



Svenske Acne er et af tidens førende designmærker. Foruden tøj har de også et stort udvalg af accessories, blandt andet solbriller. Her fra sommerkollektionen 2018 – med piercinger i sidestængerne.



Marie Duedahl

Modeskribent

Fotos: PR

Se 1970'erne i øjnene

BRILLEMODEN 2018

Vi tør dyrke luksus igen efter en lang periode med askese, men vi vil kun gøre det uden at belaste miljø og dyrevelfærd. Omsat til briller betyder det en stor inspiration fra 1970'erne.



Guccis fortolkning af den klassiske 1950'er-brille med overkant a la J.F. Kennedy. En ny generation har genoptaget metallet, som ellers har været ude af modebilledet i mange år.

Normcore var kodeordet i moden for få sæsoner siden. Alt skulle være enkelt, underspillet og antifashion. Lidt som den kiksede onkels garderobe. Ham, der aldrig tænker et sekund over, hvad han har på af tøj og accessories. Forbrugerne var blevet trætte af før-krisens overforbrug af blingbling og dyre logoer, nu ville man nedtone alt. Gå i et med tapetet. Omsat til brillemode betød det nedtonede brillestel i naturlige farver. Stel, der signalerede eftertænkksomhed og intellekt. Det var tid til at tænke sig om.

Nu er normcore-trenden på vej væk igen. Overskriften for 2018 kunne passende være: Farvel, normcore. Goddag, luksus. For nu har vi igen lyst til

farver, eksklusive materialer og udsøgt design.

Men det er ikke på samme måde som før krisen. Nu er forbrugerne luksusdyr på den bevidste måde. De klæder sig smukt – men ikke på bekostning af miljøet og dyrevelfærden. Det kommer også til udtryk i brillemoden. En lyst til at lege med større stel, der ikke kun er se-stativer, men også statements uden at kamme over i det gakkede. Tidens brillemode er uhyre stilbevidst – og miljøbevidst.

Farverne er tilbage

Normcore var en del af den nordiske bølge med →



Stellene er vokset i størrelse de senere år. Her i det populære, brune acetat, der changerer i farven. Fra newyorkermærket Moscot.

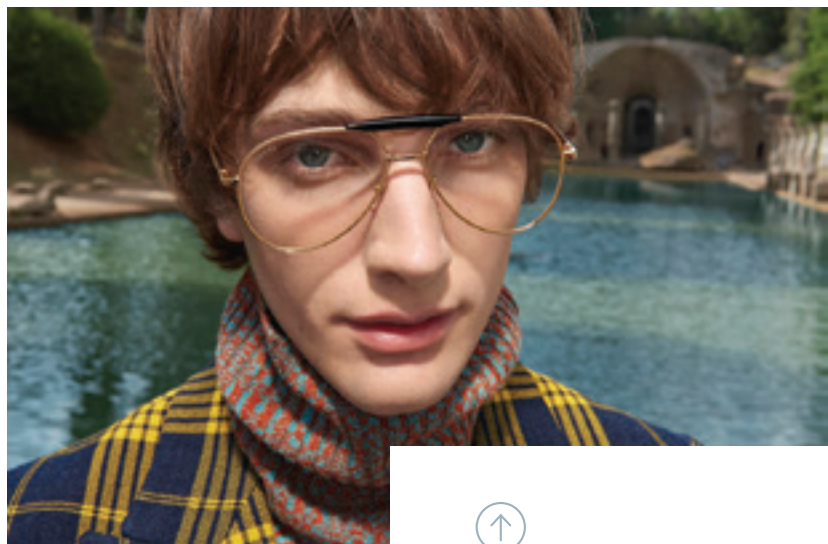


→ nedtonede naturfarver og superenkelt design. Nærmest jantelov omsat i stof og brillestel.

