



В МАСТЕРСКОЙ ХУДОЖНИКА

МОСК. ПРАВДА. — 1993. — 7 июля. — С. 7

Крестовый поход с элементами эротики

Кто-то тяготеет к «презренному металлу» и попадает в объятия «желтого дьявола». Кто-то «гибнет за металл» в толпе рок-фанов, падая в обморок от очередной соло-фиоритуры... Художник **Сергей Микульский** посвятил металлу, можно сказать, всю сознательную жизнь. Он пошел на смелый эксперимент — одел манекенщиц, киноактрис и рок-певиц в костюмы из титана, породив новое направление — металлическую моду. (Кстати, женщинам она пришлось по вкусу — эротично, практично, не снашивается, стирать и гладить не надо).



три вещи: деньги, деньги и еще раз деньги...

— Сегодня, — говорит Сергей Микульский, — исторические картины — самые дорогие. Например, стоимость одного комплекта обмундирования воина — от 5 до 10 млн. руб. Всего в фильме используются 25 костюмов. Тут даже человеку, слабо знакомому с арифметикой, станет дурно. А кто купит в прокат такую картину, когда кругом задаром да по демпинговым ценам — американские фильмы? Помните, как американцы покорила кинорынок Африки? 15 лет бесплатно привозили свои картины, воспитали целое поколение потребителей продукции своей киноиндустрии и тем самым убили национальный кинематограф Африки. Теперь она — рынок дешевого американского проката. То же самое хотят сделать и с нами.

Александр Иншаков — режиссер «Графа Роберта» — просто патриот нашего кино. Он хочет вступить в конкуренцию с американскими картинами. Возродить, как бы громко это ни звучало, интерес к отечественному кинематографу, истории, бороться с экспансией американского примитивизма, пробудить в молодежи давно забытые лиричность, романтизм. Это

нужно, чтобы не погибнуть...

— И в немалой степени от вас, изготовителя костюмов, зависит, насколько велика будет себестоимость «Графа Роберта».

— Со своей стороны я стараюсь предложить минимальные цены за прокат костюмов.

— Себе в ущерб?

— Конечно, занимайся я только индустрией постановочных исторических картин, я бы не смог со своим альтруизмом добиться окупаемости работ. А дотации мне ждать неоткуда... Просто, помимо уникальной ноу-хау, я имею и свою экономическую концепцию. Все, чем я занимаюсь последние 10 лет, можно объединить в комплекс, включающий шоу-программы с рыцарскими турнирами, каскадерами, показом мод, рекламную и сувенирную продукцию, раритет-копии для военно-исторических клубов, кино... Все это в единой неразрывной цепи приносит доход. Окупает себя, как замкнутый цикл, и только тогда имеет право на развитие и самовоспроизводство. Если цепочка рвется, это удовольствие становится слишком дорогим...

— Мне кажется, в этой цепи недостает только одного, выражаясь газетным штампом, — «человеческого фактора». Не устали ли вы столько лет работать с красивым, но холодным металлом?

— Вы правы. В связи с этим у меня тоже есть ряд новых идей.

— Сколько я вас помню, у вас всегда много новых идей.

— Мне только не всегда хватает времени их реализовать. Мой новый проект рассчитан на 8 — 10 лет. Столько придется поработать, прежде чем получим первый результат. И вот здесь я уже буду работать не с металлом, а с людьми, вернее, с детьми.

— Вы решили открыть школу?

— Да, школу манекенщиц и фотомоделей. Сегодня возраст девушек, приходящих в мир моды и шоу-бизнеса, — 18—20 лет. В наших агентствах за полгода их учат ходить и улыбаться. Но

это еще не школа. Они — не личности, они — красивые куклы. Отсюда этот холод от телодвижений, улыбки, глаз. Эгоцентрическое рекламирование самих себя. А в результате — ни одной звезды. И, как бы грубо ни звучало, это сырье агентства поставляют на Запад. Это психология временщиков.

Моя идея — замкнутый цикл. Воспитание, подготовка детей начиная с 8 — 10-летнего возраста и использование их в шоу-программах, предоставление рабочих мест в рамках моей кино- и шоу-индустрии.

— Это будет школа звезд?

— Для того чтобы стать звездами, у них будет все — всесторонняя подготовка по психологии, истории искусств, шейпингу, хореографии... Занятия начнутся с сентября этого года.

— Это коммерческий проект?

— Это нормальный здоровый бизнес.

— У вас есть единомышленники?

— Мы нашли общий язык с директором рекламного агентства «Сокол» Борисом Фединыным. Наши интересы параллельны. Он, как бывший спортсмен, организует спортивные группы по игре в бейсбол и софтбол, а также танцевальные классы, занятия аэробикой и шейпингом. Есть бесплатные группы для детей малоимущих.

Идея Бориса — развитие относительно новых видов спорта в России — бейсбола и софтбола. Сложность в том, что экипировка для них очень дорогая. Деньги агентство «Сокол» зарабатывает на рекламе и часть прибыли вкладывает в детей. Я буду сотрудничать с ним в качестве художественного руководителя...

...Он мечтает создать новую коллекцию костюмов по мотивам инопланетных цивилизаций, школу будущего, и эксклюзивный костюм для звезды... А пока он выполняет один из необычных заказов — боевые доспехи для лошадей крестоносцев...

О. ПЕСКОВА.