Рис. 2. Сміттємпалювальне підприємство у розрізі
Джерело [2]

Список використаних джерел:

1. Hanif Kara «ARCHITECTURE AND WASTE A (RE)PLANNED OBSCOLENCENCE».
2. URL: https://energobiocomplekt.com.ua/tbo-tes

Сідорук І.В.
студент,
Київський університет імені Бориса Грінченка

ЕСТЕТИЧНИЙ ІДЕАЛ ЖІНКИ ХХІ СТОРІЧЧЯ

У різних епохах естетичний ідеал складається під впливом найважливіших культурних подій, соціального, економічного та політичного устрою суспільства, а також їх змін. Система цінностей кожного конкретного суспільства визначала особливості ідеалу краси. Так, наприклад, в сучасному суспільстві повнота не є ознакою здоров'я, а в культурах, де їжа була дефіцитом, бути гладким було престижно, і повнота виступала символом багатства, краси, здоров'я. Або, наприклад, засмага в залежності від часу й культури набуває зовсім різне значення. Засмага в багатьох суспільствах асоціювалася з роботою на свіжому повітрі, а блідість – з приналежністю до верств, позбавлених необхідності працювати. «Аристократична блідість» вважалася

атрибутом краси, й представники різних класів намагалися всіма засобами захиститися від засмаги. Однак в XX столітті відбуваються зміни в способі життя й праці. Велику частину часу люди працюють в приміщеннях, і засмага свідчить тепер про наявність вільного часу або грошей. На Заході засмага стала модною завдяки Габріель Шанель з 1920 року. Протягом декількох років вона стала обов'язковою приналежністю всіх романтичних героїв. Естетичний ідеал також пов'язаний з образами мужності й жіночності в культурі. В будь-якій культурі з давніх-давен існували уявлення про те, якими мають бути ідеальний чоловік й ідеальна жінка. У ці поняття входять стереотипи, що сформувалися в суспільстві на основі його системи цінностей. Так естетичний ідеал жінки в суспільствах, де найвищою цінністю є сім'я, а найвища цінність жінки – здатність до дітородіння, буде включати зовнішні ознаки, які є в даному суспільстві свідченням цієї здатності. Характерним прикладом цього є середньовічний силует жіночої фігури з дещо виступаючим животом, про що свідчать численні твори мистецтва того часу. В патріархальній культурі, що була панівною протягом багатьох століть, у чоловіка спектр можливостей для самореалізації ширше. Для жінки сім'я й любов часто були єдиними способами реалізації. Для моделі ідеальної жінки у всіх народів сексуальність, фізична привабливість була домінуючою якістю. Для чоловіка більшого значення мали соціальні якості, такі як суспільне становище, здатність забезпечити сім'ю. Чоловік в першу чергу прагнув до створення образу соціальної респектабельності. Найбільш цінними якостями чоловіка майже завжди вважалися сила, розум, заможність, надійність. І зовнішність повинна була говорити саме про ці якості. Незважаючи на це в історії існують періоди, коли чоловічий образ починав конкурувати з жіночим в прагненні до сексуальності. Культ красивого тіла існував у Стародавній Греції, причому особливо поетизувалося саме чоловіче тіло. Отже, естетичний ідеал складається під впливом системи цінностей культури, а також особливостей її духовного й матеріального розвитку.

XX століття – епоха індустріалізації, технічні відкриття цього часу впливають на всі сфери життя. Найважливішими подіями можна вважати виникнення кінематографу й телебачення. Поява кіно породило феномен культу кінозірок. Знамениті кінозірки Марлен Дитріх, Мерилін Монро, Бріджит Бардо та інші були кумирами свого часу, модниці намагалися наслідувати їх у всьому. Їх можна вважати естетичними ідеалами різних періодів XX століття. Інформація починає поширюватися набагато

швидше, темп життя стає вже значно вищим, розмиваються й змішуються культурні та історичні традиції. На естетичний ідеал в кінці XX століття величезний вплив мають засоби масової інформації, реклама, глянцеві журнали. У ЗМІ та рекламі, що транслюють модні образи, містяться не тільки рекомендації, як зробити свій зовнішній вигляд більш модним і привабливим, але й звучать заклики змінити свою тілесну даність відповідно до модних стандартів, причому не тільки за допомогою одягу й зачіски. Сучасне уявлення про красу досить нестабільно й постійно змінюється. В цілому, XXI століття характеризується різноманітністю стилів і вкрай динамічною зміною модних тенденцій.

До недавнього часу ідеалом жіночої краси був образ молодої дівчини з напівпрозорим анемічним тілом і дитячим обличчям [1]. На початку XXI століття навіть класичні параметри тіла «90-60-90» вважалися недостатньо маленькими. Мода нового тисячоліття встановила в якості жіночого розміру розмір, який раніше фігурував лише в одязі для дітей і підлітків. У 1960-і роки молодість стала еталоном і безумовною цінністю на Заході й в США. Сучасне ж сприйняття віку робить акцент на небажанні людини ставати старою [2; 3; 4]. У термінах «старість» і «літні люди» починає превалювати негативне значення [5; 6]. Розширення купівельної спроможності населення й доступність будь-якого придбання зробило юне обличчя й тіло чи то не єдиним недоступним, а від того ще більш бажаним, товаром. Виявилося, недостатньо бути просто успішним і здоровим. Потрібно бути вічно моложавим. У дизайні одягу ці тенденції проявилися в так званому «молодіжному» стилі. Причому активними споживачами цього стилю стали жінки не тільки середньої, а й старшої вікової групи.