Nu er farverne tilbage for fuld udrykning. Aldrig har hele farvepaletten været så meget i brug som i denne sæson. Det er ikke skrigende, futuristiske neonfarver a la sportsverdenen, der præger modebilledet. Det er dybe, eksklusive farver, der udstråler klasse og stil. Der er især mange farver i tøjmoden, mens der ikke er så mange farver på brillestellene, som der er i tøjjet, men et materiale som guld er fremme igen efter at have været næsten helt forvist fra modebilledet. Nu må brillestellene godt glimte gyldent igen som en del af tidens luksustrend.

Arven fra 1970'erne

Det italienske modehus Gucci er verdens vigtigste trendsætter i disse år med sine farverige kollektioner, syet op i luksusstoffer, men med et ungt, eksperimenterende designsprog. Det gælder også på brillefronten. Gucci-stellene hører



1970'ernes berømte truckerbrille – her i en eksklusiv fortolkning med tyndt metalstel fra italienske Gucci.

til blandt sæsonens mest trendy. Her træder især inspirationen fra 1970'erne frem. Brillestellene er gigantiske med et meget stort synsfelt. På den måde er de meget praktiske, men størrelsen skyldes ikke et hensyn til synskomforten, men mere en ny generations leg med årtier, som de ikke selv har oplevet, og som de derfor synes er spændende. I modsætning til alle os andre, der har været der før.

Det er ikke tilfældigt, at det er 1970'erne, som trendsætterne vender sig mod. 1970'erne var et meget designglad årti med fuld fart på



Barton Perreira-mærket stammer fra Californien og er grundlagt af indehaverne, Bill Barton og Patty Perreira. Her transparent stel med et på én gang effektivt og underspillet udtryk.



Runde briller havde deres storhedstid i 1960'erne og 1970'erne. De fås også i dette års kollektioner og vælges især af unge, der abonnerer på de to årtiers værdier. Fra italienske Res Rei.



Stort stel i sort acetat fra et af tidens mest hypede modehuse, Gucci, der sætter dagsordenen i modens verden i disse år.



farver og størrelse. Alt var stort i 1970'erne! Skjorte-kraverne, svajene i bukserne – og brillestellene. Den stil trænger vi til igen efter nogle blege år i askese.

Brugen af 1970'erne som reference skyldes også, at 1970'erne var et forbrugerbevidst årti med meget stærke værdier, især med hensyn til miljøet. Den miljøbevidsthed kan 2018-mennesket relatere til, og derfor er 1970'erne tilbage som inspirator til tidens modebillede. På brillefronten betyder det en tilbagekomst af 1970'ernes mest populære brille, truckerbrillen, også kendt som Elvis-brillen, fordi sangeren havde et par af de dråbeformede briller i tykt guldstel – luksusudgaven af truckerbrillerne. Dengang var det et meget maskulint look. I dag bruges det af begge køn. Især pigerne har kastet sig over det seje look. Det handler ikke kun om, at kvinderne er hurtigere til at prøve nye trends af og er

Bæredygtighed er en vigtig værdi for tiden, og det lever mange brilleproducenter op til. Bl.a. Res Rei, der producerer lokalt i Italien, udelukkende med miljøvenlige materialer fra italienske leverandører.

