “The Demon”, у Пола Деніела “Ейс” Фрейлі (гітарист) – “Spaceman”» [206, с. 203].



Рис. 2.31-а. Сценічний образ групи Guns N’Roses, 1987 [168].



Рис. 2.31-б. Сценічний образ групи рок-гурту Judas Priest, 1984 [200].



Рис. 2.31-в. Сценічний образ гурту Kiss, кінець 1970-х [206, с. 205].

Рис. 2.31. Стилістичні особливості сценічних костюмів виконавців хард-року та хеві-металу

На відміну від сценічних костюмів панків і рокерів, представники гранжу, такі, як Nirvana (рис. 2.32-а), Alice in Chains (рис. 2.32-б) та багато інших [206, с. 203], у 1980–1990-х рр. ввели в моду футболки зі старомодними логотипами, рвані та зістарені джинси, фланелеві картаті сорочки, вовняні в'язані светри та жакети з футболками під ними. Незмінними атрибутами гранжу стали шкіряні брюки та куртки, хаотично розкидані аксесуари з заклепками та безліччю металевих шипів, а також громіздке взуття, що нагадує військове. Гранж-естетика зробила одяг таким зручним і неформальним, як ніколи раніше, а ощадливість – дуже популярною. Багато людей почали носити такий одяг й через те, що не могли дозволити собі інший, тож модниками ставали навіть ті, хто мав дуже низькі доходи [206, с. 204].



Рис. 2.32-а. Стилістичний образ групи Nirvana. URL: <https://www.pinterest.com/pin/nirvana-band-wikipedia-the-free-encyclopedia-in-2024--997406648715706602/> (дата звернення: 20.08.2024)



Рис. 2.32-б. Стилістичний образ групи Alice in Chains. URL: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/photos-alice-in-chains-in-the-nineties-11590/> (дата звернення: 20.08.2024)

Рис. 2.32. Стилістичні образи представників гранжу

Таким чином, різні музичні жанри породжували свої стилістичні коди, наприклад:

– панк (The Sex Pistols) втілює естетику протесту, деконструкції й агресивного мінімалізму, яка матеріалізувалася у рваних тканинах, заклепках, нашивках, надписах, елементах BDSM та DIY;

– хіп-хоп (Run DMC) привніс елементи гіперболізації, спортивності та брендовості – кепки, кросівки, трекінгові костюми, логоманія та золоті прикраси стали маркерами статусу й приналежності до міської афроамериканської культури;

– гранж (Nirvana) задав напрям на навмисну недбалість, багатшаровість, використання фланелі, джинсових курток, розтягнутих светрів і зношених черевиків, що транслювало внутрішній конфлікт і відмову від глянцевого стандарту краси;

– рейв та електроніка (The Prodigy, Daft Punk) сформували візуальний ряд із неоновими кольорами, синтетичними тканинами, світловідбивними елементами й футуристичними формами, що відповідало динаміці клубної сцени і технологічній естетиці 1990-х.

Бренди вуличного одягу кінця 1970-х і 1980-х рр. багато запозичили з естетики DIY, тренду молодіжних субкультур – спочатку скейтбордингу та ін., потім хіп-хопу, панку, хеві-металу, гранжу та ін. Так звана культура «зроби сам» була пов'язана із самовираженням та індивідуальністю – характеристиками, які й сьогодні притаманні street style [286], це був час, коли молодь у великих містах, таких, як Нью-Йорк, Лондон та ін., експериментувала з модою, змішуючи різні стилі, щоб створити образ, який відповідав би їхнім уподобанням. Підхід до моди «зроби сам» незабаром прижився, і вже у 1980-х рр. вуличний одяг став глобальним явищем.

«Золотою добою» вуличного одягу стали 1990-ті рр., ознаменовані утвердженням на ринку таких знакових streetwear-брендів, як Stüssy, Supreme та ін. Їхні футболки з провокативними принтами, толстовки й аксесуари швидко стали розпізнавальними символами street style та засобом самовираження молоді. Так, компанія Stüssy, заснована дизайнером дошок для серфінгу Шоном Стуссі, спочатку продавала футболки з принтом підпису

бренду, нанесеним на власні серфінгові дошки. На початку 1990-х у нью-йоркському районі Сохо на Мангеттені відкрився перший магазин бренду, що перетворило Stüssy із компанії для серфінгу на популярний бренд одягу, який зацікавив виконавців хіп-хопу та репу. Сьогодні футболки Stüssy, виготовлені за принципом DIY, залишаються поширеним засобом самовираження і індивідуального стилю. Зі зростанням популярності бренд став культовою іконою, а футболки – символом вуличного одягу й «трампліном» для його комерційного успіху. «Stüssy взяв багатогранний, субкультурно різноманітний бренд футболок із Південної Каліфорнії, який ґрунтується на стилі життя, й імітував обмежене відчуття бренду класу люкс. І це дві ключові складові бренду вуличного одягу: футболки та ексклюзивність» [286], – зазначають експерти. Вважається, що Stüssy був першим брендом, який зробив бейсболки повсякденним аксесуаром, позбавивши їх виключно спортивної асоціації [268]. У 2000 р. бренд провів свою першу успішну колаборацію з Nike – “Nike & Stüssy Huaraches” з кросівками Huarache LE, а через два роки випустив Nike Blazer Mid, які стали колекційною моделлю. У 2010 р. Stüssy масштабно відзначив тридцятиріччя лімітованим ювілейним релізом і рядом колаборацій з брендами Supreme, PAM, Neighborhood, The Hideout, Slam Jam. Сорокаріччя компанія святкувала співпрацею з Ріком – ом, Вірджилом Абло, Марком Джейкобсом, Такахіро Міясітою і Мартіном Роузом, а також випуском капсульної колекції з Comme des Garçons CDG, до якої увійшли бомбери, коуч-джекети, футболки, брюки та аксесуари [268]. Таким чином, логотипи, принти по всій поверхні одягу, сміливий брендинг і піднесення культури кросівок визначали стиль 1990-х років.

Інший бренд вуличного одягу компанія Supreme – компанія, що спеціалізується на молодіжній культурі, скейтбордингу й хіп-хопі, завдячує своїй появі дизайнеру і бізнесмену Джеймсу Джеббіа, який, здобувши досвід роботи у бренді Stüssy, у 1994 р. заснував власну імперію, названу на честь альбому джазового квартету Джона Колтрейна A Love Supreme. Джеймс Джеббіа, керуючись принципом «одяг повинен виглядати круто, а коштувати

недорого», почав випускати обмежені серії із невеликою кількістю товарів, який не дозволялося чіпати і тим більше приміряти. Це провокувало ажіотаж навколо колекцій Supreme, бренд одразу привернув увагу скейтерів Нью-Йорка та зберігає високу репутацію донині [270]. Системно організовувати колаборації з іншими брендами почав саме Supreme, друкуючи роботи художників на футболках із логотипом. Першою стала колаборація з фільмом «Таксист» Мартіна Скорсезе – це були футболки з портретом Роберта Де Ніро, який зіграв головну роль у цьому фільмі. Крім того, Supreme співпрацював із Lacoste, Nike, Stone Island, Vans, Trasher, VAPE, The North Face та ін., а з японським брендом Comme des Garçons, починаючи з 2012 р., майже щорічно. У 2017 р., тоді ще креативний директор чоловічої лінії Louis Vuitton, Кім Джонс запропонував співпрацю Джеймсу Джеббіа. Колаборація виявилася успішною: речі розкуповували практично миттєво, а ціни перепродажу на вторинних ринках перевищували \$ 10 000. Supreme також співпрацює з таким брендом взуття, як Clarks. На рис. 2.33 наведено фото знаменитостей – поціновувачів Supreme [270].



Джастін Бібер



Тревіс Скотт



Джейден Сміт



Каньє Вест

Кендалл  
Дженнер

Рис. 2.33. Знаменитості, що репрезентують Supreme [270].

Такі бренди, як Billionaire Boys Club, Columbia, Fjallraven, PLEASURES, Rains, The North Face тощо стали синонімами естетики вуличного одягу, – вони

пропонують лімітовані випуски й співпрацюють з художниками, музикантами та дизайнерами для створення нових колекцій, що мають великий попит. Ці колаборації розмивають межі між модою та вуличною культурою, ще більше зміцнюючи вплив streetwear на індустрію моди [17].

У 2000-х рр. із зростанням культури «шику» з'явилися люксові бренди Burberry, Gucci та Fendi. Найпопулярнішим взуттям на той час були Nike Air Force 1 (рис. 2.34), увічнені в одній із пісень американського репера, актора та підприємця Неллі. У 2010-х рр. *Complex Magazine*, журнал, що висвітлював тенденції в моді, новини в музичному світі та мистецтві, назвав Stüssy, Supreme та A Bathing Ape найкращими брендами вуличного одягу [192].



Рис. 2.34. Кросівки Nike Air Force 1 – результат колаборації з брендами [224].

Кінематограф також відіграв важливу роль у формуванні street style: культові фільми демонстрували streetwear-образи, які після появи на екрані ставали визначальними для модних тенденцій. Варто лише згадати безліч знакових предметів одягу і костюмів, що уособлюють різноманітну стильову гаму 1990-х [108] (рис. 2.35):

– криваво-червона оперна сукня, міні- і кремова сукня з вирізами, костюм лососевого кольору та сукня в горошок героїні Джулії Робертс із фільму «Красуня» (1990), якими й досі надихаються модники;

– бежевий в'язаний кардиган, прозорий топ під oversize-блейзером, мінісукня з лелітками, кремовий тренч героїні Шерон Стоун із фільму «Основний інстинкт» (1992);

– кросівки Nike Air Jordan, майки Gold's Gym, футболки Parental Advisory та ідеальні великі квітчасті сорочки у фільмі «Білі люди не вміють стрибати» (1992);

– взуття Reebok, кепки Kangol, дуті куртки, подвійний денім і картаті комбінезони із фільму «Авторитет» (1992) із Тупаком Шакуром у головній ролі;

– чорні брюки та класична біла сорочка героїні Уми Турман із фільму «Кримінальне читиво» (1994);

– шифонові топи і вкорочені жилети, класична майка, одягнена поверх футболки, культова червона сукня Alaïa, а також картаті комплекти Шер і Діон, доповнені туфлями в стилі Мері Джейн і панчолами вище колін у фільмі «Безголові» (1995);

– картаті сорочки й жорсткий денім у фільмі «Виклик» (1996), завдяки якому вони й стали настільки популярними у streetwear;

– картаті міні, мереживні сукні, вінілові тренчі, топи в сіточку, чокери й темний гранжевий макіяж у трилері «Чаклунство» (1996);

– намистини з іменами та обтислі топи, вкорочені кардигани у відтінках морозива у фільмі «Королеви вбивства» (1999).



«Авторитет» (1992)



«Кримінальне читиво» (1994)



«Безголові» (1995)



«Виклик» (1996)

Рис. 2.35. Образи street style у кінематографі [108].

На увагу заслуговують й такі фільми, як: «Реальність кусається» (1994), герої яких відобразили street style 1990-х (рис. 2.36); «Хакери» (1995) з Анджеліною Джолі та Джонні Лі Міллером, герої яких – представники субкультур, одяг яких після виходу фільму почали наслідувати (рис. 2.37); серіал «Друзі» (1995), який мав шалений успіх, а зачіску актриси Дженніфер Еністон (стрижка «Рейчел») копіювали по всьому світові (рис. 2.38). «Енциклопедією модного вбрання» став й серіал «Секс і місто» (6 сезонів протягом 1998–2004 рр.). Як відзначає ресурс [vogue.ua](http://vogue.ua), «Стиль Керрі Бредшоу був ковтком свіжого, абсолютно еkleктичного повітря. Керрі, власниця понад 100 пар туфель на підборах, розвіяла теорії про поєднання кольорів, фактур і фасонів. Саманта вірила не в ефектні речі, а в ефектне вбрання. Її образи всіляко віддзеркалювали її сміливість і впевненість: чи то яскраво-рожевий брючний костюм, чи то канарково-жовта шкіряна куртка. Кар’єристка Міранда – сильна й непохитна жінка – була прихильницею суворих вишуканих костюмів. Зрештою, ніщо так не свідчить про професіоналізм, як ідеально скроєний піджак і брошка. Вічно жіночна Шарлотта вибирала елегантні силуети й завжди з’являлася в кадрі з бездоганно укладеним волоссям. Її стиль був джерелом нескінченного натхнення для прихильників класики» [97] (Рис. 2.39).



Рис. 2.36. Образи героїв фільму «Реальність кусається» (1994 р.) [130].



Рис. 2.37. Образи героїв фільму «Хакери» (1995 р.) [130].



Рис. 2.38. Стрижка «Рейчел» із серіалу «Друзі» (Дженніфер Еністон, 1995 р.) [130].



Рис. 2.39. Модні образи героїнь серіалу «Секс і місто» [97].

Не менш важливу роль у популяризації молодіжної естетики 1990-х мав телесеріал «Бeverлі Гіллз» (1990–2000), в якому було стилістично репрезентовано вигаданий, але впізнаваний візуальний образ американської молоді. Саме ці кінообрази стали джерелом натхнення для глядачів і впливали на формування стилів, зокрема тих, які збагатили street style: «від зачіски Брендона та Ділана до коротких топів від Донни та Келлі, від джинсів, які краще поєднувати з джинсовою курткою, до чоловічого образу» [275]. Зрештою, «світ моди, а потім і весь світ зрозумів, що є лише одна незамінна річ, універсальна та здатна змусити вас почуватись невимушено: білі футболки» [275] (рис. 2.40).

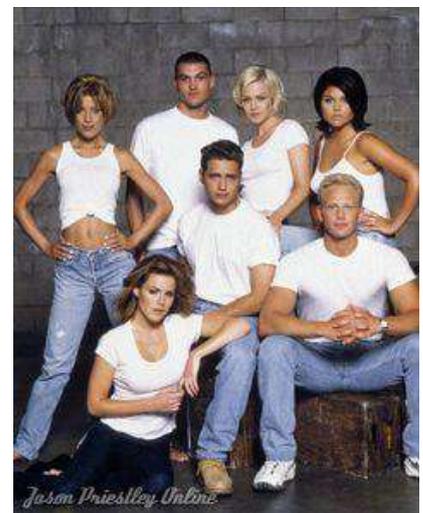


Рис. 2.40. Кінообрази героїв серіалу «Бeverлі Гіллз» [159; 275].

Неймовірний вплив на світ моди мали костюми героїв й з інших фільмів, серед яких вирізняються кінострічки британського кінорежисера і сценариста Гая Річі. Так, герої фільму «Карти, гроші, два стволи» (1998) популяризували «британський гангстерський шик» – вузькі брюки і сорочки-поло із джерсі, а фільм «Великий куш» (2000) став ідеальним джерелом натхнення для стильних образів, зокрема завдяки таким предметам одягу, як класичний діловий тренч, блискуча шкіряна куртка, нетрадиційна коротка дублянка, приталене пальто у поєднанні з трикотажними сорочками-поло, приталеними кардиганами й светрами. Але «справжнім музеєм чоловічого одягу» є фільм «Джентльмени» (2019): «фірмове поєднання головного героя Мікі Пірса – вовняні картаті костюми поверх однотонних сорочок-поло. Відтінки його одягу також заслуговують на окрему згадку: насичений бордовий, вишуканий темно-синій і пастельно-рожевий» [90], у свою чергу «Рей – найкрутіша фігура в стилі business casual <...>. Кардигани, зав’язки для краватки, високі коміри – все, що він любить обігрувати, ідеально пасує до його оксфордського, але все ж гангстерського силуету. Чи то візерунок “тусяча лапка”, смужка або комбінація тартану, Рей – зразковий приклад того, як носити принти в повсякденному житті» [90] (рис. 2.41).



Рис. 2.41. Костюми головних героїв фільму «Джентльмени» (2019) [77].

Кінематограф упродовж не одного десятиліття дає поштовх не лише новим тенденціям, появі нових образів у street style, а й популяризації певних речей, які стають незамінними елементами сучасного гардероба. Так, тривала популярність максі-суконь, «змійних» браслетів, геометричних зачісок і яскравого макіяжу в стилі Тейлор із фільму «Клеопатра» (1963) завдячує дизайнерам Ірен Шарафф, Вітторіо Ніно Новарезе і Рені Конлі; завдяки фільму «Топ Ган» (1983) окуляри Ray-Ban Aviator, а разом із ними бомбер, годинник і навіть зачіски, стали невіддільним елементом стильного іміджу; легендарний тренч та ідеальні костюми, а особливо піджаки від Giorgio Armani у фільмі «Американський жигало» (1980) стали синонімом елегантності, досконалості та сексуальності; фільм «Форрест Гамп» (1994) подарував друге життя кросівкам Nike Cortez, в яких головний герой Тома Генкса пробіг по всій Америці, що зробило їх символом стійкості та простоти; завдяки фільмам «Люди в чорному» (1997) та «Форсаж» (2001) культові жовті черевики Timberland стали справжньою іконою стилю та якості; популярність серіалу «Дивні дива» (2016, перший сезон) викликала інтерес до класичних моделей «вансів» (чорні чи бордові) у поєднанні з широкими брюками та сорочками у клітинку та кепками, зробивши їх трендовим елементом гардероба; сумка Baguette від Fendi стала культовою (власне, як і багато інших речей) після того, як її носила героїня Сари Джессіки Паркер – Керрі Бредшоу в серіалі «Секс і місто» (1998, перший сезон); куртка The North Face завдяки фільму «Сніжні пси» (2002) стала символом надійності та міцності в суворих умовах, водночас підсиливши імідж бренду серед аудиторії, орієнтованої на активний спосіб життя та аутдор-культуру [89].

Появі нових образів у street style сприяли і сценічні костюми відомих музикантів і співаків. Так, і сьогодні молодь звертається до естетики знаменитих костюмів, виконаних американським дизайнером Біллом Белью для короля рок-н-ролу Елвіса Преслі – плісированих брюк з високою талією та широкими штанинами, вільних блейзерів та лоферів. Елвіс Преслі популяризував також вузькі джинси, білі черевики та косухи (рис. 2.42 –

а, б, в). Один з комбінезонів роботи Білла Белью (Aqua Blue Vine), розшитий камінням, в якому Елвіс виступав у Лас-Вегасі в 1973–1974 роках, у 2016 р. був проданий на організованому Graceland аукціоні за рекордну суму в \$ 325 000, що стало новим максимумом для сценічного вбрання співака [253] (рис. 2.42-г). Цей продаж набуває значущого символічного значення для street style: 1) підсилення культового статусу костюма через його вартість у колекційній царині створює культурний резонанс, виходячи далеко за межі музики – саме такі яскраві символи формують оптичні коди вуличної моди; 2) візуальна впізнаваність цього костюма – драматичного, сяючого, theatrical – надихала покоління стилів: bold принти, блискучі фактури, statement-костюми, популярні у street fashion. Таким чином, Aqua Blue Vine слугує культурним катализатором – його візуальна сила резонує в архетипах street style, підсилюючи практику вираження через одяг. Костюм Елвіса – це не просто сценічне вбрання, а образ із сильним візуальним посилом, що вплинув на стиль як явище.



Рис. 2.42. Костюми Елвіса Преслі [125; 253].

Значний вплив на моду 1980-х та 1990-х років справило сміливе та еkleктичне почуття стилю Мадонни [282]. Ще в юному віці Мадонна поєднувала короткі топи, міні-спідниці поверх брюк «капрі», браслети з кнопками та шипами у стилі панк-рок та ремені з панчохами у велику сітку.

Вона стала законодавицею нового street style, доповнивши його аксесуарами із блошиного ринку [186]. Покоління 1980-х стало свідком величезного впливу кожного нового образу Мадонни на молодіжну культуру (рис. 2.43).



Рис. 2.43. Сценічні образи Мадонни 80–90-х рр. ХХ ст. [186].

Популяризують street style й інші знаменитості, які у повсякденному житті віддають перевагу зручним та комфортним речам. За спостереженням ресурсу [pre-party.com.ua](http://pre-party.com.ua), що спеціалізується на поширенні розважальних новин кіно- і шоу-бізнесу, американська модель Кендалл Дженнер «відома своїм унікальним вуличним стилем, в якому вона любить сміливі поєднання вишуканих образів зі спортивними елементами. В гардеробі моделі чимало ретро-суконь, черевиків на підборах, дорогих сумок та принтованого одягу» [15]. Натомість street style американської моделі Белли Хадід «часто натхненний естетикою рейвів 90-х та гламурною епохою нульових. В її образах найчастіше переважають саме шкіряні жакети, брюки та плащі у чорному та коричневому кольорах, які вона чудово поєднує з іншими елементами одягу, а також прямі джинси з високою талією. Неодмінний атрибут луку Хадід – вузькі чорні сонцезахисні окуляри, що нагадують “Матрицю”, та мінімалістичні сумки-багети. Белла вміло міксує класичні костюми зі спортивним одягом марки Heron Preston, а також обожнює об’ємні чоловічі куртки» [15]. Ексцентричний street style шанувальниці street fashion співачки і музичного продюсера Ріанни «часто задає нові модні тренди. Поп-

зірка вміло поєднує, на перший погляд, непоєднувані речі, створюючи яскраві, але комфортні образи. В основі вуличного стилю Ріанни – подовжені бомбери, бойфренди, парки, спортивне взуття на кшталт конверсів, скечерсів та тімберлендів. <...>. Окрім того, Ріанна явно обожає чорний колір, і найбільшою любов'ю Ріанни є чорні шкіряні куртки різних фасонів, які вона поєднує як з сукнями, так і з джинсами» [15].

Вуличні образи американського і французького актора Тімоті Шаламе «часто складаються з темних кольорів та розслаблених фасонів, але завжди елегантні та зі смаком. Його улюбленими речами для прогулянок містом є бейсболка Elara та великі навушники, а також джинси з високою талією, об'ємні светри та куртки <...>. Щодо взуття, то в актора величезна колекція кросівок, в якій безліч відомих брендів: від New Balance, Converse до Nike. І майже завжди він виходить в нових снікерсах» [15]. У свою чергу для street style американської моделі Джіджі Хадід «найголовніше – комфорт і модні тенденції» [15]. Її яскравий шкіряний тренч гірчичного кольору від Moncler «особливо привернув увагу своїми рукавами та коміром, які контрастували з основним кольором, створюючи враження окремих речей. Також Джіджі продемонструвала комфортний весняний образ, одягнувши зелені сонцезахисні окуляри та кілька кольє з ланцюжків, доповнивши їх маленькою бежевою сумкою. Модель не боїться fashion-експериментів, тому може спокійно поєднувати спортивні штани й підбори, маючи при цьому вигляд на мільйон» [15].

Впливовими фігурами у світі жіночого street style є Наталі Джус, Джованна Батталья, Олівія Палермо, Карін Ройтфельд та ін. Зокрема, Наталі Джус, одна з найвпливовіших кастинг-директорів у Нью-Йорку, розробила свій унікальний ретро-стиль середини 50-х років ХХ ст. Італійська стилістка та редакторка журналу *L'Uomo Vogue* Джованна Батталья є авторкою ексцентричного streetwear та прихильницею екстравагантних образів – «загалом у світі моди її вважають однією з найяскравіших та харизматичних жінок планети» [40]. Відома американська модель, актриса, інфлюенсерка та

fashion-блогерка Олівія Палермо пропагує неординарний образ. Модель, журналістка, засновниця та головний редактор CR Fashion Book, а також головний редактор Vogue Paris у 2001–2011 рр. Карін Ройтфельд дотримується стилю, який більше тяжіє до вуличної елегантності та богемності [40]. Помітно впливають на street fashion й образи таких зіркових особистостей, як Кайлі Дженнер, Вікторія Бекхем, Роузлі Гантінгтон-Вайтлі, Гейлі Бібер, Кендалл Дженнер, Меган Фокс, Дженніфер Лопес та ін. Шанувальники копіюють їхні образи, що не просто утворює у популярності street style, а ще й привертає увагу до певних брендів.

Не можна не відзначити й такі знакові фігури у світі моди, як, наприклад, Фаррелл Вільямс – американський репер, співак, автор пісень, продюсер і дизайнер одягу. Він суттєво вплинув на street style – його унікальний і креативний вибір модних образів широко наслідувався. За останні кілька десятиліть він став світовою іконою стилю – сміливість і креативність, з якою він «стирає» кордони, стали співзвучними духу Будинку Louis Vuitton, який прагне новаторства, і з 2023 р. Фаррелл Вільямс став креативним директором чоловічого одягу Louis Vuitton [230].

Однією з найбільш впізнаваних модних ікон була Айріс Апфель. Журнал *Vogue* охарактеризував її так: «часто яскрава, завжди цікава, ця нью-йоркська it-girl стала популярною завдяки дотепності, смаку та інтелекту» [1]. Айріс – символ «світової поп-культури, а її вбрання – найкраща візитівка <...>. Айріс – колекціонерка одягу і прикрас, дизайнерка інтер'єрів і бізнес-леді, яка в результаті своєї творчої роботи стала моделлю і інфлюенсеркою, адже в Instagram на неї підписано понад три мільйони фоловерів» [49]. Вона здобула відомість у віці 80-ти років після організації іменної виставки у 2005 році в Інституті костюма при Метрополітен-музеї в Нью-Йорку, яку назвала «Рідкісний птах: Вибране з колекції Айріс Барель Апфель». Вона сформувала свій унікальний стиль, смак і чуття, сміливо поєднувала дорогі речі з дешевими, дивні з розкішними, красиві з потворними, а також лаконічні з грубими і безглуздими. Образи, створені Апфель, завжди яскраві, цікаві і

незвичні, як і аксесуари – громіздкі й ефектні водночас, великі окуляри в чорній оправі і яскрава помада, акцент на контрасті кольорів, сумці та взутті [49] (Рис. 2.44).



Рис. 2.44. Унікальний стиль інфлюенсерки Айріс Апфель. Фото: *Vogue* [194].

Таким чином, *street style* на початку своєї появи вважався «проявом бунтарства та нонконформізму, та сьогодні це один з мейнстримних трендів, який наслідують навіть світові знаменитості» [15]. Загалом вплив музики та знаменитостей на *street style* допоміг вивести нові ідеї і тенденції на передній план фешн-культури [282].

Важливим джерелом формування *street style* стало й художнє мистецтво, оскільки його напрями, стилістика й техніки впливають на створення нових модних образів і трендів. Багато дизайнерів вуличного одягу надихаються авангардом, поп-артом, графіті, сюрреалізмом, абстракцією, що безпосередньо відображається у виборі принтів, колористики, форм і композиційних рішень. Дійсно, «візуальні елементи, використані в картині або скульптурі, можуть бути перенесені на одяг та аксесуари, створюючи унікальний стиль. Колірні комбінації, геометричні форми, текстури – все це може бути використане для створення модних образів, що відображають сучасні тенденції та виражають індивідуальність» [91]. Дизайнери аналізують

різні напрями мистецтва: від ретро до сучасного та перетворюють їх на модні вироби. Як справедливо відзначають оглядачі, «художнє мистецтво вносить у моду елементи експресії та емоційності, створюючи виразні образи та унікальні деталі. Творчість художників допомагає модельєрам розкрити свою індивідуальність та створити неповторний стиль. Використання різних технік та прийомів мистецтва дає змогу втілити унікальні ідеї та концепції в модних образах. Художнє мистецтво надає можливість відчувати глибину та значення кольору, форми та текстури, що додає нові аспекти до модних тенденцій. Модність та стиль стають більш виразними та цікавими завдяки впливу художнього мистецтва, що додає їм характеру та особливостей» [91].

Художні напрями, як-от абстракціонізм, авангард, мінімалізм, поп-арт і сюрреалізм, справили помітний вплив на формування естетики *street style*, що проявляється у виборі кольорів, форм, композицій і принтів. Так, абстракціонізм вирізняється відсутністю конкретної форми та оперуванням абстрактними елементами, що створюють відчуття свободи й експресії. Це художнє бачення знаходить відображення у моді – у вільних силуетах, неочікуваних кольорових рішеннях і композиційних експериментах. Абстракція відкрила шлях до спрощення форм, сміливого переосмислення пропорцій, використання нетипових текстур. У *street style* це проявляється в асиметричному крої, геометричних принтах, грі з фактурами та масштабом деталей. Одяг перестає виконувати суто утилітарну функцію – він перетворюється на своєрідне «мобільне полотно» для індивідуального самовираження (рис. 2.45). Своїм прагненням до пластичної свободи абстракціонізм надихає дизайнерів на створення візуально насиченого одягу – з акцентом на форму, колір і нестандартну композицію.

Окремим напрямом, спорідненим із абстракцією, є оп-арт (*optical art*, «оптичне мистецтво»), що виник у середині ХХ століття. Один із найвідоміших його представників – Віктор Вазарелі [226]. Вже в 1960-х роках цей стиль активно вплинув на модну індустрію, зокрема на дизайн тканин, принтів та силуетів. Характерною ознакою оп-арту є створення візуальних

ілюзій за допомогою зигзагів, хвилястих ліній, контрастних геометричних візерунків, насамперед у чорно-білій палітрі. Ці ефекти викликають відчуття руху або просторової глибини. У street style естетика оп-арту реалізується через принтовані футболки, легінси, костюми з характерними графічними візерунками. Таким чином, оп-арт функціонує як окрема стилістична система, що, попри спорідненість із абстракціонізмом, має власні візуальні акценти та принципи впливу на моду.

Авангард у мистецтві відображає новаторські та експериментальні ідеї, які у моді втілюються через використання нетипових тканин, поєднання текстур, інноваційних матеріалів та оригінальних деталей в одязі й аксесуарах. Як мистецька реакція на соціальні й культурні трансформації, авангардизм розширив традиційні уявлення про красу, гармонію та конструкцію. У street style ці ідеї реалізуються завдяки несподіваним силуетам, деконструкції класичних форм, поєднанню контрастних елементів – як на рівні стилістики, так і на рівні смислових кодів. Цей напрям є формою протесту, виклику й самовираження, апелюючи до індивідуальності й несхожості. Авангардний підхід у моді вирізняється асиметрією, вільною інтерпретацією класичних рішень, активним експериментом із фактурами та технологіями створення образу. Показовим прикладом є творчість дизайнера Ріка – а, відомого своїми концептуальними колекціями: темна кольорова гама, об'ємні, скульптурні форми, інноваційні тканини та естетика, що балансує на межі між модою і мистецтвом. Наприклад, у колекції Spring/Summer 2014 – замінив традиційних моделей на групу афроамериканських степ-танцівниць, що виконували енергійні хореографічні номери на подіумі, підкреслюючи теми сили, інклюзивності та колективної енергії [161]. Інший приклад – колекція Весна–літо 2025, представлена на Тижні моди в Парижі, де – відмовився від своєї звичної темної палітри, представивши образи в кремових та золотистих тонах, натхненні фільмом «Клеопатра» 1934 року та атмосферою Голлівуду [208] (рис. 2.46). У шоу взяло участь 200 моделей, переважно студентів місцевих дизайнерських шкіл, що підкреслювало теми єдності та

толерантності. Ці приклади демонструють, як авангардизм у моді, зокрема через творчість Ріка – а, впливає на street style, перетворюючи одяг на засіб художнього висловлювання та соціального коментаря.



Рис. 2.45. Абстракціонізм у street style. URL: <https://www.pinterest.com/pin/street-style-is-all-about-selfexpression--304978205999631800/> (дата звернення: 12.09.2024).



Рис. 2.46. Авангардний підхід у колекції Весна–літо 2025, – [195].

Мінімалізм пропонує простоту та відмову від надмірного декору, що у моді слугує засобом підкреслення елегантності та стриманості. Його естетика ґрунтується на чистих лініях, простих формах і нейтральній палітрі. Вплив мінімалізму сприяв поширенню лаконічного, функціонального й ретельно продуманого стилю. У вуличному одязі це виражається через oversize-куртки спокійних відтінків, базові силуети та якісні тканини. Мінімалізм втілює ідею свідомого споживання та глибоку естетику простоти. У street fashion він проявляється через відсутність зайвих деталей, прагнення до гармонії форми й кольору. Наприклад, образи з білими джинсами, однотонними топами та мінімалістичними кросівками ілюструють принцип «менше – це більше» [195] (рис. 2.47).

У свою чергу модернізм, із його акцентом на простоту та функціональність, сприяв створенню мінімалістичних і водночас стильних

образів. Він заклав основу для пошуку нових форм і технологій у дизайні одягу. Вплив модернізму проявляється у прагненні до експериментів із конструкцією виробів, впровадженні інноваційних текстильних матеріалів: синтетичні волокна, штучні тканини, високотехнологічні матеріали, експериментальні розробки, як-от цифровий друк. Принципи модерністських перетворень органічно поєднуються з урбаністичними тенденціями street style. Через увагу до функціональності і лаконічності модернізм істотно вплинув на моду. Зокрема, Коко Шанель адаптувала модерністські принципи, створюючи одяг, що поєднує утилітарність і елегантність, використовуючи, наприклад, елементи чоловічого гардеробу у жіночому одязі [174] (рис. 2.48).



Рис. 2.47. Мінімалізм у street style [195].



Рис. 2.48. Модернізм у street style. Coco Chanel. The Metropolitan Museum [174].

Поп-арт надихає модельєрів створювати яскраві, виразні та іронічні образи, які відображають дух масової культури. Цей стиль апелює до візуальної мови мас-медіа, реклами, коміксів і споживацького суспільства. У street fashion це проявляється через активне використання яскравих кольорів, контрастних поєднань, впізнаваних принтів – портретів знаменитостей, логотипів, провокативних, епатажних слоганів, а також цитат із популярної культури. Поп-артовий дух гри, провокації та візуального шуму гармонійно

вписується у концепцію *street style* як простору, відкритого до експериментів. Надихаючись творами Енді Воргола, Роя Ліхтенштейна чи Класа Олденбурга, дизайнери переносять естетику мистецтва у крій худі, принти на футболках і навіть аксесуари, роблячи мистецтво невіддільною частиною повсякденного образу. Зокрема, Донателла Версаче у своїх колекціях використовувала принти із зображеннями Мерилін Монро, натхненні роботами Енді Воргола [297]. Джеремі Скотт, креативний директор Moschino, часто використовує мотиви коміксів, реклами та мас-медіа, що є основою поп-арту. Його колекції відзначаються яскравими кольорами, іронічними принтами та впізнаваними образами [199]. Інший приклад – колекції *Pop Art Couture* Жан-Шарля де Кастельбажака. Дизайнер відомий своїми роботами, що поєднують елементи поп-арту з модою, використовуючи яскраві кольори, коміксові мотиви і цитати із популярної культури [197] (рис. 2.49). Бренд Kate Spade часто використовує насичені кольори, сміливі принти та графіку, натхненні естетикою поп-арту, що робить ці колекції впізнаваними і життєрадісними [202].

Мистецтво сюрреалізму, з його фантастичними образами та несподіваними комбінаціями, знаходить відображення у використанні нестандартних форм і несподіваних деталей у моді. Сюрреалізм впливає на дизайнерів через впровадження елементів гри, ірраціональності, символізму. У *street style* сюрреалістичні мотиви проявляються у вигляді нестандартних силуетів, несподіваних деталей, аплікацій і колажних елементів. Це своєрідна «візуальна поезія», що дає змогу створювати фантазійні, нестандартні образи, які порушують звичне сприйняття речей. Вплив сюрреалізму на моду помітний через використання фантастичних елементів і візуальних ілюзій. «Піонеркою» впровадження сюрреалістичних мотивів у моду була Ельза Скіапареллі, яка створювала одяг із незвичайними формами та деталями [223] (рис. 2.50).



Рис. 2.49. Поп-арт у street style. Із колекції *Pop Art Couture* Жан-Шарля де Кастельбажака. URL: <https://de.pinterest.com/p8fashion/designer-jean-charles-de-castelbajac/> (дата звернення: 15.09.2024).



Рис. 2.50. Сюрреалізм у street style. Із колекції Ельзи Скіапареллі [223].

Таким чином, ці напрями художнього мистецтва впливають на форму й зміст одягу, створюючи унікальні та неповторні образи у street style. Художнє мистецтво, трансформуючись через мову моди, проникає у вуличну естетику, збагачуючи її як візуально, так і концептуально. Завдяки цьому street style не лише відображає індивідуальність, а й перетворюється на «мобільну» галерею, де мистецтво «живе» у повсякденному русі.

