

Югозападен университет „Неофит Рилски“  
Факултет по изкуствата  
Катедра „Телевизионно, театрално и киноизкуство“

Автореферат  
на  
дисертационен труд:

ТРАНСМЕДИЕН ПРОЕКТ:  
ЕТАПИ, ФИНАНСИРАНЕ,  
УПРАВЛЕНИЕ

представен за присъждане  
на образователна и научна степен „Доктор“  
по професионално направление  
8.4 „Театрално и филмово изкуство“

**Докторант: Иво Николов**  
**Научен ръководител: проф. д-р Цветан Недков**

Благоевград 2021

## **СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА**

- I. Обща характеристика на дисертационния труд (3)
  - 1. Обект и предмет на изследването (4)
  - 2. Актуалност на темата (4)
  - 3. Изследователска теза (5)
  - 4. Цел и задачи на дисертационния труд (6)
  - 5. Методология на изследването (6)
  - 6. Използвани източници (7)
  - 7. Структура на изследването (8)
  - 8. Резултати от изследването (46)
  - 9. Ограничения на изследването и бъдещи насоки (49)
  - 10. Приложимост на резултатите от изследването в практиката (49)
  
- II. Справка за научните приноси в дисертационния труд (50)
  
- III. Списък с публикациите (56)
  
- IV. Източници (57)
  
- V. Декларация за авторство (61)

## I. Обща характеристика на дисертационния труд

Филмовата индустрия бе изправена пред различни предизвикателства в началото на новото хилядолетие, като част от човешката цивилизация. През първите години на 21 век се заговори за налагането на нов вид развлекателна стратегия - трансмедийната, която американски анализатори описваха като „следващото голямо нещо“ или „последното голямо нещо“<sup>1</sup> в рекламата и киното. Големите холивудски студиа започнаха все по-често да залагат на подобни проекти, формирайки грешна представа за него. За масовото съзнание подобни проекти са синоним на огромни бюджети и слаби сюжети, което категорично води до отрицателен отговор за финанси и подкрепа. В България тепърва се разгръщат теоретични разработки по темата „трансмедийен проект, а практични са в зародиш. Към момента няма много подготвени филмови продуценти, които да работят в тази посока в България. Но пък са налице множество силни студиа за разработка на видеоигри, както собственост на българи, така и представители на чужди брандове. Техните екипи вече представиха на световния

---

<sup>1</sup> Henry Jenkins. *Seven myths about transmedia storytelling debunked*. 08.04.2011. Fastcompany.com

пазар достатъчно качествени проекти - в края на 2020 г. на пазара излезе „Троя“, привличайки интереса на специализираните издания и на запалените играчи. От друга страна стриминг гиганти като Netflix и Disney Plus ще търсят все по-усилено интересни местни сюжети, защото с началото на 2021 г. те са длъжни да предлагат европейско съдържание в ЕС, поради влезли в сила разпоредби за минимум 30% производство на Стария континент.

### 1. Обект и предмет на изследването.

**Обект на настоящото изследване** е трансмедийния проект.

**Предмет на проучването** са етапите, финансирането и управлението на това ново културно явление, пряко засягащо филмовата индустрия по света и у нас.

### 2. Актуалност на темата

Темата за трансмедийните проекти и начин на разказване помага за вглеждане в съвременната развлекателна индустрия чрез едно от най-съвременните културни явления, чието развитие в практическа и теоретична насока вървят почти паралелно. Заради граничния му характер подчинените на правилата му проекти обхващат множество медийни канали и науки. В

същото време темата е актуална поради продължаващото развитие на технологиите, които в сътрудничество с човешкото вдъхновение, подсказват нови формули и възможности за създаване на трансмедийни проекти, прийоми за привличане вниманието на потребителите, сбъждане на мечти.

### 3. Изследователска теза

**Исходната хипотеза** на това изследване е: Трансмедийните проекти са качествено ново и специфично културно явление на съвременната развлекателна индустрия, което навлиза в ежедневието на зрителите, превръщайки ги в активни потребители не само на изкуство ими масова култура, но най-вече на медийни продукти. Този процес не е временен, не е мода и вероятно ще продължи да еволюира чрез въвеждането на различни пазарни стратегии, включването на всякакви медии и форми на комуникация. Формирането на специфична активна/търсеца публика и съвременните изисквания за интерактивна комуникация ще доведат до обучението на различни продуценти и сценаристи, режисьори и други специалисти, и професионалисти. Като всяко действие, то има и своите отрицателни страни – отразява се пагубно върху ниши и жанрове, фрагментира публиката в бъдеще поради

наличието на много на брой големи Вселени с развиваните в тях сюжетни линии и медийни канали.

#### 4. Цел и задачи на дисертационния труд

**Целта на настоящия дисертационен труд** е да изследва и очертае характеристиките на културното явление „трансмедияен проект“, като предостави достатъчно обективни доводи за скритите възможности и/или надценените изисквания при реализирането му.

**Задачите на настоящото проучване са:**

- Теоретични основи – термини, определения
- Историческо проучване
- Емпиричен анализ на реализирани стратегии и проекти
- Перспективи за бъдещо развитие на явлението

#### 5. Методология на изследването.

**Методологията за реализирането на настоящия труд** е обвързана с интердисциплинарния подход поради обективни причини от теоретично и практическо естество – засегнатото културно явление е ново и гранично.

**Основният научно-изследователски инструментариум** на изследването ще обхваща проучване,

сравнителен анализ и синтезиране на специализирана научна и професионална литература, публикации и източници от сферата на: киноиндустрия, съвременни технологии, литература, социология, изкуствознание, управление, финанси. В неразделна част от изследователския процес се превърнаха сериозен списък от филми, книги, комикси, видеоигри, сайтове, реклами.

#### 6. Използвани източници.

За изчерпателното разглеждане на явлението „трансмедиялен проект“ са изследвани, представени и анализирани:

- основни за темата на изследването научни трудове – книги, статии, анализи, проекти, сборници, медийни канали.

- действащи официални страници в Интернет на книги, филми, сериали, писатели, режисьори, сценаристи, продуценти.

- запознаване с материали от различни медийни канали – художествени книги, сериали, игрални филми, късометражни проекти на почитатели в Интернет.

#### 7. Структура на изследването.

Дисертационният труд е разработен в общо обем от 201 страници. Структуриран е в увод, изложение в две глави

и заключение. Първата глава има две подточки, докато втората е с девет. Включени са 20 изображения и таблици. Библиографската справка е от общо 119 източника, от които 36 заглавия са на български и 83 са на английски език.

Уводът представя обекта и предмета на дисертационния труд, като е показана актуалността на изследваното явление. Описани са конкретните цели и задачи, представена е избраната методологията, заложена е началната хипотеза.

**Първата глава** е посветена на теоретичното изясняване на явлението „трансмедия“ и „трансмедийна история“, „трансмедийен проект“. За това са използвани теоретичните достижения на Хенри Дженкинс, който се явява пионер в теоретичното изясняване, описване и разработване на културното явление. Под понятието **„трансмедийен разказ“** той разбира **„процес, при който съставните елементи на произведението са разпръснати систематично в множество комуникационни канали с цел създаване на единно и координирано забавление. В идеалния случай, всеки медийен канал дава своя уникален принос за разгръщането на историята“**. Поради привлекателността и появилата се мода много фирми и рекламни стратегии започнаха да описват своята работа като трансмедийна, доказвайки, че не



разбират естеството на културното явление. Поради тази причина Хенри Дженкинс описа следните митове:

- *Първият мит е свързан с разбирането, че трансмедийният разказ се отнася до всяка стратегия, включваща представяне на сюжета в повече от една медийна платформа.* Множество примери демонстрират способността на една история да се възпроизвежда в канали като адаптирането на книга или комикс за филм, игра или сериал. Но това не превръща този проект автоматично в трансмедийен поради факта, че в него историята не е разпределена самостоятелно в множество медийни платформи и не се използват оптимално всичките им предимства.
- *Вторият мит свързва трансмедията като основна стратегия за промоции.* Това объркване на културното явление произлиза от факта, че едни от първите експерименти в областта бяха обвързани финансово с маркетингови бюджети. Трансмедията е тясно свързана с рекламната индустрия в

частта за „ангажираност на аудиторията“ и понякога използва „разпространяващи се“ медийни стратегии. Но и самият Дженкинс подчертава, че най-добрата трансмедия е се води от творческия импулс основно - тя позволява на талантливите разказвачи да разширяват хоризонтите и да ги споделят с най-отдадените си почитатели.

