

ПОДИУМ

Семь дней - 1995 -
6-12 марта - 439

ГРИМЕРНАЯ

...И РУССКАЯ ДЕВОЧКА СТАЛА НЕГРИТЕНКОМ

Мы их часто видим на экране – блеск в глазах, ослепительная улыбка, нежная матовая кожа. Они должны быть такими для нас с вами, чтобы нам тоже захотелось купить чудодейственный крем или шампунь, попробовать придающую сил шоколадку.

Рекламных персонажей помогает создавать визажист Виталий Махов. На его счету такие известные лица, как Елена Яковлева, Любовь Полищук, Наталья Фатеева, Александр Мягков, Семен Фарада.

– Трудно работать со "звездами", у которых многолетний опыт работы в кино и уже есть устоявшийся экранный образ?

– Естественно. Ведь они привыкли к определенному лицу. Но умные люди всегда прислушиваются к советам специалиста. А некоторые сами спрашивают совета.

– Есть ли специфика в работе визажиста именно на телевидении?

– Да, макияж для телесъемок существенно отличается от бытового, подиумного, сценического. Нужно учитывать освещение и неизбежные при этом блики, правильно подобрать цвета, чтобы потом на экране малиновый, например, вдруг не стал фиолетовым... Недавно я работал с Валерией во время ее концерта в Санкт-Петербурге, который снимало телевидение. И перед нами встала проблема макияжа. Какой выбрать: сценический, чтобы лицо было хорошо видно хотя бы до конца партера, или съемочный? Мы, пожертвовав интересами

зрителей в зале, выбрали телевидение, а в конечном счете, интересы широкой аудитории.

– Были ли у вас какие-то необычные рекламные герои?

– При съемке одного ролика я работал с чернокожим актером, парнем лет двадцати. По сценарию пришлось состарить его еще лет на двадцать, сделать из него мужчину средних лет, да еще пьющего. Ничего – нарисовали щетину, синяки под глазами, седину – получился вылитый алкаш. Кроме того, опять же по сценарию, у него была дочка. Привели мне русскую, естественно, белую девочку. Что делать – раскрасили "под негритенка". Кстати, многим кажется, что с детьми работать легче – им, мол, макияж почти не нужен. На самом деле детям накладывается полный макияж, как и взрослым, только тоньше и тактичнее. Ведь перекрашенный ребенок выглядит неестественно и смешно. Но дети – непоседливы, они вертятся, всем интересуются, и времени уходит больше. Однажды на съемках мне нужно было загримировать тридцать детей, на что было дано всего четыре часа. Вот уж пришлось потрудиться!

– А что бы вы, как специалист, могли посоветовать нашим читательницам к весеннему сезону?

– Основная тенденция современной моды – акцент на глаза и губы. Полная обводка глаза, нижнее веко прорабатывается двумя-тремя цветами, чего не было в прошлом году. Четкая линия бровей, густые, пушистые ресницы. Тени – розово-коричневые, сливово-фиолетовые. Яркий рот. Губная помада – розово-оранжевая, холодного розового цвета, цвета спелой вишни и бледно-лиловая. Румяна переместились со скулы вниз на внешнюю часть щеки. Также появилась новая косметика – тени для глаз с мокрым блеском, тональные кремы, отражающие свет и создающие эффект мокрого лица.

Евгения ПАСЮТИНА.