BERLiNiB

September October November December

2019/C

gold: why & how

high heels in bohemian Kreuzberg

fw19 moods

ISSN 2535-602X

Model okładka dla naszego BERLiNiB 2019 / C kwestią jest *Maya Melita,* fot A.Tacoma {patrz artykuł „Nastroje FW19”}

2019 / C

BERLiNiB

ISSN 2535-602X

OPUBLIKOWANY

BERLiNiB 2019 / C

BBERLiNiB: Wykonane głównie w Atenach poprzez, między innymi, bycie, i Wyzwolenia

Tłoczenie. Koncepcja przez Aristo Tacoma alias
SR Weber, Oslo. ISSN
2535-602X
Formalna lokalizacja produkcji: Oslo, Norwegia
Poczta: Yoga4d: VRGM, Postboks 1046 Hoff, 0218 Oslo

berlinib.com
industrialbabes.com @berlinib

Asystent redakcji:
Lucy Blay, @lucyblay

Kiedy robimy gazetę, zaczynamy od podstaw układ i dodać tag, „test layoutu” w Blue Note w lewej części strony redakcji. Jest to naturalnie i stopniowo przekształca się naszego własnego magazynu. Zamieniamy każdy z wcześniejszych obrazów testowych (które są udokumentowane w @berlinib) obrazami z własnych oryginalnych pędów. Ideą tej metody jest to, że chcemy tylko najlepsze inspiracje do naszego magazynu, więc możemy wybrać obrazy z naszych ulubionych źródeł, takich jak Vogue, Numero, Harper Bazaar i Elle Magazine, aby zapalić nasze strony z obrazami, które inspirują nas jak pracować, aby stworzyć własną w pełni oryginalnej publikacji.

Każde wydanie jest opracowany w ten sposób, a w momencie publikacji (do odwiedzenia naszej strony internetowej dla czasów publikacji) cała zawartość jest nasz własny. Tylko wtedy „opublikował” znaczek pojawia się na lewej stronie.

Wszystkie artykuły i inne teksty są oryginalne prace od początku.

Prawa autorskie: Wszystkie treści BERLiNiB autorskich jest magazyn, ale w „fashionblogger przyjazny” sposób.

Na odcinku katalogu naszej stronie znajdziesz każde zdjęcie gotowe do reblogging obok ogólnych wytycznych dla jakiego rodzaju potwierdzeń chcielibyśmy zobaczyć w poście.

Utalentowani ludzie i fashionistki, którzy chcą z nami współpracować: Proszę skontaktować się z nami pod adresem berlinib@aol.com lub DM na Instagramie. Jesteśmy zawsze otwarci na kontakt z modeli, pisarzy, fotografów, stylistów, make-up zestaw artystów, projektantów, projektanci mody, reklamodawców i innych entuzjastyczne kreacje, którzy chcą przyczynić.

Jako nowy magazyn, zdecydowaliśmy się iść wyłącznie „cyfrowe”. Z górnej części urządzenia linii i smakiem i twórcze umiejętności naszych autorów, tworzymy Bardzo dobre wyniki w tej ramce.

Aristo Tacoma { redaktor BERLiNiB; Często fotograf i stylista dla niej, jak również} BERLiNiB jest dostępny za darmo w jakości pliki PDF na berlinib.com.

ogłoszenia:
Tego, 2019 / C, jest dopiero trzecia kwestia BERLiNiB. Podczas gdy mieliśmy kilka reklam w dwóch pierwszych sprawach, nasz Początkowym celem było stworzenie wysokiej jakości treści i umożliwić czytelnikom dostęp do magazynu poprzez nasze konto Instagram. W tej kwestii, 2019 / C, dajemy Ogłoszenia pauzę, a zamiast tego mieć trochę więcej redakcyjne. To otwiera drogę do włączenia się coraz bardziej, starannie dobranych, wysokiej jakości reklam, które uzupełniają magazynu mody, począwszy od naszego 2020 / publikacji. Naszym celem długoterminowym jest przeznaczyć do 55 stron, czyli ok. pół magazyny, do reklam w cenach stałych, które są ustawione, aby były dostępne dla firm, które chcą się reklamować w naszym magazynie. Marki mogą skontaktować się z nami, aby sponsorować redakcyjne (i zostaną wymienione w ed.).

Zawartość każdej opublikowanej BERLiNiB Magazine jest copyright Stein Henning B. Reusch alias Aristo Tacoma. Wszystkich osób zaangażowanych w tworzenia treści są nazwane (modele zostały nazwane jak chcą). Materiał jest niepodpisany przez redaktora.

Technologia obejmuje:
Nikon Df, Nikkor w / VR, KDE Neon, Gimp, LibreOffice, FontLibrary.org [będziemy tak szybko, jak pozwala na to wystarczająco przychody wykorzystywać komercyjnie licencjonowanych czcionek] i Android w / G15 PMN & Android-x86 wzmocnione w / Fedora Termux & Perl.

BERLiNiB na
berlinib dot com,
opublikowane w
uniwersalny cyfrowy
Papier formacie PDF,
przychodzi trzy razy w roku.
Z nielicznymi wyjątkami,
redakcyjne są umieszczone
w magazynku w kolejności,
w jakiej są wykonane.

Numery stron odnoszą się do
swoich stron A3.

Napisane artykuły i więcej
między tymi zdjęć
Artykuły

Ela
Michaela
@ela_
michaela_
oficjalny
strona 36

Natalie
Rizou
@natalie_
rizou
strona 15

Maya
Melita
@melita_
Maya
strona 7

Iga
Kokocinska
@iga
kokocinska
strona 50

Marilena
@magic
mstyle
strona 29

Peaks of fw19/20 fashion

inspired by some
fw19/20 men's collections

Alexander McQueen

Balenciaga

By BERLiNiB Illustrator
Srishti
srishtioinam@gmail.com
@goldenflower.____

Dwanaście trendy

FW2019 / 2020 moda

Nathalie Sophia
@fashionjudgment, BERLiNiB
Moda
Korespondent nathaliesophiajournaliste
@ gmail.com

Komentarze na nowe ubrania, buty, stylów, a także wartości niektórych wiodących marek odzieżowych i projektantów

,1. Planet ochrona i nasza druga skóra

Zużycie etyczny jest zalegającą na znaczeniu na całym świecie mody, ponieważ coraz więcej ludzi uważa ochronę planety Ziemi drzew, powietrza i wody oraz negatywnego wpływu wylesiania i nadużywanie tworzywa sztucznego w naszych codziennych działaniach. Prawie każdy z nas trendy wskazać tutaj można dyskutować również z tego punktu widzenia, ale to nie jest cała historia i implikacje ekologii nie zawsze są jednoznaczne i jednoznaczne. Na przykład, po wrzawy grup praw zwierząt przeciwko futer i odzieży skórzanej, wiele projektanci zaczęli używać faux skóry, ale niektórzy uparcie bronił użycia prawdziwej skóry na założeniu, że większość faux skóra jest zasadniczo plasticbased, a ostatnią rzeczą, chcemy jest dodatkowa plastikowa zanieczyszczają planetę. Tak czy inaczej, druga skóra w postaci pewnego rodzaju skóry jest cechą rdzeń mody

FW2019 / 2020, a skóra może być formowane, aby pasowały do gamę stylów i pór roku. Wygląda wahają się od kobiecej head-to-toe skóra-Chanel i Alexander McQueen-through bardziej unisex style z Sies Marjan i bardziej męski wibracje rowerzystę Bottega Veneta.

,2. Color Me szary

kolekcja Kim Jones dla Dior Menswear Pre-fall 2019 sugerował, że jest szary w tym sezonie nowy czarny, i słusznie. Na przykład, Acne Studios Dries van Noten i pokazać, jak różne odcienie szarości mogą być dostosowane do szafy jesienią w nowatorski sposób. Płaszcz jakość w szarych wełnianych przechwytuje ten element, a to z pewnością iść do garderoby pozycja w każdym sezonie.