- *Знак за равенство между трансмедия и електронни игри - истина е, че електронните игри дават огромни възможности за една трансмедийна история. Възходът на електронните игри с алтернативна реалност или ARG в комбинация със средствата за масова комуникация провокираха мита за знак за равенство. Трансмедийните вселени комбинират културни атрактори, които мотивират привлечената аудитория, с културни активатори, които дават на същата аудитория нещо за правене. Електронните игри изпълняват тази функция, но не я изчерпват и не могат да предоставят на потребителите позитивните страни на останалите канали.*

- *Четвъртият мит е свързан с разбирането, че трансмедийните проекти не са качествени и са основно за мъже между 18-27 години. Наистина огромна част от проектите са свързани с франчайзи на научна фантастика, ужаси и фентъзи. Тези жанрове улесняват създаването на богата Вселена, но не изчерпват културното явление. Самата реалност след 2011 г. опроверга това твърдение, привличайки почитатели от различни полове и възрасти. Появата на истории като „Сексът и градът“ подкрепят оборването на това схващане.*
- *Петият мит е свързан директно с финансите – трансмедийният проект изисква огромен бюджет. Той произлиза от свързването на съдържанието на тези проекти с блокбъстър и впечатляващи сериали. Примери като „Проектът Вещицата от Блеър“ и „Паранормална активност“ доказват грешните изводи и демонстрират прецизното разработване на подходящи за конкретното*

произведение медии според жанр, аудитория и бюджет.

- *Шестото погрешно разбиране за трансмедийната история е свързана с другата крайност – целият развлекателен бранш трябва да бъде подчинен на тази стратегия.* Боготворенето на трансмедията не помага за нейното обективно развитие и отразяване. Реалността показва, че много истории могат да се разкажат в един филм, мини-сериал или сезон, без да е необходимо да се разтяга излишно действието. Заглавия като „Истински детективи“, „Чернобил“, „Нощен мениджър“ са създадени с огромно майсторство и спечелиха огромно внимание от страна на публика и критика. Трансмедията е силна там, където има богата и интересна Вселена, голяма палитра от персонажи, привлекателна история и митология, които трудно могат да бъдат сбити в малко серии. Трансмедията е творческа възможност, но никога не трябва да бъде използвана като мантра за всяка идея.

- *Последният мит е свързан с факта, че това културно явление е временно.* Първият пример за трансмедия в киноиндустрията може да се открие през 1955г., когато Дисни пускат свое телевизионно шоу. 1978 г. Боба Фет от „Междувездни войни“ показва пътя как второстепенен персонаж може да стане основен за друга медия. 1979 г. се развиват манга в Япония и съответните същества като Годзила. Средата на 90-те години е времето за Покемон. 1999 пък се появява „Матрицата“. Новият век ражда термина „трансмедия“ чрез разработките на Дженкинс през 2003 г. През 2004 г. се появява сериалът „Изгубени“, а 2006 по неговите стъпки тръгва сериалът „Герои“. Тяхното място обаче заеха нови заглавия като „Игра на тронове“, „Остри козирки“ и „Ходещите мъртви“, които се превърнаха в трансмедийни модели от следващо поколение с неизползвани до момента стратегии за привличане и поддържане на ангажираността на публиката. Всичко отново обаче опира до историята и нейното качество. Ако тя не е силна и не завладява, то никакво разширение на света не

може да поправи това. Дженкинс цитира холивудски сценарист<sup>2</sup> през 2006 г., според който в началото на кариерата му е трябвало да представи кратко добра история, защото без нея няма как да има филм. След това акцентът е преминал върху персонажите, защото добре развит такъв може да поддържа множество продължения. Вече желанието е да се представят светове, защото подобна идея може да поддържа множество персонажи и множество истории в различни медии.

В тази част на дисертационния труд е представено официалното определение на „трансмедияен проект“, направено от Американската гилдия на продуцентите - *„състои от три (или повече) сюжетни линии, съществуващи в рамките на една и съща измислена вселена на някои от следните платформи: филми, телевизия, късометражен филм, лента, книга, комикс, анимация, мобилни устройства, специални места, DVD/Blu-ray/CD-ROM, наративни търговски или маркетингови проекти, както и на други технологии,*

---

<sup>2</sup>Leo Rayman, Leo. *“Transmedia Narratives: Fact or Fiction?”*. 28.01.2010. Slideshare.com

*които могат или не могат да съществуват в момента. Тези повествователни разширения не могат да бъдат една история от една платформа, която е преработена за други.“*<sup>3</sup> С него културното явление получава своето официално признание във филмовата общност.

За качествено и обективно разграничаване на различните процеси са представени и близките по значение термини като кросмедия и мултимедия, чието използване като синоними е подвеждащо. Терминът „кросмедия“ подсказва за адаптирано съдържание, което позволява да бъде разпространено чрез различни медийни канали. Причина за появата на това явление е свързано с информационния бизнес, технологичната революция и появата на нови платформи, формати и модели за разпространение. Целта на тези проекти и да достигнат до много повече крайни потребители чрез любимите им канали, предлагайки общ или много сходен продукт. В същото време този подход гарантира снижаване на производствените разходи и увеличава печалбата. Желанието води след себе си до изграждане на лоялност към собствената марка. Такова съдържание изисква съответната подготовка на екипа. Специалисти маркират няколко вида кросмедия, като при първия едно и също

---

<sup>3</sup> Producers Guild of America. *Code of Credits*. 2010.

съдържание се представя на различни платформи. То е съобразено със спецификите им и тук могат например да влезнат влизат всички филмови адаптации по литературни творби като „Гордост и предразсъдици“, „Ромео и Жулиета“, „ТО“. „Консумирането“ на двата вида може да подобри разбирането на сюжета в определен детайл, но и филмът, и книгата разказват едно и също.

Вторият вариант на кросмедията е създадено основно съдържание и то е предназначено за една медия. Допълнително обаче са налице елементи от него, които са в пряка връзка и се разпространяват по други канали. Традиционен пример за това са филмовите трейлъри, които могат да бъдат видени не само по кинозалоните. От тях не може да стане ясно какво е цялото съдържание на филма (ако е добре направен трейлърът), но пък действия притегателно за публиката да отдели необходимото време.

Последните два варианта на кросмедията са сложни за изграждане и управление, защото предполагат съществена предварителна подготовка. Единият се отнася до създаване на съдържание в различни медии и свързването му чрез линкове. Всяка отделна част от пъзела не е достатъчна, за да се добие пълна картина за информацията. Другият, четвъртият вариант, пък предполага наличие на съдържание в различни медии и провокира потребителите да го допълват.



В България кросмедията вече присъства в аудиовизуалното поле и медиите. За общия резултат не трябва да се подценява включването на хумористичното „Бай Брадър“ като част от „Господари на ефира“, защото някои лафове на актьори се превръщаха бързо в често използвани съчетания от хора в социалните мрежи и на живо. По този начин бе постигната търсената висока постоянна ангажираност на публиката да следи случващото се.<sup>4</sup>

Подобен прием използва редакцията на „24 часа“, за да гарантира запазване на публиката си. Първоначално към хартиения вестник бяха прибавени онлайн и мобилен вариант, които даваха информация какво може да бъде открито. Обективни нужди провокираха преобразуването на двата нови варианта в напълно самостоятелни като медия пътя за набавяне на цялата информация за съответния ден. Към вече познатите бяха прибавени и фейсбук, вайбър, твитър. Така вече сайтовете дават новините по часове, а вестникът ги обобщава. Публикуваните на хартия анализи се връщат обратно онлайн и се представят като обзор на

---

<sup>4</sup> Маргарита Пешева и Колектив. *„Думите на медийния преход“*. 2010. ИК „Фабер“. Стр. 58.