### **2.3. Взаємодія та конвергенція високої моди та street style у формуванні сучасного модного ландшафту**

Мода як соціокультурне явище перебуває в постійному процесі трансформації й оновлення, що зумовлено її відкритістю до експериментів і змішування стилістичних кодів. Найбільшу увагу у цьому контексті привертає взаємовплив високої моди та вуличного одягу, який зумовив нову якість у модному дискурсі. Незважаючи на різні естетики й принципи створення образу цих на перший погляд естетично протилежних підходів, вони, утім, не просто визначально вплинули один на одного, а спровокували справжню

революцію стилю, що знівелювала традиційні конвенції високої моди і змусила переосмислити суть розкоші, ексклюзивності та ультрасучасності. Висока мода протягом тривалого часу асоціювалася виключно з престижними будинками моди, відомими своїм ретельно виготовленим одягом, розкішними тканинами та екстравагантними показами. Вона достатньо жорстко регламентована і спеціально орієнтована на вищий соціальний клас: «щосезону дизайнери високої моди повинні представляти в Парижі колекцію щонайменше з 35 речей, включаючи денний і вечірній одяг; кожен будинок повинен мати мінімум 20 штатних працівників; дизайнери також повинні створювати індивідуальні проєкти для приватних клієнтів» [267]. Висока мода, «зарезервована» для еліти, спроможної купувати дизайнерський одяг, – це найвищий рівень у класифікації fashion-ринку. Її можна порівняти з високим мистецтвом, де дизайнери-митці створюють справжні шедеври – ексклюзивні моделі одягу та аксесуарів. Тут використовуються рідкісні тканини, неординарні фасони та найвищий рівень пошиття, ручна робота високої складності [3]. Натомість street style, натхненний скейтбордингом, хіп-хопом та ін., став втіленням автентичності та самовираження і маніфестував прагнення до формування унікальної ідентичності, що ґрунтується на комфорті та невибагливій індивідуальності.

Взаємозв'язок між street style і високою модою став результатом поступової еволюції, спричиненої творчою співпрацею, а головне – соціокультурними чинниками і зміною споживчих уподобань у суспільстві. Привабливість і зростаюча популярність вуличного одягу і, зрештою, його перетворення на глобальне явище спонукали високу моду прийняти філософію street style, започаткувавши таким чином нову епоху моди, натхненної спортом і контркультурою ХХ століття. Поєднання, часом бездоганне, цих контрастних явищ становить суть сучасної моди, яка «охоплює всі форми самоідентифікації в модному середовищі, включаючи як стиль вулиць, так і так звану високу моду, створену дизайнерами та кутюр'є» [66, с. 77].

Чи не найпершими, хто спробував інтегрувати образи високої моди у street style, були ікони моди Крістіан Діор та П'єр Бальмен [198]. Зокрема, Крістіан Діор кардинально змінив жіночу моду, усього лише за кілька років після Другої світової війни, надихнувшись розкішною і безтурботною епохою, запропонував жінкам замінити доволі стримані костюми силуетом new look. Одноименна колекція одразу була визнана революційною, «адже Діор пропонує по-новому подивитися на жінок, моду, стиль та красу. Він хотів показати образ “ідеальної жінки” з тонкою талією, тендітними вузькими плечима, витонченими стегнами» [50]. Ця колекція не просто повернула Парижу статус столиці моди, а Діора зробила культовим дизайнером ще за життя, – «протягом багатьох десятиліть інші дизайнери періодично надихаються образами Діора та інтерпретують їх у своїх колекціях» [50] (рис. 2.51).



Рис. 2.51. The Bar – найзнаковіша модель, представлена у колекції New Look, Крістіан Діор (1947) [50].

П'єр Бальмен, як і Крістіан Діор, «вирішив одягнути жінку в пишні спідниці з вузькими таліями <...>, вільного крою блузи з бантами, розкішні вечірні сукні та кейпи» [50]. Головною особливістю колекцій П. Бальмена став декор ручної роботи: «сукні, топи, блузи були щедро прикрашені дорогоцінним камінням, стеклярусом, намистинами, перлами та

золотом» [118] (рис. 2.52, а). Якщо річчю-візитівкою в Dior є жакет Bar, то в Balmain – це двобортний піджак з об’ємними структурованими плечима, завуженою талією та великими акцентними гудзиками (золотими або срібними) (рис. 2.52, б), який й досі залишається впізнаваним атрибутом street style (рис. 2.52, в).



Рис. 2.52, а Дебютний показ П'єра Бальмена (1945) [118].



Рис. 2.52, б. Двобортний піджак Balmain [118].



Рис. 2.52, в. Двобортний піджак – атрибут street style (2024) [265].

Ів Сен-Лоран ідею street fashion зробив основою своєї весняно-літньої колекції «Бітник» (*Beatnik*, 1960), використавши різноманітні елементи костюмів молодіжних субкультур. Короткі мотоциклетні куртки та костюми поверх трикотажних водолазок, норкові пальто з трикотажними рукавами – образ, нав'яний молодими тусовщиками. Багатьох ці образи збентежили настільки, що власники будинку Dior усунули Сен-Лорана з посади, що спонукало кутюр'є разом із П'єром Берже заснувати власну марку – бренд Yves Saint Laurent [111]. Значно пізніше колекцію «Бітник» назвуть уніформою авангарду. «Жіночий смокінг, блузи з спадаючими рукавами, сукні та жакети у стилі сафарі, ботфорти – ось далеко не повний список fashion-винаходів Іва Сен-Лорана, які пройшли перевірку десятиліттями та епохами» [28] (рис. 2.53).



URL:

<https://www.pinterest.it/pin/723672233852633417/>  
(дата звернення: 20.05.2024).



URL:

<https://museeyslparis.com/en/biography/les-annees-dior> (дата звернення: 20.05.2024).

Рис. 2.53. Із колекції Ів Сен-Лорана *Beatnik* (1960)

Модні зміни сприймалися як інновації і, зрештою, унаслідок взаємовпливу високої моди і *street fashion* зумовили появу нових напрямів дизайну костюма – почала формуватися мода для масового споживача на тлі її індустріалізації і демократизації [134, с. 76]. «З того часу альтернативна мода, або так звана антимода, постійно і настирливо влітається в творчість модельєрів “haute couture” і навпаки – часто висока естетика реалізується через “вуличну моду”» [134, с. 76]. Видатні кутюр’є почали запозичувати ідеї «на вулиці» і навпаки: «ідеї та елементи антимоди трансформувалися і вливалися в офіційну моду, <...>, часто з’являлися на подіумах у колекціях відомих дизайнерів» [80, с. 97].

*Street style* у колекції особистого бренду Карла Лагерфельда – це витончене поєднання елегантності з легкими мілітаристськими мотивами, доповнене креативним, сучасним блиском. У дизайні відчутний рокерський акцент – зухвалий, сексуальний, молодіжний і водночас витончений [201]. Силуети стрункі, облягаючі: вузькі брюки комбінуються з приталеними жакетами або спідницями-олівцями. Особливе враження справляють жакети – особливо в поєднанні з вузькими брюками, – які створюють стильний міський

образ, доречний як удень, так і ввечері. У колекції домінує чорний колір, який контрастує з яскравим білим – класичне, завжди ефектне поєднання. Глянцева вінілова фактура, шкіра, люрекс і шовк додають виробам блиску й динаміки, а моделі буквально сяють на подіумі. Шифон, бісер, паєтки та кристали збагачують образи декоративністю й естетичною привабливістю. У тренді – фірмові аксесуари Lagerfeld: лаковані шкіряні пов'язки на голову, чорні рукавички без пальців, шовкові нарукавники, бюстье, корсетні ремені та лаковані чоботи на платформі й підборах [201] (Додаток В, Рис. В.1).

У високу моду street style інтегрувала Вів'єн Вествуд – бунтарка за характером, «хрещена мати панка» [218] і засновниця панк-моди у 70-х роках ХХ ст. (рис. 2.54; Додаток В, Рис. В.2.1), натхненниця романтичного шику на початку 80-х ХХ ст. [140].



Рис. 2.54. Вів'єн Вествуд, засновниця панк-моди, 70-ті рр. ХХ ст.

URL: <https://www.pinterest.com/pin/209347082674184566/> (дата звернення: 15.10.2024).

Саме Вів'єн Вествуд привнесла провокаційний стиль панк у високу моду, по суті, заснувавши його. Лондонський магазин “Let It Rock”, який вона відкрила разом з Малкольмом Маклареном, визначив цілу епоху – там продавалися модні речі і одяг із фетиш-естетикою, натхненний образами тедді бої 1950-х років. Коли М. Макларен керував групою Sex Pistols і запросив Джонні Роттена в якості вокаліста, В. Вествуд одягла їх у футболки та

бондажні штани, прикрашені ланцюгами та лезами для гоління [218]. Вествуд пропонувала сорочки з принтами з портретами дівчат-кінозірок або спідню білизну із заклепками, зшиту з футболок з написами на кшталт «Знищити» або «Будьте розумні, вимагайте неможливого» [218]. У Музеї Вікторії та Альберта у Лондоні зберігаються деякі костюми із колекцій Вів'єн Вествуд і Малкольма Макларена 70-х років ХХ ст. (рис. 2.55).



Рис. 2.55. Із колекцій Вів'єн Вествуд і Малькольма Макларена, 70-ті рр. ХХ ст. Музей Вікторії та Альберта, Лондон [293].

Ці костюми відображають архетип панку, а також мотиви армійського бойового спорядження, шкіряних курток мотоциклістів та одягу з елементами фетиш-естетики (костюм «Бондаж», 1976 р., рис. 2.55, а). Іншими ключовими образами, що виражали нову «пошарпану» форму моди, були вільні мохерові джемperi із розпущеними нитками, а також рвані сукні і топи, прикрашені металевими ланцюжками і шпильками (костюм «Бунтівники», 1976 р., рис. 2.55, б). Яскраві зображення, надруковані на штучно зістарених футболках та муслінових топах, включали, наприклад, принти із портретом королеви з англійською шпилькою в губах (1976 р., рис. 2.55, в); інший приклад – провокаційні футболки (1981 р., рис. 2.55, г).

Пізніше В. Вествуд почала адаптувати свої ідеї для подіумних показів, «відчувши, що ці ідеї, вже звичні для прихильників вуличної моди, можуть

стати сенсацією на подіумі» [80, с. 97]. Коли панк-мода стала мейнстрімом, В. Вествуд зрозуміла, що їй потрібна нова перспектива. На своєму першому подіумному показі у 1981 році Вів'єн представила колекцію під назвою *Pirates* – лінійку, що започаткувала новий романтичний образ, панівний у субкультурах 80-х ХХ ст. Це був «антидинастичний стиль, ціла суміш історичних відсилань, змішана в одному вбранні» [80, с. 97]. Колекція нагадувала те, що часто називають «епохою розбійників, денді та піратів», і отримала свою назву за «розкрадання ідей та кольорів з інших часів і місць» [293]. У колекції були штани піратів «буканьєр» з вільним низом і широкими смужками, а також сорочки *oversize* із драпірованими поясами. На створення цієї колекції В. Вествуд частково надихнув її інтерес до силуетів та портретного живопису XVII–XVIII століть, пов'язаних з «новим романтичним» стилем, який справив величезний вплив і швидко став мейнстрімом завдяки діяльності деяких провідних музичних колективів [293] (рис. 2.56).

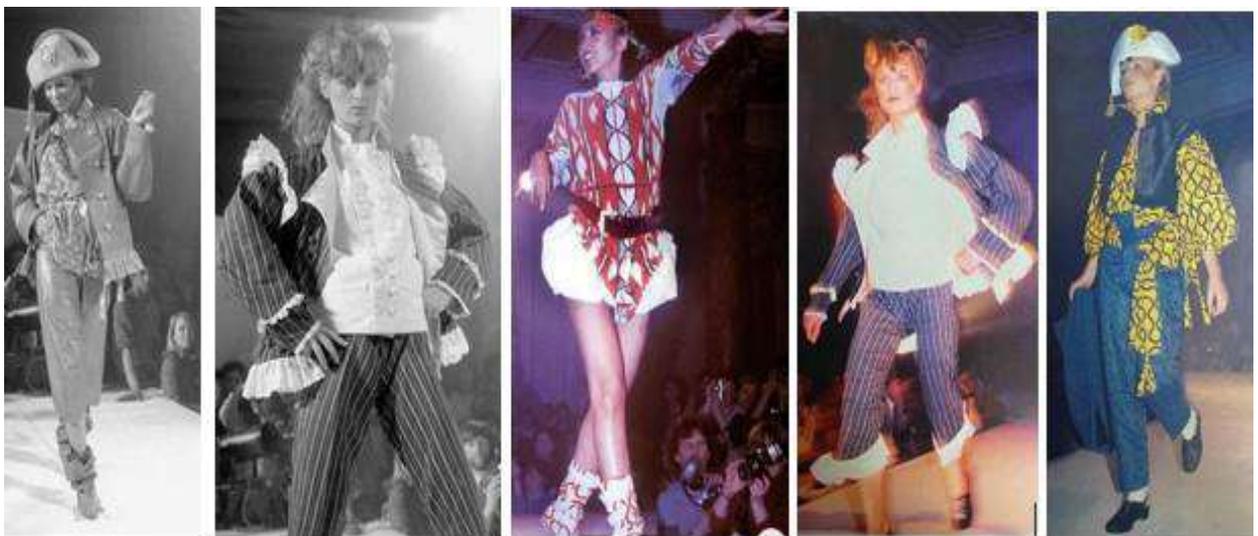


Рис. 2.56. Із колекції В. Вествуд і М. Макларена *Pirates*. Осінь–зима 1981.  
 URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-pirates-aw-1981--680043612485368823/> (дата звернення: 15.10.2024).

В епоху, коли строгі ділові костюми були в моді, у наступній колекції *Buffalo Girls/Nostalgia of Mud* (Осінь–зима 1982) В. Вествуд представила одяг

приглушених відтінків, заснований на м'якому силуеті: рвані спідниці-дірндль, обтислі на стегнах, вовняні сукні з прямими рукавами, овчинні куртки та фетрові капелюхи з необробленими краями (рис. 2.57, а). У цій колекції також вперше спідня білизна була представлена як верхній одяг: поверх суконь носилися атласні бюстгальтери у стилі 50-х років ХХ ст. Для колекції *Time Machine* (Осінь–зима 1988) В. Вествуд обрала фасони традиційного англійського крою, наприклад, костюм «Норфолк» (куртка з поясом та бриджі до колін) (рис. 2.57, б). У свою чергу яскрава колекція В. Вествуд *Cut, Slash and Pull* (Весна–літо 1991) була натхнена портретним живописом часів Тюдорів, зокрема, практикою XVI століття розрізання і проколювання, щоб показати нижні шари одягу. Але у версії В. Вествуд оголювалася шкіра (рис. 2.57, в). Серед інших предметів одягу були сукні з розрізаної вуалі та виразно сучасний варіант гульфіка, розташованого спереду на розрізаних шовкових брюках, оздоблених гігантськими помпонами зі штучного хутра, та одягненого з глибоким ліфом, оздобленим хутром, та довгими рукавичками (рис. 2.57, г).



Рис. 2.57. Із колекцій Вів'єн Вествуд, 80–90-ті рр. ХХ ст. Музей Вікторії та Альберта, Лондон [293].

Після завершення співпраці з М. Маклареном В. Вествуд розпочала створювати колекції під власним іменем і невдовзі здобула міжнародне визнання. Вона продовжувала відкривати магазини в Лондоні та за його межами, а її провокаційні моделі з'являлися на супермоделях і знаменитостях, впливаючи на формування мейнстріму. Фірмовими рисами її стилю стали корсети, туфлі на платформі та міні-крині (поєднання вікторіанського криноліну з мініспідницею) [218]. В. Вествуд і надалі впроваджувала елементи *street style* у своїх колекціях: куртки-косухи, рвані джинси, картаті спідниці та футболки зі слоганами [28]. Її характерне поєднання провокаційності та поваги до історичних форм виявляється в ключових предметах одягу – від футболок із яскравими принтами до розкішних бальних суконь (приклади образів з різних колекцій В. Вествуд наведено у Додатку В., Рис. В.2.2–В.2.4). У своїх мемуарах, опублікованих у 2014 році і названих просто – «Вів'єн Вествуд», вона написала, що люди «досі дивуються з того, що можна бути в панку, а потім бути в моді, але все це взаємопов'язане». «Розумієте, справа не в моді, – продовжила вона, – для мене це історія. Йдеться про ідеї» [218]. Уся творчість В. Вествуд – показовий приклад того, панк-естетика трансформувалася з протестного руху в комерційний тренд.

Французький дизайнер Жан-Поль Готьє «зробив своє ім'я завдяки підриву традиційних уявлень про маскуліність і жіночність за допомогою театральності кемпа і дивовижних винаходів» [138], він вивчав і враховував провідні вуличні, зокрема панкові, віяння. Представивши свою першу колекцію *haute couture* у 1997 р. (рис. 2.58), він кинув виклик поширеним уявленням про гендер. Одним зі знакових ранніх образів дизайнера було комбінування жорсткої шкіряної куртки зі спідницею з криноліну та кросівками [138]. Відомим Жан-Поль Готьє став завдяки легендарному кінчному бюстгальтеру, розробленого для Мадонни для її світового турне *Blond Ambition* у 1990 р. (рис. 2.59). Мадонна та Жан-Поль Готьє – це приклад досконалої співпраці між рок-зіркою та модним дизайнером [186].



Рис. 2.58. Із першої колекції haute couture Жан-Поля Готье (1997) [138].



Рис. 2.59. Мадонна в корсеті авторства Жан-Поля Готье в турі Blonde Ambition (1990) [138].

Також Готье розробив одяг для героїв багатьох фільмів: «Кіка» Педро Альмодовара, «Кухар, злодій, його дружина і її коханець» Пітера Гринуея, «П'ятий елемент» Люка Бессона та ін. [138] (рис. 2.60). Він вважає себе «революціонером, що систематично ставить під сумнів кліше, стандарти, кодекси, умовності і традиції» [138]. Для Готье «мода – це, безперечно, театр, а одяг – висока драма» [138].



Рис. 2.60. Одяг, створений Жан-Полем Готье для фільму «П'ятий елемент» [138].

На початку 1990-х років стиль нео-панк знову з'являється на подіумах – цього разу в інтерпретації відомого італійського кутюр'є Джанні Версаче [22,

с. 284] (образи з його колекцій наведено у рис. 2.61). Під впливом street style дизайнер кардинально переосмислює структуру гардероба: головним революційним елементом стають легінси. «Саме з його ініціативи колись суто спортивний одяг поступово перетворюється на щоденний (а в окремі періоди – навіть на символ розкоші)» [28].

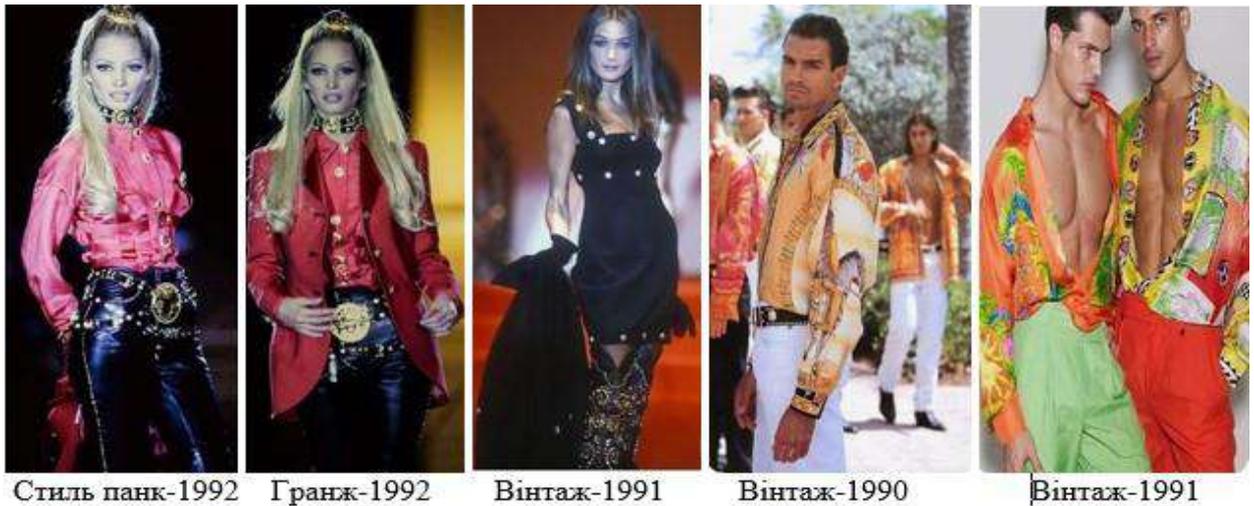


Рис. 2.61. Із колекцій Дж. Версаче початку 90-х рр. XX ст. URL: <https://ar.pinterest.com/roksolana777/versace/> (дата звернення: 25.09.2024).

Серед його замовників були найвідоміші зірки: Мадонна, Стінг, Джон Бон Джові, Елтон Джон, для якого Версаче створив цілу колекцію з 60-ти костюмів. Для своїх показів він запрошував лише найкращих манекенниць. У 1994 році знамениті сукні Дж. Версаче в стилі нео-панк з англійськими шпильками представили Наомі Кемпбелл та Крісті Терлінгтон [30] (Додаток В, Рис. В.3.1). Уперше у сукні Джанні Версаче з'явилася модель Елізабет Герлі на прем'єрі фільму свого бойфренда Г'ю Гранта «Чотири весілля та один похорон» у 1994 році. Сукня була ніби не пошита, а скріплена золотими шпильками (рис. 2.62-а). Вважається, що саме з того часу зірки почали розкутіше підходити до свого зовнішнього вигляду на урочистих виходах. В історію моди цей образ увійшов як культовий, його часто називають «сексуальною революцією від Версаче». На створення сукні дизайнера надихнув фемінізм нової хвилі, нео-панк та творчість колеги Вів'єн

Вествуд. З легкої руки Джанні Версаче шпилька з дорогоцінного металу стала не просто елементом гардеробу, а символом розкнутості та свободи. Вдруге Елізабет Герлі, уже голлівудська знаменитість, позувала у вбранні із шпильками від Версаче для квітневого номеру журналу *Harper's Bazaar* на знак підтримки та поваги до нової колекції бренду Осінь–зима 2019, представленої у Мілані і повністю присвяченої золотій шпильці (рис. 2.62-б). На тлі цієї прикраси дефілювали моделі і фотографувалися знаменитості, і майже у кожному луку була ця ключова деталь [37] (рис. 2.63; Додаток В, Рис. В.3.2).



1994 2019  
а б

Рис. 2.62. Елізабет Герлі у сукні від Версаче [37].



2018

Рис. 2.63. Показ колекції Осінь–зима 2019, Мілан (до дня народження Джанні Версаче) [37].

Марк Джейкобс шокував модний світ колекцією *Grunge* (Весна–літо 1993), представивши її у 1992 році у Нью-Йорку. Це була перша гранж-колекція, створена для американського бренду Perry Ellis, креативним директором якого він був на той час, і яку охрестили «лахміттям, що свідчить про наближення кінця моди [14] (Додаток В, Рис. В.4). Критики вважали, що колекція «не містила жодної нової речі: все старе, просте й схоже до асортименту блошиних ринків» [14]. Дійсно, на таку естетику Джейкобса надихнули блошині ринки Іст-Вілліджу в Нью-Йорку та гранж-музика, що

вирувала тоді на Тихоокеанському північному заході: Sonic Youth, Pearl Jam і найвиразніший представник епохи – Nirvana, особливо пісня Smells Like Teen Spirit [14]. Дизайнера критикували за цитування та використання естетики гранжу [14], але саме ця колекція поставила «під сумнів один із головних стереотипів того часу: що мода обов'язково має бути витонченою» [14]. Марк Джейкобс свою колекцію «вивів з вулиці, змусив прості речі бути стильними, а інших це прийняти» [14]. Це було ризиковано і водночас креативно.

У колекції Джейкобса *Grunge* (Весна–літо 1993) домінував картатий принт, одяг був прикрашений візерунками: квітчастим, смужкою, горошком тощо, якими дизайнер забарвив різноманітні елементи одягу: від міді-спідниць і шортів до сорочок з рукавами різної довжини, шарфів та ліфів. Цікавою особливістю колекції було й те, що Джейкобс «переніс» героїв американських мультфільмів на шифонові сорочки. Яскраві подіумні образи він доповнив взуттям: кедами Converse і черевиками Dr. Martens. Таке поєднання грубого взуття з одягом стало «зручною» новизною [14]. Сам Джейкобс акцентував, що створив цю колекцію з метою вказати більш реальну й справжню перспективу моди на той час. Нею ж він «продемонстрував могутній вплив музики на моду, підніс вуличний стиль до рівня моди, і сам же на нього вплинув надалі» [14]. В інтерв'ю *New York Times* у 1993 р. він пояснив, що хотів, щоб люди «мали такий ненавмисне ошатний вигляд, який мають, коли йдуть вулицею» [14]. Через чотири місяці Джейкобса звільнили «за приземленість». Пізніше, з 1997 по 2013 роки він був художнім керівником Будинку моди Louis Vuitton. Фактично, Джейкобс став «рушієм бар'єрів, оскільки зазіхнув на кордон між високою модою й низькою. Упродовж наступного десятиліття такий мікс прозвали “Prada/Primark”, і модний світ прийняв еkleктичне змішування різних аспектів модної піраміди» [14].

У 1990-х роках з напрямом стилю гранж пробували експериментувати Dolce & Gabbana, Anna Sui, а з 2000-х – Alexander McQueen, Balmain, Philipp Plein, Moschino та ін. [206, с. 204]. Більшість дизайнерів використовують цей напрям стилю у підготовці своїх колекцій і дотепер.

Однією з перших у свої колекції почала вкладати глибокі смисли та символи і Міучча Прада. «Сьогодні вже більшість брендів вдається до сторітеллінгу та колекцій-маніфестів. Але законодавцем цього симбіозу моди, культури та соціальних процесів була і є саме Міучча Прада» [28]. Інший бренд – Gucci, хоча і не відмовився від своїх класичних аксесуарів та взуття, проте теж намагається враховувати новітні віяння street fashion, особливо з появою ексцентричного Алессандро Мікеле. «Цьому дизайнеру вдалося переконати не лише акціонерів Будинку Gucci, а й увесь світ у тому, що кардигани, ніби з шафи, сандалії, взуті поверх шкарпетки, і окуляри на пів обличчя в роговій оправі – це саме те, що сьогодні називається “мода та стиль”» [28]. У 2024 році Мікеле представив свою дебютну колекцію SS25 для Valentino, змінивши креативного директора П’єрпаоло Піччолі, який 25 років очолював цей будинок моди. До нової лінійки Valentino Resort, яка символічно отримала назву *Avant les Débuts*, що в перекладі означає «перед початком», увійшов 171 образ. Натхненням для створення колекції послуговували архіви бренду часів Валентино Гаравані, особливо 70-х років ХХ ст. [26] (рис.2.64).



Рис. 2.64. Із дебютної колекції А. Мікеле SS25 для Valentino (2024) [26].

Поступово «рафіновані» ідеали краси, втілені у образах високої моди та поширені в молодіжному середовищі, об'єдналися, трансформуючи загальноприйняті стандарти краси. Дизайнери, спираючись на типізовані риси зовнішності прихильників субкультур, почали створювати перспективні колекції, які згодом стали орієнтиром для фабричних та масових брендів [22, с. 288]. Як справедливо відзначає Х. Лозинська, «вулична мода, що поширилася в субкультурах як протест проти офіційної, переходила в подіумні колекції дизайнерів. Сьогодні вулична мода є дуже поширеним явищем і джерелом ідей для офіційної моди» [80, с. 99]. Такий змістовний взаємозв'язок пояснюється тим, що «використання елементів образів представників субкультур у моделях сучасного молодіжного одягу сприяє підвищенню їх художньо-естетичних якостей, а конвергенція елементів-носіїв тенденцій моди з елементами образів представників субкультури дозволяє вирішити актуальну проблему сучасного фешн-дизайну у задоволенні специфічного попиту цільової аудиторії, оскільки гармонізує елементи молодіжного костюму з особливостями сприйняття одягу споживачами молодшої вікової групи» [22, с. 289–290].

Зрештою, *street fashion*, що спочатку була соціальною практикою певної групи, поступово переросла у важливу складову індустрії високої моди, яка почала активно запозичувати його тенденції як джерело натхнення [196]. Естетичний ідеал, сформований у молодіжному костюмі, поширився на інші вікові категорії, створивши образ людини нового тисячоліття. Внаслідок тривалого синтезу високої моди та *street style* відбулася свідомо орієнтація сучасних дизайнерів на практичний *streetwear* та використання його ідей у розробці нових колекцій. Вплив *street style* на сучасну моду є незаперечним: його елементи помітні майже у всіх аспектах моди. Стиль вулиць дедалі частіше з'являється на подіумах, деякі відомі дизайнери навіть створюють спеціальні колекції *street style* і презентують їх під час модних показів. Такі дизайнери, як Александр Ванг, Рік – , Раф Сімонс та інші відомі тим, що наповнюють свої колекції елементами *street style*, додаючи яскравості та

енергії своїм презентаціям на подіумі [18]. У 2019–2020-х рр. такі бренди, як Balmain, Versus, Pam Hogg, Moschino, FACETASM, 99%IS-, R13, Mooyul, Topman, Dilara Findikoglu, Jeded Ldn, Comme des Garçons, Balenciaga, Vetements цитували образи хард-року та хеві-митців у своїх колекціях [206, с. 208]. Костюмні традиції субкультурних течій або їхні характерні ознаки нині «можна простежити в колекціях багатьох світових дизайнерів, зокрема Etro, Pepe Jeans, Roberto Cavalli, Prada, Jean Paul Gaultier, Vivienne Westwood, а також у колекціях українських дизайнерів Zalevskiy, Yasya Minochkina тощо» [133, с. 230].

Александр Ванг (бренд A Wang) – молодий і креативний американський дизайнер тайванського походження, «чис ім'я стало синонімом сучасної вуличної моди та мінімалістичного стилю» [36]. Вперше він здобув визнання завдяки власній лінії кашемірових унісекс-светрів [36] (Додаток В, Рис. В.5.1). Александр Ванг – це дизайнер, який відкрито заявляє, що його головним натхненням є музика та її виконавці [206, с. 205–206]. У кожній моделі з його весняної колекції 2019 р. (Додаток В, Рис. В.5.2), створеної під впливом стилю фронтмена групи Guns N' Roses Ексла Роуза і фільму «Божевільний Макс», можна побачити практично всі популярні образи музиканта: улюблені бандани Ексла, пов'язані навколо голови, шкіряні та джинсові куртки чи жакети oversize у поєднанні з короткими шортами, ремнями чи їх імітацією. Також були використані стилізовані баскетбольні футболки, в яких Ексл дуже часто виходив на сцену, і навіть кілти – одним із улюблених елементів одягу співака [206, с. 205–206]. Чи не основною характеристикою дизайну Александра Ванга є поєднання street style з мінімалізмом. Дизайнер інтегрує елементи спортивного одягу в повсякденний міський образ, створюючи сучасні та ефектні колекції [149]. Його мінімалістичний та урбаністичний стиль став іконою сучасної моди, надихаючи багатьох дизайнерів і модних ентузіастів у всьому світі – особливо прихильників поєднання спортивної естетики та street style [149]. Колекції Ванга вирізняються тонким балансом контрастів: між streetwear та стриманими силуетами, між вишуканими формами та навмисною

недосконалістю деталей. Дизайнер поєднує свободу з стриманістю, висловлюючи особливе бачення моди нового покоління [148]. Його стиль можна окреслити як урбаністичний шик, що поєднує елементи готики, рок-н-рольної естетики та вивіреної простоти (приклади із таких колекцій наведено у Додатку В, Рис. В.5.3).

Інший сучасний американський дизайнер – Рік – у своїх колекціях послідовно привертає увагу до власного бачення моди. Натхненний стилем *glam metal*, він прославився як творець унікальної естетики, яку сам назвав «гланг» – поєднання гламуру та гранжу [206, с. 206]. – вирізняється ексцентричністю й оригінальністю, пропонуючи несподівані, часом провокативні рішення, які раз за разом кидають виклик усталеним уявленням про стиль. Так, колекція *Menswear Spring 2020* була натхненна сценічними костюмами гурту *Kiss* – у ній з'явилися комбінезони з плащової тканини, декоровані функціональними й водночас декоративними блискавками, а також ботильйони на надвисокій платформі з прозорими підборами [206, с. 206]. Інший показ – чоловіча колекція початку 2021 року – відбувся у вигляді перформансу на сходах церкви *Tempio Votivo* у Венеції, що є меморіалом італійським солдатам, загиблим під час фашистського режиму. Місце проведення й естетика колекції стали частиною авторської концепції, яка поєднує моду, простір і культурну пам'ять. «У цій колекції дизайнер грає з традиційними, майже архетиповими проявами маскулінності й мачизму: шкіряні куртки і рвані джинси з гардеробу рок-зірок, куртки з наповнювачем, що збільшують фігуру до геркулесових пропорцій, і кейпи, що розвіваються на вітрові, як у середньовічних мародерів» [31]. Колекцію дизайнера вирізняє й «неприкрита вразливість: моделі блукали краєм Лідо в нижній білизні та з оголеними торсами» [31] (Додаток В, Рис. В.6.1). Ексцентричністю й оригінальністю вирізняється і власний одяг дизайнера (Додаток В, Рис. В.6.2). Приклади із різних чоловічих і жіночих колекцій Ріка – а наведено також у Додатку В, Рис. В.6.3.

Постійно представляє на подіумах жорсткі та важкі атрибути в одязі і німецький дизайнер Філіп Пляйн. Його колекції і концепція бренду загалом – це «глем-метал, яким так прославилася група Kiss в 1970-х і 1980-х роках, або знаменитий стиль хеві-метал гурту Judas Priest» [206, с. 204]. У своїх колекціях Ready-to-wear Весна–літо 2019 і Весна–літо 2020 Пляйн вміло використовує прийоми цих стилів та інтерпретує їх у сучасному модному дизайні (Додаток В, Рис. В.7). У моделях колекції 2019 року використовується велика кількість ременів, прикрашених заклепками. Частина колекції нагадує сценічні образи гурту Kiss – великі вирізи на грудях, багато блискучих речей, прикрашених поясами та стразами, високі чоботи. У колекції 2020 р. було представлено дизайнерські рішення, тісно пов’язані з різноманітними хард-групами, наприклад, агресивний макіяж, як у групи Kiss, різні ланцюжки, логотипи гуртів і стилізовані музичні інструменти в якості аксесуарів [206, с 204].

Елементи street style впровадив у моду й вивів на паризькі подіуми і бельгійський дизайнер Раф Сімонс, який у 1995 році заснував власний бренд чоловічого одягу й досі створює колекції, натхненні «вуличною культурою та бунтарською естетикою» [139]. Визначальними джерелами його натхнення стали молоді люди з бездоганим відчуттям стилю, яких він зустрічав на вулицях [139] Одна з найпоказовіших колекцій Рафа Сімонса – “*Woe Onto Those Who Spit on the Fear Generation... The Wind Will Blow It Back*” («Горе тим, хто плює на покоління страху... Вітер поверне це назад», Весна–літо 2002). Назва колекції виконує роль художньо-політичного маніфесту, підсилює зміст колекції та вписується в риторику street style як висловлення спротиву, протесту, гніву, самоусвідомлення через одяг. Моделі в шарфах-балаклавах, повністю білих і червоних образах і футболках з гаслами босоніж ходили залами школи Lycée Stanislas з факелами у руках [307] (Додаток В, Рис. В.8). Одяг імітував сповивання облич моделей: великі пухнасті білі піджаки та брюки з агресивними вставками червоного, жовтого та чорного. Найвідомішим твором дизайнера є толстовка Kollaps від Simons and Potters

[307]. Коли у 2016 р. Р. Сімонса призначили креативним директором Calvin Klein, він представив нову колекцію – під пісню Девіда Бові «This is Not America» на подіумі з'являлися моделі в актуальному одязі в мінімалістичному стилі – як у 1990-х [139].

Специфіка взаємовпливів високої моди і street fashion дає підстави дослідникам виокремити кілька основних трендів останніх років, які запропонували сучасні дизайнери у street style [62; 101, с. 234]: використання вставок із шифону та прозорих тканин у колекціях Maison Margela Осінь–зима 2023/2024 (рис. 2.65, а) і Miu Miu Весна–літо 2023 (рис. 2.65, б); червоний колір різних відтінків у монохромних образах у колекціях Balenciaga Весна–літо 2023 (рис. 2.65, в) і Valentino Осінь–зима 2022/2023 (рис. 2.65, г); асиметрія в крої та формах деталей одягу, нерівності зрізів та метод «деконструкції» у колекції Acne Studios Весна–літо 2023 (рис. 2.65, е); тренд на печворк, що набув нового, романтичнішого вигляду у колекції Victoria Beckham Весна–літо 2023 (рис. 2.65, є).