, 3. Wysokie obcasy platformy

Czy nie lubimy obcasy Platforma, Stella McCartney, Versace, Saint Laurent i inne projektant etykiet prezentują wysokie obcasy platformy jak bucie tym sezonie wyboru. Dodaj poparcie FW19 kolekcji Chanel, a debata jest rozliczana: Platforma obcasy są w trendzie.

,4. Pasta jasne

Glitter, metalicznych, połysk i blask. Wielu projektantów nalegają na oświetlenie ciemne zimowe dni z taką jasnością. Michael Kors, inspirowany przez Studio 54 oferuje suknie glittery firm. Balmain oferuje podejście 80s inspirowane z cekinami i vinylshine. Saint Laurent sprawia, że 'glow in the dark' koncepcji modne. To prawda, że większość ludzi nie uznałby brokatu i cekinów być odpowiedni strój do pracy. Jednak trochę blasku może, a może i powinna być włączona do prawie każdego stroju i okazji.

, 5. Płaszcz Inspired

W tym sezonie mamy skórzane płaszcze Matrix inspirowane, niektóre z Shearling wykładziny (kolekcji Balenciaga FW19); niektóre z pop koloru. Jeśli pogoda jest ciemny i pochmurny, to wyzwanie! W swojej kolekcji, Wes Gordon w Carolina Herrera czyni sprawę do gorącej różowy płaszcz. Niektórzy pracowali z nadrukami. Niektóre z kolorowych futer. Wygodne i stylowe, w przytulnej wełny lub stylowe futra, płaszcz jakość nigdy nie wychodzi z mody.

[Cd].

Piccoli niedawno powiedział: „Chcę, aby utworzyć wspólnotę dla Valentino. Mam na myśli coś innego niż Lifestyle ', który jest o uwagi obiekty. Chodzi o ludzi, którzy podzielają wartości.”

Valentino jesień 2019 prêt-à-porter pokaż biorące zróżnicowaną obsadę modeli, w tym ikona mody Naomi Campbell, który zamknął fenomenalny show. styl Valentino Piccoli jest wszystko o miękkich sylwetki, kobiece formy, tiulu i piór

- odpowiednie szuka bardziej formalne okazje. To rezonuje z wzorów Giambattista Valli (który ogłosił swoją kolekcję H & M na początku tego roku na festiwalu filmowym w Cannes).

,6. Wspólne wartości i kobiece postacie

Świat mody może wciąż być częściowo zaklinowane w między „athleisure” i „użytkową” wygląd, ale posuwamy się do stylu nostalgii wywołanej. Tutaj widzimy wpływy z 1970 i 1980 roku. Subtelny, ale potężny styl czyni wygląd w morzu jasne kolory i ostre krawędzie.

Niektórzy projektanci, jak Pierpaolo Piccoli, stawiają to, co nazywają „wartości dodanych” pierwszy.

Mistrz stylu romantycznym i wpływowego projektanta Valentino

,7. Giantwear

Odchodzenia od Skitnight trendu, jesteśmy teraz zmierza w kierunku większych rzeczy, dosłownie. Istnieją niezliczone przykłady: przewymiarowane sylwetka Balenciaga za. Całkowicie spalony i warstwowe spódnice. Balon rękawy. Silne, wyściełane ramiona. Etykiety zawierają Marc Jacobs, Saint Laurent i Tomo Koizumi (którego debiutancki pokaz mody zawarte Bella Hadid, Karen Elson i rycerz Westeros z Game of Thrones, Gwendoline Christie). Dla odważnych: rozszerzającą, obszernej sukni. W tym samym duchu, ale dla bardziej skromny: przerośnięty płaszcz.

,8. Od okapy do Kapelusze

Gazeciarz, Wiadro, Bonnet, Fedora: kapelusz na każdą okazję. Hoodies są zastąpione unhooded powłok na jesieni, lecz z wieloma modnej odzieżowego. Widzimy to wśród marek odzieżowych takich jak Christian Dior, Balmain, Valentino i Chanel, wraz z głównych punktach mody takich jak Zara i Mango. Zakres obejmuje rondem kapelusze, berety i eleganckich Lanvin Sou'wester.

,10. zatopioną w złocie

Dawno już minęły czasy, kiedy złoty był uważany gawdy i tylko srebro było do zaakceptowania. Teraz to złoto dla wszystkich, że warto, i to jest rzeczywiście wiele warte: symbol stabilności w świecie, zawsze na krawędzi niepewności, w których naturalna

Wygląda na środowisko podatne. Złoto jest również sama zachwycający formą eskapizmu „”. Jeremy Scott w Moschino dał mu wirowania oldfashioned eskapizmu. Ralph Lauren pokazuje elegancki i poręczny podejście oddelegowanym przez Altuzarra i Celine. kobiece kawałki Brock kolekcji przekładają urok klasycznych czasach do garderoby współczesnej kobiety.

, 11. Garnitury

Garnitury pozostał modny od kilku sezonów, z pewnymi zmianami każdy sezon. Tendencja ta przewiduje się kontynuować w roku 2020. Mimo, że garnitury są silnie związane z odzieży roboczej, różne sylwetki i tkaniny może być stylizowany na „garnitur” a zakres okazjach. Ekscytujący i modny sposób noszenia garnituru teraz jest styl Spezzato: fantazyjny brzmiące włoskie słowo mieszanie i dopasowywanie elementów z różnych kolorach. Na przykład, można nosić marynarkę w jodełkę ze stałymi spodni.

, 12. Regal smak

Czerwony jest centralny kolor jesieni, i istnieje wiele odcieni do wyboru, jeśli nie jest jasny czerwony Twój iść do koloru. Każdy może znaleźć czerwienią lubią i dobrze wyglądać; który uzupełnia swój ton i funkcje skóry. Regal czerwone, czerwone wino, czerwony żurawina, czerwone z odrobiną niebieski, czerwony z nutą pomarańczy ... opcje są nieograniczone. Ciemniejsze czerwienie jak najwięcej sensu wizytowej: a merlotcoloured garnitur lub sukienkę aksamit.

Nathalie Sophia

iB

MOOD1

'Wyluzuj,

świat
staje
lepszy'

Modelka w tej redakcji: Maya Melita,
@melita_maya

Fotograf: Aristo Tacoma

MUA, stylizacja włosów: Myrto
Departez, @myrto_departez

Lokalizacje:

tranzistor
Cafe-Bistrotheque, Psiri, Ateny

STUDIO P56, Ateny, @
studio.p56

Moda etykiety H & M
@hm.

FW

2019/2020

NASTROJE

MOOD2

'Być

to osoba '

X, Y,

XX, XY, YY,

XXX, XXY ...

MOOD3

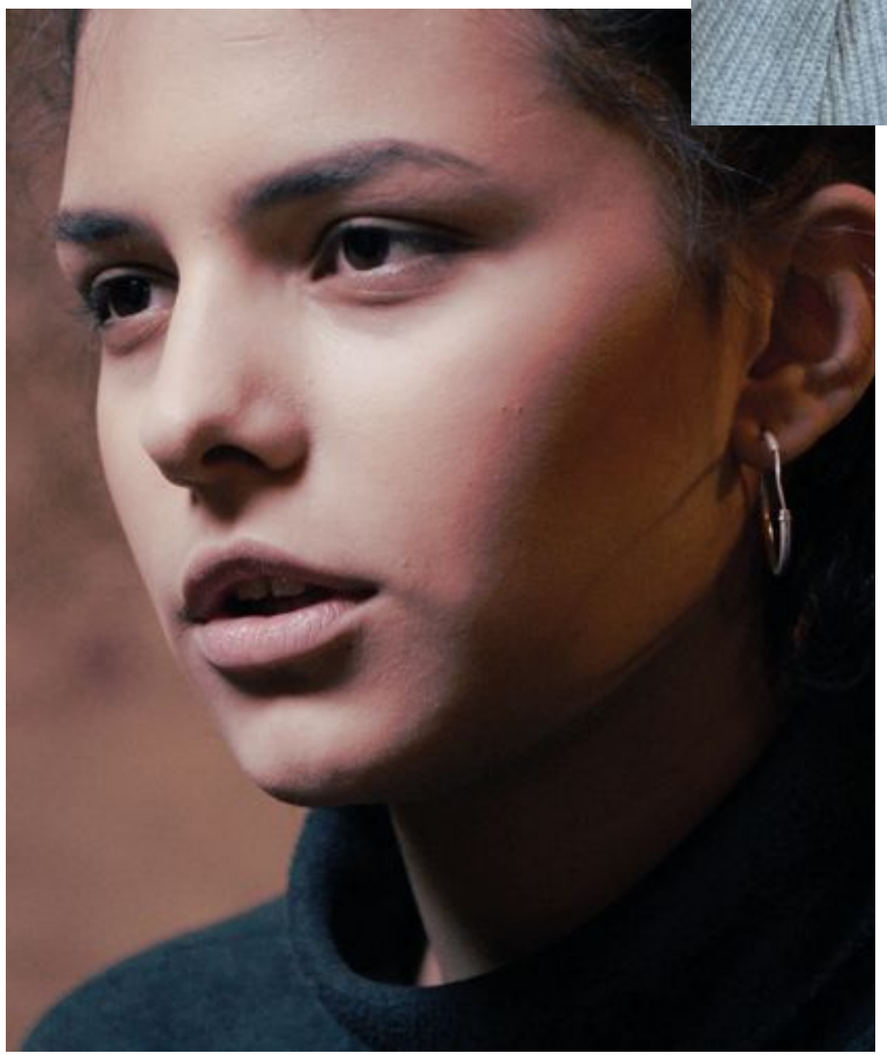
'Bycant
być zbyt
eleganckie dla
siebie '