темата и нейно развитие. Ето защо през 2019 г. редакцията вече можа да се похвали с над 10 цифрови канала.<sup>5</sup>

Като синоним на културното явление „трансмедия“ може да бъде срещната и думата „**мултимедия**“, която също е неточна и има други специфики като характеристики. Това понятие е измислено от американския актьор и певец Боб Голдстейн през 1966 г. за рекламиране на своя програма<sup>6</sup>. През годините претърпява промяна на смисъла няколко пъти, за да се достигне до 1995 г. и съвременното му значение. Мултимедията също описва съдържание, което е предвидено за разпространение в различни медийни платформи. За разлика от трансмедията обаче тук нито един от второстепенните елементи не може да разкаже историята сам по себе си. Създаден е пъзел и трябва да бъдат открити всички негови части, за да бъде възприет и разбран въобще. Всеки автор или управляващ процеса избира конкретната комбинация от медии и изразни средства, а арсеналът е богат - текст, графични изображения, аудио сигнал, видео или анимация. Важната

---

<sup>5</sup> Данка Василева „24 chasa.bg – най-успешната медиаморфоза в България, „24 часа“ – най-добрата кросмедия“. 15.04.2019. 24chasa.bg

<sup>6</sup> Маргарита Пешева и Колектив. „Думите на медийния преход“. 2010. ИК „Фабер“. Стр. 143.

цел е свързана със създаването на пълноценно и богато съдържание. Концепцията за интерактивност е съществената разлика между дигиталните мултимедии и традиционните медии, за чието възприемане са необходими повече от едно сетиво. Това е така, защото дори в една презентация на „Пауър Пойнт“ може да бъдат поставени над три от елементите и това да я превърне в мултимедия. Появата на споменатото явление е свързано с преодоляването на техническите ограничения на първите персонални компютри. Първоначално те се използват основно в бизнеса като програмиране, текстообработка, счетоводство и управление на база данни. По своята същност мултимедията бива два вида – линейна и нелинейна. При първата не е необходимо съучастие от страна на гледащия, докато при втората се залага на интерактивността на потребителя. От друга страна мултимедията може да бъде на живо или да бъде на запис, както и да бъде представяна публично, прожектирана или предавана. Тя се използва в множество области като реклама, изкуство, образование, забавление, медицина, виртуална реалност и други. Неделима част е от новите медии като Интернет и онлайн вестниците, като я използват и в традиционните.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Маргарита Пешева и Колектив. „Думите на медийния преход“. 2010. ИК „Фабер“.

Третото понятие, използвано некоректно вместо „трансмедия“, е „*олмедия*“ (allmedia – английски език). То описва използване на мултимедия, при което потребителите разглеждат подходящо съдържание без предпочитание от специфичните видове медии. Съдържанието тук е повсеместно. Крайният клиент определя времето, мястото, канала за трансфер, устройството и модела на ценообразуване на консумацията. Той развива непрекъснато своите потребителски предпочитания.<sup>8</sup>

Другите неправилно използвани като синоними термини на „трансмедия“ са „*смесени медии*“ (Mixed Media) и „хибридни медии“. Първият се отнася за ситуация, при която е направена комбинация от няколко канала в името на един продукт. На симфоничен концерт може да бъде обогатен с актьорска игра и прожекция на видео или анимация<sup>9</sup>. Вторият термин в настоящето вече е норма и се отнася за разпространението на едно и също съдържание чрез комбиниране на аналогови с дигитални медии. Основният акцент при „*хибридните медии*“ пада върху факта, че след в последните години на ХХв. културата на движещото се изображение претърпя коренна промяна - актьорска игра, операторско майсторство, графика, фотография, анимация, 3D компютърна анимация и

---

<sup>8</sup> Стойко Петковл „*Крос-медийна комуникация*“. 2011. Eprints.nbu.bg

<sup>9</sup> Пак там.

типография все по-често се преплитат за удоволствието на потребителя.

В първа глава са споменати и термините, които в определена степен самата трансмедия наложи в ежедневието и стях се описва мястото на нов проект спрямо основната история: „*сикюъл*“, „*прикюъл*“, „*рибуут*“, „*спин-оф*“. С „*прикюъл*“ се обозначава сюжет, който предхожда основната история. „*Сикюъл*“ пък представя пред почитателите какво се случва с определени персонажи след развързката на основния конфликт. „*Рибуут*“ препраща към рестартиране или ново начало на вече позната поредица, сюжет или персонажи. „*Спин-оф*“ означава „завой“ и маркира страничен сюжет в същата конкретна медия за даден вече популярен проект.

В дисертационния труд са представени разработки на специалисти, учени и лектори по темата като Джанлука Фиорели. Д-р Памела Рътлидж свързва трансмедията<sup>10</sup> с *използването на множество медийни платформи, които представят даден сюжет във времето. Всяко медийно парче – независимо дали става дума за комикс, роман, видео игра, мобилно приложение или филм, функционира като самостоятелно преживяване със*

---

<sup>10</sup> Pamela Rutledge. “What is transmedia storytelling”. 2012.  
Pamelarutledge.com

*оптимална завършеност и сила на емоцията. В същото време всяко от тях е част от гигантски пъзел, като допринася и за по-големия сюжет. Процесът е кумулативен и всички елементи добавят богатство и детайли към Вселената на разказа под формата на вторични сюжетни линии или връщане в миналото на персонажите.*

Теоретично са различни подходи за създаване и разгръщане на трансмедийен проект като етапи, финансиране и управление. За България е в сила предложението на Робърт Прагън и към независимите екипи да се започне с безплатна или евтина медия, където да се представи проектът и съдържанието. Така ще нарасне осъзнаването му и ще започне да се изгражда публика. Това ще доведе до нарастване на финансите за проекта, ще привлече инвеститори и ще даде възможност на продуцента да реализира идеите си. Ако не се случи, то продуцентът трябва да се върне на първия етап и отново да създаде евтин нов канал. Като пример Прагън дава „Rekill“ с неговия уебсайт и отправена покана за изпълнение на целта – един милион последователи във Facebook. Проследява и историята на „Метро 2033“, който започва като представяне на книга в Интернет. По същите стъпки в реалността може би върви Анди Уеър, чиято книга „Марсианецът“ бе адаптирана за кино от Ридли Скот и реализирана с Мат

Деймън. Ето защо Робърт Пратън съветва като първи и основен етап всичко да започне с книга при развитието на един трансмедийен проект със следните базисни елементи:

За кого е насочена тя?

Какви платформи са подходящи – книга или електронна книга?

За четене, за гледане, за слушане или интерактивни?

Отговори на тези и много други теоретични въпроси са представени във **Втората глава на дисертационния труд** за явлението „трансмедийен проект“, . Избраният подход тук за разделение е свързан с медийния канал, в който е представена за пръв път Вселената и който се превръща в основен/оригинален за целия проект. Изброени са следните медийни канали: *книги, комикси, игрални филми, сериали, електронни игри, анимации и реклама*. Тяхното представяне започва с обща характеристика, последвана от примери, които имат своите позитивни и отрицателни страни. Споменати са и такива, в които е пропусната възможността да се използва силата от един проект към друг. Накрая е представено кратко обобщение, препоръка за място на конкретния канал в стратегията за разгръщане на трансмедийен проект от гледна точка на родния продуцент.

Разглеждането на възможните канали започва с най-стария възможен: **книгите**, като са засегнати популярни заглавия и персонажи като „Игра на тронове“, „Властелинът на пръстените“, „Сексът и градът“. Част от тях са оказали позитивно влияние за увеличаване на четящата аудитория като поредицата „Хари Потър“ на Дж. К. Роулинг. Този традиционен канал продължава да се радва на огромно уважение и внимание от професионалисти и потребители. Книгите от хартия през последното десетилетие все по-често са измествани от електронни, които имат своето предимство – в тънък четец с голяма памет може да се съберат хиляди заглавия, не тежи толкова много, могат да съществуват вечно, не се цапат или късат страници, не се губят заради възможността от второ копие на резервен хард диск, не се унищожават или загубват текстове за бъдещето, екологични са и пазят дърветата/планетата ...

От прагматична гледна точка създаването на книга е най-евтиното и лесно средство за достигането на една история до потребителите и драматургичното ѝ тестване. За това е необходим един или двама автори и листове хартия, химикалка/молив и спокойствие в традиционния вариант. Вече наложилите се технологии подпомагат процеса чрез лаптоп или настолен компютър и електричество. А Интернет може да обезсмисли необходимостта от издателство – сайтове като „Амазон“ предлагат книги в



своите виртуални пазари. Подобна стратегия подпомага прякото общуване автор – читател, като има обмен на идеи, желания и насоки. Набирането на популярност във виртуалното пространство води до привличане интереса на литературни агенти и издателства, с които вече преговорите за договори се водят на друго ниво. Паралелно с тях може да се случи продажба правата за филм и за електронна игра. А от утрешния ден ще разберем какви нови медийни канали ще бъдат впрегнати за развитието на трансмедийни сюжети.

