https://doi.org/10.53656/voc26-1-2-06

Scientific Research
Научни изследвания

ТЕНДЕНЦИИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ ПРЕД АНИМАЦИОННАТА ФИЛМОВА ИНДУСТРИЯ

Цанко Василев
Национална академия за театрално и филмово изкуство „Кръстьо Сарафов“

Резюме. Статията прави общ преглед на състоянието на съвременната анимационна филмова индустрия като част от творческите индустрии. Целта е да се систематизират основните тенденции, предизвикателства и възможности пред сектора, с особен фокус върху европейското фестивално анимационно кино. Предварителното проучване се основава на анализ на публични статии, доклади, статистически данни и други документи. Представени са динамиката на глобалния пазар, факторите за неговия растеж (стрийминг платформи, технологии и изкуствен интелект, аутсорсинг, мърчандайзинг, държавна подкрепа) и данни за европейската анимационна продукция. Показва се, че фестивалното анимационно кино остава встрани от общия възход на пазара и е изправено пред ограничен достъп до публики и финансиране. Разгледани са традиционните и новите модели за финансиране и се обосновава тезата, че умението за питчинг е ключово за привличането на външно финансиране и партньори. Очертани са и насоките за по-нататъшно емпирично проучване чрез интервюта и теренни наблюдения на питчинг събития.

Ключови думи: анимационна индустрия; творчески индустрии; фестивално анимационно кино; финансиране; питчинг

Увод

Съвременната анимационна индустрия е значителен сегмент от творческите индустрии, които са прогресивен икономически отрасъл не само в европейски, но и в световен мащаб. Пазарът нараства бързо, като икономическите анализи свързват този „скок“ най-вече с повишеното търсене и потребление на дигитално съдържание, непрекъснатото усъвършенстване на технологиите и нарастващия интерес към творчески проекти и услуги.

В условията на дигитализация, бързо развиващи се технологии и постоянно нарастващо и разнообразно съдържание авторите и продуцентите на анимационно кино са изправени пред редица нови фактори и предизвикателства при реализацията на филмовите си проекти. Масовото повишаване на потребителската стойност на стоките и услугите изисква от продуцентите

да бъдат релевантни в идеите, за които застават, и да се справят с донякъде агресивно конкурентната професионална среда.

Търсенето на финансиране налага откриването на нови модели за осигуряване или допълване на проектните бюджети, както и на инструменти и похвати за представяне на проектите пред лидери на мнение. Умението да се представи филмов проект в развитие, е ключов фактор за привличане на инвестиционен интерес. Питчингът, като инструмент за представяне на филмови проекти и за търсене на финансиране, копродуценти или други партньорства, е широко разпространен в американската киноиндустрия и все по-осезаемо навлиза в европейската практика. Той е предмет на отделна разработка в рамките на същото изследване, която разглежда съвременното „фестивално“ анимационно кино и теоретичните и практическите аспекти на питчинга с хипотезата, че питчингът е крайно необходим за всички участници в киноиндустрията в условията на динамично нарастващ пазар и постоянна нужда от финансиране.

Целта на настоящия текст е да се систематизира общо представяне на средата, в която се развива съвременното анимационно кино, както и на тенденциите, възможните проблеми и възможностите пред индустрията и нейните участници. Изложеното е предварително проучване на общото състояние на сектора на основата на публични статии, публикации, доклади, документи и статистики, както и на наблюдения от професионалната практика във филмовата индустрия, съвременната култура и културните политики.

Проучването ще бъде продължено с полуструктурирани интервюта с представители на анимационната филмова индустрия – филмопроизводители, лидери на мнение и вземащи решения, и с теренни наблюдения на международни питчинг събития в подкрепа на анимационни филмови проекти, организирани в рамките на фестивали и други професионални форуми и програми.

1. Творчески индустрии и анимационно кино

Творческата икономика играе важна роля в глобалното икономическо развитие и допринася значително за световния брутен вътрешен продукт. В някои случаи, особено в по-развитите страни, икономическите трудности, причинени от финансови кризи, осезаемо засягат различни индустрии, като например бизнесите и пазарите с недвижими имоти и инвестиции. Независимо от това креативната икономика – творческите индустрии – „оцеляват“ (Saputra et al., 2021).

