



Product Placement «Правила съема метод Хитча»

Выполнила Рехтина Вероника
Группа 23808/6

Типы Product Placement

- 1. *Визуальный product placement* – когда продукт, услугу или логотип зрители могут увидеть. В кинокартине это обычно представлено следующим образом: героиня идет по улице, и ее внимание привлекает яркая вывеска с логотипом определенной компании.
- 2. *Вербальный* - данный тип product placement подразделяется на два подтипа:
 - Устный (или вербальный)* – актер или «голос за кадром» упоминают о продукте, услуге или компании.
 - Неустный (или невербальный)* - звук, являющийся неотъемлемым свойством того или иного продукта. Такой тип product placement применяется достаточно редко.
Пример: В фильме "Индиана Джонс и последний крестовый поход" зажигалка Zippo узнаваема не по внешнему виду, а по знаменитому на весь мир звуку, который отлично воспроизводит система Dolby Surround.
- 3. *Взаимодействие актера с продуктом – кинестетический* – это наиболее востребованная разновидность product placement.

Лавка мороженого Kool Man



Алкогольный напиток Martini



Ресторан Rice To Riches



Газета New York Standart

Carbs vs Fat

DIET TIPS

Health, Page 12



Allegra Cole

ALL ALONE!

Sara Melas, Page 3

**SPORTS
FINAL**

★ ★ ★ THE ★ ★ ★
NEW YORK STANDARD

GOTHAM'S FAVORITE NEWSPAPER

www.newyorkstandard.com

Газета New York Post



Лекарственный препарат Benadryl



Водный мотоцикл Polaris