Рис. 2.65. Подіумні інтерпретації street style у колекціях сучасних дизайнерів [101, с. 234].

Нарівні з жіночою на світових подіумах завжди чуйно реагує на всі яскраві події і сучасна чоловіча вулична мода. Це підтверджують і останні покази мод у Парижі, Лондоні, Мілані. У багатьох колекціях є «тривожні

нотки, камуфляжні мотиви, елементи вінтажу» [20], але спільними для багатьох колекцій світових будинків моди є деякі деталі (приклади наведено у Додатку В, Рис. В.9), зокрема [20]:

- у колекціях Roberto Cavalli та Carven найяскравішою і найпримітнішою деталлю є масивні шарфи великої в'язки довжиною в підлогу (В. 9.1);

- витягнутий силует – нова пристрасть сучасних дизайнерів; такого візуального ефекту допомагають досягти не лише довгі шарфи, а й пальто подовженого фасону та злегка звужені брюки (В. 9.2);

- класичний головний убір – капелюхи (В. 9.3);

- oversize – об'ємна річ не лише незамінна для холодної погоди, але й допомагає створити дещо безтурботний образ (В. 9.4);

- пальто-накидки – додають образу ностальгічності та романтичності (В. 9.5);

- мотиви панку; популярні панківські мотиви – шкіряні вставки, ремінці, заклепки – повертаються до чоловічої моди (В. 9.6);

- масивні грубі черевики стали актуальними не менше, ніж кросівки; оптимальне поєднання – черевики із брюками прямого крою (В. 9.7);

- звужені та укорочені моделі поступаються місцем брюкам широкого крою, які знову стають актуальними; їм на зміну приходять вільні силуети, що відсилають до моди початку ХХ століття (В. 9.8);

- плащі залишаються в тренді, особливо моделі з блискучої шкіри насичених червоних і синіх відтінків (В. 9.9);

- палітра кольорів; дизайнери пропонують чоловікам експериментувати та комбінувати в образах не лише традиційні для гардеробу відтінки – чорні, коричневі, гірчичні, бордові, а й рожеві, насичено-жовті (В. 9.10).

Провідним модним будинкам знадобилися роки, щоб створити розкішний одяг у стилі street fashion, однак сьогодні вулична мода, яка, на відміну від інших напрямів, охоплює широкий спектр стилістичних рішень

[172], визнається видатними дизайнерами як повноцінна складова високої моди. На тлі зростаючої уваги до індивідуального стилю вона зберігає характерні риси street style, зокрема прийом «бриколажу» – поєднання різних елементів в одному образі. Наслідки взаємовпливу високої моди та street style чітко простежуються під час сезонних тижнів моди в Нью-Йорку, Лондоні, Мілані та Парижі – як на подіумах, так і серед глядачів: дизайнери заохочують до сміливих експериментів і втілення нестандартних стильових рішень [260] (приклади цього взаємовпливу представлено у рис. 2.66 та у Додатку В, Рис. В. 10.1–В. 10.2).



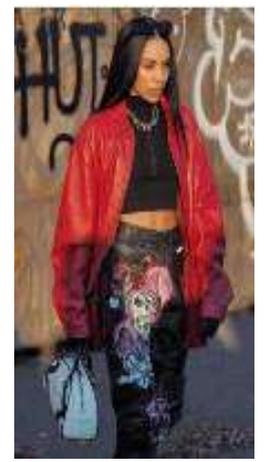
Christian Dior Street style.  
URL:  
<https://www.pinterest.com/pin/christian-dior-street-style-outfit-ideas--299770918960698187/>  
(дата звернення: 10.09.2024).



Christian Dior Street style. URL:  
<https://insider.ua/street-style-najstilnishi-gosti-pokazu-dior/>  
(дата звернення: 10.09.2024).



Roberto Cavalli Street style. URL:  
<https://www.pinterest.com/pin/447263806719108189/> (дата звернення: 10.09.2024).



Prada Street style. URL:  
<https://depositphotos.com/photos/prada-street.html> (дата звернення: 10.09.2024).

Рис. 2.66. Приклади поєднання Street style і модних брендів

Однією з характерних рис street style є заперечення культури «брендоманії». У найвиразніших вуличних образах відсутні демонстративні логотипи на кшталт Supreme чи Prada. Вартісні бренди втрачають значення самі по собі: їх використовують лише тоді, коли вони органічно вписуються у загальну стилістичну композицію. Однак бренди не залишилися осторонь цього культурного зсуву. Усвідомивши потенціал street style, вони почали

активно впливати на його розвиток, зокрема через спонсорування тижнів моди, організацію вуличних фотосетів і просування нових трендів. Сьогодні street style тісно пов'язаний з низкою брендів вуличного одягу, які набули культового статусу, таких як Billionaire Boys Club, Columbia, Fjallraven, PLEASURES, Rains, The North Face. Ці марки активно співпрацюють з художниками й дизайнерами, створюючи інноваційні колекції.

Показовим прикладом такого симбіозу став стиль athleisure – поєднання спортивного та повсякденного одягу. Завдяки маркам Off-White, Y-3, Fear of God street fashion піднялася на новий рівень, поєднавши естетику з інноваційними технологіями [266]. У 2010-х роках журнал *Complex* визнав Stüssy, Supreme та A Bathing Ape провідними брендами street fashion. Згодом ці бренди стали партнерами у створенні капсульних колекцій високої моди, таких як Supreme & Louis Vuitton, Fila & Fendi, A Bathing Ape, Comme des Garçons, Stüssy & Dior [192]. Ці колаборації сприяли подоланню меж між вуличною та високою модою, а також розширенню цільової аудиторії street fashion [192]. Показовим прикладом цього стало поширення брендового спортивного взуття (Puma, Nike, Adidas, Converse, Vans), яке ще з 1970-х років є невіддільним елементом street style.

Особливо знаковою стала колаборація Louis Vuitton із брендом Supreme. У 2018 році Рада модельєрів Америки (Council of Fashion Designers of America, CFDA) визнала цю компанію найкращим брендом чоловічого одягу, випередивши таких відомих дизайнерів, як Кельвін Кляйн, Вірджил Абло та Том Форд. Це стало важливою перемогою для бренду, вартість продукції якого зростає після розпродажу, і який докорінно змінив уявлення про моду [172]. Як зазначають дослідники, «ці колаборації розмивають межі між модою та вуличною культурою, ще більше зміцнюючи вплив вуличної моди на fashion-індустрію» [16].

Таким чином, street style і висока мода сьогодні не протистоять одне одному, а перебувають у постійному діалозі, формуючи гібридні стилістичні рішення. У цьому процесі важливою ланкою стали тренд-гантери –

спостерігачі й аналітики *street style*, які допомагають дизайнерам відслідковувати найактуальніші настрої та соціокультурні зрушення. Результати їхніх досліджень, які коштують недешево, допомагають сучасним дизайнерам прослідковувати новітні тренди, за які компанії готові платити десятки, а іноді й сотні тисяч доларів. Потреба у тренд-гантерах була зумовлена тим фактом, що вже у 1990-х рр. гігантська модна індустрія усвідомила необхідність спеціального аналізу і прогнозування смаків й уподобань потенційних клієнтів. Будинки моди та *fashion*-компанії почали користуватися послугами форкастинг-агентств, частина з яких займається безпосередньо аналізом моди (наприклад, Trend Union, WGSN, LS:N Global та ін.). Завдання цих агентств – збирати інформацію і робити на її основі прогнози про майбутнє моди: кольори, тканини, фасони і стилі, які будуть актуальні через кілька років. Наприклад, лондонське агентство WGSN (Worth Global Style Network) вважається тренд-форкастером № 1 у сфері моди та дизайну. «WGSN створили першу у світі онлайн-бібліотеку фешн-тенденцій, передбачали кінець епохи кльошу в нульових <...>, передбачили бум комфортного одягу» [112]. Усі агентства оприлюднюють й безкоштовні репорти у відкритому доступі, зокрема WGSN у своєму блозі в Instagram, читачами якого є 767 тисяч підписників, публікує інформацію про головні апдейти моди, а також загалом культури та мистецтва – це понад шість тисяч дописів станом на 2025 рік [299]. Таким чином, модні тренди орієнтовані не просто на споживача, а безпосередньо на його потреби і бажання, унаслідок чого модні інновації з'являються на підставі прогнозування і навіть формування потреб.

Отже, висока мода та *street style* – це дві історично різні, але сьогодні тісно взаємопов'язані сфери модного простору. Висока мода асоціюється з розкішшю, індивідуальним кроєм та ексклюзивністю, *street style* – із динамічністю, масовістю й особистісним самовираженням через одяг. Їхній синтез суттєво трансформував модний ландшафт, зробивши його більш інклюзивним і різноманітним. *Street style* уже не просто відображає смаки й

уподобання широкої аудиторії, а й слугує джерелом натхнення для дизайнерів та трендфоркастерів, впливаючи на концепції колекцій по всьому світу.

Те, що раніше сприймалося як вияв субкультурної естетики, нині посідає помітне місце на подіумах тижнів моди в Нью-Йорку, Парижі, Лондоні та Мілані. Дизайнери класу люкс дедалі частіше співпрацюють із брендами вуличного одягу, поєднуючи естетику ексклюзивності з урбаністичним впливом. У колекціях з'являються елементи щоденного вжитку – худі, кросівки, футболки з графікою, що акцентують комфорт, ідею доступності й неформального стилю.

Інфлюенсери street style дедалі активніше долучаються до престижних модних подій, сприяючи подальшому розмиттю меж між високою модою та вуличною естетикою. Їхня взаємодія й взаємопроникнення зробили моду демократичнішою, відкритішою до експериментів і більш індивідуалізованою, що засвідчує глибинну зміну динаміки в глобальній fashion-індустрії.

### **Висновки до розділу**

Витоки street style безпосередньо пов'язані з глибокими соціокультурними трансформаціями західного суспільства другої половини ХХ століття. Вирішальною передумовою стало перетворення моди з індикатора соціального статусу на засіб візуального висловлювання, що надало одягу статусу комунікативного ресурсу для декларування ідей, настроїв та протесту. Ключову роль у формуванні стилістичних кодів street style відіграли молодіжні субкультури: від тедді-боїв до хіпі, скейтбордистів, серферів, модів, панків та готів. Кожна з них привносила у вуличну моду не лише зовнішні атрибути, а й смислове навантаження та світогляд, утворюючи street style як мову протесту й пошуку ідентичності. Значним джерелом впливу стала музика (панк, хіп-хоп, гранж, рейв), що задавала ритм і настрої поколінням, трансформуючись у візуальні форми одягу та способи його носіння. Музика була не лише джерелом емоційної ідентифікації, а й

структурною основою візуального образу, що допомагала вуличній моді формувати чіткі культурні й естетичні орієнтири.

У 1980–1990-х роках street style еволюціонував за межі суто субкультурного феномену, інституціалізувавшись через появу перших спеціалізованих брендів (Stüssy, Supreme, FUBU), які почали формувати молодіжну культуру. Ці бренди підкреслили такі риси, як айдентичність, автентичність, лімітованість тиражів, візуальна агресивність та змістовність, породивши феномен «дропів». Активному розвитку street style сприяли колаборації з представниками масової культури (реперами, діджеями, зірками спорту та кіно), що розмивало межі між різними сферами та надавало street style гнучкості та культурної близькості до кумира. Вагомий вплив на популяризацію окремих стилістичних рішень street style мав кінематограф, демонструючи вуличний одяг як частину соціального контексту та субкультурної належності. Street style сформував власну візуальну мову, що характеризується oversize-силуетами, використанням логотипів і слоганів, міксом спортивного, робітничого та військового одягу, гібридністю та колажністю, а також інклюзивністю і гендерною нестабільністю. Це відповідає принципам постмодерної естетики, що відображається у запозиченні мистецьких стратегій: колажування, використання тексту як візуального об'єкта, жесту як висловлювання, іронії та копії.

Висока мода та street style, історично різні сфери, сьогодні тісно взаємопов'язані. Висока мода асоціюється з розкішшю та ексклюзивністю, натомість street style вирізняється динамічністю, масовістю та особистісним самовираженням. Їхній синтез суттєво трансформував модний ландшафт, зробивши його більш інклюзивним і різноманітним. Street style не лише відображає смаки широкої аудиторії, а й слугує джерелом натхнення для дизайнерів та трендфоркастерів. Елементи субкультурної естетики, що раніше сприймалися як вияв протесту, нині посідають помітне місце на подіумах світових тижнів моди. Дизайнери класу люкс дедалі частіше співпрацюють із брендами вуличного одягу, поєднуючи естетику ексклюзивності з

урбаністичним впливом, що проявляється у включенні до колекцій таких елементів щоденного вжитку, як худі, кросівки та футболки з графікою, акцентуючи комфорт та неформальний стиль. Ця взаємодія демонструє, як street style з художнього явища перетворився на значущий чинник, що формує сучасний модний ландшафт.

Street style – це не лише спротив, заперечення демонстративного споживання», а й раціоналізм, свобода. Street style надзвичайно різноманітний і постійно еволюціонує, змішуючи різні елементи, він не має жорстких канонів і передбачає самовираження без обмежень, окрім несмаку та дискомфорту. Напрями у street style часто виникають з: 1) місцевих та національних особливостей (Париж: має відтінок романтизму та елегантності, Лондон: частіше демонструє гранж та експериментальні образи, Нью-Йорк: сильно відчувається вплив хіп-хопу, репу та спортивної моди, Україна: поєднує світові тренди з національною стилістикою, адаптуючись до соціокультурних викликів); 2) впливу субкультур: історично street style тісно пов'язаний з різними молодіжними субкультурами, які формували свій унікальний візуальний код (хіппі, панки, скінхеди, готи та ін.); 3) сучасних модних тенденцій та міксування стилів: Street style постійно експериментує та поєднує різні елементи, що створює такі умовні напрями, як: спортивний / спорт-шик: використання елементів спортивного одягу (худі, кросівки, треніки) у повсякденних або навіть більш елегантних образах; мінімалізм: акцент на прості форми, нейтральні кольори та мінімум деталей; oversize: популярність об'ємних, мішкуватих речей (футболки, жакети, пальта); патріотичний: використання національної символіки, вишиванок, квіткових візерунків, особливо актуальний для України; кежуал: зручний повсякденний одяг; класичний: інтерпретація класичних елементів (жакети, брюки, сорочки) у неформальному контексті; денім: постійна актуальність джинсового одягу, в тому числі тотал-луки; з елементами бахроми: ковбойські або вінтажні акценти; в'язаний одяг: жилети, накидки, светри, які гармонійно поєднуються з кросівками та брюками.

### РОЗДІЛ 3

## ГЛОБАЛЬНИЙ І ЛОКАЛЬНИЙ ВИМІРИ STREET STYLE: ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА ТА ТРЕНДИ

### 3.1. Агенти візуалізації street style: між блогосферою та вуличною сценою

Вулична мода здобула популярність завдяки діяльності блогерів і фотографів, які щодня фіксували стильних людей на вулицях міст. Так, справжню «енциклопедію» моди створювали протягом не одного десятиліття street style-фотографи, завдяки знімкам яких можна простежити процес появи певних предметів гардеробу, образів, деталей тощо. Серії street style-фотографій – цілісні репортажі про суспільство, його звичаї, культуру та моду. Мета фотозйомки вуличної моди полягає в тому, щоб без попередньої постановки зафіксувати те, у що одягнені перехожі, у такий спосіб показати справжню моду. Цей жанр фото виник на початку 1900-х років, коли французькі часописи, зокрема такі, як ілюстрований щотижневий політичний журнал *Paris Illustré* та журнал мод *La Nouvelle Mode* у 1901–1902 рр. публікували фотографії, зроблені аматорами Карлом де Мазібургом та Едмондом Кордоньє. З 1909 р. на пленері працювали брати Зіберже – Жюль, Луї та Анрі, – які відкрили магазин у Парижі, щоб продавати «фотографії високої моди, фотографічні звіти паризького стилю», зроблені на іподромі, гоночних треках та різних курортах. «Їхня робота була документальною і документувала цикли моди, певні образи, не лише одяг, а й те, як його носять і втілюють у життя» [163] (рис. 3.1). У Сполучених Штатах приблизно з 1905 р. такі журнали, як *Vogue* і *Harper's Bazaar* також почали публікувати фотографії «справжньої» моди, в основному зроблені на французьких гонках [158]. У студії *Vogue* з 1913 р. почав створювати стилізовані світлини й французький барон А. де Мейєр [163].

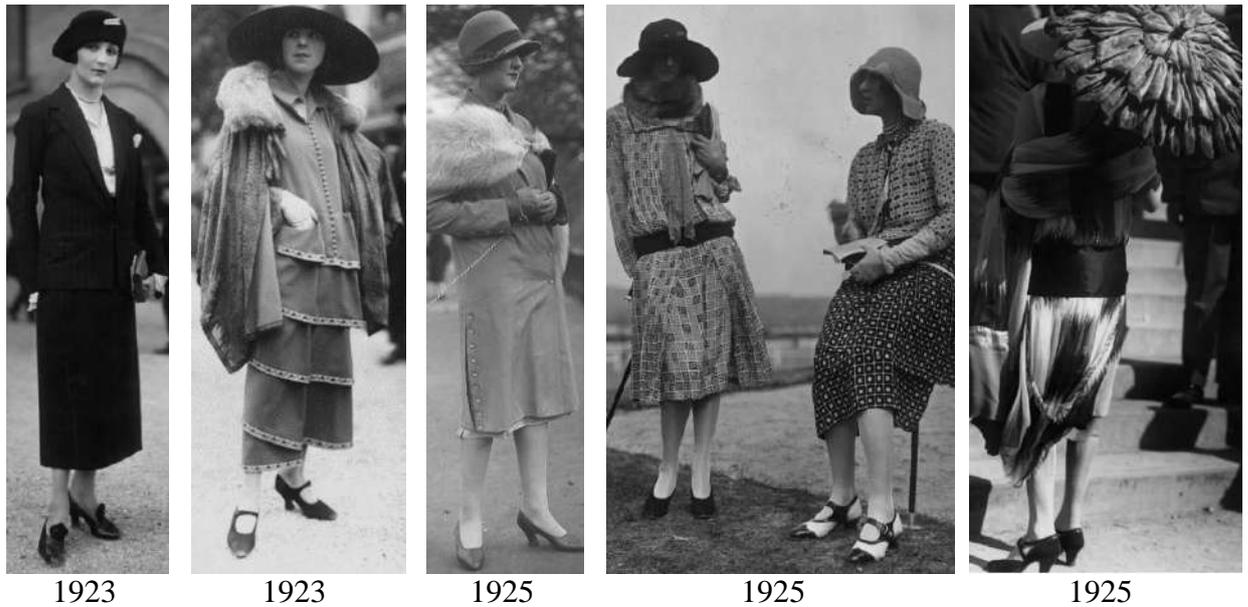


Рис. 3.1. Street style-фото братів Зіберже [163].

Особливу увагу привертають фото англійського ілюстратора Едварда Лінлі Самборна, який задокументував на своїх фотографіях повсякденний одяг, який носили жінки на вулицях Парижа та Лондона на початку ХХ ст. Його фотографії надзвичайно схожі на сучасну фотографію вуличної моди (рис. 3.2). З цього приводу Дейв Вокер, автор публікації «Вуличний стиль 1906: модний блог Едварда Лінлі Самборна» [294], відзначає, що блоги про вуличну моду є «справді новим явищем, продуктом інтернету, явищем двадцять першого століття. <...>. Фотографи фотографували на вулиці, відколи це було технічно можливо, але на початку ХХ ст. ніхто ніколи не створював блог про стиль. Але Едвард Лінлі Самборн був близький до цього. Єдина відмінність між вуличною фотографією Самборна та фотографіями сучасних блогерів полягає в тому, що здебільшого його суб'єкти не підозрювали, що їх фотографують. Самборн використовував приховану камеру» [294]. Дійсно, фотографії Е. Л. Самборна важливі для історії моди через невимушений вигляд об'єктів – вони демонструють, як жінки рухалися у своїх сукнях, як піднімали спідниці, щоб ходити або підніматися сходами тощо [158].



Рис. 3.2. Street style (1906). Фото Едварда Лінлі Самборна [294].

У 1940-х, 1950-х і навіть на початку 1960-х рр., як відзначає журналістка моди та культури Емі Оделл [225], на показах мод серед присутніх були й редактори різних журналів та fashion-ілюстратори, які за відсутності фотографії робили ескізи одягу, а потім продавали малюнки виданням. Уже наприкінці 1960-х покази мод почали відвідувати знаменитості, привертаючи все більше уваги до них, а фотографи почали робити більше фото і самих колекцій і подій за межами подіуму – усього того, що відбувається до, після та навколо модних шоу: street style, зустрічі, спонтанні перформанси, розмови та фотосесії біля входу тощо. У 1980-х у показах мод брали участь супермоделі як панівні обличчя світу моди, увага до життя яких стала домінантою того часу – публіка шаленіла від жінок, фото яких міг собі дозволити розмістити на своїй обкладинці далеко не кожен журнал. Так звана «таблоїдна культура» знаменитостей, пропагована такими журналами, як, наприклад, *Us Weekly*, була на високому рівні – за супермоделями постійно стежили фотографи. Образи знаменитостей того часу – Наомі Кемпбел, Сідні Кроуфорд, Клаудія Шиффер – у вільний від роботи час представляли поєднання street style та Тижня моди, завдяки чому виник новий стиль – street style Тижня моди. Крім супермоделей, street style-фотографи намагалися сфотографувати й редакторів модних журналів, відомих у межах професійної спільноти моди своїм

стильним одягом: популярність street style-фотографії зумовила постійний інтерес поза шоу до fashion-редакторів. Так, італійського редактора Анну Делло Руссо, яка створювала розвороти для японського *Vogue*, регулярно зупиняли поза межами модних показів, щоб сфотографувати, оскільки вона завжди носила повний образ з подіумів. З появою і стрімким розвитком цифрової фотографії у 2000-х рр. фотографи могли більше не заощаджувати фотоплівку і фотографували все, що було пов'язане з показами мод і не тільки [225]. Ідею фотографувати і розміщати на сторінках своїх журналів фото модно одягнених людей підхопили видання у всьому світі. Зростання кількості модних журналів сприяло популяризації street style, що, зрештою, суттєво вплинуло й на масову культуру, крім того, вперше в модний тренд були включені й чоловіки – Джеймс Бонд став іконою стилю для чоловіків, які хотіли наслідувати його статусний вигляд [284].

Появу сучасної street style-фотографії прийнято датувати кінцем 1970-х – початком 1980-х років, коли американські фотографи моди Білл Каннінгем та Джамель Шабазз документували вулиці Нью-Йорка, а у 1980-х рр. з'явилися перші фотопублікації про street style looks. Щоправда, щодо країни походження останніх й досі точаться дискусії і серед дослідників, і серед дизайнерів і фотографів. Одні схиляються до думки про американське походження, інші – японське чи то європейське. Наприклад, на користь японського походження свідчать фотографії Сеїчі Аокі, опубліковані у японському журналі *FRUITS*, засновником якого був сам Сеїчі Аокі з 1997 року. Він вів хроніку стилю різних груп молодих людей, які часто збиралися і проводили час у Харадзюку, районі Токіо, який сьогодні став меккою моди в Японії [188]. У журналі публікували фото образів звичайних жителів міст, що привертати увагу індивідуальним і безпосереднім стилем. Як зауважив С. Аокі, «FRUiTS – це цінний запис про подію, яка, можливо, ніколи більше не повториться» [188]. З 2023 року перший випуск *FRUiTS* доступний англійською мовою у форматі ePub.

Та все ж більшість дослідників дотримуються протилежної думки, вважаючи «першовідкривачем» публікацій про street style looks Білла Каннінгема. Завдяки його фотографіям перехожих щотижнева візуальна колонка «На вулиці» додала ще більшої популярності газеті *The New York Times*, в якій він працював репортером [295], і в якій з 1992 року було відкрито щотижневий розділ під назвою «Стилі The Times» [241] (рис. 3.3). Б. Каннінгем, якого називали «батьком street style» [241], безпомилково вловлював кожну модну хвилю не лише на подіумах під час модних показів, а й на вулицях. Він виразно ілюстрував тенденції моди за допомогою фотографій жінок і чоловіків, які ходили по Мангеттену – особливо на розі 57-ї вулиці та 5-ї авеню, знакового перехрестя, розташованого на межі центральної модної, культурної та комерційної зони міста. Б. Каннінгем влучно вказав, що street style – найкраще модне шоу, яке щодня оживає на вулицях [121].



Рис. 3.3. Колонка «На вулиці» Б. Каннінгема у газеті *The New York Times* [241].

Білл Каннінгем десятиліттями фотографував моду на вулицях Нью-Йорка. На своєму сайті [billcunninghammovie.com](http://billcunninghammovie.com) культовий вуличний фотограф та історик моди за допомогою своїх фотографій, вибраних із понад 3-х мільйонів раніше непублікованих зображень і документів, «розповідає» про демократичний погляд на моду та суспільство, демонструючи неймовірну пристрасність до свого мистецтва та унікальний вуличний стиль мешканців Нью-Йорка.

Принагідно варто відзначити, що термін «демократизація моди» означає рух до різноманітнішого та інклюзивного модного бізнесу, де кожен може розвивати та виражати своє особисте почуття стилю. Цьому переходу сприяв розвиток соціальних мереж, які спростили людям вираження та просування свого індивідуального стилю серед глобальної аудиторії. В результаті важливість особистого стилю зростає: люди все частіше використовують моду для вираження своєї індивідуальності. Дизайнери незалежних або малих брендів стали популярнішими внаслідок демократизації індустрії моди, оскільки тепер вони можуть легко взаємодіяти зі своїми клієнтами у соціальних мережах. Це допомогло диверсифікувати індустрію моди та вивести на передній план нові перспективи та ідеї. Загалом, демократизація моди допомогла зробити моду доступнішою та інклюзивнішою для всіх [282].

Крім fashion-фотографії, важливим каналом розповсюдження інформації про street style стало блогерство. Одним із найбільш відомих блогів про вуличний стиль є легендарний *The Sartorialist* американського фотографа Скотта Шумана. Цей блог став першим каналом, який щодня відвідують сотні тисяч людей з усього світу, прагнучи ознайомитися з особливостями street style [261]. За словами самого С. Шумана, світ моди надто довго прославляв екстравагантні та непрактичні моделі, тим самим дистанціюючись від чоловіків і жінок на вулицях, тому він й реалізував свій «намір відтворити взаємодію моди та повсякденного життя» [180]. Фотографії С. Шумана ніколи не бувають штучними, перевантаженими чи зрежисованими; натомість вони зображують реальних людей, з якими кожен може зустрітися на вулиці. Він

ніколи не фотографує своїх моделей у студії. Але без С. Шумана не обходиться жоден fashion-захід, зокрема він знімає моделі і гостей під час Тижня моди у Нью-Йорку. У 2009 році С. Шуман видав однойменний фотоальбом, в якому виразно продемонстровано характерні ознаки цього стилю у різних країнах [247] (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Фотоальбом “The Sartorialist” С. Шумана (2009) [247].

Власний досвід у веденні блогу з використанням яскравих вуличних образів та багатих етнографічних деталей описує у своїй книзі «Street style: етнографія модних блогів» (Street Style: An Ethnography of Fashion Blogging, 2016) американський антрополог Brent Luvaas [213]. Він переконаний, що блогери стирають межу між професіоналом та аматором, інсайдером та аутсайдером, собою та брендом. Досліджуючи вуличний стиль, Б. Луваас задокументував еволюцію street style-фотографії – від вулиць Філадельфії до тротуарів Тижня моди у Нью-Йорку (рис. 3.5). Крім того, він ділиться досвідом, як стати «вуличним» блогером, як розпізнавати об’єкти street style, як фотографувати його на Тижні моди у Нью-Йорку тощо.



Рис. 3.5. Street style-фотографії Б. Лувааса (із книги “Street Style: An Ethnography of Fashion Blogging”) [213].

Інший фотограф Філ Ох запустив свій блог *Mr. Street Peeper* у 2007 році, а у 2011 році він знімав свій перший Тиждень моди для *Vogue* [183]. За street style-фотографіями Філа Оха під час тижнів моди можна прослідкувати зміни у стилі у 2010-х роках (Додаток Г). У його об’єктив потрапили костюми з яскравими кольорами, сміливим макіяжем та авангардними силуетами, що відображають вплив нових креативних директорів таких брендів, як Dries Van Noten, Tom Ford та Givenchy. Ці знімки демонструють, як street style стає майданчиком для експериментів та самовираження. Пізніше цей тренд підхопили майже усі глясові журнали і видання, що мають безпосереднє відношення до моди. Street style-фото почали з’являтися на сторінках таких найавторитетніших fashion-видань, як *Business of Fashion*, *Vogue*, *ELLE*, міжнародних видань *VICE*, *Daily Mail* та ін., особливо під час проведення модних показів. Ці фотографії відіграють ключову роль у фіксації та популяризації street style – вони не лише документують модні образи гостей показів, але й формують уявлення про актуальні тенденції та естетику сучасної моди. Так, у Нью-Йорку під час Тижня моди Осінь–зима 2025 *Harper’s Bazaar* представив добірку понад 20+ образів, що поєднують практичність та стиль [289]. На вулицях міста можна було побачити комбінації з замші, штучного хутра, стьобаних пальт та мереживних суконь, що відображають адаптацію моди до погодних умов та індивідуальних вподобань. Під час Тижня моди в

Мілані, присвяченого колекціям сезону Осінь–зима 2025, *ELLE* зафіксував вуличні образи, що поєднують італійську елегантність із сучасними трендами. Серед них – поєднання класичних пальт з яскравими аксесуарами, використання насичених кольорів і текстур, що відображають унікальний стиль міланської модної сцени [229]. Видання *Dazed* висвітлило street style під час Тижня моди в Парижі навесні 2025 року, акцентуючи увагу на нестандартних образах. Серед зафіксованих стилізацій – макіяж у стилі клоунів, пальта Rick Owens, металеві аксесуари та шкіряні куртки, що демонструють сміливість та індивідуальність учасників модної події [257]. Ці приклади показово ілюструють, як street style-фотографії в провідних модних виданнях не лише документують, але й формують сучасні модні тенденції, перетворюючи вуличну моду на важливий елемент глобального модного дискурсу.

Услід за Б. Каннінгемом і С. Шуманом, Б. Луваасом та Ф. Охом вуличних модників почали фотографувати й інші: канадець Томмі Тон, парижанин Набіл Кенум, харизматичний Адам Кац Сіндінг [257] та ін. Поступово фотомитці почали все активніше висвітлювати street style, подорожуючи різними містами світу, доводячи, що мода – це не тільки для молодих і худорлявих, як це декларували глянцеві журнали і покази мод на подіумах. До об'єктів фотокамер потрапляли люди різного віку, статури і типів шкіри, але їх об'єднувало одне: вони мали стильний вигляд і демонстрували власну індивідуальність.

Поширенню street style значно посприяли соціальні мережі, роблячи його з початку XXI століття більш популярним за рахунок надання майданчика для просування індивідуального стилю серед глобальної аудиторії. Платформи, такі як Instagram, Pinterest, Tumblr, Facebook, TikTok і YouTube, ставши каталізаторами поширення street style, дають змогу людям швидко ділитися своїми вподобаннями, знаходити нові дизайни, стилістів і однодумців. Наприклад, на чоловічий street style має вплив відомий Instagram-блогер та італійський модник і в минулому модель Френк Галлуччі

(@frankgallucci). Його виділяють у street style-світі через його надзвичайно яскравий талант поєднувати класику з повсякденністю [40]. Впливовими фігурами є також Алесандро Скуарці (@alessandrosquarzi), бізнесмен у сфері fashion-індустрії, «італійський ветеран моди», оригінальний стиль якого завжди опиняється в об'єктивах фотографів. Одним із найзнаменитіших у світі чоловіків-моделей, які мали значний вплив на street style, є й Девід Ганді (@davidgandy\_official). За свою тривалу кар'єру він брав участь у показах Dolce & Gabbana, Banana Republic та Marks & Spencer. Модель є амбасадором британської вуличної класики та послом Тижня моди в Лондоні [40] (рис. 3.6).



а) Френк Галлуччі

б) Девід Ганді

Рис. 3.6. Чоловіки – легенди street style [12].

Серед найвпливовіших проєктів, присвячених вуличній моді, варто виокремити фотоблог *Face Hunter* [182], створений у 2006 році швейцарським фотографом Іваном Родічем (Yvan Rodic). Завдяки унікальному підходу до фіксації стилю звичайних людей на вулицях міст у різних країнах світу, цей блог швидко здобув популярність і став знаковим явищем у сфері вуличної моди. Родіч відвідав понад 30 країн, документуючи візуальне розмаїття стилів, які відображають культурну специфіку, особисту свободу та індивідуальність.

Його роботи публікували такі авторитетні видання, як *Vogue*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, *Vogue Australia*. Блог *Face Hunter* відіграв важливу роль у демократизації моди, доводячи, що стиль не зводиться лише до високої моди чи подіумів, а «живе» на вулицях і формується щоденними проявами особистості. Цей підхід надихнув чимало інших фотографів та блогерів на створення подібних візуальних проєктів. На основі матеріалів блогу Родіч опублікував кілька книг: “Facehunter” (2010) [239], “A Year in the Life of Face Hunter” (2013) [238] та “Travels with Face Hunter” (2013) [240], які стали візуальними щоденниками його подорожей і спостережень за вуличною модою (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Із книг Івана Родіча про блог *Face Hunter* [238; 239; 240].

Окрім блогу, Іван Родіч активно веде акаунт в Instagram під ніком @facehunter, де продовжує ділитися фотографіями, а також роздумами про моду, стиль життя й урбаністичну естетику. *Face Hunter* і сьогодні залишається важливим джерелом натхнення для тих, хто цікавиться феноменом вуличної моди та її впливом на глобальні тренди.

Варто відзначити й *Le 21ème* – фотоблог Адама Каца Сіндінга (Adam Katz Sinding), американського фотографа, який став всесвітньо відомим завдяки своєму кінематографічному, іноді майже репортажному підходу до зйомки вуличної моди [288]. Заснований у 2007 році, блог *Le 21ème* не просто фіксує образи модників, а створює атмосферні кадри, що підкреслюють ритм

міста та індивідуальність персонажів. Фотографії Сіндінга вирізняє чутливість до жестів, композиції й моменту. Його роботи з'являлися в *GQ*, *Vogue*, *WWD*, *Hypebeast* та багатьох інших міжнародних виданнях. Сьогодні він також співпрацює з брендами та fashion-платформами як офіційний фотограф модних подій.

У свою чергу *Style du Monde* – це один із найвідоміших онлайн-щоденників street style-фотографії, заснований бельгійською фотографкою Акельє Кольєн (Acielle Colleen) [245]. З 2008 року вона документує вуличну моду під час тижнів моди у Парижі, Мілані, Лондоні та Нью-Йорку. Її стиль вирізняється спостережливістю, елегантною простотою й особливою увагою до деталей образів. Кольєн не просто фіксує модний одяг, а вибудовує візуальний наратив навколо особистостей, атмосфери подій і міського середовища. Завдяки цьому *Style du Monde* перетворився на впливову платформу, яку цитують модні ЗМІ (*Vogue*, *The Cut* та ін.) і який задає стандарти вуличної модної фотографії.

