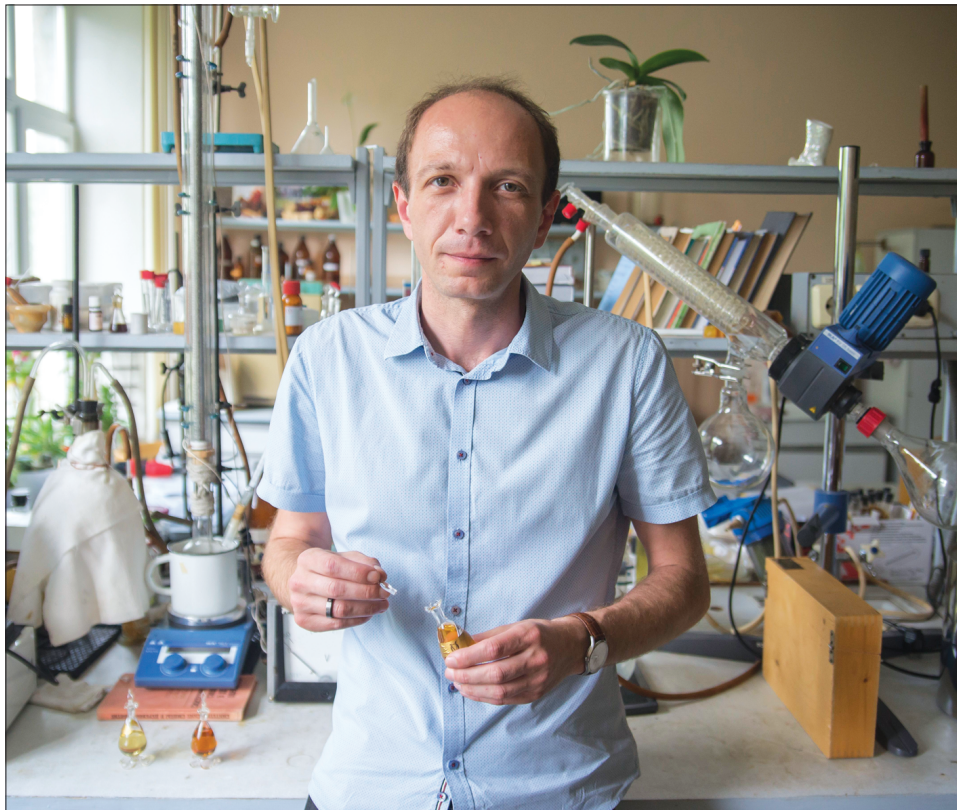


Каля 10 гадоў назад у Беларускім дзяржаўным тэхналагічным універсітэце ў рамках спецыяльнасці “Біятэхналогія” з’явілася новая спецыялізацыя — “Тэхналогія тлушчаў, эфірных маслаў, парфумерна-касметычных прадуктаў”. І дагэтуль яна з’яўляецца ўнікальнай: ні адзін другі ўніверсітэт не рыхтуе падобных спецыялістаў. Адмысловыя веды і практычныя навыкі, што атрымліваюць выпускнікі, дазваляюць ім з поспехам працаваць як у харчовай прамысловасці, так і на касметычным рынку. Пра хімічную навуку, якая эксперыментуе з водарамі і нават больш — вызначае многія трэнды на парфумерным рынку, — нам раскажаў загадчык кафедры хімічнай перапрацоўкі драўніны БДТУ, кандыдат тэхнічных навук, дацэнт Вячаслаў ФЛЕЙШАР.



Не толькі з кветак і пладоў

Большасць водараў для прамысловасці ствараецца рукамі хімікаў

— Вячаслаў Леанідавіч, парфумерна-касметычны напрамак новы і для ўніверсітэта, і для вучоных. Можна сказаць, гэта хімія, якая мяжуецца з мастацтвам, бо мае значэнне не толькі навуковая кваліфікацыя чалавека, але і густ, адчуванне, інтуіцыя... Як у такіх нестандартных умовах фарміруецца вучэбны і даследчы працэс?

— Сапраўды, парфумерыя — гэта цэлая навука. Калі проста змяшаць пэўныя інгрэдыенты, то з гэтага нічога не атрымаецца (пры змешванні некаторыя з іх могуць уступіць у рэакцыю адно з адным і можа змяніцца пах зыходных рэчываў), таму трэба ведаць, што і з чым змешваць, у якой паслядоўнасці. Нездарма ёсць асобныя кнігі толькі па змешванні і настойванні. Усё гэта даволі складана, але вельмі цікава.