Всеки проект се характеризира със своя оригинална характеристика. „Хари Потър“ на Дж. К. Роулинг само на пръв поглед вече е приключил проект. Самата авторка продължава да провокира специалисти и читатели, като взима дейно участие в навлизането в нови медийни канали и създаването на уникален път за творбите си. Историята описва живота на младия Хари Потър и е развита в седем книги: „Хари Потър и Философския камък“ 1997 г., „Хари Потър и Стаята на тайните“ (1998), „Хари Потър и Затворникът от Азкабан“ (1999), „Хари Потър и огненият бокал“ (2000), „Хари Потър и орденът на феникса“ (2003), „Хари Потър и Нечистокръвния принц“ (2005) и „Хари Потър и Даровете на смъртта“ (2007), като към февруари 2018 г. общо са преведени на над 65 езика и са продадени в над 500 милиона копия по целия свят. Тези резултати на творбите на Дж. К. Роулинг надхвърлят чистата литература

и ги превръщат във феномен. Warner Bros и писателката адаптират седемте книги във филми, като първият игрален пълнометражен излиза на голям екран през 2001 г. Всеки от тях е учебен пример за кросмедия поради изключително близкото съдържание книга/сценарий. Към февруари 2020 г. филмовата поредица за Хари Потър се нареди на трето място по най-високи приходи за всички времена. А две години по-рано, до 2016 г., общата стойност на бранда се оценява на 25 милиарда долара, което го прави един от най-печелившите за всички времена<sup>11</sup>. Още по-съществената черта на поредицата и забележителна културна тенденция, свързана с Хари Потър в англоезичния свят, е повишаване грамотността на децата. Британският министър-председател Гордън Браун, сам голям почитател на романите, споделя по този повод, че Дж.К. Роулинг е направила повече за грамотността по света, отколкото всеки друг.<sup>12</sup>

Историята за Хари Потър не би била трансмедийна, ако тя се изчерпваше само със седемте книги и осемте филма (един от романите е в две части за голям екран). Девет години след „Хари Потър и Даровете на смъртта“ писателката представи „Хари Потър и Прокълнатото дете“ – театрална пиеса, в която момчето вече е пораснало, има

---

<sup>11</sup> Wikipedia.org. „Хари Потър“ 2020. [bg.wikipedia.org](http://bg.wikipedia.org)

<sup>12</sup> Fandom Harry Potter. „Gordon Brown“ [harrypotter.fandom.com](http://harrypotter.fandom.com)

три деца и е чиновник в Министерството на магията. Тази творба се явява осма част и разказва за събития, случили се 19 години след победата над лорд Волдемор. Тя също постави рекорд в своята област – за 24 часа бяха изкупени 175 000 билети<sup>13</sup> за представлението. Зашеметяващият успех роди популярни електронни игри за всички конзоли. За разширение на усещанията и реално докосване до магията на Хари Потър бяха изградени атракции към няколко увеселителни парка Universal по света, където посетителите могат да опитат специална храна и да се забавляват с различни елементи от поредицата. Множество страници в социалните мрежи, част от които са подържани от почитатели, продължават магията и днес. Във видео канали като you tube.comе има множество видеа по темата, а в книжарници и сайтове могат да бъдат намерени множество предмети, обвързани с персонажи от поредицата. Разнообразието е впечатляващо – от плакати, през копия на предмети от всяка филмова част до тейфтери, моливи, химикалки, дрехи, аксесоари и др.

Съвсем естествено Дж. К. Роулинг потърси допълнително вдъхновение в създадения от нея магичен свят и се обърна към миналото на Хари - така читателите се запознаха с Нют Скамандър и неговите фантастични

---

<sup>13</sup> Афиш. „Дългоочакваната пиеса в Лондон е „Хари Потър и Прокълнатото дете“ afish.bg

животни в книгата „Фантастични животни и къде да ги намерим“. Той е зоомаг и се занимава с изучаването на магически същества. Книгата съдържа историята на науката магизоология и описва 75 вида, като повечето информация е събирана чрез наблюдения през годините. Почитателите на поредицата свързаха тази реална в нашия свят поредна книга на Роулинг с копие на учебника на Хари Потър, за който става дума в първата част от основната история „Хари Потър и Философския камък“. Това се оказа и причината, поради която върху корицата не стои името на авторката, а вместо него трудът е подписан с името на създателя си в магичния свят - „Нют Скамандър“. Филмът със същото заглавие излезе през 2016 г., като вече бе анонсирана появата на трилогия за това време в магичния свят на Хогвортс. През 2018 г. на голям екран се появи втората част „Фантастични животни: Престъпленията на Гринделвалд“, като самата Роулинг обяви разрастването на поредицата до пет филма.

Читателите и почитателите на Хари Потър и Роулинг забелязаха повторение на схемата при появата на следваща книга от разрастващия се постоянно свят – този път публикуваната през 2001 г. книга „Куидичът през вековете“ пресъздава творба със същото заглавие в магичния свят, която се пази в библиотеката на Хогвортс. Отново името на Роулинг не фигурира върху оригиналната корица, като този

път то е заменено с „Кенилуорти Уисп“. Към момента не е официално анонсирана появата на филм по нея, но следвайки развитието на трансмедийния проект, това е въпрос на време – по-вероятно скоро заради пандемията и необходимостта на филмовата индустрия бързо да завърти отново колелото. „Куидичът през вековете“ се присъедини към „Фантастините животни и къде да ги намерим“ и в още една схема, този път благотворителна.

Интересен начин за развитие и поддържане интереса към света на Хари Потър създаде Дж. Р. Роулинг и в лицето на уебсайта [pottermore.com](http://pottermore.com), за чието създаване тя получава помощ от Джеф Гомес<sup>14</sup>. Огромният успех на тази стъпка според един от теоретичите и практиците в сферата на трансмедията е свързан с голямото количество интерактивност, която провокира потребителите да се чувстват в лична връзка с писателката, както и да имат усещането за собствен принос в самата история. Той подпомага в изключителна степен обратната връзка между потребители и автор, като се вписва в основните теоретични елементи на Хенри Дженкинс за трансмедийен проект. На сайта излизаше допълнителна информация за конкретните книги и неща от кухнята за всеки филм от самата авторка, която отговаряше и на въпроси на потребители. Сайтът

---

<sup>14</sup> 123 Help me. *“Examples Of Transmedia Storytelling In The Harry Potter Saga By J.K.Rowling”* 123helpme.com

също така позволява на всеки да стане студент в Хогоуртс, като се яви на изпит и съответно да бъде настанен в определен Дом. Така той лично проучва в детайли дебрите на измисления магичен свят и неговите същества, получава допълнителна информация.<sup>15</sup> Потребителите на сайта могат да споделят постиженията си в социалните мрежи и да обсъждат нови стъпки за действия, тъй като Роулинг създаде специални текстове и видеа за него<sup>16</sup>. В тях тя разказва конкретно за Дома на всеки потребител и го окуражава да печели повече точки, изпълнявайки дадените задачи. Съществена особеност и важно решение при създаването на проекта е, че влезлите в този магичен свят потребители не играят с известни от поредицата персонажи, а създават собствен такъв. Това увеличава още повече чувството за реалност, интимност и привлекателност.<sup>17</sup> Така създадено, виртуалното приключение продължи активно да поддържа жива вселената на Хари Потър много след края на книгите и филмите по тях<sup>18</sup>, включително чрез

---

<sup>15</sup> Christina Joell. *“Harry Potter Transmedia Storytelling”* 03.04.2018.  
wordpress.susqu.edu

<sup>16</sup> Filmtvmovingimage. *“How J.K.Rowling uses the transmedia storytelling to keep the wizarding world alive?”* 21.02.2017.  
filmtvmovingimage.wordpress.com

<sup>17</sup> Пак там.

<sup>18</sup> Brianna Paden. *“The World of Harry Potter: Transmedia Storytelling”*  
18.11.2016. convergencefa2016.blogspot.com

множество викторини, общи и специализирани, за проверка и затвърждаване на знания. През октомври 2019 г. сайтът затвори, за да бъде заменен от <https://my.wizardingworld.com>. Промяната бе продиктувана от комбинирането на Хари Потър и предисторията му „Фантастични животни“, която също намери своето място в сайта и даде възможност за още по-голямо интерактивно разширение на проекта. Той продължава да е действащ към 2021 г., предлагайки повече от магичния свят и своевременно отразявайки всяка нова, актуална информация. Нито там, нито на друго място за момента обаче не се споменава създаването на сериал, вдъхновен от света на Хари Потър. Развитието на развлекателната индустрия, стъпките на конкурентни стрийминг платформи и битката за вниманието на почитателите изключват възможността подобен проект да не бъде осъществен в бъдеще от Дж. К. Роулинг и Warner Bros, които са собственици на НВО. А теми има достатъчно – самото училище Хогвортс или младите години на неговия директор от времето на Хари Потър...

