



Променената България

Думата “преход” е чувствителна за България. Повече от три десетилетия страната ни живее в състояние на непрекъсната промяна – от социализъм към демокрация, от затворено към отворено общество, от надежда към разочарование и обратно. Преходът не беше линеен, нито справедлив, но 2025 година ясно показва, че България вече не е същата държава. С пълноправното си присъствие в европейското пространство, с отворените граници и поколение, което пътува, учи и мисли свободно, обществото ни започна да излиза от ролята на вечно догонващо.

Израснахме като общество. Политиците загубиха доверието ни и изборната активност намалня, но когато се появиха каузи, които си струват, млади и стари отново заставаха рамо до рамо и излязоха по улиците и площадите, за да изразят гражданска позиция. Протестите срещу корупцията,

безнаказаността по пътищата и насилието на животни показва, че апатията не е окончателна диагноза. Тя отстъпва, когато несправедливостта стане нетърпима.

Този брой на „Алма матер“ отразява промяната в различните ѝ форми. Михаил Борисов ни връща назад във времето, за да ни припомни колко различна беше България преди четвърт век и колко бързо се промени стандартът на живот у нас. Ивайла Митева търси отговор на въпроса „Защо вече не строим красиви сгради?“ – тема, която засяга не само архитектурата, но и начина, по който сме променили вкуса си за красивото, предпочитайки практичност.

Йоана Малинова проследява промяната при рекламите. В началото на 2000-те рекламодателите бяха дръзки и залагаха на провокацията като средство за привличане на внимание. Синини по женски бедра, подигравки с чернокожи и сексистки закачки тогава

изглеждаха допустими. Днес обаче публиката е значително по-критична към политическата некоректност и стереотипите и подобно съдържание трудно би било прието без остра реакция.

Модната индустрия също не е това, което беше. От една страна, бързата мода залива пазара с непрекъснат поток от нови колекции, насърчавайки свръхпотребление. Дрехите от платформи като Temu и Shein са евтини, но често изработени от некачествени материали, а масовото им производство има сериозен отпечатък върху околната среда. От друга страна, утвърдените модни къщи залагат на лимитирани серии и устойчиви материали, превръщайки продуктите си не просто в стока, а в инвестиция. Дамските чанти на Hermès и Chanel се търсят не само като моден аксесоар, а като актив, чиято стойност на вторичния пазар продължава да расте.

България постепенно излиза от собствения си преход,

но светът навън изглежда все по-непредсказуем. Говори се за нов световен ред, за разместване на икономически и политически пластове, за завръщане на стари конфликти и нови форми на нестабилност. Действията на Доналд Тръмп и ефектът им върху глобалната политика показват колко крехки са международните отношения, които доскоро смятахме за устойчиви.

Можем само да гадаем какво ни очаква през 2026 година, както прави и The Economist със своите прогнози, скрити във вече традиционното кълбо от символи на корицата си. Единственото сигурно е, че промяната е неизбежна. В такива времена е добре да си спомняме за примера на бръснаря от Княжево Аладин, който ни учи, че в свят който едновременно се разпада и пренарежда, бъдещето няма да принадлежи на онези, които чакат „нормалността“ да се върне, а на тези, които са готови да я изградят наново.

Стр. 2

За сторито ли сте тук, или за каузата?

Стр. 4

България през първата четвърт на 21 век

Стр. 8

Чанта вместо акции

Стр. 13

Читалищата като пазители на миналото

Стр. 16

Портрет: Аладин до Алено и назад

Стр. 20

Как кей-попът стигна до България?

За сторито или за каузата сте тук?

Репортаж от най-големия протест за последните 30 години

Безброй виковете „Оставка!“, десетки хиляди светещи телефони във въздуха и стотици плакати, кои от кои по-забавни и истински. Всичко това наблюдавах на протеста на 1 декември 2025 г. Млади, стари, деца и пенсионери - всички обединени в натрупаната си емоция срещу властта. Облякох се топло, взех микрофон и камера и тръгнах пеша към протеста. Усетих, че вървя доста изправен, дори леко горделиво. Дадох си сметка, че винаги ходя към протест по този начин - с вдигната глава. В началото бях там като протестиращ, но впоследствие започнах да обикалям и разпитвам хората, тъй като беше ясно, че такъв протест не е имало десетки години.

Всъщност това бе протестът, който постигна целта си и правителството на министър-председателя Росен Желязков подаде оставка. Няма консенсус за броя хора, излезли навън същия ден, но от ПП-ДБ твърдят, че информацията от софтуери сочи протестиращите да са били между 120 хил. и 180 хил. В ефира на Дарик журналистът от "Капитал" Йоан Запрянов каза 200 хиляди души. Две твърдения обаче са напълно безспорни.

Протестът беше огромен и поколението Z отбеляза силно присъствие

Не мога да кажа дали Gen Z бяха най-много, но убедено твърдя, че техният глас се чуваше най-силно. Компилациите, изявленията от сцената и музиката бяха все съобразени с това поколение. Програмата започна в 18:00 ч., но по неписано правило софиянци пристигат на протест в 18:30 ч. Бяха организирани две сцени с видеоекрани, предаване на живо от различни точки и богата програма от видео-компиляции и говорители, които излизаха на сцената. Основните говорещи бяха няколко души от Младежката организация на ПП-ДБ „Младежи за промяната“, представителите на протестиращите млади лекари и студентите по медицина и други. Имаше и представители на ромската общност, българи, живеещи в чужбина и работодатели.

Единственото по-разпознаваемо политическо лице, което излезе на сцената, беше ген. Атанас Атанасов, който не бе съвсем топло посрещнат. Група „Ахат“ също изсвириха няколко техни песни.

Между 20:15 ч. и 20:30 ч. на сцената се появи Кирил Петков, който прикани протестиращите да организират шествие и да се отправят към партийната централа на ГЕРБ, намираща се в близост до офис-сградата на bTV, и централата на ДПС-НН, която е на ул. „Врабча“ и бул. „Васил Левски“. И така всички потеглихме. Тогава започнах да обикалям и разпитвам хората. Дадох си сметка, че немалка част от протестиращите са на митинг за пръв път. И тепърва ще се политизират и информират в тази посока. Някои едва ли са знаели какво е „данък дивидент“ и че изобщо съществува Закон за бюджета, който в България се приема всяка година. Започнах да питам младите хора, които срещам, дали са на протеста, за да качат стори, или са там за каузата. Въпросът ми звучеше провокативно, но реакциите бяха много по-спокойни, отколкото очаквах. От десетките млади хора, с които разговарях по време на шествието, само двама или трима открито признаха, че са качили стори, че са на протеста. Дори и те обаче твърдо отговориха, че са там „за каузата и против Пеевски“. Едно момиче каза: „Ние не сме инфлуенсъри, качихме сторита, но сме тук против правителството



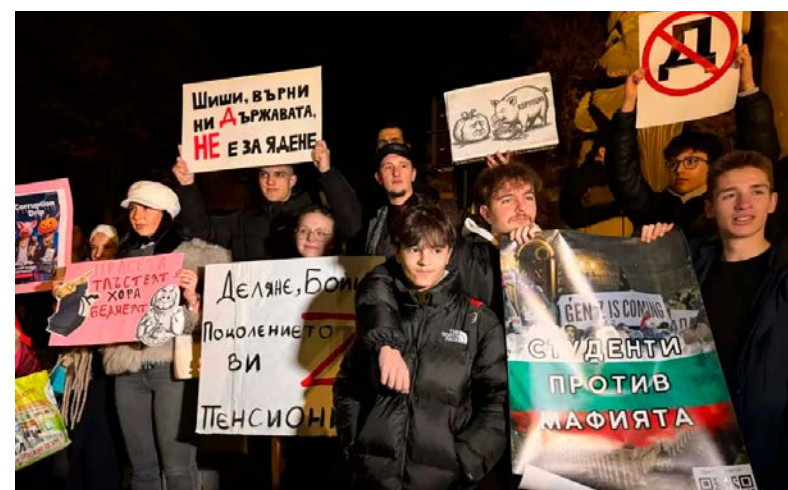
120 хиляди

са били протестиращите, твърдят от ПП-ДБ, позовавайки се на информацията от софтуер

и Пеевски, а социалните мрежи само помагат на каузата.“ Преобладаващото усещане беше, че хората, които снимат и публикуват себе си от протеста, искат да популяризират това дело, а не да търсят показност.

Контраст с масовото клише

Тази вечер беше опровержение, че поколението Z участва в обществени процеси единствено през телефона. Там се виждаха много млади хора, които стоят на студено, вървят пеша и скандират с увереност. Много от тях наистина бяха на протест за пръв път. Личеше си по това как се



оглеждаха, по това как следяха останалите, за да разберат кога и как да се включат. Вероятно някои не са били информирани достатъчно, но имаха този граждански пламък.

Шествието промени атмосферата и енергията в хората. Ако площадът по-рано наподобяваше празник – с музика, светлини и сцена – движението по улиците промени динамиката. Въздухът на София стана по-сериозен, по-напрегнат. Полицията очертаваше маршрута и блокираше Царската градина и площад „Жельо Желев“. Хората вървяха плътно един до друг, без да се познават, но с усещане за обща цел. Протестът от просто събитие се превърна в действие.

Забелязваше се как в тези 1000 метра от „Триъгълника на властта“ до Ректората на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ оставаха все по-опитни и възрастни протестиращи. Отговорите на въпроса ми започнаха да се променят. Около сградата на СУ попитах около 30 души. Почти всички реагираха остро и светкавично, дори един мъж попита: „Как може да си помислите, че сме за сторито?“ Много от тях отговориха, че нямат социални мрежи и не ползват такива неща. Няколко отказаха коментар и питаха от коя медия съм.

Интересно беше, че протестът в действителност беше аполитичен. Привърженици на всякакви партии обединени вървяха един до друг. Дори „познатите политици

Протестът постигна целта си, но по-важното беше друго – за много хора това беше първият досег с активното гражданство. Първата крачка против апатията.

тически лица“ не получаваха силно утвърждение и подкрепа.

В 22:30 ч. улиците вече се разреждаха. Хората си тръгваха уморени, но с усещането, че са били част от нещо значимо.

Протестът постигна целта си, но по-важното беше друго – за много хора това беше първият досег с активното гражданство. Първата крачка против апатията.

На връщане отново вървях пеша. Държах все още микрофона и пак вдигната главата. Осъзнах, че тази вечер бях и част от тълпата, и разказвач на случващото се. Протестът на 1 декември не беше просто масово събитие. Той беше знак, че едно поколение започва да говори на висок глас – не за сторито, а за себе си. И за бъдещето си.

Боян Ашламаджиев



Организаторите на протеста призоваха хората да включат светлините на телефоните си на фона на студ и мрак

Преговорите за руските активи се провалиха

Заемът от 90 млрд. евро не беше подкрепен единодушно, като Унгария, Словакия и Чехия отказаха да гарантират финансиране

Лидерите на Европейския съюз постигнаха споразумение за отпускането на заем за Украйна на стойност 90 млрд. евро за следващите две години, с цел да се предотврати сериозен недостиг на средства. Консенсус за използването на замразените руски активи обаче не беше постигнат. Вместо това беше решено заемът да бъде гарантиран от бюджетния резерв на ЕС, като той ще бъде изплатен само в случай, че Русия плати репарации за войната си срещу Украйна. Планът за използването на 210 млрд. евро руски държавни активи така и не се реализира заради опасения от правни последици и ответни действия от страна на Москва. Планът за използването на 210 млрд. евро руски държавни активи пропадна заради опасения от правни спорове и ответни действия на Москва. Въпреки това лихвите от замразените активи ще продължат да се изплащат на Украйна, съобщиха ВВС.

Блокада около руските активи

Основната причина, поради която държавите-членки на ЕС бяха принудени да търсят план Б, беше позицията на Белгия, която категорично отказа да даде съгласие за използването на около 185 млрд. евро-руски активи, съхранявани в страната чрез клиринговата компания Euroclear. Премиерът Барт де Вевер предупреди, че Белгия може да бъде подложена на съдебни иски от Русия. „Идеята белгийските данъкоплатци да поемат този риск е напълно безумна“, заяви той неколкратно.

Опасенията от правни спорове с Русия на практика блокираха възможността за по-мощна финансова помощ за Украйна. В момент, когато страната има остра нужда от средства, най-вече за поддържане на военната си сигурност, липсата на единно решение в ЕС се превърна в сериозно препятствие. Макар че решението беше представено като успех, самият факт, че то дойде след напрегнати и продължи-



Белгийският премиер Барт де Вевер приветства решението на ЕС да финансира Украйна без използване на замразени руски активи

Урсула фон дер Лайен обяви, че ЕС е постигнал споразумение за финансиране на Украйна с 90 млрд. евро за следващите две години.

телни преговори, подчертава дълбокото разделение във вътрешността на Съюза.

Разногласия сред европейските лидери

Председателят на Европейската комисия Урсула фон дер Лайен обяви, че ЕС е постигнал споразумение за финансиране на Украйна с 90 млрд. евро за следващите две години. Сред-

ствата ще бъдат набрани чрез общо европейско заемане на капиталовите пазари и ще бъдат гарантирани от бюджетния резерв на Съюза. Урсула фон дер Лайен подчерта, че Украйна трябва да върне средствата само ако получи репарации от Русия, като дотогава замразените руски активи ще останат блокирани, а междувременно ЕС запазва правото си да използва лихвите. Решението е представено като компромис след обсъждане на два варианта – директно заемане и т.нар. репарационен заем. Освен това беше потвърдено, че дългосрочното финансиране на Украйна след 2027 г. ще бъде част от дебата за следващата финансова рамка на ЕС.

Заемът от 90 млрд. евро не беше подкрепен единодушно. Унгария и Словакия отказаха да участват във финансирането, а Чехия заяви, че няма да гарантира заемите. Премиерът на Словакия, Роберт Фицо също аргументира позицията си с твърдението, че няма военно решение на конфликта, а междувременно неговите критици го обвиниха в повтаряне на кремълската реторика.

И така, въпросът за замразените руски активи продължава да бъде нерешен и дори заемът от 90 млрд. евро да осигурява време на Украйна, той не решава основния проблем – липсата на единна европейска стратегия за дългосрочна финансова и политическа подкрепа.



Франция предлага заемът за Украйна да се използва за европейско оръжие, а Германия и Нидерландия настояват Киев да запази свободата си да купува и американско въоръжение

”

Белгия може да бъде подложена на съдебни иски от Русия. Идеята белгийските данъкоплатци да поемат този риск е напълно безумна.

Барт де Вевер

“

САЩ и интересът към руските активи

Съединените щати също демонстрираха интерес към замразените руски активи. Мирният план на американския президент Доналд Тръмп предвиждаше близо 100 млрд. долара от средствата да бъдат инвестирани в ръководени от САЩ проекти за възстановяване на Украйна, като Вашингтон щеше да получи 50% от печалбите. Паралелно с това САЩ активно оказваха и натиск върху някои от европейските правителства, с цел да не бъде подкрепена идеята за т.нар. „репарационен заем“ за Украйна, пише списание Politico.

Според изданието представители от администрацията на Доналд Тръмп са заобикаляли институциите в Брюксел и са осъществявали неофициални двустранни контакти с близки до САЩ европейски държави, като в резултат на тази кампания Италия, България, Малта и Чехия са се присъединили към групата страни, които изразяват резерви или открито несъгласие с използването на руските активи.

Остава открит въпросът как Украйна ще изплати репарационния заем и дали постигнатото решение ще се окаже устойчиво за ЕС. Вместо да сложи край на споровете, темата за руските активи продължава да разкрива дълбокото разделение между европейските лидери относно финансирането на войната и перспективите за търсене на мирно решение на конфликта с Русия.

Рада Тодорова

България през първата четвърт на 21 век

Последните 25 години показват израстването на българската демокрация, но пред страната ни остава дълъг път

Първата четвърт от 21. век е изпълнена със събития от световна важност, всяко от които в различна степен променя хода на историята. Според анализатори, символичното начало на новия век и на дълбоката трансформация в глобалната политика е терористичната атака срещу Световния търговски център в Ню Йорк на 11 септември 2001 г. Най-смъртоносно терористично нападение в историята на Западния свят, отнело живота на над 3000 души, доведе до рязък завой във външната политика на САЩ и постави началото на т.нар. „война срещу терора“, както и на военните интервенции в Афганистан и Ирак.



Приемането на България в Шенген и вдигането на барьерите на граничните ни пунктове сякаш стана още един повод да се предизвика паника и недоволство от проруското популистко малцинство

76%

от българите са били недоволствени от начина, по който функционира демокрацията при влизането на България в Европейския съюз през 2007 г. През 2025 г. недоволните са намалели до 57%

Световната финансова криза, отнела работата и домовете на милиони хора през 2007 г. и 2008 г., възходът на популистското дясно, което доведе до избирането на Доналд Тръмп за президент на САЩ, и излизането на Великобритания от Европейския съюз, Ковид пандемията, по време на която милиони изгубиха живота си, допълнително задълбочиха недоверието на обикновения човек в политическите и финансовите институции. Отзвукът от всяко едно от тези събития може ясно да бъде открит и в българския обществен и политически живот.

