

Джапанките – могоен аксесоар за всеки повод

Казват им джапанки, апостолки, тайванки, бразилки, исусовки... Носят се навсякъде по света, където климатът е топъл, модерни са, но лекарите предупреждават, че може да бъдат и опасни. Джапанките се ползват от всички - и от дамите, и от мъжете, още повече че са леки за носене и проветряват краката. Някога били аксесоар, предназначени само за банята и всяко обуване извън нея се смятало за неуместно. Днес те са елегантни и заемат централно място на модните подиуми.

Джапанките придобиха също така и тържествен вид - изработени от кожа в златисто и сребристо, украсени с полускъпоценни или обикновени камъчета, с копринени нишки, с пайети или перли. Обувката от две каишки, съединени в едно, за да може да застане удобно, е носена в Япония. Тя е била част от традициите заедно с кимоното.

Днешните джапанки са специфични с това, че подметката е изработена от лека гума, от различни изкуствени, но и естествени материали като кожа, корк или пресована слама. Видимата част на подметката почти винаги е украсена с цветни десени. Въпреки че по закон джапанките са равни, появиха се и такива на ниски или по-високи токчета. В този случай те имат и каишка около глезена. За разлика от джапанките апостолките са черни или от тъмносиня кожа и отлично пасват на дългокраки красавици, облечени в бял ленен панталон или дълга пола с памучна тежестка. ■



ПРЕЗ ЕСЕНТА

Розовото триумфира

Безкрайните отенъци на розовото ще триумфират в гардероба ни тази есен. Рискован залог, но несъмнено успешен. Все пак това коя ще бъде най-носената от нас гама от цветове, зависи от вижданията ни за визията по време на сезона. Важното е да съчетаем модните тонове, съветва дизайнерът Марк Джейкъбс. В неговата колекция доминиращ цвят несъмнено е черният. Якетата тази година са къси или прави, с овални ръкави и не много широки.

Модистите съветват изборът на аксесоари да е тип Барок. Те са истинските бижута на сезона, твърдят експертите. Многоцветните метални апликации правят дрехата още по-класическа.

Късо зелено яке е перфектната комбинация, представена от Шанел. Тенденцията в панталоните са кадифето и черната кожа. Ако предпочитанията са за провисналите, тогава те трябва да бъдат плитки отгоре и широки отдолу. Трябва да се съчетаят с ботуши, съветват още моделиерите.

Роклите отново са прави и изчистени. Вечерните тоалети властват с много блясък, заслепяват с камъни, пайети и кристали. Палтата от колекцията есен-зима 2009-10 са в английски стил и зеленикави тонове. Ако стремежът е да сте „шик“, изберете хубав колан, който да очертае силуета ви. Модните материали са коприната, вълната и кожата, подчертават дизайнерите. ■

Модата – сериозен обект или пуканки за забавление?

ЕМИЛ АРАБАДЖИЕВ заедно с брат си Младен Арабаджиев е собственик и създател на компанията „Денил“. Създава характера и философията на марката. Един от първи-

те хора във фешън индустрията, който започна дискусия по темите на модата и създаде собствена медия – онлайн списание за мода на www.denyl.com.



Наистина ли ви интересува с каква роля е била Кристина Агилера на последния си рожден ден, с каква прическа е била Бритни по време на лятната си почивка или с какви обувки се е появила на светско парти певицата Лиана? Това са „фешън“ новините, които пълнят пресата както семките пълнят джобовите на учениците – безобидна заниматка, която не засища глада, но пък отнема много от времето.

НАИСТИНА, ВСИЧКИ ИМАМЕ НУЖДА от отмора, но има и по-добри начини за релакс от затормозяването на мозъчните центрове с тонове излишна информация. А ако става въпрос за истинска, стойностна информация за модата, то такава не можем да открием в колонките с светските и модните новини на нашите медии, а също и на повечето от чуждите. Много по-полезна ще ви бъде една разходка по улиците на модата и разговор

с някой от консултантите на модните магазини. Те поне ще ви дадат информация от извора какво се носи и какво не.

ЗА СЪЖАЛЕНИЕ МОДНИТЕ РЕПОРТЕРИ рядко се срещат да питат хората от фешън индустрията какво се случва в нея. Вместо това превеждат на килограм светските хроники от безплатните издания в интернет, като така правят безплатна реклама на вече известните чужди марки. Но тези хроники са насочени към съвсем друга аудитория, свързани са с друг свят, друг стандарт, други магазини. Освен това като всички жълти хроники са просто кухи клюки, които забравяте веднага щом затворите вестника.

РЯДКО ЩЕ СРЕЩНЕТЕ анализ, дискусия, критика, дори и преводни, по темите на модата. А за наши авторски материали въобще не може да става въпрос. Те се изчерпват с хапливи кон-

статации на самопровъзгласили се съдници на добрия вкус за тоалетите на „елита“, присъствал на маргинален коктейл, посетил от общо 50 души.

аудитория. Страниците, посветени на фешън индустрията, могат да бъдат не само интересни, но и ще променят естетиката и мисленето.

че публикуването на PR-и с сору – paste е пагубно за интереса на читателя, а текущото на репортери – пенкилери или стажанти в ресора „мода“, не е добра стратегия.

ЗАЩО ТЕМАТИКА „МОДА“ се подценява и се обсъжда лекомислено и повърхностно? Нима това не е голям бизнес като всеки друг, нима естетиката на модата не е част от съвременната култура, и то много значима част, която синтезира вкусове, настроения, миоглед, социален статус? Нима в модата няма личности, истории, легенди? Точно обратното. Рубриката, наричана „мода“ или „стил“ в медиите, е все още неексплоатирана територия, скрито съкровище, което би могло да привлече нова

НО ЗАСЕГА НА НАШИЯ ПАЗАР дори липсва модно списание, за което категорично можем да кажем, че е номер едно в тази област. Трудно бихме могли да посочим и едно име на журналист, който има авторитета на истински съдник и който е ерудитан и обективен анализатор. Как може да се промени това и може ли модата да стане сериозен журналистически обект? Достатъчно е да се промени нагласата към тази сфера и да се търсят сериозни, последователни журналисти, които да трупат познание и авторитет. Да се осъзнае,

„ДЕНИЛ“ ПРАВИ ОПИТИ в тази сфера със своето интернет списание за мода на сайта си Denyl.com. Фешън кафенетата в магазините на марката също са с идеята да събират хора с интереси в модата и да благоприятстват развиването на една среда, която да обсъжда, да критикува и да се интересува истински от мода.

ЗАЩОТО МОДАТА е съвременната култура. Време е да го признаем. ■

POWERED BY DENYL

-60%
-60%

РАЗБИВАНЕ

06.08-31.08.2009