Термините „творческа индустрия“, „културна индустрия“ и „творческа икономика“ се отнасят до съвкупността от икономически дейности, свързани със създаването или използването на познание и информация. Тези дейности произтичат от креативността, уменията и способностите на индивида и създават „благо“ и благосъстояние за отделни лица и/или групи. Те създават авторски творчески продукти, могат да бъдат нематериални по природа и

формират среда и работни позиции чрез генерирането и експлоатацията на творческия потенциал на индивида (Saputra et al., 2021).

Най-общо казано, творческите индустрии са динамични сектори, които генерират стойност чрез творчество, иновации и интелектуална собственост. Те обхващат области като кино, анимация, дизайн, музика, реклама, архитектура, мода, издателска дейност и дигитални медии и играят ключова роля в оформянето на икономическия и културния пейзаж. През последните години в глобален аспект творческите индустрии отбелязват значително разрастване и стабилен годишен растеж.

Отвъд икономическото въздействие креативните индустрии движат културната еволюция, комуникацията и социалната промяна. С развитието на дигиталните технологии области като кино, анимация, дизайн, музика и интерактивни медии се интегрират безпроблемно в образованието, здравеопазването, активизма, гражданското участие и застъпничеството и градското развитие. Тези индустрии насърчават интердисциплинарното сътрудничество, като правят познанието по-достъпно, издигат значението на разказването на истории и подсилват слабо представените гласове. Те допринасят и за глобалния разговор, влияят на общественото мнение и стимулират застъпничеството чрез въздействащи визуални и наративни инструменти.

Творческата икономика е почти еднаква за всички държави, но всяка следва различни дефиниции и различни видове подсектори. Анимацията присъства като подсектор на творческата индустрия във всяка държава и като част от нея, носи своя уникалност и специфика.

2. Глобален анимационен пазар

2.1. Размер и динамика на пазара

Пазарно проучване от началото на 2025 г.[1] посочва, че световният пазар на анимационно производство възлиза на 373,23 млрд. щатски долара през 2024 г. Прогнозира се от 393,39 млрд. долара през 2025 г. да нарасне до приблизително 631,52 млрд. долара до 2034 г., с годишен растеж от около 5,40 %. Анализаторите отдават това осезаемо разширяване на пазара на нарастващото търсене на анимационно съдържание в киното, игрите, рекламата и стрийминг платформите.

Повишеното търсене на анимационно съдържание от развлекателния сектор, игрите и рекламата, а все по-често и от образованието позволява бързото разрастване на пазара. Докато технологичните подобрения в областта на изкуствения интелект (ИИ) повишават продукционната ефективност, стрийминг платформи като Netflix и Disney+ правят значителни инвестиции в анимации.

Филмовият сектор доминира на анимационния пазар с най-голям дял, който се дължи на растящото търсене на висококачествени анимационни филми и на

разширяването на стрийминг платформите. Позицията на филмопроизводството е допълнително подсилена от инвестициите на големите студия и от напредъка на технологиите. Анимационните филми добиват все по-широка популярност сред различни аудитории и остават основен източник на приходи за анимационния пазар. Глобалният обхват на сектора се дължи и на развитието на международните партньорства и на локализацията на анимационното съдържание, а водещите стрийминг компании запазват лидерството си, като непрекъснато инвестират в производството на оригинални анимационни филми.

2.2. Аутсорсинг и нови продукционни модели

Като тенденция в глобалния производствен процес се наблюдава все по-честата практика на аутсорсинг на услуги там, където те са по-финансово достъпни и по-икономически изгодни за големите компании. Големи аутсорсинг центрове се оформят във Филипините, Индия и Южна Корея, които предлагат продукция с високо качество при по-ниски разходи. Международните студия все по-често възлагат анимационната си дейност именно в тези страни.

