Автор: admin
02.09.2014 13:36 -

Как вошли в моду темные очки?

Первые затемненные очки появились в римские времена из потребности защитить глаза от солнца.

В ультрамодных шестидесятых британские дизайнеры объединились с оптиками, чтобы начать выпуск очков разнообразных оттенков.

Теперь причина носить темные очки продиктована не столько необходимостью, сколько модой. Трудно вообразить Боно, Пуш Спайс или Тома Круза без дизайнерских темных очков.

Такие бренды, как Ray-Ban, достигли своей успешности благодаря ассоциациям с миром фильмов. В 50-х Aviator – самые знаменитые дизайнерские темные очки в мире – носили подобные Марлону Брандо в культовых фильмах, таких как «Дикарь» («The Wild One»). Не удивительно, что дизайнерские очки стали глобальным явлением благодаря такой всеобъемлющей рекламе.

Чтобы прослыть знаменитостью, нужно обладать привлекательной внешностью, определенной степенью таланта, уверенностью и, конечно же, дизайнерскими темными очками. Каждый, кто стремится походить на звезд, отводит важное место в своем гардеробе модным очкам. Такие небезызвестные бренды, как Gucci, Prada, Police и Ray-Ban, являются главными рекламными продуктами на страницах глянцевых журналов. И легко понять почему: брендовые темные очки выглядят легкими, классными и защищающими не только от вспышек фотокамер папарацци, но и солнечных лучей.

В 60-х все крупные дизайнерские дома болели навязчивой идеей придания различных цветовых оттенков очкам. У каждой знаменитости были свои предпочтения в выборе того или иного цвета. Дизайнеры начали использовать имена звезд при создании дизайнерских очков. Это стало началом тенденции в моде, где знаменитые дизайнеры соперничали между собой, используя кинозвезд и музыкантов в своей рекламе.

Британский дизайнер Чарльз Голдсмит стал первым, кто использовал имя звезды Одри Хепберн («Завтрак у Тиффани»). Чарльз Голдсмит создал прибыльный рынок в индустрии моды, который был основан на сильных именах – Ray-Ban, Chanel, Prada и Oakley. Его идея сопоставления своего видения форм и цвета с предпочтениями кинозвезд жива и по сей день.

Солнцезащитные очки проникли и в технические сегменты жизни человека, и в моду. В то время как США сильны в технической характеристике очков, как Oakley, итальянские темные очки выражают творческий потенциал этой страны дизайнеров, которая никогда не прекращает рождение новых тенденций. Темные очки Gucci, Chanel, Versace, Giorgio Armani, Dolche & Gabbana и Prada – законодателей моды реального мира – носятся большинством кинозвезд и рок-звезд. Темные очки, изначально используемые, чтобы защитить глаза, являются сегодня заявлением моды и индивидуальности и могут носиться весь год и в любых случаях.

Так, темные очки Prada – символ достойного положения в современном обществе, это шедевр творческого потенциала и подлинности в каждой структуре. Темные очки Prada созданы для людей, которые ценят стиль.

А коллекции темных очков Gucci показывают безошибочный дизайн, поддерживая прекрасный баланс между случайным и шикарным. Имя Gucci синонимично с модой и является превосходным примером итальянской моды.

Темные очки Versace – одно из самых модных имен на рынке солнцезащитных очков. С 1978 Джанни Версаче начал заполнять международную сцену очарования своими уникальными проектами солнцезащитного экрана и палитрой. Versace обозначает элегантность, изощренность и роскошь.

Будьте модными! Пусть звезды сияют на ваших глазах!

Автор - **Мария Лисицкая**
Источник