



Наталья Душегрея («ДушеГрея») — российский дизайнер со своим особым узнаваемым, запоминающимся почерком. Творческая личность, для

— **Наталья, Ваши коллекции, успешные проекты, признание — все это заслуживает уважения и восхищения. Как Вы стали дизайнером одежды и почему выбрали именно это направление?**

— Дизайнером одежды я мечтала стать с детства. Почти все мои школьные тетрадки были изрисованы моделями. Было несколько альбомов, где я рисовала, планировала. Шить начала очень рано, мне это очень нравилось, но больше увлекал не столько процесс шитья, сколько придумывание нового, интересного. Помню, что лет в двенадцать-тринадцать умудрялась шить такие платья, каких ни у кого не было. Идешь по улице — все оглядываются! По дороге к цели и к осознанию того, что дизайн одежды — мое самое главное в жизни занятие, меня заносило в разные области, которые только обогатили мой опыт. Я лет пятнадцать очень плотно занималась батиком и знаю все о росписи по шелку. «ДушеГрея» — проект творческий, но чтобы он жил, подходить к этому пришлось серьезно, как к бизнесу. Мы плотно занимались и пиаром, и маркетингом, и продажами.

— **Существует несколько определений слова «мода». Что для Вас мода, каковы сейчас**

которой не существует невыполнимых проектов. Обладательница премии «Мода России», золотой стеллажки «Подиум», «Деловая женщина 2015 года», премии от журнала Melon Rich в номинации «Показ года», многодетная мама и просто красавица. Ее работы покоряют сердца все новых и новых модниц. Среди друзей бренда «ДушеГрея» Светлана Тома, Ирина Лачина, Екатерина Директоренко, Ирина Алферова, Юлия Ромашина, Екатерина Семенова и еще многие-многие замечательные люди, равнодушные к созданной с любовью одежде Натальи Душегреи. Конечно, нельзя не упомянуть о принтах на тканях. Сочетание картин Никаса Сафронова, Анны Силивончик на верхней одежде подтолкнет человека, далекого от искусства и давно не бывавшего в картинной галерее, рассматривать каждую деталь.





Тонкая база, а сверху — все что хочешь! Поэтому сейчас модно носить платье с брюками. Мы помним этот период в 90-х, и сейчас эта история возвращается. В моде драматичные, мажористые 80-е. Эта история пришла к нам из Америки, когда, скажем так, «нищоброд» разбогател и захотел это показать. Когда человек богатый, то у него нет смысла показывать свой достаток, а когда из «грязи в князи», то человеку хочется, чтобы все это заметили. Поэтому появилась мода на дорогие машины с открытым верхом, мода для офиса от Armani, мода для вечеринок от Versace. Очень крупные украшения из металла, огромные плечи, мода на дорогую костюмную одежду. Это все мы наблюдаем и сейчас.

Ориентируюсь ли я на модные тенденции? Конечно, я смотрю на тренды, смотрю, что происходит в мире. Это находит отражение в моей коллекции, но, естественно, не на сто процентов. В моих вещах очень много творчества: я творю просто как художник, ни о чем не думая, для подиума. Потом, когда коллекция уже выходит, смотрю, что идет для пошива, а что остается единичными экземплярами в формате коллекции.

— Не так давно у Вас прошел показ в «Московском доме книги» на Новом Арбате, главной темой Вы выбрали роман Рэя Брэдбери «451 градус по



модные тенденции и ориентируетесь ли Вы на них?

— Мода — достаточно широкое понятие, которое включает в себя привычки, вкусы, ценности, манеру поведения, образ жизни в определенное время. Если говорить о моде в одежде, то для меня мода — это искусство. Сейчас крупнейшая модная тенденция — постмодернизм, в рамках одного сезона получается колоссальное количество трендов. Это говорит о том, что мода в том формате, в котором она существовала весь XX век, скоро прекратит свое существование и родится какой-то совершенно новый формат. Сейчас модны сразу три десятилетия подряд: 70, 80 и 90-е. Например, мы изучаем, как политическая и экономическая составляющая переносилась на одежду. Сейчас очень моден здоровый образ жизни и, естественно, одежда для ЗОЖ. В 70-е в моде была некая роскошь, богема. Харизматичные джинсы клеш, платья в стиле XIX века, платья в «бабушкин» цветочек с огромным свитером, большие очки... Все это мы видим и сейчас. Отсыл к Востоку. Сейчас есть такое направление, как новая скромность. Оно обозначает кризисные периоды, это тренд, который зародился и теперь активно развивается. Она за собой таит желание закрыться полностью с головы до пят.



Фаренгейту». Почему именно это произведение и много ли времени прошло от идеи до воплощения?