Соціологічні опитування у Великобританії серед жінок 50+ показали, що 89% опитуваних вважають себе «занадто молодими, щоб погоджуватися на роль літніх», і що вони сильно відрізняються від своїх ровесниць з попередніх поколінь [7]. Нові моделі поведінки й прагнення залишатися моложавими диктують жінкам необхідність займатися своїм тілом. Завдяки фізичним вправам, заняттям йогою й досягнень косметології, багато літніх жінок довго зберігають хорошу фізичну форму й носять одяг, що підкреслює фігуру й демонструє їх статус.

У наші дні в моді популярний інклюзивний підхід: мода для всіх і кожного, незалежно від віку, статусу, фізичних здібностей і фінансових можливостей. В цей концепт входить напрям «мода поза віком», коли

дами категорії 50+ з легкістю вибирають одяг молодіжного сегменту. Крім того, все частіше колекції провідних дизайнерів представляють в каталогах і на подіумах вікові моделі [8; 9]. І все ж, в суспільстві з динамічною економікою й техносферою, ставка як і раніше робиться на «молодіжні якості» такі як швидкість, спритність, витривалість, прагнення до перемоги за всяку ціну як антиподів старості. Л. Сведсен вважає, що сучасна мода ставить перед собою завдання візуально омолодити людей, саме тому сучасна реклама націлена на ідеали молодості й апелює до літніх, оскільки просуває товари, які дарують молодість. Можна стверджувати, що пануючі у суспільстві тренди на молодість диктують необхідність в «моложавому» зовнішньому вигляді літніх жінок, в якому костюм як частина позитивного габітарного іміджу грає важливу роль.

У світі переглядають стандарти краси: на зміну молодим худим моделям йдуть жінки plus size й їх вікові колеги. Сьогодні соцмережі задають нові стандарти поведінки й еталонів краси. Наприклад, набирає обертів рух за «природну красу»: дами-блогерки (як американка Морган Мікенас), не соромлячись, демонструють неголені ноги, зарослі пахви або шрами. Основна ідея: пора відкинути застарілі стереотипи, й взагалі, кожен повинен робити так, як йому зручно. Також стандарти краси диверсифікуються з поширенням феміністських ідей [10]. Але головним та найбільш впливовим трендом XXI століття, все ж є індивідуальність і унікальний прояв себе в соціумі за допомогою інтелекту, іміджу, костюма. Мода на тілесну красу настільки демократична, що можна припустити подальший рух до ідеалу середньостатистичної жінки, яка доглядає за собою. На зміну тренду «бути вічно молодим» прийшло бажання «красиво старіти» [9].

Еталонні ознаки сучасної жінки вікового сегмента 50+: доглядає за собою, впевнена, має гарну спортивну підготовку, матеріально незалежна, має активну життєву позицію, прагне до самовираження й саморозвитку, слідкує за модою, має гарний естетичний смак, професійно реалізована, виглядає молодший за свій реальний вік.

Список використаних джерел:

1. Твигг Д. Журнал Vogue о возрасте: мода, тело, и немолодые женщины. Москва, 2011. С. 63-87.

2. Хомякова К. Лекарство от старости девиц: Екатерина II и модное просвещение в России. Москва, 2011. С. 10-29.

3. Поколения и fashion-бизнес. URL: http://rugenerations.su/-fashion (дата звернення: 17.01.2020).

4. Процесс старения у женщин и мужчин. URL: http://www.kid.ru/problems/509.php3 (дата звернення: 18.01.2020).

5. Карсаевская Т.В. Коллизии старости в условиях глобализации. Философия старости: геронтософия. Москва, 2002. С. 64-66.

6. Клепп И., Сторм-Матисен А. Мода сквозь призму возраста: взгляд девочек-подростков и взрослых женщин на то, как одежда отражает их статус. 2011. С. 30-63.

7. Дизайнеры предлагают стареть красиво. URL: http://rusrep.ru/article/2011/03/23/fashion (дата звернення: 18.01.2020).

8. Как изменились представления о красоте к 2019 году. URL: https://www.make-your-style.ru/2019/01/06/standarty-krasoty-2019/ (дата звернення: 16.01.2020).

9. Валетова Е. Мода на возраст: почему стремительно «стареют» подиумы и рекламные кампании. URL: https://www.forbes.ru/forbes-woman-photogallery/347027-moda-na-vozrast-pochemu-stremitelno-stareyut-podiumy-i-reklamnye?photo=4 (дата звернення: 16.01.2020).

10. Прекраснее идеала. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3447996 (дата звернення: 10.01.2020).

Усіченко Л.Ю.
студентка,
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

ДРУГИЙ СТРУННИЙ КВАРТЕТ З. АЛМАШІ: ДОСВІД ЖАНРОВО-СТИЛЬОВОГО АНАЛІЗУ

Золтан Гаврилович Алмаші (нар. 1975 р.) – сучасний український композитор, віолончеліст, педагог, лауреат Державної премії імені Л. Ревуцького (2003) та Державної премії імені Б. Лятошинського (2013), учень Ю. Ланюка та Є. Станковича. У творчому доробку композитора понад 60 творів для різних, в тому числі камерних складів, зокрема для струнного квартету [1]. Предметом нашого дослідження є Другий струнний квартет композитора в аспекті стильових орієнтирів, стилістики та особливостей композиційно-драматургічної будови.