

- В широко известном Большом психологическом словаре А. Ребера есть несколько определений моды. Одно из них звучит так: "Принятая модель поведения, характерный способ действия"^[2].
- В Энциклопедии культурологии мода определяется как "периодическая смена образцов культуры и массового поведения"

- «Мода — это специфическая и весьма динамичная форма стандартизированного массового поведения, возникающая преимущественно стихийно, под влиянием доминирующих в обществе настроений и быстроизменяющихся вкусов, увлечений и т. д.» (Парыгин, 1969).

- Элитарная концепция моды Г. Зиммеля сводится к тому, что "низы" вечно будут стремиться догнать "верхи", которые и создают моду.
- Рассматривая моду в качестве социального феномена, Г. Блумер говорит о ней как о средстве, которое, с одной стороны, содействует внедрению новых социальных форм, а с другой – помогает адаптироваться к ним в меняющемся мире.

На все общество мода распространяется только там и тогда, где и когда существует возможность подражания одних социальных групп (или классов) другим путем заимствования определенных культурных образцов.

Социально-психологические функции МОДЫ

- 1. Повышение престижа. Приобщаясь, хотя бы внешне, к наиболее богатой и обладающей модными вещами публике, человек резко повышает свой престиж как внешне, так и внутренне. Не случайно до сих пор верна и популярна известная народная пословица: «Встречают по одежке, а провожают по уму».
- 2. Регуляция эмоциональных состояний. Известно, что обладающий модной одеждой, предметом, идеей и т. д. человек чувствует себя значительно лучше, чем не обладающий такими вещами. Особенное значение фактор модности в виде модной одежды имеет для женщин.

- 3. Приобщение к новому. Следя за модой, стремясь к модному в одежде, в идеях, в образе жизни, человек неизбежно развивается, обогащаясь новыми знаниями, чувствами и представлениями. Он подражает новому, легко перенимает его и тем самым делает как бы «своим», формируя собственный вкус и предпочтения.
- 4. Самоутверждение личности. Следуя моде, человек утверждает себя в своих собственных глазах. Понятно, что самоутверждение может касаться различных сфер.

- Функционирование моды изначально было органично вплетено в развитие массовой культуры и массовой коммуникации. Не случайно моду считают формой массовой коммуникации: "Мода – не только средство демонстрации социального статуса, но и средство общения между людьми, форма массовой коммуникации."

- В первой половине XX в. создавались модные дома, которые сегодня стали самыми известными в мире. Назовем некоторые из них. Это, конечно, Шанель (1913), царствовавшая в период между двумя мировыми войнами, который называли эпохой Шанель. Не менее значим в истории модный дом Гуччи – национальный символ Италии (1921)

Мода 1910-1920 гг.

В ту эпоху европейская мода подверглась колоссальному влиянию извне: это и повсеместная популяризация спорта, и экспансия восточного, а затем и национального русского стилей (вместе с «Русскими сезонами» Дягилева), и, конечно, Первая мировая война, которая разделила десятилетие на два периода и заставила людей по-новому взглянуть на моду и весь одежный бизнес в целом.

- 1920-е годы можно назвать временем зарождения современной моды: именно тогда появились и вошли в обиход модели, напоминающие сегодняшние. В этот период в моду вошел и спорт, а идеалом женской красоты стала считаться мальчишеская фигура – одежду создавали для высоких, худых и подтянутых девушек.