Загалом на платформі *Activate* (раніше *Bloglovin*) – популярному агрегаторі блогів, який дає змогу користувачам знаходити серед величезної кількості та підписуватися на різноманітні блоги, включаючи присвячені street style: *The Sartorialist*, *Vanessa Jackman*, *TheUrbanSpotter* та ін. Важливий внесок у популяризацію street style здійснюють інфлюенсери вуличної моди:

– Zaklina Pisano (@realfashionist) – модна блогерка сербсько-швейцарського походження, яка стала відомою завдяки своєму витонченому стилю, що поєднує елегантність і сучасні тренди. Вона здобула популярність як «бабуся-модель», підкреслюючи, що стиль не має віку;

– Füsün Lindner (@shortstoriesandskirts) – німецька блогерка з турецьким корінням, яка ділиться своїми повсякденними образами з акцентом на жіночність, зручність та вуличну елегантність. Її блог *Short Stories & Skirts* орієнтований на smart-casual стиль;

– Micah Gianneli (@micahgianneli) – австралійська інфлюенсерка, модель і стилістка, відома своїм сміливим, футуристичним і сексуальним street

style. Її образи часто включають силуетність, шкіру, шипи, високі підбори та футуристичні аксесуари;

– Annabelle Fleur (@vivaluxuryblog) – каліфорнійська блогерка, яка поєднує класику, яскраві кольори й модні елементи. Її стиль – втілення каліфорнійської жіночності з елементами витонченості; засновниця блогу *Viva Luxury*;

– Mary Orton (@maryorton) – засновниця блогу *Memorandum*, де демонструє стиль power dressing – елегантне ділове вбрання з акцентом на фемінність. Її стиль – зразок поєднання офісної моди та вуличної естетики;

– Erica Hoida (@fashionedchicstyling) – американська стилістка, яка прославилася завдяки нейтральним кольорам, монохромним образам і виразному, але стриманому стилю. Часто використовує масивні прикраси, великі пальта й високі підбори;

– Maria Vizuetе (@miamiamine) – колишня біржова аналітикиня, яка стала fashion-блогеркою. Її блог *Mia Mia Mine* пропонує образи, що поєднують люкс і доступну моду. Часто демонструє повсякденні аутфіти з акцентом на стильні аксесуари;

– Folake Kuye Huntoon (@stylepantry) – нігерійсько-американська інфлюенсерка, яка керує блогом *Style Pantry*. Відома своїм яскравим, креативним і самобутнім стилем, часто натхненним африканськими мотивами. Вона популяризує кольорові вбрання та етнічні елементи;

– Sasha Simón (@sashasimon) – модна блогерка з Нью-Йорка, яка прославилася мінімалістичним, але виразним стилем, що поєднує урбаністичні силуети й сучасну жіночність. Її Instagram – приклад стриманої елегантності;

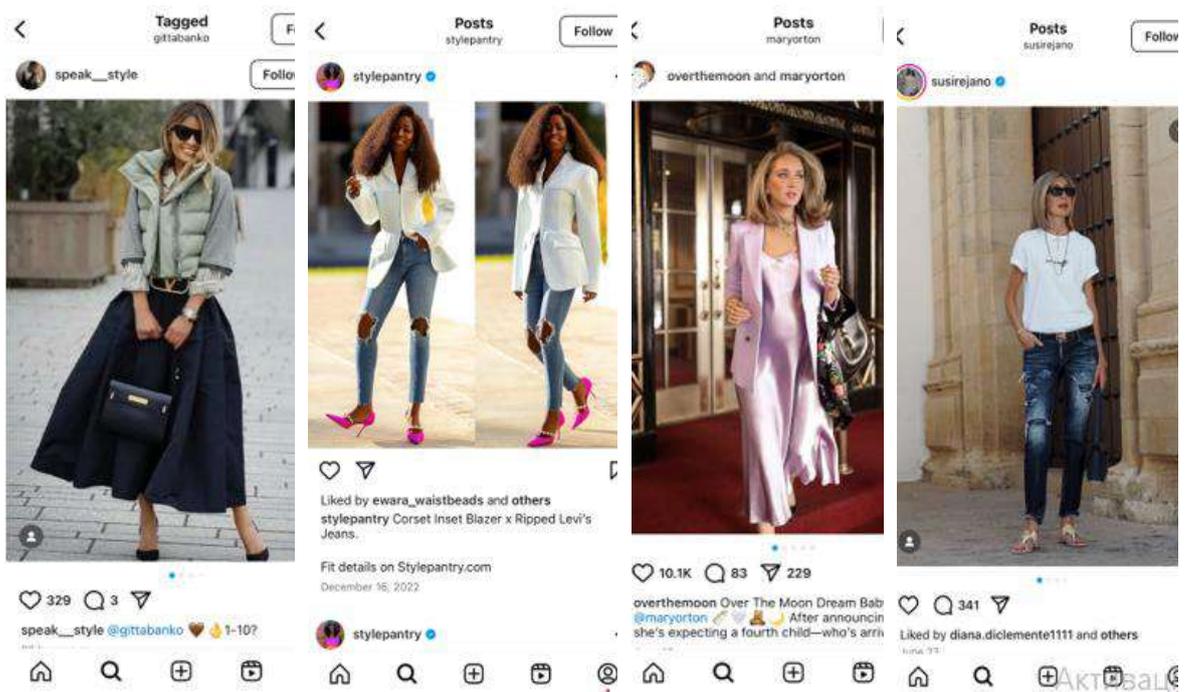
– Gitta Banko (@gittabanko) – німецька модна інфлюенсерка з розкішним street style. Її образи завжди естетично вивірені, з поєднанням люксових брендів та експериментальних силуетів;

– Susi Rejano (@susirejano) – іспанська стилістка, яка популяризує розслаблений, сучасний та комфортний стиль. Її образи – приклад стриманої витонченості з елементами athleisure та casual;

– Sheryl Luke (@walkinwonderland) – блогерка з Лос-Анджелеса, яка демонструє мінімалістичний, сучасний стиль. Її образи – прості, зручні та актуальні; вона поєднує доступні бренди з модними акцентами;

– Wendy Nguyen (@wendyslookbook) – американська блогерка в'єтнамського походження, яка здобула популярність завдяки YouTube-відео «25 ways to wear a scarf in 4.5 minutes». Її стиль – класичний з модними елементами, вона часто поєднує люкс та high-street моду.

Приклади популяризації street style інфлюенсерами вуличної моди наведено на рис. 3.8.



Gitta Banko  
(@gittabanko)

Folake Kuye Huntton  
(@stylepantry)

Mary Orton  
(@maryorton)

Susi Rejano  
(@susirejano)

Рис. 3.8. Інфлюенсери вуличної моди

Знаковим проектом у сфері вуличної моди є блог австралійської фотографки Ванесси Джекман (*Vanessa Jackman*), яка здобула популярність

завдяки своїм чуттєвим і витонченим знімкам людей на вулицях модних столиць світу. Починаючи з 2008 року, її фотоблог (<https://vanessajackman.blogspot.com/>) привернув увагу модної спільноти завдяки поєднанню репортажної точності, естетичної вишуканості й уваги до індивідуальності кожного героя. На відміну від більш зухвалих або концептуальних блогів, Джекман фокусується на природній красі, легкості та повсякденному шармі модних образів. Її роботи охоплюють міста на кшталт Нью-Йорка, Лондона, Парижа та Мілана під час тижнів моди, але також фіксують непоказні, спонтанні моменти street style поза рамками великих подій. Її фотографії не лише демонструють сучасні тренди, а й розкривають атмосферу міського життя крізь призму персонального стилю. Знімки Джекман публікувалися у таких виданнях, як *Style.com*, *Vogue*, *Glamour*, *Harper's Bazaar* та *Marie Claire*. Блог *Vanessa Jackman* суттєво впливає на сприйняття вуличної моди як форми візуального мистецтва та способу особистої самопрезентації. Її підхід поєднує документальну фотографію з модною естетикою, що робить її проєкт важливим джерелом для дослідження культурних практик самовираження через одяг (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Street style-фотографії Ванесси Джекман (Лондон, Париж, 2016). URL: <https://vanessajackman.blogspot.com/> (дата звернення: 10.05.2025).

Таким чином, поява соціальних мереж і їх активне використання значно сприяли популяризації street style та підвищенню ролі особистого стилю в моді, який перетворився на важливий інструмент самовираження, роблячи моду більш демократичною. Модні тенденції тепер поширюються набагато швидше, а street style став більш сміливим, яскравим і привабливим. За словами авторів блогу *Elsewhere*, «вуличний одяг став доступнішим, ніж звичайний дизайнерський одяг високої моди. Це сприяло розвитку спільноти, співпраці та художнього самовираження» [181].

Дійсно, дизайнери вуличної моди активно використовують Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, щоб впливати на вибір одягу своєї аудиторії. Інфлюенсери, лідери думок у сфері вуличної моди, з різних країн і культур демонструють унікальні поєднання елегантності, комфорту, креативності та актуальних трендів, пропонуючи різноманітні образи – від футуристичних і сміливих до мінімалістичних і стриманих, а також яскравих і етнічно натхнених, що підкреслюють індивідуальність, вікову різноманітність і змішання люксової та доступної моди. Шанувальники street fashion активно використовують соціальні мережі для демонстрації унікальних образів, ознайомлення з новинками та спілкування з однодумцями по всьому світу. Вуличні стилісти мають більшу свободу у виборі стилю, що дає їм змогу виражати себе більш вільно, ніж у традиційній високій моді, при цьому вони використовують соціальні мережі і дефіцит продуктів як потужні маркетингові інструменти. Водночас виробники модного одягу переймають ідеї компаній street fashion, наприклад концепцію капсульних колекцій обмеженого випуску, відомих як «дроппи». Таким чином, візуальний контент не лише презентує одяг, а й формує наративи про стиль, самовираження, культуру і міське життя. Публікації фото з образами на вулицях, з подіумів, з друзями або під час подорожей стали ключовим інструментом популяризації стилю та естетики. Такий прийом близький до «епатажного» кітчю, а сам мейнстрім є одним із проявів кітчю в сучасному одязі [133, с. 230].

Важливо відзначити, що у *street style* дедалі помітнішою стає тенденція «непоказного» або «неафішованого» престижу (*conspicuous invisibility*), коли соціальний статус більше не виражається через кричущу логоманію чи демонстративну розкіш, а радше через культурний капітал, знання модних кодів, тонкі поєднання унікальних і «небрендових» речей. Такий підхід є продовженням і трансформацією класичної моделі демонстративного споживання, яку ще у 1899 році у своєму трактаті з економіки «Теорія дозвілленого класу: економічне дослідження інституцій» описував Т. Веблен: якщо раніше еліти відкрито демонстрували своє багатство через коштовності, люксові аксесуари і відомі бренди, то сьогодні вони радше створюють образ «свого серед інших» – зі смаком, стилем і «правильним» вибором, зрозумілим лише обізнаним [292].

Цей феномен має кілька ключових причин. Насамперед відбувається переосмислення самого поняття престижу й статусу. Якщо у 2000-х роках це означало яскраву демонстрацію розкоші, то наразі – це якість, витонченість і відмова від очевидних брендових маркерів. Справжній статус розпізнається через якісні тканини, майстерне кроєння, увагу до деталей та індивідуальний підхід до стилю – не через копіювання трендів, а через вміння їх інтерпретувати. У масовій культурі цю модель добре ілюструє, наприклад, образ героїв серіалу “*Succession*” (рис. 3.10), де одяг персонажів коштує дорого, але виглядає максимально стримано, ненав’язливо. Серіал демонструє кращі модні бренди, що відрізняються вишуканим смаком: від багатого гардеробу Шива від *Ralph Lauren* до фірмових кашемірових бейсболок *Кендалл Loro Piana* – без логотипу і достатньо практичних. Цей стиль отримав назву *stealth wealth* – приховане багатство [296].

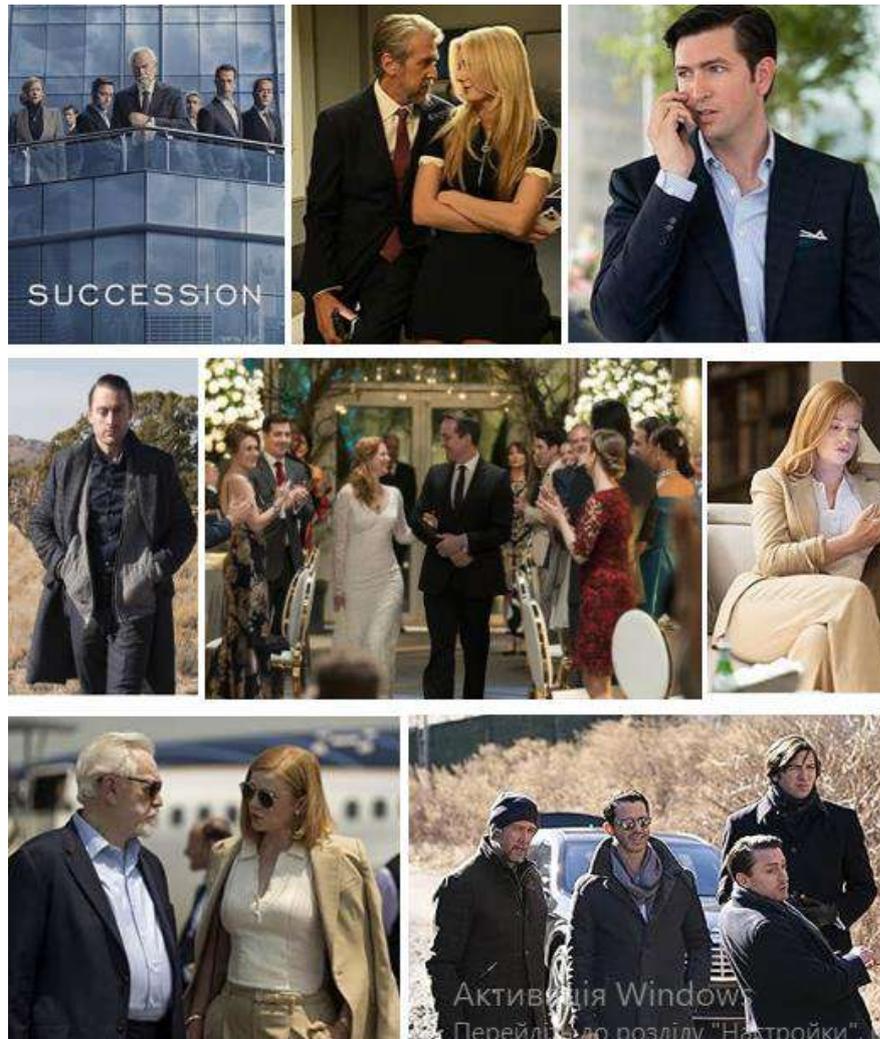


Рис. 3.10. Образи героїв серіалу “Succession” [269].

Інша важлива причина – зміна культурних кодів у глобалізованій моді. Престиж більше не залежить лише від належності до великого бренду. Натомість на перший план виходить естетична стриманість, екологічність, усвідомлене споживання, унікальність речей, що мають історію: вінтаж, локальні бренди, ручна робота. Такий стиль, орієнтований на вузьке коло «посвячених», стає новою формою символічного капіталу, уперше описаного у 1979 р. П. Бурдьє у праці «Розрізнення: Соціальна критика судження смаку» [165]. Справжній «свій» розпізнає «свого» не за логотипом, а за жестами, поєднаннями, стилістичними нюансами. На цьому тлі важливою стала також етична й екологічна мода. Багато споживачів відмовляються від кричущої демонстративності на користь *sustainable fashion* (відповідальної моди), *slow*

*fashion* (повільного, тривалого споживання), підтримки локальних дизайнерів і майстерень. Такий вибір не зумовлений економією – радше вони є етичним і культурним жестом, що сигналізує про належність до прогресивної, інтелектуально обізнаної частини спільноти.

Не менш значущим чинником поширення тенденції *conspicuous invisibility* стає втома від надмірного медійного насичення. У добу Instagram, TikTok і візуального перенасичення речі, що були кричущими, втратили ефект новизни. Натомість зростає попит на автентичність, що виявляється у простоті, стриманості, чистих силуетах і влучно підібраній кольоровій палітрі. У 2023–2024 роках з цією естетикою тісно пов'язаний стиль *quiet luxury* (рис. 3.11) – розкіш без логотипів, що його представляють бренди The Row, Loro Piana, Totême, Khaite. Нарешті, вулична мода надає унікальні культурні контексти для такого «непоказного престижу». У стильних кварталах Лондона, Копенгагена тощо дедалі частіше з'являються образи, які акцентують не на ціні, а на смаку, не на брендовості, а на продуманому міксі люксу й базових речей. Показовим є поєднання унікального пальта локального виробника з масмаркетом або вінтажною сумкою від люксового бренду – і все це подане з такою впевненістю, яка говорить більше, ніж логотип.



Рис. 3.11. Стиль *quiet luxury* [235].

Таким чином, у сучасному соціокультурному контексті *street style* трансформується в механізм витонченої «статусної сигналізації». Замість

відвертої демонстрації матеріального достатку, елітні групи оперують складними стилістичними кодами, що функціонують як маркери ідентифікації всередині модного дискурсу. Ключовим аспектом є не стільки об'єктивна вартість або бренд одягу, скільки інтерпретація та кодифікація елементів образу. Значення набуває здатність індивіда втілити в своєму зовнішньому вигляді глибину, індивідуальність, етичну позицію та культурну компетентність. У цьому аспекті вулична мода стає найбільш адаптивним і пластичним інструментом для здійснення таких соціальних жестів.

Формування *street style* як культурного й естетичного явища нерозривно пов'язане з урбаністичними середовищами, які не лише «приймають» моду, а й активно її продукують. У європейському та американському контекстах саме мегаполіси стали точками концентрації творчої енергії, субкультурної активності та модної репрезентації. У цих містах вулична мода перетворилася на соціальний «дисплей», простір візуального самовираження та інструмент неформальної комунікації.

Нью-Йорк (США) – місто, в якому *street style* набуває найрізноманітніших форм – від андеграунду до гламурного спортшику. Нью-Йорк став осередком демократичної, індивідуалістичної моди, яку прославили такі фотографи, як Білл Каннінгем. Райони SoHo, Brooklyn, Williamsburg сформували цілі стилістичні напрями: мінімалізм, хіпстерська естетика, *portmanteau*. Важливою подією, що впливає на *street style*, є New York Fashion Week, особливо поза подіумами.

Париж – місто, де *street style* поєднує елегантність із богемною недбалістю. Це стиль *effortless chic*, що поєднує простоту, витонченість і концептуальність. Під час Paris Fashion Week вулиці біля Лувру, Grand Palais та Palais de Tokyo перетворюються на «сцени» *street style*-перформансів. Столиця французької моди є ідеальним місцем для спостереження за «перетіканням» високої моди у повсякденний міський одяг.

Лондон вирізняється своєю еkleктичністю, іронією та відкритістю до експерименту. Саме тут вулична мода часто є виразником політичної або

соціальної позиції. Camden Town, Brick Lane, Shoreditch – культові райони, де виникли панк, скінхед, рейв, грайм та інші субкультурні рухи. Лондонський street style – це протест, театральність, багатошаровість. Місто щороку приваблює вуличних фотографів під час London Fashion Week.

На вулицях Мілана street style – це не бунт, а стильне продовження runway-моди. Італійці славляться увагою до деталей, поєднанням класики з експресією. Міланський стиль поєднує розкіш, сексуальність, практичність та національний код (вишукані тканини, архітектурні крої). Під час Milano Fashion Week фотографи зосереджують увагу на журналістах, стилістах, редакторах і зірках street fashion у районі Via Tortona.

Берлін – місто з андеграундною естетикою, де street style – це маніфест незалежності та індивідуалізму. Типові риси: багатошаровість, чорний колір, секонд-хенд, «сліпі» поєднання. У районі Kreuzberg, а також поблизу галерей на Potsdamer Platz можна побачити street style як форму арт-маніфестації. Берлін уособлює філософію slow fashion, апсайклінгу та антигламурної естетики (рис. 3.12).



Рис. 3.12. Типові риси вуличного стилю міста Берлін, 2024 [144].

Варто також відзначити й інші помітні місця: Копенгаген – мінімалізм, скандинавський комфорт, нейтральні кольори; впливовий через Copenhagen

Fashion Week; Лос-Анджелес – street style з елементами athleisure, серф-естетики, впливом хіп-хопу та культури TikTok; Амстердам – стиль креативного класу, велосипедна мода, злиття еко-стилю з вуличним casual (рис. 3.13).



Лос-Анджелес, street style [301].

Амстердам, street style [258].

Рис. 3.13 Особливості street style в Лос-Анджелесі і Амстердамі

Таким чином, street style – це не просто мода «з вулиці», а своєрідне урбаністичне «дзеркало» культурних кодів міста. У таких мегаполісах, як Нью-Йорк, Лондон, Париж, Мілан і Берлін, сформувалися ключові естетичні моделі, що вплинули як на глобальний розвиток street style, так і на його локальні варіації – зокрема в Україні. Ці міста не лише позиціонують себе як світові модні центри, а й послідовно вибудовують власний модний дискурс. Враховуючи історико-культурний контекст, саме вони задають тон street style – не лише в розумінні вуличної моди, пов’язаної із субкультурами, а й як стилю одягу перехожих (*la passante* – термін А. Рокамори [1237, с. 129]). Цілком закономірно, що традиційні столиці моди – Мілан, Париж, Лондон і Нью-Йорк, відомі як «Велика четвірка» – стали законодавцями street style. Саме під час сезонних тижнів моди в цих містах можна простежити актуальні тенденції: дизайнери на подіумах і численні гості заходів надихають на модні

експерименти та втілення сміливих, іноді екстраординарних стильових рішень [260] (приклади образів street style під час тижнів моди наведено у Додатку Д).

Зокрема, у вересні 2019 року Тиждень моди (сезон Весна–2020) відбувався у Мілані (добірку найпоказовіших прикладів вуличної моди представлено у Додатку Д, Рис. Д.1). На вулицях міста можна було спостерігати широкий спектр стилістичних рішень – від стриманих класичних костюмів до образів із нетиповим поєднанням кольорів, активним використанням яскравих відтінків та фактурної шкіри. Візуальне розмаїття street style віддзеркалює палітру міського простору Мілана, сповненого кольорів, фактур і відчуття історичної глибини. Міланські модниці демонструють схильність до синтезу різних стилів у повсякденному гардеробі: еkleктика поєднується з витонченістю, сучасні елементи – з класичними формами, а повсякденність – з елегантністю [220].

Тиждень моди в Мілані 2024 року став потужним проявом креативності та самовираження у вуличній моді. Одна з ключових тенденцій – активне використання яскравих принтів і візерунків, серед яких переважали квіткові мотиви та геометричні композиції. Міланські модниці впевнено демонстрували своє захоплення візуально насиченим оформленням образів, що підкреслювало прагнення до індивідуальності та виразності [279]. Значну роль у формуванні вуличної естетики відігравали ефектні аксесуари: масивні сонцезахисні окуляри, великі прикраси, яскраві сумки та нестандартні головні убори. Ці деталі виконували не лише декоративну, а й композиційну функцію, трансформуючи базове вбрання в цілісні стильові рішення з акцентом на експресивність [279]. Окрему нішу зайняли монохромні образи, в яких поєднувались стриманість та елегантність. Водночас дедалі більше значення надавалось етичним і екологічним аспектам моди. Так, прикладом стало поєднання індивідуально виготовленої куртки з органічної бавовни, брюк з високою талією з переробленого поліестеру, сумки зі вторинної шкіри та взуття від бренду, що дотримується принципів етичного виробництва [279]. Подібні приклади свідчать про зростання інтересу до сталих практик у сфері

street style. Тенденція до oversize-силуетів стала помітним протиставленням фігурам, що облягають: вона репрезентує орієнтацію на комфорт, впевненість і свободу руху. У вуличних образах це проявлялося через об'ємні жакети, широкі брюки та масивний верхній одяг. Характерним прикладом є ансамбль із двобортного піджака темно-бордового кольору в стилі oversize, доповненого широкими брюками в тон, масивним поясом, що акцентує талію, та мінімалістськими шкіряними ботильйонами [279]. Такий образ ілюструє зразковий баланс між сучасною модною тенденцією та класичною строгістю силуету.

Вражаючий емоційний відгук у публічному просторі Мілана під час Тижня моди сезону Весна–літо 2024 викликала тенденція гендерно-нейтральної моди. Цей напрям долає усталені уявлення про поділ одягу за статевою ознакою, пропонуючи андрогінні силуети, унісекс-моделі та гендерно-варіативні стилістичні рішення. Показовим прикладом такого підходу є вуличний образ, що включає зшитий на замовлення піджак oversize класичного чорного кольору, накинутий поверх білої сорочки на гудзиках. У поєднанні з прямими брюками та полірованими шкіряними брогами цей ансамбль виглядає водночас витримано класичним і позастатевим, чітко ілюструючи сучасні уявлення про інклюзивність, індивідуальність та розмивання гендерних меж у моді [279]. Однією з виразних тенденцій вуличного стилю Мілана також стало активне використання шкіряного одягу в нетрадиційній кольоровій палітрі. У вуличних ансамблях простежується поєднання речей відомих брендів, які репрезентують різні модні стратегії. Зокрема, модними фотографами було зафіксовано графічні кольорові блоки від *Fendi*, однотонні трикотажні вироби та об'ємні пальта з фактурного текстилю від *Max Mara*, прозорі пастельні тони в одязі *Prada*, а також ультракороткі моделі суконь від *New Gucci* [276] (частину згаданих образів представлено у рис. 3.14 і Додатку Д, Рис. Д.2).



Рис. 3.14. Образи street style на Тижні моди у Мілані, сезон Весна–літо 2024 [276].

Восени 2020 року у Лондоні та Парижі відбувся Тиждень моди (сезон Весна–літо 2021). З огляду на пандемію COVID-19 покази мали комбінований формат: частина з них проходила традиційно на подіумах, інші – транслювалися онлайн. Зокрема, відкриття Паризького тижня моди ознаменували покази брендів Coperni, Koché та Christian Dior, а завершальними акцентами стали шоу Chanel і Louis Vuitton [96]. Модні оглядачі зазначали, що актуальним для весняного сезону 2021 року стане поєднання практичного повсякденного одягу з химерними декоративними елементами, при цьому завершальним елементом образу залишатиметься захисна маска. У Додатку Д, Рис. Д.3 і Рис. Д.5 представлено добірку найхарактерніших вуличних образів Лондона [117] та Парижа [96], зафіксованих оглядачами видання *Vogue*.

Під час Тижня моди сезону Осінь–зима 2024/2025, що відбувався восени 2024 року в Лондоні, креативність проявлялася не лише на подіумах, а й у вуличному середовищі. Образи street style вирізнялися використанням оригінальних аксесуарів, серед яких – яскраві головні убори, масивні шарфи, а також стилістично нагромаджені ремені, надіті поверх блейзерів. Деякі

учасники модного процесу експериментували з поєднанням повсякденного одягу у межах одного образу, наприклад, поєднували жіночі сукні зі спортивним взуттям [277]. У рис. 3.15 і Додатку Д, Рис. Д.4 наведено приклади характерних вуличних образів Лондона 2024 року.



Рис. 3.15. Образи street style на Тижні моди у Лондоні, сезон Осінь–зима 2024/2025 [277].

Париж у межах тижнів моди сезону Осінь–зима 2024/2025 вкотре підтвердив статус світової столиці моди, зокрема завдяки особливому характеру французького street style. Демонстрація стилістичних практик парижан охоплювала як спортивні образи, так і варіації на тему класичних моделей – приміром, тренчів із декоративними розписами. Спостерігалися й тенденції до стилістичної провокації: відкриті животи попри лютневу прохолоду або збереження стриманої вишуканості в межах персонального «дрес-коду». Усі ці образи стали джерелом натхнення для розробки актуального гардеробу сезону [278]. У рис. 3.16 і Додатку Д, Рис. Д.6 подано приклади деяких вуличних образів Парижа 2024 року.



Рис. 3.16. Образи street style на Тижні моди у Парижі, сезон Осінь–зима 2024/2025 [278].

Інший приклад – Тиждень моди у Нью-Йорку восени 2023 року, під час якого провідні модні бренди представили свої колекції сезону Весна–літо 2024. Як заведено під час таких подій по всьому світу, вулиці Нью-Йорка на ці дні перетворилися на простір концентрації головних модних трендів: «діловий стиль, спідниці максі, прозорі тканини, звабліві топи й корсети, шкіра, светри, недбало накинуті на плечі, – всі ці й не тільки тенденції можна спостерігати у нью-йоркських модників у новому сезоні» [141] (у Додатку Д, Рис. Д. 7.1.–Д. 7.2 – фото кращих образів street style за версією *ELLE*). Популярність джинсів на вулицях модних столиць залишається незмінною: їх поєднують із топами, вільними блузами, жакетами з легких тканин тощо (Додаток Е). У сезоні Весна–літо 2024 джинси карго носять із кросівками, доповнюючи образ білою майкою, сорочкою в смужку та джинсовою курткою. Серед актуальних варіантів – коричневі джинси карго у поєднанні з жовтою блузою з V-подібним вирізом та двоколірними кросівками на платформі від *Lacoste*, *Chloé* або *Nike*. Або мішкуваті джинси карго з ефектом вицвітання – як база для гранжевого образу в комбінації з білими кросівками, кроптопом у тон і об’ємною сорочкою. Ще один варіант сезону – прямі джинси з накладними кишенями у поєднанні з трендовими кросівками *Adidas Samba*. Цікавий образ створюють світлі джинси з широкими кишенями у тандемі з барвистими кросівками, топом-бандо та блейзером у тонку смужку

[263] (Додаток Е, Рис. Е.1; варіативність поєднань джинсів із різними елементами гардеробу у 2024 році подано також у Додатку Е, Рис. Е.2). На вулицях модних столиць залишаються популярними джинси з низькою посадкою – основа для стилізацій в естетиці 1990-х років. Одними з головних трендів сезону є мішкуваті джинси, хоча трапляються і завужені моделі прямого крою. У моду повертаються й тренди минулих років і навіть десятиліть – рвані джинси, а також моделі з підкоченими штанинами. У 2024 році актуальними були поєднання джинсів із вільними сорочками, джемперами, світшотами, об’ємними піджаками – а подекуди навіть зі спідницями [265].

Елементи різних напрямів, таких як кежуал, панк, гранж, вінтаж, бохо-шик, глем-рок тощо поєднує чоловічий street style, перетворюючи цю суміш у неповторні вуличні образи, засновані на контрастах. Наприклад, класичний образ – це поєднання костюма лаконічного крою, кросівок, кепки і oversize-футболки з провокативним написом. Основою чоловічого гардеробу у street style є такі базові речі, як брюки кежуал, джинси, футболки, сорочки-поло, клубний піджак, светри, джемperi, бомбер, із взуття – кросівки, кеди. Обов’язковим елементом чоловічого вуличного стилю є аксесуари: кепки, капелюхи, снєпбеки, сумки, рюкзаки тощо. Приклади чоловічого street style подано у рис. 3.17 і Додатку Є, Рис. Є.1–Є.5.



Рис. 3.17. Приклади чоловічого street style [20].

Street style має національну специфіку. Зовнішній вигляд людей на вулицях французьких, американських, італійських, японських чи українських міст суттєво відрізняється. Завдяки роботі fashion-фотографів і стилістів-аналітиків можна простежити загальні тенденції розвитку street style та характерні локальні риси – зокрема, використання елементів національного костюма та етнічних традицій. У Парижі вулична мода відзначається романтичним забарвленням, у Лондоні переважає естетика гранжу, у Нью-Йорку відчутний вплив хіп-хоп-культури, репу та спортивного стилю [261]. Токійський street style тяжіє до вбрань, навіяних аніме та традиційним кімоно [114]. Особливістю є й те, що street style впливає на вибір одягу не лише місцевих жителів, а й туристів: Лондон спонукає до креативності, Париж – до елегантності, а в містах, де поширився стиль кідалт (як-от Амстердам і Копенгаген), спостерігається тенденція до розкутості й гри з образом. Водночас, із віддаленням від світових модних столиць street style трансформується у більш стриманий, умовно «повсякденний» епатаж (Додаток Ж, Рис. Ж.1–Ж.3).

Таким чином, street style – це постійна еволюція, що відображає дух свого часу. До ключових його характеристик сьогодні належать oversize-силуети, екологічність, футуристичні елементи, вплив street fashion тощо. Сучасний вуличний стиль вже не обов'язково ґрунтується на естетиці субкультурної молоді, однак не втрачає своєї бунтівної природи. Динаміку розвитку окремих образів street style можна прослідкувати за прикладами вуличної моди, наприклад, 2013 і 2023 років (Додаток И, фото з архіву *Vogue*). Так, якщо у 2013 році костюми мали більш приталений силует, а піджак було модно накидати на плечі, то у 2023 році спостерігається переважання розслабленого крою з oversize-формами та геометричними, зокрема квадратними, силуетами. Щодо спідниць, то вулична мода 2013 року тяжіла до скейтерських моделей від Miu Miu, натомість у 2023 році популярності набуло поєднання костюмного блейзера з білою футболкою для створення образу невимушеної безпосередності. Макс-спідниці залишаються

актуальними і в сучасному street style, однак, якщо у 2013 році переважали широкі фасони, то у 2023 – перевага надається джинсовим та структурованим моделям.

У 2013 році наймоднішим варіантом total-деніму були комбінезони у фермерському стилі. Сьогодні цей стиль зберігається, однак перевага надається «дорослішим» речам – наприклад, джинсовій куртці з рюшами від Ulla Johnson або джинсам від Chanel. Утилітарний одяг продовжує відігравати помітну роль у вуличній моді. Якщо у 2013 році був актуальним мінімалістичний сафарі-шик, то у 2023 – на перший план виходять брюки-карго зі збільшеними кишнями, багатошаровістю та яскравими силуетами. Зміни також простежуються в аксесуарах, зокрема у моделях сумок. Для 2013 року були характерними екстравагантні моделі з виразною палітрою – від квіткових аплікацій на сумках Prada до бісерної вишивки на крос-боді від Fendi. Натомість в останні роки переважає стримана елегантність [264].

Еволюцію street style можна прослідкувати й за роботами Філа Оха (прикладі наведено у Додатку Г, Рис. Г.1–Г.2). Так, у 2011 році майже всі жінки носили взуття на підборах – здебільшого шпильки, іноді доволі високі. У 2013 році з'явилися виразні тренди – сувенірні куртки та дзеркальні сонцезахисні окуляри. Починаючи з 2014 року, актуальності набувають ефектні пальта. У 2013–2014 роках жінки почали поступово замінювати підбори на кросівки, що засвідчує зростання популярності комфорту у street style. У 2015 році модними стають зім'яті джинси й квіткові сукні вільного крою («мішки»), а у 2016 – сукні з носовими хустинками як елементами декору та пишні парки з кількома принтами. З 2017 року спостерігається зростання інтересу до чоловічого одягу у жіночому street style, що досягає свого піку у 2018 році. Жінки дедалі частіше експериментують із чоловічими фасонами та елементами гардеробу. Трендом 2019 року стає прагнення одягатися відповідно до власного смаку, що підкреслює індивідуальність і справжність образу [183].

Отже, розвиток street style як явища візуальної культури тісно пов'язаний з діяльністю фотографів та блогерів, які документували вуличну моду з початку ХХ століття. Цей жанр еволюціонував від репортажних знімків братів Зіберже та Едварда Лінлі Самборна до сучасної street style-фотографії, що з'явилася наприкінці 1970-х – на початку 1980-х років завдяки Біллу Каннінґему та іншим. Поширення цифрової фотографії та соціальних мереж у 2000-х роках суттєво прискорило популяризацію street style, сприяючи «демократизації моди» та зростанню ролі особистого стилю як інструменту самовираження. Завдяки цьому street style став глобальним явищем, оскільки інтернет-платформи та соціальні мережі дозволили миттєво ділитися образами з усього світу, стираючи географічні кордони та роблячи тренди доступними для широкої аудиторії. Визначні блогери та інфлюенсери, такі як Скотт Шуман («The Sartorialist»), Іван Родіч («Face Hunter») та інші, стали ключовими агентами візуалізації, що стирають межі між високою модою та повсякденним життям. Сьогодні street style-фотографії не лише фіксують, а й активно формують модні тенденції, демонструючи перехід до «непоказного престижу».

### **3.2. Специфіка street style в Україні**

Усупереч поширеному переконанню, що «в століття глобалізації мода інтернаціональна», адже «модниці всього світу мають одні і ті ж моделі з паризьких або міланських показів, <...> все ж у кожній країні мода має свої національні особливості, які залежать від клімату, менталітету, національних традицій та багато чого іншого» [123]. В Україні street style, як і українська мода загалом, має свої особливості і у виникненні, і у подальшому розвитку, еволюціонувавши до повної свободи самовираження. І street style, і світова мода з'явилися в Україні значно пізніше, ніж в усьому світі. Усе через те, що в радянській Україні у другій половині ХХ ст. не існувало молодіжної моди у сучасному її розумінні, а молодіжні субкультури були й зовсім заборонені.