България влиза в новото хилядолетие с тежкото наследство на прехода. 90-те години на 20. век са период на икономическа нестабилност, ниски доходи и масова безработица, а по време на управлението на Жан Виденов страната е изправена пред фалит.

В края на 90-те години е поставено началото на интеграцията на България в Запада. За да се превъзмогне кризата и свръхинфлацията, е въведен валутен борд между българския лев и германската марка (по-късно заменена от еврото).

България става член на НАТО и ЕС

В края на 90-те България става кандидат за членство в НАТО и Европейския съюз, а съответно от 2004 г. и от 2007 г. е и пълноправен член на двете международни организации.

В икономически план развитието на България изглежда положително. В годините след дълбоката криза от края на миналия век, брутният вътрешен продукт на страната нараства

устойчиво, с изключение на годините на световни финансови сътресения – финансовата криза от 2007 г. и пандемията от Ковид-19.

Зад икономическия растеж обаче може да се види

увеличаване на неравенството в страната

Доходите нарастват значително спрямо началото на века, но усещането за бедност остава широко разпространено. България се утвърждава като център за информационни технологии, аутсорсинг и стартъп компании, които привличат чуждестранни инвестиции, млади специалисти и връщат част от емигриралите българи. Въпреки това традиционни сектори като земеделие и промишленост изпитват недостиг на работна ръка и инвестиции. В резултат на това разликите между регионите се задълбочават и докато София и по-големите градове се развиват динамично, цели райони продължават да се обезлюдяват.

Северозападна България – най-рядко населеният регион на България, е и най-бедният в

целия Европейски съюз. Нивата на безработица са близо двойно по-високи от тези за цялата страна, а брутният вътрешен продукт на региона е едва 24% от средния за ЕС.

Въпреки задълбочаващата се политическа криза през последните години и добре познатите проблеми с върховенството на правото и корупцията, българите днес са по-удовлетворени от функционирането на демокрацията в сравнение с началото на века. Според ежегодния доклад „Стандартен Евробарометър“, при влизането на България в Европейския съюз през 2007 г. 76% от българите са били недовлетворени от начина, по който функционира демокрацията в страната, спрямо едва 20%, удовлетворени. През 2025 г. недовлетворените са 57%, а удовлетворените – 42%.

Тези резултати отреждат страната ни на едно от най-ниските места в целия Европейски съюз, но гражданската енергия, която видяхме в края на 2025 г. показва, че голяма част от българите са готови да се борят за една по-добра България, ръководена спрямо принципите на правото и справедливостта.

Отвъд икономическите показатели

Като човек, роден през 2000 г., ми е трудно да си представя, че някои от нещата, които сега приемам за даденост, са били напълно недостъпни за хората от поколенията преди моето. Влизането на България в ЕС дава на сънародниците ни достъп до един напълно нов свят, в който не е нужно да губиш времето си в издаване на виза, за да можеш да отидеш на екскурзия в чужбина.

Спомням си как през 2007 г. родителите ми направиха пътешествие с кола до Мадрид. Тогава не разбирах вълнението им, но сега си давам сметка каква еуфория трябва да е било за хора, които за първи път през живота си могат да предприемат такова приключение. Днес, заедно с приятелите си обсъждам как можем да отидем до всяко кътче на Европа за един уикенд без почти никакво планиране.

Освен възможностите за пътуване, членуването на България в Европа позволява на всеки да поживее извън границите на страната, независимо дали планира да се върне или не. Половината от съуче-

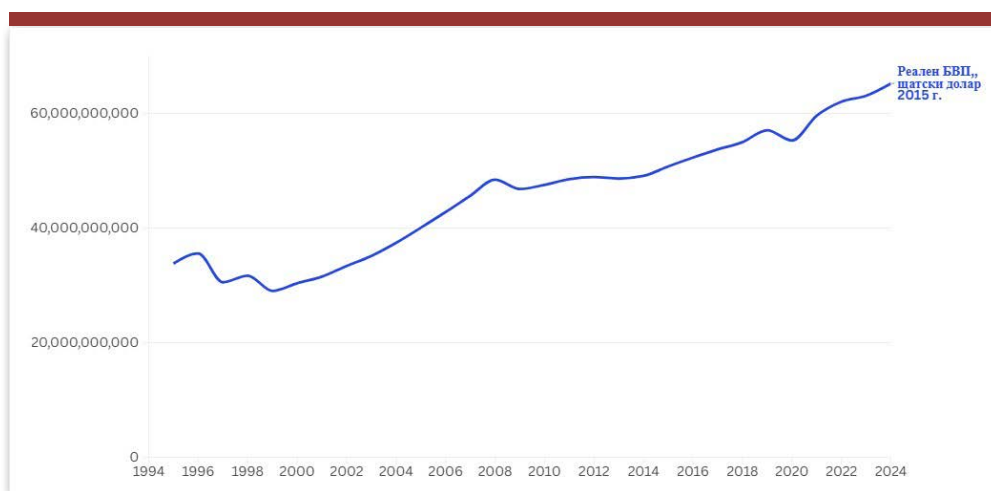
ниците ми от гимназията избрах да учат в чужбина, а голяма част от тях се върнаха в България. Срещата с различна култура и начин на живот е начин да осъзнаем как можем да променим и подобрим средата си, но и да си дадем сметка кои части от живота тук харесваме и ни е липсвало навън.

Разбира се, всяка промяна има и своите критики. Когато България стана член на Шенгенското пространство през януари 2025 г., проруското популистко малцинство опита да предизвика паника и недоволство с предупреждения, че страната ни ще се превърне в любим маршрут на наркотрафиканти, а улиците ни ще се напълнят с бежанци. Единственото, което се промени, е, че пътят до Гърция стана по-бърз с около час. Затова и темата за Шенген бързо-бързо беше забравена.

Новият враг е еврозоната. Когато и тази промяна се окаже с минимален негативен ефект, ще трябва да бъде намерена нов злодей с европейски привкус. Бъдещето ще покаже кой ще бъде той.

Втората четвърт на века също се очертава изключително интересна. Светът ни е поставен на кръстопът между популизма и демокрацията. Във всички кътчета на Земята се сформират точки на високо напрежение, които изглеждат потенциално взривоопасни. В България предстои да се види дали политическата криза може да бъде овладяна. Надеждата ни е, че когато през 2050 г. погледнем назад, 2026 г. ще ни се вижда невъзможно назадничава, заради прогреса, който сме преживели.

Михаил Борисов



От началото на века брутният вътрешен продукт на България е в постоянно състояние на растеж

Вече не е смешно: пазарът ли се промени, или ние?

Как брендовете замениха стереотипите с обществени позиции

„Участниците и средата, представени в шоуто, далеч не отразяват идеалите, които ние като бренд защитаваме.“

С това марката хавлии и халати СУХО обяви, че прекратява партньорството си с последния сезон на Big Brother – ход, който ѝ донесе повече публичност от самото участие. Изненадан ли е бил някой, че има пошлост в шоу, дало живот на фрази като „сексът не е мираж“ още преди двайсетина години? Надали. Но позицията на СУХО маркира една поширока промяна: днес от брендовете все по-често се очаква не просто да продават, а да заемат страна.



Докато в зората на Big Brother и началото на века плакатите с дини все още бяха шофьорска естетика, сега рекламата действа по обходен маршрут. И това е нужно, защото директната провокация не работи както преди.

Според Светослав Тодоров, копирайтър и маркетинг стратег с над 25-годишен опит, рекламата от началото на века досега се е променила повече във формата си, отколкото в концептуалното мислене:

Реклами като тази на вафла „Морени“ от началото на века, изградени върху расови клишета, дълго време функционират като „безобиден хумор“.

„Дигитализацията демократизира индустрията и я лиши от елитарната ѝ позиция спрямо потребителя. Проманата е по-скоро в културния контекст – новите обществени нагласи, политическата коректност и отношението към стереотипите.“

Днес потребителят не е пасивен зрител, а активен участник в разговор, който се води навсякъде: на масата, в обществения транспорт, в офиса, в чакалнята на зъболекаря и дори в тоалетната. На мобилния ти телефон.

Рекламната кампания на Flirt от началото на 2000-те промотира водката с визия на кръс-тосани женски крака със синини по коленете. Текстът към нея „Тя каза, че е паднала по стълбите“ тогава се възприемаше като палава закачка със сексуален подтекст. Днес би било трудно да откъснем подобно послание от темата за домашното насилие и всъщност то дори би паснало чудесно в концепцията на една по-модерна рекламна кампания:

Не дава да работя, дава ми пари, веднъж ми е посягал, но се извини.

The Red Flag Collection на Fashion Days също използва елемента на синините в клипа

на „Татко, влюбих се в мъжкар“ – само че за да обърне вниманието на знаците за насилие във връзките. В песента, написана от рекламиста Константин Трендафилов (по-известен като Папи Ханс) и изпята от фолк певицата, преживяла домашно насилие Деси Слава, провокацията остава, но е почти невъзможно да я възприемем негативно. Най-малкото ще ни обявят за лоши хора в социалните мрежи.

Сходна е еволюцията и в отнoшението към стереотипите. Реклами като тази на вафла „Морени“ от началото на века, изградени върху расови клишета, дълго време функционират като „безобиден хумор“. Чернокожи са спрени от полиция, чернокож бута кола от пропаст, чернокож в гонка. При все че персонажът е симпатичен, а поредицата е заснета в САЩ и първоначално обслужва само местния пазар, днес тя би се преглътнала трудно както там, така и в България.

На нейно място тук се появяват реклами като „Бъди себе си“ на TELUS Bulgaria – инфлуенсърска кампания с цел

Всички приходи от продажбите на Red Flag Collection Vol. 2 ще се насочват към Фондация „Будителките“ в помощ на жертвите на домашно насилие. „Каменица“ също залагат на провокативни послания (на снимката долу)

Идеята, че жената стои редом до автомобила и прогукта като част от пакета на мъжкото щастие, предизвиква реакции и дори съдебни искове.



наемане на нови служители, осъществена изцяло в социалните мрежи. Певицата Прея сменя името си в Instagram с taga @the_black_girl_from_the_ghetto, автомобилната състезателка Ива Русинова става @female_driver, продуцентът на електронни спортове Венелин Тончев е @all_i_do_is_gaming, Владимир Ампов-Графа вече е @i_live_for_fame и т.н. Кампанията развенчава редица стереотипи с помощта на популярни лица и явно успешно достига своята аудитория, защото през 2021 г. ѝ е присъдено златото на наградите за ефективност на рекламата Effie.

Проманата личи още по-ярко, когато проследим комуникацията на един и същи бренд във времето. През

2001 г. Загорка излиза с посланието „Какво му трябва на човек – нова кола, мила жена и една добра бира“. Още тогава идеята, че жената стои редом до автомобила и прогукта като част от пакета на мъжкото щастие, предизвиква реакции и дори съдебни искове. Впрочем, днес подобна реклама би била немислима не само заради сексисткия подтекст, но и заради регулациите около алкохола и шофирането.

Две десетилетия по-късно същият бренд говори чрез платформата „Доброто тук“ за общност, принадлежност и един по-зрял, ненаатрапчив патриотизъм. Стефан Икога, копирайтърът зад кампанията, разказва, че идеята идва след задълбочено социологическо изследване на нагласите, в което ясно изпъкна локализъмът – желанието за завръщане към корените.

„Загорка търсеха не провокативно заглавие, а обединяваща, консенсусна идея, която да говори на многообразието от потребители през призмата на България и оптимизма“, обяснява той.

Любопитното е, че след успешната презентация и отличната реакция от клиента, още същия ден друг бренд пушнал кампания с изненадващо сходна идея. Изглежда и те стъпили върху проучванията на същата социологическа агенция като конкурентите, което накарало рекламния екип на Загорка спешно да преработи концепцията, така че да я отличи, без да я отклонява от вече одобрената посока.

Йоана Малинова

„Доброто“ остава, но значението му вече е друго

Въпреки всички технологични и културни завои, в основата си рекламата остава непроменена. „Простичките решения винаги работят – изненадващо прозрение, поднесено в забавна форма и с доза гръзост“, казва



Светослав Тодоров. И преди, и сега качествените послания остават, а жаргонът на деня се износва. Някогашните „трепач“ и „чаромат“ днес предизвикват снизходителни

„Тя каза, че е паднала по стълбите“ звучи различно 25 години по-късно

усмивки, а актуалните еднo-дневки преминават толкова бързо през каналите, че дори не запомняме повечето. „Проблемът не е в аудиторията, а в начина, по който бизнесът избира да комуникира“, допълва Стефан Икога. И докато все по-често това става чрез лесно измерими, таргетирани формати, поемането на творчески руск ще

прави впечатление. Днес рекламата внимава повече. Провокацията вече не е самоцел, а тестват дали един бренд разбира времето, в което говори, и последиците от глумите си. Въпросът не е дали ще бъдеш видян, а дали ще бъдеш припознат. И дали цената на екранното ти време си заслужава.

Корицата като прогноза за бъдещето

Как да тълкуваме новата визуална прогноза на The Economist за 2026 година?

Всяка година специалното издание на The Economist – *The World Ahead* („Светът напред“) – се превръща в обект на засилен обществен и медиен интерес. Причината не са само аналитичните текстове, а и характерната корица, наситена със символи, които често се тълкуват като визуални прогнози за бъдещето.

Корицата за 2026 г. е сред най-натоварените със знаци и внушения в последните години и ясно отправя послание: светът навлиза в период на засилена нестабилност, напрежение и дълбоки трансформации.

Светът като сцена на глобално съперничество

Централният образ на корицата е земното кълбо, представено като футболна топка – препратка към Световното първенство по футбол през 2026 г., което ще се проведе в САЩ, Канада и Мексика. Символиката обаче е далеч по-дълбока. Светът е показан като игрално поле, на което политиката, икономиката, технологиите и масовата култура се преплитат в непрекъснато съперничество. Внушението подсказва, че глобалните процеси все по-често ще се развиват „на показ“ – под силен медиен, обществен и емоционален натиск. През 2026 г. събитията няма да бъдат само политически или икономически по своята същност, а и зрелищни, силно медийни и възприемани като част от глобален спектакъл.

250 години САЩ – юбилей под напрежение

Един от най-впечатляващите символи е тортата със свещи, посветена на 250-годишнината от независимостта на Съединените щати. Вместо празнична атмосфера, тя е обградена от оръжия и конфликти. Този образ може да се тълкува като знак за дълбоко разделено общество, нарастваща политическа поляризация и засилени вътрешни и външни предизвикателства пред държавата. Юбилеят не изглежда като повод за национално обединение, а по-скоро като момент на изпитание за американската демокрация и глобалната ѝ роля.



Светът като футболно игрище, юбилей под сянката на оръжията и технологии, стигащи до човешкия мозък, са част от прогнозните образи на корицата на The Economist за 2026 г.

Технологии, изкуствен интелект и контрол

Роботи, дронове, автоматизирани машини и дигитални символи заемат централно място в композицията на корицата. Те ясно подсказват, че изкуственият интелект и автоматизацията ще продължат да трансформират икономиката, пазара на труда и обществените отношения.

Особено въздействащ е образът на човешки мозък, свързан с контролер – метафора за влиянието върху мисленето, за дигитална зависимост и потенциална манипулация на обществото чрез технологии и медии. Така корицата поставя въпроса не само за технологичния напредък, но и за границите на допустимата намеса в човешкия живот.

Война, сигурност и икономика

Ракети, оръжия, военна техника и образи на световни лидери ясно подсказват, че военните конфликти и надпреварата във въоръжаването ще останат сред водещите теми в глобалния дневен ред. Светът през 2026 г. изглежда все по-малко сигурен – с повишен риск от локални сблъсъци и хибридни конфликти.

Търговията също е представена в този контекст. Контейне-

ровози и логистични маршрути, съчетани с военни символи, внушават, че икономиката и сигурността все по-често се преплитат. Глобалната търговия не изглежда като неутрална система, а като част от геополитическото съперничество и стратегическото планиране на държавите.

Здраве, биотехнологии и етика

Медицински символи на корицата – инжекции, лекарства и лабораторни елементи – подчертават нарастващото значение на здравеопазването и

биотехнологиите в световния дневен ред. Те са поставени редом до технологични и военни образи, което подсказва, че медицината все по-често ще бъде възприемана не само като средство за подобряване на качеството на живот, но и като стратегически ресурс.

Напредъкът в генетиката, персонализираната медицина и фармацевтичните иновации отваря нови възможности, но едновременно с това поставя остри етични въпроси – за контрола, регулацията и неравния достъп до тези технологии в глобален мащаб.

Трябва ли да се доверяваме на кориците на „The Economist“?

