

<https://doi.org/10.53656/for2026-2s-11>

## КОГАТО ДРАКОНИ СРЕЩАТ ДИЗАЙНЕРИ: СИМБИОЗА МЕЖДУ КУЛТУРНАТА ПАМЕТ, АЛГОРИТМИТЕ И ПРЕПОДАВАНЕТО НА ЧУЖДИ ЕЗИЦИ

Елица Миланова. 2024. *Митологични метаморфози*. Арена Принт, 2024,  
196 стр. ISBN 978-619-7413-44-1.

**Гл. ас. д-р Боряна Тенчева**

*Пловдивски университет „Паусий Хилендарски“, България*

Втората монография на Елица Миланова „*Митологични метаморфози*“ представлява несъмнено зряло, стойностно и научно убедително лингвокултурологично изследване със силен приложен акцент в областта на дигиталната хуманитаристика. Книгата е естествено продължение на публикуваната в резултат от дисертационно изследване монография „*Лингвокултурологичен потенциал на митонимите в руската и китайската лингвокултура*“ (2024а). Авторката предлага концептуално и методологически изчистен модел за анализ на митологичните образи като динамични лингвокултурни единици, разгледани през призмата на най-честотните елементи на китайската и славянската митологична картина на света, които функционират като алтернативи на традиционно доминиращите древногръцки, англосаксонски и скандинавски пантеони.

Появата на митологичните метаморфози е обусловена от „смяната на функциите на митологията“ (Milanova, 2024b, p. 4). Актуалността на проучването произтича от засиления през последните години интерес към образите от нисшата митология и от стремежа към самоидентификация в условията на глобализация. Фокусът е поставен върху активните и модифицирани митологични образи. Изследователката проследява адаптирането на митологичните образи и тяхното преминаване в разнообразни наративи: художествена литература, кино и визуални изкуства, онлайн съдържание (вкл. миймове), компютърни и настолни игри. Особено внимание е обърнато и на възникването на нови подвидове във фентъзи жанра – славянско и китайско фентъзи.

Научната хипотеза разглежда динамичното развитие на митонимите и техния лингвокултурологичен потенциал в рамките на когнитивната лингвокул-

турология и антропоцентричните подходи. Методологията е подчертано интердисциплинарна: наред с традиционните лингвистични методи се прилагат маркетингови похвати, потребителски ориентиран дизайн на потребителското изживяване като създаване (User eXperience design, UX Design) на **потребителски персони** (Persona/User Persona) и **карти на емпатията** (Milanova, 2024b, p. 82 ff). Подобен обхванен подход гарантира надеждност на изводите и висока степен на възпроизводимост и приложимост. В монографията се прави сравнителен анализ на емотивните възприятия и образните представи за митологичните същества. С безспорна тежест е внушителната и актуална емпирична база и библиография, включваща около 150 източника на пет езика (руски, български, сръбски, английски и китайски), като почти половината заглавия са публикувани през последното десетилетие.

Монографията е структурирана балансирано – предговор, пет тематични глави, заключение и две приложения. Първите две глави („*За нуждата от митологията*“ и „*Митологични метаморфози: от ларва до имаго*“) обосновават появата на митологията и мястото ѝ в съвременния свят – трансформирала се от отговор на екзистенциални въпроси до продукт на творческия потенциал на човечеството.

Ключов принос представлява развитието на концепцията за **информационно изкривяване** (авторски термин, cf. Milanova, 2024a) – процес на смислова и емоционална деформация на каноничните митологични образи под въздействие на културна интерференция и медиен натиск (Milanova, 2024b, p. 18 ff). Елица Миланова разглежда концептуалната рамка на този процес през призмата на трихотомията между *информационно изкривяване* – *езикова личност* – *културна памет*. Изследователката убедително демонстрира, че масовокултурните интерпретации, включително продуцирани с помощта на генеративен изкуствен интелект (ГИИ), могат постепенно да размиват и подменят не само индивидуалните представи, но и колективната културна памет. В този контекст митологията се мисли не като статичен корпус от „готови“ сюжети, а като развиваща се система, чувствителна към глобалните комуникативни и технологични промени. Трябва да се отбележи и важният принос – за първи път в лингвокултурологичната хуманитаристика ГИИ е разгледан едновременно като „жертва“ и „благоприятна среда“ за разпространение на информационно изкривяване. Обосновано е и предложението за целенасочено обучение на ГИИ за „изчистване“ на подобни изкривявания (Milanova, 2024b, pp. 25 – 28). Достоверността на подобно твърдение е подкрепена чрез визуализации на образите на китайския дракон *лун* и българския *змей*, последният митологичен образ се отличава с много по-висока степен на изкривяване.

