

Оглавление

Вступление	5
Глава 1. О МЕТОДЕ «ЦВЕТОВАЯ БАНЯ»	11
Глава 2. ВИДЫ ЦВЕТОВЫХ БАНЬ	27
Глава 3. БАНИ-ПОДЛОЖКИ	65
Глава 4. ТОНИРОВАНИЕ В ОДИН, ДВА, ТРИ СЛОЯ	101
Глава 5. ПЕННЫЕ БАНИ	107
Глава 6. КИСЛОРОДНЫЕ КОКТЕЙЛИ	113
Глава 7. МЕТОД ПОСЛОЙНОГО УХОДА	111
Шесть советов колористу	136
Благодарность	138
Об авторе	140

Вступление

Приветствую тебя, дорогой читатель!

Меня зовут Валентина Миллер. Я профессор колористики и мелирования волос, служу парикмахерскому искусству более 18 лет. Если перевести эти годы в часы, то их получится 74 000! И это были счастливые часы в моей жизни, потому что опыт мой состоит не только из стрижек, причесок и макияжа, но и окрашивания волос для женщин разных стран и национальностей.

Я начинала с причесок, макияжа и грима, но клиенты определили мой путь в колористику. Им нравилось, как бережно я работаю с их волосами. И конечно, каждый из них чувствовал, что я вкладываю душу в свою работу. Меня вдохновляет сам процесс создания цвета, и, когда вижу людей довольными и счастливыми, сама наполняюсь счастьем.

Знаешь, я считаю, что мы красим людей, а не только их волосы. И я глубоко убеждена, что колорист, создавая оттенок для клиента, участвует в его судьбе.

На нас лежит огромная ответственность, потому что при помощи цвета волос наш клиент может почувствовать уверенность в себе или, наоборот, потерять ее. А ведь уверенность нужна всем.

Окрашивание волос — это не только дизайн цвета, но и отношения с клиентом. Колорист и клиент работают в паре и ответственность делят поровну. Вместе с желаемым цветом волос уверенность приходит не только к клиенту, но и к самому создателю цвета — колористу.

Люди идут к нам не просто так. Ими движет желание сыграть какую-то особенную роль в этот период жизни.

Например, роль девушки на свидании. Какая она? Сдержанная, чувственная, нежная, улыбчивая. Включи воображение, представь на минуту, как она может выглядеть? Я представляю мелирование, легкие локоны, светло-голубой свитер из кашемира, легкий макияж с нежно-розовым блеском для губ, юбка из шелка, балетки, маленькая сумочка. У такой девушки есть миллионы шансов пойти с этим парнем на второе свидание, так ведь?

Или роль бизнес-вумен, например. Стрижка каре, вытянутые волосы, холодный однотонный блонд или брюнет, приталенный жакет, юбка-карандаш, сдержанный макияж, возможно, с красной помадой, туфли-лодочки, сумка TOTE. Есть у нее шанс заключить сделку?

Или, скажем, роль невесты: объемные вьющиеся волосы с растяжкой цвета в теплых карамельно-розовых оттенках, здоровый румянец, белоснежное платье А-силуэта, белые лодочки и маленький букет из лилий. Такой образ навсегда останется в сердце жениха и, вспоминая свою суженую в день свадьбы, он будет снова испытывать счастье.

Каждая исполненная роль наполняет нашу жизнь смыслами.

Безусловно, примеряя роль на клиентку, парикмахеру необходимо фантазировать, но делать это нужно с ней в тандеме. Так у вас больше шансов договориться, какой дизайн и оттенок волос вы будете создавать. Например, пришла к тебе клиентка перед свадьбой покрасить волосы и настаивает на пепельном блонде. Попроси ее для начала показать фото платья. Дальше включай знания колористики (принципы дополнения и контраста) и начинайте фантазировать вместе, исходя из стиля свадьбы.

Если это классическое белоснежное платье или цвета айвори, то холодный оттенок волос будет существовать отдельно и от невесты, и от платья. Ну а если фиолетовое, или черное, или черно-белое, или розовое, то пепельный блонд прекрасно дополнит образ.

Мой 18-летний опыт работы доказал, что совместное фантазирование помогает клиенту или модели быстрее определиться с цветом волос и согласиться с мнением эксперта.

Профессия колориста многогранна, как и сама колористика. Погружаясь в удивительный мир парикмахерского искусства мы можем не просто создавать прически и помогать людям быть благополучными, но и воплощать в реальность свои фантазии.

Парикмахер-колорист может раскрыть свой творческий потенциал самыми разными способами:

- стать высококлассным профессионалом и трудиться в салоне красоты;
- открыть свой салон;
- стать технологом бренда или его амбассадором;
- стать В2В-блогером;
- писать статьи или книги на тему красоты волос;
- продавать оборудование для салонов красоты;
- проводить консультации в салонах для парикмахеров;

-
- продавать красители для волос;
 - стать руководителем или владельцем дистрибьюторской компании или салона;
 - стать дистрибьютором бренда;
 - создать свою продукцию для волос;
 - преподавать парикмахерское искусство;
 - открыть свой учебный центр;
 - создать свой личный бренд;
 - трудиться администратором в салоне.