Следващата подточка във втора глава е свързана с *комиксите*. Тази култура има своите многобройни почитатели поради интересните персонажи, истории и стилове на художниците. Допълнителният фактор, който подпомага този елемент от развлекателната индустрия, е

фактът, че има множество течения и стилове, допълнително обогатявайки нишата като – т.нар. „манга“ от Азия. Като избор за стартиране на трансмедияен разказ и набиране на почитатели комиксите привличат с необходимостта от малък екип – сценарист и художник. Развитието на технологиите още повече опрости представянето на създадената творба, защото вече не са нужни издатели и хартиен носител – всичко може да се нарисова дигитално и да се пусне в Интернет, за да се провери силата на създадените персонажи. Едва тогава може да се премине към традиционния начин с печатница и разпространители, които ще окажат влияние върху крайната цена на произведението. Основният въпрос при създаването на подобен проект е дали родината на авторите има развит пазар за рисувани истории или не. Комиксите са ориентирани предимно към младото поколение – така се формира група от почитатели, към които могат да се отправят послания чрез други медийни канали с тяхното порастване.

Сред най-популярните пазари на комиксова култура без съмнение е Северна Америка, където огромната страст към сборниците може да си съперничи с тази в Южна Корея или Япония. Най-известните щатски издателства, превърнали се отдавна в запазена марка за целия свят са Marvel и DC Comics. Европа също има своите рисувани



книги като „Астерикс и Обелиск“, „Пиф и Еркюл“. В България се издават комикси, съобразени с потребностите и малкия пазар, макар че повечето от тях са преводни. Цената и липсата на икономическо развитие не позволява на повече родни ентузиасты да представят историята си в картини. Далеч повече възможности за разгръщане на родни проекти, използвайки за основа комикс, може да бъдат открити в разпространяваното преди 1989 г. списание „Дъга“ с нейните множество оригинални рисувани персонажи. Евентуални трудности тук екипът би срещнал при получаване на авторски права, както и за набавяне на необходимите.

Внимание в точка 2 от втора глава на настоящия дисертационен труд „Трансмедиини проекти с комикс като основна история“ е обърнато на оригиналната формула за успешно развитие на филмова вселена, която създадоха и експлоатират Marvel. За момента те нямат алтернатива дори от големите си конкуренти DC Comics, както и по-малките издателства и техните опити за привличане на внимание - появата на проект с лице и вдъхновител Киану Рийвс. Промяната в Marvel започва с назначаването за директор на Дейвид Майзъл, който иска бързо бранда да започне сам да разработва филми за героите си, а не да ги продава на студия. Това налага изкупуване обратно правата за филмиране на собствените им рожби – успяват с Железният

човек, Тор, Капитан Америка и Хълк. Това отваря ръцете на Marvel за създаването и на филма „Отмъстителите“. Промяната продължава през 2007 г. с наемането на Кевин Файги, който разви успешна бизнес формула – първоначално на голям екран бяха пуснати филми за всеки персонаж отделно, като накрая се представяше „Отмъстителите“ с общ сюжет за супергеройте. През 2021 г. вече сме в четвърти етап, където развиваната в него история приключи. Ред дойде на по-малко известните персонажи от листата на Marvel, както и на второстепенни такива от най-популярните комикси. „Новото поколение“ звезди за големия екран са или познати от предишните заглавия като с епизодичната си поява, или ще бъдат представяни на зрителите като наследници на настоящите известни имена.

Следващата разглеждана медия в дисертационния труд е *киното*, където намира място един от проектите – пионери в трансмедията, оказал и оказващ влияние върху цялата развлекателна индустрия – „Междузвездни войни“. Развитата там галактиката е огромна и дава възможност за многобройни сюжети от всякакъв характер с приблизително 400-те си милиарда звезди, като на половината от тях има планети с възможност да се поддържа живот. Разумни същества живеят на около 40 милиона. Цялото пространство е разделено на няколко региона, които пък се

разпадат на сектори, системи и планети. За изграждането на всичките тези детайли, както и създаването на космическите кораби в сагата, Лукас ползва услугите на учени.

Оригиналната история, започната от Лукас и довършена от Disney, приключи с девети епизод – хронологично според сюжета всичко започва с „Невидима заплаха“ (1999), а след това идват „Клонираните атакуват“ (2002), „Отмъщението на ситите“ (2005), „Нова надежда“ (1977), „Империята отвръща на удара“ (1980), „Завръщането на джедаите“ (1983), „Силата се пробужда“ (2015), „Последните джедаи“ (2017) и „Възходът на Скайуокър“ (2019). Почитателите на сагата са кръстили четвърта, пета и шеста част с термина „оригиналната трилогия“. За първите три се използва „прикуъл трилогия“, а последните три са финалната „сикуюл трилогия“. Към тях ще бъде добавена странична трилогия. Богатството на създадените игрални филми е толкова голямо, че верните почитатели на поредицата намериха над пет различни подхода за гледането им – промяна на гледната точка към целия сюжет. Освен него са споменати проекти като „Бойна кръв“, „Z-та Световна война“, „Терминатор“, „Пришелец“ с техните слаби и силни страни.

Научният труд „Трансмедиен проект: етапи, финансиране, управление“ продължава представянето на

медийни канали в своята практическа глава със *сериалите*. Раждането на телевизията и масовизирането ѝ през втората половина на 20 век промени усещането за реалност с бързината и форматите си. През последните години силата на тази медия бе увеличена съществено от появилите в Интернет стрийминг платформи, които от представящи съдържание се превърнаха в силни създатели на такова. Тяхна е ролята телевизионните сериали да достигнат нивата на пълнометражните игрални филми като динамика, костюми, драматургия, ефекти, режисьорски и операторски похвати. Пандемията допълнително увеличи вниманието на затворените въкъщи хора към телевизионното съдържание, но кабелните и ефирни брандове трудно могат да съперничат по заглавия на Интернет. Рано или късно зрителят ще бъде изправен пред вътрешната за стрийминг пазара конкуренция, което ще го принуди да избира между брандовете поради финансови и/или огромен обем заглавия. Тогава представянето на нови сериали и риалити предавания ще получи още по-силен тласък, защото единствено качествено съдържание ще привлича и/или задържа абонати.

В тази глава е представен един един от малкото големи конкуренти на „Междузвездни войни“ като размах и влияние върху поколенията – стартиралият през 1966 г. „Стар трек“. За да не се създаде грешната представа, че

трансмедията е запазена територия за фантастиката и фентъзито, са представени и проекти като „Сексът и градът“. Доказателство за твърдението е и вдъхновения от историята британски сериал „Остри козирки“, който бе създаден от BBC и закупен за разпространение от „Netflix“. Действието в него се развива в Бирмингам през 20-те години на XX век. Проследява се историята на семейство Шелби, които са основното ядро на бандата „Остри козирки“. Ръководени са от Томас Шелби, като основно се занимават с рекет, грабежи, залози. Сериалът е създаден от Стивън Найт, който е и сценарист, и един от продуцентите му. На официалния сайт на сериала Стивън Найт обяви възстановяването на снимачния процес след локдауните и работата по шестия сезон, който вече е планиран за последен. Най-вероятно ще станем свидетели на игрален филм, защото развитие на сериал за фамилията Шелби от друга гледна точка би бил известен риск заради силния актьорски състав и впечатляващата им игра в „Остри козирки“. Самият сайт на сериала предлага всичките 5 сезона до момента, има възможност за изпращане на новини към собствена поща, както и он-лайн магазин за рекламни материали като тениски, бутилки вино и т.н. Може да се поръча и отпечатаната книга с рецепти за коктейли, свързана с със сериала. Има официална книга с въпроси, свързани с детайли от сюжета на сериала, както и настолна

игра. В „Амазон“ пък е налична друга книга, в която се описва т.нар. Мейкинг на продукцията - реалното историческо време, какво е вдъхновило създателите на сериала, как се избрани актьорите плюс случки от самите снимачни площадки

*Електронните игри* развиха възможностите на развлекателните канали и дадоха нови усещания на потребителите. Личните персонални компютри получиха конкуренция в лицето на пявилите се игрални конзоли на Sony, Microsoft, Nintendo и др. Тази технология превърна потребителите в активна страна чрез свободата сам да определяш изпълнението на задачите и да изследваш с определена степен на свобода създадения свят. Следваща степен в това игрово забавление се прибавя от развиващите се в момента VR (виртуална реалност) и DR (допълнителна реалност). Те вече провокират участниците към още по-реални действия – или сам размахваш джойстик, който чрез поставен на главата шлем и софтуер се превръща в меч, участвайки в средновековна битка или се разхождаш по улицата на родния град, а мобилният ти телефон е екран и оръжие за залавяне на извънземни нашественици. Допълнителната и виртуалната реалности имат възможността да провокират движение в играчите – нещо, което конзолите и компютрите не могат и съответно влияят негативно върху физическата активност на много хора.