— Столько было неслучайных случайностей! Я и Брэдбери думала год. Понимала, что следующий показ будет по его роману, потому что чувствовала, что он очень актуален. Его книги вообще про нас! Не могла определиться с произведением, возникали фразы из его книг. Мы с мужем собирались на отдых. Я заметила, что в самолете во время перелета реализую несколько коллекций. Сажу, рисую, рисую — мысли фонтанируют! И тут взяла с собой в самолет томик Рэя Брэдбери. Пока мы летели, я его перечитала. Остановилась на произведении «451 градус по Фаренгейту», и у меня сложился пазл. Как оказалось, это был год, когда прошло 65 лет с момента издания этого романа. И к концу полета крупными штрихами я отрисовала эту коллекцию. Уже понимала, о чем она, какие цвета. По прилете в Москву стала ей плотно заниматься, а потом в связи с текучкой возникла пауза. Подумала: зачем взяла такую сложную тему, сейчас быстро все переиграю... И как только об этом подумала, в этот же день приехала знакомая, которая сказала, что «Дом книги» на Арбате хочет сделать совместное мероприятие. И я поняла, что это судьба и нужно делать показ. От момента идеи до воплощения прошло чуть меньше трех месяцев. Получилось, что в середине июля я это решила, а в начале ноября у нас был показ.

— **Совсем по-другому выглядит коллекция «Птицелов». Она была представлена в простран-**





мальчик бежит, а все сидящие ему кричат: «У тебя получится! У тебя все получится!» Это такой комплимент по делу, да и без дела это такая мощная стимуляция для любого человека. Я к этому отношусь очень хорошо, у меня от этого вырастают крылья! Считаю, что нам нужно учиться и напоминать себе делать как можно больше комплиментов друг другу.

— Ваша одежда не для всех. Не каждый сможет ходить в вещах, притягивающих взгляды. Они созданы для творческих, ярких, свободолюбивых натур, не боящихся необычного кроя и ярких красок. Вы специально создаете коллекции, в которых нет простых, базовых вещей?

— Моя одежда не для всех, это правда. У меня не так много молодежного сегмента. Мой основной покупатель — от 30 до 60 лет. Это женщины, которые могут себе позволить одеться так, как им нравится. Среди моих покупателей очень много творческих людей. Практически вся творческая интеллигенция — это мой клиент. У нас покупают люди совершенно разных профессий, очень много юристов, врачей, дипломатов, министров. Это только кажется, что наша одежда только для творческих людей. И я так думала. Но, кажется, мы становимся народной маркой. Наши вещи очень узна-

стве «Музеи моды» как инсталляция. Почему музей и фотовыставка, а не подиумный показ?

— Мне интересно делать разноформатные показы, проекты. Код бренда очень читаем в моем случае, но мне хочется делать непохожие вещи. Коллекция «Птицелов» — совершенно другая история. Поэтому она была представлена в музее с отсылкой к другой эпохе. В ней много ручной работы, там «сумасшедшая» стежка, вместе с блестками по контуру птичек, клеток. Работа сказочная!

— Как Вы относитесь к критике, комплиментам в свой адрес и в адрес своего творчества?

— Бывает критика объективная, бывает субъективная, а бывает, что человек собой ничего не представляет, но ему кажется, что всем очень важно его мнение. Я научилась делить. К критике, которая по делу, я очень позитивно отношусь. Есть авторитетные для меня люди. Очень внимательно прислушиваюсь к ним, к их рекомендациям, похвале. Делаю выводы и расту. Критика не по делу, конечно, неприятна, но я научилась ее фильтровать. По поводу комплиментов... Мы мало и редко делаем друг другу комплименты. Нам нужно друг друга поддерживать, хвалить. Есть такой метод в японской школе. В Интернете есть видео, где маленький





ваемы: если пройдут две девушки в наших разных пальто, то вы обратите внимание и запомните — в силу того, что наша одежда с явно читающимся кодом автора заметна. Очень люблю своего клиента! В нашем ассортименте нет базовых вещей. Эти вещи у нас не продаются, хотя их просили сделать. К нам приходят не за базой. Простую белую водолазку или рубашку можно купить в любом сетевом магазине. К нам идут за красками, яркостью, за настроением, за чем-то неординарным! Зачем нам расстраивать своего потребителя и перегружать магазин тем, что ему не нужно у нас?!

— *Наталья, планируете ли Вы создать еще коллекцию по литературному произведению или по творчеству отдельного автора? А может, уже создаете?*

— У нас периодически возникают какие-то капсулы по «Алисе в Стране чудес», время от времени тема всплывает. А вот так, как было по Рэю Брэдли, — целый показ, пока не планирую. Сейчас у меня в голове совсем другая история. Не буду ее пока озвучивать. Оставляю в секрете, но это уже не по литературному произведению.