Духі, якія вы набываеце ў магазіне, могуць змяшчаць каля сотні розных рэчываў. Паасобку некаторыя з іх маюць проста агідны пах, але ў мікрадозах яны пэўным чынам уплываюць на кампазіцыю, і без іх немагчыма атрымаць жаданы водар, напрыклад, язіну. Парфумер ведае, як злучыць усе пахі ў адно цэлае і знайсці тыя непаўторныя адценні, што зробіць яго твор сапраўды ўнікальным.

Вядома, што звычайна ствараецца парфумерная серыя (духі, мыла, крэм). Складанасць у тым, што парфумерныя кампазіцыі для кожнага сродку павінны змяшчаць розныя інгрэдыенты (тое, што ёсць у духах, у мыле не выжыве), а водар павінен быць аднолькавым. І тут на дапамогу прыходзяць хімічныя веды.

Нашы студэнты вельмі ахвотна спасцігаюць гэтую навуку, вывучаюць адпаведную літаратуру, эксперыментуюць, спрабуючы ўзнавіць увесь спектр наяўнай касметыкі (у тым ліку дэкаратыўнай). У нас ёсць дысцыпліна “Вучэбная даследчая работа студэнтаў”, дзе кожны студэнт распрацоўвае пэўны прадукт і потым прэзентуе яго групе. Усе стараюцца падысці да работы творца, прадстаўляюць не толькі духі, але і цікавыя ўзоры мыла, крэмы, харчовыя прадукты, вырабленыя сваімі рукамі. Усе водары можна апрабаваць на аднакурсніках, пачуць меркаванні і потым удасканаліць работу.

Мы вельмі плённа супрацоўнічаем з Алегам Генадзевічам Выглазавым — на сёння гэта адзін з вядучых парфумераў нашай краіны. З яго дапамогай стварылі базу эфірных маслаў, індывідуальных рэчываў, якія выкарыстоўваюцца ў вытворчасці парфумерыі. Таму студэнты, якія хочуць развівацца ў гаданай сферы, маюць такую магчымасць.

— Вячаслаў Леанідавіч, што ўплывае на ўспрыманне пахаў? Чаму

адны і тыя ж духі камусьці падабаюцца, а іншым — не?

— Так, у кожнага чалавека сваё ўспрыманне, звязанае з жыццёвым вопытам, успамінамі, асацыяцыямі. Нос — гэта ўсяго толькі рэцэптары, якія ўлоўліваюць тыя ці іншыя хімічныя рэчывы, а ўспрыманне паху ажыццяўляецца мозгам. Умоўна, калі мы чуем пах карыцы, то ўяўляем цёплы дом, чаяванне, свежае печыва. Калі гэта пах грыбоў — мы ўяўляем сябе ў вільготным лесе. Аднак гэта агульныя асацыяцыі, успрыманне пахаў кожным чалавекам вельмі індывідуальнае.

Скажу больш: пахі па-рознаму ўспрымаюцца жыхарамі розных краін. Напрыклад, брэндавыя духі з аднолькавай назвай для ЗША і Вялікабрытаніі будуць мець розныя водары. Тое, што прыемна для амерыканца, непрыемна для еўрапейца. І наадварот. Гэта асобная тэма, якой парфумеры і маркеталагі ўдзяляюць вельмі шмат увагі.

— Для звычайнага чалавека вельмі прыемнымі ўяўляюцца пахі баршчу ці катлет. Але яны не цікавыя парфумераў. Чаму?

— Не пагаджуся з вамі. Калі раней стварэнне пахаў было накіравана пераважна на парфумерыю, то пачынаючы з 2000-х гадоў гэтая тэндэнцыя пачала пашырацца. Зараз гэта велізарная індустыя, якая працуе на харчовую прамысловасць. Сёння араматызатары выкарыстоўваюцца ўсюды: у ёгуртах, каўбасах, чыпсах. Любы прадукт, які вы возьмеце на паліцы ў магазіне (нават смятана), змяшчае рэчывы, што надаюць пэўны пах. Таму стварэнне адушак і араматызатараў для харчовай прамысловасці зараз больш актуальна і глабальна, чым вытворчасць духоў. Усё ж такі мы не так часта набываем парфуму, а ежу купляем штодня. А каб прадаць той ці іншы прадукт, вытворцу трэба зрабіць яго апетытным, пахучым.