Трудно може да бъде избрана електронна игра за стартиране на собствен трансмедийен проект, защото създаването на едно качествено заглавие с опция за развитие изисква между две и пет години, както и съществен бюджет. Този път могат да си позволят големи студиа за игри, които разполагат с достатъчно екипи за развитие на нови идеи и са готови да експериментират в нови канали. Работата на продуцента е да прецени колко време да отдели за подобно заглавие и как неговата реклама и поява да бъде обвързана със следваща медия. Подводните камъни са много - проектът „Сайбърпънк 2077“ беше разработван цели осем години и това неминуемо се отрази отрицателно върху заложените в началото елементи поради развитието на техниката и обществото. А множеството бъгове, с които се появи на пазара то, бяха следствие от малко време за тестове и обективната необходимост това заглавие да бъде пуснато за продажба в магазините.

Позитивните елементи на електронните игри в развитието на трансмедийни проекти демонстрира екипа на Sony, който много находчиво се обърна към своята конзола PlayStation, за която има множество ексклузивно създадени игри. Тази идея им е хрумнала след разглеждане структурата на Marvel, както и след разговори с хора от гилдията, сред които и продуцента Кевин Файги. Подходът на Sony ще донесе множество пасивни ползи, защото ще

обърне внимание на играчите върху други медии и ще даде възможност те да се развиват в много различни посоки. Освен това компанията няма намерение да разработва собствена стрийминг платформа, поради което ще работи с наличните – Disney Plus, Netflix и др.

Впечатлява и използваната от Microsoft стратегия за представяне на тяхната компютърна игра „HALO“<sup>19</sup>, която е най-добре продаваната военна научно-фантастична игра със стрелба от първо лице. Историята разказва за войната между човечеството и теократичен алианс на извънземни, известен като „Конвента“. Централната история на трансмедияния проект се върти около действията на Джон-117, един от елитните земни войници-спартанци и неговия изкуствен интелект. През 2012 г. бе пусната четвъртата част компютърна игра „HALO“ в края на 2012 г. Месец и половина преди това в интернет бе пуснато петнадесет минутно филмче за кадет Томас Ласки от човешката военна академия. Имаше и бонус кадри как се снима всичко на зелен екран, интервюта, участваха известни актьори. Следващата седмица излезе ново видео, което се оказва продължение на предходното. Това предизвика сериозен интерес сред аудиторията и почитателите търсеха информация във форуми дали това е сериал, какво се случва

---

<sup>19</sup> En.Wikipedia.org. *“Halo (franchise)”* 2020. en.wikipedia.org



и т.н. Така за общо пет седмици се появи пълнометражен игрален филм, който се оказва предистория на представената четвърта част на играта. Там бяха разкрити младите години на персонажа, чието управление поема играчът.

*Анимационните филми* са следващият канал, разгледан в настоящия труд. Тук се събира от една страна киното, а от друга - изобразителното изкуство. Граници няма, а върху крайния резултат единственото ограничение е фантазията на екипа. Този медиен канал се използва често от продуцентите и ръководителите на трансмедийни проекти за разказване на истории, които да привличат малките и да ги запознаят с персонажи за пръв път. Силата му се засилва многократно при изграждането на множество нива на символи и знаци, като най-простите са за децата, а по-сложните – за техните родители. На този канал са се доверили огромни проекти като „Междувездни войни“ и „Матрицата“. Но тази практика е трудна за стартиране на личен трансмедийен проект, поради което рядко се използва като първа медия поради необходимостта от финанси, добри художници и време. Набралите вече сила трансмедийни проекти обаче не пропускат тази възможност за присъединяване на нови почитатели.

Анимационният сериал „Аватар“ имаше странна съдба, като собствениците на бранда също създадоха собствено студио за реализиране и управление на проекти.

Известният режисьор, сценарист и продуцент М. Шамалаян се опита да превърне анимационния сериал в пълнометражна игрална трилогия през 2010 г., но не успя. Слабите резултати на първата част провалиха снимките на останалите и обрекоха проекта на забравя. А създадената Вселена в анимацията не предполагаше толкова отрицателен резултат - сериалът бе на малък екран от 2005 г. до 2008 г. с три сезона. Следва отделен анимационен проект в периода 2012-2014 г. Към тези две медии създателите на проекта присъединиха комикси, книги, електронни игри и музика.

Използван медиен канал за разгръщане на трансмедийен проект е свързан с *рекламата*, като най-ярък пример тук е „Трансформърс“ на американската Hasbro и японската Takara Tomy. Всичко започва през 1984 г., когато местната компания преработва свои модели за западния пазар. Играчките представляват роботи, които могат да се моделират в други форми като автомобили или същества. Поради тази причина вселената им е наречена „Трансформърси“ и се разви в множество анимационни сериали, комикси, серии от играчки, електронни игри, ежегодни събирания на почитатели и филми. За последните отговаряше режисьорът Майкъл Бей<sup>20</sup>, който постигна съществени резултати. Още първият филм с Шая Лебьоф и

---

<sup>20</sup> En.Wikipedia.org. „Transformers“ 21.04.2021. en.wikipedia.org

Меган Фокс привлече множество зрители и постигна завидните 709 милиона долара приходи в целия свят. Представените трети „Трансформърси: Тъмната страна на Луната“ (2011), четвърти „Трансформърси: Ера на изтребление“ (2014) и пети „Трансформърси: Последният рицар“ (2017) получиха множество критики заради прекалено използване на специални ефекти и слаба драматургия. Независимо от това всеки от тези филми донесе над 1 милиард приходи. Последният за момента филм от трансмедийната вселена на Трансформърсите се появи в края на 2018 г. и се казваше „Бъмбълби“, като всъщност той бе реализиран като предистория на първия игрален пълнометражен филм. За пръв път той не бе режисиран от Майкъл Бей, който се превърна в негов продуцент. Но това би могло да се приеме като явна заявка за нов старт на игралните проекти за трансформиращите се в автомобили и метални същества роботи. Проектът бе приет добре, като срещу около изразходвани 135 милиона изкара<sup>21</sup> почти половин милиард долара приходи.

Осма подточка на труда е свързана със ситуацията в България, като внимание привлича свързан с документалистиката проект на двамата млади журналисти Димитър Панайотов и Александър Николов с работното

---

<sup>21</sup> En.Wikipedia.org. *“Bumblebee (film)”* 22.04.2021. en.wikipedia.org

заглавие „Последният дар на човека“<sup>22</sup>. За да запознаят хората с този съществен и много важен въпрос за обществото, двамата автори са се спрели на следните канали: книга, интерактивен уебсайт, изложба, снимки, текст, видео и аудиозаписи. Като негово продължение и поглед от различна гледна точка към проблема може да бъде присъединен филмът „Живот за другите“ с режисьор Дико Бучуков и Мина Христова, изпълнителен продуцент Иво Николов (автор на настоящия труд) и сценаристи Дико Бучуков и Иво Николов, за който Димитър Панайотов и Александър Николов помогнаха съществено. В него е представена единствено бъбречната трансплантация, като е отбелязан юбилеят на Александровска болница. Поради продължаващото развитие на основния проект, филмът „Живот за другите“ бе представен на юбилейното събитие на болницата до момента. Това за момента може би е правилният подход – документални или игрални филми, изложба, книга и стратегия за развитие в Интернет и различните социални мрежи.

