

Сакрэт поспеху

НАТХНЁНАЯ БЛІСКАВІЦАЙ

Як шаравая маланка паспрыяла нараджэнню брэнда

Работы гэтай дзяўчыны-хэндмейдара выкарыстоўвалі ў сваіх праектах такія часопісы, як Vogue Italia, Vogue Polska і Elle Bulgaria. Кожны тыдзень да беларускі звяртаюцца стылісты, дызайнеры, фатографы, мадэльеры з усяго свету ў надзеі атрымаць яе ўпрыгажэнні ці заказаць новую калекцыю для работы. Стваральніца брэнда BLISKAVICA Віка СІНЧЫЛІНА раскрыла чытачам «Звязды» сакрэты свайго натхнення і падзялілася страшнай гісторыяй з дзяцінства, якая паўплывала на ўсё яе жыццё.

Узнікненне страсці

...У Вікі быў добры настрой. Яна любіла лета, бо гэта была магчымасць паехаць з Мінска да бабулі, убачыць сваіх сябровак, па якіх сумавала цэлы год. Там, у Масто, адзінаццацігадовыя дзяўчынкі хадзілі ў мясцовую бібліятэку, гулялі і, вядома, сакрэtnічалі. У той дзень Віка адправілася да сяброўкі ў госці. Яна спыталася, бо на вуліцы было душна — адчувалася, што хутка пойдзе дождж. Дабраўшыся да той, яны разам узялі некалькі кніг і ўселися на канале ў гасцінай, каб пачытаць. Ад духаты вокны былі расчынены, і калі раптам пайшоў дождж, яны разам ускінулі галовы, паглядзелі ў бок акна і... анямелі. Там, у паветры, вісеў вельмі яркі блакітнаваты шар. Стала зразумела, што зачыніць акно яны не паспеюць. Дзяўчынкі хутка схаваліся за печ. Моцны трэск і грукат аглушылі іх. Абгарэла акно, падаконнік і кветкі, якія стаялі на ім, але самі дзяўчаты не пацярпелі.

— Не аднойчы я ўспамінала той момант, — расказвае Віка. — І кожны раз мяне ўражвала тая



маланка: яркая, аглушальная і хвалючая.

Падобнае пачуццё яна зведала, убачыўшы ў часопісах Elle girl і Cool girl неверагодныя ўпрыгажэнні для дзяўчат. Зноў і зноў перагортвала старонкі і амаль з адчаем разумела, што такіх рэчаў у яе ніколі не будзе. Грошай у сям'і на такую прыгажосць не было. Затое ў Вікі быў дзядуля — тэлемайстар, які аднойчы прынёс унучцы рознакаляровыя правадкі для забавы. Вось тут Віка імгненна зразумела: упрыгажэннем быць! Дзяўчынка пачала рабіць спачатку вельмі простыя бранзалеты. Але з кожным разам прыдумвала ўсё больш складаныя і цікавыя рэчы.

Неўзабаве Віка заўважыла, што ў галаве пастаянна ўзнікаюць нейкія ідэі, але яна не можа іх рэалізаваць праз адсутнасць патрэбных матэрыялаў. І тады дзяўчынка стала маляваць свае задумкі ў нататніку — у надзеі, што калі-небудзь іх увасобіць. Мама дзяўчынкі, заўважыўшы такую цікаўнасць свайго дзіцяці, прапанавала паехаць у краму, дзе прадаецца спецыяльная фурнітура.

— Гэта было даволі сур'ёзнае захапленне, падобнае нават на нейкую страсць, — успамінае Віка. — Я збірала кішэнныя і падараныя грошы, каб патраціць іх у той краме. Потым гадзінамі рабіла розныя ўпрыгажэнні па сваіх эскізах — для мамы, бабулі, сваякоў, сяброў і, вядома ж, для сябе. Заўсёды ўспамінаю той час з цеплынёй.

Але праз пару гадоў Віка захапілася журналістыкай. Скончыўшы адпаведны факультэт, дзяўчынка стала пісаць артыкулы, асноўнай тэмай якіх была мода. У хуткім часе яе заўважылі і запрасілі працаваць у англійскую кампанію. Задачай Вікторыі было прадстаўляць прадукцыю лонданскай кампаніі ў краінах СНД.