Аутсорсингът позволява на големите студия да управляват по-добре цялостния производствен процес, да спазват по-добре сроковете и да мащабират дейността си. Тези държави са предпочитани за пренасочване на част от дейностите и заради изградената модерна инфраструктура, и заради наличието на талантливи аниматори и други творчески специалисти. Офшорните студия предоставят продукционна подкрепа за множество международни анимационни блокбъстъри и телевизионни сериали. Тази тенденция стимулира растежа на анимационната индустрия и укрепва глобалната верига за „доставка“ на услуги.

Аутсорсингът на цели продукционни компоненти от по-големите компании е честа практика и трайно наложен метод за много продуценти в реализацията на анимационните им филмови проекти. Като нова тенденция обаче се наблюдава преминаване на аутсорсинг компаниите към участие в копродукции (Shi, 2023): доставчиците на пренасочени услуги придобиват реално участие в продукцията в ролята на (ко)продуценти, като споделят финансовата инвестиция и приходите от авторски права с другите страни и правоносители.

2.3. Технологии и изкуствен интелект

3D анимацията продължава да доминира по популярност, но се наблюдава тенденция 2D анимацията да се завръща на продукционната сцена с привкус на носталгия. Анимацията става все по-популярна в корпоративното обучение, а виртуалната и добавената реалност се използват като маркетингов инструмент в допълнение към развлекателния сектор.

Особено значение има влиянието на ИИ върху анимационния пазар, независимо от стилистичните му аспекти. Чрез стимулиране на креативността, автоматизиране на повтарящи се дейности и задачи, които иначе изискват значителен времеви, а с това и финансов ресурс, и цялостно оптимизиране

на работните процеси ИИ води до революционни промени в анимационния пазар.

Софтуери като Runway Machine Learning и Adobe Sensei са примери за инструменти, които намаляват производственото време и разходи и са лесно достъпни и за по-малки студия, компании и независими артисти, което им дава възможност да произвеждат висококачествена анимация. Битува схващането, че с автоматизирането на по-скоро производствените процеси артистите имат свободата да се съсредоточат повече върху техниките за разказване на истории (storytelling). Твърди се също, че прогресът на дигиталните технологии оказва благоприятно въздействие върху филмовата и телевизионната анимационна индустрия, тъй като производственият процес донякъде се улеснява от използването на ИИ за повишаване на ефективността.

Същевременно създаването на висококачествена анимация не е евтин процес. Студията трябва да правят изключително сериозни инвестиции – от осигуряването на модерен софтуер и големи технически мощности до поддържането на висококвалифициран екип от аниматори и други специалисти в продължителната производствена верига. Технологиите са увеличили продукцията, но създаването на сложни анимации остава много скъпо и често непосилно за по-малките студия, които трудно се конкурират с големите „играчи“ на пазара. Докато високобюджетни компании като Pixar и Disney могат да инвестират сериозно в ресурси, независимите студия често изпитват сериозни финансови затруднения до завършването на проектите си, принудени са да просрочват процеси и продукция и да търсят допълнително финансиране и партньори. Непредвидените просрочвания неминуемо водят до увеличаване на разходите и правят реализацията на проектите все по-трудна.

Доминиращ на пазара е моделът на анимационни студия, които предлагат пълен пакет от услуги – решения „от А до Я“, включително продуцентски услуги. Такива студия обслужват по-големите и водещи анимационни и продуцентски компании във филмопроизводството, производството на игри и рекламните агенции, като ги превръщат в ключов компонент от индустрията и им осигуряват водещо място на глобалния пазар. Тази тенденция допълнително се подсилва от партньорства с големи финансови измерения между технологични компании и анимационни студия, които работят с най-модерна анимация и ИИ.

С развитието на изкуствения интелект и бума на дигиталната ера се очаква бизнес моделът на продуцентските компании за анимационно кино също да претърпи известна трансформация, тъй като творческите индустрии преживяват икономически растеж, а процесите по производството и „употребата“ на анимационно кино постепенно „узряват“.

Дигиталните технологии предлагат на потребителите ново културно преживяване, белязано от креативно дигитално представяне. Това се дължи най-вече на влиянието на технологиите, които работят с големи обеми данни

и информация, каквито са аудиовизуалните мрежи, анимацията, видеоигрите и игрите за мобилни устройства и други нововъзникващи и бързо развиващи се индустрии.