Самият редактор на изданието, Том Стандидж, неведнъж е признавал, че списанието често допуска грешки в дългосрочните си прогнози. В исторически план The Economist не успява да предвиди разпадането на СССР и Югославия, революционния потенциал на интернет, както и мащаба на глобалните кризи от 2008, 2020 и 2022 г.

В същото време изданието има и редица успешни попадения. Сред по-точните прогнози можем да споменем ранните сигнали за промените в Източна Германия, разпознаването на политическия потенциал на Тони Блеър, бъдещото президентство на Джордж У. Буш, както и предвиждането на трансформацията на мобилните телефони в основни устройства за фотография.

Ключовият проблем при подобни прогнози е, че те често са формулирани в условни и отворени термини. Анализите обикновено предлагат няколко възможни сценария, което почти гарантира, че поне един от тях ще намери потвърждение с течение на времето.

Затова кориците и анализите на The Economist не бива да се възприемат като точни предсказания. По-скоро те функционират като инструмент за стратегическо мислене – опит да се очертаят потенциалните посоки на развитие в свят, в който несигурността се превръща в постоянна величина. За читателя истинската им стойност не е в това дали ще се сбъднат, а в разбирането какви рискове и възможности вече се очертават на хоризонта.

Мария Парликова

Какво се сбъдна от прогнозите за 2025 г.?

Корицата на The Economist за 2025 г. се отличаваше със силно символично послание, насочено към прехода и очакването на мащабни промени. Много от сигналите, които тя отправяше, намериха реално потвърждение в хода на годината: ролята на изкуствения интелект продължи да нараства, геополитическите конфликти не отслабнаха, търговските напрежения и протекционистските политики се задълбочиха, а финансовите пазари останаха силно нестабилни.

Някои от прогнозите се реализираха с впечатляваща точност. Политическото завръщане на Доналд Тръмп в Белия дом отбеляза съществен обрат в американската политика и потвърди очакванията за промяна в глобалния политически климат. Революцията в изкуствения интелект също не закъсня – внедряването на ИИ в бизнеса и администрацията нарасна значително, утвърждавайки прогнозата за неговата ключова роля в различни икономически и социални сектори. Продължаващите военни конфликти, включително войната в Украйна, останаха постоянен и определящ елемент от международния дневен ред.

Други очаквания обаче се сбъднаха само частично или не се реализираха в предвидения мащаб. Въпреки известен напредък, обещаващите драматични климатични проби не се случиха, а прогнозите за масови социални движения – включително феминистки инициативи – не достигнаха очакваната интензивност и глобален отзвук.

Общият прочит на 2025 г. показва, че докато технологичният и политическият преход се ускоряват, социалните и екологичните трансформации продължават да изискват повече време, устойчиви политики и дългосрочни усилия. В този смисъл корицата за 2025 г. се утвърди като изненадващо точен барометър на глобалните тенденции – улавяйки както големите сътресения, така и по-бавния ритъм на промяна в определени сфери.

По-страшно от фентанила: възходът на нитазените

Много по-опасни и по-трудно различни от други дизайнерски дроги, хапчетата могат да са фатални дори при еднократна употреба

Представи си ситуация от вече известен репортаж в България: служители на митницата предупреждават, че на пазара се появяват нови, „много по-мощни от хероина и фентанила“ вещества, които се оказват почти непознати за хората у нас – нитазените.

Макар в публично-то пространство в България да няма потвърдени смъртни случаи от нитазени, официални служители говорят за тях и залавянето на такива опиати в немалки количества, както и за случаи на предозирание с тях. Реалните сблъсъци с нитазените у нас не са единични, жертви стават и младежи които не са в „тежки“ зависимости, защото лесно могат да попаднат в мрежата на новите синтетични опиати, без да подозират какво вземат.

Какво представляват нитазените?

Нитазените (на английски „nitazene opioids“) са група нови синтетични опиати, често описвани като „дизайнерски“ вещества. По отношение на химическия си състав експерти предупреждават, че те са различни от класическия хероин, от морфина, и дори от някои от по-старите синтетични опиати. Това, което обаче ги различава най-много и ги прави дори по-опасни от гореспоменатите, е колко мощен ефект имат. Някои видове нитазени са около 40 пъти по-силни от фентанила и около 1000 пъти по-силни от хероина. Друга причина нитазените да представляват сериозен риск е липсата на яснота към какъв опият сме посегнали. Нитазените често се появяват „забулени“ – не като нещо, което потребителят търси, а като „хероин“, „болкоуспокояващо хапче“, „таблета“ – без яснота какво съдържат. Новите нитазени са трудни за разпознаване – стандартни токсикологични тестове в болниците често не ги засичат. Това означава, че в много случаи на предозирание и дори смърт тези опиоиди може да останат неразпознати или „приписани“ на други вещества.

Какво се случва при свръхдоза – как да разпознаем и какво да направим?

Нитазените представляват реален риск – особено сред младите, например при партията, употреба на „непознати“ вещества, смеси. При предозирание с опиоиди – включително нитазени – симптомите могат да са: потиснато дишане или спиране на дишането, загуба на съзнание, намален тонус, бледа или дори сивкава кожа, забавен пулс, липса на реакция на външни дразнители. По-силните нитазени могат да доведат до много бърза респираторна депресия – буквално за минути. Антидотът Налоксон, който обикновено се използва и при свръхдоза с други опиоиди, може да помогне, въпреки че практиката показва, че може да са необходими многократни дози предвид силата на веществото. Затова в компанията на приятели ключовото е да не оставяте никого сам – при симптоми на намалено дишане, припадък, неадекватно реагиране, е ключово незабавно да се потърси медицинска помощ.

История и социален контекст

Нитазените са разработени през 50-те години на миналия век като опиоидни болкоуспокояващи. Въпреки това никога не са били одобрени за употреба нито в хуманната, нито във ветеринарната медицина. За разлика от наркотици като хероин или канабис, които произхождат от растения, нитазените и фентанилът се създават изцяло по химичен път.

Тези вещества имат силно психоактивно действие. По определението на Световната здравна организация това означава, че те влияят на ми-



Колкото и малко и безобидно да изглежда едно малко хапче или прахче „за забава“, дори когато е подадено от приятелска ръка, то може да коства прекалено много

словните процеси, възприятието, съзнанието, когнитивните функции, както и на настроението и емоциите.

Стефан Бакалов, началник на отдел Борба с наркотрафика към Агенция „Митници“ споделя, че нитазените са се появили на пазара в Европа през 2019 г. "Разликата между тях и фентанила е, че фентанилът е одобрен в хуманната медицина, докато те не са, тъй като са много по-мощни – около 1000 пъти са по-мощни от хероин“, предупреждава Бакалов.

Според доклади на European Union Drugs Agency (EUDA), от 2019 г. насам новите синтетични опиати на черния пазар са предимно нитазени (а не стари опиоиди). През 2023 го-

Новата генерация синтетични опиоиди не са просто „още едни дроги“. Те са сигнал, че пазарът на наркотици се променя: става по-скрит, по-манипулативен и свръхопасен.

дина количество прахове, съдържащи нитазени, заловени в Европа, се е утроило спрямо 2022 – ясен сигнал за масово увеличаване на предлагането.

Все по-опасни и трудни за засичане

Пазарът на опиоиди се променя – класически зър-

на хероин, стари „опиоидни“ вещества, вече са по-контролирани, по-известни. Престъпните мрежи търсят „нови“ вещества, които са по-евтини за производство, лесни за транспортиране, и с по-голяма печалба заради малките количества. Нитазените отговарят точно на тези условия. Ето защо нитазените се надигат сега – бавно, тихо, но системно. Също така – хитростта с „фалшиви таблетки“ или „прахове, приличащи на хероин/лекарство“ ги прави достъпни не само за хора с досег до класически наркотици, а и за млади хора, които може да „пробват“ нещо „по-леко“ или „безопасно“.

Стела Димитрова

Митовите и фактите около нитазените

Мит: Нитазените са просто още един вид наркотик, подобно на хероина.

Реалност: Те са с много по-голяма сила, непознати, често незасечени, и могат да бъдат заловени в облик на „лекарство“.

Мит: Ако ги употребяваш само от време на време, няма как да стане трагично.

Реалност: При нитазени – дори

веднъж, с „една таблетка“ или „прахче“ – рискът от предозирание е реален, дори за човек без опиоидна толерантност.

Мит: Лекарите и токсиколозите ще разберат – ако нещо се случил, ще се засече.

Реалност: Стандартни тестове често не засичат нитазени; някои случаи на смърт може да останат неидентифицирани като такива, причинени от нитазени.



Чанта вместо акции

Модата стана новата любима финансова инвестиция на жените. И има защо

В свят на финансова несигурност и постоянна инфлация, познанията по инвестиране се превърнаха в базово умение за оцеляване. Акции, облигации, ETF, крипто, злато – инструментите за съхраняване на личното богатство са толкова много, че само теориите за техните ползи ги надвишават.

Като човек със скромни познания в материята, но с намерение да съхрани спестяванията си, една нова алтернатива привлече вниманието ми – инвестицията в мода. И, не, не става дума за купуване на ботуши „на корем“, които от гузна съвест да представя (пред себе си) като капиталово вложение. Модата е много повече от красота, която да разхождаш по улицата или в офиса. Тя е едно практично произведение на изкуството, което (може да) повишава стойността си с всяка изминала година, ако бъде разумно избрано. При това не ползват от повечето финансови инструменти.

Недостъпност – новият лукс

Но как една чанта може да се превърне в инвестиция? Отговорът на този въпрос дават две от водещите модни къщи за луксозни продукти – Hermes и Chanel. Техните артикули не само, че не губят стойността си с времето, но дори отчитат повишаване на интереса и цената си на вторичния пазар. В рамките на 10 години от 2015 до 2025 много от моделите чанти на двете марки се търгуват със 100% надценка. Причините са три ключови фактора, които ги превръщат в класна инвестиция: силната позиция на бранда в модния свят, лимитирания обем от предлагани продукти



Да инвестираш в класически модни аксесоари може да се окаже добра бизнес стратегия

чанти Birkin или Kelly на Hermes, например. Chanel избират различен подход – при тях класическите модели могат да бъдат купени свободно, но ексклузивните и лимитираните чак, когато похарчиш в бутиците на марката 200 000 долара за година.

Втора ръка, но не и второ качество

Всеки дефицит създава възможности. Във времена, в които бързината, с която сбъдваме желанията си, е ключова, уменията да избегнеш чакането носи усещане за триумф. Именно от него се възползват и дилърите на луксозна мода втора ръка, които сбъдват мечтите веднага. Срещу съответната цена.

Добър пример за тяхното предприемчивост са сайтовете за препродажба, в които ценители могат да попаднат на модни находки



Hermes средно покачиха стойността си в бутиците с около 25-30% в периода 2020 до 2024 г., а трендът най-вероятно ще се потвърди и за 2025 г.

от лимитирани серии, които днес нямат аналог. Колекционерските амбиции стигат и по-далеч – през лятото чанта на Hermes, притежавана от музата на марката Джейн Бъркин, бе препродадена за над 8,5 милиона евро на търг. По-късно друго бижу на британската звезда се изтъргува за 2,5 милиона евро. Макар и да се случват изключително рядко, подобни декларации за стойността на модата увличат нейните почитатели до толкова, че са готови да заделят щедри суми за дори поочукани чанти от „високия“ клас.

Прекупвачи като популярния бутик Love Luxury разгръщат тенденцията и в нова посока, като се сдобиват с нови артикули директно от бутиците. С два бутика – в Лондон и Дубай, привличат както щедри и нетърпеливи почитатели на високата мода, така и колекционери, които искат да изтеглят инвестицията си в нея с възможно най-голяма печалба. От бутика предлагат специални услуги като да проверят автентичността на находките, в случай на колебание, да бъдат посредник в препродажбата им или лично да се наемат да я реализират.

За да докажат, че модата не е просто моментен каприз, а смислена инвестиция, неотдавна Love Luxury показаха как тяхна клиентка е спечелила близо 7 000 евро от старата си чанта. Тя им продаде Hermes Birkin 30, купувана за около 8 000 евро през 2017 г., за 15 000 евро. Друга дама влезе в бутика им час, след като се бе сдобила със своята Kelly на Hermes, но в нежелан от нея цвят след двегодишно чакане в списъка на марката. Тя по-

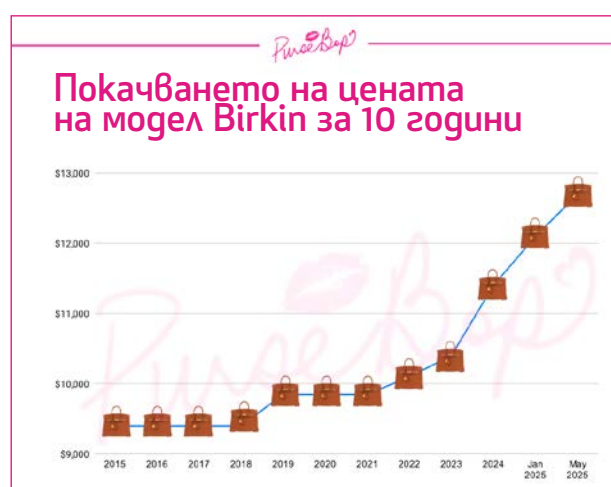
жела да я продаде на Love Luxury веднага и дори получи 1500 евро премия за това. Така ако през 2020 г. една от най-популярните чанти на Hermes Birkin 25 Togo в бутиците в Европа е струвала около 6800 евро през 2024 г. същата излиза 8600 евро. Вторичният пазар предоставя възможности и за бонус над това.

Модата е преходна, стилът е вечен

Стабилността на пазара на луксозни модни находки се задържа дори в периоди на глобални финансови сътресения като пандемията от Ковид 19. По време на локдауна големи модни марки затвориха бутиците си в ключови туристически дестинации и отчехтоха моментни загуби от 30-40%. В същото време обаче търсенето на продуктите им отбеляза възход на вторичния пазар и през интернет магазини. Някои модели чанти като Kelly и Birkin на Hermes средно покачиха стойността си в бутиците с около 25-30% в периода 2020 до 2024 г., а трендът най-вероятно ще се потвърди и за 2025 г.

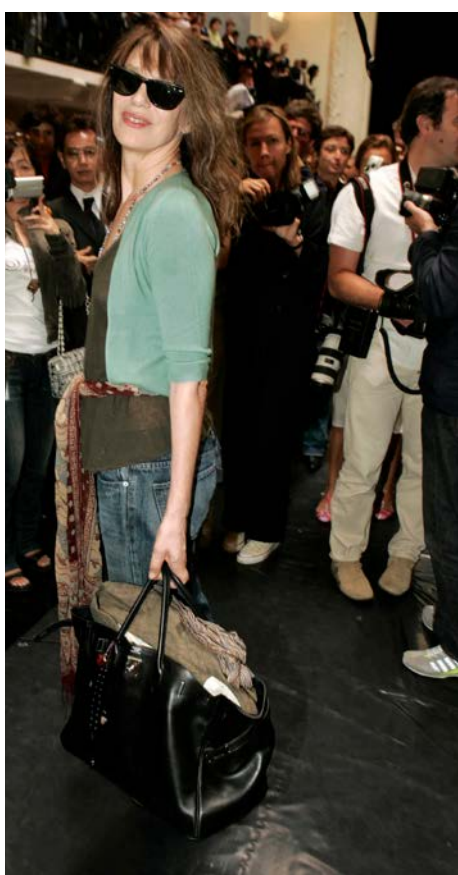
Доста по-агресивно е покачването на цените на друг ключов луксозен бранд – Chanel. При него анализ за периода 2020-2025 показва, че моделът Classic Flap е поскъпнала с около 93% глобално, което го прави една от най-бързо повишаващите се като цена модни чанти. Най-разпознаваемата Classic Medium Flap се е търгувала в порядъка на около 5000-5500 евро преди Ковид пандемията, а през 2024 г. стойността ѝ достига до 10 300 евро, с което догонва ценовата листа на Hermes. На вторичния пазар интересът към нея за сега не може да навакса тези темпове, но интересно наблюдение е, че употребявани артикули на марката от 2020 г. успяват да се пласират за почти 7500-8000 евро.

Дали подобна тенденция ще се запази за в бъдеще, превръщайки модата в инвестиционен инструмент? Политиката на Hermes и Chanel в тази посока се движи изключително гъвкаво с ежегодно повишаване на цената на продуктите от 6 до 10%. Тези стойности успяват да покрият инфлацията и дори надвишават банковите депозити в Европа и САЩ. И макар тази статия да не препоръчва инвестиции в луксозна мода, нейното значение за съхраняване на спестявания може да се окаже особено значимо за предимно женската част от населението, която е и най-големият ѝ потребител. Защото добре избраната чанта днес, може да се превърне в капитал за начало на нов бизнес утре.



всяка година и стабилното им глобално търсене.