Натхняльнік — само жыццё

— Займалася піраам тры гады і раптам зразумела, што... магу пірыць і сябе, — расказвае Віка. — Спачатку пачала весці блог аб тэндэнцыях у модзе і аднойчы напісала, што ў моду вярнуліся чокеры — такія аксамітныя палоскі-ўпрыгажэнні на шыю. І адчула непераадольнае жаданне зрабіць свой чокер. І пачала твараць. Ён быў незвычайны, з карункамі і пацеркамі. Здавалася, што вось-вось з'явіцца Марыя-Антуанета — у цікавай сукенцы і створаным мной пшчотна-зялёным чокеры... Адчуванне было магiчнае.



Так вярнулася дзіцячае захапленне. І, канешне, ідэя назваць брэнд BLISKAVICA — як даніна сустрэчы дзяўчынкі са стыхіяй. Хутка з'явіліся добрыя водгукі, якія матывавалі яшчэ актыўней працаваць у выбраным кірунку.

Віку пачалі запрашаць у розныя праекты. Адзін з першых і запамі-

запрашэнні, новыя калекцыі і доволі актыўны продаж маіх работ. Цяпер я ўвесь свой час прысвячаю свайму захапленню і адчуваю сябе шчаслівай.

Дзяўчына з любоўю перабірала завушніцы, кулоны, калье, расказала пра жэмчуг, метал, тэкстыль і крышталі, з якімі працуе. Некаторыя рэчы зробленыя ў адным экзэмпляры, напрыклад, завушніцы з вінтажных пацерак. Віка з захапленнем апавядала, як шукала ў розных краінах свету неабходныя для ўпрыгажэнняў матэрыялы. Як рабіла незвычайную экалагічную калекцыю з перапрацаванага пластыку.

— Мой натхняльнік — гэта жыццё вакол мяне, — дадае напрыканцы Віка. — Горад, па якім я шпацырую, вулічная музыка, кіно, фота, кнігі... І, вядома, людзі. Бывае, купляе жанчына маю работу, і я бачу ў ёй нешта незвычайнае, пранізлівае, што чапляе, і ў галаве ўзнікае вобраз. А ў нататніку з'яўляецца новы эскіз... Спадзяюся, што ў хуткім часе людзі, як і раней, будуць пакідаць сваім нашчадкам дарагія сэрцы і ўнікальныя рэчы. Жанчыны аднаго роду змогуць адчуваць сувязь паміж сабой, перадаваць такім чынам сваю любоў і цяпло.

Наталля ТАЛІВІНСКАЯ.
Фота Таццяны ТКАЧОВАЙ.



нальных — удзел у паказах калекцыі Марк Фармель на беларускім Тыдні моды.

— Мая задача была стварыць упрыгажэнні да калекцыі «Радзівіл», — успамінае хэйдмейдар. — Працавалі з дызайнерамі кампаніі, хацелася прыдумаць нешта асаблівае і сучаснае. І ў мяне атрымалася. Пасля паказу да мяне тут жа звярнуліся прадстаўнікі Vogue Italia: ім вельмі спадабалася ўся калекцыя, але асабліва незвычайная жамчужная завушніца. А потым неяк само сабой атрымалася:



Ваш стыль

УСЯ СПРАВА Ў КАПЕЛЮШЫ

У Гродне прайшоў модны паказ галаўных убораў

Такое мерапрыемства тут ладзіцца ўпершыню. Свае творчыя напрацоўкі прадставілі восем майстроў. У калекцыях — капелюшы розных фасонаў і матэрыялу. Фетравыя, тэкстыльныя, валяныя, вязаныя спіцамі і кручком... І кожны выраб — асобны твор з аўтарскім почыркам.

Такім чынам было прадэманстравана каля 70 экзэмпляраў жаночых капелюшоў.

