

Некалькі гадоў таму з’явіліся вытворцы, якія задаліся мэтай пазыцыянаваць Беларусь праз алькагольны гатунак «БульбашЪ» – менавіта зь цвёрдым знакам у канцы. Цяпер беларусы, едучы кудысьці ў госьці, бяруць у якасьці сувэніру тую бутэльку, не заўсёды ўсьведамляючы, што самі ж рэпрэзэнтуюць сябе і краіну ў зьдзеклівым выглядзе.

Чаму дагэтуль не з’явілася альтэрнатывы «Бульбашу»? Дзе падзелася «Крамбамбуля», якая напачатку 2000-х паўстала як нацыянальны напой часоў Вялікага Княства Літоўскага? З гэтымі пытаньнямі я звярнуўся да аднаго з кіраўнікоў прадпрыемства ў вытворчасьці алькагольных напояў “Беларускае пітво” **Зьмітра Дайнэкі** – выробніка згаданай “Крамбамбулі”:

«Зараз рыхтуецца шырокая сэрыя «Крамбамбуляў», што, як мы лічым, будзе рэальны нацыянальны брэнд. Дзесьці ў лістападзе на паліцах крамаў з’явіцца гэты напой. А пра «Бульбаша» мне не зусім карэктна казаць, бо і яны вытворцы, і мы вытворцы. Але што да майго асабістага стаўленьня, дык мне гэты цвёрды знак у канцы прынцыпова не падабаецца. Так пісалі ў часы Расейскай імперыі, і таму напой можна ўспрымаць збольшага як імперскі. Такое стаўленьне да беларусаў як да «бульбашоў» я не прымаю катэгарычна. Але гэта маё суб’ектыўнае меркаваньне».

Зьміцер Дайнэка перакананы: Беларусі патрэбны нацыянальны брэнд у галіне алькагольных напояў. Бо «БульбашЪ» на гэтую ролю можа прэтэндаваць зь вялікай нацяжкай, а «Белавескую» ўжо не рэанімуеш:

«Была «Белавеская», яе дагэтуль вырабляюць на ўнутраны рынак. У свой час рабілі, а зараз робяць палякі. У той жа пушчы бяруць траву і вырабляюць на ёй напой, які ведаюць па ўсім сьвеце. Я дзе езьдзіў, нават у Японіі бачыў у крамах гарэлку, якая называецца «Зуброўка». Так што яны прадаюць па ўсім сьвеце. А мы хутка пусьцім «Крамбамбулю» – гэта легендарны напой часоў Вялікага Княства Літоўскага. Вось гэта, мы лічым, павінна спадабацца тым, каму не абыякава, як напой называецца і хто хоча штосьці арыгінальнае беларускае. Таму ў хуткім часе будзе «Крамбамбуля», якую ніхто не вырабляе, акрамя «Беларускага пітва». І мы будзем рабіць ужо нешта сапраўды нацыянальнае».

Карэспандэнт: «Але ж «Крамбамбуля» адзін час у крамах ужо была?»

«Была. Але зараз мы істотна пашыраем яе сэрью, гэта будзе не адзін напой, а як вось «Бульбаша» робяць, будзе ісьці цэлая сэрья напойў на мясцовай сыравіне. Будзе кніжачка чапляцца на бутэлку, дзе будзе напісана пра Вялікае Княства Літоўскае, будзем тлумачыць людзям. Вось так усё будзе выглядаць».

Ільля – зусім малады хлапец. Практычна не ўжывае моцнага, але ў атачэнні сяброў мае мянушку «Сьпірт». Атрымаў яе за тое, што па старых рэцэптах сам вырабляе старажытныя шляхетныя напоі – згаданую ўжо крамбамбулю, а таксама зьбіцень. На адных з улазінаў мне давялося паспрабаваць і тое, і другое, і ўражаньне засталася незвычайнае – адвык ад таго, што алькаголь можа быць сапраўда смачны! Ільля робіць сваю справу, як кажа, выключна ў прапагандысцкіх ды адукацыйных мэтах, частуючы пад выпадак ня толькі замежнікаў, але і беларусаў. Культура пітва, на думку Ільлі, цяпер вельмі далёкая ад ідэалу:

«Відавочна, што такім нацыянальным напоем будзе адзін з трох, прычым, гістарычна беларускіх – ці крамбамбуля, ці зьбіцень, ці таксама яшчэ медавуха. Кожны зь іх мае сваю пэўную гісторыю праз узгадкі ў старажытных кнігах, шмат якія гісторыкі ўзгадваюць гэтыя напоі. Справа ў тым, што гарэлка мае сэнсам «наклокацца» за нядоўгі час, а галоўнай ідэяй гэтых напойў – паспрабаваць, пакаштаваць іх. Бо яны заўсёды ня больш пэўнага градусу. Прыкладам, медавуха і зьбіцень ня больш за 20 градусаў, а крамбамбуля 30-35. У тым і фішка, што яны маюць смак, адрозна ад той жа гарэлкі».

Карэспандэнт: «Калі б наладзіць выпуск таго ж зьбіценья, медавухі ў прамысловых маштабах, яны маглі б стаць брэндам Беларусі ў гэтым сэктары рынку?»

«Некалькі гадоў таму ў крамах зьявілася знакамітая «Крамбамбуля» ад вытворцы «БелПІ» (зараз яны робяць толькі гарэлку «Хіт», «Крамбамбуля» зьнікла). Усе мае знаёмыя, каго я частаваў гэтай самай набыўной «Крамбамбуляў», былі ў захапленні. Яна была і мужчынскай, і жаночай, і яна падабалася ўсім. Сёння мы маем яшчэ, я ведаю, зьбіцень у крамах, ён таксама карыстаецца попытам. Але гэта ўсё зь большага лічыцца чымсьці нестандартным, экзатычным. Хоць насамрэч гэта дастаткова натуральна».

Жаданьне паспрабаваць нешта смачнейшае за заводзкую гарэлку ў людзей ужо ёсьць. Самым яркім прыкладам – экскурсійныя маршруты ў Дудуткі пад Менскам, дзе наведнікаў частуюць згаданай ужо медавухай. Прычым, з задавальненьнем дэгустуюць напой нават тыя, хто да алькаголю ставіцца надзвычай спакойна. Якое пітво – такая і культура».

Камэнтуе Яраслаў Берніковіч:

“Усе бачылі гарэлку (можжа й ня горшую ў Беларусі) “БульбашБ”. Але рабіць зь яго нацыянальны брэнд нумар адзін ня варта – гэты назоў абразьлівы для беларусаў. Мы ж ня бачым у Расеі напоі “Маскаль” ці “Кацап”, ва Ўкраіне “Хахол”, а ў Італіі “Макароньнік”.

Затое нашыя суседзі выкарыстоўваюць нашыя ж беларускія брэнды. Напрыклад, палякі ў Беластоку прадаюць “Зуброўку”, у Літве – “Старку”.

Дарэчы, пра “Старку”. Гэты прадукт у першапачатковым варыянце нічым не адрозьніваўся ні па тэхналёгіі, ні па якасьці ад славутага шатляндзкага віскі. Дык чым ня брэнд?

Трэба шукаць і знаходзіць сваё, вяртаць яму нацыянальную славу. Я да таго, што нам варта аглянуцца ў сваё мінулае! Упэўнены, адмысловы беларускі прадукт варта ўзяць зь гісторыі”.