Последната подточка от Втора глава на дисертационния труд е посветена на две авторски разработки. Те са създадени след проведените проучвания на теория и практика. Единият е разработен върху детския

---

<sup>22</sup> Таня Димова. „Младите в журналистиката: Димитър Панайотов и Александър Николов“ 20.01.2020. bnr.bg

персонаж Ян Бибиян, създаден от Елин Пелин. Изборът не е случаен, тъй като двата романа са в два различни жанра – фентъзи и фантастика. Това позволява развитие в множество канали с различна насоченост, което би създадо приемственост между поколенията – израстване от магичното към научното.

Вторият проект е стратегически и представлява моментна снимка на развитие на авторска трансмедийна Вселена – представени са етапите и включените в тях дейности и цели по изграждането и популяризирането на подобен свят. Отбелязано е нивото на достигната реализация и заложените времеви граници.

Дисертационният труд завършва със Заключение. В него са представени научния принос и необходимостта от продължаващо изучаване на явлението поради развитието на нови технологии и научни достижения, които се отразяват върху изгражданата стратегия на всеки продуцент. Изведени са изводи, до които е достигнал авторът със запознаване с толкова много реализирани развлекателни проекти. Последният елемент от заключението са дадените своеобразни насоки за бъдещото развитие на това явление.

## 8. Резултати от изследването.

През призмата на изказаната начална хипотеза, заложените цели и задачи, реализираното проучване и наблюдение на процеси в развлекателната индустрия, могат да бъдат маркирани следните резултати:

- a) Проведен е научен преглед върху:
  - ✓ основни теоретични разработки, които описват характеристики „трансмедия“ и „трансмедийен проект“, чрез което то се отличава в детайлите от подобни явления и придобива самостоятелност.
  - ✓ подходи към създаването и етапите на трансмедийните проекти.
  - ✓ подходи към управлението на трансмедийни проекти.
  - ✓ подходи към финансирането на сюжети за различните медийни канали.
  - ✓ практиката по развитието на различни проекти, актуални към момента или вече приключили своя живот.
  
- b) Извършеният научен преглед е спомогнал за изваждането на следните изводи:

- ✓ Трансмедията като форма за разказване на истории и привличане на потребители е ново културно явление в развлекателната индустрия.
- ✓ Нарастващото количество трансмедийни проекти и трупания опит при тяхното реализиране вече превърна културното явление в ежедневие за потребителите.
- ✓ Силата на трансмедията идва от изграждането на мащабна Вселена, интригуваща история и впечатляващ персонаж за всяка медия, като и от активното включване на зрителите в сюжета.
- ✓ Специфичните характеристики на културното явление и неговия граничен характер изисква от практикуващите го продуценти, режисьори, сценаристи и творчески екип друго ниво на знание и боравене с технологията.
- ✓ Прекаленото вгълбяване в трансмедийните проекти и създаването на множество успешни от финансова

гледна тока франчайзи се отразява отрицателно върху засяганите в киното теми, както и върху филмовата индустрия като цяло.

- ✓ Наличието на десетки трансмедии Вселени ще сегментира почитателите поради физическата невъзможност да се следят няколко подобни проекта едновременно.
- ✓ В България интерес към трансмедийните проекти има на теоретично равнище, като екипи заявяват готовност и за реализация на практика.
- ✓ Ограниченият роден пазар ще води авторите на подобни стратегии към развиване на продукти за световния пазар.
- ✓ Българското кино и телевизионни продуценти е препоръчително да намерят допирни точки с родните игрални студиа, защото съвместните им усилия могат съществено да променят реалността в развлекателната индустрия тук и да



съперничат на успешни чужди продукции.

#### 9. Ограничения на изследването и бъдещи насоки

Обхват и ограничения на настоящия труд произхождат от коментиранията реалност. Той е насочен пряко към културното явление „трансмедия“ и акцентът попада основно върху проекти в киноиндустрията и развлекателната сфера, които под някаква форма са свързани на идейно или практично ниво с него. Разгледани са различни етапи на разгръщането на културното явление, както и най-големите разклонения в него. Акцент е поставен върху принципите на трансмедийното продуцентство и развитието на трансмедийни проекти, на работещите стратегии и взетите специфични продуцентски решения на базата на представянето на пиковите и спадовете при реализацията, популяризирането и разпространението им.

#### 10. Приложимост на резултатите от изследването в практиката

В дисертационния труд са представени основните теоретични разработки върху проблема „трансмедия/трансмедийен проект“, като фокусът е поставен върху изясняването на едно гранично и все още развиващо се културно явление. Разгледани са различни стратегии за

създаване и развитие, тъй като обща формула все още не е открита. Представените проекти, реализирани на различно ниво към момента, само допълват пъзела от мозайката и насочват вниманието на действащите и бъдещи продуценти, режисьори, сценаристи в България към една благодатна ниша. Ниша, която има свои много важни специфики, които съществено ще влияят върху ежедневието в развлекателната индустрия.

Резултатите от направеното проучване за създадени и развиващи се трансмедийни проекти в сферата на развлекателната индустрия могат да бъдат използвани както за последващо теоретично изследване на детайли от това явление, така и на изграждането на собствена стратегия за конкретен проект. Допълнителна насока в това са представените две стратегии за реализиране на проекти, като вече се задълбочат изследванията на конкретните медийни канали и се промени тяхната подредба спрямо бюджет и основна група почитатели по пол и възраст.

## **II. Справка за научните приноси в дисертационния труд**

Разглежданото в настоящия труд културно явление „трансмедийна история“ е необходимо да продължи да бъде изучавано и анализирано през призмата на променящата се

действителност и конкретни национални и/или културни особености. Поради граничния му характер в областта на познанието върху него влияят множество фактори, чието познаване е задължително и в същото време трудно за цялостно обхващане от един човек. Увеличаване на научните изследвания и появата на трудове с представянето на различни гледни точки допринасят за по-лесното и компетентно боравене с материята. *Научният принос* на настоящия труд се изразява в:

1. Дисертацията е посветена на тема, която е малко изследвана в България.
2. Дисертационният труд представя теоретичните основи на набиращото все по-голяма популярност в световната развлекателна индустрия културно явление „трансмедиялен разказ“, като са разгледани различни възможности за създаване на проект в тази ниша.
3. В дисертацията са засегнати популярни и реализирани в практиката проекти на световно равнище – достигнато ниво, начин на управление, възможности за финансиране, избор на първа медия, допуснати грешки,

отразени слабости, печеливши стратегии, оригинални решения.

4. Дисертацията предлага поглед върху най-мащабните трансмедийни проекти в множество реализирани канали, както е обърнато внимание на нови към момента такива, които демонстрират потенциал.
5. В дисертацията е споменато достигнатото ниво на трансмедияен разказ в България – както на теоретично, така и на практично ниво. Направени са предложения за първа медия.
6. Дисертацията предлага развит на теоретично ниво трансмедияен проект, за чиято основа е използван популярен автор от родната литература: Елин Пелин с неговите два детски романа „Ян Бибиян. Невероятните приключения на едно хлапе“ и „Ян Бибиян на Луната“
7. В дисертационния труд е представена стратегия за развитие на авторски трансмедияен проект, като са описани етапите и заложените цели.

Трансмедийният начин на разказване и проекти ще продължат своето развитие в следващите десетилетия. Ще бъдат открити нови пътища, стратегии и възможности за тяхното развитие, често надскачащи човешкото възприятие поради продължаващото развитие на технологиите. Съществен принос в това ще окажат нарастващия брой теоретични трудове по темата, както и провеждането на дискуссионни панели във фестивали и конференции.

Извън всякакво съмнение е фактът, че „трансмедия“ отдавна не е само временно културно явление. Теоретичното му изясняване все още трябва да достигне до прецизно ниво, за да няма дискусии или неточности в боравенето с термините. Това би дало възможност на повече автори да съберат смелост и да се пробват възможностите си на това гранично поле, търсейки успеха във всичките му измерения. Прекаленото залитане по него не прави услуга нито на специалистите, нито на зрителите, нито на екипите по реализацията на конкретните проекти.

Продуцентите и авторите на трансмедийните проекти, които отговарят за тяхното управление, трябва да са едни от най-бързо развиващите се професионалисти въобще. Практически не е възможно да управляваш множество канали, без да нямаш познания за всеки от тях, без да можеш да пророкуваш развитието на развлекателния бизнес за десетилетие напред, без да познаваш общата

история, без да имаш понятие от психология или драматургия. Пандемията и изолацията заради Ковид 19 само зададоха допълнителни доказателства за необходимостта от владеене на повече подходи за разказване на една история, а практиката показва как множество проекти бяха забавени или не се осъществиха.