Видишь, как много возможностей у нашей профессии!

Но в бьюти-сфере есть и другая сторона реальности. Тебе стоит знать об этом, чтобы понимать, что мир большой и многогранный. И грани эти бывают и изобильными, и нуждающимися.

Москва и Тайшет.

Нью-Йорк и Аляска.

Тель-Авив и Наблус.

В одном городе колористу можно найти все что угодно для окрашивания волос, а в другом придется приложить усилия, а то и вовсе не достать. Причины разные. Я знаю о чем говорю, мне довелось работать в самых разных условиях во многих уголках мира, чтобы получить бесценный опыт в колористике волос.

Клиенты приходят к парикмахерам, чтобы хорошо выглядеть и быть уверенными в себе. Они также ходят на свидания и вступают в брак, а значит, наша колористическая миссия продолжается, даже если не хватает каких-то инструментов или красителей. Учись работать в любых условиях с любыми материалами, а также находить решение для любой колористической задачи в согласии со своим опытом и желаниями клиента.

В этой книге я предлагаю тебе познакомиться со скоростным и бюджетным методом окрашивания волос «Цветовые бани». В нем применяются четыре компонента:

- вода;
- оксигент;
- краситель;
- шампунь.

Освоив этот метод, ты сможешь быстро окрашивать волосы, используя минимальное количество красителя, и получать блестящий и объемный цвет. Клиенты будут возвращаться к тебе снова и приводить своих знакомых.

Метод прост, а главное, подходит для любого бренда. Но он не является панацеей: нельзя заменить им другие методы окрашивания, потому что колористическая задача для каждого клиента требует особого решения.

О цветowych банях я впервые услышала в 2007 году на обучении в академии «МАЙ». Когда мы дошли до блока колористики, я вдруг осознала, что совсем ничего не знаю о дизайне цвета и работаю интуитивно. Меня буквально поглотил информационный поток, который открывала нам преподаватель Вика Марушкевич. Именно она познакомила меня с методом «Цветовая баня».



Рекламный постер Color Bath

Сам термин появился в 1951 году, когда компания Clairol выпустила краситель для волос под названием «Цветовые Бани». И хотя его давно не выпускают, яркое название закрепилось так же, как «памперс» среди подгузников или «карвинг» среди легких перманентных завивок. Остался и слоган Color Bath:

*Is the magic — in minutes way for lovely, lasting hair color.
(Это волшебство — минутный способ создать красивый
и стойкий цвет волос.)*

И ведь действительно волшебство!

Метод показался мне легким и интересным. Разобравшись с лекалом и формулой, я начала использовать его, но только на мелированных волосах. Примерно через год мне это наскучило, и я решила научиться применять его и для пре-пигментации, и для окрашивания седых волос, и для других задач.

Потом я начала обучать этому методу своих учеников. Он им очень понравился, и они делились со мной своими открытиями и формулами. Я настолько увлеклась этим процессом и собрала так много информации, что мне пришла в голову идея написать книгу о цветowych банях. Я попросила помощи у коллег, и Арина Геннадьевна Грибова и Татьяна Лисина с радостью отозвались.

Работая над книгой, я узнала еще больше интересного об этом методе. Например, что с разными брендами он применяется по-разному. Так, с американским брендом Matrix консистенция смеси получается гуще, и шампуня для удобства нанесения лучше добавлять побольше, поэтому в результате цвет получается прозрачным. А с итальянским брендом Constant Delight консистенция пластичнее, поэтому шампуня нужно меньше, а цвет в итоге насыщеннее и плотнее. Так я узнала, какие бренды лучше использовать для тонирования натуральных волос или тотальных блондов, а какие — для седых или мелированных волос.

Все эти нюансы я изложила в книге максимально конкретно и без «воды», чтобы тебе было легче применять знания на практике. На ее страницах ты найдешь пошаговые раскладки формул и фотографии на живых моделях. А если в формулах будут встречаться названия незнакомых брендов, обращай на это внимания, а сосредоточься на изучении сути метода. Для каждого красителя я буду указывать расшифровку, чтобы можно было использовать формулы с любым брендом.