Тое ж з салодкімі напоямі, у якіх выкарыстоўваюцца араматызатары, ідэнтычныя натуральным. Гэтыя араматызатары сінтэзуюцца хімічным шляхам: не вырабляюцца столькі расліннай сыравіны, каб зрабіць іх натуральнымі.

Вячаслаў Леанідавіч дэманструе бутэлечку з духамі, якія Алег Выглазаў вырабіў па рэцэпце 1917 года. Я адчуваю незвычайны водар: быццам прывітанне з дзяцінства і нібы подых нейкага далёкага ўсходняга храма...

— Чаму водар стагадовай даўніны такі непадобны да сучаснай парфумы? Змяніўся густ людзей, змяніліся тэхналогіі вырабу?..

— Змянілася ўсё. Параўнайце адзенне сучасных людзей і людзей, якія жылі ў мінулым стагоддзі. Мяняецца мода, гус-

ты, адпаведна, мяняецца патрэба ў тых ці іншых водарах. У трэндзе — сучасныя пахі (свежыя, металічныя), якія асацыююцца з рухам, дынамікай, поспехам.

У духах па рэцэпце 1917 года выкарыстоўваюцца натуральныя эфірныя масла. Сёння гэтага практычна няма. У магазінах прадаецца стапрацэнтная сінтэтыка, парфумерныя кампазіцыі, створаныя на аснове хімічных рэчываў. Эфірнае масла выкарыстоўваецца толькі ў духах экстра-класа — гэта вельмі маленькія і вельмі дарагія флакончыкі.

Калі ў звычайным магазіне вас будуць пераконваць, што ў склад парфумы ўваходзіць натуральнае эфірнае масла, магу запэўніць, што гэта нерэальна. Папершае, яго не вырабляецца столькі, каб даваць у масавы прадукт. А па-другое, гэта было б надзвычай дорага. Напрыклад, 1 грам эфірнага масла ружы каштуе каля 20 долараў, а каб атрымаць кілаграм, трэба перапрацаваць 5 тон палёсткаў руж.

— А што вы можаце сказаць наконт эфірнага масла, што прадаецца ў аптэках і дзе напісана “100% натуральны”?

— Тое, што пішуць на ўпакоўцы — “100% натуральнае эфірнае масла”, таксама праўда. Але тут вытворцы карыстаюцца пэўнай хітрасцю. Эфірнае масла лічыцца натуральным, калі яно не праходзіла хімічнай апрацоўкі і туды не даваліся сінтэтычныя рэчывы. Напрыклад, каб атрымаць эфірнае масла сасны, драўніну зеляніну — ігліцу ў спецыяльнай устаноўцы апрацоўваюць парай. Пара, падымаючыся ўверх, захоплівае эфірнае масла, а потым ужо робіцца расслаенне (зверху — масла, знізу — вада). Аднак эфірнае масла — гэта не адно, а некалькі рэчываў, якія складаюцца з дзвюх частак: вуглевадароды (СН), што маюць даволі прымітыўны і часам непрыемны пах, і група, якая ўтрымлівае альдэгіды, спірты, складаныя эфіры і кетоны. Каштоўнасць эфірнага масла абумоўлена наяўнасцю, колькасцю і разнастайнасцю другой часткі. Ад вуглевадародаў, як правіла, пазбаўляюцца, бо яны не прымяняюцца ў парфумерыі (слаба раствараюцца, надаюць мутнасць і г.д.) — гэта баласт. Вытворцы выдзяляюць сапраўднае эфірнае масла і такім чынам найбольш каштоўную частку забіраюць для сваіх мэт. Але і ў вуглевадароднай частцы ёсць маленькія каштоўныя прымесі — вось іх разліваюць у бутэлечкі і прадаюць у аптэках па даступных цэнах. І гэта сапраўды натуральнае эфірнае масла, праўда, яго склад моцна адрозніваецца ад эталоннага.

Некаторыя вытворцы ўмудраюцца даваць у бутэлечкі сінтэтычныя рэчывы для таго, каб эфірнае масла мела водар таго прадукту, з якога яно было

выдзелена. Напрыклад, сапраўднае лімоннае эфірнае масла не пахне лімонам. Яно вельмі блізкае па складзе з апельсінавым маслам, і чалавек, які не працуе з пахамі, не здолее іх адрозніць. Але пагадзіцеся: калі вы набываеце ў аптэцы лімоннае эфірнае масла, вы хацелі б, каб яно пахла лімонам.