MOOD4

„Ja kształtować moje imię i krok w moim obrazie”

MOOD5

„Moja skóra jest-dependin g czy podoba ci-obcisły poszycia pancerz”



MOOD6

'Być
Przyszłość
jest mi. '

MOOD7

'Być
mogę
jak fałszywe,
ale ciało jest
realne. '

Sylph w naszym świecie

sylf [rzeczownik]
1. smukła, zgrabna młoda kobieta

2. mityczne powietrza elementu

Modelka: Natalie Rizou, @natalierizou

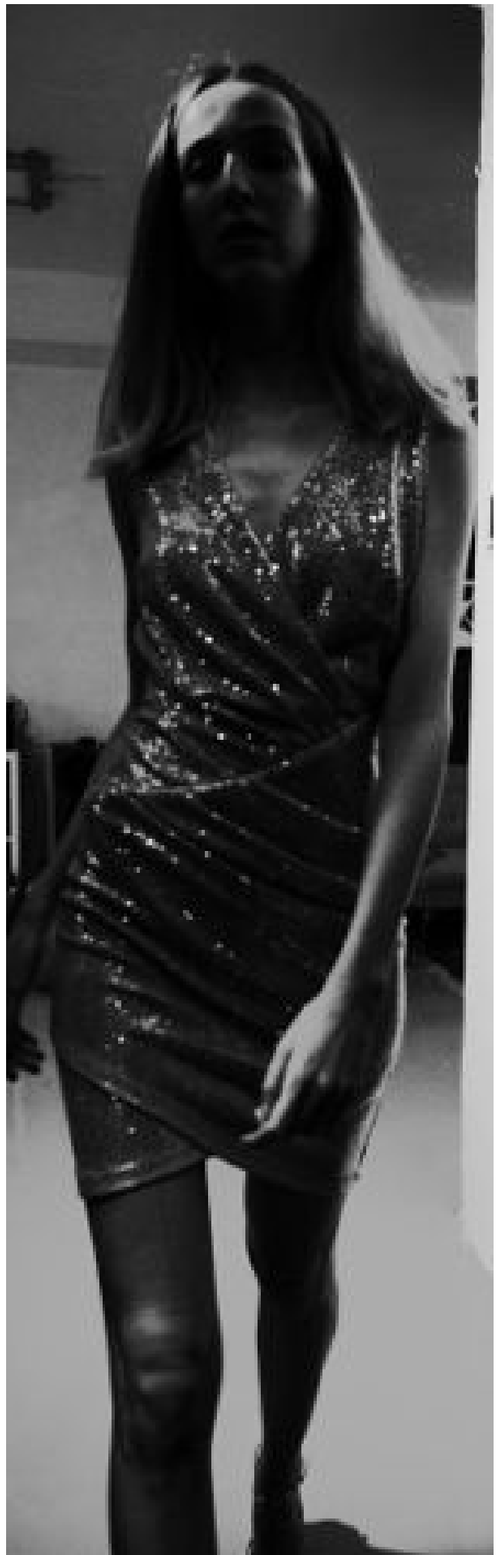
Nathalie Rizou stylem i sfotografowany przez Aristo Tacoma, porad stylisty Nathalie Sophia @fashionjudgment

MUA, stylizacja włosów: Myrto Departez, @myrto_departez

Lokalizacje: STUDIO P56, Ateny, @ studio.p56

GALERIA hodowca, Ateny, @the_breeder_gallery, thebreedersystem.com

Etykiety mody: Spódnica przez TATU BY SUELITA, @tatu_by_suelita, pasek mango, @mango, buty Forever21 @ Forever21, kurtka itp H & M, i hm



Dostrzegł w
tło za modelem na tej stronie:
„Ładowanie Void” Stelios Karamanolis,

2019. Widok Instalacja uprzejmości
hodowcy, Ateny

Jest

konfekcja męska

nowy ekscytujący tendencja dla kobiet?

Nathalie Sophia @fashionjudgment,
BERLiNiB Moda Correspondent,
nathaliesophiajournaliste @ gmail.com

Moda została zdominowana przez kobiety od wieków. Z biegiem historii, ludzie wzięli na pracy i zadań, które wymagały bardziej praktyczne podejście do mody. Z pancerzy do ceremonialnych ubrania, modne menswear było zarezerwowane dla tych, którzy mogli sobie pozwolić na bardziej wyszukane codzienne kawałki; fiolety, bordo i złota odzieży wierzchniej z dmuchanej aksamitnych zdobione rękawami. Mężczyźni, którzy mogli sobie pozwolić na modne zwykle należał do arystokracji i rodziny królewskiej. Odzież nie miała być moda do przodu, ale był symbolem statusu społecznego.

Tylko garstka ludzi we współczesnej historii prawdziwie przyjęli przygód ducha mody jak ludzie dzisiaj. Jeden taki jednostka była Król Ludwik XIV. Jego tło jako baletnica wolno mu więcej kontaktu ze sztuką i wrażliwość na piękno, które mogą być ukryte w dzieła sztuki nietykalnych miarę sztuki użytkowej, takich jak moda. W 1700 roku,

Wysokie obcasy były noszone przez elitarnych członków społeczeństwa do nadania statusu społecznego. Król Ludwik XIV był tak zainteresowany w modzie, że wprowadzony wysokich obcasach z obcasami czerwone i czerwonymi podeszwami do francuskiego sądu. On ograniczony noszenia tych butów do swego grona szlachty. Praktyka ta stała się później bardzo modna wśród rodziny królewskiej w całej Europie.

To może być oznaczony ważną zmianę w historii mody, kiedy dandyzm pierwszy stał się popularny w XVIII / XIX w. gdy zaczął mężczyzn do większego zainteresowania ich ubrania. Pomysł narodził się w Londynie, gdzie przywracające i robi to w znacznie większej skali George Bryan „Beau" Brummell zamknięty na popularności styl charakteryzujący człowieka ubrany do dziewiątki z ich strojach. Ubrania były często wzmocnione przez dane w tym czapki, szaliki / więzi i laski, wśród innych akcesoriów, które podwyższone swój styl na zupełnie nowy poziom.

Dandyzmu żyje w Pitti Uomo we Florencji, gdzie ludzie siedzą nadzieję dostać sfotografowane i uznawane za ich wyjątkowy styl. Niektórzy twierdzą, że wygląda komicznie, ale na pewno sprawia, że wielkie zdjęcie.

Przez długi czas, krajowe tygodni mody i pokazy runway zostały w dużej mierze koncentruje się na womenswear- ironiczny jak większość projektantów były w rzeczywistości mężczyzn.

[Cd].