Да притежаваш недостъпното е новото луксозно и модните къщи се възползват от това, за да си гарантират внимание. Вместо да залееят пазара, те избират да го контролират много стриктно с лимитирано предлагане. Легендарни са списъците с чакащи да получат шанс за някоя от наличните



Джейн Биркин с иконичната чанта, която Hermes кръщават на нея

Свърхпроизводството на бързата мода създава сериозни екологични, социални и икономически последици. Според изследвания всяка година в световен мащаб се произвеждат около 100 милиарда дрехи. Около 30% от тях никога не се продават, а приблизително 92 милиона тона текстилни отпадъци годишно завършват на сметища или се изгарят. Потребителите днес купуват средно с около 60% повече дрехи, отколкото преди 15 години.

Неслучайно през 2025 г. Франция настоява за забрана или строги ограничения срещу Shein в ЕС. След основните причини са свърхпроизводството и сериозните екологични щети, подозренията за лоши условия на труд и ниско заплащане, както и нелоялната конкуренция спрямо европейските производители, които спазват по-строги правила. Френските власти критикуват и агресивния маркетинг, който насърчава свърхконсумацията, най-вече сред младите хора.

Какво е бързата мода?

Бързата мода (или fast fashion) е модел в съвременната модна индустрия, при който дрехите се произвеждат и пускат на пазара бързо и на ниски цени, а марките съкращават пътя от „тенденция“ до „продукт“. Основната цел на тази мода е да предлага постоянно нови и нови колекции, като насърчава хората да купуват по-често и в големи количества. Така се появява в модерното общество fast fashion-културата и консуматорството.

Бързата мода създава редица проблеми както за производителите, така и за потребителите. Тя води до масово производство. Срокът на годност на дрехите не е малък само заради евтините и некачествени материали, но и бързото им излизане от мода.

Модната индустрия е отговорна за около 10% от глобалните въглеродни емисии, което я поставя сред най-замърсяващите в света. Производството на текстил е и изключително водоемко – само за една памучна тениска са необходими около 2 700 литра вода, количество, което може да покрие питейните нужди на един човек за няколко години. В същото време около 85% от всички произведени текстилни изделия се изхвърлят, а по-малко от 1% от дрехите се рециклират обратно в нови текстилни продукти. Също така доминиращите в бързата мода синтетични материи се разграждат изключително бавно и при всяко пране отделят микропластични влакна, които замърсяват реките и моретата.

Натискът за постоянно нови колекции води до нестабилност във веригите на доставки и увеличава



ЕВТИНО ДНЕС, СКЪПО УТРЕ

Каква е скритата цена на бързата мода

85%
от всички произведени текстилни изделия се изхвърлят

риска от експлоатация на работниците. Икономически, моделът на свърхпроизводство създава огромни количества непродадени стоки, което означава разхищение на суровини, енергия и труд, както и финансови загуби за производители и търговци.

Потребители получават бележки с надпис „Помощ“, скрити в пратките

Лошите условия на труд и ниското заплащане на работниците също са сред проблемите, които бързата мода създава. Във фабриките работниците са подложени на дълги работни смени и минимални възнаграждения. Според медийни публикации и свидетелства много от тях работят без адекватни почивки и безопасни условия, за да се поддържат ниските цени и бързото производство. Широк обществен отзвук предизвика скандалът със Shein. Той започна, когато се появила твърдения за бележки с надпис „помощ“, открити в пратки с дрехи. Макар компанията да отрича

всякакви нарушения, този случай насочи вниманието на обществото към задкулисието на бързата мода – възможната експлоатация на работници и липсата на прозрачност в индустрията.

Насърчаване на бързата мода в социалните мрежи

Едни от задвижващите механизми на бързата мода са социалните мрежи, тъй като именно те задават тона на новите тенденции и темпото, с което се разпространяват. Инфлуенсъри и реклами оказват натиск всеки ден с различни нови визии на обикновени потребител, който просто иска да бъде актуален. Консуматорството днес е погълнало платформи като TikTok и Instagram, които насърчават културата на краткотрайната популярност. Дрехите се носят едва няколко пъти, преди да бъдат заменени с други. Слепият стремеж към актуалност прикрива реалната цена на евтините-бързи дрехи за хората и околната среда.



Лошите условия на труд и ниското заплащане на работниците са сред проблемите, които бързата мода създава. Работниците са подложени на дълги работни смени и минимални възнаграждения.

Условията на труд са немислими за европейските държави. Работи се без адекватни почивки, без безопасни условия и при изключително ниско заплащане на работниците



Модните марки срещу бързата мода

Някои утвърдени модни марки се опитват да се противопоставят на бързата мода чрез ограничени колекции, устойчиви материали и инвестиции в качествено производство, като целят да върнат ценността на дрехата като дълготраен продукт, а не като моментна стока.

В същото време масовият натиск за постоянно нови и евтини трендове погубват индивидуалността на модата – уникалният почерк на дизайнерите и изразът на личен стил постепенно се заличават. Така бързата мода ерозира художествената стойност на облеклото и свежда модата до механично следване на тенденции, лишавайки я от идентичност и креативност.

Second hand културата като решение на проблема

Second hand културата е спасителната клонка в потопа на бързата мода. Дрехите втора ръка намаляват нуждата от ново производство и по този начин спестява ресурси, намалявайки въглеродните емисии и текстилните отпадъци. Препродажбата и повторната употреба удължават живота на дрехите и ограничават отделянето на микропластмаси.

Second hand културата не само помага за намаляване на свърхпроизводството и екологичния натиск, но и променя начина, по който обществото възприема модата. Тя насърчава идеята, че дрехите могат да имат дълъг живот и стойност извън първоначалната си покупка, което е ключов фактор за изграждане на устойчив моден модел и намаляване на негативното въздействие на индустрията върху природата и хората. В социалните мрежи все по-често се срещат инфлуенсъри, насърчаващи именно това.

Макар моделът на бързата мода да предлага евтини и достъпни дрехи, неговата реална цена се плаща под формата на екологични щети, натрупващи се отпадъци и влошени условия на труд в глобален мащаб. Устойчивите марки губят не само клиенти и финанси, но и магията, която модата трябва да създава.

Осъзнатото пазаруване и изготвянето на капсулен гардероб с основни цветове, които човек носи, също са сред алтернативите за справяне с бързата мода. С най-голяма тежест остават отговорността на потребителите и съобщенията, които медиите и социалните мрежи им изпращат.

Беатрис Димова

Не е лесно да си инфлуенсър

Много от създателите на съдържание работят месеци наред без реално заплащане – бартерът е норма, а символичните хонорари рядко покриват вложеното време

Инфлуенсърската икономика в България е силно концентрирана в малцина създатели на съдържание. Повечето, опитващи се да пробият, работят на бартер или за символични суми, което не съответства на високата цена, която плащат, за да бъдат забелязани.

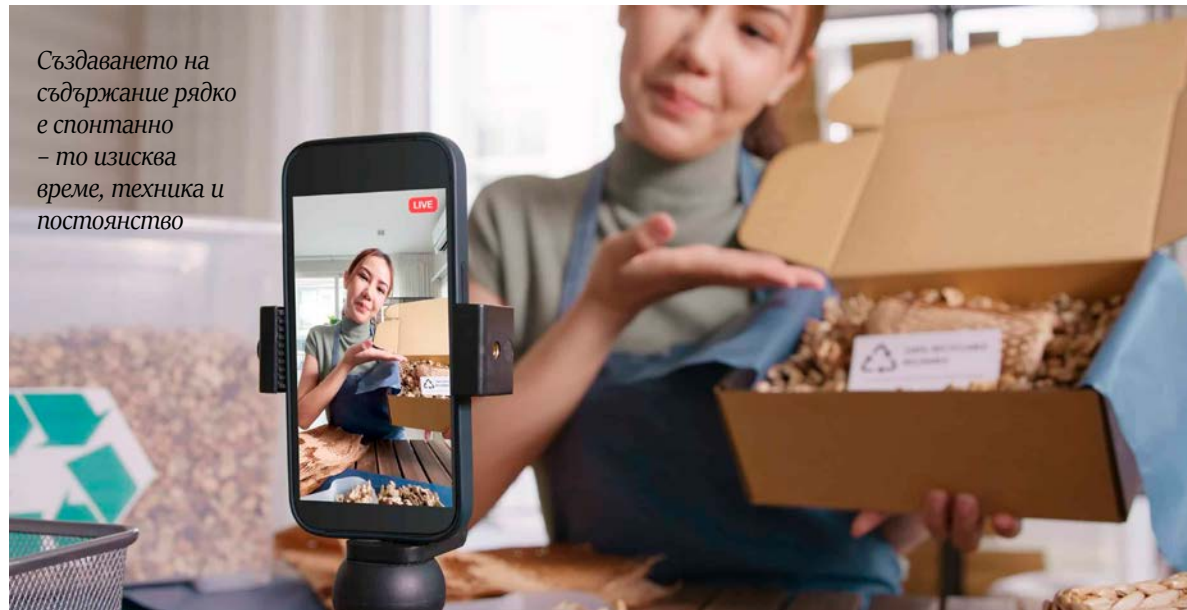
Малка стая в студентско общежитие. Телефонът е подпрян на куп учебници, ринг лампата осветява лицето, а камерата е нагласена така, че да не се виждат разхвърляните дрехи и чашата кафе от предната нощ. Извън кадър остават умората, лекциите, сроковете и шумът от коридора. В кадър обаче всичко изглежда подредено. Млад човек говори уверено, гледа директно в обектива и събира гледания. В социалните мрежи подобни сцени създават усещането за контрол, свобода и лекота. Един клип, който набира няколко хиляди гледания, създава представата, че успехът е въпрос на постоянство и малко късмет.

Инфлуенсърството се възприема все по-често като алтернатива на традиционната работа – особено сред младите. Обещанието е ясно: гъвкаво време, гледаемост, доходи и възможност да превърнеш личността си в професия. Реалността зад този образ обаче е значително по-сложна и далеч не толкова предвидима. Колко всъщност печелят студентите микроинфлуенсери (инфлуенсър с аудитория под 50 хил. последователи) в България и доколко този път е реалистичен за обикновения млад човек?

Илюзията за лесните пари

Социалните мрежи работят с примери, а не със статистика. Виждат се успешните профили, "вайръл" видеата и големите кампании, но рядко се говори за мнозинството създатели на съдържание, което остава без зрители. Алгоритмите създават илюзията за равен старт – всеки може да стане популярен, стига да качва достатъчно често и да си намери нишата. Тази погрешна представа превръща инфлуенсърството в модерна мечта, особено за млади хора, които търсят финансова независимост още докато са ангажирани с образованието си.

В действителност инфлуенсърската икономика в България е силно концентрирана в тесен кръг от създатели на съдържа-



Създаването на съдържание рядко е спонтанно – то изисква време, техника и постоянство

ние. Малък брой профили с голяма аудитория и агенционна подкрепа получават стабилни договори и дългосрочни партньорства. Огромна част от създателите на съдържание обаче остават в периферията – с ограничена видимост, краткотрайни кампании и несигурни приходи. За профили с под 10–20 хиляди последователи пътят към първата платена колаборация често е дълъг и неясен.

Много от създателите на съдържание зад тези профили работят месеци наред без реално заплащане. Бартерът се превръща в норма, а символичните хонорари рядко покриват вложеното време. Идеята за „лесни пари“ постепенно се сблъсква с необходимостта от

постоянство, технически умения и психическа устойчивост.

Глас от терена: микроинфлуенсърът зад екрана

Емилиян Русев, познат в социалните мрежи като емосcandoitall, е и микроинфлуенсър, който изгражда аудиторията си около лично, мотивационно и хумористично съдържание. Той не започва с конкретна стратегия за печалба. „Не съм тръгнал с идеята да правя бизнес. Просто исках да говоря открито и да бъда чул“, казва той.

Първите месеци съдържанието му достига до ограничен кръг хора. Постепенно аудиторията расте, но заедно с това

се увеличават и очакванията – както от страна на последователите, така и от самия него. „Хората очакват постоянство. Ако изчезнеш за малко, сякаш те забравят“, споделя Емилиян.

Зад всеки негов пост стои процес, който рядко се вижда. Идеята често отнема повече време от самото снимане. Следват сценарий, няколко дубъла, монтаж, избор на музика и колебание дали видеото е достатъчно добро. „Понякога 30 секунди видео ми отнемат половин ден. Има клипове, които изобщо не качвам, защото не отговарят на това, което искам да кажа.“

Първата платена колаборация идва след дълъг период на постоянство. Хонорарът е скромнен, но важен за Емилиян: „По-скоро беше признание, отколкото доход.“ В добър месец приходите му са допълващи, но непостоянни. „Не можеш да разчиташ на това като на сигурна заплата. Един месец имаш предложения, следващия – нищо.“

Колко струва гледаемостта?

От гледна точка на маркетинга стойността на инфлуенсера все по-рядко се измерва само

с броя последователи. Компаниите търсят ангажираност, ясно дефинирана аудитория и автентичност. Именно затова микроинфлуенсърите често са по-предпочитани – те комуникират с по-малка, но по-доверена публика.

В България хонорарите варират силно. При по-малките профили често става дума за бартер или символични суми, които не могат да се разглеждат като реален доход. При по-утвърдени създатели възнагражденията достигат до няколкостотин лева на публикация, но това рядко е постоянен поток. TikTok предлага по-бързото постигане на видимост сред повече потребители, но и по-голяма нестабилност – алгоритъмът може да изстреля профила нагоре, но и също толкова бързо да го остави в сянка.

Трудът зад кадър

Инфлуенсърството не приключва с публикуването на съдържанието. Следват отговори на коментари, съобщения, анализ на статистики и планиране на следващи публикации. Това е непрекъснат процес, който изисква дисциплина и време. За студентите той често се превръща във второ работно време, което трябва да се съчетава с лекции, изпити и личен живот.

Психическата умора също не е за подценяване. Натискът да бъдеш постоянно видим, актуален и „интересен“ води до изключителен стрес. Много създатели на съдържание спират не защото нямат идеи, а защото не издържат на темпото.

Реалността: доход или хоби?

Голяма част от младите хора навлизат в инфлуенсърството с високи очаквания, но се отказват след няколко месеца. Лъскавият образ, който виждат онлайн, рядко съвпада с реалните печалби. „Ако го правиш само за пари, изгаряш бързо“, признава Емилиян. За повечето това остава страничен доход или личен проект, а не устойчива професия.

Инфлуенсърската икономика в България е реална част от съвременната медийна среда, но тя не е универсално решение и не е лесен път. Зад видимостта стоят труд, несигурност и постоянна борба за внимание. За малцина това се превръща в професия, за мнозинството – в опит и урок. Видимостта в социалните мрежи може да бъде платена, но цената ѝ почти винаги се плаща лично – с време, усилия и търпение.

Симона Събчева



Лайковете се виждат, несигурността – не



Студентските бригади в САЩ – между мечтата и реалността

Всяко лято хиляди български студенти стягат куфарите си и поемат към САЩ. За едни това е шанс да видят света и да изкарат първите си пари, за други – приключение, което ще помнят цял живот. Програмата „Work and Travel“ се представя като възможност за културен обмен, усъвършенстване на английския език и натрупване на професионален опит.

Това беше и моята представа преди да замина. Шест месеца по-късно осъзнах, че има голямо разминаване между очакванията и реалността. Зад лъскавите брошури и усмивките в рекламните клипове често се крият трудности, които не всеки е готов да посрещне.

Какво всъщност е бригадата

Студентската бригада е програма, която позволява на млади хора от цял свят да работят и пътуват в САЩ през лятната ваканция. Участниците обикновено прекарват между три и четири месеца там – от май до септември. За мнозина това е първият досег с истинската самостоятелност – далеч от родителите, в непозната култура и сред хора, които говорят различен език.

Процесът на кандидатстване не е толкова прост. Нужно е да се избере лицензирана агенция посредник, да се попълнят множество документи, да се премине интервю в американското посолство и, разбира се, да се заплати такса. Цената на цялото приключение – за документи, самолетни билети, застраховка и настаняване – често надхвърля няколко хиляди лева. Затова за мнози-



на решението да заминат е и своеобразна инвестиция, която трябва да се „възвърне“ след няколко месеца тежък труд отвъд океана.

Как протича процесът по заминаване

Решението да замине на бригада започва с избора на агенция посредник. Именно тя се грижи за намирането на работно място, изготвянето на необходимите документи и връзката с американските спонсори. Процесът обикновено започва още през есента – месеци преди пътуването.

Следват интервюта с потенциални работодатели, които се провеждат онлайн или на специални събития. След като студентът бъде одобрен, идва време за изготвяне на документите – договори, спонсорски формуляри, визови документи.

Най-напрегнатата част е интервюто в Американското посолство, където трябва да се докаже, че кандидатът е редовен

студент и има намерение да се върне в България. Успешно преминаване на интервюто обикновено е последната пречка преди пътуването.

