

Co je product placement

Product placement znamená takovou formu reklamy, při níž je konkrétní výrobek nebo služba umístěna do filmu nebo pořadu (či na fotografii), který sám o sobě nemá reklamní charakter. Všichni něco používáme, něčím se živíme, něco pijeme, někde bydlíme apod. To samé k životu potřebují i filmové postavy, aby mohly simulovat reálný život. Lze použít „běžného pracovního prostředku“, což může rušit dojem realističnosti, lze použít uměle vytvořené rekvizity a lze také použít konkrétní výrobek.

Product placement je ve filmu či jiném mediálním produktu záměrně umístěný konkrétní výrobek, jenž na základě smlouvy s jeho výrobcem může zaplatit značnou část nákladů na výrobu filmu. Kdyby nebylo product placementu, některé filmy by vůbec neexistovaly – buď proto, že by se na ně jinak nesehnaly peníze, nebo proto, že jediným důvodem jejich existence je zisk, a produkt placement je způsob, jak zisk pojistit. Během dobré zábavy z filmu, kterou divák dostane jen možná, dostane určitě množství reklamy, které někdy ani nepostřehne.

V product placementu je důležité především produkt správně zacílit. Do romance o lásce v podzimu života se nový cool nápoj pro náctileté nehodí, stejně tak jako nebude dobrý nápad představovat divákům Raftáků lepidlo na protézy. Dále je nutno zvážit, jakou funkci bude produkt ve filmu mít. Výrobek v reklamě nabízí především řešení nějakého problému – a mělo by tomu tak být i ve filmu. Hrdina (kladný hrdina, případně „rošťácký záporný hrdina, kterého si divák zamiluje“) s produktem zachrání sám sebe (McGyver a jeho švýcarský nůž) či sympatického mimozemšťana před surovými armádními vědci (lupínky Reece's Pieces v E. T. mimozemšťan). Firmy by jistě odmítly zařazení svého produktu do filmu, v němž by měl jejich produkt přivodit komukoli nesnáze či zkázu (mobilní telefon bez signálu, zaseklá pistole, lodičky s ulomeným podpatkem) – vytvořila by se negativní image výrobku. Funkce výrobku by se pak měla adekvátně zasadit do kontextu.

V současné době probíhá diskuze o tom, jak product placement regulovat. Návrh Evropské komise Televize bez hranic product placement povoluje. Vymezuje ovšem pravidla, jak a kde se smí objevit: zakázán je především ve zpravodajství, dětských a vzdělávacích pořadech a v dokumentárních filmech. Povoleno je umístování produktů zdarma (tedy poskytnutí tvůrcům) a umístění za úplaty, ovšem divák nesmí být přímo vyzván ke koupi či objednání služby a musí být upozorněn, že je v pořadu product placement užít.