— Як вы лічыце, Вячаслаў Леанідавіч, парфумерна-касметычная галіна добра развіта ў Беларусі?

— Безумоўна, хаця ёсць вельмі вялікая канкурэнцыя з заходнімі краінамі і Расіяй. Удасканалююцца не толькі водары, але і інгрэдыенты крэмаў. Калі параўноўваць беларускую касметыку з імпортнай, якая можа быць у дзясяткі разоў даражэйшай, то магу з упэўненасцю сказаць, што інгрэдыенты і там, і там аднолькавыя. Нашымі касметычнымі кампаніямі выкарыстоўваецца якасная сыравіна ад сусветна вядомых вытворцаў (BASF, KaO, Rhodia, MERCK), сучаснае высокатэхналагічнае абсталяванне. У замежных крэмах можна знайсці нейкія дадатковыя інгрэдыенты, але гэта рэклама. Асноўная роля касметыкі — увільгатніць, абараніць, не нашкодзіць. Усё астатняе — маркетынгавыя хадзі дзеля таго, каб прымусіць пакупніка паспрабаваць штосьці новае. Магчыма, у беларускай прадукцыі не такая яркая ўпакоўка, але яна нічым не саступае імпортнай.

Ведаеце, які кошт самога прадукту (парфумы, крэм і г.д.) у імпортнай упакоўцы? Не больш як 5% ад цаны. 95% — гэта рэклама, тара, лагістыка, зарплата стваральнікаў і г.д. Рабіце высновы самі.

— Спецыялізацыя была адкрыта не так даўно, але, магчыма, за гэты час вы ўжо падрыхтавалі прафесійных парфумераў?

— Нашы выпускнікі атрымліваюць вельмі шырокую кваліфікацыю: “інжынер, хімік, тэхнолаг”, таму ў іх няма праблем з працаўладкаваннем. Многія ідуць працаваць у харчовую прамысловасць, а некаторыя спрабуюць сябе ў парфумерна-касметычнай галіне. Каля 5 гадоў назад дзве нашы выпускніцы пачалі выпускаць мыла ручной работы. Зараз яны ўжо маюць сваё маленькае прыватнае прадпрыемства і ў адным з мінскіх гандлёвых цэнтраў адкрылі свой магазін. Некаторыя студэнты пайшлі яшчэ далей. Наша выпускніца Вольга Рэкіш — уладальніца ўласнай гандлёвай маркі Rekish Cosmetics і выпускае шырокі асартымент прадукцыі. Дзячына, якая толькі 4 гады назад скончыла ўніверсітэт, не проста дырэктар, а ўладальнік прадпрыемства. Сёння мы ўжо размяркоўваем туды на працу сваіх выпускнікоў.

— Напэўна, усіх, хто чытаў кнігу Зюскінда “Парфумер”, цікавіць: ці магчыма стварыць суперводар, які пэўным чынам можа ўплываць на свядомасць усіх людзей?

— Немагчыма. Як я ўжо казаў, усё індывідуальна.

Дарэчы, у апошні час маркеталагі спрытна прасоўваюць у продаж духі з феромонамі, нібыта для прыцягнення супрацьлеглага полу. Магу запэўніць, што гэта абсалютная лухта, бо феромоны дзейнічаюць толькі на пэўных насякомых і жывёл. Людзі іх не ўлоўліваюць. І нават калі ў духі сапраўды дадаюцца гэтыя рэчывы, што наўрад ці, то максімум, чаго вы можаце дасягнуць, — прыцягнуць да сябе насякомых.

— Вячаслаў Леанідавіч, чаму адны людзі ўмеюць адрозніваць тысячы пахаў, а іншыя — толькі самыя простыя? Нях можна развіваць?

— Прафесіяналамі становяцца праз практыку і вопыт. Калі з дзяцінства па 12 гадзін іграць на фартэпіяна, то складана не запомніць ноты. Гэта ж можна развіваць і памяць на пахі. Праўда, ведаць ноты — гэта не значыць мець здольнасць пісаць сімфоніі. І каб стварыць новыя водары, умення адрозніваць адценні недастаткова. Для гэтага патрэбны талент і ўнутраная гармонія.

А вы ведалі?

Спецыяліста па водарах, які валодае здольнасцю адрозніваць тысячы розных адценняў, так і называюць — “нос”.

Гутарыла Галіна СІДАРОВІЧ.
sidarovich@ng-press.by
Фота Алега ІГНАТОВІЧА.