Mieliśmy już pokazy mody dla kobiet

1903, a może nawet wcześniej jeśli

uwzględnimy Paryż pokazów Couture.

Równowartość menswear musiał czekać aż

do 2012 roku

Podkreśla lekceważenie męskiej aż do 2000 roku.

Wydaje się, że menswear to już nie tylko skłania do refleksji, z własnymi tygodni mody i nie brakuje fantastycznych, utalentowanych projektantów biorących udział. Większość istotnych marki posiada kolekcji MENSWEAR towarzyszyć ich odzieży damskiej, lub są poważnie rozważa

uruchomienie jednego. W ostatnich latach dwa główne marki dokonały tej decyzji:

Prabal Gurung,
Celine i ostatnio
Gabriela Hearst, najbardziej znany spektakularne worków.

Hedi Slimane dla Celine

nie byłoby w porządku bez odzieży męskiej, który jest być może największą siłą jest projekt Slimane. Kolejna marka, która niedawno uruchomiła linię dla mężczyzn jest rzędu.

Przemysł odzieży męskiej jest w pełnym rozkwicie, nie tylko dlatego, że ludzie są coraz bardziej zainteresowani opatrunek dobrze, ale także ze względu na rosnące zainteresowanie kobiet. Podczas gdy wiele damskiej nie jest opcją dla ludzi ze względu na ograniczenia rozmiaru,

wiele kobiety nie mają problemu z przystosowaniem odzież męską w swoich szafach.

W rzeczywistości, kobiety często pożyczyć ubrania od mężczyzn.

Najpopularniejsze odzież, które są „pożyczone” (bądźmy szczerzy, większość czasu my ich nie wrócić) są koszulki, swetry i kurtki.

Aż do ostatnich lat kobiety wydawał się zadowolony z pożyczania tych przedmiotów, ale teraz idą do sklepów i zakup odzieży męskiej, jak powszechną praktyką. Czemu nie? Kto nie kocha wygodne, ponadgabarytowych koszuli powiązać ze skórzanymi spodniami i wyróżniać się obok bardziej kobiecej sztuki w najpiękniejszym sposób?

Niektóre z największych marek mody wydają się uzyskać znacznie większą uwagę i podziw z ich męskiej niż damskiej.

Być może nadszedł czas, aby zmienić podejście, a może jest to po prostu nowa norma w modzie. Past brak różnorodności w męskiej sprawia, że o wiele bardziej ekscytujące niż produkt w dziedzinie damskiej gdzie mamy chyba przyzwyczaili do dramatu i oczekującej nowych i zmieniających się trendów w każdym sezonie. Obecnie trendy skupiają się głównie na ponowne imaginating przeszłości oraz innowacji w marketingu i tekstyliów.

Szybkie spojrzenie na Louis Vuitton przeszłość i obecni projektanci to ostrzegawcze tej tendencji. Kim Jones dla Diora i Virgil Abloh dla Louis Vuitton robią fale w branży mody, pozostawiając ich colleaugues, odzieżą projektantów Maria Grazia Chiuri i Nicolas Ghesquire, w kurzu metaforycznym. Z pewnością obie marki robią wyjątkowo dobrze z ich sprzedaży w obu działach, ale nie zważając na fakt, że jest ona głównie napędzane, nawet bardziej dla kobiet niż mężczyzn, przy sprzedaży akcesoriów.

Prawdziwe nowości stylu są w odzieży męskiej, z których wiele krążą wokół idei stosowania aspekty płci damskiej na raz całkowicie przeciwnej.

Natomiast wzrost męskiej jest niezaprzeczalna, to również zaprzeczyć, że kobiety nadal wyglądają lepiej w ty

czy są one przeznaczone dla nich, czy nie.

Nathalie Sophia

iB

Modelka w tej redakcji:

magicmstyle-Marilena,
@magicmstyle

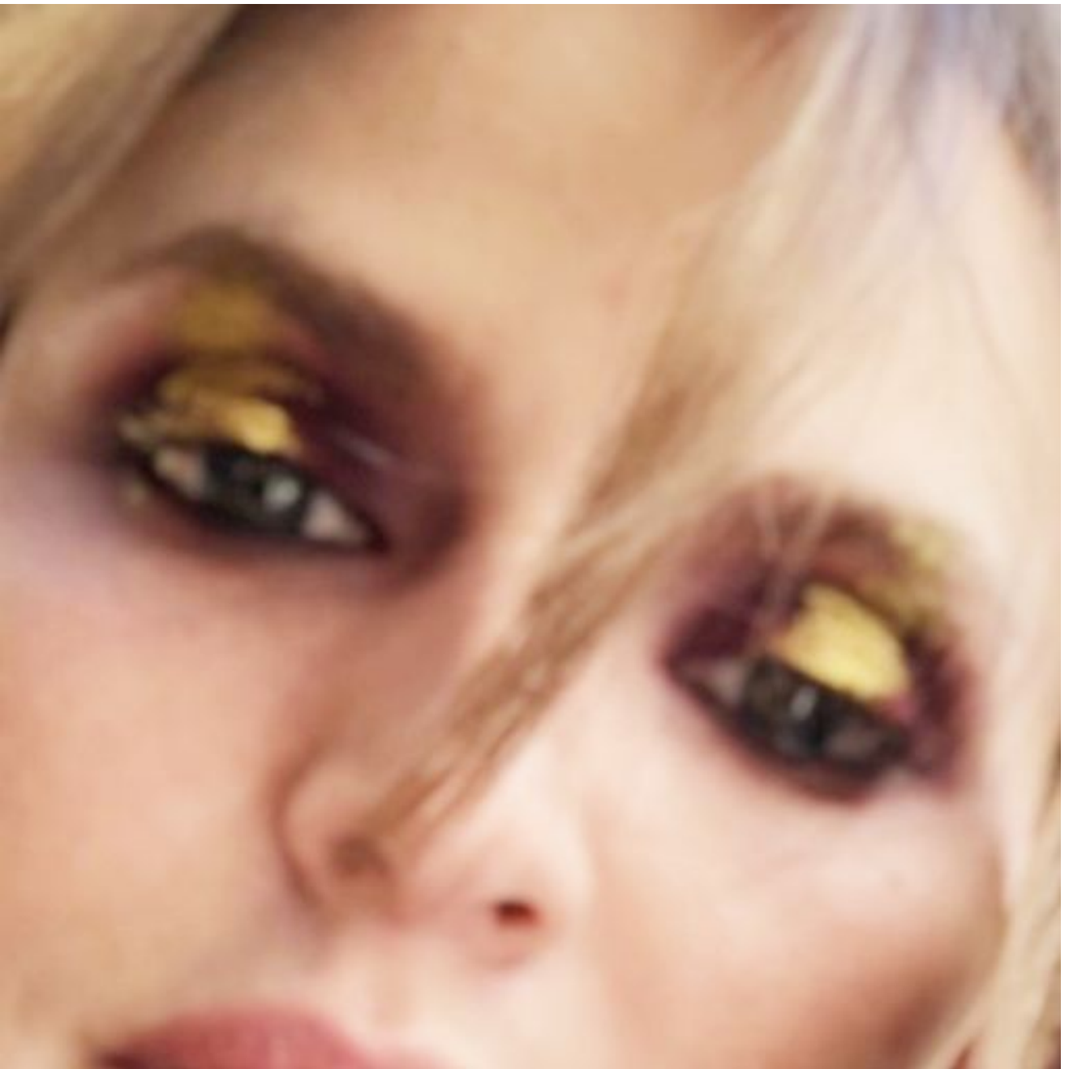
Fotograf mody & MUA: Myrto Departez,
@myrto_departez i @myrto_departez
_photography

