

СЪДЪРЖАНИЕ

Увод	9
------------	---

Глава I. Параметри и еволюция на създаването на аудио-визуално съдържание

1. Методологическа рамка	17
2. Въведение в спецификите на аудио-визуалната продукция	20
3. Икономически фактори в аудио-визуалния сектор.	24
4. Регулаторната рамка в европейската аудио-визуална индустрия	29
5. Линейни и нелинейни аудио-визуални медийни услуги	31
6. Потребителски навици за консумация на медийно съдържание	37
7. Предизвикателства пред аудио-визуалната индустрия в XXI век	42
— Пиратство	42
— Омразата онлайн.	44
8. Звукът в аудио-визуалното	55
9. История на изследване на визуалния комуникационен канал.	57
10. Инструменти за аудио-визуално представяне.	62
11. Композицията.	63
12. Пространство	65
— Правило на третините	69
— Квадрантната система	70
— Работ на правоъгълника.	72
— Правилото на нечетните	74
— Правило на пространството.	75
— Плътност или дълбочина на пейзажа	77
— Цвят	79

13. Кадър, епизод, сцена	81
14. Перспективата	84
— Нулева перспектива.....	86
— Едноточкова перспектива (Тунелен поглед)	87
— Двупосочна перспектива	87
— Тройна перспектива	87
— Четири точкова перспектива (Безкрайната точка)	89
15. Движение на камерата	90
16. Крупности	93
— Общ план.....	93
— Среден план	95
— Близък план	95
17. Обобщение	98

Глава II. Количествено изследване на поведението на потребители при взаимодействието с аудио-визуални материали в социалните мрежи

1. Въведение в дигиталната реклама за социални мрежи ...	107
2. Предишни изследвания	111
3. Методология на изследването.....	120
4. Матрица на изследването	123
5. Преположения.....	132
6. Профил на селектираните участници в изследването ...	134
— Обувки GALDINI	135
— Dr. Martens	135
— TEODOR	138
— Brioni.....	139
— Загорка	140
— Tennent's Lager	142
— Свое.....	144
— Hershey.....	146
— Вугенов	147
— Steelcase.....	148
— Colibri Books.....	150

— Penguin Books	151
— SilverPink.....	152
— Effy Jewelry.....	153
— Бочко	154
— Childs Farm	155
7. Резултати	157
8. Раздел „Обувки“.....	170
9. Раздел „Костюми“	174
10. Раздел „Напумки“.....	176
11. Раздел „Шоколади“.....	179
12. Раздел „Мебели“.....	182
13. Раздел „Книзи“	185
14. Раздел „Бижута“.....	188
15. Раздел „Козметика“.....	191
16. Изводи и заключения.....	193
17. Коефициент на полезност на аудио-визуален материал в социалните мрежи	198
 Глава III. Качествено изследване за нагласите на производителите на аудио-визуални продукти за разпространение в социалните мрежи	
1. Методология на изследването.....	205
2. Съдържание на въпросника за интервюто.....	216
3. Профил на респондентите	225
4. Резултати от получените отговори	231
5. Изводи от проведените интервюта.....	263
6. Обобщение	???
7. Прогнози за бъдещото развитие на сектора.....	268
8. Заключение.....	272
Библиография	279
Приложения	302