Проте, незважаючи на політику СРСР, орієнтовану на створення «залізної завіси» від Заходу, молодь все ж прагнула долучитися до модних західних течій. Почали формуватися субкультурні рухи, учасниками яких були «неформали» різного спрямування разом з музикантами, вдягненими в рок-н-рольні речі. Їх забороняли, переслідували за «несоціалістичний спосіб життя», та все ж вони спромоглися утворити «великий пласт молодіжної культури» – стиляги, хіпі, панки, рокери та ін. як внутрішній протест проти пануючої влади. Варто зазначити, що ці рухи переважно наслідували американський та британський субкультурні традиції і цінності. На цьому акцентує увагу й Х. Лозинська, стверджуючи, що «джерелом конструювання “культурних міфів” вітчизняних молодіжних субкультур став у першу чергу Захід. Починаючи від “стиляг”, молодіжні субкультури колишнього СРСР будували свій “Захід” відповідно до власних уявлень про західну культуру та систему цінностей, перебуваючи при цьому в середовищі національних культурних традицій» [79, с. 301].

Найбільш ранньою радянською субкультурою вважаються *стиляги*, як їх називали у радянській пресі, які почали з’являтися у великих містах Радянського Союзу, у тому числі і в Україні, у 50-х роках ХХ ст., «намагаючись зовнішністю і поведінкою копіювати американців. Зокрема, вони одягалися в яскравий і модний одяг, слухали блюз і джаз, вели світський спосіб життя, одночасно протестуючи проти “норм радянської моралі”» [78] (рис. 3.18). «Переймаючи одяг, аксесуари зарубіжної моди, перш за все американської, стиляги стали винятково явищем радянського суспільства середини і кінця 1950 рр.» [79, с. 301]. Вони виділялися з натовпу яскравим, часом безглуздим одягом, певною манерою мовлення (особливим сленгом). Причому в більшості своїй стиляги були вихідцями з інтелігентних сімей, висококультурними молодими людьми.

Культура *xini* в Україні за радянських часів, як і в усьому СРСР, поширилася із запізненням – ближче до початку 70-х років ХХ ст. [78]. «Вона була напівпідпільною і мала свій відмітний сленг (“вписка”, “герла”, “піпл”,

“сейшн”, “олдовий”, “флет”), а також протестувала проти класичного образу “радянської людини”» [78] (рис. 3.19). Хіпі створили свій унікальний стиль в одязі: «розкльошені, рвані або з різноколірними латочками джинси, необмежена кількість прикрас, етнічний одяг різних народів світу, прості сорочки й майки» [79, с.303]. Їх постійно переслідували, заарештовували, відраховували з навчальних закладів тощо.



Рис. 3.18. Стиляги (50-ті рр. XX ст.) [78]. Рис. 3.19. Хіпі (70-ті рр. XX ст.) [78].

На зразок Заходу, в радянські часи виникла і течія *бітників*, яких об’єднувала любов до музики, насамперед, до групи *The Beatles* та ін. «Бітники носили довге волосся з чубчиками, брюки-кльош, піджаки з відрізнаними комірцями та відпрасованими лацканами, і часто грали в самодіяльних гуртах при навчальних закладах» [78] (рис. 3.20).

Як зазначає Х. Лозинська, «початок епатажно-протестним субкультурам поклали *панки*. Саме вони стали пропагандистами ідеї “шок-протесту”» [79, с. 303]. Проте, на відміну від панків у Західній Європі і США, неформальний рух яких виник як «контркультурний», як протест проти пануючої влади, радянських панків об’єднувала, насамперед, заборонена у радянські часи музика – від *The Beatles* до *Metallica* [78]. Їх вирізняв своєрідний зовнішній вигляд, основними атрибутами якого були ірокез (англ. mohawk) і куртка-

косуха; в одязі переважав стиль *dead inside* (від англ. «мертвий всередині»), коли на одяг наносили черепи та інші подібні символи. Панки носили ошийники зі шкіри з шипами, клепками, ланцюгами, робили багато татуювань [79, с. 304] (рис. 3.21).



Рис. 3.20. Бітники [78].



Рис. 3.21. Панки [78].

Субкультура *металістів* з'явилася у період розпаду Радянського Союзу, і продовжувала існувати протягом 90-х років ХХ ст., уже у незалежній Україні. Металісти слухали музику лише певних метал-гуртів (звідси і назва цього неформального руху). Їхній зовнішній вигляд був схожий з панками, утім металісти були більш охайними, не вистригали ірокези, носили довге волосся, а також навішували на одяг багато металевих речей [78] (рис. 3.22).



Рис. 3.22. Металісти [78; 95, с. 14].

У 80-ті рр. ХХ ст. з'являється і неформальний рух *рокерів* – хоча, на відміну від західного руху, за радянських часів так називали зовсім не шанувальників рок-музики, а мотоциклістів – тих, кого зараз називають *байкерами*. «Рокери часто були схожими на металістів (носили шкіряні косухи і напульсники з заклепками), але їхньою відмітною особливістю була обов'язкова наявність мотоцикла» [78], – тоді це були радянські марки «Ява», «Дніпро» тощо (рис. 3.23).



Зліт байкерів. Донецьк

Рис. 3.23. Рокери [78]; байкери [79, с. 306].

Отже, більшість неформальних течій різного спрямування почали з'являтися лише з кінця 1980-х років, – саме в контексті субкультурного руху у 1980–1990-х роках формувався *street style* в Україні. Хіпі, панки, репери, рейвери обирали яскраві, незвичні речі та поєднували їх інколи навіть в абсурдний спосіб. За твердженням історикині моди Зої Звinyaцьківської, «неймовірна наївність, буквально сприйняття, відсутність будь-якого імунітету до всього “закордонного” та часто-густо просте нерозуміння справжнього змісту та функції речей, що потрапляли людям до рук, стали джерелом фантастичних варіацій, що згодом стали підмурком більшості модних стилів вже незалежної України» [38].

У 1990-х роках українська мода переживала період трансформації, пройшовши «під знаком адаптованої моди європейських 80-х» [1]. Проте, власне *street style* в Україні почав формуватися дещо пізніше. Знаковим роком

для субкультур став 1990-й, коли вони отримали можливість вийти з тіні. Хоча їхнім зразком слугували західні субкультурні рухи, українські «неформали» по-своєму інтерпретували їхні цінності та переконання. Одяг, нерідко запозичений із західної маскультури або придбаний у секонд-хендах, перетворювався на потужний інструмент візуальної диференціації в посттоталітарному суспільстві. Зокрема, З. Звиняцьківська наводить такий приклад: у Львові хіпі-байкери «їздили на мотоциклах і мали вигляд гуцульських вуйків» [1]. «Неформали» наприкінці 80-х – на початку 90-х рр. ХХ ст. не лише наслідували субкультури західного світу, а й намагалися поєднати у своєму зовнішньому вигляді усі антирадянські символи. Зокрема, «їм удавалося сполучати в одному образі вишиванку і шкірянку» [1]. Культовими речами були джинси (особливо «варені»; їх виварювали у засобі побутової хімії «Білизна», причому результат був непередбачуваний), турецький светр Team Boys, малиновий піджак, спортивний костюм Adidas, футболка Boss, брюки-слакси та ін. [1] (Додаток І). Модним вважався той, хто мав хоча б одну модну річ у своєму гардеробі. Особливо забороненими за радянських часів були джинси. Кульмінація джинсового тренду припала на другу половину 1970-х – це було на кшталт лихоманки, легкого безумства, масового божевілля (рис. 3.24). Купити джинси можна було лише у так званих фарцовщиків, за валютні чеки або в комісійних магазинах. У радянській ідеології носіння джинсів вважалося асоціальним. Власників джинсів, особливо з латками, що саме тоді входили в моду, таврували всіма пороками, що засуджувалися в СРСР. Це поширювалося і на інші «нестандартні» для радянського суспільства ознаки, такі як паління (особливо публічне, для молоді) або довге волосся у чоловіків, які також сприймалися як прояви західного впливу та відхилення від ідеалів радянської людини.



Рис. 3.24. Київські «ковбої» у модних джинсах [131].

Проте, субкультури в Україні не мали такого сильного впливу на street style, як це було в Західній Європі, США і Канаді. Із появою української fashion-сцени у 2000-х, почала з'являтися тенденція до змішування традиційних елементів з актуальними трендами. Street style в українських містах набув популярності із великим запізненням, вже з 2010-х рр., коли по всьому світу він уже зазнав значних трансформацій. Українські блогери приєдналися до street style-манії, що охопила світ, та почали публікувати фото стильно одягнених людей з Києва, Харкова, Одеси та Львова. Одним із перших таких проєктів став ресурс *modotopia.com*, де можна було знайти добірки фото, починаючи з 2011 року, а також фотографії учасників різних заходів, зокрема різних вуличних фестивалів (наприклад, “I love Kiev”) [114]. Проте справжній розвиток культури українських street style-звітів розпочався з 2014 року, коли поблизу основних модних локацій країни почали працювати фотографи команди *Lookbook Kiev* [142; 212]. Команда *Lookbook Kiev* стала піонером у зйомці динамічної вуличної моди в Україні, наслідуючи підхід фотографів з тижнів моди у Лондоні, Мілані та Парижі, що дало змогу показати «живу картинку», а не статичні кадри. На рис. 3.25 наведено приклади street style-фото з колекції *Lookbook Kiev*.



Рис. 3.25. Street style-фото з колекції *Lookbook Kiev* (#streetstyle #lbc #lookbookkiev #ukraine) [262].

*Lookbook Kiev* надав поштовх до популяризації street style-культури в Україні. Як і під час тижнів моди у світових столицях моди, в Україні не лише на подіумах, але й на вулицях українських міст гостей модних показів фотографують street style-фотографи, зокрема, під час проведення модних показів, таких як Українські тижні моди (*Ukrainian Fashion Week*), міжнародних тижнів моди *Mercedes-Benz Kiev Fashion Days* (MBKFD) [215] та ін. У Додатку К, Рис. К.1 подано приклади фото – *The Village Україна* презентує стильних гостей *Ukrainian Fashion Week–2018*, які поспішають до Мистецького арсеналу у день його відкриття 3 лютого 2018 року. У Додатку К, Рис. К.2 наведено фото гостей наступного сезону *Ukrainian Fashion Week* (31 серпня – 5 вересня 2018 року). Іншим прикладом є street style-фото, зроблені американським фотографом Адамом Кацем Сіндінгом під час *Ukrainian Fashion Week–2020* (Додаток К, Рис. К.3). З початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року 51-й (Осінь 2022) та 52-й (Весна 2023) сезони *Ukrainian Fashion Week* вперше за 25-річну історію цієї інституції відбулися не у Києві, а на міжнародних подіумах та платформах [99]. Це дало змогу українським fashion-брендам представити свої колекції, створені під час війни, на міжнародній fashion-арені в рамках 14-ти професійних заходів.

В Україні, як і в усьому світі, спостерігається інтенсивний взаємовплив street style та високої моди. Сучасні українські дизайнери не лише генерують ідеї для вуличного концепту, а й активно надихаються безпосередньо зі street style-образів. Наразі «стає дедалі складніше розібратись у цьому мінливому світі нових трендів, імен і брендів. Вони надихають і, водночас, репрезентують – свободу, креативність, здатність кидати виклик та переосмислювати усталені стандарти» [93]. Українські дизайнери постійно експериментують, змішуючи українські традиції з останніми тенденціями європейської моди. У результаті створюється самобутня й оригінальна мода, яка має виразні національні особливості.

Однією із перших почала використовувати street style при створенні своїх колекцій відома українська дизайнерка Лілія Пустовіт (бренд ROUSTOVIT).



Рис. 3.26. Із колекції Лілії Пустовіт Весна–літо 2024 [234].

У своїх колекціях вона зосереджує увагу на принтах та поєднанні сучасних трендів з етнічними мотивами [93]. У Додатку Л, Рис. Л.1.1 – Л.1.2 подано приклади образів із колекцій Лілії Пустовіт 2015–2024 років. Зокрема, у колекції Весна–літо 2024 дизайнерка майстерно поєднує ніжні сукні з квітковим принтом із урбаністичними костюмами та довгими жакетами у стриманих кольорах. Характеру силуетам додають об’ємні рукави (рис. 3.26).

Основними кольорами у сезоні 2024 р. дизайнерка обрала білий і чорний – «вони не відволікають від скульптурності форм і демонструють інший бік естетики Poustovit» [53] (Додаток Л, Рис. Л.1.2).

Щоб зробити доступним класичний і якісний streetwear в Україні під кураторством Лілії Пустовіт з 2017 року було розроблено як окремий проєкт – бренд SUPPORT by POUSTOVIT. «Бренд створено як своєрідний міст між high-end street fashion та повсякденністю» [11]. В SUPPORT об'єдналися якість бренду POUSTOVIT зі свіжими дизайнерськими ідеями. На сайті бренду SUPPORT by POUSTOVIT зазначається: «Поеднуючи в собі unisex, street-wear та базу для сучасного гардеробу, SUPPORT by POUSTOVIT – це не тільки про одяг. Світ змінюється, і цей проєкт – наша реакція та відповідь на те, що відбувається навколо. Ми створюємо своєрідний міст між street fashion та повсякденністю, об'єднуючи кращу творчу молодь України. <...>. Натхнення відповідальністю, середовищем, музикою, мистецтвом, вуличною та клубною культурою – усім, з чого складається життя, в якому існує наша проста мінімалістична естетика, демократичні ціни, надзвичайна якість тканин та друку, чесний позитив як головні акценти» [271]. SUPPORT розрахований, у першу чергу, на молодь Києва, тому дуже швидко моделі стали символом міста, зокрема, чорний, а також помаранчевий, рожевий та ін., худі «Правий-Лівий берег». У дропі представлені худі, футболки та сорочки з надписами «Лівий берег» і «Правий берег» та листям каштана [115] (Додаток Л, Рис. Л.2.1). Нещодавно бренд представив новий дроп «Русанівський метроміст» – це перший із серії «Мости», присвячений мостам Києва [145]. Міст – це символ об'єднання лівого і правого берега, а також «створення зв'язків між людьми для обміну думками, досвідом і пристрастями» (Додаток Л, Рис. Л.1.2.2).

Інша відома українська дизайнерка Лілія Літковська, власниця бренду жіночого одягу LITKOVSKA теж намагається враховувати новітні віяння street style при розробці своїх колекцій. Зокрема, її колекція Весна–літо 2024 об'єднує дві основні ідеї бренду: «деконструктивізм чоловічих костюмів і

переосмислення української спадщини» [211]. «Сюжети LITKOVSKA об'єднують жінок бренду Весни–літа 2024 у грайливому повороті на шляху до міста, на вулицю, де вона конфіденційно демонструє свій гардероб і стиль життя» [211] (Додаток Л., Рис. Л.3.1). На Паризькому тижні моди 2024/2025 у лютому 2024 року Літковська представила нову колекцію з урахуванням стилістики street style, «у якій втілена ідея моди та творчості як білого аркуша, що стає основою для подальшого переродження» [35]. У своєму традиційному стилі бренд LITKOVSKA представив чимало знакових дизайнів: деконструйовані піджаки з чоловічого плеча та брюки, що змінювалися елегантними силуетними сукнями. Особливими деталями лінійки стали зображення риб на одязі та аксесуарах. Також бренд акцентує на такому елементі, як шарф, який обмотує груди, немов коло, символізуючи нелінійність часу – нескінченний цикл змін і перевтілень. Серед інших предметів колекції – об'ємні сірі пальта, шкіряні брюки, укорочені жакети, сорочки з картатим принтом і костюми, що поєднують шкіру й денім [35] (рис. 3.27 і Додаток Л., Рис. Л.3.2). Таким чином, бренд поєднує архетипи українського костюма з авангардним мінімалізмом.



Рис. 3.27. Із колекції LITKOVSKA на Паризькому тижні моди 2024/25 [35].

Про взаємовплив street style і молодіжної моди свідчить колекція джинсового одягу дизайнерки Ксенії Шнайдер, яка створила у 2016 році джинси з двох частин – demi-denims. Модель об'єднала в собі кюлоти і скінні [2; 93] (рис. 3.28). KSENIASCHNAIDER – український бренд сучасної моди, заснований у 2011 році подружжям Ксенією та Антоном Шнайдерами. Основна характеристика бренду – інноваційний підхід до апсайклінгу: перетворення старих джинсів, текстильних залишків і виробничих відходів на унікальні дизайнерські речі. Бренд відомий своїми культовими моделями, такими як згадані вище demi-denims, асиметричні джинси та «джинсова шуба». Серед клієнтів бренду – зірки світового рівня, включаючи Беллу Хадід та Селін Діон [227]. KSENIASCHNAIDER також активно просуває українську культуру, надихаючись мозаїками та іншими елементами національного мистецтва.



Рис. 3.28. Джинсовий одяг від Ксенії Шнайдер [2; 93].

Надихаються естетикою street style й інші українські дизайнери: Оксана Караванська (Додаток Л, Рис. Л.4), Олена Даць (Додаток Л, Рис. Л.5), Олексій Залевський (Додаток Л, Рис. Л.6), Віктор Анісімов (Додаток Л, Рис. Л.7), Федір Возіанов та ін. Зокрема, дизайнерка жіночого одягу Світлана Бевза,

засновниця власного бренду BEVZA, представляє на вітчизняних і міжнародних показах мод жіноче вбрання, спираючись на інноваційні ідеї street style (Додаток Л, Рис. Л.8). Український дизайнер Саша Каневський у 2012 році у другій лінії одягу Sasha Kani uniform представив простий, комфортний і дуже практичний одяг – «міську уніформу» [2] (Додаток Л, Рис. Л.9). Інший приклад – бренд TTSWTRS, заснований у 2013 році в Києві українською дизайнеркою Анною Осмехіною. Цей бренд поєднує моду з естетикою татуювань, створюючи одяг, що імітує татуювання на тілі. Він став відомим завдяки напівпрозорим боді, легінсам і сукням, які створюють ефект «другої шкіри». Колекції TTSWTRS часто натхненні мистецтвом, технологіями та ідеєю самовираження, підкреслюючи індивідуальність і свободу тіла [2].

Андре Тан, заснувавши у Києві дизайн-студію *ANDRE TAN*, пізніше запатентував новий напрям fashion-індустрії з назвою *Smart Couture* – «комфортна розкіш» [2]. Це інтелектуальна мода, орієнтована на мешканок сучасного мегаполісу. У 2009 році з'явилася друга лінія – *a.Tan*, що відзначається демократичним дизайном [2] (рис. 3.29).



Рис. 3.29. Із колекцій Андре Тана [2].

Останніми роками Андре Тан також активно розвиває бренд RDNT, відомий тим, що поєднує street fashion та sustainable fashion (стала мода) [127]. Колекції RDNT вирізняються унікальним поєднанням найновіших тенденцій вуличної моди з екологічно чистими матеріалами, водночас доносячи важливі соціальні меседжі з кожним новим випуском. Наприклад, колекція *Birth of the Universe*, Весна–літо 2024, представлена на Паризькому тижні моди, досліджувала процеси виникнення життя на Землі, еволюції та оновлення, підкреслюючи стиль, що поєднує практичність і комфорт із простими, футуристичними дизайнами (рис. 3.30). Використання екологічно чистих матеріалів, таких як органічна бавовна та перероблений поліестер, підвищує обізнаність про екологічну свідомість та етичну моду. Окрім цього, Андре Тан продовжує випускати сезонні колекції під брендом ANDRE TAN. Наприклад, у колекції Осінь–зима 2024/2025 була представлена колекція «Нова сторінка», яка пропонує трендові ідеї та образи, що відповідають потребам сучасних модниць. Таким чином, Андре Тан не лише продовжує розвивати свої основні лінії, а й активно інтегрує елементи вуличного стилю та сталого розвитку у свої нові проєкти, що робить його творчість актуальною для сучасної fashion-індустрії [127].



Рис. 3.30. Із нової колекції бренду RDNT Андре Тана *Birth of the Universe*, Весна–літо 2024 (Париж, 2023) [127].

Враховуючи динаміку street style та власне бачення модних тенденцій, Андре Тан регулярно ділиться своїми прогнозами, що допомагають модницям орієнтуватися у світі трендів (Додаток Л., Рис. Л.10). Так, на літо 2023 року дизайнер виокремив такі ключові елементи: монохромність у насичених кольорах, таких як фуксія, глибокий темно-синій та зелений, а також монохромні принти; відкритість та легкість – акцент на вирізах та відкритому животі, особливо через кроптопи в білизняному стилі, які ідеально комбінуються зі брюками, джинсами, шортами, бермудами та спідницями; напівпрозорі сукні, спідниці та топи; яскравий червоний колір як сміливий акцент [10] (Додаток Л, Рис. Л.10.1). Прогнозуючи тренди на осінь 2023 року, Андре Тан назвав п'ять ключових стилістичних рішень, серед яких: монохромність з акцентом на однотонні ансамблі або відтінки одного кольору, класичні осінні кольори: чорний, сірий, коричневий, бежевий та бордовий; ностальгія за нульовими: широкі брюки-карго, кардигани з гудзиками, куртки-мотоциклетки, а також аксесуари – футуристичні окуляри, масивні прикраси та блискучі сумки; шкіра, але з новими нюансами: вироби зі штучної шкіри, що імітують фактуру рептилій, або декоровані вишивкою та стібкою; ансамблі у смужку, чи то брючні костюми, чи то комплекти з піджака та спідниці, як ключові елементи гардеробу; вишукані високі чоботи для доповнення образу [128] (Додаток Л, Рис. Л.10.2). Щодо літа 2024 року, Андре Тан виокремив основні тренди, що, на його думку, продовжать підкреслювати комфорт та витонченість: ніжний колір вершкового масла; летючі тканини, що створюють легкий та динамічний силует; білизняний стиль, що підкреслює жіночність та елегантність; спідниці-балони, які додають об'єму та оригінальності; флористика у всьому її розмаїтті – не лише квітковий принт, а й 3D-квіти та аксесуари у формі квітів, що створюють «квітковий mood» [116] (Додаток Л, Рис. Л.10.3). В тренді влітку 2025 року, як вважає Андре Тан, залишається стиль бохо: «Літній вайб, свобода руху і трохи романтики – ось він, бохо. Сукні з вишивкою, вільні силуети, топи на зав'язках, бахрома і легкі накидки» [82] (рис. 3.31).



Рис. 3.31. Стиль бохо – тренд літа 2025 [82].

Характерними ознаками для літнього гардеробу 2025 року, за Андре Таном, були: «широкі брюки з легкої тканини + жакет прямого крою без рукавів»; білі сорочки «з асиметрією, об’ємними рукавами або цікавими гудзиками, замість жакета – зав’язана на талії чи одягнута на виворіт» [82]. У своїх прогнозах на літо 2025 року Андре Тан називав характерними ознаками ніжно-рожеві відтінки одягу і аксесуарів: сукня, топ, сумка, чи навіть хусточка, а також ретро-аксесуари: окуляри у стилі 70-х років ХХ ст., об’ємні сережки, капелюхи тощо (Додаток Л, Рис. Л.10.4).

Варто зазначити, що в Україні останніми роками зріс інтерес до локальних брендів: українські модниці дедалі частіше надають перевагу речам *Made in Ukraine*, відмовляючись від масових світових марок. Більшість сучасних українських брендів активно враховують естетику *street style* у своїх нових колекціях. При цьому стабільно високим залишається попит на спортивний одяг. Зокрема, у Додатку М, Рис. М.1–М.4 представлено приклади осінніх колекцій 2023–2024 рр. українських виробників. Наприклад, осіння колекція 2023 року бренду *Love & Anarchy* поєднує естетику панку, гранжу та трохи гламуру. У колекції представлені комфортні речі вільного фасону: картаті *oversize*-сорочки, вигорілі худі, об’ємні в’язані светри з мериносової вовни, широкі джинси, жилети з біопухом та оновлені моделі лайнері [9]

(Додаток М, Рис. М.1). Інший бренд L'eskizzo вибудував осінню колекцію 2023 року *The Knot* навколо двох протилежних елементів: інтенсивності міста і гармонії природи. Символом колекції став вузол: костюми, жакети, спідниці ніби зав'язані на вузол. Також у колекції пропонуються сорочки, пальта, ремені, краватки тощо. Команда бренду називає цю колекцію «уніформою» мешканки мегаполісу [9] (Додаток М, Рис. М.2). Осіння колекція 2023 року бренду *Sauya* представлена у стилі 1990-х і 2000-х – яскраві, але вишукані речі, більш сексуальні і драйвові: в'язані топи, боді з деніму, сукні, піджаки, сорочки, а також трендові чоботи-козаки [9] (Додаток М, Рис. М.3). Повсякденний одяг з акцентом на *street style* пропонує й бренд Issa Plus (2024) [104] (Додаток М, Рис. М.4).

Символічного виміру вуличній моді надали Події Революції Гідності 2013–2014 років, перетворивши одяг на засіб візуального висловлення позиції та спротиву. Камуфляж, шеврони, балаклави, елементи національного вбрання перетворились на знаки громадянської ідентичності. У 2014 році Український тиждень моди започаткував спеціальний фотопроєкт *Fashion of Resistance* – вулична мода як візуальна відповідь на суспільно-політичну динаміку. Цей проєкт став одним із перших в Україні візуальних архівів, що задокументував *street style* Майдану не як суто естетичне явище, а як соціокультурну заяву. Фотографії, зроблені під час подій на Майдані Незалежності в Києві, відображали нову «моду спротиву» – поєднання функціонального, військового, символічного та індивідуального одягу. На світлинах можна побачити активістів і активісток у камуфляжі, балаклавах, кевларових жилетах, шаликах в національних кольорах, куртках із нашивками, рукавицях із ручною вишивкою. Особливої популярності набули речі з елементами вишивки, синьо-жовтими акцентами, стрічками або цитатами з української поезії чи гаслами революції. Таким чином, *street style* Майдану утворив символічний простір, де одяг став не просто щоденним вбранням, а «мовою» опору [273].

Значущість проєкту *Fashion of Resistance* полягала у фіксації того, як у надзвичайних умовах війни і протесту мода не зникає, а трансформується у політичний інструмент. У фотосерії, опублікованій на сайті *Ukrainian Fashion Week*, представлені не лише молоді активісти, а й медики, волонтери, митці, журналісти – кожен із них мав свій неповторний образ, що передавав настрої того часу: гідність, відвагу, солідарність, біль, віру. Цей проєкт отримав широкий розголос у медіа й став частиною ширшої дискусії про моду як інструмент соціального висловлювання. Його матеріали використовувалися в освітніх, мистецьких і медіаініціативах. Згодом *Fashion of Resistance* став також основою для виставок і досліджень в рамках *Ukrainian Fashion Week*, підкреслюючи, що навіть у найскладніші історичні моменти стиль залишається формою культурного опору й репрезентації [273].

Від 2022 року *street style* набуває ще більшої глибини: тепер це не лише стиль, а й візуальне свідчення культурного опору. Камуфляж, балаклави, шеврони, елементи військової амуніції проникають у цивільний одяг. Наприклад, у 2021 році роках український бренд RIOTDIVISION (заснований у 2010 році в Києві, дизайнер Данило Гусєв) презентував кілька колекцій, натхненних функціональністю тактичного одягу та реаліями повномасштабної війни [51]. Зокрема, у фокусі колекцій, власне, які і в попередні роки, такі елементи, як модульність конструкції, антифрагментні або вогнетривкі тканини, захисні застібки, капюшони-щитки, багатошаровість, вентиляційні клапани та приховані кишені. Стиль RIOTDIVISION трансформувалася від техно-урбаністичної естетики до технічного вуличного захисту, який можна охарактеризувати як симбіоз *street fashion*, *military wear* та *survival aesthetics*. Він відображає не лише дизайнерський експеримент, а й реакцію на травматичний досвід воєнного часу, коли одяг став необхідністю, а не просто модною декларацією. Наприклад, куртки, створені брендом, мають системи фіксації спорядження, тканини, що витримують дощ, бруд і абразивне середовище, а також адаптовану для біженців і волонтерів ергономіку: речі легко складати, швидко знімати чи трансформувати. Таким чином,

дизайнерська мова набуває етичного й утилітарного виміру, не втрачаючи при цьому актуальності в естетичному сенсі.

RIOTDIVISION також увійшов до ряду міжнародних оглядів, присвячених тому, як війна в Україні вплинула на моду. Так, видання *Highsnobiety* [309], *Hypebeast* [209], *KALTBLUT Magazine* [287] та інші писали про бренд як про приклад нової української сили у fashion-сфері, здатної переосмислити вуличну моду як простір безпеки, самовираження і культурного спротиву. Цей стиль має не лише естетичну, а й практичну і концептуальну цінність: він демонструє, як мода реагує на кризові умови, створюючи продукти, які одночасно відповідають на запит часу, візуально інтерпретують воєнну реальність і формують нову парадигму українського street style – сильного, адаптивного, глибоко вкоріненого в досвіді виживання й гідності.

Дійсно, війна в Україні суттєво вплинула на вуличну моду, спричинивши, зокрема, повернення до практичності, функціональності та патріотичних мотивів. Зросла популярність одягу мілітарі-стилю, зручного спортивного одягу, а також речей з національною символікою. Трагічні події в Україні відображають у своїх колекціях і вітчизняні дизайнери (рис. 3.32).



Показ колекції *Kir Khartley* «Свобода» на Budapest Central European Fashion Week (2022)



Показ колекції *Yadviga Netyksha* на Budapest Central European Fashion Week (2022)



Алюзія на мілітарі принт у колекції бренду *The Coat*

Рис. 3.32. Відображення війни у колекціях українських дизайнерів [92].

Наприклад, колекції, які презентувалися у рамках *Ukrainian Fashion Week 2023/2024*, активно використовували синьо-жовті акценти, тексти з гаслами, зображення героїв війни. Це показовий приклад того, що сучасний український street style вирізняє не тренд, а позиція, це поєднання моди з активізмом.

Таким чином, вулична мода в Україні формувалася не лише як наслідування глобальних трендів, а й як своєрідна візуальна мова культурної адаптації, ідентичності та спротиву. Починаючи з 2000-х, а особливо після 2014 та 2022 років, український street style став простором смислотворення – через одяг, локальні бренди, медіа та креативні спільноти. Його географія відображає не лише стилістичні вподобання, а й регіональні особливості культурного ландшафту. Водночас в останні роки спостерігаються зміни у пріоритетах як дизайнерів високої моди, так і представників українського street style. Як зазначає дослідниця Н. Копилова, «нині головні переваги одягу, взуття, аксесуарів – функціональність, міцність та комфорт, можливість легко комбінувати різні варіанти» [61, с. 77]. З початком повномасштабної війни ключовими трендами стали мінімалізм і патріотизм: це виявлялося у стриманій кольоровій гамі, написах та принтах із національною символікою [259]. Хоча стиль українців багато в чому орієнтується на зарубіжні зразки, більшість обирає саме «свій стиль», у якому пріоритетними залишаються «природність», «комфорт і затишок», прості й зручні речі [259] (Додаток Н., Рис. Н.1).

Крім RIOTDIVISION та згаданих вище, вуличну моду в Україні формують бренди Syndicate Original, FROLOV, Keep Style тощо. Їхні колекції регулярно з'являються у *Vogue Ukraine*, *Nowfashion*, *Dazed Digital*, а також на платформах на кшталт *Not Just A Label*. Так, Syndicate Original (sndct.com) – український бренд вуличного одягу, заснований у 2010 році в Києві. Його основна характеристика – поєднання мінімалістичного дизайну з елементами української культури, скандинавського мінімалізму та американської спадщини. Бренд відомий своїм гаслом “Life’s too short, make the most of it”

(«Життя коротке, використовуй кожну мить»), що відображає філософію активного та творчого життя. *Syndicate Original* пропонує одяг з акцентом на якість, комфорт і функціональність, включаючи худі, футболки, куртки та аксесуари. Бренд також активно експериментує з кроєм та деталями, створюючи унікальні колекції, які відображають сучасні тенденції вуличної моди [274].

*FROLOV* ([angelforofashion.com/pages/frolov](http://angelforofashion.com/pages/frolov)) – український бренд високої моди, заснований у 2015 році в Києві дизайнером Іваном Фроловим. Бренд позиціонує себе як *couture-to-wear*, поєднуючи бездоганний крій, комфорт, інтелектуальність і провокацію. Основними елементами колекцій є корсети, напівпрозорі сукні, моделі з глибокими вирізами, часто доповнені ручною вишивкою та інкрустацією кристалами. *FROLOV* став першим українським брендом, який уклав партнерство з *Swarovski®* як *Ingredient Branding Partner*. Бренд активно досліджує теми сексуальності, гендерної ідентичності та соціальної відповідальності, підтримуючи ЛГБТК+ спільноту та інші соціальні ініціативи. Серед клієнтів *FROLOV* – світові зірки, такі як Бейонсе, Дуа Ліпа, Дженніфер Лопес, Ріта Ора, Меган Ті Сталліон, Ліса з *BLACKPINK*, Кайлі Міноуг, Сідні Свіні, Сабріна Карпентер, Гвен Стефані та інші [187]. Бренд також бере активну участь у міжнародних модних подіях, зокрема в *Ukrainian Fashion Week*, де представляє свої колекції, що відображають сучасні тенденції та культурні виклики.

*Keepstyle* ([keepstyle.co](http://keepstyle.co)) – український бренд одягу, який пропагує самовираження, кольоровість та самоіронію. Бренд відомий своїми яскравими принтами та гаслами, що закликають бути собою. З 2018 року *Keepstyle* впроваджує сталий підхід до виробництва та піднімає важливі соціальні теми у своїх колекціях. Наприклад, колекція *Serious Collection* (2019) присвячена проблемі пластикових відходів, а *Local Voyage* (2020) – підтримці локального туризму. Бренд також співпрацює з благодійними організаціями, створюючи капсульні колекції на підтримку сексуальної обізнаності та прийняття людей з аутизмом.

Ключовими каналами поширення вуличної моди в Україні, як і світі загалом, стали соціальні мережі, зокрема Instagram, TikTok і YouTube, а українські блогери та інфлюенсери активно долучилися до формування локального стилю. Саме завдяки цифровим платформам український street style отримав ширше визнання, став частиною міжнародного модного дискурсу та надихнув прихильників моди у всьому світі звернути увагу на українську естетику. На це звертає увагу й Н. Копилова, стверджуючи, що саме соціальні мережі «допомогли сформувати імідж української вуличної моди та надихнули любителів моди в усьому світі залучити українську естетику до свого індивідуального street style» [61, с. 75]. Облікові записи @vogue\_ukraine, @ukrainian.fashion.week, @streetstyle\_kyiv, а також персональні сторінки інфлюенсерів (наприклад, стилістки Софії Ткачук, фотографки Аліни Бабич, дизайнера Федора Возіанова) фіксують вуличні образи під час подій, концертів, мистецьких фестивалів. Street style став не лише тлом, а й частиною візуальної мови українського інтернету. Показовий приклад – блог street style Hunter – це популярна Instagram-сторінка, яку веде з 2019 року львівська фотографиня (свідомо зберігає анонімність і не розкриває свого імені), яка займається «вуличним полюванням» – фотографує стильно одягнених людей на вулицях міста Львова [81]. На її думку, у Львові помічаються «часті акценти на талії, жіночність тут вітається, більш показна. Київ все таки – це більше oversize і андрогінність. Хоча все це дуже відносно. Але є така штука, як львівський шарм. У нас люди завжди якось гарно підкреслюють свої форми. Це видно, що не випадково роблять, а хочуть показати свій стиль, думають про нього» [81] (Додаток Н., Рис. Н.2). Дійсно, street style в українських містах вирізняється локальним колоритом. У Києві – переважає інтелектуальний мінімалізм, у Львові – богемний вінтаж, в Одесі – еkleктична суміш етніки та гламуру, у Харкові – урбаністичний гранж. Платформа telega.ph та фотоблоги на *The Village Україна*, а також модні журнали, зокрема *Harpers Bazaar*, регулярно висвітлюють міське стилістичне розмаїття [105].

Ключовим осередком формування street style в Україні є Київ. Саме тут відбуваються головні події *Ukrainian Fashion Week*, а вулиці Подолу, Воздвиженки, Липок або навіть Троєщини перетворюються на справжні street style-сцени. У столиці розміщені флагмани таких брендів, як Syndicate Original, KSENIASCHNAIDER, FROLOV, RIOTDIVISION, TTSWTRS, які задають естетику *Made in Ukraine*. Університетські райони, креативні простори (IZONE, Unit.City, M82) та фестивалі (Kyiv Art Week, Brave! Factory) створюють контекст для street style як частини креативної екосистеми. Під час *Ukrainian Fashion Week* навколо Мистецького Арсеналу фіксується street style з характерними рисами: мікс вишивки й техновер-одягу, свідоме апсайклінгове вбрання, одяг на знак підтримки ЗСУ (рис. 3.33 і Додаток К; Додаток Н., Рис. Н.3).