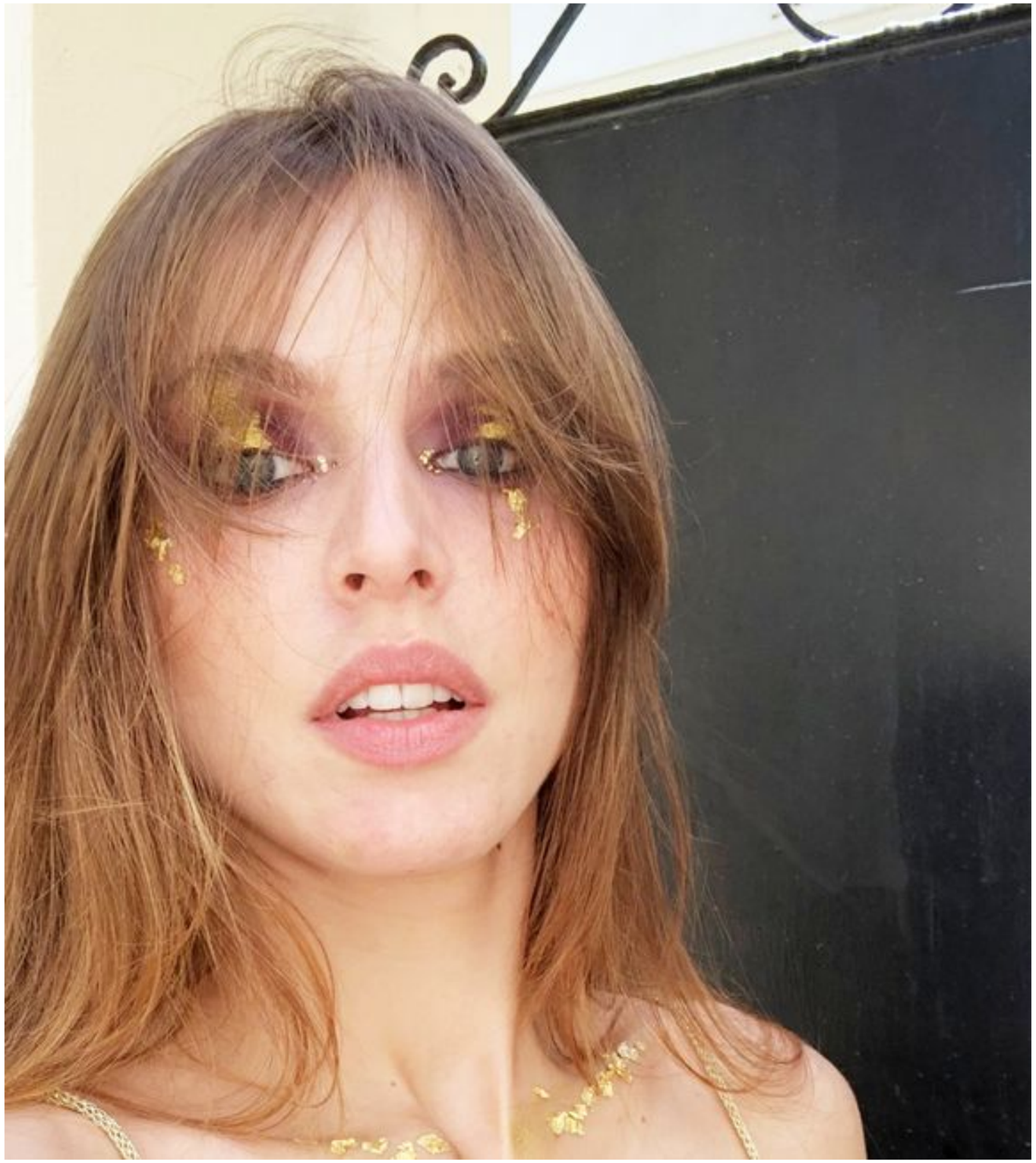
tekst redakcyjny: Myrto Departez

Inspiracją dla złota wzoru:
klasyczny post przez @olga_fox

JAK

Złoty Make-up w tym sezonie:





połysk nylon. Jeśli jeszcze tego nie zrobił, poszerzyć swoje horyzonty kosmetyczne dodając trochę złota do torby makijażu. Złoto może być opisany jako „kolor ruchu”, gdyż różni się od każdego kąta. Aby uzyskać najlepsze wyniki, stosując złoty makijaż, daj mu czas, więc można eksperymentować. Gdzie ma to sens, stosuje się złoto hojnie.

Złoto jest ponadczasowy. Jak twój iść do LBD,

można powoływać się na trendu i elegancki, a może być zaprojektowany tak, aby spełnić

prawie każdą

okazję.

Złoto i czerń są szczególnie

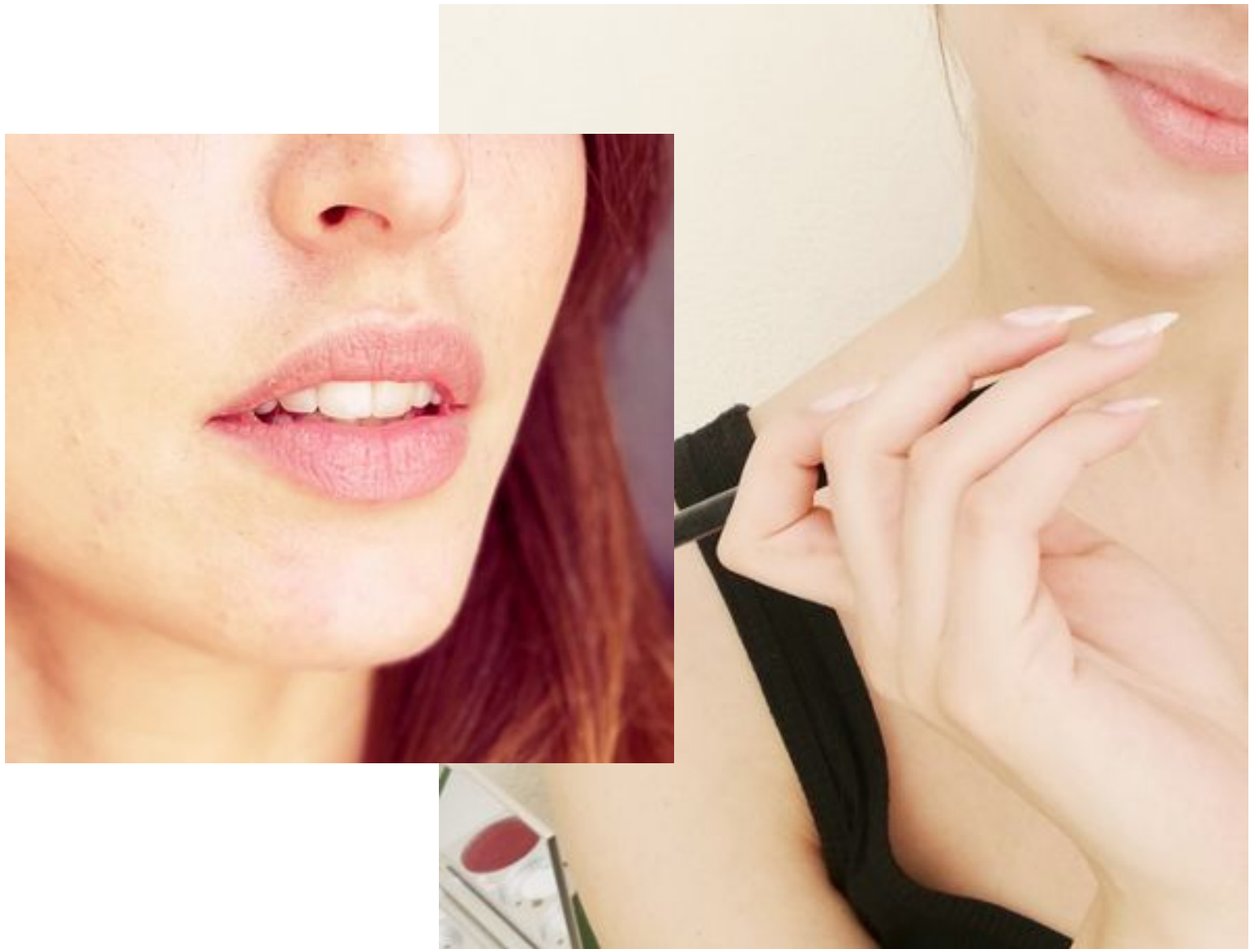
modne w tej chwili,

obok metalicznych i

[1] Na początek:

zdrowy, czysty,

świeży wygląd.