Всичко това обаче изисква сериозна първоначална инвестиция – такси към агенцията, визови и консулски такси, самолетни билети и застраховка. Общата сума често надхвърля 5000 лв. – пари, които са сериозна сума за повечето студенти

Плюсовете на приключението

Онези, които се решават да заминат, рядко съжеляват. Почти всеки бригадир споделя, че преживяването го е променило. Подобряването на английския език е неизбежно, а животът и работата в напълно нова среда учат на дисциплина, отговорност и адаптивност.

За първи път студентите усещат колко струва всеки изработен долар и колко труд стои зад него. Работата в ресторан-

ти, хотели, магазини или паркове може да е натоварваща, но дава ценен житейски опит. Освен това бригадата е шанс да се видят емблематични места като Ню Йорк, Бостън, Лас Вегас или Лос Анджелис – мечта, която за мнозина би останала недостижима без тази програма.

Новите приятелства, културният обмен и сплотеността между студентите често се оказват най-ценната част от преживяването. Някои дори определят бригадата като „университет по живот“, който учи на повече, отколкото лекциите у дома.

„Тъмната страна“ на бригадите

Не всичко обаче са снимки с усмивки и изгреви над океана. Много участници се сблъскват с реалността още в първите дни след пристигането си. Квартирите често са в лошо състояние, работата е изтощителна, а часовете – дълги. Понякога комуникацията с работодатели се оказва трудна, а културният шок – по-голям от очакваното.

Някои студенти работят по две, дори три работи, за да могат да покрият първоначалните си разходи и да спестят добра сума. Други се оплакват от непостоянни смени, ниско заплащане или липса на почивки. В такива моменти мечтата за „американското лято“ се превръща в изпитание за физическа и психическа издръжливост.

Работата в ресторанти, хотели, магазини или паркове може да е натоварваща, но дава ценен житейски опит



Новите приятелства, културният обмен и сплотеността между студентите често се оказват най-ценната част от преживяването.



И макар че повечето се справят, има и случаи на млади хора, които се прибират разочаровани – не толкова от Америка, колкото от сблъсъка между очакванията и действителността.

В социалните мрежи и студентските форуми не липсват истории за некоректни работодатели и агенции, които не поемат отговорност при възникнали проблеми. Някои бригадири споделят за липса на подкрепа, неясни условия и дори експлоатация. Работодатели, които удържат неправомерно от заплатите, лоши жилищни условия, или работа, различна от обещаната в договора – това също е част от реалността.

За тези случаи обаче рядко се говори от агенциите. Истината е, че програмата не е гаранция за успех – тя е просто възможност. Успехът зависи от подготовката, отговорността и способността на всеки студент да се справя сам в непозната среда.

Равносметката

Бригадата в САЩ може да бъде незабравимо преживяване, но и сериозно изпитание. Тя изисква смелост, упоритост и готовност за компромиси. За едни тя е сбъдната мечта, за други – урок по оцеляване.

Истината е, че няма точен отговор на въпроса дали си „струва“ – защото стойността на това преживяване не се измерва само в долари. За някои най-ценното е наученото – самостоятелността, увереността и новите приятели. За други – възможността да видят света от различна перспектива.

И може би точно това е смисълът на студентската бригада – да постави младия човек в ситуации, които ще го изградят. Да го научи да се справя сам, да мисли, да цени труда и времето си.

Затова, преди да се тръгне към „американската мечта“, всеки студент трябва да си зададе един прост, но важен въпрос – какви са целите ми и готов ли съм за реалността?

Георги Белев



Човекът, който направи каубоите отново модерни

Сценаристът Тейлър Шеридан – скритият глас на консервативната вълна в Америка

Америка е страната, в която културните войни са толкова силни, че могат да повлияят на целия свят. Разделението, което наблюдаваме в американското общество днес не е просто между републиканци и демократи. Културните различия отвъд океана са толкова дълбоко вкоренени в историята, че ще ни се наложи да напишем томовете, за да ги обясним. Вместо това само ще очертаем някои основни щрихи, за да разберем как един доскоро слабо известен сценарист, какъвто бе Тейлър Шеридан, придоби огромното културно влияние, което виждаме днес.



Тейлър Шеридан

Едно е да си американец, роден някъде в южните щати или Средния запад, друго е да си от Нова Англия (североизточните щати). Често може да се чуе как някой южняк нарича с подигравка някой нийоркчанин „янки“. Това не е случайно. Наричателното „янки“ води началото си от Гражданската война (1861-1865), когато икономически напредналият Север побеждава изостаналия Юг, защитаващ робството. Северняните пък не им остават длъжни, наричайки белите мъже от провинцията red necks (червени вратове), тъй като загарът на вратовете им издавал, че работят на полето.

„Аз съм обратното на прогреса. Аз съм стената, в която прогресът ще се сблъска!“

На пръв поглед вероятно бихте си помислили, че цитатът е изваден от някоя предизборна реч на Доналд Тръмп. Всъщност това са думи на току-що избрания за губернатор на щата Монтана Джон Дъгън, изигран от Кевин Костър в сериала „Йелоустоун“, но излезли изпод перото на Тейлър Шеридан.

Шеридан е роден в Чапълхил, Северна Каролина. Баща му бил кардиолог. Майка му била родом от ранчо в Уейко, Тексас. Шеридан обаче израснал в Тексас, а посещавайки ранчото на баба си и дядо си, се научил да язди и хвърля ласо. Едновременно с каубойството, Шеридан се увлякъл и по театъра. Завършил Тексаския университет със специалност театрално изкуство, след което дълги години живял в Ню Йорк и Лос Анджелис, работейки като актьор.

Истинското му призвание обаче е писането на сценарии и големият пробив идва на 48-годишна възраст, през 2018-а година, когато стартира „Йелоустоун“. Първоначално отхвърлен от НВО, нео-уестърнът с участието на Кевин Костър започва скромно по кабелния канал Paramount, но бързо набира популярност, достигайки рейтинга на „Игра на Троне“, един от най-гледаните сериали в света.

Каква е рецептата за един успешен сериал?

Шеридан изглежда я е открил и тя е да вземе някоя конфликтна тема, върху която да изгради интригуваща история. В „Йелоустоун“ историята се заплита около борбата на Джон Дъгън, собственик на огромно ранчо в Монтана, срещу корпорациите, които искат да вземат земята му, за да построят ски курорт и летище. Има епизод, в който една журналистка казва, че „никой човек не бива да притежава толкова много земя, че тя трябва да бъде за хората“. Строгийт земевладелец обаче



не мисли така и в крайна сметка успява да стане губернатор на щата, само и само да запази земята си.

Шеридан е автор и на „Краля на Тълса“ с участието на Силвестър Сталоун, в ролята на застаряващия гангстер Дуайт Манфреди, който след 25 години в затвора, благодарение на полупрестъпни средства, изгражда печеливш бизнес в Оклахома.



Героят на Кевин Костър от сериала „Йелоустоун“ Джон Дъгън, е собственик на огромно ранчо в Монтана, граничещо с национален парк „Йелоустоун“

Тепърва предстои и да се говори за Landman („Човек на земята“) с Били Боб Торнтън и Деми Мур. Торнтън влиза в ролята на разведенения алкохолик Томи Норис, заклет пушач и грубиян, който работи за голяма нефтена компания в Тексас. На Деми Мур, в ролята на съпругата на собственика на компанията, се налага да се справи в жестокия свят на нефтената индустрия.

Сериалите на Шеридан вървят в общо направление: запомнящи се мъжествени образи, насилие, добитък, петрол и разбира се, леко пренебрежително отношение към градските хора. Очевидно това, че произведенията му се радват на все по-голям успех означава, че темите се харесват на масовия американец, а и не само.

„Йелоустоун“ е „републиканско“ шоу

Като такова определят творението на Шеридан много американски медии, включително „Ню Йорк Таймс“. Шеридан обаче винаги се присмива на подобни твърдения и за себе си твърди, че е „аполитичен публично“. Сред причините, които се изтъкват за скъсването на Шеридан с Paramount, е скарването му с Дейвид Елисън, който е изпълнителен директор на компанията и изявен тръмпист. Медии в САЩ пишат, че Елисън предлагал на Шеридан да напише сериал за „250-годишнината на Америка“ но сценаристът отказал, заявявайки, че не желае да работи по проект, който е „твърде политически зареден“.

По отношение на „Йелоустоун“, Шеридан отхвърля и това, че го смятат за консервативен, изтъквайки факта, че друга важна тема, засегната в сериала,

е и лошото отношение към индианците. В двата сериала, които разказват предисторията („1883“ и „1923“), макар и фокусирани върху историята на семейство Дъгън, присъства и темата за избиването и изселването на коренното население и заграбването на земята им.

Тейлър Шеридан упорито крие политическите си възгледи. Безспорно е обаче, че с творчеството си той се превръща в „скрития глас“ на консервативната вълна, която наблюдаваме в Америка напоследък. Едва ли бихме могли да окажем сериалите му като чисто „републикански“ или „тръмпистки“, но със сигурност са анти-либерални.

Денислав Симеонов

Вестник „Алма матер“ е курсов проект на студентите от IV курс журналистика, профил „Преса и дигитални медии“, подготвен в занятията по „Учебна редакция – майсторски клас 5“, с преподавател д-р Кирил Хавезов, катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“ във ФЖМК на СУ.

Екип на редакцията:

Адриан Тодоров
Александра Страхилова
Александър Червенков
Беатрис Димова
Божидар Йорданов
Боян Ашламаджиев
Георги Белев
Даниел Лозев
Денислав Симеонов
Ивайла Митева
Иван Ласкин
Йоана Малинова
Мария Парликова
Михаил Борисов
Надя Костова
Рада Тодорова
Симеон Коен
Симона Събчева
Стефа Димитрова

Графичен дизайн:
Свет Стоянов

Брой 19, януари 2026 г.
Вестник от студентите
и за студентите

Броят е завършен
редакционно
на 8 януари 2026 г.

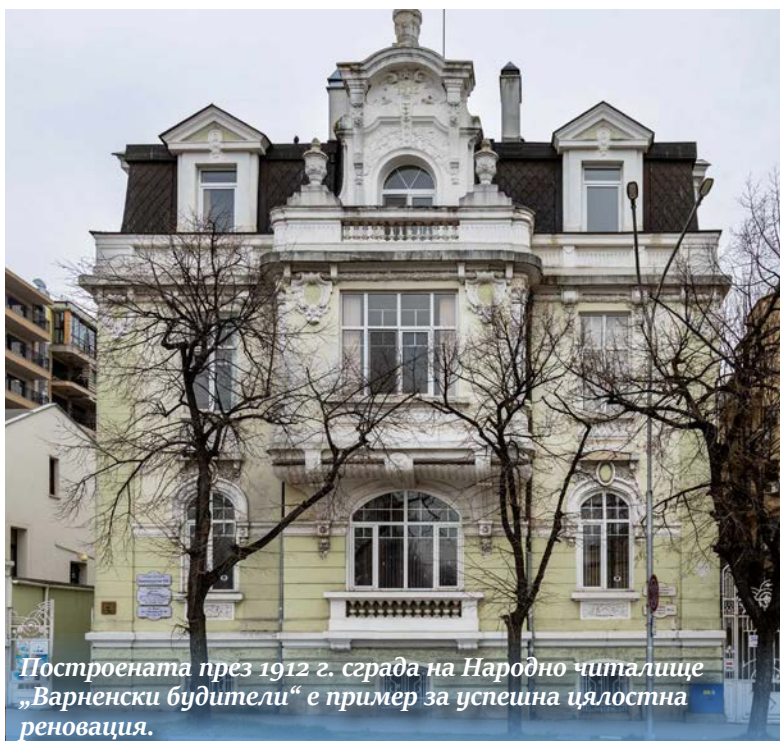
Издание на
Софийския университет
„Св. Климент Охридски“



Читалищата като пазители на миналото

Все повече хора се връщат към миналото и възраждат читалищата

От Българското възраждане насам хората постоянно променят начина си на живот, но и се опитват да съхраняват традициите и обичаите, които ни правят българи. През новото хилядолетие дори се наблюдава засилващ се интерес нашето минало, към историята, културата и фолклора ни. Един от индикаторите за това е състоянието на читалищата ни, които са уникални, и то не само за България, институция на националната памет.



Построената през 1912 г. сграда на Народно читалище „Варненски будители“ е пример за успешна цялостна реновация.



На фасадата на читалище "Надежда 1869" във Велико Търново за първи път е изписан надписът „Съединението прави силата“

Фолклорът, традициите и обичаите в България пазят жив спомена за миналото, дори и да не са нещо материално. За да оцелеят във времето обаче, те трябва да присъстват не само в съзнанието на хората, но и имат нужда от обществени средища, в които паметта да се предава на поколенията. Читалищата са тези места, където, извън календара на фестивалните събития, всекидневно се полагат усилия за съхранение на паметта. Състоянието на читалищните сгради пък е много точен критерий за отношението на обществото и институциите към това, което ни определя като българи.

Традиции и фолклор

Фолклорът е паметта на един народ. Той и е невидимото културно наследство. Затова, колкото и светът да е модерен, ние го пазим и предаваме на поколенията. Само така можем да сме сигурни, че народните предания и интересни за времето си неща ще бъдат съхранени за поколенията. Така например в много селски и градски читалища в родината ни се пеят автентични фолклорни песни, дори и в тях да има думи, които съвременните хора вече не разбират. Песните и танците са сред същностните неща, с което продължаваме да се гордеем като народ. Радващо е, че младите хора не само се ангажират с пазенето на паметта, но и със съхранението на материалното наследство като облагородяват читалища и села.

Традициите - това са ритуали или повторения, с които общността поддържа връзката си със своите корени, а какво са корените - това е миналото. Не малко хора се връщат към него,

макар то да не изглежда толкова привлекателно на пръв поглед спрямо модерните технологии. Миналото ни дава сила днес и ни напомня, че макар и през трудности, е имало род, народ и родина. Една от институциите, които в най-голяма степен илюстрират тази приемственост и нагласа, са читалищата.

Интересен факт е, че България е единственото място в света, където има читалища. Според данни от Националния статистически институт към 31 декември 2022 г. в България има 3391 читалища, които функционират. От тях 665 са градските, а 2654 са в селата.

Добрият пример

Дори и във времена, когато се правят различни дигитални клубове и СТЕМ центрове, все още има какво да направим за читалищата в България и да покажем, че не сме безразлични. В това отношение, освен че има толкова много културни институции, е важно колко от тях работят и какво предлагат на обществото.

Добър пример за това е проектът на инфлуенсърката Теди Томова за възраждане на читалището в столичния квартал „Борово“. Тя разказва, че сградата е стара, а това е единственото читалище в района. Има стаи, които се нуждаят от ремонт. Търсят се съмишленици и приятели, които да ѝ помогнат. Томова казва, че благодарение на социалните мрежи десетки хора са се свързали с нея, за да дарят средства, което е видно и от коментарите в социалната мрежа. Примерът показва, че и днес има много хора, които ценят миналото.

Ще ви разкажа и за едно читалище, което днес е спасено, но имаше голяма вероятност да

бъде разрушено. То се намира във Велико Търново, а името му е Народно читалище „Надежда - 1869“. То е сред първите читалища в страната и е емблематично за българската история и култура, защото върху неговата сграда за първи път е изписан надписът „Съединението прави силата“. През 2022 г. сградата е в лошо състояние и се руши. Всички греди от носещата му конструкция са изгнили, а течовете са навсякъде. Нужна е голяма сума за ремонт, но поискана-

та помощ от държавата в лицето на Министерството на културата и Общината се бави. Междувременно обаче, с помощта на собствени средства, дарения от фирми и много доброволен труд, през 2024 г. започва частичен ремонт на сградата, който приключва в края на миналата година. Обновени са читалнята, изложбената зала и други помещения - и сега сградата вече разполага с нови оборудвани зали. Остава обаче нерешен въпросът за ремонт на сцената в голямата

зала, която има с 340 зрителски места. Проектът за реновацията е на 50 години и стойността му по стари изчисления е за шест милиона лева. Обявена е национална дарителска кампания.

Трябва ли ни държавна политика?

"Читалищата пазят нашата памет и са основните институции, които събират хора на всякакви възрасти", казва Христина Вукова, председател на НЧ „Отец Паисий-1910“ - село Доспей, община Самоков. Затова, според нея, е редно да има държавна политика за поддържането им.

Според Закона за народните читалища, институциите са самостоятелно юридическо лице и те трябва да служат в полза на обществото. Министерството на културата периодично обявява конкурси за финансиране на културни проекти, в които могат да участват и читалищата. Част от тези проекти се фокусират върху реконструкция и реновиране на сградите им. За системното и ефективно решаване на този въпрос обаче е необходимо по-силно централизирано внимание, както и по-голямо участие на неправителствени и частни организации.