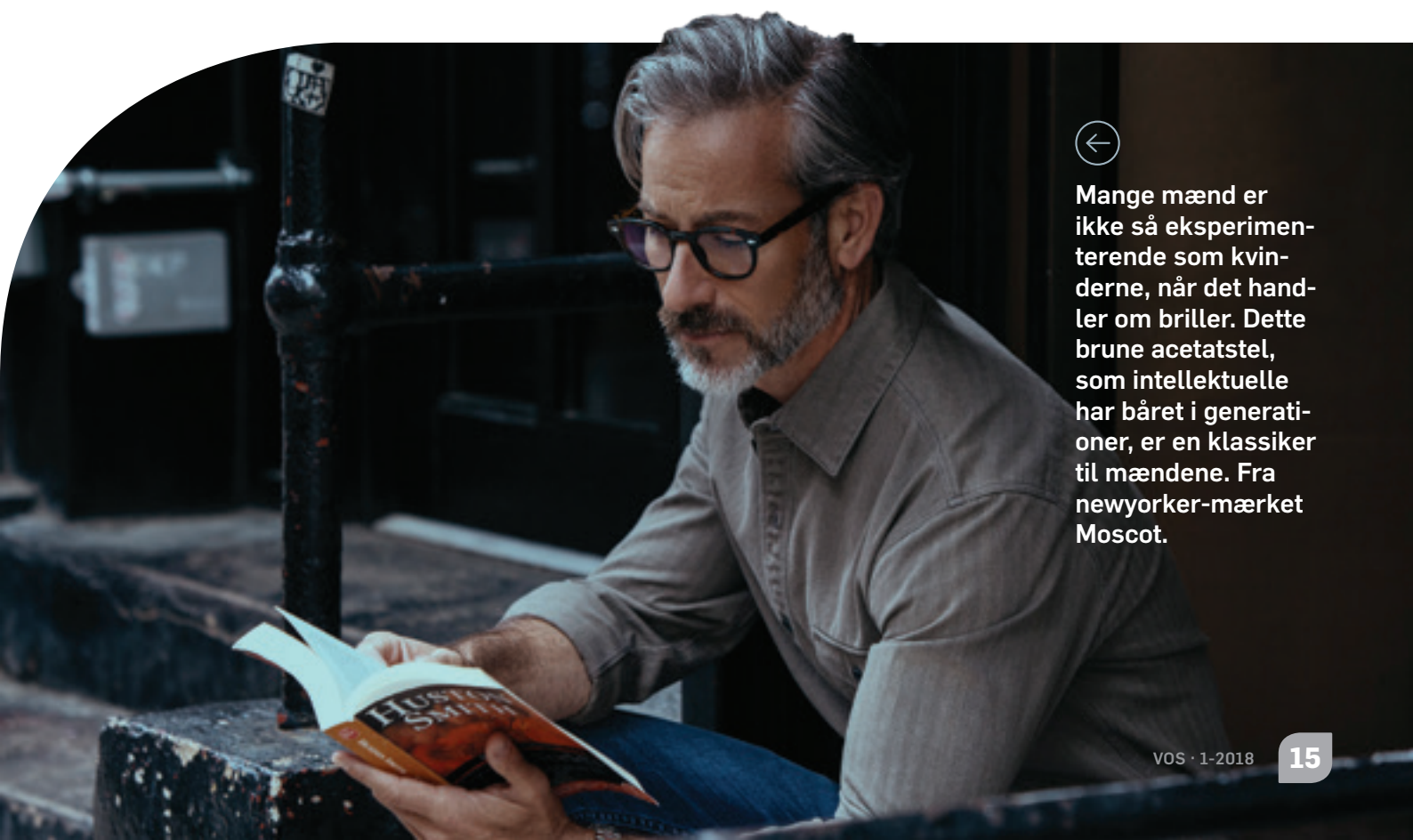


mere modige med hensyn til at flashe lidt outrerede design. Det handler også om et andet karakteristika for tidens mode: unisex.

På tværs af kønnene

Tidens unge generationer bevæger sig på kryds og tværs af kønnene. Maskulint og feminint er opløst og erstattet af en leg med alle udtryk på én gang. Efter hipsterens meget maskuline udtryk er der nu kommet en mere sofistikeret mandetype, der bruger løs af subtile stiludtryk, også fra kvindens verden. Aldrig har der været så mange unisexstel fremme på optikernes hylder.

Miljøtrenden fra 1970'erne har for længst nået brilledesignernes tegneborde, blandt andet med Eco-mærket, hvor brillestellene er fremstillet af 95 pct. genbrugt materiale, og for hvert solgt stel plantes et træ i Cameroun. Eco-firmaet opfordrer også til, at man donerer sine brugte briller til fattige rundt om i →



Mange mænd er ikke så eksperimenterende som kvinderne, når det handler om briller. Dette brune acetatstel, som intellektuelle har båret i generationer, er en klassiker til mændene. Fra newyorker-mærket Moscot.