Flawless makijaż zaczyna się od jakości nawodnienia, aby przygotować skórę. Postępuj zgodnie z wellblended fundamentu i używać odpowiednich szczotek do najlepszych wyników. Aby zdefiniować i wyrzeźbić rysy twarzy, takie jak kości policzkowych, użyć ciemniejszych kolorach ziemi w obszarach chciałbyś kontur, a następnie użyć miękkich złote i puszystego pędzla, aby dodać podkreśla.

[2] Tworzenie smoky eyes przez dodanie koloru do powiek

Wzbogać swój naturalny kolor oczu, wybierając prawo kontrastujący cień do powiek. Modne kolory w tym sezonie to ciemnoczerwony lub, jeśli czujesz się na siłach, dark red poplamione z fioletem.

(Ale użyciu startera oka cień wcześniej).

[1] Nie zapomnij:

złoty pigment proszek z wodą, aby płynne złoto magii.

Wyobrażać sobie słońce tańczy na falach oceanu na jasny, letni dzień. To daje poczucie koloru, kształtu i energii tej wygląd. Zastosować to do powiek i do góry.

[4] Zastosuj tylko trochę złota do rzęs aw

środku brwi. Każdorazowe migać, gdy

światło świeci na ciebie, będziesz

iskierka!

iB

Złoto (i inne metale egzotyczne): moda / polityka / gospodarka

Światowy '
Głód złota osiągnęła nowy poziom: 6 przyczyny

Tekst: Aristo Tacoma

Moda ma być ciągle nowe, zawsze w ruchu, idealnie do przodu, ale na tyle blisko, by ludzie mogli śledzić. Jako rodzaj kultury czele, to jest, między innymi, wizualny komentarz na którym młodzież stara się iść dalej, to znaczy, gdy implikacja wiadomościach dzisiaj są wchłaniane.

Wiesz widzieliście trend w modzie w przyszłym sezonie, gdy widzisz, że coś jest „dziwne, ale działa".

Są głębsze prądy w modzie, które trwają dłużej niż tendencje; nazwijmy je "strumienie przepaść. Są też zmiany, ale są bardziej trwałe. Moda odzwierciedla nie tylko, jak świat, ale co świat trzyma się. Jedną z rzeczy, to czepia To- jeszcze bardziej w 2019 niż w długim czasie, jest z metalu szlachetnego.

Dodajmy do tego liczne metale, które są bez wątpienia wykorzystujące teraz czytać ten-a komputera stacjonarnego, laptopa lub urządzeniem przenośnym a ty otrzymujesz jedną stronę równania, które mówi, że błyszczący metal jest wszędzie w modzie. Nie muszą one być złoto lub nawet rzeczywista metalu; mogą one być black metal, głęboko pomarańczowy jedwab, mieszanka wielu błyszczących metalowych lub prawie metalicznych kolorach, ale motyw jest jasny.

Oto sześć wielkie powody dlaczego złoto i inne metale są tak atrakcyjne na światowej scenie mody teraz:

[1] banknot zawiera konkurencji.

Przed dolar był „banknot": uniwersalna waluta, przenikliwy kultur i tworzenie nowych, rodzaj światowej waluty. Teraz jest to broń używana przez rząd Stanów Zjednoczonych, aby wspomóc reelekcję w 2020. Jest to broń handlu, używany do panować w uprawnienia, które nie są współpracujących lub które rosną zbyt silny. Choć w zasadzie, którzy drukować dolary są odmienne od tych, za Białym Domu, wyróżnienia zostały zniszczone przez mnóstwo tweetów i wprowadzających w błąd oświadczeń z wybranego władzy.

Politycznie rzecz biorąc, złoto jest bardziej neutralny niż dolary. Liczba z kraje spędzają każdy grosz zarobione na złoto po raz pierwszy od standard złota został pozostawiony w 1970 roku. Malezja, Rosja i Chiny są gromadzenie złota. Na drugim końcu spektrum, inne kraje, takie jak Niemcy wydają się mieć niewiele ma zainteresowania skoki na złotym modą.

/ 2 / Samochody elektryczne i smartfony wymagają gamę egzotycznych metali

i chemikalia do funkcji, które są rozmieszczone nierównomiernie wśród potęg światowych. Gdyby to była era wolnego handlu światowego, wolność od wojen handlowych i wolności od USA prezydenci, którzy nazywają siebie „", mężczyźni taryfowe, że nie byłby znaczenia. Teraz jest geologia, nagle, allimportant. Niektóre kraje, jak Chiny, może udusić światowej produkcji tych rzeczy - przynajmniej dopóki nie nastąpi dalsze innowacje, jak te produkty są wykonane. Niektóre z tak zwanych „ziem rzadkich" można znaleźć przede wszystkim w Chinach i litu do akumulatorów na świecie znajdują się tylko w niewielkiej liczbie krajów.

Słowo kluczowe tutaj, jak w przypadku złota, jest „metal".

[3] po raz pierwszy od 1960 roku i 70.,

istnieją fazy z threattalk politycznego z udziałem broni jądrowej na świecie. Nieuniknione przestraszyć, że prowadzi to do, co najmniej na poziomie podświadomym, ma swój wyraz w zwiększonym przywiązania do czegokolwiek, co sprawia, że życie wydaje się bardziej trwałe i wieczne. Skutkuje to feverent zainteresowania zarówno dla klasycznych elementów i na taki ponadczasowy symbol trwały jak złoto.

[Cd].

/ 4 / Earthaware. Po

raz pierwszy od 1960 roku istnieje rosnące poczucie, że wpływ człowieka takie jak zanieczyszczenia niszczą planetę poza naprawy, a nasze osobiste środki utrzymania powinien odzwierciedlać większą odpowiedzialność za otaczający nas świat. Na przykład, istnieje wiele osób, które uważają każdy dzień nie jeść czerwone mięso być oceniany na poparcie tej planecie, ponieważ dieta wegetariańska polega na mniejsze zużycie zasobów planetarnych.

Jednak wraz ze wzrostem tempa działań, które w dużej mierze ignorują problemy środowiskowe, z dużą skalę handlu przemysłowego do wojny, wielu ludzi poczucie niepokoju o przyszłość planety, dodając do istniejącego niepokoju o broni atomowej i wojny światowej. To przyczynia się do przywiązania ludzi do symboli stabilności i trwałości, takich jak złoto i metale.

/ 5 / Jeśli chodzi o biżuterię, złoto może mieć szansę wygranej nad diamentami w kategoriach

symbolizujące „dobre życie”. W klasycznym 1953 Panowie filmowe wolą blondynki, Marilyn Monroe słynne diamenty opisany jako „najlepszym przyjacielem dziewczyny”. Podczas II wojny światowej, jeden z ukradkowy sposobów transportują bogactwo zaangażowanych nieoszlifowanych diamentów, które wyglądają jak kawałki szkła. Mogły być przyklejone na polach tytoniu stalowych lub puszki, jak gdyby były one tanie ozdoby i przekraczają granice niewykryte. Ich wartość, czasami przekraczając miliony dolarów, byłoby oczywiste dla każdego dużego producenta diament, a zwłaszcza jeśli właściciel był ktoś znany. Na przykład, mówi się, że 20 wieku norweskie ubrania projektant i artysta Ferdinand Finne raz spotkał

Coco Chanel na wojennej dworca

kolejowego. Podczas rozmowy z nią, wyraził zamieszanie na jej wybór, co wydawało się być kruszone szkło jako dekoracja, na co ona odpowiedziała: „Pamiętaj, że młody człowiek, nieoszlifowane diamenty są najlepszym sposobem transportu bogactwo”.

Jednakże, wysokiej jakości diamenty przemysłowe „” są produkowane tak dobrze, że nawet eksperci nie można łatwo odróżnić je od prawdziwych. Złoto jest nadal poza takiego zagrożenia, więc to może mogłaby w pewnym sensie uznać za bardziej trwały symbol bogactwa. Dopóki ludzie rozwijają technologię do zbierania asteroidę złota wypełnione z pasa planetoid między Marsem a Jowiszem, złoty prawdopodobnie pozostanie wysoce sort-po, z aktualnym tag cena

kilka tysięcy dolarów za 100g.

