

ЗАТВЕРДЖУЮ
віце-президент з наукової роботи
Київського національного
університету культури і мистецтв



Юлія ТРАЧ
2025 р.

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації
Калкатова Євгенія Анатолійовича «Street style як художнє явище:
специфіка формування та стилістичні особливості»,
поданої на здобуття ступеня доктора філософії
за спеціальністю 022 – Дизайн

Актуальність 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 транслюється 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.

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.

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.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, які захищаються.

Сформульовані наукові положення, висновки та рекомендації, представлені у дисертаційному дослідженні Є. А. Калкатова, є методологічно обґрунтованими і достовірними, ґрунтуються на комплексному дослідженні street style як художнього явища.

Зміст дисертації та структура викладення основних положень свідчать про повноту розкриття поставлених автором завдань у межах наукового дослідження. У дисертації чітко сформульовано усі складові вступної частини

роботи: обґрунтування вибору теми дослідження, мету і завдання, наукову новизну і практичну значущість отриманих результатів, об'єкт і предмет дослідження, його структуру. Це засвідчує про професійну орієнтацію автора у проблемі, вміння працювати з масивом літератури та джерельної бази, яка професійно відібрана і достатньо критично осмислена. На основі аналізу наукових праць здобувачем сформовано теоретико-методологічні засади дослідження.

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 дало змогу чітко окреслити предмет дослідження, проаналізувати витоки та механізми його глобалізації, а також простежити процеси локалізації, зокрема в українському контексті.

Для всебічного аналізу здобувачем 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).

Здобувачу вдалося послідовно та логічно висвітлити всі змістовно вагомі аспекти дослідження. Зокрема, доведено, що street style є багатограним 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. У роботі проаналізовано феномен 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.

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. Визначено чинники популяризації, трансляції та формування нових стилістичних образів у street style. 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.

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. 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 роботі обґрунтовано, 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, і в Україні.

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. 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.

Досліджуючи специфіку street style в Україні, доведено, що український street style має власні особливості формування й візуалізації та набув популярності із великим запізненням. На основі аналізу колекцій відомих українських дизайнерів виявлено, що в Україні, як і в усьому світі, спостерігається інтенсивний взаємовплив street style та високої моди. Зроблено акцент на 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.

Основні результати дослідження, ступінь їх наукової новизни та значущості.

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

уперше:

– street style розглянуто як художнє та візуально-комунікативнє 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 позиціонування 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

Теоретичне значення дослідження. Аналіз Є. А. Калкатовим специфіки формування та стилістичних особливостей *street style* як художнього явища включає в дослідницьку площину принципово нові питання, які мають інтегративний характер і вивчаються комплексно з позицій міждисциплінарної методології, що об'єднує мистецтвознавчі і культурологічні підходи. У роботі вперше в теорії українського дизайну комплексно досліджено феномен *street style* як художнє та візуально-комунікативне явище, що сформувало нові принципи стилістичного мислення в модному дизайні. Вагомим теоретичним здобутком представленого дослідження є доповнення та уточнення термінологічної бази, зокрема, набули подальшого розвитку уявлення про *street style*, *streetwear*, *street fashion* та ін., які розглянуто у взаємозв'язку з категоріями візуального дизайну. 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.

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.

Достовірність одержаних результатів. Достовірність одержаних результатів у дисертаційному дослідженні Є. А. Калкатова забезпечується використанням широкої теоретичної бази, що включає фундаментальні праці вітчизняних та провідних зарубіжних науковців з проблематики street style, fashion-індустрії; застосуванням комплексу взаємодоповнюючих методів дослідження, адекватних поставленій меті та завданням роботи; апробацією основних положень і результатів дослідження на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях; публікацією результатів дослідження у фахових наукових виданнях України; ступенем підготовки результатів дослідження до впровадження у навчальний процес та практичну діяльність дизайнерів; логічною структурою дисертації, що забезпечує послідовне розкриття теми дослідження; використанням значного масиву фото-матеріалу.

Задіяний комплексний підхід до вирішення поставлених завдань, використання різноманітних методів дослідження та широкої джерельної бази забезпечують достовірність та обґрунтованість отриманих наукових результатів. У результаті проведеного дослідження комплексно проаналізовано феномен street style як багатогранне соціокультурне та художнє явище, що суттєво

трансформувало сучасний модний дискурс. У Висновках узагальнено результати дослідження.

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 витoki 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 багат шарових та індивідуалізованих образів. Зокрема, панківська естетика (рваний одяг, шпильки, шкіряні куртки) виражала протест проти буржуазних стандартів, пропонуючи «святкування автентичності та спільності» (за Т. Полхемусом). 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.

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.

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 Бів'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.

2. Street style функціонує як візуально-комунікативне явище, де одяг виходить за межі утилітарної чи декоративної ролі, стаючи інструментом самопозиціонування, 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 артикують 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 шику – 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.

3. 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).

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

4. 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.

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.

5. 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.

Повнота викладення матеріалів дисертації в опублікованих працях.

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.

Наукові публікації відповідають вимогам п. 8 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44) та наказу МОН України № 1220 від 23.09.2019 р. «Про опублікування результатів дисертацій на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук».

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.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень, наведених у дисертації, оприлюднені 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).

Загальний висновок:

Вважати, що дисертаційна робота Калкатова Євгенія Анатолійовича «Street style як художнє явище: специфіка формування та стилістичні особливості», подана на здобуття ступеня доктора філософії, повністю відповідає вимогам МОН України, які висуваються до дисертацій, поданих на здобування ступеня доктора філософії, а саме Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44) та Наказу МОН України №40 від 12.01.2017 р. «Про затвердження вимог до оформлень дисертації». Рекомендувати дисертаційну роботу Калкатова Євгенія Анатолійовича «Street style як художнє явище: специфіка формування та стилістичні особливості», подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 «Дизайн», до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді.

Головуюча на міжкафедральному засіданні
кандидат мистецтвознавства, доцент



Леся ТУРЧАК

Підпис	<i>Л. Турчак</i>	засвідчує
Начальник ВК	<i>Л. Турчак</i>	
"19"	09	2025