В наши дни все повече хора посещават читалищата. В тези културни средища се събират самодейци и се организират множество фестивали из цялата страната - фолклорни, ножарски, винарски и други. Така се помага на България да запази пъстротата, културното си богатство и паметта си. Важно е да помним, защото без минало, нямаме настояще, а читалищата - те са онова, което ще пренесе паметта ни в бъдещето.



Сградата на читалище „Просвета“ в село Ивански съществува от 1929 г. и подобно на много други български читалища, тя е построена с доброволен труд на местните жители. Читалището се превръща в център на културния живот в Ивански и в продължение на десетилетия в красивата сграда кипи културен и просветителски живот. Уви днес състоянието на сградата е трагично - покривът е паднал, стените се рушат, а стъкла по прозорците липсват. Национални, регионални, а понякога и индивидуални инициативи целят да спасят от подобна разруха читалищата.

Виктор Топалов, който напомня за една „Бохемска София“

„Бохемска София“ е проект, който изследва и представя историята на столицата чрез разнообразни формати - пешеходни обиколки, беседи, книги, подкасти. Зад него стоят хора от различни сфери, в които, както казва основателят Виктор Топалов, „гори огъня на любопитството“. Обединява ги любовта към София, а мисията им е да превърнат ентузиазма на гражданите в съзнателно отношение към културното наследство на града.

Кога, защо и под каква форма стартирахте „Бохемска София“?

- През зимата на 2019 г. бях научил доста интересни истории за културното минало на моя роден град и исках да ги споделя с широката публика. Така на 28 декември създадох Facebook страницата „Бохемска София“. Тя беше моята трибуна, в която да разказвам на воля за нещата, които ме вълнуват, свързани с живота в стара София.

Как личният опит Ви доведе до идеята за създаването на проекта?

- През 2018 г. постъпих на работа в Регионален исторически музей – София като екскурзовод. Там се срещнах със съмишленици, които ме вдъхновиха да задълбоча изследванията си. В началото на 2020 г. „Бохемска София“ вече беше факт и реших, че е време да превърна работата си по тази любителска страница в моя професия. До днес този музей има специално място в сърцето ми, защото в него се научих да обичам истински града си.

Каква е основната Ви мисия, променила ли се е във времето?

- През 2019 г. мисията на „Бохемска София“ беше да събуди интереса на местните хора към културната история на техния град. Шест години по-късно, мога да кажа, че днес „стара София“ е вече модерна и хората и организациите, които работят в тази сфера, стават все повече. На този етап задачата ни е да превърнем ентузиазма на хората в едно съзнателно отношение към културно-историческото наследство, а това изисква постоянство.

Как реализирате проучванията си, трудно ли се намират исторически източници от периода между Освобождението и ВСВ?

- В наши дни основното проучване може да се осъществи лесно. Библиотеките изобилстват от книги със спомени и изследвания, напра-

вени през годините. Всяка година на пазара излизат все повече книги, които разказват за стара София. Затруднението идва, когато се търси конкретна информация, която никой не е „разровил“ преди това. Тогава са нужни много усилия, но чувството е невероятно, защото нескромно си казваш, че допринасяш за своя град.

Какъв ефект се надявате да има „Бохемска София“ върху градската среда и обществото?

- Ще се радвам, ако всички жители на София разберат, че някога градът е бил същински пример със своите облик и дух. Вярвам, че познаването на историята може да ни даде самочувствието, от което се нуждаем, за да му върнем старата слава.

Имало ли е конкретна инициатива, която постига голям успех?

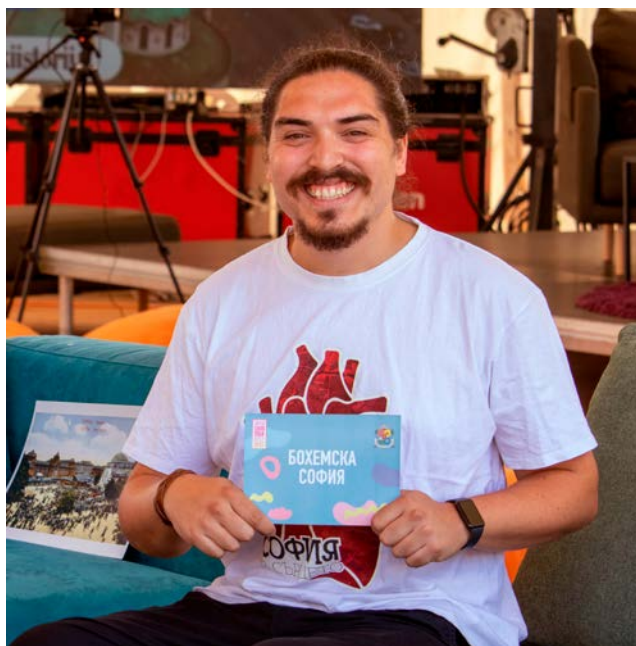
- Бих казал, че книгата „Кварталът на писателите“ е най-големият проект на „Бохемска София“. Това беше първата обиколка, която проведех още през януари 2020 г. и оттогава досега не спирам да проучвам темата. Смятам, че този и другите творчески квартали, върху които работим с колегите ми, имат потенциала да привлекат посетители от страната и чужбина, защото обитателите им са прочути по целия свят.

Работите ли съвместно с релевантните институции и обществените медии? Как се случва колаборацията и с какъв резултат е?

- Рядко сме работили с държавни институции. По-често си сътрудничим с представители на районните администрации, с които провеждаме културни инициативи. Радваме се и на интерес от страна на Българската национална телевизия и сме добре дошли в много от техните предавания. Най-сериозна е работата ни с Българското национално радио, тъй като съвместната ни рубрика съществува от пролетта на 2023 г.



Сладкарницата на „Цар Освободител“, позната като „Писателското кафене“, е центърът на културно-бохемския живот в стара София



Прави ли се достатъчно за запазването на българското културно наследство, какви са Вашите наблюдения? Кой носи отговорността за това?

- Опазването на културно-историческото наследство е в ръцете на всеки един от нас, когато се разхождаме, когато тичаме в парка, когато посещаваме музей, галерия и т.н. Наша е отговорността да грижим за това, което намираме за ценно, и не бива да обвиняваме другите, когато самите ние не сме направили достатъчно. От друга страна, това, което правим, никога не е достатъчно.

Имате ли любима история от старата София?

- Още от ученик в 9 ФЕГ „Алфонс дьо Ламартин“ моята любима история от стара София е тази за сладкарница „Цар Освободител“, позната като „Писателското кафене“. Сградата, в която се е помещавало заведението, се е намирала на ъгъла между бул. „Цар Освободител“ и ул. „Георги С. Раковски“. Сладкарницата съществува от 1908 до 1946 г., а сградата е разрушена през лятото на 1977 г. По тази тема съм водил обиколки и беседи, писал съм статии, участвал съм в кратък филм и дори сътрудничил при създаването на едноименна

Виктор Топалов е дипломиран юрист, а от тази година и лицензиран екскурзовод. Издава четири книги: „Кварталът на писателите“, пътеводител „Бохемска София“, „Бохемска София: Духът на Стария град“ и „Бохемска София“Истории от жълтите павета“. Пише за популярни социални мрежи, където и споделя информация за предстоящи събития. Организирант се частни пешеходни обиколки за до 10 човека на цена от 360 до 440 лв. Съвместният подкаст с БНР „Софийски разкази“, както и подкастът „Бохемска София разказва“ са достъпни в Spotify.

театрална постановка на режисьора Елица Йовчева. Щастлив съм, че усилията ми допринесоха за популяризирането на тази важна история.

Колко важни са социалните мрежи за успеха на проекта и дали предпочитате беседите на живо пред онлайн споделянето? Имате ли любим метод за споделяне на културно съдържание?

- Нямам предпочитан метод, защото всичко зависи от темата. Пешеходните обиколки са подходящи, когато искам да представя обекти, разположени в близост един до друг. Понякога обаче това е невъзможно и тогава избирам друг формат. Още един случай, при който беседите са по-подходящи, е, когато искам да представя свое проучване по конкретна тема, например „Писателското кафене“. Общуването на живо е незаменимо, но през пролетта на 2020 г. всички разбрахме колко много възможности дава виртуалната комуникация. Затова смятам, че трябва да насочим повече усилия към създаването на преживявания в онлайн среда. Така съдържанието, което предлагаме, няма да има граници и ще може да достигне и нашите сънародници в чужбина, които също обичат София и нейната история.

Срещали ли сте предизвикателства във връзка с работата Ви около проекта? Как се справихте с тях?

- Сигурен съм, че всеки човек и организация се изправя пред трудности по своя път, затова ще отлича едно препятствие, което бе важно да преодолеем навреме. В самото начало на „Бохемска София“ работата ни привлече интереса на много хора, сред които и експерти. Някои от тях се занимават с тази тема отпреди моето раждане. Очаквано, те бяха скептични към нашите първи публикации и изразяваха критиката си с коментари. За радост, повечето от тях бяха добронамерени и с времето се увериха в нашия професионализъм и готовността ни да се учим. Днес тези хора са наши добри приятели и си сътрудничим ежедневно.

Какви са планове за бъдещето на проекта?

- „Бохемска София“ съществува от шест години. Надявам се, че сме заслужили отлична оценка от нашите последователи за свършеното досега. Очакват ни вълнуващи съвместни срещи с колеги и съмишленици, с които ще се хвърлим още по-надълбоко в историята на София. Не бих желал да разкривам твърде много, но мога да обещаю, че имаме още истории за разказване, и то не само на глас!

Интервюто взе
Александра Страхилова

Защо вече не строим красиви сгради?

Градовете ни са ефективни и устойчиви, но... без душа

Коя е най-красивата сграда, която сте виждали? Мнозина биха посочили постройка с декоративни орнаменти, с художествени детайли, внушителна в своя размер и визия. Така изглеждат много от красивите сгради в миналото – величествени катедрали и исторически забележителности, които биват запомнени както със своето значение, така и с архитектурата си. Но, оглеждайки се в настоящето, осъзнаваме, че сме заобиколени от еднообразни и скучни сгради, които по-скоро напомнят кутия, отколкото елемент, допълващ красотата на един град. Всичките впечатляващи постройки са стари. Защо строителството ни се е променило?

Ограниченият бюджет ограничава и креативността

Една от главните причини вече да не строим сгради с изразена архитектурна пластика са разходите. Орнаментите изискват умели майстори и по-скъпи материали, което често усложнява ограничения бюджет. Скъпите фасади се оказват финансово непрактичен разход, който архитектите се опитват да избегнат. Освен това отнемат повече време – нещо, което не можем да си позволим в забързаното ни ежедневие.

В днешно време основни приоритети за архитектите са функционалността и практичността. Поради тази причина „красотата“ на една сграда остава на по-заден план. Постройките вече се проектират така, че да се използва максимално пространството и енергийната ефективност, от което може да пострада дизайна. Освен това масовото производство и сглобяемите елементи насърчават еднакви, изчистени дизайни вместо сложна художествена изработка.

Модернизмът – основен виновник за липсата на орнаменти

Разходите обаче не са единствената причина за промяната на стила, в който строим. Втората е навлизането на модернизма. Движението, което се появява в началото на 20-ти век, насърчава изчистената визия, функционалността и отказа от орнаментика. Водещите архитекти Льо Корбюзие и Мис ван дер Роe популяризират идеята, че „по-малко е повече“.

Паралелно с това се заражда и принципът „формата следва функцията“. Според него дизайнът зависи от предназначението на сградата. Започват да се използват материали като стомана, стъкло и стоманобетон, които усложняват вграждането на детайли. Архитектите вече предпочитат геометрич-

ните форми пред декоративните елементи.

Къде изчезна културното богатство?

Глобализмът също играе ключова роля в промяната на сградите, които ни заобикалят. В миналото всеки град е показвал ясно отличими регионални архитектурни стилове, но масовото производство впоследствие уеднаквява постройките. Дори едни от най-отличителните градове като Ню Йорк, Токио, Шанхай и Дубай могат да бъдат объркани заради подобния градски пейзаж от стъклени небостъргачи и минималистични сгради.

Заради глобализма сградите, вдъхновени от местни традиции и стилове, биват заменени със „стандартни“ постройки, олицетворяващи модерния свят. По този начин градовете губят своята уникалност и културно богатство.

Стареем се максимално да не замърсяваме околната среда

Замърсяването на околната среда е проблем, който засяга множество сфери, включително и архитектурата. Обществото ни се стреми все повече към това да създава екологично чисти сгради, които намаляват енергийната консумация и екологичния си отпечатък. Това влияе както на материалите, които използват – като стъкло, стомана и бетон, защото издържат по-дълго, така и на строителните техники.

Това е и една от главните причини повечето модерни сгради да са стъклени – големите прозорци подобряват естественото осветление и намаляват енергийната консумация. Постройките се съобразяват и с местния климат, за да се намали

нуждата от отопление и охлаждане. Използват се и сглобяеми елементи, които намаляват замърсяването, ускоряват строителството, но и затрудняват добавянето на орнаменти. В резултат съвременните сгради често се фокусират върху опазването на околната среда, а не върху традиционните естетически украшения.

Липсват ли на обществото сградите с орнаменти?

Има хора, които намират красота в модерното строителство. Те се наслаждават на изчистената визия, откритите пространства и подредения стил, който е обзел градовете. За тях приоритет е функционалността на сградата, която модернизъмът успява да изпълни. От друга страна пазарът на имоти е напрегнат, а бързото строителство е ключово, за да се избегне криза с жилищата.

Но мнозина намират студенина в съвременните постройки. Според тях модерните сгради са скучни и лишени от душа и цел, която откриваме в традиционните конструкции. Те не въздействат по начина, по който успяват старите сгради. От изкуство, което разглежда града като платно, постройките са се превърнали в обикновени еднотипни тухлени блокове.

Анкета на компанията YouGov, целяща да установи дали обществото предпочита традиционни, или съвременни сгради, показва, че 77% от участниците, избирали дизайн от общо четири варианта, предпочитат традиционната архитектура пред съвременните стилове. Само 23% са избрали съвременни сгради. Това показва, че повечето хора копнеят за орнаментите и декорациите, които превръщат обикновената сграда в красиво допълнение към всеки един град.



Народният театър е една от най-красивите сгради на столицата

Според тях модернизмът кара сградите да изглеждат евтини и сиви, а естетиката им няма да издържи на променящите се с времето предпочитания на обществото.

Трябва ли да се сбогуваме с красивите сгради?

Нима ограниченият бюджет, съкратеното време и екологичните проблеми означават, че красивите сгради ще останат само част от миналото? Не съвсем. Въпреки че наблюдаваме опростени и минималистични конструкции в масовото строителство, някои архитекти намират начини да съчетаят красотата с практичността.

Те експериментират с модерни технологии и 3D принтиране, които позволяват създаването на сложни фасади на по-ниска цена и за по-малко време. Компютърното проектиране (CAD) и строително-информационното моделиране (BIM) помагат на архитектите да създават внушителни конструкции с минимално замърсяване на околната среда. А 3D принтирането и сглобяемите елементи помагат за изграждането на сложни форми и внедряването на уникални архитектурни елементи.

Някои архитекти пък възраздат постмодерните и неотрадиционните стилове, комбинирайки класически орнаменти със съвременни техники и материали.

Макар да е малко вероятно сградите с орнаменти отново да станат „модерни“, защото вече не са най-практичният избор, тези експерименти ни дават надежда, че красивите сгради няма да изчезнат. Хората търсят начини да внедрят креативността си и да постигнат баланс между функционалността, устойчивостта и визуалното въздействие. По този начин се създават практични за живеене и работа градове, което не е за сметка на тяхната естетика.

77%
от участниците в анкета на YouGov заявяват, че предпочитат традиционната архитектура пред съвременната



Градове като Ню Йорк, Токио и Шанхай губят индивидуалния си облик и си заприличват заради сходните модерни сгради със стъклени фасади

Бръснарят, който избира да посреща деня си с усмивка

Как едно момче, израснало сред война, превръща болката в сила и започва наново в България

Всеки път, когато отивам в бръснарницата в Княжево, виждам Аладин на вратата — с бяла риза, черен панталон и цигара в ръка. Това е неговата кратка пауза между двама клиенти. Стои неподвижно за миг, загледал към трамвайната линия, вдишва и издишва дима, преди отново да се върне вътре, да хване машинката за подстригване и да моделира коса така, както само той умее.

Обиколих много бръснари в София. Всеки с различен стил и характер. Попадах на аматьори и на изключителни професионалисти, но никъде не се задържах дълго. Липсваха ми специалното отношение, онези естествени, непринудени приятелски разговори, с които времето минава неусетно и не усещаш кога прическата е приключила. При Аладин намерих точно това. Той те посреща на прага с топла усмивка, кани те в ухаещата на афтершейв бръснарница, изслушва те внимателно каква прическа искаш и се старее да ти угоди. Междувременно те въвлеча в лек, приятен разговор, с който се отпускат и се чувстваш като стар приятел, а не като клиент.