Oczywiście, diamenty są nadal drogie, a przemysł stara się zachować autentyczność naturalnych diamentów zastosowaniem świadectw autentyczności i oddzielając naturalną przemysłu diamentowego z branży diamentowej przemysłowej w dwóch różnych klasach (rodzaj latający obiekt lub ekonomia). Jednak może to tylko kwestia czasu, zanim rynek jest zalany przez mas sztucznymi diamentami o tak wysokiej jakości, że nawet eksperci nie można ich odróżnić. Takie wydarzenie, które mogą trwale obniżyć ceny istniejących fortun diamentowych.

Możemy również zapytać, jak długo przed cena złota jest simarly zakwestionowane przez kosmosu? Jest to prawdopodobnie tylko się zdarzyć, gdy ludzie opracowali technologię, aby asteroidy wydobycie możliwe, ponieważ tylko wtedy gdy quintillions dolarów wart złota pływające tam w przestrzeni być dostępne, tak powiem.

Cokolwiek myślimy o złocie, przestrzeń gospodarka jest w stanie zdominować modę coraz bardziej w przyszłych dziesięcioleciach. Morgan Stanley niedawno przewidywał, że w 2040 roku, miejsce gospodarka będzie bilion dolarów sprawa.

/ 6 / złoto jako symbol niezbędny zerwanie z tworzywa sztucznego. Złoto

nie jest rozwiązaniem problemu plastycznego, ale symbolizuje coś innego niż nieostrożnego dużą skalę produkcji przemysłowej plasticware jednorazowego użytku. Więc podczas gdy metale może nie rozwiązać problemu zanieczyszczenia materiału plastycznego, przynajmniej te materiały hardwaring symbolizować punkt różnicy; bardziej pozytywny kierunek, nawet jeśli tylko jako niejasne ikony.

Niemniej, moda ma swoje paradoksy,

na paradoksy inspirować sztukę. Tak,

jak plastik staje się coraz bardziej negatywny problem dla środowiska, ubrania z tworzyw sztucznych, takich jak perwersyjne dancewear i ich wykorzystanie tworzyw sztucznych w scenach mody osiągnęły popularność.

Modelka w tej redakcji: Ela Michaela, @ela_michaela_official

Sfotografowany przez Aristo Tacoma

MUA, stylizacja włosów: Panna IsabellaLia @ my.beauty.garden

Lokalizacje obejmują: Amrit Indian Restaurant, Oranienstrasse, @amrit_berlin

To & następujących redakcji są fotografowane w Kreuzbergu.

Piękno

na ulicach

Znaczniki obejmują H i K, @hm Zara @zara GINA TRICOT, @ginatricot

Kreuzberg

Gdy upadł mur berliński, Kreuzberg zmieniło od posterunku do artystycznej twórczej centrum z wielkiej różnorodności.

STRÖER
Die schnecken richtig gut!
DO WHAT MOVES YOU
gitlar

GECO
MUY BIEN
RADIO
KOKO
NO WAY
ZAWACKI

GRAB
GRAB

KRZBRG
BERLIN
EST: 1983

FIGHT CB!

DANCE
FOR
FU
GRAB 1
VERI .KELLY.96

CASSONADE

Modelka w tej redakcji: Iga Kokocinska, @igakokocinska

Sfotografowany przez Aristo Tacoma

MUA, włosy stylizacji: SU Hair & Make Up Artist, @ suna.kecis

Lokalizacje
Studio Ramboya,
Wrangelstrasse, Kreuzberg,
Berlin, @ramboyastudio

Znaczniki obejmują: jesteśmy lekkomyślnego, @wearerecklessclothing

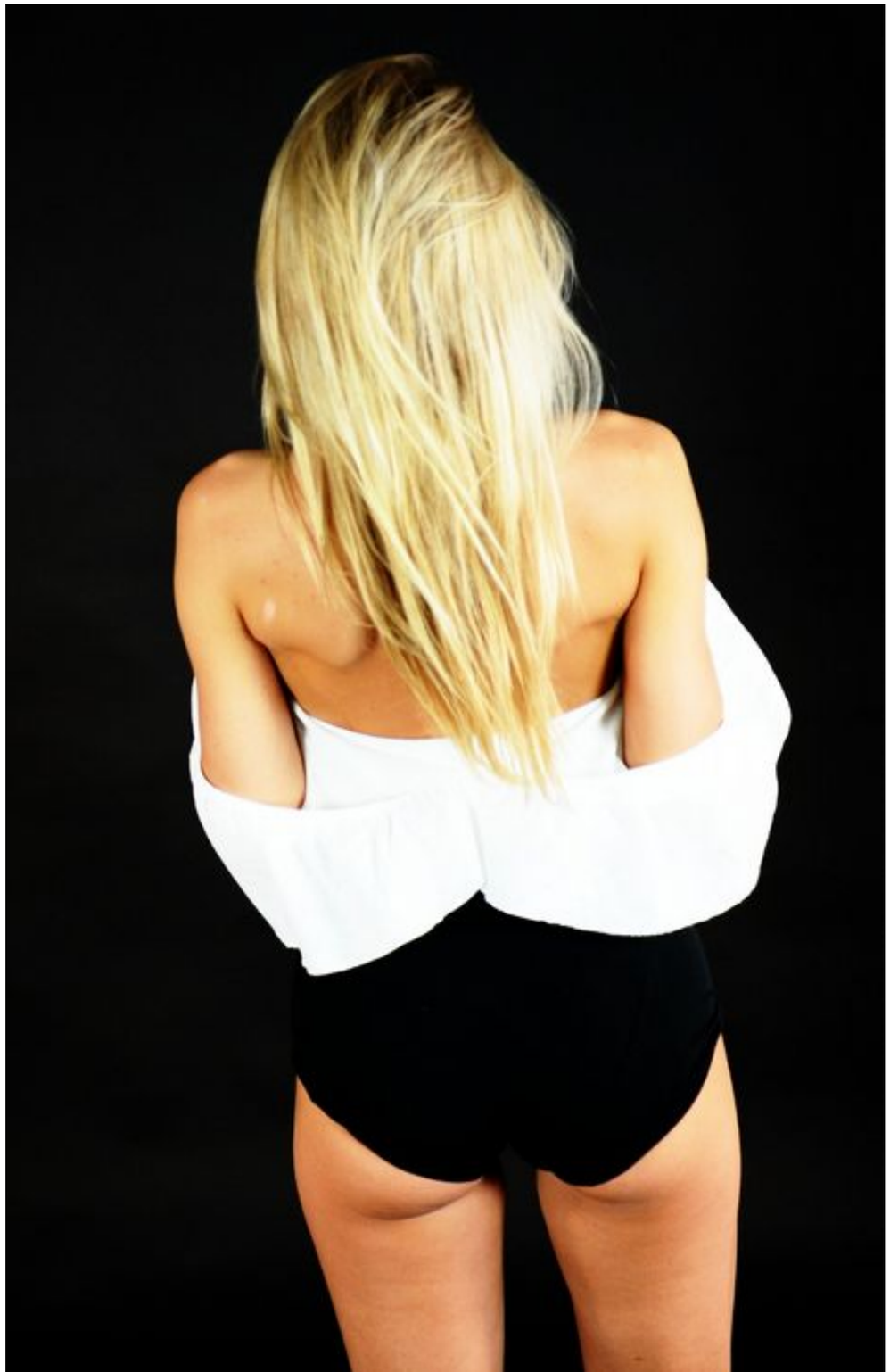
G STAR RAW @gstarraw Calvin Klein, @calvinklein