Силната популярност на митологичните елементи във фентъзи жанра е интерпретирана като стремеж на съвременния човек да търси отговори в алтернативни светове (вторична действителност). Докато китайската митология заема междинно звено, славянската все още функционира като нишова, представена предимно чрез

образите на *Баба Яга* и *Кощей Бессмертный*, като и двете привличат поколенията милениум и Z с екзотика и нестандартност.

Третата глава е посветена на принципите на *трансмедийния сторителинг* (Transmedia Storytelling) като механизъм за разширяване и реинтерпретация на митологичните наративи и за изграждане на алтернативни вселени, при които „авторството“ става колективно. Изведен е стандартен алгоритъм за трансмедийно развитие на митологичните образи в масовата култура: *фентъзи литература* (пространство на нови наративи), *кино* (визуализация и унификация на образите), *компютърни игри* (интерактивно пространство за пряко взаимодействие, ко-авторство, търсещо екзотика) и *интернет миймове* (нова форма на фолклор, превръщаща потребителите в съавтори). Разпознати и описани са различни режими на адаптация – от относителна близост до канона през пародийни преобръщания до силно информационно изкривяване, при което образите получават нова смислова и оценъчна тежест. Твърденията са подкрепени с анализ на успешни глобални проекти като „*Киноселената на Марвел*“ и „*Вещерът*“, при които потребителите целенасочено биват окуражавани в ролята им на съавтори. Особено интересна е констатацията за паралелното съществуване на митологичните образи, които се развиват като елементи от мултивселена в различни измерения (напр. *приказната Баба Яга* и *игровата Баба Яга*).

Предпоследната глава – „*Митология и маркетингови стратегии: зона на пресяване*“, предлага новаторски поглед, представяйки за първи път митологичните образи като „пазарен продукт“, чието разпространение е следствие от маркетингови стратегии и дизайн на потребителското изживяване (UX Design), като последното обхваща емоциите, убежденията и реакциите на потребителите *преди, по време на и след* използването на продукта. Поставя се въпросът за превенцията срещу маргинализирането на нишовата славянска и китайска митология. Чрез приложени маркетингови похвати и авторско емпирично изследване са изведени разнообразни стратегии за съхраняване на културната им значимост и са профилирани целеви групи потребители на митологично съдържание (фентъзи автори, гейм разработчици, контент криейтъри, представители на субкултури и др.).

Монографията включва и отчетливо различим лингводидактологичен пласт. Последната глава – „*Лингводидактологичен потенциал на образите от китайската и славянската митология*“, предлага авторски стратегии за геймификация и адаптиране на митологичното знание към нуждите на дигиталните поколения, за които обучението следва да бъде емоционално ангажиращо „потребителско преживяване“. При обработването на данните са отчетени поколенческите и етноспецифичните характеристики на обучаемите.

В тази част фокусът на анализа е поставен върху лингводидактологичния потенциал на митологичните образи, представени не като факти, а като ресурс за емоционално ангажиращи учебни дейности за формиране на межкултурна компетентност и за критическо осмисляне на информационното изкривяване. Предложени са

конкретни игрови сценарии, митологични миймове за привличане на вниманието, повишаване на концентрацията, въвеждане на теми, идентифициране на грешки и визуализиране на информация. Последните функционират едновременно като мотиватор и дидактичен инструмент.