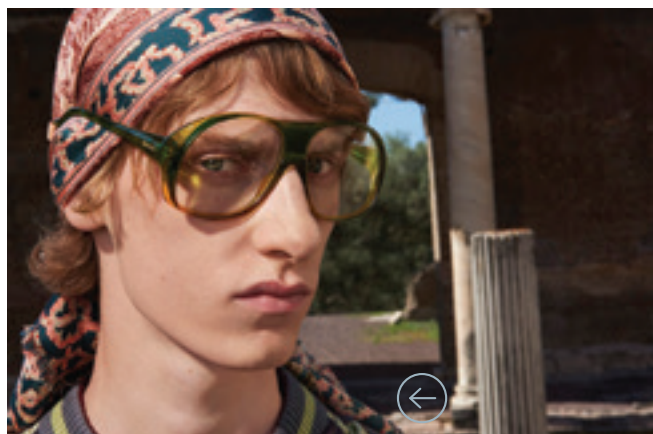
→ verden. Ved at købe bæredygtige og socialt velgørende briller signalerer man ikke kun visuel stil, men også miljøbevidsthed.

Men som altid, når nye generationer genbruger tidligere årtiers stiludtryk, er der ikke tale om direkte kopiering. En trend er aldrig den samme, selv om den får en revival. De nye generationer tilføjer deres eget udtryk, og det er i disse år en bekendelse til smukke ting. Selv om man er miljøbevidst, behøver man ikke klæde sig i sæk og aske. Man må godt dyrke det smukke. Her er Gucci igen foregangsfirmen. I efteråret 2017 deklamerede firmaet, at det ikke længere vil bruge pels i sine kollektioner af hensyn til dyrevelfærden. På den måde kan Gucci-elskere bære det prestigøse G-logo uden at skamme sig.

Og netop logoerne er tilbage. Også på brillestængerne.

Logerne er tilbage

Logoer har levet en omskiftelig tilværelse, inde og ude af modebilledet. Efter krisens gennembrud i 2008 forsvandt de ind til næsten usynlighed. Det var ikke længere in at flashe sit dyre forbrug. Men nu er logoerne ved at vokse sig store igen. Ikke som udtryk for materialisme,



Brillemoden siger store stel, og Gucci har hørt efter. Transparent acetatstel i changerende grønt med et meget stort synsfelt. Typisk et pigestel, men ikke for de unge transgenerer.

men som udtryk for glæden ved godt, smukt kvalitetsdesign. Også som modsvar til det brug og smid væk-tøj, som hærger highstreet-kæderne. Man kan med god samvittighed flashe et lille G på sine brillestænger, fordi Gucci har været ude at markere sig som et moderne, bevidst modefirma.

De markante design, herunder også brillerne, har også den fordel, at de fungerer godt på de sociale medier. De er simpelthen Instagram-egnede, fordi de er så nemme at formidle på grund af deres store størrelse og frække former. "Se mig, jeg leger med 1970'erne."

Det er også en facit ved dyrkelsen af 1970'erne. Det er ikke en autentisk gengivelse af dengang. Det er også en ironisk leg med fortidens udtryk.

Inspiration fra syd og øst

Normcore hentede sin inspiration fra det asketiske Norden. Nu vender trendsætterne sig mod syd, hvorfra de henter varme, stærke farver og design, der tør gøre mere opmærksom på sig selv. Det er italienske Gucci igen et godt eksempel på. Norden er begyndt at abonnere på sydlændingenes stilbevidsthed og deres lyst og mod til at vise sig selv frem.

Designerne er også begyndt at se mod øst – mod både Asiens skulpturelle former og Ruslands ekstravagante designere. Cultural fusion hedder den nye trend, der mikser designudtryk fra mange forskellige kulturer. På den måde forener moden os. Tidens forbruger er multi-lokal. ■



De store stel kan nedtones med en klassisk, transparent grå røgfarge som her fra det amerikanske mærke Moscot.