Аладин е позитивен човек, но не бива да се заблуждаваме, че позитивността е липса на страдание. Тя е избор за реакция. Не е сляпа вяра, че светът е добър и всичко ще се нареди по чудо, а съзнателно решение да не се оставиш да те погълне мракът. Аладин намира сили да се усмихва, въпреки че работи неморно от сутрин до вечер, шест дни в седмицата, за да може да поддържа сам бизнеса си. Работи дори когато е със счупена ръка. Попитах го „Защо?“ Той вдигна рамене и отговори: „Няма кой да работи вместо мен. Аз ще се оправя.“ И се засмя, все едно разказва виц. Не се оплаква — напротив, приема всичко на шега, а ходи на кислородотерапия заради заболяване на белите дробове. Вярва, че „животът ще е приказка“, а е видял със собствените си очи лицето на войната в Сирия.

Може би, тази устойчивост в характера му не е случайна. Тя има корени, далеч преди да отвори своята бръснарница в Княжево — в мястото, където е израснал, в живота, който е живял като дете и тийнейджър.

Аладин е роден през 1999 година в България в семейство на сириец с туркменистански корени и българка. Живее до 2008 г. в столичния квартал Люлин. Един сутрешен ден, когато е на девет, баща му го буди с думите, че заминават „до село“. Но колата не поема към познатия

път — вместо това прекосява граници, часове наред, докато не стигат Алепо, Сирия. Там детството му придобива друга форма. Училищната система е сурова — за всеки грешен отговор или липса на отговор преподавателят бие учениците. Скоро решава, че няма смисъл да стои в класните стаи.

„Всяко дете има избор — дали ще работи, или ще учи. Аз избрах да работя.“

Така той постъпва в цеха за обувки на баща си. Едно правотъгълно място от 150 кв. м. Мирише на лепило и химикали, които пропиват всичко — дрехите, косата, дори дъха. Вярва, че именно тази среда е оставила белег върху тялото му — нисък ръст, слаба фигура, проблеми с белите дробове. Във фабриката Аладин научава всички етапи в производството на обувки — рязане на кожа, шиене, сглобяване на частите в едно цяло, пречистване.

Въпреки тежката работа, Аладин има мигове на детство. Сутрин се буди с нетърпение да излезе на улицата, да се срещне с връстниците си и да играе на стъклени топчета, футбол или на въже. Често се събират

в джамиите — там децата могат да прекарват цял ден, стига да не правят бели. „Детето може да прекара целия ден в джамията“, споделя той.

„В крайна сметка винаги имаше смърт.“

Войната в Сирия го бележи с травми, от които все още не може да се излекува. Първият ден на военните действия за него започват така: „Отидохме да вземем джонери и нещо сладко за семейството, за да се похвалим, че сме работили. Стигаме да вземем джонери от любимите ми и от уличката чухме как се отварят щори от страни и излизат хора с калашници. Това беше първият ден“.

На следващия ден хеликоптерите хвърлят писма, в които хората са призовани да напуснат страната. После идва хиперинфлацията. Цивилните стават мишени. Полицията и войската на Асад будят страх — човек може да бъде застрелян „за малко нещо“. Аладин вижда с очите си зверствата на полицаите — как бутат, чупят, тъпчат, рушат и си тръгват. И до днес има фобия от униформени.

Един ден, когато е на тринадесет, го канят да играе футболен мач с момчетата от квартала. И няма пречки — дори го пускат от работа. Но вътрешното му чувство го възпира. „Все едно нещо ме буташе да откажа, докато си представях колко хубаво ще си изкарам“, признава. Прибира се и съжалява за избора си за четиридесет минути, след които разбира, че бог го е спасил. След четиридесет



Аладин подстригва „случаен“ клиент

минути той чува взрив откъм училището, където се намира футболното игрище. Помисля си най-лошото и точно това и вижда. Хора носят телата на мъртвите му приятели върху входни врати вместо носилки. „Ако отидеш сега в Сирия, ще забележиш едно нещо — повечето сгради нямат врати. Това е, защото ги използваша като носилки за пострадалите и загиналите.“

За млякото по мустаците на котката

Войната в Сирия го научава да се съмнява във всичко, освен ако не се увери лично в истинността на информацията. Обоснова се така: „В един ветровит ден имам котка и купичка, пълна с мляко. Виждам, че котката има мляко по мустака. Мога ли да бъда сигурен, че котката е пила от млякото? Ами, ако се окаже, че вятърът е духнал и я е опръскал? Аз не съм го видял и не знам“.

Не вярва на медии, защото е виждал как журналисти предават фалшиви новини и съобщават, че ракета е убила терористи, скривайки телата на цивилни. Не вярва на управляващите, но не вярва и на съпротивата — помни как Армията на свободата принуждава братовчед му да се включи в редиците им, под заплаха, че иначе ще убият семейството му. Вярата му в Господ също е разклатена, защото не може да си обясни бездействието на Аллах.

Българите са много търпелива нация

След 2015 г. семейството му напуска Сирия окончателно, като не искат повече да се връщат там. Като бежанци първо живеят за няколко години в Турция, а след това се връщат обратно в България. Аладин започва от нулата срещу малка

заплата в Илиянци, но амбицията го води другаде. Открива бръснарството. За кратко усвоява занаята, усъвършенства уменията си и рискува — отваря собствена бръснарница в квартал, който не познава добре. Попитах го как е взел толкова лесно такова рисково решение, а той ми отвърна: „Колкото повече го мислиш, толкова повече се отказваш и си създаваш пречки“.

Днес е горд собственик на бизнес, който поддържа сам. Планира да го разрасне, да увеличи персонала и да го популяризира. Вярва, че в България има място за растеж и развитие и е сигурен, че ако нацията се „надигне“, страната ще стане едно от най-хубавите места за живот. „Хората искат свобода, искат хубав живот, но избират пътя, построен от друг. Защо? Защото ги е страх от отговорността.“

Защо Аладин успява?

Аладин не е обикновен човек. Той е борбен, вярва в себе си и се труди усилено. Не пие алкохол, не защото е мюсюлманин, а защото знае, че алкохолът води до мързел и заглушава проблемите, не ги решава. Дразни се на комплименти, предпочита градивна критика, защото тя гради характер. Мечтае да напише автобиография и някой ден да живее в Италия. Шегува се, че ще намери време и за да сбъдне детската си мечта — да стане машинен инженер в НАСА.

Животът му не е бил лесен. Войната, загубите, тежката работа — всичко това можеше да го сломи. Но Аладин избира да се бори и с усмивка да посреща всеки ден. Воден от амбицията си да оцелява. Това е неговият избор. И неговата приказка продължава.

Божидар Йорданов





Националите ни по волейбол
ще гонят същия успех
като на световното миналата година

Рокада на волейболния дом

Ще се промени ли столицата на волейбола след успеха на националния отбор на световното?

Спазвайки традицията от последните няколко десетилетия, Варна очаквано спечели правото да домакинства мачовете на волейболните ни национали. С ясна организация, готова спортна инфраструктура и подкрепа от Общинския съвет, който още през юли единодушно гласува средствата за провеждане на събитието. „Столицата на волейбола“ беше готова, залата – резервирана, хотелите – запазени, а публиката – нетърпелива да посрещне едни от най-добрите волейболисти на Европа.

Столица ли е „Столицата на волейбола“?

Съвсем не е ясно кой е измислил прекрасния образ за обичаната Варна – „Столица на волейбола“, но това не е толкова важно. Важното е да признаем, че това красиво сравнение няколко десетилетия наред съвсем заслужено добавяше още една „столичност“ на морската ни столица. Когато София е избрана за столица през 1879 г., населението на града няма и 12 хил. жители, които разполагат с едва две училища и десет хана. Видно е, че и тогава решението е било спорно, предвид че в същото време например Варна е имала двойно по-голямо население. Почти 150 години по-късно варненци имат нов повод да се чувстват ошетени.

Инфраструктурна надпревара

Защо Варна заслужава да е Столица на волейбола? За да се опитаме да отговорим на този въпрос, ще трябва да се върнем доста назад в миналото. Архитектурното бичу на края на Приморски парк е открито в далечната 1968 г. Сградата е толкова изящна, удобна и

функционална, че правителството на братска Нигерия пожелава и получава на бартерна основа на нейно копие, което и днес краси столицата Лагос. След реконструкцията през 2014–2015 г. дворецът разполага с малко над 5 100 места. Истината е, че в продължение на над 40 години, чак до 2011 г., Дворецът във Варна е най-модерното и най-голямото закрито спортно съоръжение в България. За сравнение, зала „Универсиада“ в София е завършена през 1961 г., разполага с 2 300 места. Двадесет години по-късно там женският отбор по волейбол на България става европейски шампион, надвивайки хегемона СССР. Зала „Фестивална“ в София е завършена през 1968 г., има над 2 000 места и през 1970 г. е домакин заедно със залите в Ямбол, Хасково и Кърджали на злощастното Световно първенство за мъже, където националите ни бяха на косъм от триумф.

Близкото минало и Арена София

С нарастването на интереса към волейбола у нас и с увеличените изисквания към организаторите на събития, през последните 20 години Варна безапелационно беше единствената възможна българска волейболна дестинация. Нещата в София се промениха с откриването на столичната Арена през 2011 г. Още в деня на откриването ѝ с волейболна среща между България и Сърбия, се разбра, че залата със своите 12 500 места дава чудесни възможности за спорт и ще бъде пълна при всеки заслужен интерес. Така беше и по време на двете мъжки волейболни олимпийски квалификации през 2012 г., както и по време на Европейското първенство за мъже през 2015 г.



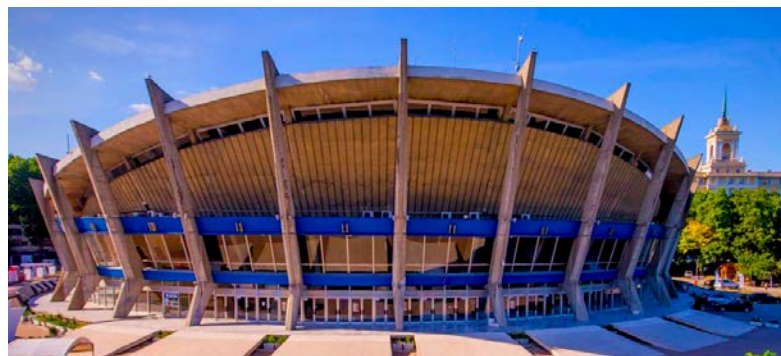
12500 места е капацитетът на софийската Арена

Европейското първенство през 2015 г. завърши един успешен цикъл за мъжкия ни национален отбор по волейбол. Започнал с Олимпиадата в Лондон, ознаменуван с няколко участия на полуфинали, а четворката на света беше постижима цел. Интересът към това събитие беше очакван. София беше посочена за домакин още при подаване на документите. Тогава софийската Арена беше подходящото място, залата се пълнеше, ехтеше и подкрепяше неистово отбора във всички мачове.

Когато кандидатствахме за домакинство при мъжете за Евроволей 23, отборът ни вече беше изпаднал от елита, борихме се за оставане в Лигата, интересът към отбора спадна драстично и Варна получи домакинството. Въпреки слабата игра на тима ни и на този шампионат, публиката безрезервно и при пълна зала стоеше зад състезателите. В София залата би изглеждала тъжно полупразна тогава, макар че броят на заетите места нямаше да е по-малък.



Арена София ще посрещне най-добрите волейболисти на Европа



Вече бившият дом на българския волейбол, Арена Варна, се оказва тесен за желаещите да подкрепят националите ни

Европейско първенство по волейбол 2026

Преди година кандидатствахме за организиране на Евроволей 2026. Изходните позиции на отбора ни бяха същите, както и през 2022–2023 година. Лошо представяне, място в ранглистата в края на втората осмица и в началото на третата. Успехите на подрастващите предвещаваха светло бъдеще, но целта беше Олимпиадата през 2028 г. За домакин беше посочена волейболната столица Варна. При очаквано класиране на Световното във Филипините в десетката, Дворецът отново щеше да е най-точното и най-подкрепящото за момчетата място. Но... играхме заслужено финал, показахме волейбол от най-висока класа и силен характер. Момчетата ни станаха любимци на волейболните запаленковци от цял свят. Бяха приети като национални герои обратно в България. Шум, голямо посрещане в центъра на София, засилен медиен интерес и безброй интервюта. Изведнъж всички заобичаха отново волейбола и поискаха да гледат мачовете.

Майките се втурнаха към волейболните училища да записват децата си. Фейсбук групата на Националния волейболен фенклуб за седмица порасна от 12 000 на 19 000 члена. Зароди се тревога за билети за предстоящото голямо събитие. Така се стигна до спорното решение домакинството да бъде преместено в Арена София.

В крайна сметка званието „Столица на волейбола“, дадено на Варна, не е пожизнено и абсолютно във време на конкуренция на градове, зали, удобства. Веднъж получено, то трябва да се отстоява с работа, а не с натякване за заслуги от отминали славни времена. Като прибавим и щастливите обстоятелства, които промениха драстично поведението на българската волейболна публика и на обществото ни към мъжкия ни тим, вярвам, че все пак решението за смяна на една великолепна зала с друга по-голяма и също толкова великолепна може да бъде от голям плюс за отбора ни и за волейбола у нас като цяло.

Даниел Лозев

Изгряващите млади таланти на българския спорт

Кои са имената, които се открииха през 2025 г. на международната спортна сцена?

Докато големите стадиони все по-често пустеят, а спортът у нас търси своето ново лице, едно младо поколение български спортисти вече пише своята история. Това са младите таланти на България — футболисти, лекоатлети, плувци, гимнастици и бойци. С труд и постоянство те пробиват както в родните първенства, така и на европейската и световната сцена, доказвайки, че българският спорт все още има бъдеще.



Алекс Божев



Александър Николов



Симона Иванова



Валентина Димитрова

Един от ярките примери за това ново поколение е Алекс Божев — млад български вратар, който още в тийнейджърска възраст пое по пътя на големия футбол. Роден в Пловдив и израснал в българските школи, Божев бързо се отличи с добра игра с крака и хладнокръвие. Талантът му не остана незабелязан и го изведе извън пределите на България, където той продължи развитието си в Чехия, като подписа със Славию Прага — клуб с традиции в налагането на млади играчи. Въпреки крехката си възраст, Алекс вече има опит в мъжкия футбол, участия в елитното първенство у нас и мачове с националните младежки формации на България. Той е пример за модерния тип вратар — такъв, който не просто пази вратата, а участва активно в изграждането на играта. В годишния скаутски доклад на CIES Football Observatory за 2025 г. Божев зае 11-о място сред вратарите по показател "най-добро разиграване на топката и игра с къси подавания". Той е единственият българин, попаднал в топ 20 в някоя от категориите от общо 2437 футболисти до 21 години в проучваните 65 първенства.

Друго обещаващо име от новото поколение български футболисти е на родения през 2008 г. Стивън Жерард Гаоте. Нападателят, чиято майка е българка, вече привлича внимание в Европа с развитието си на терена и впечатляващи технически качества. Той започва футболната си кариера още като дете в академията на Левски София, където бързо се откроява с голмайсторски инстинкт и динамика в атака. В сезон 2021/22 той записва 35 гола в 38 мача на юношеско ниво. През лятото на 2024 г. Стивън Гаоте направи важна крачка в своята кариера, подписвайки първия си професионален договор с френския ели-

тен клуб Рен. През сезон 2025/26 Стивън продължава прогреса си във френската академия — той вече е част от състава на Рен U19, където през ноември отбеляза първия си гол за отбора. Футболистът е известен не само с продуктивността си, но и с факта, че често играе с отбори, две години над собствената си възрастова категория.

Волейболна световна класа

Във волейболния спорт се открояват имената на Александър и Симеон Николови, синове на дългогодишния български национал по волейбол Владимир Николов и съпругата му Мая, която е треньорка по волейбол. Братята са таланти, които вече доказваха, че притежават истинска световна класа. За развитието им помага факта, че още на много млада възраст те започват да играят в едни от най-силните първенства, където стават ключови фигури за отборите си. Те успяха да спечелят второ място на световното първенство по волейбол, където Алекс Николов беше обявен за най-добър "диagonal", отбелязвайки общо 173 точки. Мони Николов пък се доказа като един от най-добрите в света на позицията "разпределител". Креативността на Симеон беше ключова за голям брой от точките на Алекс.

Иван Иванов и Александър Василев са имената, които върнаха българското присъствие на елитната сцена в световния тенис. Двамата достигнаха до финал на „Уимбълдън“ при юношите. Двамата вече имат зад гърба си титли и силни класирания в турнирите от ITF Junior Tour, както и редовни участия в най-големите международни надпревари.

С много сериозни постижения са и младите български плувци, които спечелиха три златни и един бронзов медал в послед-

23.2

години беше средната възраст на националите ни по волейбол на световното във Филипините, което ги направи най-младият състав на първенството. Това не им попречи да си тръгнат със сребърните медали.