В рамките на игрофикацията Елица Миланова представя офлайн учебни игри („Кой съм аз?“, „Митологично Активити“, „Мит или реалност“) и онлайн варианти, включително обучителни инфографични игри и приложението на компютърни игри като образователен ресурс. Тук особено значение се придава на ролята на игровите среди за активиране на културната памет като комуникативни стимулатори и се набляга на критичния анализ на информационните изкривявания.

Третият подход – *трансмедийният сторителинг* – е представен като модел за устойчиво усвояване на знанието. Моделът включва: привличане на вниманието чрез популярни медии, работа с първоизточници, анализ на междумедийните репрезентации и създаване на собствено съдържание (фенфикшън, косплей). Методът е интердисциплинарен и силно мотивиращ за обучаемите.

Сред силните страни на научния труд се открояват безупречната аргументация, дълбочината на научния анализ, респектиращата езикова и теоретична подготовка на авторката, както и систематично формулираното изложение. Приложенията „Митологичен показалец“ и креативната студентска разработка „Животът на Нюуа Създаателката...“ засилват практическата стойност на труда за преподаватели, изследователи, обучаеми и любители на славянската и китайската митология.

Обобщено, монографията „Митологични метаморфози“ предлага продуктивни инструменти за анализ на трансмедийните трансформации и убедителни стратегии за опазване и преподаване на митологичното наследство в условията на глобална дигитализация. Научно аргументиран е рискът от деградация и подмяна на етноспецифичните митологични системи чрез информационно изкривяване, но са очертани и ефективни превантивни стратегии за съхранение, преосмисляне и продуктивна интеграция на митологичните образи в образователни и културни политики. Теоретичната дълбочина, приложната насоченост и ясно заявена интердисциплинарност правят изследването актуално, иновативно, оригинално, ключово и приносно не само за лингвокултурологията и лингводидактиката, но и за медиазнанието, маркетинговите комуникации и изследванията на културната конвергенция в условията на трансмедийност. Така митологичните образи са представени едновременно като носители на културна памет и като ресурс в глобалния културен и образователен пазар.

### ***Благодарности и финансиране***

Това изследване е финансирано от Европейския съюз – NextGenerationEU, чрез Националния план за възстановяване и устойчиво развитие на Република България, проект ДУЕКОС BG-RRP-2.004-0001-C01 (ДУЕКОС D24-FIF-005).

## ЛИТЕРАТУРА

Миланова, Е. (2024а). *Лингвокултурологичен потенциал на митонимите в руския и китайския език*. Пловдив: Арена Принт. ISBN 978-619-7413-49-6.

Миланова, Е. (2024б). *Митологични метаморфози*. Пловдив: Арена Принт, 2024, ISBN 978-619-7413-44-1.

## *Acknowledgements and Funding*

This study is financed by the European Union – NextGenerationEU, through the National Recovery and Resilience Plan of the Republic of Bulgaria, project DUECOS BG-RRP-2.004-0001-C01 (DUECOS D24-FIF-005).

## REFERENCES

Milanova, E. (2024a). *Lingvokulturologichen potentsial na mitonimite v ruskiya i kitajskiya ezik*. Plovdiv: Arena Print. ISBN 978-619-7413-49-6.

Milanova, E. (2024b). *Mitologichni metamorfozi*. Plovdiv: Arena Print, 2024, ISBN 978-619-7413-44-1.

## **WHEN DRAGONS MEET DESIGNERS: A SYMBIOSIS BETWEEN CULTURAL MEMORY, ALGORITHMS AND FOREIGN LANGUAGE TEACHING**

Elitsa Milanova. 2024. *Mythological Metamorphoses*. Arena Print, 2024, 196 pp. ISBN 978-619-7413-44-1.

✉ **Dr. Boryana Tencheva, Assist. Prof.**

ORCID iD: 0000-0002-9147-6981

WoS Researcher ID: AAW-4981-2020

Department of Romance and Germanic Studies

Paisii Hilendarski University of Plovdiv

Plovdiv, Bulgaria

E-mail: btencheva@uni-plovdiv.bg