Напрыклад, майстар Вольга Урбановіч прадставіла калекцыю ў стылі «клош». Галаўныя ўборы зроблены па форме кацялка з апушчанымі невялікімі палямі. Відавочна, рэтра-капелюшы зноў становяцца трэндавымі элементамі адзення. Дарэчы, майстар мае ўласную майстэрню ў горадзе-спадарожніку Скі-дзелі, дзе з поспехам шые рэчы.

Майстар Валянціна Казукевіч распрацавала калекцыю для жанчын, якія сутыкнуліся з цяжкай хва-

робай, перанеслі хіміятэрапію. У яе ёсць свой праект, яна адаптуе матэрыялы такім чынам, каб жанчына нягледзячы ні на што была прывабнай.

Не абыйшоўся паказ і без саламяных капелюшоў — традыцыйнага галаўнога ўбора беларусаў. І хоць гэта была частка пераважна мужчынскага ўбрання, яны вабілі і жанчын. Многія памятаюць, якія пачуцці бушавалі вакол капелюша з італьянскай саломкі ў вядомым вадэвілі. Такія ўборы ў розных варыянтах, праўда, з беларускай саломкі, могуць упрыгожыць і сучасных жанчын. Адпаведную калекцыю прапанавала майстар

Людміла Блохава. А вось Наталля Кірко прадставіла арыгінальныя вянкi і галаўныя ўборы з дэкаратыўнымі кветкамі.

Сёння папулярная тэма — капелюшы-таблеткі. Гэтая форма надае жанчыне грацыёзнасць і шарм.

— Усе нашы ўдзельніцы — гэта майстры, якія займаюцца пераважна галаўнымі ўборамі, маюць свае творчыя майстэрні і нават студыі, — паведаміла загадчыца Цэнтра спадчыны Марына ЧЫКУН. — Яны прадставілі самыя цікавыя і арыгінальныя. Усе майстры маюць статус рамеснікаў і прадаюць свае вырабы на кірмашах, супрацоўнічаюць з дамамі моды і гандлёвымі прадпрыемствамі.

Мастак-дызайнер Алена Вітко, напрыклад, робіць капелюшы для гродзенскай швейнай фірмы. На яе думку, цяпер у трэндзе фетравыя — магчыма, таму, што

гэта класічны, якісны матэрыял. Па форме яны не такія экстравагантныя, як, напрыклад, валяныя вырабы. Дарэчы, на паказе Алёна прадставіла калекцыю, якая прэтэндуе менавіта на эксклюзіў. Гэта галаўныя ўборы для асаблівых свят.

— Да такіх падзей падыходзяць віялеткі — невялікія ўпрыгажэнні розных формаў: гэта стужкі, кветкі, кампазіцыі з пэрамі, карункамі, сеткамі... Яны робяць больш па індывидуальных заказах, — патлумачыла майстар.

Увогуле свой стыль дызайнер «укараняе ў масы». Напрыклад, яна любіць па-красавацца ў чорнай дэкарыраванай пілотцы і ўбачыць зацікаўленыя погляды навакольных. Многім сваім знаёмым, і не толькі, дызайнер такім чынам дапамагла знайсці свой вобраз.

— У нас, на жаль, страчана культура нашэння га-



лаўных убораў. Напрыклад, я стала насіць капелюшы ў 90-я гады, і многія тады нават паказвалі пальцам. Ды і цяпер, калі прыходжу па свайго сына ў школу, многія ўспрымаюць мае галаўныя ўборы як дзівацтва. Але чым больш будзе такіх «дзівакоў», тым лепш, бо гэта падкрэслівае індывидуальнасць, — адзначае Алёна.

Што датычыцца трэндавых фасонаў, то прафесія-

налы схіляюцца да класікі. Гэта капелюшы як з шырокімі, так і з невялікімі палямі. Модныя цяпер і кепкі «а-ля Гаўрош», «хуліганкі». Уваходзяць у моду вырабы з невысокім верхам і апушчанымі палямі. Ідэя капялюшнага салона гродзенцаў — вярнуць і пашырыць культуру нашэння галаўных убораў.

Маргарыта УШКЕВІЧ.
Фота аўтара.