Рис. 3.33. Street style-образи з *Ukrainian Fashion Week* (Київ, зима 2017) [120].

Street style у Львові поєднує богемність, постінтелектуальний стиль і вінтаж. Райони Ринок, Коперника, Личаків часто фігурують у фотозвітах як місця «міського slow fashion». Молодь і митці надають перевагу second hand, вишуканому мінімалізму, речам із локальним символічним підтекстом. У місті також активно розвивається вінтаж-культура, що спирається на етнічні коди й історичні силуети (рис. 3.34 і Додаток Н., Рис. Н.2).



Рис. 3.34. Стиль львів'ян (street style Hunter) (2024–2025). URL: <https://www.instagram.com/street.style.hunter/> (дата звернення: 20.05.2025).

Одеса вирізняється еkleктичним street style, що поєднує узбережну легкість, естетику пострадянського простору й сучасний урбаністичний гламур. Street style тут сповнений іронії, яскравості, локального гумору (рис. 3.35). Місця зосередження – вулиця Дерибасівська, Аркадія, район Французького бульвару. Одеські митці та дизайнери (наприклад, автори бренду Keepstyle) створюють візуальний стиль, що є одночасно глибоко локальним і відкритим до глобальних впливів.



Рис. 3.35. Вулична мода по-одеськи (осінь 2019). URL: <https://usionline.com/ulichnaya-moda-po-odesski-kak-odevayutsya-gorozhane-etoj-osenyu-fotoreportazh/> (дата звернення: 15.03.2025).

Харків до 2022 року був одним із потужних центрів молодіжного урбан-стилю з елементами гранжу, техно й інтелектуального *casual*. Вулиці Сумська, Григорія Сковороди, район ХНУРЕ та артпростір *YermilovCentre* – осередки експериментального стилю. У місті формувалася DIY-сцена, *streetwear* з елементами мілітаризації, апсайклінгу та соціального меседжу. Після повномасштабного вторгнення частина візуальних практик збереглась у соцмережах – у фото харківських волонтерів, митців, військових, які документують своє життя через вуличну моду (рис. 3.36).



Бренд URBANIST [5].

Бренд Um Store [109].

Рис. 3.36. Вулична мода Харкова (2024–2025).

Українська fashion-індустрія, як і в усьому світі, суттєво залежить від потреб і смаків пересічних людей – важливу роль у створенні модних трендів відіграє саме повсякденний гардероб. Це підтверджують і знавці моди, стверджуючи, що «вулична мода в Україні, як, втім, і в інших країнах, часом різуче відрізняється від моделей, представлених на подіумах. Більшість людей одягається у відповідність зі своїми уявленнями про прекрасне. А оскільки ці уявлення можуть істотно відрізнитися, то й одяг часом виглядає дуже по-різному» [123]. Street style впливає на українську моду, інтерпретуючи сучасні модні новинки. Найбільш популярними і стильними трендами останніх років є поєднання шкіряних плісированих спідниць довжини міді з підборами і зимовим взуттям; картаті спідниці та сарафани в

повсякденних луках; поєднання джинсів з різними речами (Додаток Н., Рис. Н.4). Щодо модних поєднань весни 2024 року – можна спостерігати широкий вибір ідей для стилізацій джинсів з вільними сорочками, джемперами й лонгслівами, світшотами, об’ємними маскулініними піджаками та навіть спідницями [265] (Додаток Н., Рис. Н.5).

Найстильнішим прийомом української моди по праву є українські вишиванки, які одягають не лише на День Незалежності чи День вишиванки, а й у повсякденному житті. Поєднання світових модних тенденцій та українського фольклору можна зустріти у сукнях та блузках із воланами, доповненими квітковою вишивкою; вишиті гладдю елементи з’являються на смугастому одязі [306]. Вишивкою прикрашають і взуття (білі жіночі сліпони або кеди тощо), що надає образу шарму та автентичності [306]. Класичний варіант вишиванки в поєднанні з брюками, спідницями або улюбленими джинсами – ще один модний тренд, що вирізняє український street fashion [259]. Зокрема, вишиванки чудово стилізуються з джинсами й грубими сандалями, з вишуканими босоніжками й міні-спідницями, безліччю прикрас у стилі бохо й сумками-бестселерами Prada. Свій погляд на стилізацію вишиванок продемонструвала й інфлюенсерка Аліна Френдій, пропонуючи зробити ставку на лляну модель з кольоровою вишивкою, а характер речі підкреслити за допомогою не менш яскравих аксесуарів – шовкова хустка, пов’язана на голові як бандана, і синя міні-сумка [143] (рис. 3.37).



Рис. 3.37. Українські вишиванки як елемент street style [29; 143; 259; 306].

Бренд Gartuvalnya працює з ручною вишивкою на сучасному одязі, вкладаючи нове значення в етнічну символіку.

Отже, основні особливості street style в Україні можна окреслити так:

- український street style сформувався значно пізніше, ніж у країнах Західної Європи та США – лише на початку XXI століття. Його становлення відбувалося без безпосереднього впливу субкультур, що відрізняє його від західних моделей розвитку;

- тривала прихильність українських жінок до гламуру, прагнення виглядати ошатно й дорого іноді призводили до несмаку: окремі образи виглядали надмірно викличними й негармонійними. Особливо це було помітно на початку 1990-х років, коли ще не було сформовано культури осмисленого запозичення зарубіжного досвіду у сфері моди;

- перші публікації з прикладами українського street style з'явилися лише у 2011–2014 роках;

- головними осередками street style стали великі міста – Київ, Львів, Одеса, Харків;

- позитивним явищем є зростання національного компоненту у вуличній моді: поєднання вишиванок з іншими елементами одягу, використання квіткових візерунків, національної символіки тощо;

- із розвитком fashion-індустрії українці дедалі частіше створюють стильні й самобутні образи, поєднуючи модні тенденції з власними смаками й потребами;

- сучасні українські дизайнери, як і їхні колеги у світі, не лише формують ідеї для вуличної моди, а й самі надихаються образами street style;

- вплив російсько-української війни позначився і на вуличній моді: на перший план вийшли мінімалізм, функціональність і практичність, водночас зростає популярність одягу з патріотичною символікою.

Загалом український street style, який мрозвивається синхронно з глобальними процесами, здатен дивувати смаком, креативністю та стильними

рішеннями, що свідчить про активний розвиток індустрії моди [124]. Його еволюція – від пізньорадянського періоду до сьогодення – демонструє шлях від маргінальної молодіжної практики до важливої складової національного культурного наративу. Він поєднує унікальні риси української моди з загальними глобальними тенденціями, зберігаючи власну ідентичність.

### **Висновки до розділу**

Візуалізація вуличної моди, що перетворила її на самостійне явище, стала можливою завдяки розвитку street-фотографії та зростанню ролі візуальних медіа. Історична динаміка street style – від перших фотографів початку ХХ століття до інфлюенсерів цифрової доби – засвідчує зміну способів фіксації моди: від документального репортажу до цілеспрямованої презентації індивідуального стилю. Ключову роль у цьому процесі відіграють fashion-фотографи (Білл Каннінгем, Скотт Шуман, Адам Кац Сіндінг), які не лише документують, а й формують естетичні канони сучасного стилю, створюючи нову оптику бачення моди як живого простору.

Провідні міста – Нью-Йорк, Париж, Мілан і Лондон – є головними просторами формування street style-образів, де взаємодіють високі модні тренди й повсякденні стилістичні практики. Кардинально змінили дистрибуцію street style та зробили його доступним, інтерактивним і масштабованим цифрові платформи (Instagram, TikTok, Pinterest). Блоги, архіви та персональні бренди інфлюенсерів, що створюються на цих платформах, стали новими агентами модної комунікації та каталізаторами глобалізації street style, уможлививши «демократичний» підхід до моди, де кожен користувач здатен стати джерелом натхнення. Ці механізми працюють як засіб масової візуалізації, транслуючи street style з вулиць у ширший культурний обіг.

Street style, функціонуючи як динамічне соціокультурне явище, відображає зрушення в уявленнях про статус та ідентичність, де все більше

цінується «приховане багатство», етичний вибір та знання модних кодів, а не очевидні маркери брендів. Це поле візуального самовираження та символічної комунікації у публічному просторі міст. Хоча street style не є цілковито автономним і формується в межах певних спільнот зі своїми естетичними нормами та цінностями, він спричинив трансформацію самого підходу до формування стилю. З одного боку, зросла кількість джерел натхнення, з іншого – посилилася конкуренція за унікальність. Сучасні дизайнерські підходи активно інтегрують елементи street style, звертаючись до його автентичності, спонтанності та здатності до експерименту. Дизайнери переосмислюють і впроваджують у свої колекції ключові елементи, що походять з вуличної моди, як-от oversize, логоманія, гібридність, поєднання спортивного та класичного одягу, а також інклюзивність. Це сприяє демократизації моди та створенню більш гнучких і особистісно орієнтованих модних образів.

Український street style має власні особливості формування та візуалізації. Історично, його виникнення було дещо пізнішим порівняно із західним світом, і він сформувався без глибокого субкультурного підґрунтя, що було характерним для європейського та американського street style. На початкових етапах (зокрема, на початку 1990-х) спостерігалася відсутність культури осмисленого запозичення зарубіжного досвіду, що інколи призводило до негармонійних образів. Згодом, особливо після появи перших публікацій з прикладами українського street style у 2011–2014 роках, головними осередками його візуалізації стали великі міста – Київ, Львів, Одеса, Харків. З розвитком fashion-індустрії українці дедалі частіше створюють стильні й самобутні образи, поєднуючи глобальні модні тенденції з власними смаками й потребами. Позитивним явищем є зростання національного компонента у вуличній моді: інтеграція вишиванок, квіткових візерунків та національної символіки. Вплив повномасштабної російсько-української війни позначився і на вуличному стилі, вивівши на перший план мінімалізм, функціональність та практичність, водночас спричинивши

зростання популярності одягу з патріотичною символікою. Це свідчить про те, що український street style здатен дивувати смаком, креативністю та стильними рішеннями, демонструючи синкретичний характер, що поєднує локальні естетичні уявлення із глобальними модними трендами.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження комплексно проаналізовано феномен *street style* як багатогранне соціокультурне та художнє явище, що суттєво трансформувало сучасний модний дискурс. Підсумковий аналіз дає змогу сформулювати ряд ключових висновків.

1. *Street style* є багатограним соціокультурним і художнім феноменом, що виник на перетині молодіжних субкультур, урбаністичного середовища, музики, візуального мистецтва, цифрових медіа та масової культури. Його витоки сягають другої половини ХХ століття, коли мода трансформувалася з маркера соціального статусу, як у вебленівській концепції демонстративного споживання, у засіб візуального висловлювання, що відображає протест, ідентичність і світогляд. Молодіжні субкультури – тедді-бої, моди, хіпі, панки, скейтери, готи, хіп-хопери – відіграли ключову роль у формуванні стилістичних кодів *street style*. Історія *street style* демонструє, як мода перейшла від елітарного феномена до візуальної комунікативної системи, що відображає соціальні та культурні зміни. Запозичення стилістичних елементів з різних субкультур і напрямків, від панку до гранжу, стало основою для формування багатшарових та індивідуалізованих образів. Зокрема, панківська естетика (рваний одяг, шпильки, шкіряні куртки) виражала протест проти буржуазних стандартів, пропонуючи «святкування автентичності та спільності» (за Т. Полгемусом). Хіп-хоп-культура 1980-х, з її *oversize*-силуетами та спортивними елементами (кросівки Adidas, ланцюги), додала урбаністичну динаміку, тоді як гранж 1990-х (фланелеві сорочки, рвані джинси) підкреслив антигламурну естетику.

2. Чітке розмежування термінів *street style*, *street fashion*, *streetwear*, *вуличний одяг* і *висока мода* крізь призму категорій візуального дизайну – композиційних принципів (еклектика, контраст, гармонія), семіотичних кодів (знаки, наративи), перформативності (образ як вираження ідентичності) та

медіатизації (візуальна репрезентація в цифрових платформах) – дає змогу систематизувати їхні функції в сучасному модному дискурсі. Street style є індивідуальною практикою, що акцентує спонтанність і унікальність луків, які синтезують візуальні та символічні елементи. Наприклад, лук може поєднувати панк-елементи (шпильки), хіп-хопівські аксесуари (масивні ланцюги) та люксові бренди (Balenciaga), створюючи унікальний наратив. Street fashion узагальнює ці практики в колективні тенденції, які через медіа (Instagram, TikTok) впливають на глобальний модний ландшафт. Streetwear є комерціалізованим сегментом, що трансформує субкультурну естетику в ринкові продукти, як-от лімітовані drops брендів Supreme чи Stüssy, які набувають символічного капіталу через високу ціну та ексклюзивність. Вуличний одяг постає основою, яка через лук набуває семіотичного значення. Висока мода, інтегруючи вуличні елементи (худі, кросівки), збагачує елітарний контекст, створюючи гібридні форми, як у колекціях Louis Vuitton чи Gucci.

3. Антимода та постмода формують концептуальні рамки street style. Антимода надає протестний імпульс, заперечуючи комерційні норми, але втрачає радикальність через абсорбцію в мейнстрім, як у панк-мотивах, адаптованих Вів'єн Вествуд, чи гранжі, популяризованому Марком Джейкобсом для Perry Ellis. Постмода забезпечує гіперіндивідуалізм, розмиваючи ієрархії між *Haute Couture* і *streetwear*, що проявляється в поєднанні субкультурних кодів (панк, хіп-хоп) із люксовими тканинами, масовими брендами (*Zara, H&M*). Співпраця Supreme з Louis Vuitton ілюструє синтез вуличної та високої моди, що створює нові візуальні коди. Такий підхід до аналізу street style через розмежування термінів і категорій дизайну підкреслює його новизну як явища, що формує принципи стилістичного мислення в модному дизайні. Індивідуалізація, еkleктика, перформативність стають основою для створення унікальних образів, що впливають на глобальні тенденції. Вуличний стиль не лише відображає соціокультурні зміни, а й

активно формує нові підходи до дизайну, поєднуючи візуальну естетику з комунікативними функціями, що визначає його значення для сучасної моди.

4. Street style функціонує як візуально-комунікативне явище, де одяг виходить за межі утилітарної чи декоративної ролі, стаючи інструментом самопозиціювання, символічного висловлювання, соціального коментаря. Елементи одягу – *oversize*-силуети, логоманія, графіті-принти, нестандартні поєднання (*layering*), ретро-мотиви – формують наративи ідентичності, протесту, приналежності. Логотипи брендів Supreme, Nike є знаками культурного капіталу, що вказують на знання субкультурних кодів і трендів.

Як постмодерна візуальність, street style вирізняється еkleктикою, бриколажем, іронічною цитатністю, реінтерпретацією стилів. Принцип бриколажу, що є ключовим для street style, дозволяє поєднувати елементи одягу та аксесуари з різних субкультурних та історичних контекстів, створюючи унікальні візуальні наративи. Цей процес перетворює утилітарні речі на символи, які артикулюють ідентичність та світогляд. Така гнучкість робить street style простором для індивідуалізації, де кожен образ може стати унікальним висловлюванням у соціокультурному контексті. Панк-шпильки, хіп-хопівські ланцюги, гранжеві сорочки в сучасних луках втрачають первинний протестний сенс, набуваючи ностальгійного чи іронічного значення. Луки, що поєднують вінтажні фланелеві сорочки, люксові кросівки Balenciaga, етнічні мотиви, синтезують культурні коди, створюючи унікальні висловлювання. Антимода проявляється в запереченні конформізму, як у панк-естетиці 1970-х чи гранжі 1990-х, але її абсорбція ринком, як у колекціях Gucci, Balenciaga, ілюструє постмодерну гру між протестом і комерціалізацією.

Візуальні коди street style – від панк-шпильок до спортивного шикку – дають змогу створювати наративи, що відображають соціальні зміни, маргіналізовані голоси, культурні трансформації. Ця гнучкість робить street style простором для індивідуалізації, де кожен лук артикулює ідентичність у соціокультурному контексті. Еkleктика, асоціативність, концептуальність

формують нові естетичні принципи, що переосмислюють моду як комунікативну практику, впливаючи на сучасний дизайн і культурний дискурс.

5. Цифрові медіа – Instagram, TikTok – трансформують street style у глобальний візуальний наратив, демократизуючи моду, посилюючи її вплив. Вулична фотографія, блогери, інфлюенсери, такі як A\$AP Rocky, Billie Eilish, створюють альтернативну модну пресу, що конкурує з глянцевиими журналами (*Vogue, L'Officiel*). Спонтанні луки, зафіксовані фотографами на кшталт Скотта Шумана (*The Sartorialist*), стають джерелом натхнення для дизайнерів, масового ринку. Цифрові платформи формують нові стилістичні коди, надаючи лукам символічного значення через візуальні репрезентації.

Комерціалізація вуличного одягу (*streetwear*) проявляється через лімітовані випуски (*drops*) брендів Supreme, Yeezy, Off-White, що набувають цінності на resale-ринку (StockX, Grailed). Ця динаміка демонструє, як street style впливає на економічні моделі, перетворюючи моду на інвестиційний актив. Колаборації, як-от між Yeezy та Adidas, а також між Supreme та Louis Vuitton, свідчать про те, як висока мода та streetwear взаємодіють, руйнуючи традиційні ієрархії та створюючи гібридні форми. Кросівки Air Jordan, худі Supreme, випущені обмеженим тиражем, стають символами статусу через високу ціну, ексклюзивність. Цифрові медіа дають змогу локальним спільнотам, зокрема в Україні, транслювати свої луки глобальній аудиторії. Участь у Kyiv Fashion Week, вуличних фестивалів популяризує образи, що поєднують світові тренди (*oversize, спортивний шик*) із національними мотивами (вишиванки, патріотичні принти).

6. Медіатизація підкреслює демократичність street style, де індивідуалізм і масовість співіснують. Цифрові платформи не лише транслюють моду, а й формують нові тенденції, впливаючи на проєктне мислення дизайнерів. Street style стає катализатором змін у модному дизайні, де візуальні наративи, створені через медіа, визначають нові підходи до створення образів і маркетингу.

7. Український street style становить локальну інтерпретацію глобального явища, що сформувався в умовах динамічних культурних і соціальних трансформацій. Попри пізніше виникнення порівняно з центрами моди (Париж, Нью-Йорк, Лондон), він синкретично поєднує світові тренди – *oversize*-силуети, спортивний шик, мінімалізм, денім – із національними мотивами. Вишиванки, інтегровані з джинсами, кросівками Nike, патріотичні принти з тризубом, гаслами «Слава Україні», камуфляжні елементи, шеврони відображають національну ідентичність, культурний опір. Локальні субкультури – київські скейтери з *oversize*-футболками, графіті-принтами, хіп-хоп-ком'юніті зі спортивним шиком, готичні спільноти з темними силуетами – додають унікальності. Події на кшталт Kyiv Fashion Week, вуличних фестивалів демонструють синкретичні луки, де вишивка, патріотична символіка стають знаками опору.

8. Війна, спричинена російською агресією, надала українському street style нового смислового наповнення. У цей період street style перестав бути лише естетичним феноменом, ставши інструментом культурного опору та єднання. Український street style став частиною ширшого наративу про національну стійкість і самовизначення, що відображається у використанні патріотичної символіки, мілітарних елементів та жовто-блакитних кольорів. Ця унікальна адаптація підкреслює гнучкість української культури, яка зберігає свою унікальність у глобальному модному ландшафті. Луки з військовими мотивами, жовто-блакитними кольорами, гаслами стають політичними заявами, що виражають стійкість, єдність. Колекції дизайнерів KSENIASCHNAIDER, LITKOVSKA, Paskal, Frolov інтегрують вуличні елементи (*oversize*, денім) із національною символікою, створюючи самодостатній феномен, що переосмислює глобальні тенденції крізь призму українського досвіду. Ця адаптація підкреслює гнучкість української культури, яка зберігає унікальність у глобальному модному ландшафті, формуючи нові наративи через візуальну мову моди.

9. Подальші дослідження street style можуть поглибити його розуміння як художнього, соціокультурного, економічного явища. Міжкультурний аналіз проявів street style в неєвропейських регіонах – Азії, Африці, Латинській Америці – розкриє локальні стилістичні коди, зумовлені культурними традиціями. Японський стиль Harajuku з аніме-естетикою, африканський вуличний стиль з етнічними тканинами, латиноамериканські луки з яскравими кольорами ілюструють синкретизм локального та глобального. Економічний вплив street style, зокрема лімітовані випуски (*drops*), resale-ринок (StockX, Grailed), формує нові моделі споживання, що взаємодіють із «швидкою модою» (*Zara, H&M*).

Цифрові медіа та штучний інтелект відкривають перспективи для аналізу стилістичних даних, прогнозування трендів, зміни підходів до дизайну, маркетингу. В українському контексті повоєнний street style може стати інструментом культурного відновлення, євроінтеграції, використовуючи патріотичні мотиви, екологічні матеріали для соціальної, політичної комунікації. Дослідження еволюції локальних дизайнерів, блогерів, які формують український street style, підкреслять його протестний, об'єднавчий потенціал у глобальному модному дискурсі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айріс Апфель про стиль, щасливе життя і розуміння себе. *Vogue*. 2024, 02 берез. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/ayris-afel-o-stile-schastlivoy-zhizni-i-ponimanii-sebya-37555.html> (дата звернення: 12.03.2025).
2. Базів Л. Сукні, капелюхи і ляльки. 30 українських дизайнерів, які вражали подіуми світу. *Укрінформ*. 2021, 22 серп. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3301147-sukni-kapeluhi-i-lalki-30-ukrainskih-dizajneriv-aki-vrazali-podiumi-svitu.html> (дата звернення: 10.04.2024).
3. Береза Н. От-кутюр чи від кутюр: що таке висока мода, прет-а-порте і для чого потрібні тижні моди. *Твоє місто*. 2020, 18 жовт. URL: [https://tvoemisto.tv/blogs/otkutyur\\_chy\\_vid\\_kutyur\\_shcho\\_take\\_vysoka\\_moda\\_pr\\_etaporte\\_i\\_dlya\\_chogo\\_potribni\\_tyzhni\\_mody\\_114181.html](https://tvoemisto.tv/blogs/otkutyur_chy_vid_kutyur_shcho_take_vysoka_moda_pr_etaporte_i_dlya_chogo_potribni_tyzhni_mody_114181.html) (дата звернення: 25.11.2024).
4. Білякович Л. М. Циклічна динаміка моди: теоретико-методологічні засади і перспективи прогнозування на зламі XX–XXI ст. *Мистецтвознавчі записки*. 2018. Вип. 34. С. 3–11.
5. Бренд URBANIST. URL: <https://urbanist.com.ua/urbanist> (дата звернення: 05.12.2024).
6. Варивончик А. В. Використання авангардних елементів в гримі та зачісці як частина сучасного стилю в моді: огляд літератури. *Теорія та практика дизайну*. № 34. С. 209–216.
7. Варивончик А. В. Креативні підходи до створення особистого стилю через взаємодію модних елементів костюма, зачіски та гриму. *Український мистецький дискурс*. 2024. № 5. С. 19–30.
8. Варивончик А., Пенчук О., Пальцун О. Інноваційні технології в дизайні одягу XXI ст. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. Т. 5. № 1. С. 106–118.

9. Виговська І. Бунт, 90-ті, твід і Криволап: 13 осінніх колекцій від українських брендів одягу. *Village*. 2023, 12 верес. URL: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/343417-bunt-90-ti-tvid-i-krivolap-13-osinnih-kolektsiy-vid-ukrayinskih-brendiv-odyagu> (дата звернення: 09.09.2024).

10. Вирізи, прозорість та багато червоного: Андре Тан назвав головні модні тренди літа 2023. *TCH*. 2023, 19 черв. URL: <https://tsn.ua/lady/moda/shkola-stilya/virizi-prozorist-ta-bagato-chervonogo-andre-tan-nazvav-golovni-modni-trendi-lita-2023-2352916.html> (дата звернення: 15.04.2025).

11. Віннічук Н. 5 найкращих українських брендів street-style одягу. *Medium*. 2019. 22 серп. URL: <https://nataliavinnichuk.medium.com/5-найкращих-українських-брендів-street-style-одягу-d5dbd5138bd> (дата звернення: 05.12.2024).

12. 8 чоловіків – легенд стріт-стайлу. *Метросексуал*. 2022, 16 верес. URL: <https://metrosexual.com.ua/ua/8-muzhchin-legend-strit-stajla.html#i-2> (дата звернення: 25.08.2024).

13. Вороніна М. В. Взаємодія молодіжних субкультур і сучасної моди. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2018. № 1. С. 80–91.

14. Все буде гранж: що зробив Марк Джейкобс для світу моди. *Vogue*. 2024, 09 квіт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/pust-budet-granzh-cho-sdelal-mark-dzheykobs-dlya-mira-mody-34409.html> (дата звернення: 05.08.2024).

15. Вулична мода у світі зірок та знаменитостей. *Pre-Party*. 2024, 28 берез. URL: [https://pre-party.com.ua/content/entry/Vulychna\\_moda\\_u\\_sviti\\_zirok\\_ta\\_znamenytostey.html](https://pre-party.com.ua/content/entry/Vulychna_moda_u_sviti_zirok_ta_znamenytostey.html) (дата звернення: 15.06.2025).

16. Вулична мода: що її характеризує? *Elle*. 2023, 02 жовт. URL: <https://cutt.ly/Pw7DZc3n> (дата звернення: 15.02.2024).

17. Вулична мода-2023: які тренди домінують, що нині носять? *В світі*. 2023, 21 серп. URL: <https://vsviti.com.ua/stats-vulychna-moda-2023-iaki-trendy-dominuiut-shcho-nyni-nosiat> (дата звернення: 20.12.2024).
18. Вуличний одяг на подіумах: вулична мода у світових колекціях. 2024, 28 берез. URL: <https://www.0532.ua/list/469520> (дата звернення: 05.07.2024).
19. Вуличний стиль одягу для чоловіків – основа сучасної чоловічої моди. *Метросексуал*. 2019, 12 верес. URL: <https://metrosexual.com.ua/ua/ulichnyj-stil-odezhdy-dlya-parnej.html> (дата звернення: 25.11.2024).
20. Вуличний стиль одягу чоловіків – 65 Фото Ідей. *LOOK*. URL: <https://look.com.ua/vylichnii-stil-odiagy-cholovik-65-foto-idei/> (дата звернення: 30.03.2025).
21. Гайова І., Ніколаєва Т., Шафранська Т., Джаліліан Ф. Особливості формування стильових образів в молодіжній моді ХХ століття. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 квіт. 2020 р. В 2-х т. Т. 1. Київ : КНУТД, 2020. С. 134–137.
22. Гардабхадзе І. Фактори впливу молодіжних субкультур на соціально-комунікативну функцію костюму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2017. Вип. 37. С. 277–292.
23. Гардабхадзе І. А. Комунікативна функція костюма в умовах культурних трансформацій. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2015. Вип. 32. С. 37–43.
24. Готичний стиль: вивчаємо новий тренд 2022–2023 разом із Fashionista. *Fashionista*. 2022, 2 листоп. URL: <https://fashionista.ua/blog/gotichnij-stil-vivchayemo-novij-trend-20222023-razom-iz-fashionista-b182.html> (дата звернення: 10.08.2024).
25. Готичний тренд сезону осінь-зима 2019–2020. *TSN*. 2019, 28 серп. URL: <https://tsn.ua/lady/moda/pisk-mody/gotichnij-trend-sezonu-osin-zima-2019-2020-1401141.html> (дата звернення: 03.10.2024).

26. Грандіозний дебют: Алессандро Мікеле представив свою першу колекцію для Valentino. *Elle*. 2024, 18 черв. URL: <https://elle.ua/moda/novosty/grandiozniy-debyut-alessandro-mikele-predstaviv-svoyu-pershu-kolekciyu-dlya-valentino/> (дата звернення: 10.06.2025).

27. Гурова І. В. Теорія субкультури у науковому напрямі Cultural Studies та її розвиток у культурологічному дискурсі. *Питання культурології*. 2022. Вип. 39. С. 21–31.

28. 20 знаменитих дизайнерів, які вплинули на моду. Від Коко Шанель до Демни Гвасалія. *Elle*. 2022, 29 січ. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/20-znamenitih-dizaynerv-yak-vplinuli-na-modu/> (дата звернення: 20.03.2024).

29. День Незалежності: найкращі вишиванки на вулицях Києва. 2021, 24 серп. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-samyekrasivue-vyshivanki-na-ulicah-kieva-45604.html> (дата звернення: 28.01.2025).

30. Джанні Версаче. *Teachron*. 2017, 02 груд. URL: <https://teachron.livejournal.com/388485.html> (дата звернення: 18.12.2024).

31. Дизайнер Рік – про чоловічу агресію, вразливість і мачизм. *Vogue*. 2021, 06 листоп. URL: <https://vogue.ua/article/vogueman/stil/dizayner-rik-oeuns-o-muzhskoy-agressii-uyazvimosti-i-machizme-46456.html> (дата звернення: 15.02.2025).

32. Дихнич Л. Fashion-образ як комунікаційна система: орієнтири української моди під час війни. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. № 5. С. 61–70.

33. Дихнич Л. П. Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття: автореф. дис. ... канд. істор. наук: 17.00.01 – теорія і історія культури / Київський нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2002. 22 с.

34. Дихнич Л. П., Тітенко А. В. Мода в системі самоідентифікації особистості. *Innovative Trends in Science, Practice and Education : Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference, Munich, 2022, Feb. 22–25. Munich, Germany, 2022. P. 88–90.*

35. Дослідження моди як білого аркуша: колекція LITKOVSKA FW 2024/25. *Elle*. 2024, 28 лют. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/doslidzhennya-modi-y-tvorchosti-yak-bilogo-lista-kolekciya-litkovska-fw-202425/> (дата звернення: 30.04.2025).
36. Досьє: все, що потрібно знати про Александра Венга. *Vogue*. 2018, 26 груд. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/dose-vse-chto-nuzhno-znat-ob-aleksandre-venge-22077.html> (дата звернення: 20.09.2024).
37. Друга частина шпилькової історії: Джанні Версаче. *Oringo*. URL: <https://oringo.com.ua/novosti/vtoraya-chast-bulavochnoy-istorii-dzhanni-versache> (дата звернення: 25.07.2024).
38. Звиняцьківська 3. Street Style в Україні кінця 80-х початку 90-х років: від заборони до мрії. *Центр міської історії, Львів*. 2017, 21 лют. URL: <https://www.lvivcenter.org/discussions/street-style-in-ukraine/> (дата звернення: 25.07.2024).
39. Звиняцьківська 3. Мода в час розпаду: як одягались українці в 1990 році. *Історична правда*. 2017, 10 берез. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/58c1433370e7a/> (дата звернення: 21.02.2024).
40. Ікони Streetwear – особи, які визначили вуличну моду. *Gazeta.ua*. 2024, 02 квіт. URL: [https://gazeta.ua/articles/promotion/\\_ikoni-streetwear-osobi-yaki-viznachili-vulichnu-modu/1176711](https://gazeta.ua/articles/promotion/_ikoni-streetwear-osobi-yaki-viznachili-vulichnu-modu/1176711) (дата звернення: 12.07.2025).
41. Калкатов Є. Street Style в Україні: виникнення та особливості поширення. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрямок : мистецтвознавство*. 2024. Вип. 48. С. 512–518.
42. Калкатов Є. Взаємовплив Високої моди та Street Style. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету*. 2024. Вип. 74. Т. 1. С. 117–125.
43. Калкатов Є. Передумови появи Street Style у контексті субкультурного руху в США та Великобританії в другій половині XX століття.

*Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство.* 2024. Вип. 50. С. 145–159.

44. Калкатов Є. А. Вплив Street Style на моду. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, м. Київ, 12–13 квіт. 2024 р. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2024. С. 103–105.

45. Калкатов Є. А. Вплив музичних течій на появу Street Style. *Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives: Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VIII International Scientific and Theoretical Conference, Aug. 30, 2024.* Vilnius, Republic of Lithuania : International Center of Scientific Research, 2024. P. 62–65.

46. Калкатов Є. А. Інструменти поширення Street Style. *Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень* : зб. наук. пр. з матеріалами VIII Міжнар. наук. конф., м. Рівне, 30 серп. 2024 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. С. 151–153.

47. Калкатов Є. А. Поняття Street Style як явище молодіжної моди. *The Current State of Development of World Science: Characteristics and Features* : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VI International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 15, 2023. Lisbon, Portuguese Republic : International Center of Scientific Research, 2023. P. 302–303.

48. Калкатов Є. А. Публікації про Street Style Looks: до історії питання. *The Driving Force of Science and Trends in its Development* : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the V International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 22, 2023. Coventry, United Kingdom : International Center of Scientific Research, 2023. P. 220–221.

49. Каранковська Ю. Айріс Апфель померла у віці 102 років: хто вона і як стала рок-зіркою світу моди. *TCH.* 2024, 02 берез. URL:

<https://tsn.ua/lady/zvezdy/zvezdy/ayris-afel-vipovnyuyetsya-100-rokiv-hto-vona-i-yak-stala-rok-zirkoyu-svitu-modi-1855288.html> (дата звернення: 15.05.2025).

50. Каранковська Ю. Революційний стиль: як New Look Крістіана Діора змінив світ моди. *TCH*. 2024, 21 січ. URL: <https://tsn.ua/lady/moda/shkola-stilya/revolyuciyniy-stil-yak-new-look-kristiana-diora-zminiv-svit-modi-1982233.html> (дата звернення: 26.04.2025).

51. Карпюк Є. Second Horizon: Ukrainian Riot Division Released a New Collection. *DTF*. 2021, 07 листоп. URL : <https://donttakefake.com/en/second-horizon-ukrainian-riot-division-released-a-new-collection/> (дата звернення: 16.09.2024).

52. Католик Г., Багрій В. Ставлення молоді до трендів в дизайні одягу під час війни: тенденції сучасності. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія Психологія*. 2022. № 1. С. 17–24.

53. Квіткові принти та скульптурні силуети в колекції Poustovit весна-літо 2024. *Vogue*. 2024, 01 квіт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/kvitkovi-printi-ta-skulpturni-silueti-v-kolektsiji-poustovit-vesna-lito-2024-55289.html> (дата звернення: 10.12.2024).

54. Київський Стритстайл. *DTF Magazine*. 2018, 03-05 верес. URL: <https://donttakefake.com/category/brands/stritstajl-kyiv/> (дата звернення: 15.12.2023).

55. Кисельова К. Анімалізм в дизайні одягу XX – початку XXI століття. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2024. Т. 7. № 1. С. 164–177.

56. Кисельова К., Пенчук О., Турчак-Лазуренко Л. Використання мотивів творів Марії Примаченко в дизайні одягу. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*, 2025. Т. 8. № 1. С. 120–134.

57. Кисельова К., Шандренко О. Шляхи пошуку гармонії в сучасних проєктах дизайну одягу. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. Т. 4. № 1. С. 59–69.

58. Кисельова К., Шандренко О., Дементович Т., Щербак А. Цитування сценічних образів музикантів жанрів хардрок та хеві-метал 1970-90-х років у дизайні одягу ХХІ ст. *Деміург : ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. Т. 5. № 2. С. 319–332.
59. Колесник С., Волох Т. Історія хіп-хоп культури та її еволюція. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2018. Вип. 21. Т. 2. С. 15–19.
60. Колосніченко О. В., Кротова Т. Ф., Пашкевич К. Л. Sustainable fashion як тренд сучасності. *Мистецтвознавство України*. 2021. Вип. 17. С. 35–42.
61. Копилова Н. О. Практики Street-fashion у сучасній українській культурі. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрямок: культурологія*. 2023. Вип. 47. С. 74–79.
62. Кравченко С. 13 головних трендів сезону весна-літо 2023. *Elle*. 2023, 21 берез. URL: <https://elle.ua/moda/trendy/trendi-vesni-2023/> (дата звернення: 20.11.2023).
63. Кротова Т. Ф., Ніколаєва Т. І., Козенко І. І. Проектування асортиментного ряду творчої колекції молодіжного одягу на основі вивчення та аналізу стилю футуризм. *Технології та дизайн*. 2020. № 1 (34). С. 1–7.
64. Кулик В. Сучасний молодіжний рух в Україні. *Молодіжні субкультури або неформали: погляд на проблему / упоряд. Л. Л. Халецька*. Полтава: Полтавський обл. ін-т післядиплом. пед. освіти ім. М. В. Остроградського, 2008. С. 16–23.
65. Кучерук О. О. Трансформація молодіжної свідомості в контексті масової культури: соціально-філософський аспект : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Держ. закл. «Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського». Одеса, 2016. 196 с.
66. Кущик І. В. Мода в контексті символічного простору культури. *Культура і сучасність*. 2020. № 1. С. 73–78.