Положително развитие и бъдеще може да се предвиди на трансмедийното разказване на сюжети, тъй като влиза в арсенала на все повече професионалисти и няма да бъде изтласкана скоро от там. Неговата поява можеше да бъде предвидена с развитието на технологията. Трансмедията подпомага завладяването на много канали от един продуцент, както и достигането до неочаквано много допълнителни крайни потребители поради използването на ограничен набор от медии в ежедневието. Гарантира в по-голяма степен възвръщаемостта на вложените средства, защото залага на вече изградена и вярна група от почитатели. Трудността в общуването с тях и многократно нарастващите изисквания към всеки следващ разказ пък изправят създателите на съдържание в напрегната и интересна ситуация. Още повече, когато разработени на аматьорско ниво продукти съществено надхвърлят по показатели създадените от професионалисти. Създаването им развива нови качества в публиката, която все повече ще започне да комуникира с авторите като с равни, което не

винаги ще допада на вторите. Но пък именно в подобен процес на взаимно развитие може да се родят изключителни проекти.

Сравнително хазартното качество на развлекателната индустрия, която в по-голямата си част е „хит бизнес“ (един блокбастър покрива загубите от няколко филма на загуба и няколко на нулата), трудно може да бъде туширано изцяло. Но наличието на теоретични трудове, разработването на теоретични проекти и познаването на практическите примери, слаби и силни, както и на новите модели в граничната област на трансмедията може единствено да подпомогне конкретните търсения на всеки творец. Определени елементи или етапи от други индустрии могат да бъдат използвани, но това ново културно явление има собствени принципи и изисквания, които трудно могат да бъдат вкарани в чужди рамки. Помощ в избирането на стратегия или създаването на такава продуцентите и авторите получават от натрупаните продукти, анализиранияте практики и продължаващото развитие на новите технологии, както и от непреставащото желание на хората да се развличат, да разказват и впечатляват с истории. И да останат в историята с историите си!

### III. Списък с публикации:

1.

Пропуснатата революция в киното: легендарният "Дюн" на Ходоровски. В: *сборник с доклади "Идеи, Идеали - Възход и Крушение" – Международна научна конференция 2019 г., Русе. Том I.* Регионална Библиотека „Любен Каравелов“ Русе

2. Трансмедия - що е то?. В: *"Изкуства. Медии. Култура"*. УИ "Неофит Рилски", Благоевград 2020

3. Фиаското на "Бързите хапки". В: *Годишник на СУБ - клон Благоевград*, Благоевград 2020



## Източници

1. Афиш. „Дългоочакваната пиеса в Лондон е „Хари Потър и Прокълнатото дете“ <https://www.afish.bg/theater/item/763-dalgoochakvanata-piesa-v-london-e-hari-potar-i-proklnatoto-dete.html> (03.02.2021)
2. Василева, Данка. „24 chasa.bg – най-успешната медиаморфоза в България, „24 часа“ – най-добрата кросмедия“. 15.04.2019л <https://www.24chasa.bg/mnenia/article/7401188> (20.06.2020)
3. Димова, Таня. „Младите в журналистиката: Димитър Панайотов и Александър Николов“ 20.01.2020. <https://bnr.bg/hristobotev/post/101217224> (22.02.2021)
4. Петков, Стойко. „Крос-медийна комуникация“. 2011. <[http://eprints.nbu.bg/crossmedia\\_SP\\_new](http://eprints.nbu.bg/crossmedia_SP_new)> (09.06.2020)
5. Пешева, Маргарита и Колектив. „Думите на медийния преход“. 2010. ИК „Фабер“. [http://www.faber.bg.com/UserFiles/File/Downloads/Media%20Words%20CD\(1\).pdf](http://www.faber.bg.com/UserFiles/File/Downloads/Media%20Words%20CD(1).pdf). (17.02.2019)
6. Bg.Wikipedia.org. “Хари Потър” 2020. [https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8\\_%D0%9F%D0%BE%D1%82%D1%8A%D1%80](https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%B8_%D0%9F%D0%BE%D1%82%D1%8A%D1%80) (03.02.2020)

7. 123 Help me. "Examples Of Transmedia Storytelling In The Harry Potter Saga By J.K.Rowling" <https://www.123helpme.com/essay/Examples-Of-Transmedia-Storytelling-In-The-Harry-PJTCEWLT8N6> (03.03.2020)

8. En.Wikipedia.org. "Bumblebee (film)" 22.04.2021.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Bumblebee\\_\(film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Bumblebee_(film)) (23.04.2021)

9. En.Wikipedia.org. "Halo (franchise)" 17.04.2021  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Halo\\_\(franchise\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Halo_(franchise)) (19.04.2021)

10. En.Wikipedia.org. "Transformers" 21.04.2021.  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Transformers> (22.04.2021)

11. Fandom Harry Potter. "Gordon Brown"  
[https://harrypotter.fandom.com/wiki/Gordon\\_Brown](https://harrypotter.fandom.com/wiki/Gordon_Brown) 01.02.2021

12. Filmtvmovingimage. "How J.K.Rowling uses the transmedia storytelling to keep the wizarding world alive?" 21.02.2017.  
<https://filmtvmovingimage.wordpress.com/2017/02/21/how-j-k-rowling-uses-the-transmedia-storytelling-to-keep-the-wizarding-world-alive/>  
(08.03.2019)

13. Fiorelli, Gianluca. "Transmedia Storytelling". 16.04.2013.  
[https://www2.slideshare.net/gfiorelli1/transmedia-18950459?qid=38005c91-01a9-43c4-a3ac-633f3fd18815&v=&b=&from\\_search=61](https://www2.slideshare.net/gfiorelli1/transmedia-18950459?qid=38005c91-01a9-43c4-a3ac-633f3fd18815&v=&b=&from_search=61) (09.10.2019)

14. Jenkins, Henry. *Seven myths about transmedia storytelling debunked*. 08.04.2011. <http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked> (20.01.2021)
15. Jenkins, Henry. *"Transmedia Storytelling 101"*. 21.03.2007. [http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html) (21.02.2020)
16. Joell, Christina. *"Harry Potter Transmedia Storytelling"* 03.04.2018. <https://wordpress.susqu.edu/engl390/2018/04/03/harry-potter-transmedia-storytelling/> (07.04.2020)
17. Paden, Brianna. *"The World of Harry Potter: Transmedia Storytelling"* 18.11.2016. [http://convergencefa2016.blogspot.com/2016/11/transmedia-storytelling\\_18.html](http://convergencefa2016.blogspot.com/2016/11/transmedia-storytelling_18.html) (12.01.2020)
18. Pratten, Robert. *"Transmedia and The Indie Filmmaker"*. 02.05.2010. <https://www2.slideshare.net/ZenFilms/transmedia-and-independent-filmmakers> (04.05.2020)
19. Pratten, Robert. *"Getting started in transmedia storytelling: A practical guide for beginners"* 2015
20. Producers Guild of America. *Code of Credits. 2010*. [www.producersguild.org/?page=coc\\_nm](http://www.producersguild.org/?page=coc_nm) (15.02.2021)

21. Rayman, Leo. *"Transmedia Narratives: Fact or Fiction?"*. 28.01.2010

[https://www2.slideshare.net/leorayman/transmedia-narratives-ddb?qid=38005c91-01a9-43c4-a3ac-633f3fd18815&v=&b=&from\\_search=4](https://www2.slideshare.net/leorayman/transmedia-narratives-ddb?qid=38005c91-01a9-43c4-a3ac-633f3fd18815&v=&b=&from_search=4) . (17.12.2020)

22. Rutledge, Pamela. *"What is transmedia storytelling"*. 2012.

<https://www.pamelarutledge.com/transmedia-storytelling/what-is-transmedia-storytelling/> (25.04.2019)

# ДЕКЛАРАЦИЯ

за авторство

от Иво Славчев Николов  
адрес: София 1309, ж.к. «Илинден», бл. 56, вх. В, ет. 5, ап. 13  
Телефон/GSM: 0877801038

Долуподписаният *Иво Славчев Николов* декларирам, че представеният от мен дисертационен труд на тема „*Трансмедиен проект: етапи, финансиране, управление*” за придобиване на образователна и научна степен „доктор” по област на висше образование *8. Изкуства (Кино)*, професионално направление *8.4 Театрално и филмово изкуство*, докторска програма „*Кинознание, киноизкуство и телевизия*” представлява авторска разработка, а приложените документи са достоверни.

Декларатор:.....  
/Иво Славчев Николов/

гр. София