ADIDAS, @adidas Zara, @zara

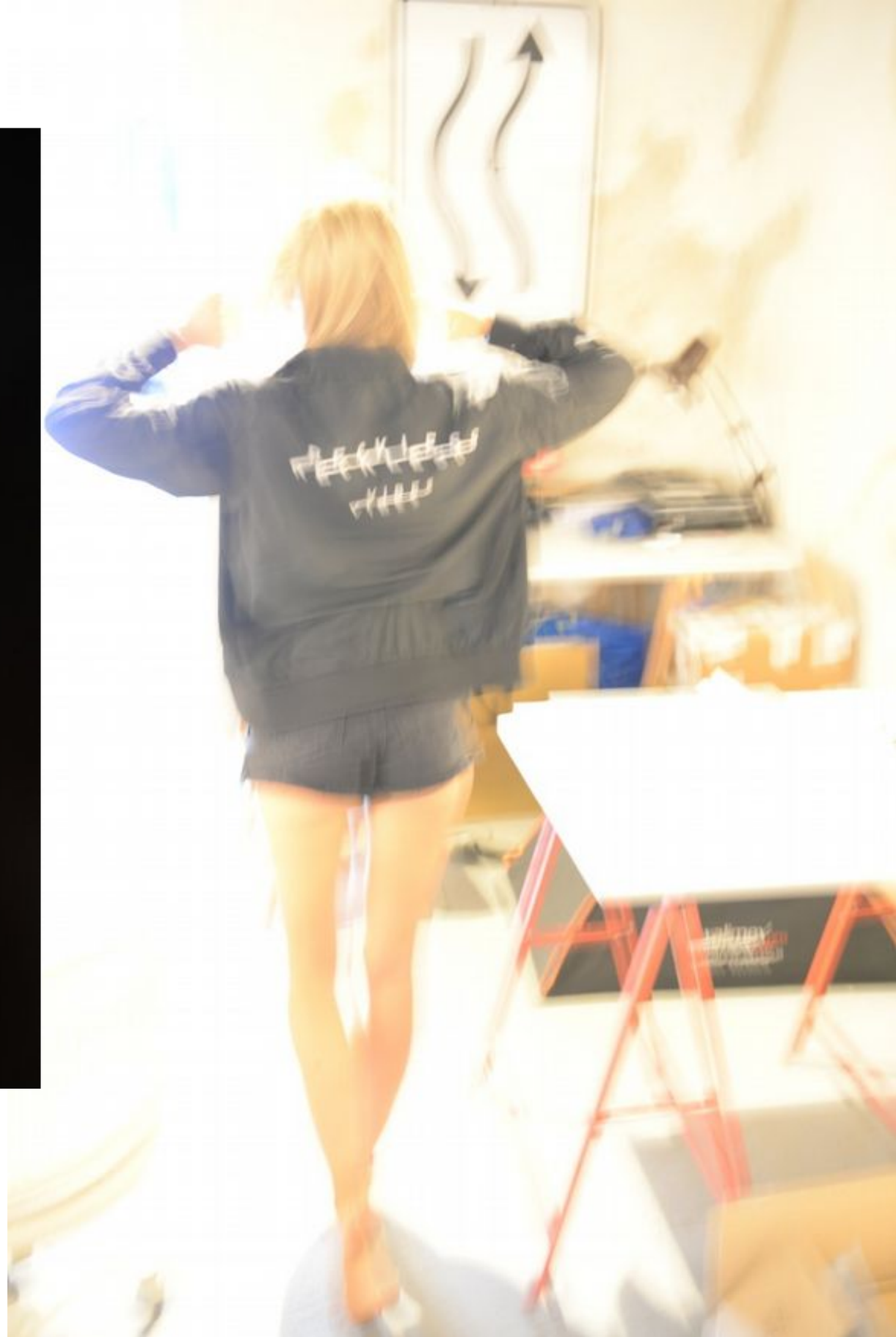
Wdzięczny na imprezę

RECKLESS
VIBES

Calvin Klein
Calvin Klein



Calvin Klein



CALVIN KLEIN

RECKLESS
VIBES

TNS

{Prawdziwe Sekcja nonsens}

Fikcja zaw. rysunek przez Aristo Tacoma

SchlongoLingo dla Qyeens & Pryncesses

Znana aplikacja nauczanie języka Duolingo ma trochę świeżego konkurencji. Grupa languagelearners europejskich znalazł inspirację w fraz Duolingo używa się uczyć języka. Na przykład, z jego InApp kursu języka angielskiego: idę! Nadchodzisz! On / ona / IT nadchodzi! Wszyscy jesteśmy nadchodzi! To ostatnie zdanie, choć z pewnością oznacza Duolingo to w najbardziej familyfriendly way-rezonuje z plakatów zdobiących przyczynowych pokoje należące do nowych i modnych kolektywów polyamorous.

Inspirowane grupa Europejskiej stosowane crowdfunding, aby zebrać pieniądze i ostatecznie prowadzi programistów, aby to, co jest teraz coś w rodzaju zjawiskiem kultowym, w „Schlongolingo" app. Recenzenci opisywali go jako „Duolingo w równoległym wszechświecie". Aplikacja, która rozwija się niemal wyłącznie na rzeczywistych zwrotów Duolingo ale twórczo przeformułować, by pasowało do kontekstu dla dorosłych, jest nadaje się, jak mówią, dla tych, którzy „chcą cum do nowego języka".

Zdaniem zespołu SchlongoLingo, badania pokazują, że ludzki mózg jest 80% oddany do seksu i 20% poświęconej próbuje zaprzeczyć ten fakt. Twierdzą oni, że kursy językowe powinny uzupełniać sposób umysł działa, i mają na celu wywołać i przekroczyć towarzyszących wad w istniejących metod nauczania.

Nowoczesny niemiecki wyraz „schlong'-szczególnie użyteczny w tym, co można nazwać«Kyng Rozmiar» konteksty, jest jednym z wielu słów języka niemieckiego używanej do opisywania konkretnej części męskiej anatomii, zwłaszcza taki, który wymaga bardzo duże prezerwatywy. Dobrzy ludzie w SchlongoLingo zadbali aplikacja obejmuje wszystkie zmiany w wielkości i narodowości bez dyskryminacji lub preferencji.

Jeśli chodzi o słowo „Kyng", bądźmy precyzyjne i powiedzieć, że jak dla prezerwatyw, jest wielkość Kyng długości i wielkości Kyng szerokości i po prostu powiedzieć „Kyng", może to oznaczać albo / albo, ewentualnie obie / i. Ten trendy ortograficzny mogły po raz pierwszy pojawił się na reklamy w metrze NYC, i od tego czasu doprowadziło do plakatu genderequalising na metro (aby podłączyć kolumny TNS na skrawku rzeczywistości, ta reklama genderequalising nie zostały jeszcze zatwierdzone przez rada dyrektorów NYC Metro w chwili pisania tego). Proponowana ogłoszenie zostało sporządzone przez

Zabawki dla kobiet „" Us Maker. Możemy sobie wyobrazić, jak to ramy pojęcia: „zabawki dla dorosłych dla kobiet: czy jesteś Pryncess czy istnieje Qyeen, jeździć z nami", ewentualnie z podtekstem jak: „Vybrates lepiej niż metro"

Błądzić. Wróćmy do SchlongoLingo i mieć okiem na jego lekcji 5B na zaimków.

Jako biegły Germanspeaker wie, "Ich bin Stolz auf .." przekłada się "Jestem dumny" i "er / sie / es" przekłada się "on / ona / on".

Tak więc, dla nowicjuszy niemiecki, SchlongoLingo sugeruje, że jest to idealna droga do rdzenia „gorącej Deutscha": Ich bin Stolz auf Meinen schlong! DU bist Stolz auf deinen schlong! ER / SIE / ES ist Stolz auf seinen / ihren / seinen schlong! Wir sind auf unsere ALLE Stolz Schlonge! Każdy czytelnik, który jest wrażliwy na niuanse płci zauważy trzecią linię, która skupia się wyłącznie na kobiety. Od tego zdania możemy wyodrębnić następujące zdanie: SIE ist Stoltz auf Ihren schlong!

Nawet nie próbuje, aplikacja SchlongoLingo przekracza wieki nieporozumień dotyczących płci, a nie tylko uczy języka, ale również trochę co społeczność LGBTQIA stara się komunikować przez lata.

ads@industrialbabes.com
instagram.com/berlinib ISSN
2535-602X berlinib.com

Beau
ty Styl
e

fash
ion