67. Лавренюк О. О. Цифрова мода в історичному та соціокультурному дискурсах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 64. Т. 1. С. 168–175.
68. Лагода О. Мода – маніфестація культури свободи особистості в добу глобалізації. *МІСТ : Мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2009. № 3. С. 194–202.
69. Лагода О. Мода і мистецтво: взаємодія в контексті репрезентацій. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2014. № 1. С. 20–26.
70. Лагода О. М. Репрезентативні практики дизайну костюма в контексті еволюції художньо-проектної культури : дис. ... доктора мистецтвознавства : 17.00.07 – дизайн / Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2020. 593 с.
71. Лагода О. М. Художньо-образні особливості костюма в дизайні одягу кінця ХХ – початку ХХІ століття : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 – дизайн / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2007. 275 с.
72. Лагода О., Лінь Я. Стилізація зовнішності денді як засіб візуальної комунікації в чоловічій моді. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 65. Т. 2. С. 60–67.
73. Легенький Ю. Національний образ моди як ідеал. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2022. Вип. 47. С. 171–176.
74. Легенький Ю. Г. Українська національна мода ХХ ст. : образ і міф. Київ : Університет «Україна», 2022. 456 с.
75. Легенький Ю. Г., Ареф'єва Є. Ю. Модний диспозитив у культурі ХХ–ХХІ століть як альтерглобалізаційна стратегія. *Культура і сучасність*. 2022. № 2 С. 92–96.
76. Литвиненко Н. М., Пенчук О. П., Лавренюк О. О., Морозова А. В. Весільне жіноче вбрання у традиції та сьогоденні. *Вісник Київського*

національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство. 2021. Вип. 45. С. 241–248.

77. Ліпенцева Ю. «Джентльмени»: гайрічівські бандити у стильних костюмах. *Lifestyle.24*. 2020, 03 лют. URL: [https://lifestyle.24tv.ua/dzhentlmeni\\_gayrichivski\\_banditi\\_u\\_stilnih\\_kostyumah\\_n1273933](https://lifestyle.24tv.ua/dzhentlmeni_gayrichivski_banditi_u_stilnih_kostyumah_n1273933) (дата звернення: 20.10.2023).

78. Лісничук М. Стиляги, металісти і хіпі: з'ясувалися цікаві факти про неформалів у СРСР. *OBOZ.ua*. 2020, 18 лют. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/stilyagi-metalisti-i-hipi-zyasuvailisya-tsikavi-fakti-pro-neformaliv-u-srsr.htm> (дата звернення: 15.11.2023).

79. Лозинська Х. Костюм молодіжних субкультур в Україні другої половини ХХ ст. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2011. Вип. 22. С. 300–306.

80. Лозинська Х. Молодіжний костюм у європейській моді 1990-х років. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2010. Вип. 21. С. 94–99.

81. Мартинович Ю. Яким є стиль львів'ян? Розмова з авторкою street style Hunter. *Еспресо. Захід*. 2022, 15 жовт. <https://zahid.espreso.tv/yakim-e-stil-ivivyan-rozмова-z-avtorkoyu-street-style-hunter> (дата звернення: 20.05.2024).

82. Мельник М. Ніжно-рожевий і сорочка навиворіт: Андре Тан про тренди літа 2025. *Таблоїд*. 2025, 24 квіт. URL: <https://tabloid.pravda.com.ua/lounge/andre-tan-pro-trendi-lita-2025-foto-v-instagram-2009574/> (дата звернення: 07.07.2025).

83. Мельник М. Т. Мода в контексті художніх практик ХХ ст : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 26.00.01 – теорія та історія культури / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2008. 19 с.

84. Мельник М. Т. Мода: від авангарду до япстерів. Київ : MODOSLAV, 2018. 190 с.

85. Мельник М. Т. Особливості формування тенденцій моди в контексті художніх практик початку ХХІ століття. *Вісник Київського*

національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство. 2011. Вип. 25. С. 92–97.

86. Михайлова Р. Д., Костюченко О. В. Стиль одягу та його роль у формуванні іміджу. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2018. Вип. 19. С. 98–110.

87. Мінаєв А. Основні форми, прояви та етапи суспільно-політичного протесту молоді в 60-х роках ХХ ст. в країнах Заходу. *Історична панорама*. 2019. Вип. 28–29. С. 79–105.

88. Мінаєв А. Рух хіпі як прояв молодіжного неполітичного протесту в другій половині 60-х рр. ХХ ст. в країнах Західної Європи та США. *Збірник навчально-методичних матеріалів і наукових статей історичного факультету*. 2007. Вип. 13. С. 162–168.

89. Мода в кіно: знакові речі, які стали популярними завдяки фільмам. *SPACE Mag*. 2024, 16 серп. URL: <https://spacemag.com.ua/lifestyle/moviesandbooks/moda-v-kino-znakovi-rechi-yaki-staly-populyarnymu-zavdyaky-filmam/> (дата звернення: 14.02.2025).

90. Мода і стиль у фільмах Гая Річі. *Vogue*. 2022, 10 верес. URL: <https://vogue.ua/article/vogueman/kino/moda-i-stil-v-filmah-gaya-richi-42001.html> (дата звернення: 20.03.2025).

91. Мода на художнє мистецтво та її вплив на стиль та тренди. *Fact News*. 2024, 04 лип. URL: <https://fact-news.com.ua/moda-na-xudozhne-mistetstvo-yak-vona-vplivae-na-stil-ta-trendi> (дата звернення: 20.04.2025).

92. Мода трагічних часів: як війна змінює наш гардероб. *Наш Київ*. 2022, 29 листоп. URL: <https://nashkiev.ua/style/moda-tragichnih-chasiv-yak-viina-zminyue-nash-garderob> (дата звернення: 10.12.2024).

93. Модна Україна: ключові дизайнери та бренди. *Український кризовий медіа-центр*. 2021, 02 черв. URL: <https://uacrisis.org/uk/modna-ukrayina-klyuchovi-dyzajneru-ta-brendy> (дата звернення: 30.07.2024).

94. Модні образи в стилі Street Style. *Issa Plus*. 2023, 21 листоп. URL: <https://issaplus.com/blog/modnye-obrazy-v-stile-street-style/> (дата звернення: 10.02.2024).

95. Молодіжні субкультури або неформали: погляд на проблему / упоряд. Л. Л. Халецька. Полтава : ПОППО, 2008. 53 с.

96. На Паризькому тижні моди представили вуличний стиль весна-2021: фото. *Межа*. 2020, 06 жовт. URL: <https://mezha.net/ua/pictures/na-parizkomu-tizhni-modi-predstavili-vulichnij-stil-vesna-2021-foto/> (дата звернення: 28.10.2023).

97. Найкращі вбрання за всю історію серіалу «Секс і місто». *Vogue*. 2024, 06 черв. URL: <https://vogue.ua/article/culture/kino/luchshie-naryady-za-vsyu-istoriyu-seriala-seks-v-bolshom-gorode-46998.html> (дата звернення: 30.05.2025).

98. Наку А. Категорія стилю у дослідженнях науковців. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2017. Вип. 37. С. 304–312.

99. Новий сезон Ukrainian Fashion Week стане міжнародним: українські дизайнери представлять колекції SS23 на світових подіумах. *Elle*. 2022, 18 лип. URL: <https://elle.ua/moda/novosty/noviy-sezon-ukrainian-fashion-week-stane-mizhnarodnim-ukrainski-dizayneri-predstavlyat-kolektsii-ss23-na-svitovih-podiumah/> (дата звернення: 12.01.2025).

100. Пастухов О. А. Хіп-хоп: характерні особливості та вплив на сучасну хореографію. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 1. С. 291–295.

101. Пашкевич К., Сімак А., Чупріна Н., Малько А., Петрова О. Вулична мода як творче джерело для розробки сучасних колекцій молодіжного одягу. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 27 квіт. 2023 р. Київ : КНУТД, 2023. С. 233–235.*

102. Пенчук О., Турчак Л., Кисельова К. Fashion-фотографія та її розвиток в індустрії моди. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 85. Т. 2. С. 142–147.

103. Пилипюк С. Стильні гості Ukrainian Fashion Week (частина 1). *Village*. 2018, 05 лют. URL: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/street-style/268091-ufw-guests-style-part1> (дата звернення: 25.11.2023).

104. Повсякденний стиль: мода вулиць 2024. *Issa Plus*. 2024, 20 лют. URL: <https://issaplus.com/ua/blog/povsyakdenniy-stil-moda-vulits/> (дата звернення: 05.11.2024).

105. Попова К. Гід з модних брендів з Харкова. *Harpers Bazaar*. 2024, 12 квіт. URL: <https://harpersbazaar.com.ua/fashion/wardrobe/hid-po-modnym-brendam-z-kharkova/> (дата звернення: 20.06.2025).

106. Попова Т. І., Баштинська А. Еволюція проектування жіночого одягу стилю Street Style. *Зб. тез доп. наук.-пед. працівників та аспірантів LIV конф. Української інженерно-педагогічної академії*, м. Харків, 11–14 трав. 2021 р. Харків, 2021. С. 91–94.

107. Порхун Т. С. Модні тексти в субкультурі хіпі. *Мистецтвознавчі записки*. 2018. Вип. 33. С. 80–86.

108. 15 найкращих фільмів про моду 1990-х. *Vogue*. 2023, 09 верес. URL: <https://vogue.ua/article/culture/kino/18-naykrashchih-filmiv-pro-modu-1990-h-49087.html> (дата звернення: 15.09.2024).

109. 5 брендів з Харкова, з якими варто познайомитися. *Vogue*. 2024, 24 берез. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/5-brendiv-z-harkova-z-yakimi-varto-roznaomitisya-55252.html> (дата звернення: 15.02.2025).

110. Растафаріанство. URL: <https://is.gd/A7TAsw> (дата звернення: 20.12.2023).

111. Революціонер фешн-індустрії та геній свого часу: як жив і творив Ів Сен-Лоран. *Прямий*. 2019, 01 серп. URL: <https://cutt.ly/Hw7DZIy2> (дата звернення: 15.03.2024).

112. Романенко Ю. Гайд із тренд-аналітики. Як розуміти тренди і де шукати звіти, щоби бути up-to-date. 2021, 09 верес. URL: <https://skvot.io/uk/blog/gayd-po-trend-analitike> (дата звернення: 25.02.2024).

113. Сапожник Д. І., Ніколайчук Л. Г., Терешкевич Н. А. Сучасні тенденції у дизайні та стильовому рішенні одягу молодіжного асортименту. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча*. 2016. Вип. 16. С. 43–48.

114. Сим А. Street style (стрит стайл): як починалася вулична мода і її сучасні особливості. *Checkroom*. 2018, 11 лип. URL: <https://checkroom.com.ua/uk/street-style-jak-pochynalasja-vulychna-moda-i-jiji-suchasni-osoblyvosti> (дата звернення: 10.11.2023).

115. Стадник В. «Лівий берег, Правий берег»: новий дроп від бренду SUPPORT by Poustovit. *The Village. Україна*. 2018, 04 трав. URL: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/style-news/271529-liviy-bereg-praviy-bereg-noviy-drop-brendu-support-by-poustovit?from=readmore> (дата звернення: 15.05.2024).

116. Степанова О. Тренди літа 2024: Андре Тан назвав 5 речей, які повинні бути у вашому гардеробі. *TCH*. 2024, 29 трав. URL: <https://tsn.ua/lady/moda/shkola-stilya/trendi-lita-2024-andre-tan-nazvav-5-rechey-yaki-povinni-butu-u-vashomu-garderobi-2583462.html> (дата звернення: 25.08.2024).

117. Стритстайл з тижня моди в Лондоні: фото. *Межа*. 2020, 24 верес. URL: <https://mezha.net/ua/pictures/stritstajl-z-tizhnja-modi-v-londoni-foto/> (дата звернення: 05.09.2024).

118. Тимофеев Р. Коды Дому: 7 головних символів Balmain. *Symbol*. 2023, 17 лип. URL: <https://magazine.symbol.ua/inspiration/kodi-domu-7-golovnih-simvoliv-balmain> (дата звернення: 15.09.2024).

119. Толпигіна Є. Д. Хіп-хоп. *Вікі-ЦДУ*. 2013, 19 берез. URL: [https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/Толпигіна\\_Є.Д.\\_хіп-хоп](https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/Толпигіна_Є.Д._хіп-хоп) (дата звернення: 10.08.2023).

120. Топ-30 кращих street style образів з Ukrainian Fashion Week. *Elle*. 2017, 08 лют. URL: <https://elle.ua/moda/zvezdny-stil/top-30-krashchih-street-style-obrazv-z-ukrainian-fashion-week/> (дата звернення: 10.10.2024).

121. Трендові речі за версією стрітстайлів. *Symbol*. 2023, 11 жовт. URL: <https://magazine.symbol.ua/inspiration/trendovi-recti-za-versieiu-stritstajliv> (дата звернення: 15.11.2024).

122. Українська дизайнерка Оксана Караванська представить свою колекцію у Давосі. *Високий замок*. 2020, 22 січ. URL: <https://wz.lviv.ua/news/404943-ukrainska-dyzainerka-oksana-karavanska-predstavyt-svoiu-kolektsiiu-u-davosi> (дата звернення: 30.11.2023).

123. Українська мода на подіумах та вулицях. *Краса та здоров'я*. URL: <https://krasa-zdorovie.blogspot.com/2014/02/ukrainska-moda-na-podiumah-ta-vulicah.html> (дата звернення: 15.08.2024).

124. Український Street-Style. *Garne*. 2019, 02 січ. URL: <https://garne.com.ua/article/ukrainskij-street-style-845> (дата звернення: 12.11.2024).

125. Фінальний уклін: яким був останній концерт Елвіса Преслі. *Vogue*. 2023, 16 серп. URL: <https://vogue.ua/article/culture/muzyka/finalnyu-poklon-kakim-byl-posledniy-koncert-elvisa-presli-41194.html> (дата звернення: 11.04.2025).

126. Футболка Public Enemy Fight the Power. *Best4u.com.ua*. URL: [https://best4u.com.ua/index.php?page=shop.product\\_details&flypage=flypage.tpl&product\\_id=22345&category\\_id=3&option=com\\_virtuemart&Itemid=1](https://best4u.com.ua/index.php?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=22345&category_id=3&option=com_virtuemart&Itemid=1) (дата звернення: 05.07.2025).

127. Ханас О. Андре Тан викликав фурор своєю колекцією на Тижні моди в Парижі (фото, відео). *Фокус*. 2023, 03 жовт. URL: <https://focus.ua/uk/lifestyle/596527-andre-tan-viklikav-furor-svoyeyu-kolekciyeyu-na-tizhni-modi-v-parizhi-foto-video> (дата звернення: 12.05.2024).

128. Ханас О. Андре Тан назвав 5 головних модних трендів осені 2023 року (фото). *Фокус*. 2023, 15 серп. URL: <https://focus.ua/uk/lifestyle/585784->

andre-tan-nazvav-5-golovnih-modnih-trendiv-oseni-2023-roku-foto (дата звернення: 12.05.2024).

129. Харченко А. В. Синтез стилів у практиці сучасної моди: тенденції, художні прийоми : дис. ... докт. філософії : 022 Дизайн / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2021. 270 с.

130. Хроніки моди: 1990-ті. *Блог історика моди Мирослава Мельника*. 2020, 08 квіт. URL: <https://modoslav.blogspot.com/2020/04/1990.html> (дата звернення: 20.02.2024).

131. Цалик С. Джинси в Україні 1970-х. Солодкий і заборонений плід. Фото. *Історична правда*. 2012, 18 трав. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2012/05/18/86002/> (дата звернення: 15.11.2023).

132. Чупріна Н. Критерії формування модних тенденцій та проектних образів масового вжитку в індустрії моди. *Мистецтвознавчі записки*. 2017. № 31. С. 252–260.

133. Чупріна Н. Роль кітчю у формуванні сучасної вуличної моди. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2016. № 30. С. 226–236.

134. Чупріна Н. В. Визначення критеріїв взаємовпливу високої та вуличної моди у формуванні актуального модного образу в індустрії моди. *Культура і сучасність*. 2016. № 2. С. 72–76.

135. Шандренко О. М. Інтерпретація моди в контексті дискурсивних практик. *Культура і сучасність*. 2014. № 2. С. 132–137.

136. Шандренко О. М. Стиль як презентативно-нормативний вимір комунікації моди. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. 2014. Вип. 4. С. 78–82.

137. Шулікіна М. Абсолют: чому образ Тупака Шакура не втрачає актуальності. *Vogue*. 2024, 13 верес. URL: <https://vogue.ua/article/vogueman/stil/absolyut-nesoizmerimoe-vliyanie-tupaka-shakura-41063.html> (дата звернення: 29.04.2025).

138. Шулікіна М. Жан-Поль Готье – поганий хлопчик світу моди. *Vogue*. 2024, 24 квіт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/zhan-pol-gote-plohoymalchik-mira-mody-34775.html> (дата звернення: 15.01.2025).

139. Шулікіна М. За що ми любимо Рафа Сімонса. *Vogue*. 2024, 12 січ. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/za-chto-my-lyubim-rafa-simonsa-32151.html> (дата звернення: 18.10.2024).

140. Шулікіна М. Що Вів'єн Вествуд зробила для світу моди. *Vogue*. 2021, 08 квіт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/persona/chto-viven-vestvud-sdelala-dlya-mira-mody-44194.html> (дата звернення: 10.03.2024).

141. Що носять гості тижня моди у Нью-Йорку: 50 стритстайл-ідей для стильних образів. *Elle*. 2023, 12 верес. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/shcho-nosyat-gosti-nyu-yorkskogo-tizhnya-modi-50-stritstayl-idey-dlya-obraziv/> (дата звернення: 10.12.2024).

142. Як Street Style з'явився в Україні. *Elle*. 2016, 10 жовт. URL: <https://elle.ua/moda/fashion-blog/kak-streetstyle-poyavilsya-v-ukraine/> (дата звернення: 27.10.2023).

143. Як вписати вишиванку в міський гардероб: три модні ідеї. *Vogue*. 2021, 24 серп. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/look/kak-vpisat-vyshivanku-v-gorodskoy-garderob-3-modnye-idei-45601.html> (дата звернення: 15.09.2023).

144. Як одягаються гості Тижня моди в Берліні. *Vogue*. 2024, 05 лип. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/yak-odyagayutsya-gosti-tizhnya-modi-v-berlini-56119.html> (дата звернення: 30.01.2025).

145. Яковенко І. Бренд Support by Poustovit представив новий дроп, присвячений мостам Києва. *The Village. Україна*. 2024, 19 квіт. URL: <https://www.village.com.ua/village/service-shopping/style-news/349911-brend-support-by-poustovit-predstaviv-noviy-drop-prisvyacheniy-mostam-kieva> (дата звернення: 15.11.2024).

146. Adam Katz Sinding. Ukrainian Fashion Week. Spring/Summer-2020. URL: <https://adamkatzsinding.com/category/event/ukrainian-fashion-week-spring-summer-2020/> (date of access: 21.04.2025).

147. Adeotan M. 17 Different Types of Goth styles. *Home Quirer*. 2024. URL: <https://homequirer.com/different-types-of-goth-styles/> (date of access: 13.01.2025).
148. Alexander Wang – бренд для амбітних та талановитих. *La Banque*. URL: <https://labanque.com.ua/alexander-wang> (date of access: 25.06.2025).
149. Alexander Wang: інноваційний дизайн та стиль у світі моди. *Khmelnysky*. 2023, 22 черв. URL: <https://khemlnysky.com.ua/ua/article/109029-alexander-wang-innovaciyniy-dizayn-ta-stil-u-sviti-modi> (date of access: 25.06.2025).
150. Allen J. England swings: How the UK mods bridged blues, 60s rock, 70s punk, and 80s pop. *uDiscoverMusic*. 2023, Oct. 7. URL: <https://www.udiscovermusic.com/stories/uk-mods-blues-rock-punk-pop-music-feature/> (date of access: 15.07.2024).
151. Barnard M. *Fashion as communication* / 2nd ed. London : Routledge, 2002. 224 p.
152. Barnes R. *Mods*. Plexus Publishing, 1989. 128 p.
153. Barthes R. *Dandysme et mode. Système de la mode*. Paris : Éditions du Seuil, 1967. 328 p.
154. Barthes R. *The Fashion System* / trans. M. Ward, R. Howard. London : University of California Press, Ltd, 1990. 289 p.
155. Baudrillard J. *Simulacra and Simulation* / trans. S. F. Glaser. Paris : University of Michigan Press, 1981. 234 p.
156. Baudrillard J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London : SAGE Publ., 1998. 208 p.
157. Beatnik Fashion Guide: Embracing the Beatnik Style. *The Jacket Maker Blog*. 2022, Mar. 21. URL: <https://blog.thejacketmaker.com/beatnik-fashion/> (date of access: 20.09.2024).
158. Ben-Horin K. Street-Style Fashion Photography Before 1920. *On Pins and Needles*. 2013, Feb. 22. URL: <https://pinsndls.com/2013/02/22/street-style-fashion-photography-before-1920/> (date of access: 28.10.2023).

159. Beverly Hills, 90210. URL: <https://www.pinterest.com/pin/467530005042120226/> (date of access: 12.06.2024).
160. Biliakovych L., Derman L., Oborska S., Naumenko O. Vovk A. Genesis, features and prospects for the development of digital fashion. *Preservation Digital Technology and Culture*. 2024. Vol. 53 (1). P. 5–14.
161. Blanks T. Rick Owens Spring 2014 Ready-to-Wear. *Vogue*. 2013, Sep 25. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/rick-owens> (date of access: 10.02.2024).
162. Booyesen P. Lookbook: Beatnik style. *Capsule Couture*. 2020, Jun. 14. URL: <https://pascalbooyesen.com/2020/06/14/lookbook-beatnik-style/> (date of access: 17.09.2023).
163. Borrelli-Persson L. Street Style Was Born at the Paris Racetracks. *Vogue*. 2020, Sept. 28. URL: <https://www.vogue.com/article/street-style-photography-was-born-at-the-paris-racetracks> (date of access: 15.04.2024).
164. Boucher F. *A History of Costume in the West*. London : Thames and Hudson, 1987. 464 p.
165. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London : Routledge and Kegan Paul, 1984. 613 p.
166. Bourdieu P. *La Distinction: Critique sociale du jugement*. Paris, 1979. 672 p.
167. Breward C. *Fashioning London. Clothing and the modern metropolis*. Oxford ; New York : Berg Publishers, 2004. 256 p.
168. Brock D. J. The Five Greatest Guns n' Roses songs: Num. 1. *David James Brock*. 2016, Jul. 15. URL: <https://www.davidjamesbrock.com/blog/2016/7/15/the-five-greatest-guns-n-roses-songs-number-1> (date of access: 22.11.2023).
169. Brown M. The modern-day Teddy Boys still rock 'n' rolling in style. *The Telegraph*. 2022, May 21. URL: <https://www.telegraph.co.uk/music/news/modern-day-teddy-boys-still-rock-n-rolling-style/> (date of access: 20.11.2024).

170. Cary A. Are you ready for the return of raver style? *Vogue*. 2022, Jan. 22. URL: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/rave-style-trend-neon> (date of access: 24.08.2024).

171. Castillo G. B. Skateboard Fashion over the years: The 70's to now. *Cruising City*. 2024, Mar. 29. URL: <https://cruisincity.com/skateboard-fashion-over-the-years/> (date of access: 25.05.2025).

172. Chen C. Street Style and Its Importance for Social Movements. *Fashinnovation* 2021, Sep. 10. URL: <https://fashinnovation.nyc/street-style/> (date of access: 11.12.2023).

173. Chochrek E. A Look Back at LL Cool J's '90s and '00s Style. URL: <https://footwearnews.com/fashion/celebrity-style/ll-cool-j-90s-2000s-style-nike-converse-1202729469/> (date of access: 25.10.2023).

174. Coco Chanel: Modernism. How Coco Chanel changed fashion forever. *Arts & Culture*. URL: [https://artsandculture.google.com/story/coco-chanel-modernism-the-metropolitan-museum-of-art/rQWBy\\_v7yDpuIg?hl=en](https://artsandculture.google.com/story/coco-chanel-modernism-the-metropolitan-museum-of-art/rQWBy_v7yDpuIg?hl=en) (date of access: 15.06.2025).

175. Constantinescu N. Rasta Got Fashion. *Behance*. 2010. URL: <https://www.behance.net/gallery/4440419/RASTA-GOT-FASHION-> (date of access: 15.06.2024).

176. Crewe L. *The Geographies of Fashion: Consumption, Space, and Value*. London : Bloomsbury Academic, 2017. 200 p.

177. Davis R. 4 iconic UK subcultures you need to know about. *Rebels Market*. 2023, Feb. 26. URL: <https://www.rebelsmarket.com/blog/posts/4-iconic-uk-subcultures-you-need-to-know-about> (date of access: 28.01.2025).

178. Derman L., Skovronskyi B., Rusakov S. Fashion industry in Ukraine: Development and prospects. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. Vol. 9 (2). P. 118–128.

179. Eloring the Hip Hop Golden Era: From Origins to Impact. *Yellowbrick*. 2023, Aug. 17. URL: <https://www.yellowbrick.co/blog/music/exploring-the-hip-hop-golden-era-from-origins-to-impact> (date of access: 10.06.2025).

180. Elsener R. The Sartorialist – The Ultimate Street Style Journal [Brand: The Sartorialist. Creator: Scott Schuman]. *The Brander*. URL: <https://www.thebrander.com/en/fashion/the-sartorialist> (date of access: 05.03.2025).

181. Elsewhere. Blogs. URL: <https://officialelsewhere.com/blogs/our-goal-at-elsewhere> (date of access: 23.02.2025).

182. Face Hunter hits the streets for fashion. *The New York Times*. 2007, Oct. 7. URL: <https://www.nytimes.com/2007/10/07/style/07iht-rface.1.7782112.html> (date of access: 20.09.2023).

183. Farra E. How Street Style Evolved in the 2010s – From Pre-Instagram to Peak Maximalism. *Vogue*. 2019, Jul. 18. URL: <https://www.vogue.com/article/fashion-2010s-street-style-evolution> (date of access: 30.07.2024).

184. Fashion as Photograph: Viewing and Reviewing Images of Fashion / ed. E. Shinkle. Publisher I. B. Tauris, 2008. 256 p.

185. Fashion rasta girl with dreadlocks and tattoos. Skateboard street style. *Freepik*. URL: [https://www.freepik.com/premium-photo/fashion-rasta-girl-with-dreadlocks-tattoos-skateboard-street-style\\_19477450.htm](https://www.freepik.com/premium-photo/fashion-rasta-girl-with-dreadlocks-tattoos-skateboard-street-style_19477450.htm) (date of access: 15.06.2024).

186. Foreman K. Madonna: Material girl. *BBC*. 2015, Mar. 10. URL: <https://www.bbc.com/culture/article/20150310-material-girl-madonna> (date of access: 05.12.2023).

187. FROLOV. *London Fashion Week*. 2024. URL: [https://londonfashionweek.co.uk/designers/frolov?utm\\_source=chatgpt.com](https://londonfashionweek.co.uk/designers/frolov?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 18.01.2025).

188. Garcia-Furtado L. FRUiTS, the Legendary Japanese Street Style Magazine, is Back. *Vogue*. 2023, May 8. URL: <https://www.vogue.com/article/fruits-magazine-90s-street-style-english-translation> (date of access: 20.02.2025).

189. Hebdige D. *Subculture: The Meaning of Style*. London ; New York : Routledge, 1979. 195 p.

190. Heubner T. Die Rebellion der Betrogenen. Rocker, Popper, Punks und Hippies – Modewellen und Protest in der westlichen Welt? Berlin : Verlag Neues Leben, 1988. 215 s.

191. Hiller B. Style of the Century. A & C Black Publishers Ltd, 1983. 239 p.

192. History of Streetwear. *Temple*. URL: <https://www.templewear.com/pages/history-of-streetwear> (date of access: 25.03.2024).

193. Hughes D. Teddy Boy Culture: What is it and where did it come from? *Rebels Market*. 2023, Feb. 27. URL: <https://www.rebelsmarket.com/blog/posts/teddy-boy-culture-what-is-it-and-where-did-it-come-from> (date of access: 15.08.2024).

194. Iris Apfel for Vogue. *Luis Monteiro*. 2024. URL: <https://www.luismonteiro.com/portfolio/iris-afpel-for-vogue> (date of access: 05.12.2024).

195. Jackson L., Holevas C. 11 Minimalist Outfit Formulas to Sport This Summer. *Vogue*. 2025, May 24. URL: <https://www.vogue.com/article/minimalist-outfits> (дата звернення: 25.07.2025).

196. Jain S. A. Street Style and Its Importance in Fashion Industry. *Textile Learner*. 2022, Sept. 4. URL: <https://textilelearner.net/street-style-and-its-importance-in-fashion-industry/> (date of access: 20.02.2024).

197. Jean-Charles de Castelbajac. *Drawing Lab*. URL: <https://www.drawinglabparis.com/en/artistes/jean-charles-de-castelbajac/> (date of access: 28.01.2025).

198. Jelonic A. The Evolution of Street Style: How it Became the Ultimate Fashion Trend. *Baggizmo*. 2023, Nov. 20. URL: <https://getbaggizmo.com/the-evolution-of-street-style/> (date of access: 18.08.2024).

199. Jeremy Scott – The Wonderful Decade at Moschino. *Draw a Dot*. URL: <https://drawadot.com/jeremy-scott-the-wonderful-decade-at-moschino/> (date of access: 03.06.2025).

200. Judas Priest. *Amino*. URL: [https://aminoapps.com/c/metal/page/item/judas-priest/kw1C\\_QIpk6QrMPRbGmqXpJP56emXqD](https://aminoapps.com/c/metal/page/item/judas-priest/kw1C_QIpk6QrMPRbGmqXpJP56emXqD) (date of access: 13.02.2025).

201. Karl Lagerfeld Street Styles. *Bcr8tive*. 2014, Aug. 24. URL: <https://bcr8tive.com/karl-lagerfeld-street-styles/> (date of access: 10.09.2024).
202. Kate Spade [official website]. UR: <https://www.katespade.eu/nl> (date of access: 22.03.2025).
203. Kawamura Y. *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies / 2nd ed.* London : Bloomsbury Visual Arts, 2018. 163 p.
204. Kershaw S. The mod style legacy. *ASOS*. 2016, May 28. URL: [https://www.asos.com/men/fashion-feed/2016\\_05\\_28-sat/mod-style-legacy-fashion-music-history/](https://www.asos.com/men/fashion-feed/2016_05_28-sat/mod-style-legacy-fashion-music-history/) (date of access: 01.08.2024).
205. Kolosnichenko O., Chrichlow K. The ‘Mods’ Style Influence on the Formation of Scooter Drivers’ Clothing in the 1950s-1970s. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 2020, 23 квіт. Київ : КНУТД, 2020. Ч. 1. С. 115–118.*
206. Kyselova K., Shandrenko O., Shcherbak A. Stage Images of Rock Musicians and Their Influence on the Formation of Modern Trends in Clothing Design. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2021. Вип. 22. С. 199–211.
207. Lahoda O. Theoretical Dimension of Modern Designers’ Conceptual Forms of Creativity. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2024. Вип. 25. С. 94–107.
208. Leitch L. Rick Owens. Spring 2025 Menswear. *Vogue*. 2024, Jun. 20. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2025-menswear/rick-owens> (date of access: 15.07.2025).
209. Leung G. Riot Division Streamlines "Zeroization" in Technical SS20 Collection. *Hypebeast*. 2020, Mar. 30. URL: <https://hypebeast.com/2020/3/riot-division-spring-summer-2020-lookbook-collection> (date of access: 19.04.2024).
210. Lipovetsky G. *The Empire of the Ephemeral: Fashion and Its Destiny in Modern Societies.* Paris : Gallimardp, 1987. 288 p.
211. LITKOVSKA. Spring-Summer’24. URL: <https://litkovska.com/uk/collections/pre-ss24> (date of access: 16.04.2025).

212. LOOKBOOK KIEV. 1st Ukrainian street-style project. *Pinterest*. URL: <https://www.pinterest.com/lookbookkiev/> (date of access: 07.11.2024).
213. Luvaas B. *Street Style: An Ethnography of Fashion Blogging (Dress, Body, Culture)*. London ; New York : Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing, Plc, 2016. 336 p.
214. Maling F. What Is Streetwear? Its History and Evolution. *GREY Journal*. 2020. URL: <https://greyjournal.net/play/style/defining-streetwear-and-its-evolution/> (date of access: 15.02.2024).
215. MBKFD: fashion – подія, що надихає. *Varosh*. 2013, 25 берез. URL: <https://varosh.com.ua/moda/mbkfd-fashionpodiya-shho-nadiha/> (date of access: 29.07.2023).
216. McCracken G. A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*. 1986. Vol. 13 (1). P. 71–84. URL : [https://www.researchgate.net/publication/24098459\\_Culture\\_and\\_Consumption\\_A\\_Theoretical\\_Account\\_of\\_the\\_Structure\\_and\\_Movement\\_of\\_the\\_Cultural\\_Meaning\\_of\\_Consumer\\_Goods](https://www.researchgate.net/publication/24098459_Culture_and_Consumption_A_Theoretical_Account_of_the_Structure_and_Movement_of_the_Cultural_Meaning_of_Consumer_Goods) (date of access: 20.12.2023).
217. McRobbie A. Second-Hand Dresses and the Role of the Ragmarket. *Zoot Suits and Second-Hand Dresses : Youth Questions* / ed. A. McRobbie. London : Palgrave Macmillan, 1989. P. 23–49.
218. Meltzer M. Vivienne Westwood, 81, Dies; Brought Provocative Punk Style to High Fashion. *The New York Times*. 2022, Dec. 29. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/29/fashion/vivienne-westwood-dead.html> (date of access: 10.11.2024).
219. Miah L. The Current and Future Prospect of Streetwear. *International Journal of Advances in Engineering and Management (IJAEM)*. 2022. Vol. 4. Is. 11. P. 487–494.
220. Milan Street Style. *B Couture*. URL: <https://bcouture.ca/blog/milan-street-style/> (date of access: 11.08.2024).

221. Missy Elliott. Photos. *Last.fm*. URL: <https://www.last.fm/music/Missy+Elliott/+images> (date of access: 15.09.2024).
222. Monet D. Fashions of the 1960s: Mods, Hippies, and the Youth Culture. *Bellatory*. 2023, Jul. 11. URL: <https://bellatory.com/fashion-industry/Fashionsofthe1960sModsHippiesandYouthCulture> (date of access: 08.05.2025).
223. Mountford J. Tracing a trend – surrealism in fashion. *Fashionunited*. 2023, 26 May. URL: <https://fashionunited.uk/news/fashion/tracing-a-trend-surrealism-in-fashion/2023052669755> (date of access: 20.06.2025).
224. Nike Air Force 1 Mid 07 Leather sneakers held by Nelly in her Air Force Ones music video. *Spotern*. URL: [https://www.spotern.com/en/spot/video/nelly-air-force-ones-ft-kyjuan-ali-murphy-lee-official-music-video/85144/nike-air-force-1-mid-07-leather-sneakers-held-by-nelly-in-her-air-force-ones-music-video#google\\_vignette](https://www.spotern.com/en/spot/video/nelly-air-force-ones-ft-kyjuan-ali-murphy-lee-official-music-video/85144/nike-air-force-1-mid-07-leather-sneakers-held-by-nelly-in-her-air-force-ones-music-video#google_vignette) (date of access: 20.12.2024).
225. Odell A. A Brief History of Fashion Week Street Style. *Shutterstock*. 2023, Sept. 08. URL: <https://www.shutterstock.com/blog/street-style-history-of-fashion-week> (date of access: 10.07.2024).
226. Oguz S. The Father of Optical Art: Who Was Victor Vasarely? *The Collector* 2023, May 28. URL: <https://www.thecollector.com/victor-vasarely-father-optical-art/> (date of access: 21.01.2025).
227. Okwodu J. Céline Dion Brings the Asymmetrical Denim Trend Into the Real World. *Vogue*. 2019, Jun. 28. URL : <https://www.vogue.com/vogueworld/article/celine-dion-wears-ksenia-schnaider-assymetrical-denim-in-paris> (date of access: 20.06.2025).
228. Peovska S. How skate influenced fashion to become a style of its own. *Dread*. 2020, Jun. 7. URL: <https://www.dreadpen.com/skate-influence-fashion-style/> (date of access: 24.02.2025).
229. Perova I. Street Style in Milan. Elegance, textures, and retro accents. *Elle*. 2025, Mar. 12. URL : [https://elleuzbekistan.com/en/street-style-in-milan/?utm\\_source=chatgpt.com](https://elleuzbekistan.com/en/street-style-in-milan/?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 24.06.2025).