Независимо от бума в растежа на анимационния пазар, високите производствени разходи и реалната липса на нови лица и таланти в бизнеса остават реални предизвикателства пред индустрията. Постоянният стремеж към качествени подобрения изисква и представянето на по-стойностно съдържание пред публиките.

2.4. Основни фактори за разрастването на пазара

Цитираното пазарно проучване (вж. бел. 1) извежда няколко основни фактора за разрастването на пазара.

Първият фактор е повишеното търсене на съдържание за стрийминг. VOD платформи като Netflix, Disney+ и Amazon Prime правят сериозни инвестиции в оригинални анимационни сериали и филми. Засиленият през последните години обществен интерес към дигиталното съдържание и постоянната употреба на дигитални устройства и технологии допълнително допринасят за бума в свръхпроизводството на анимационно съдържание.

Вторият фактор са технологичните постижения и постоянните подобрения. Технологии като AI-driven animation, motion capture и real-time rendering подобряват скоростта и качеството на производството. Тези иновации спомагат за намаляване на разходите, подобряване на ефективността и създаване на по-реалистична анимация.

Третият фактор е практиката на глобален аутсорсинг и оптимизацията на разходите. Множество анимационни студия в страни като Индия, Филипините и Южна Корея предлагат висококачествена анимация на значително по-достъпни цени от тези в Америка и Европа. Тази тенденция позволява на международните анимационни студия и компании да увеличават производствените мащаби и същевременно да поддържат по-икономически обусловена ефективност по отношение на бюджетите.

Четвъртият фактор са мърчандайзингът и разширяването на франчайз практиката. Правоносителите на успешни анимационни продукции генерират последващи приходи чрез производство и търговия с играчки, облекло и други тематични стоки. Все по-обичайно е хитовите анимационни филми и сериали да създават и поддържат такива дългосрочни канали на приходи след „откриването“ на продукцията за потребители и аудитории.

Петият фактор са държавната подкрепа, инициативите и политиките. Много държави предлагат данъчни облекчения и програми за финансиране на анимационно производство, а държавно подкрепените инициативи и проекти насърчават повече инвестиции в анимационни студия и развитието на таланти.

Този фактор намира отражение в актуална новина от началото на 2025 г.: на срещата на върха за растеж на креативните индустрии в Гейтсхед културният

министър на Обединеното кралство Лиза Нанди включва в правителствените планове нов пакет за подкрепа на анимационната индустрия в размер на 60 милиона паунда, които държавата да инвестира в подобряване на достъпа до финансиране[2]. Британското правителство признава и оценява приноса на сектора за държавния бюджет и го определя като ключов сектор за устойчиви инвестиции и стратегически растеж. Мерките ще бъдат фокусирани върху децентрализацията на производството и ще се инвестира в развитието на независими анимационни студия и центрове и програми за нови и изгряващи таланти.

В глобален контекст популярността на платформи като Netflix, Disney+ и Amazon Prime, които демонстрират нестихващ интерес към производството на анимационни филми и сериали, поставя нуждата от висококачествена анимация на най-високо ниво. Анимацията е жизненоважен компонент на масовия развлекателен сектор поради постоянно увеличаващото се ниво на употреба на съдържание по поискване. Програмите на водещите VOD платформи са толкова разнообразни по съдържание, че успешно удовлетворяват публики от всякакъв възрастов и социално-икономически профил. Представяното съдържание е увлекателно за аудиториите със своя развлекателен характер, което гарантира на компаниите трайния интерес на потребителите.

За стрийминг платформите (като Netflix, Disney+ и Amazon Prime) анимацията е популярен избор поради своята флексибилност и възможността за творческа свобода и експеримент на артистите в разказването на истории. Интересът се поддържа и повишава в резултат на целенасочени и локализирани усилия за дистрибуция на анимационно съдържание по целия свят и на правилно таргетиране на публиките. Прогнозира се глобалната анимационна филмова индустрия да бъде водена от тази тенденция и в по-далечно бъдеще.