ните сесии на Международните турнири по плуване за юноши и девойки "Мултинейшън" в Лимасол и Любляна. Симона Иванова и Дарен Кирилов спечелиха отличия от надпреварата в старшата възраст в Кипър. Иванова триумфира на 400 метра

свободен стил при девойките с време 4:22.08 мин. Дарен Кирилов победи в старта на 50 метра гръб при юношите с резултат 26.58 сек., а Ивайло Пирински беше над всички в състезанието на 200 метра свободен стил. Пирински завърши за 1:56.24 мин. Така плувците ни завършиха с четири златни, един сребърен и шест бронзови медали от две силни първенства при юношите.

Надежда за бъдеще във Формула 1

Сред спортистите с обещаващо бъдеще се откроява и Никола Цолов, който е един от най-добрите млади пилоти в света. Българският пилот спечели титлата в испанската Формула 4 в първия си сезон и го направи по впечатляващ начин, печелейки 13 старта от общо 21. Той събра 400 точки, което е нов рекорд за един сезон, през който той постигна рекордни осем поредни победи, 15 полпозишъна (изравнява рекорда) и 17 най-бързи обиколки. Във Формула 3 Цолов има пет

победи, което е най-много от всеки друг пилот в модерната история на шампионата (след 2019 г.), включително победа на легендарната писта в Монако. Пилотът направи своя дебют във Формула 2, в последните два кръга и успя да запише подиум в последното състезание за сезона.

Сред най-новите надежди на българския зимен спорт изпъкват младите биатлонисти, които вече печелят признания на международни сцени. Едно от най-обещаващите имена сред тях е на Валентина Димитрова, която се превърна в сензация на Европейското първенство по биатлон за юноши и девойки в германския зимен център Алтенберг. Там тя завоюва златен медал в индивидуалната дисциплина на 12.5 км. Друг млад талант, който вече остави следа в историята на родния зимен спорт, е Благой Тодев. На Световното първенство за младежи в САЩ той спечели сребърен медал в преследването на 12.5 км, доказвайки, че има потенциал да се състезава в топ категорията на биатлона. Не трябва да подминаваме и Лора Христова — име, което в последните сезони се чу и на състезанията по летен биатлон, където стана шампионка.

Броят на младите таланти, които, представяйки България, доказваха успешно себе си на спортните терени по света през 2025 г., са ясен знак, че спорта у нас има стабилна основа. Въпреки предизвикателствата, пред които са изправени — ограничени ресурси и силна международна конкуренция, тези млади спортисти показват изключителна мотивация, дисциплина, талант — и най-вече, че освен минало и настояще, българският спорт има своето бъдеще.



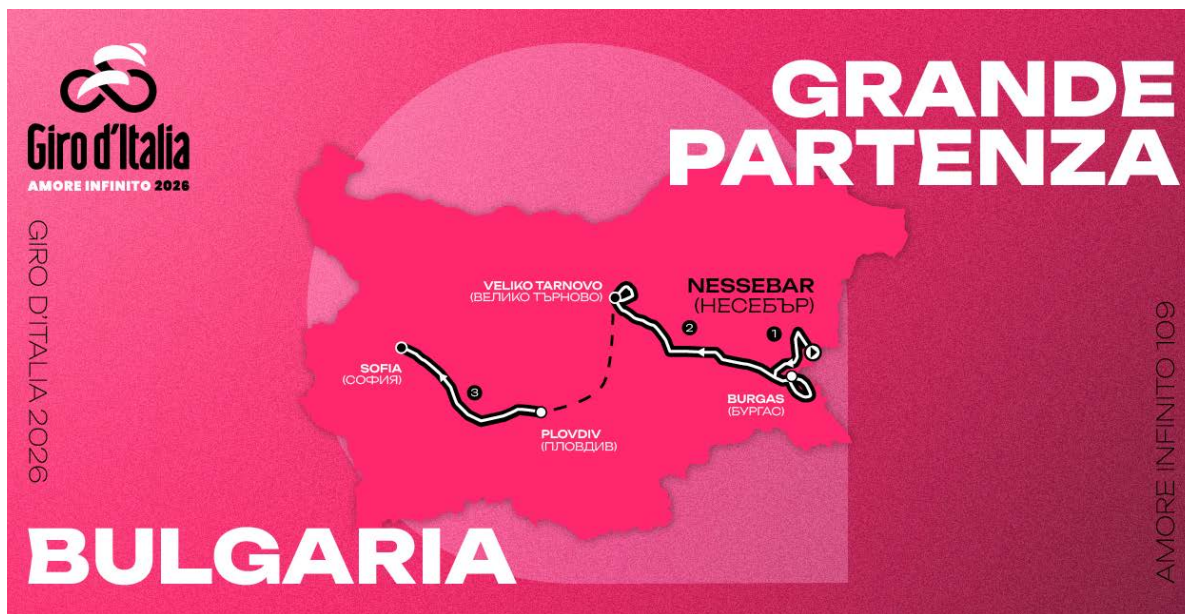
След като постави поредица от рекорди във Формула 3, Никола Цолов завърши второто си състезание във Формула 2 на подиума

Александър Червенков

Джиро д'Италия 2026 идва в България

История и значимост на емблематичното състезание

"Джиро д'Италия" е едно от най-престижните и емблематични състезания в света на колоезденето. То е ежегодно многоетапно колоездачно състезание, което преминава през различни региони на Италия и често включва стартове в други европейски държави. Заедно с „Тур дьо Франс“ и „Вуелта а Еспaña“ то формира т.нар. големи обиколките най-значими и трудни състезания в професионалния колоездачен календар.



Маршрутът през България

Основано през 1909 г., Джирото е не просто спорт, а традиция, символ на издръжливост и престиж. Всяка година милиони зрители по света следят пелотона, който прекосява планини, равнини и градове в битка за най-ценната розова фланелка - Maglia Rosa, отличаваща лидера в генералното класиране.

През 2026 г. обаче Джиро д'Италия ще започне по начин, който пренаписва географията на състезанието: за първи път началните етапи ще се проведат в България - събитие, което поставя страната ни в центъра на световното внимание.

Първи етап: Несебър- Бургас

Първата сцена е Несебър-град, обикновено свързан с лято, море и туристи, но през тази пролет той ще бъде стартова зона за едно от най-престижните състезания в света. На 8 май 2026 г. улиците ще бъдат обезопасени, а местните власти и доброволци ще координират логистиката, включваща десетки екипи, техника и контрол на движението.

Първият етап, завършващ в Бургас, е сравнително равен и подходящ за спринтьори, но вятърът по Черноморието може да създаде непредвидими ситуации и да промени стратегията на състезателите. Международните телевизионни екипи вече подготвят въздушни кадри, които ще покажат брега, новите пътища и историческите забележителности – уникална реклама за България.

Втори етап: Бургас- Велико Търново

Вторият етап, от Бургас до Велико Търново, ще предложи напълно различна емоция. Маршрутът е по-дълъг и хълмист, с първите сериозни изкач-

вания, които могат да очертаят лидерите още в ранните дни на състезанието. Велико Търново, със своята архитектура и гледки към Янтра, ще бъде зрелищен финал на този етап. Организаторите подчертават, че това е един от най-живописните и интересни финали, провеждани извън Италия.

Очаква се десетки хиляди зрители да изпълнят площадите, а градът подготвя богата културна и развлекателна програма, която ще съчетае спорта и историята.

Трети етап: Пловдив- София

Третиият български етап - от Пловдив до София - ще бъде кулминацията на присъствието на Джирото у нас. Пловдив, с хилядолетната си история и съвременен дух, ще изпрати пелотона по маршрут, комбиниращ равни участъци и ключови изкачвания, които ще поддържат състезателното напрежение.

София е избрана за финал заради своята инфраструктура

и възможностите за впечатляващи телевизионни кадри. Финалът ще премине по централните булеварди, така че хиляди жители и гости на столицата да наблюдават събитието отблизо.

Организацията включва стоици превозни средства, мотори, технически камиони, международни медийни екипи и отборни автомобили- демонстрация на сериозния организационен капацитет на страната.

Значение на България и ефект върху икономиката и туризма

Изборът на България за старт не е случаен. Според организаторите страната предлага комбинация от разнообразен терен, модерна инфраструктура и отлична логистична достъпност. В рамките на няколкокостотин километра могат да се покажат море, равнини, хълмове и градски пейзажи - нещо, което малко държави могат да осигурят за три последователни дни.

Подготовката вече оказва осезаемо влияние- ремонтират

се пътища, изграждат се нови велоалеи и паркинги, поставят се информационни табели и се оформят зрителски зони.

Хотели, ресторанти и местни бизнеси очакват увеличен поток от туристи, а общините подготвят съпътстващи събития, фестивали и спортни инициативи. Туристическите организации отчитат растящ интерес от чужбина и прогнозираят сериозно увеличение на посетителите, включително от страни, които досега рядко са избирали региона.

Присъствието на международни отбори ще даде възможност за обмен на знания и опит между професионалисти и местни клубове. Младите таланти ще могат да наблюдават световни състезатели отблизо, да научат нови тренировъчни методи и да се вдъхновят за спортна кариера. Това е шанс за нов тласък на българското колоездено- повече млади състезатели, по-видими клубове и нови инвестиции в спортната инфраструктура. Федерацията

вече планира програми за развитие на млади таланти в градовете домакини.

Международен опит и бъдещи ползи

Джиро д'Италия не за първи път излиза извън Италия. Предишни стартове са се провеждали в Будапеща, Ница и Люксембург, като всяко от тези домакинства е донесло значителен медийен и туристически ефект.

В Будапеща например туристическият поток след старта се е увеличил с над 20%, а местните хотели и ресторанти са отчели рекордни приходи. Подобни резултати се наблюдават и в Ница и Люксембург, където градовете използват международната видимост, за да промотират културата и инфраструктурата си.

България на световната карта на спорта

Джиро д'Италия в България е повече от просто три етапа. Това е международно признание, жест на доверие и възможност страната да демонстрира своята готовност да бъде домакин на световни събития.

Всяка камера, публикация и онлайн платформа ще покажат България на аудитория от над 200 държави, а ефектите ще се усещат години след състезанието.

За участниците трите етапа у нас са първите изпитания, които ще оформят стратегията за цялото състезание. За България обаче това е исторически шанс-момент, в който страната ни се вписва в картата на големите спортни домакинства.

Социален и културен ефект от домакинството

Освен икономическите ползи, домакинството на Джиро д'Италия ще има и важен социален и културен ефект. В дните около състезанието училища и спортни клубове ще организират детски велошествия и образователни инициативи, насочени към здравословния начин на живот и опазването на природата.

Очаква се събитието да засили интереса към колоезденето като устойчив транспорт и да стимулира развитието на градски велоалеи и зелени политики в големите градове.

И независимо кой ще облече първата розова фланелка, България вече е част от историята на Джиро д'Италия. Така тя ще докаже, че може да бъде надежден домакин на събития от световен мащаб.



108-то издание на Джиро Д-Италия, което се проведе миналата година, беше спечелено от британеца Саймън Йейтс

От Корея до България: как кей-попът стигна до нас

Фенове откриват жанра чрез интернет и чрез по-нишови събития, свързани с азиатската култура

В един момент светът започна да слуша музика на език, който повечето не разбират – и въпреки това усещат. Кей-попът излезе от границите на Южна Корея, без да търси одобрението на традиционните музикални пазари. Чрез социалните мрежи и видео платформите той намери път към млади хора от различни държави, включително и България.

Зад това разпространение стои жанр с ясно разпознаваемо, но трудно определимо звучене. Кей-поп е модерна форма на южнокорейската поп музика, която свободно смесва различни стилове – поп, рок, хип-хоп, R&B, джаз, латино, фолк музика и др.

Основите на съвременния кей-поп са поставени в началото на 90-те години с групата Seo Taiji and Boys. Те променят правилата, като смесват корейски текстове със западни музикални стилове, силно сценично присъствие и хореография – модел, който днес е в основата на кей-поп индустрията.

След разпадането им южнокорейската музикална сцена бързо се реструктурира. В края на 90-те и началото на 2000-те се появяват големите развлекателни агенции SM, YG и JYP, както и Big Hit Entertainment, които управляват кей-поп сензациите BTS.

Под ръководството на главния изпълнителен директор на SM Entertainment, Лий Су-ман, се появяват първите масово популярни идол групи.

След 2005 г. на сцената се появяват формации, които още от самото начало са ориентирани не само към корейския, но и към международния пазар. Същевременно технологиите променят начина, по който музиката достига до хората – платформи като YouTube дават възможност на феновете по целия свят лесно да откриват нови групи.

Наблизване в България

Именно така корейската попмузика достига и до България в началото на 2010-те години. Първите фенове откриват жанра чрез интернет и чрез по-нишови събития, свързани с азиатската култура. По спомени на участници от тогавашната сцена, още около 2010 г. инициативи на Корейското посолство и независими културни мероприятия събират малка, но плътна общност с интерес към корейската музика.

През 2011 г. е създадена Facebook групата „Изгревът и разцветът на



Горе и вляво:
Танцова
формация
"Софистик
Живо"



С развитието на танцовите формации започват да се появяват и първите школи, специализирани в кей-попа.



Азия у нас“, която събира кей-поп фенове от цяла България. Същата година е организирана и първата официална среща между тях. Паралелно с това, чрез косплей събития все повече българи започват да се сблъскват с кей-поп културата. Именно в този период за първи път се очертава и разделението между професионални и аматьорски формации.

Първата професионална танцова кавър група, която се появява в България, е Masters of Disasters. През 2016 г. те участват в „България търси талант“ с впечатляваща хореография по песента „Bang Bang Bang“ на Big Bang. Освен това групата взема участие и на различни фестивали, сред които „Go to Korea“ и „AniPlay“.

През 2014 г. се формира и мъжката кей-поп кавър формация Toxic, която дебютира на сцена през 2016 г. по време на Aniventure Comic Con. Две години по-късно групата печели регионалния кръг на K-Pop World Festival 2018, което ѝ осигурява участие на финала в Южна Корея.

Паралелно с развитието на танцовите формации започват да се появяват и първите школи, специализирани в кей-попа. Макар и все още малобройни, те предоставят по-структурирана среда за репетиции и обучение. През 2017 г. в Русе е основана и първата танцова школа в България, посветена изцяло на кей-поп културата – „Brave Dance Studio“.

Българските кей-поп групи

През втората половина на 2010-те години корейската поп музика започва да се развива все по-осезаемо. Наред с Toxic се появяват и други формации – първоначално основно в София, а впоследствие и в други градове на страната. Групи като Countdown, Cypher, K-Force Nation, Noir Blanc, Venom, YAG и 2[3] започват активно да участват в конкурси и фестивали.

През 2019 г. София става домакин на националния предварителен кръг на „K-Pop World Festival“, където танцовият отбор Cypher

печели първа награда в танцовата категория.

В този период се утвърждават и други групи – формацията S.KILLs, събрала се няколко години по-рано, прави своя сценичен дебют през 2021 г. по време на AniFest, а още през следващата година печели пет призови места в различни състезания. През 2022 г. групата 2[3] също представя България в Южна Корея по време на събитието „Go to Korea“, където е отличена с награда в своята категория.

Паралелно с успехите на отделните групи, на местно ниво започват да се оформят и първите специализирани конкурси, посветени изцяло на кей-поп културата. През юли 2023 г. Посолството на Република Корея в България, в партньорство с медията The Seoul Shinmun, организира за първи път „K-pop Cover Dance Festival“. В рамките на събитието петнадесетте най-добри български кей-поп групи се състезават пред смесено корейско и българско жури, а победителите получават възможност да представят страната на финалите в Сеул.

Макар танцовата сцена да се развива сравнително рано, първият официален концерт на южнокорейски изпълнители в България се случва едва през 2018 г. На 13 март в София групата HALO изнася първия кей-поп лайв концерт у нас. За много фенове събитието идва неочаквано – част от тях научават за групата едва при обявяването на концерта, а според блогър, отразил събитието, дотогава подобен концерт е изглеждал почти немислим за българската сцена. Година по-късно, през ноември 2019 г., в София гостува корейското трио M.O.N.T, което изнася концерт в Music Jam Club. Първоначално е анонсирано участие на групата Lucente, но след отмяната му събитието е заменено именно от концерта на M.O.N.T.

През 2024 г. българската публика посреща и надигащата се кей-поп група TRENDZ, която включва София в турнето си „New Dayz“. Успоредно с концертната дейност, косплей събитията като AniFest, AnimeS и Aniventure включват кей-поп състезания, а национални танцови шампионати като Elite Dance Championship добавят категории, посветени на жанра.

Всички тези процеси – от ранните събирания през 2011 г. до мащабните конкурси през 2023-2025 г. – ясно очертават нарастващата популярност на кей-поп културата в България.

Симеон Коен