230. Pharrell Williams. American musician and producer. *Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/biography/Pharrell-Williams> (date of access: 04.04.2025).

231. Podolyak L. Streetwear and hip-hop Culture: the Influence of Music on Street Fashion. *UNN*. 2024, Mar. 28. URL: <https://unn.ua/en/news/streetwear-and-hip-hop-culture-the-influence-of-music-on-street-fashion> (date of access: 20.05.2025).

232. Polhemus T. Street style. *Love to Know*. URL: <https://www.lovetoknow.com/life/style/street-style> (date of access: 15.02.2024).

233. Polhemus T. *Street Style: from Sidewalk to Catwalk*. London : Thames and Hudson, 1994. 144 p.

234. Poustovit. URL: <https://poustovit.com/uk/pages/ss24> (date of access: 15.03.2025).

235. Quiet luxury та old money: що спільного і чим відрізняються ці стилі? *Park Avenue*. URL: <https://parkavenue.ua/blog/quiet-luxury-ta-old-money-scho-spilnogo-i-chim-vidriznyayutsya-tsi-stili/?srsltid> (date of access: 11.04.2025).

236. Richard Barnes – The Unabridged Interview. “Movers & Shakers” by Paul Hooper-Keeley. *The Modernist Society*. 2012, Oct. 22. URL: <https://modernistsociety.blogspot.com/2012/10/richard-barnes-unabridged-interview.html> (date of access: 17.03.2025).

237. Rocamora A. *Fashioning the City. Paris, Fashion and the Media*. London : I. B. Tauris & Co Ltd, 2009. 257 p.

238. Rodic Y. *A Year in the Life of Face Hunter*. Thames Hudson Publ., 2013. 320 p.

239. Rodic Y. *Facehunter*. Prestel Publ., 2010. 320 p.

240. Rodic Y. *Travels with Face Hunter: Street Style from Around the World*. Running Press Adult Publ., 2013. 320 p.

241. Rosman K. Bill Cunningham’s Columns, the Early Days. *New York Times*. 2016, Jul. 1. URL: <https://www.nytimes.com/2016/07/03/fashion/new-york-times-bill-cunningham-columns.html> (date of access: 26.05.2025).

242. Run-D.M.C. Photos. *Last.fm*. URL: <https://www.last.fm/music/Run-D.M.C./+images> (date of access: 20.05.2024).

243. Salamone L. The raves, the fashion, the counterculture. How wild clubbing made designers fall in love. *NSS*. 2022, Nov. 11. URL: <https://www.nssmag.com/en/fashion/31395/moda-rave> (date of access: 18.01.2025).

244. Sampson P. Unraveling the beatnik movement: Rebels of the 1950s who redefined cool. *Out on the Floor*. 2024, Jan. 17. URL: <https://outonthefloor.co.uk/beat-generation/> (date of access: 12.10.2024).

245. Satenstein L. How Street Style Photographer Acielle of Style du Monde Dresses for the Job. *Vogue*. 2017, Oct. 2. URL: <https://www.vogue.com/article/style-du-monde-acielle-street-style-photographer-9-to-5-work-style> (date of access: 21.12.2023).

246. Schmidt-Rees H. Punk Fashion and the Bubble-up Theory of Fashion. *Perspex*. 2019, Apr. 22. URL: <https://www.per-spex.com/articles/2019/4/21/punk-fashion-and-the-bubble-up-theory-of-fashion> (date of access: 26.02.2025).

247. Schuman S. *The Sartorialist*. Penguin Books, 2009. 512 p.

248. Sessions D. L. 60s Fashion for Hippies – Women and Men. *Vintage Dancer*. 2020, Apr. 15. URL: <https://vintagedancer.com/1960s/60s-hippe-fashion/> (date of access: 05.09.2023).

249. Shorr T. Beatnik fashion guide: How to dress in a beatnik style. *Next Luxury*. 2020, Mar. 22. URL: <https://nextluxury.com/mens-style-and-fashion/beatnik-fashion-guide/> (date of access: 11.05.2023).

250. Shorr T. Mod style: How to dress like a mod. *Next Luxury*. 2020, May 4. URL: <https://nextluxury.com/mens-style-and-fashion/mod-style/> (date of access: 11.05.2023).

251. Shultz T. Public Enemy Collaborates With Defend Brooklyn and Rue 21 for New Collection. *Apparel News* 2021, Dec. 15. URL: <https://www.apparelnews.net/news/2021/dec/15/public-enemy-collaborates-defend-brooklyn-and-rue-/> (date of access: 21.05.2024).

252. Simmel G. Fashion. *International Quarterly*. 1904. Vol. 10. P. 130–155. URL: [http://www.modetheorie.de/fileadmin/Texte/s/Simmel-Fashion\\_1904.pdf](http://www.modetheorie.de/fileadmin/Texte/s/Simmel-Fashion_1904.pdf) (date of access: 03.07.2025).

253. Sold at Auction: Elvis Presley Stage-Worn Jumpsuit – The "Aqua Blue Vine" Jumpsuit worn on Stage in 1973-74. *Pinterest*. URL: <https://es.pinterest.com/pin/1026328202584013044/> (date of access: 11.04.2024).

254. Spooner C. A brief history of goth fashion – from all-black to pastels. *The Conversation*. 2023, Oct. 23. URL: <https://theconversation.com/a-brief-history-of-goth-fashion-from-all-black-to-pastels-214906> (date of access: 05.05.2025).

255. Spötter O. Rodeo, Robots and Skateboards: The SS24 men's fashion week streetstyle. *Fashion United*. 2023, Jul. 3. URL: <https://fashionunited.uk/news/fashion/rodeo-robots-and-skateboards-the-ss24-men-s-fashion-week-streetstyle/2023070370308> (date of access: 27.02.2025).

256. Stone S. Hippies From A to Z. Their Sex, Drugs, Music and Impact on Society from the Sixties to the Present. Published by Hip, Inc. Silver City, New Mexico, 2008. 176 p.

257. Street style AW25: Portraits of young Parisians. *Dazed*. 2025, Apr. 01. URL: [https://www.dazeddigital.com/fashion/article/66435/1/portraits-of-young-parisians-street-style-paris-fashion-week-aw25-fw25-pfw?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.dazeddigital.com/fashion/article/66435/1/portraits-of-young-parisians-street-style-paris-fashion-week-aw25-fw25-pfw?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 11.06.2025).

258. Street Style in Amsterdam. *O My Bag*. URL: <https://omybagamsterdam.com/blogs/editorials/street-style-in-amsterdam> (date of access: 17.06.2025).

259. Street Style: як одягаються модні жителі українських міст. *VOVK. Блог*. 2021, 07 верес. URL: <https://vovk.com/magazine/ua/streetstyle-kak-odevayutsya-modnye-zhiteli-ukrainskix-gorodov/> (date of access: 12.12.2023).

260. Street Style: Які образи обирали гості тижня моди в Парижі. *Elle*. 2024, 06 берез. URL: <https://cutt.ly/5w7DZ2Q7> (date of access: 02.09.2024).

261. "Street Style": що це? *Fat Line*. 2020, 30 квіт. URL: <https://www.fatline.com.ua/ua/blog/street-style-chto-eto.html> (date of access: 30.11.2024).

262. Street-style from Ukrainian fashion weeks (Із колекції LOOKBOOK Kiev). *Pinterest*. URL: <https://www.pinterest.com/lookbookkiev/street-style-from-ukrainian-fashion-weeks/> (date of access: 04.06.2024).

263. Streetstyle: 7 ідей, з чим носити джинси карго цієї весни. *Vogue*. 2024, 24 берез. <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-7-idey-z-chim-nositi-dzhinsi-kargo-ciyeji-vesni-55168.html> (date of access: 28.06.2025).

264. Streetstyle: як змінилися тренди вуличного стилю за останні 10 років. *Vogue*. 2023, 08 лют. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-yak-zminilisya-trendi-vulichnogo-stilyu-za-ostanni-10-rokiv-51286.html> (date of access: 15.01.2025).

265. Streetstyle: як цікаво стилізувати джинси в цьому році. Формули від фешіоніста. *Elle*. 2024, 18 квіт. URL: <https://elle.ua/moda/zvezdny-stil/streetstyle-yak-cikavo-ta-nebanalno-stilizuvati-dzhinsi-v-comu-roci/> (date of access: 08.04.2025).

266. Streetwear History: Streetwear Fashion Over The Years. *CBYM*. URL: <https://www.cbymcollection.com/pages/streetwear-fashion-over-the-years> (date of access: 15.03.2024).

267. Streetwear vs. High Fashion: What's the Difference? *Daniel-Patrick*. 2022, Jan. 26. URL: <https://daniel-patrick.com/blogs/news/streetwear-vs-high-fashion> (date of access: 15.03.2024).

268. Stüssy. На гребені streetwear. *Ostriv*. 2021, 19 трав. URL: <https://ostriv.ua/uk/blog/st-ssy-na-grebne-streetwear/> (date of access: 25.09.2023).

269. Succession. Photos. URL: <https://www.imdb.com/title/tt7660850/mediaindex/> (date of access: 20.12.2024).

270. Sullivan R. Charting the Rise of Supreme, From Cult Skate Shop to Fashion Superpower. *Vogue*. 2017, Aug. 10. URL: <https://www.vogue.com/article/history-of-supreme-skate-clothing-brand> (date of access: 11.03.2025).

271. SUPPORT by POUSTOVIT. Про бренд. URL: <https://supportbypoustovit.com/about/> (date of access: 16.05.2025).

272. Surfer style: A guide to the timeless fashion. *The Fashionisto*. 2024, Jan. 15. URL: <https://www.thefashionisto.com/surfer-style/> (date of access: 18.05.2025).

273. Swash R. Ukrainian fashion: style on the frontline. *The Guardian*. 2014, Mar. 27. URL: <https://www.theguardian.com/fashion/2014/mar/27/ukraine-fashion-week-kiev-fashion-days> (date of access: 17.06.2023).

274. Syndicate. URL: <https://sndct.com/?srsltid=AfmBOopo4GhgSIWErK9kEj4A21Gn8lzxnd0sVKYCWYZi0-JCb11RoTpC> (date of access: 20.07.2025).

275. Talon K. Style lessons from ‘Beverly Hills 90210’. The trends launched by the most famous TV series of that decade. *NSS Magazine*. 2019, Mar. 7. URL: <https://www.nssmag.com/en/fashion/17926/style-lessons-from-the-90s-beverly-hills-90210> (date of access: 09.09.2024).

276. The 133 Best Street Style Looks from Milan Fashion Week Fall 2024. *Fashionista*. 2024, Feb. 26. URL: <https://fashionista.com/2024/02/milan-fashion-week-street-style-fall-2024#gid=ci02d6e3b9100027b9&pid=milan-fashion-week-street-style-fall-2024-4> (date of access: 14.04.2025).

277. The 139 Best Street Style Looks from London Fashion Week Fall 2024. *Fashionista*. 2024, Feb. 24. URL: <https://fashionista.com/2024/02/best-london-fashion-week-street-style-fall-2024> (date of access: 14.04.2025).

278. The 316 Best Street Style Looks from Paris Fashion Week Fall 2024. *Fashionista*. 2024, Mar. 7. URL: <https://fashionista.com/2024/03/paris-fashion-week-street-style-fall-2024> (date of access: 14.04.2025).

279. The Best of Milan Street Style 2024 in Milan Fashion Week. *Masarishop*. 2024, Apr. 22. URL: <https://www.masarishop.com/newsroom/lifestyle-events/the-best-of-milan-street-style-2024-in-milan-fashion-week.html> (date of access: 11.02.2025).

280. The Best Street Style Looks from Milan Fashion Week Spring 2020. *Fashionista*. 2019, Sep. 24. URL: <https://fashionista.com/2019/09/best-milan-fashion-week-street-style-spring-2020> (date of access: 10.08.2024).

281. The Evolution of Rave Fashion. *iHeartRaves*. URL: <https://www.iheartraves.com/pages/the-evolution-of-rave-fashion> (date of access: 15.07.2025).

282. The Evolution of Street Style: A Look at the History and Culture of Fashionc. *Streak Blogs*. 2023, Feb. 6. URL: <https://streakblogs.com/lifestyle/evolution-of-street-style/> (date of access: 19.08.2024).

283. The Forgotten 1950s Girl Gang. *Messy Nussy*. 2017, Aug. 25. URL: <https://www.messynussy.com/2013/02/10/the-forgotten-1950s-girl-gang/> (date of access: 17.01.2025).

284. The Influence of Street Style on Fashion. *OGGLI*. 2022, Mar. 21. URL: <https://oggli.co.uk/blogs/news/the-influence-of-street-style-on-fashion> (date of access: 19.11.2024).

285. The Notorious B.I.G. Photos. *Last.fm*. URL: <https://www.last.fm/music/The+Notorious+B.I.G./+images> (date of access: 15.09.2024).

286. The Origins of Streetwear: What is it and How do i Wear it? *Rebels Market*. 2023, Mar. 17. URL: <https://www.rebelsmarket.com/blog/posts/the-origins-of-streetwear-what-is-it-and-how-do-i-wear-it> (date of access: 10.10.2024).

287. The story of RIOTDIVISION, a Kyiv-based techwear brand. *Kaltblut*. 2022, Apr. 14. URL: <https://www.kaltblut-magazine.com/the-story-of-riotdivision-a-kyiv-based-techwear-brand/> (date of access: 12.12.2024).

288. The Truth about Street Style by Adam Katz Sinding. *Medium*. 2015, Sept. 9. URL: <https://medium.com/@Lyst/the-truth-about-street-style-by-adam-katz-sinding-5a3d2dd140e3> (date of access: 16.08.2023).

289. Tong J. 20+ Outfit Ideas to Steal from New York Fashion Week's Best Street Style. *Harpers Bazaar*. 2025, Feb. 12. URL: [https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a63756461/fall-2025-new-york-fashion-week-street-style-trends/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a63756461/fall-2025-new-york-fashion-week-street-style-trends/?utm_source=chatgpt.com) (date of access: 02.07.2025).

290. Vasiliauskaitė V. M. [@akuonepuonia]. The Return of Hippie Style: Self-Expression and Resistance to a Unified Instagram Culture. *L'Officiel*. 2022,

Jun. 14. URL: <https://www.lofficielibiza.com/fashion/the-return-of-the-hippie-style> (date of access: 22.02.2025).

291. Veblen T. The Theory of the Leisure Class. URL: <https://moglen.law.columbia.edu/LCS/theoryleisureclass.pdf> (date of access: 20.04.2025).

292. Veblen T. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York, 1899. URL: <https://dn720401.ca.archive.org/0/items/theoryofleisurec01vebl/theoryofleisurec01vebl.pdf> (date of access: 25.04.2025).

293. Vivienne Westwood: Punk, New Romantic and Beyond. *Victoria and Albert Museum*. URL: <https://www.vam.ac.uk/articles/vivienne-westwood-punk-new-romantic-and-beyond> (date of access: 05.05.2025).

294. Walker D. Street style 1906: Edward Linley Sambourne's fashion blog. *RBKC*. 2012, Mar. 29. URL: <https://rbkclocalstudies.wordpress.com/2012/03/29/street-style-1906-edward-linley-sambournes-fashion-blog/> (date of access: 25.08.2023).

295. Ward A. The Amazing Treasure Trove of Bill Cunningham. *New York Times*. 2019, Sept. 1. URL: <https://www.nytimes.com/2019/09/01/style/bill-cunningham-book.html> (date of access: 16.04.2024).

296. Ward F. What Is Stealth Wealth? Inside the Quiet-Luxury Fashion Trend Inspired by Shiv Roy. *Glamour*. 2023, Apr. 20. URL: <https://www.glamour.com/story/what-is-stealth-wealth-quiet-luxury-fashion-trend> (date of access: 07.07.2024).

297. Ward M. Irina Shayk Pulls Off a Daring Marilyn Monroe Fashion Moment in Versace. *Vogue*. 2017, Dec. 6. URL: <https://www.vogue.com/article/irina-shayk-versace-marilyn-monroe-andy-warhol-dress> (date of access: 20.01.2025).

298. Welters L., Lillethun A. *The Fashion Reader: Second Edition*. Berg Publishers, 2011. 736 p.

299. WGSN. *Сторінка в Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/wgsn/> (date of access: 16.02.2025).

300. What is reggae clothing? *Virblatt*. URL: <https://is.gd/OF1r3y> (date of access: 14.02.2025).

301. What Looks Define LA Street Fashion. *Daniel Patrick*. 2021, Oct. 26. URL: [https://daniel-patrick.com/blogs/news/la-street-fashion?srsltid=AfmBOorbYEUXH8h\\_49YBxLCGgJZigi3\\_Py-nlSFgboIk7aWMffhrz1pj](https://daniel-patrick.com/blogs/news/la-street-fashion?srsltid=AfmBOorbYEUXH8h_49YBxLCGgJZigi3_Py-nlSFgboIk7aWMffhrz1pj) (date of access: 15.07.2024).

302. Wilcox C. Vivienne Westwood. London : V&A Publications, 2005. 224 p.

303. Wilson C. You just can't kill it. *The New York Times*. 2008, Sept. 17. URL: <https://www.nytimes.com/2008/09/18/fashion/18GOTH.html> (date of access: 24.12.2023).

304. Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London : Publisher I. B. Tauris, 2013. 328 p.

305. Woodward S. The Myth of Street Style. *Fashion Theory*. 2009. Vol. 13 (1). P. 83–102.

306. World Fashion. *Miraton*. 2017, Jul. 18. URL: <https://www.miraton.ua/fashioncocktail/street-style-iz-raznykh-ugolkov-mira.html> (date of access: 05.12.2024).

307. Yotka S. Raf Simons Spring 2002: “Woe Unto Those Who Spit on the Fear Generation...The Wind Will Blow It Back”. *Vogue*. 2021, Jan. 22. URL: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2002-menswear/raf-simons> (date of access: 27.05.2024).

308. Zander J. The ultimate guide to goth, punk and emo styles. *Political Fashion*. 2024, Mar. 8. URL: <https://www.political.fashion/posts/the-ultimate-guide-to-goth-punk-and-emo-styles-pf> (date of access: 04.06.2025).

309. Zazzini R. Luxury Brands Every Highsnobiety Reader Should Know & Where To Buy Them. *Highsnobiety*. 2025. URL: <https://www.highsnobiety.com/p/luxury-brands/> (date of access: 20.07.2025).

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

## Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

*Статті у наукових фахових виданнях України*

1. Калкатов Є. Передумови появи Street Style у контексті субкультурного руху в США та Великобританії в другій половині ХХ століття. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Мистецтвознавство*. 2024. Вип. 50. С. 145–159. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306804>
2. Калкатов Є. Взаємовплив Високої моди та Street Style. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету*. 2024. Вип. 74. Т. 1. С. 117–125. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-1-16>
3. Калкатов Є. Street Style в Україні: виникнення та особливості поширення. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрямок : мистецтвознавство*. 2024. Вип. 48. С. 512–518. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.821>

## Опубліковані праці апробаційного характеру

4. Калкатов Є. А. Поняття Street Style як явище молодіжної моди. *The Current State of Development of World Science: Characteristics and Features: Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VI International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 15, 2023. Lisbon,*

Portuguese Republic : International Center of Scientific Research, 2023. P. 302–303.

5. Калкатов Є. А. Публікації про Street Style Looks: до історії питання. *The Driving Force of Science and Trends in its Development* : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the V International Scientific and Theoretical Conference, Dec. 22, 2023. Coventry, United Kingdom : International Center of Scientific Research, 2023. P. 220–221.

6. Калкатов Є. А. Вплив Street Style на моду. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, м. Київ, 12–13 квіт. 2024 р. Київ : Вид. цент КНУКіМ, 2024. С. 103–105.

7. Калкатов Є. А. Вплив музичних течій на появу Street Style. *Interdisciplinary Research: Scientific Horizons and Perspectives* : Collection of Scientific Papers «SCIENTIA» with Proceedings of the VIII International Scientific and Theoretical Conference, Aug. 30, 2024. Vilnius, Republic of Lithuania : International Center of Scientific Research, 2024. P. 62–65.

8. Калкатов Є. А. Інструменти поширення Street Style. *Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень* : зб. наук. пр. з матеріалами VIII Міжнар. наук. конф., м. Рівне, 30 серп. 2024 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп», 2024. С. 151–153.

### Субкультури, що суттєво вплинули на формування streetwear

Назва субкультури	Країна зародження субкультури	Роки зародження субкультури	Характерні елементи стилю
бітники	США	кінець 40-х – початок 50-х рр. XX ст.	чоловіки носили чорний одяг, берети, сонцезахисні окуляри, цапині борідки, жінки – чорні трико
хіпі	США	60-ті рр. XX ст.	хіпі розфарбовували одяг у яскраві кольори, урізноманітнювали його ковдрами, перекроювали окремі предмети одягу, вишивали різнокольоровими нитками і бісером орнаменти, прикрашали значками, гаслами, що виражали ідеї миру, любові та свободи; аксесуари: бандани, шарфи та прикраси
скейтбордисти і серфінгісти	США, Австралія	70-80-ті рр. XX ст.	одяг серфінгістів: яскраві кольори та картаті принти, футболки з екзотичним зображенням, згодом з'явилися яскраві бордшорти з кумедними візерунками, бандани та пов'язки; одяг скейтбордистів: короткі шорти, приталені футболки, майки, довгі смугасті шкарпетки та взуття
тедді-бої, тедді-гьорл	Велика Британія	50-ті рр. XX ст.; відродження – 70-ті рр. XX ст.	чоловіки носили: пошиті на замовлення драпові піджаки темних кольорів з оксамитовими комірами, вузькі брюки до щиколотки, тонкі краватки та взуття на товстій підошві; жінки – також зшиті на замовлення жакети чи пальто з оксамитовими комірами, куртки з драпу, спідниці-олівець, джинси, еспадрильї, солом'яні капелюхи, брошки-камеї, або краватку у стилі вестернів, та елегантні клатчі
моди	Велика Британія	кінець 50-х – початок 60-х рр. XX ст.	в одязі моди віддавали перевагу спочатку приталеним італійським костюмам, а згодом британським брендам; носили темні або двоколірні елегантні костюми з вузькими брюками (довжина яких була вкороченою, щоб виставити на позір шкарпетки), іноді з мохеровими лацканами, тонкі краватки

панки	Велика Британія, США	70-ті рр. XX ст.	стиль панк-рок вирізняє потертий одяг, ірокез, пірсинг, чорна шкіряна куртка (косуха), заклепки, завужені джинси, рвані і скріплені шпильками футболки, іноді навіть з образливим змістом чи політичними гаслами і нашивками, специфічні принти, важкі військові чи мотоциклетні черевики; надмірні аксесуари: ланцюги, замки, леза
готи	Велика Британія, Норвегія	кінець 70-х рр. XX ст.	чорний одяг, інколи з кольоровими акцентами, важкий контрастний макіяж (блідий і темний), велика кількість блискавок, шкіри, масивні черевики; аксесуари відіграють вирішальну роль у завершенні готичного ансамблю: чокери, прикрашені шипами або витонченими підвісками, рукавички без пальців, панчохи в сіточку
рейв-культура	Велика Британія	початок 90-х рр. XX ст.	унікальний модний стиль для легких рухів, вигадливий та калейдоскопічний, пекучо-яскраві неонові і психоделічні принти, бретелі, топи-халтери
растамани	Ямайка, США, Велика Британія	початок 90-х рр. XX ст.	знакові кольори растафаріанської культури, натуральні тканини і плавні силуети, культові принти та візерунки, різні прикраси, пов'язки на голову та капелюхи, набедрена пов'язка, прохолодні, вільні та зручні бавовняні або лляні штани

*Складено автором за джерелами*

[177; 193; 228; 249; 272; 281; 290; 300; 303].

## Взаємовплив високої моди та street style



Рис. В.1. Street style у колекції особистого бренду Карла Лагерфельда [201].



Рис. В.2.1. Початок панк-моди. Вів'єн Вествуд. 70-ті роки XX ст.  
 URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-the-beginning-of-punk-fashion--261982903301871692/> (дата звернення: 15.10.2024).



Рис. В.2.2. Вів'єн Вествуд під час показів (2018–2020).  
 URL: <https://www.pinterest.com/pin/209347082674184566/> (дата звернення: 20.10.2024).



Рис. В.2.3. Журнальні колажі з Вів'єн Вествуд.  
 URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-punk--740982944956691181/> (дата звернення: 20.10.2024).



1994 p.

URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-pirates-aw-1981--680043612485368823/> (дата звернення: 20.10.2024).



1995 р.

URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-pirates-aw-1981--680043612485368823/> (дата звернення: 20.10.2024).



1997

2017

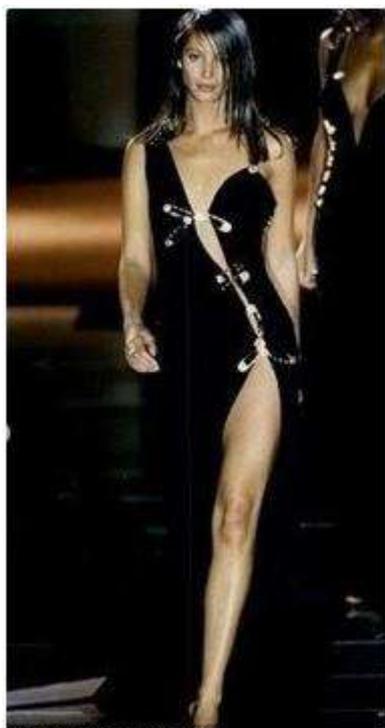
2017

2021

URL: <https://www.pinterest.com/pin/vivienne-westwood-the-beginning-of-punk-fashion--261982903301871692/> (дата звернення: 20.10.2024).

Рис. В.2.4. Із колекцій Вів'єн Вествуд (90-ті рр. XX ст. – перша чверть XXI ст.).

Рис. В-2. Вів'єн Вествуд. Панк-мода



Крісті Терлінгтон



Наомі Кемпбелл



Леді Гага

Рис. В.3.1. Моделі і знаменитості у сукні з золотими шпильками від Версаче

The  
Metropolitan  
Museum of  
ArtЗолота  
шпилька –  
деталь сукні  
від Версаче

Модні образи від Версаче

Рис. В.3.2. Сукні від Версаче із золотими шпильками

Рис. В.3. Джанні Версаче – повернення до стилю нео-панк. URL:  
<https://ar.pinterest.com/pin/333055334962119148/> (дата звернення: 20.12.2024).



Рис. В.4. Из колекції Марка Джейкобса *Grunge*. Весна–літо 1993 [14].



Рис. В.5.1. Із колекції кашемірових унісекс-свєтрів Александра Ванга [36].



Рис. В.5.2. Із колекції Александра Ванга Весна–2019 [206, с. 206].



Рис. В.5.3. Приклади із різних колекцій Александра Ванга  
URL: <https://www.pinterest.co.uk/izzybourne/alexander-wang/> (дата звернення:  
20.12.2024).

Рис. В.5. Із колекцій Александра Ванга (з урахуванням street style)



Рис. В.6.1. Чоловіча колекція Ріка – а (2021) [31].



Рис. В.6.2. Одяг Ріка – а  
URL: <https://www.pinterest.com/cloud1mechanic/rick-owens/>  
(дата звернення: 15.02.2025).





Весна–літо 2019

Весна–літо 2020

Рис. В.7. Из колекцій *Ready-to-wear* Філіпа Пляйна [206, с. 206].



Рис. В.8. Из коллекции Рафа Сімонса Весна–літо 2002 [307].



B.9.1

B.9.2

B.9.3

B.9.4

B.9.5



B.9.6

B.9.7

B.9.8

B.9.9

B.9.10

Рис. В.9. Елементи street style у чоловічій моді на світових подіумах [19].



Рис. В.10.1. Street style у колекціях Christian Dior. URL:  
<https://www.pinterest.com/pin/christian-dior-street-style-outfit-ideas--299770918960698187/> (дата звернення: 25.02.2025).



Рис. В. 10.2. Поєднання street style і Prada. URL:  
<https://depositphotos.com/photos/prada-street.html> (дата звернення: 25.02.2025).

Рис. В.10. Приклади поєднання street style і модних брендів

## ДОДАТОК Г

## Street style у 2010-х роках за спостереженнями фотографа Філа Оха під час тижнів моди (2011–2019)



2011



2012



2012



2013



2013



2014



2014

Рис. Г.1. Street style-фотографії Філа Оха (2011–2014 рр.) [183].



2015

2015

2016

2016

2017



2017

2018

2018

2019

Рис. Г.2. Street style-фотографії Філа Оха (2015–2019 рр.) [183].

## ДОДАТОК Д

Приклади образів street style під час тижнів моди у традиційних  
«СТОЛИЦЯХ» МОДИРис. Д.1. Образи street style, Мілан, 2019. Фото: *Imaxtree* [280].



Рис. Д.2. Образи street style, Мілан, Весна–літо 2024.  
Фото: *Launchmetrics Spotlight* [276].



Рис. Д.3. Образи street style під час Тижня моди у Лондоні, сезон Весна–2021.  
Фото: *Paul Gonzalez* [117].



Рис. Д.4. Образы street style, Лондон, Осінь–зима 2024/2025.  
Фото: *Launchmetrics Spotlight* [277].



Рис. Д.5. Образи street style під час Тижня моди у Парижі, сезон Весна–2021.  
Фото: *Vogue* [96].



Рис. Д.6. Образи street style, Париж, Осінь–зима 2024/2025.  
Фото: *Launchmetrics Spotlight* [278].



Рис. Д.7.1. Образи street style під час Тижня моди у Нью Йорку, сезон Весна–літо 2024 [141].



Рис. Д.7.2. Образи street style під час Тижня моди у Нью Йорку, сезон Весна–літо 2024 [141].

## Популярність джинсів у street style



Рис. Е.1. Популярність джинсів карго у street style, Весна 2024.  
Фото: *Vogue* [263].



Рис. Е.2. Приклади поєднання джинсів з іншими речами у street style, 2024.  
 Фото: *Imaxtree* [265].

## Приклади чоловічого street style



Рис. Є.1. Вуличні образи, засновані на контрастах. URL:  
<https://www.pinterest.com/pin/all-the-best-street-style-from-london-fashion-week-mens--116108496623504653/> (дата звернення: 30.01.2025).



Рис. Є.2.Поеднання джинсової куртки з класичним костюмом [19].



Рис. Є.3. Поєднання класичного стилю із street style [19].



Рис. Є.4. Приклади street style під час Тижня чоловічої моди у Парижі, 2019.  
 URL: <https://fashionista.com/2019/01/paris-fashion-week-mens-fall-2019-street-style> (дата звернення: 20.04.2025).



Рис. Є.5. Приклади street style під час Тижня чоловічої моди у Парижі, 2024.  
 URL: <https://hypebeast.com/2024/1/paris-fashion-week-mens-fw24-street-style> (дата звернення: 20.04.2025).

### Вуличний стиль різних міст світу



Рис. Ж.1. Різні варіації вуличної моди [196].



Вулична мода Стокгольма

Рис. Ж.2. Вулична мода Стокгольма (Швеція) [80, с. 97].



Вулична мода Японії

Рис. Ж.3. Токійський street style [180, с. 97].

## ДОДАТОК И

## Приклади еволюції street style (2013–2023)



2013

Костюм



2023



2013

Мініспідниця



2023



2013

Максіспідниця



2023



2013

Total denim look



2023



2013

2023

Щоденний універсальний одяг

2013

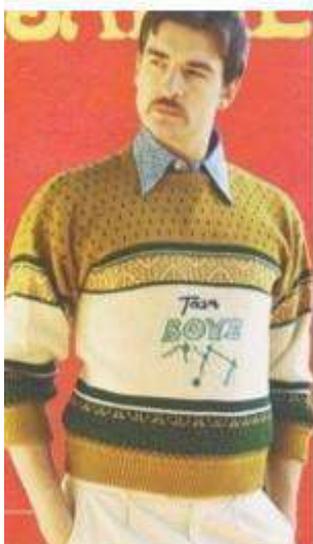
2023

It-сумка

Фото: *Vogue* [264].

## ДОДАТОК І

## Зародження молодіжної моди 90-х років ХХ ст. в Україні



Джерело: [39; 79, с. 306].

Фото street style під час *Ukrainian Fashion Week*Рис. К.1. Фото street style під час *Ukrainian Fashion Week*, лютий 2018 [103].

Рис. К.2. Київський street style, вересень 2018 (фото Корнелія Петруса) [54].

Рис. К.3. Фото з архіву американського фотографа Адама Каца Сіндінга під час *Ukrainian Fashion Week* –2020 [146].

## Street style у колекціях українських дизайнерів



Poustovit

Рис. Л.1.1. Сукні від POUSTOVIT.  
Поєднання сучасних трендів з етнічними мотивами [2; 93; 123].



URL: <https://www.pinterest.com/achervjakova/лілія-пустовіт/> (дата звернення: 15.12.2024).



Рис. Л.1.2. Из коллекции POUSTOVIT Весна–літо 2024 [53].

Рис. Л.1. Из коллекцій Лілії Пустовіт (POUSTOVIT)



Рис. Л.2.1. Худі і футболки «Правий-Лівий берег» [11; 115].



Рис. Л.2.2. Дроп «Русанівський метроміст» [115; 145].

Рис. Л.2. Из коллекцій бренду SUPPORT by POUSTOVIT



Рис. Л.3.1. Из коллекции LITKOVSKA Весна–літо 2024 [211].



Рис. Л.3.2. Из коллекции LITKOVSKA на Паризькому тижні моди 2024/25 [35].

Рис. Л.3. Из коллекций Лілії Літковської (LITKOVSKA)



Рис. Л.4.Із колекцій Оксани Караванської [2; 122].



Рис. Л.5. Із колекцій Олени Даць [2; 123].



Zalevski

Рис. Л.6.Із колекцій Олексія Залевського [123].



Anisimov

Рис. Л.7. Із колекцій Віктора Анісімова [2; 123].



Рис. Л.8. Із колекцій Світлани Бевз [2].



Рис. Л.9. Із колекції Саші Каневського Sasha Kani uniform (2012) [2].



Рис. Л.10.1. Головні модні тренди літа 2023 року за прогнозами Андре Тана.  
 Фото: Instagram Андре Тана [128].



Рис. Л.10.2. Головні модні тренди осені 2023 року за прогнозами Андре Тана.  
Фото: Instagram Андре Тана [128].



Рис. Л.10.3. Головні модні тренди літа 2024 року за прогнозами Андре Тана.  
 Фото: Instagram Андре Тана [116].



Рис. Л.10.4. Головні модні тренди Літа–2025 за прогнозами Андре Тана [82].

Рис. Л.10. Головні модні тренди – прогнози Андре Тана



Рис. М.1. Бренд German Apparel. Колекція–2023 *Love & Anarchy* [9].



Рис. М.2. Бренд L'eskizzo.  
Колекція–2023 *The Knot* [9].

Рис. М.3. Бренд Sayya.  
Колекція–2023 [9].



Рис. М.4. Бренд Issa Plus. Повсякденний одяг (2024) [104].

Рис. М. Приклади із колекцій українських брендів одягу

## Приклади сучасного українського street style





Рис. Н.1. Модні образи сучасного українського street style [94; 259].



Рис. Н.2. Стиль львів'ян (із колекції street style *Hunter*) [81].



Рис. Н.3. Зимові street style-образи киян [120].



Рис. Н.4. Український street style: приклади сучасних популярних трендів [124; 306].



Рис. Н.5. Український street style. Осінні тренди–2024 [104].