3. Съвременно фестивално анимационно кино в Европа

В по-локален контекст доклад от 2021 г. на Европейската аудиовизуална обсерватория към Съвета на Европа посочва, че Европа продуцира около 55 анимационни филма и 830 часа анимационно телевизионно съдържание всяка година (Jiménez Pumares & Fontaine, 2021). Докладът „Animation Films and TV Series in Europe – Key Figures“ разглежда различните сегменти на анимационната филмова индустрия. Вниманието е насочено към европейската анимационна филмова продукция, предназначена за фестивално и кино разпространение (theatrical exploitation), като са изведени ключови заключения, които илюстрират средата и пейзажа на европейската съвременна анимационна филмова индустрия.

Европа продуцира средно около 55 анимационни филма годишно, предназначени за фестивално и киноразпространение, като водещи производители са Франция, Русия и Германия. Тези филми значително по-често

са международни копродукции, отколкото филмите от всяка друга категория или жанр: копродукциите представляват 37 % от европейската анимационна продукция, за сравнение с 22 % за всички игрални филми (по данни от 2019 г.), а водещи копродуцентски партньори са Франция, Германия и Белгия. Износът на продукция е значително по-важен, отколкото за другите категории филми, като Китай е водещият неевропейски пазар за европейска анимационна продукция. Най-висок дял от посещаемостта на европейското анимационно кино отчитат Великобритания, Франция и Русия, като годишната посещаемост на отделните филми варира значително и се определя от успеха на малък брой проекти. Европейските анимационни филми имат дял от едва 16 % от посещаемостта на анимационните филми в Европа, а анимационният жанр по кината е доминиран от американски филми (Jiménez Pumares & Fontaine, 2021).

Като че ли проличава тенденция анимационната филмова индустрия в контекста на фестивалното кино постепенно да „изпада“ от общия възход на иначе така продуктивния, икономически потенциален и устойчив сектор. Фестивалното анимационно кино не достига до пазарите и публиките си, така става икономически необосновано и постепенно губи почва в контекста на общия пазар. Впечатление прави и все по-малкият брой анимационни филмови проекти, участващи във водещи питчинг събития, което може да се проследи назад във времето в индустриалните каталози на форуми като Euro Connection на кинофестивала в Клермон-Феран, Франция, и дори FILMER FORGE на Международния фестивал за късометражно кино IN THE PALACE.

Фестивалното кино е художествено кино и по отношение на функциите и задачите си се отличава от постоянно генерираното ново филмово съдържание, предназначено по-скоро за развлекателната сфера (entertainment) на индустрията.

Като прогресивен отрасъл, съвременното анимационно филмопроизводство оперира с големи бюджети, като в Европа някои държави залагат като държавни политики планове с инвестиционни пакети, насочени към развитието на анимационната индустрия, анимационните студия и програмите за таланти. С такива бюджети обаче оперират продуцентите и компаниите, чиято производствена дейност се отнася по-скоро до развлекателната сфера, за сметка на художественото фестивално кино.

Тук е моментът да се обърне внимание на значението на фестивалите. Те са свързващото звено, мястото и средата, която среща и затваря кръга на индустрията. В най-общ смисъл тези форуми съществуват, за да срещат участниците в индустрията с професионален интерес и да насърчават колаборациите, а от друга страна – да срещат публиките с продукциите. Фестивалите спомагат за по-лесния достъп на продуцентите до финансиране и подкрепа за техните филмови проекти и им осигуряват достъп до публиките и възможност за пряк контакт с жива и критична маса. Обратно – те осигуряват и достъпа на аудиторията до културния продукт, който подлежи на нейната оценка.

4. Възможности за финансиране на анимационни филмови проекти

Финансирането на анимационни филмови проекти от само един източник е вече немислимо за продуцентите, което налага търсенето на нови модели за осигуряване или допълване на проектните бюджети. Основните възможности са: публично финансиране – европейски, национални и общински органи, фондове и програми, подкрепящи производството на анимационни филми; модел на копродукция – участие на страната като продуцент, при което участниците в сделката споделят инвестиционните разходи и процент от евентуалните бъдещи приходи; участие в питчинги с финансови грантове, организирани от фестивали и други професионални форуми; осигуряване на спонсорства; обществено ангажирани и дарителски кампании, като краудфъндинг и подобни методи; личен инвестиционен принос – инвестиране на лични средства и/или имущество.