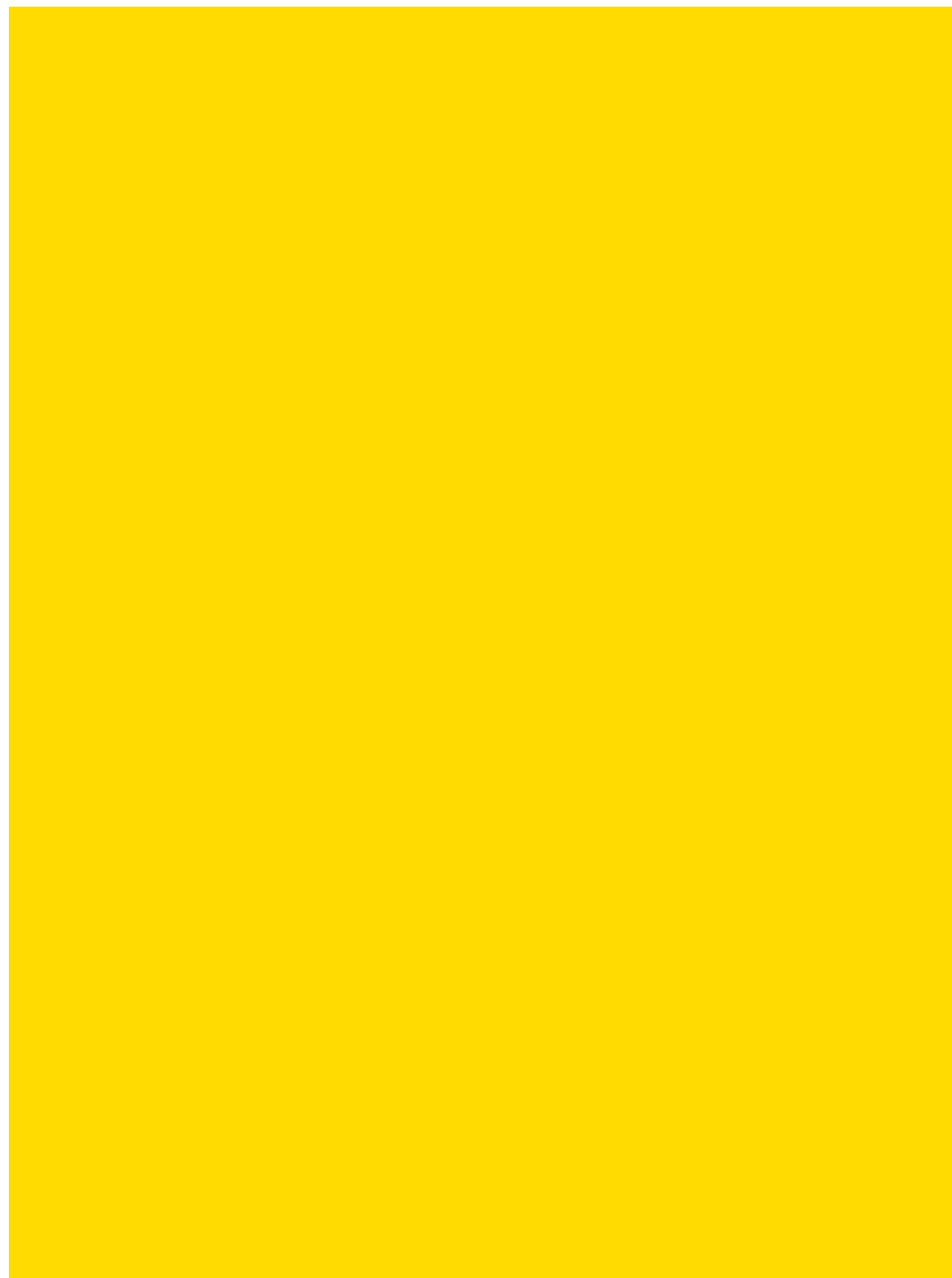
И конечно, для освоения метода тебе пригодятся основы колористики. Изучай ее с помощью моей первой книги «Библия парикмахера-колориста».

Пришло время погрузиться в увлекательное творчество с методом «Цветовые бани».

Поехали!

1

*О методе
«Цветовая баня»*



«Цветовая баня» — это скоростной и бюджетный способ окрашивания волос. «Цветовая» — потому что это метод создания цвета, а «баня» — потому что в формулу добавляется шампунь, из-за чего смесь пенится, как мыло в бане.

Еще лет десять назад его применение считалось серьезным нарушением технологии окрашивания. С нами могли спорить технологи брендов, доказывая, что это опасно для волос. Но сейчас метод набрал обороты в интернет-пространствах и стал интересен миллионам колористов, а главное — нужным в салонной практике. Он помогает мастерам и клиентам при нехватке времени или финансовых трудностях, а особенно в условиях дефицита продуктов окрашивания.

Преимущества метода:

- скорость выполнения;
- визуальный контроль процесса;
- быстрое решение колористических задач;
- экономичный расход красителя;
- широкое применение красителей в системе салонного окрашивания;
- быстрое тонирование мелированных волос без проявления фона осветления натуральной базы;
- работа без остатков на складе (безотходное производство);
- возможности создания многогранных оттенков;
- работа с любыми брендами.

Недостатки:

- резкий запах аммония при использовании красителей некоторых производителей, например красители от L’Oreal Professionel имеют менее выраженный запах, а от Estel — более яркий (практика подскажет, с чем тебе комфортнее работать);