В България обществените институции и културни организации, които подкрепят финансово производството на анимационно кино, са ИА „Национален филмов център“, Национален фонд „Култура“ – по програмата за дебют, общинските фондове „Култура“ (слабо институционализирани и по-скоро спорадични, отколкото регулярен ангажимент и политика) и професионалната програма за филмовата индустрия FILMER FORGE на Международния фестивал за късометражно кино IN THE PALACE.

Умението да се представи филмов проект в развитие, е ключов фактор за привличане на инвестиционен интерес. В динамичната среда на бързо нарастващия пазар и постоянната нужда от финансиране питчингът е специфичен и крайно необходим за всички участници в киноиндустрията инструмент.

Заключение

В текста е направен общ обзор, в който фестивалното анимационно кино се разглежда като част от една индустрия. Представени са икономическа справка и поглед към съвременната анимационна филмова индустрия като сектор на прогресиращите в глобален контекст творчески индустрии, както и понятието творчески индустрии, техните сегменти и европейската анимационна филмова индустрия, и по-конкретно фестивалното анимационно кино, с данни за производството и потреблението.

Направен е опит да се очертаят общите тенденции и предизвикателства пред анимационното кино. Посочени са основните наложени практики и установени модели за финансиране в глобален аспект – държавни и европейски. Търси се отговор дали секторът и участниците в него са изправени пред общи и значителни проблеми, предизвикателства и трудности, които биха позволили да се обособят като тенденции, или те са по-скоро плод на индивидуални „битки“ на продуцентите на анимационни филми.

Излага се тезата, че нарастващият пазар и нуждата от финансиране на филмови проекти неминуемо налагат търсене на допълнително външно финансиране – в лицето на фондове, копродуценти и др. В сферата на анимационната филмова индустрия участниците и техните проекти трябва да бъдат конкурентни на средата. В процеса на реализация на нови филми в развитие питчингът е ключов инструмент за осигуряване на допълнително финансиране, партньори и др. и фундаментално умение за успешните продуценти на фестивално анимационно кино.

БЕЛЕЖКИ

1. Zoting, S. (2025). Animation production market size, share and trends 2025 to 2034. Precedence Research. https://www.precedenceresearch.com/animation-production-market
2. Animation UK cheers government's creative industry support plans. (2025, януари). Animation Magazine. https://www.animationmagazine.net/2025/01/animation-uk-cheers-governments-creative-industry-support-plans/

REFERENCES

Jiménez Pumares, M., & Fontaine, G. (2021). *Animation films and TV series in Europe: Key figures*. European Audiovisual Observatory. https://rm.coe.int/animation-films-and-tv-series-in-europe-key-figures/1680a4a717

Saputra, D. I. S., Manongga, D., & Hendry, H. (2021). Animation as a creative industry: State of the art. In *2021 IEEE 5th International Conference on Information Technology, Information Systems and Electrical Engineering (ICITISEE)*. IEEE. https://ieeexplore.ieee.org/document/9655839

Shi, R. (2023). Development trends and challenges of the animation film industry in the context of information technology. *Highlights in Business, Economics and Management, 22*, 193 – 200. https://doi.org/10.54097/yrn7f637

TRENDS, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FACING THE ANIMATION FILM INDUSTRY

Abstract. The article provides an overview of the current state of the animation film industry as part of the creative industries. Its aim is to systematise the main trends, challenges and opportunities facing the sector, with a particular focus on European festival animation. The preliminary study is based on an analysis of public articles, reports, statistics and other documents. It presents the dynamics of the global market, the factors behind its growth (streaming platforms, technology and artificial intelligence, outsourcing, merchandising, state support) and data on European animation production. The article shows that festival animation remains outside the general upswing of the market and faces limited access to audiences and funding. Traditional and new financing models are discussed, and the article argues that pitching skills are key to attracting external funding and partners. Directions for further empirical research through interviews and field observation of pitching events are also outlined.

Keywords: animation industry; creative industries; festival animation; film financing; pitching

✉ **Tsanko Vasilev**
National Academy of Theatre and Film Arts „Kr. Sarafov"
E-mail: director@inthepalace.com