
REKLÁMGAZDASÁG

Papp-Váry Árpád – Cserényi Veronika¹

Korhű termék megjelenítés (historic product placement) a Reklámőrültek című amerikai sorozat tükrében²

A Mad Men (magyar nevén Reklámőrültek) nemcsak a reklámszakemberek egyik kedvenc sorozata, rajongóköre rendkívül széles. A 2015 májusi záró epizódot a sugárzás napján közel 3,3 millióan tekintették meg az USA-ban, amivel minden idők legnézettebb drámai sorozata lett. A Mad Men-t az International Movie Database jelenleg 8,7-re értékeli. Számos filmes díjra jelölték, ezek közül 16 Emmyt és 4 Golden Globe-ot hozott el.

A sorozat az 1960-as évekbe kalauzol el minket, ahol betekintést nyerhetünk egy fiktív reklámügynökség életébe, mely a Sterling Cooper nevet viseli. Ez az időszak volt a televíziós reklámok és a Madison Avenue-n elhelyezkedő reklámügynökségek aranykora. Reklámszakember számára különösen izgalmas látni, ahogy a Sterling Cooper munkatársai ismert márkák briefjein dolgoznak, majd ügyfeleiknek prezentálják ötleteiket.

De melyek ezek a brandek? Azt tűztük ki magunk elé, hogy a Mad Men hét évadját újranezve, kigyűjtjük az összes márkát és azok megjelenéseit. Mivel a sorozat az 1960-as években játszódik az ilyen megjelenések az ún. „historic placement” körébe tartoznak. A magyar szakirodalomban utóbbinak még nincs megfelelő terminológiája, ezért bevezettük az ún. „korhű termék megjelenítés” fogalmát, ami véleményünk szerint jobban fejezi ki a lényegét, mint a szó szerinti „történelmi termék megjelenítés” fordítás.

1. Fikció és valóság

A Mad Men az 1960-as évek New York-jában játszódik tehát, ahol törtető reklámszakemberek építgetik az amerikai álmot. Tudni kell, hogy ekkoriban még jellemzően férfiak dolgoztak a reklámszakmában, a hölgyek többsége leginkább csak titkárnő lehetett. Így hát a sorozat főszereplője is férfi: Don Draper kreatívigazgató.

¹ Papp-Váry Árpád Dr. habil, a Budapesti Metropolitan Egyetem Marketing Intézetének vezetője, Cserényi Veronika az intézmény végzős hallgatója.

² A cikk rendkívül sok érdekességet tartalmaz és óriási munkáról tanúskodik. Mindezek ellenére fel kell hívjam az olvasók figyelmét arra, hogy a tanulmány minden, a Mad Men-ben megjelenő termék-márkát termék megjelenítésnek tekint, holott ezek nagy része (a cikk szerint sem) fizetett megjelenés, azaz nem felel meg a product placement fogalmának-definíciójának, amely szerint *termékelhelyezés*kor a a szponzor azért támogat egy filmet, televíziós műsort, popkoncertet, klipet, színházi produkciót, egyebet, hogy terméke abban (esetleg feltűnő és látványos formában) jelenjen meg. A hatályos médiatörvény szerint is: a termék megjelenítés „fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás” fejében történik. A korhűség nyilván megkövetelte számos olyan márka szerepeltetését is, amelyekhez a sorozat alkotói nem találtak szponzort. (H.B.)

A Mad Men kulcsfontosságú karakterét egyes feltételezések szerint a Leo Burnett egykori kreatívvezetőjéről, Draper Danielsről mintázták, akinek a nevéhez a híres Marlboro Man kampány fűződött. A sorozatban Don Draper szintén egy cigarettamárka, a Lucky Strike kampányát teszi sikeressé.

Egy másik teória szerint George Louis reklámszakember az, aki Don Draper karakteréhez inspirációt adott. George Louis azonban annyira ki nem állhatja ezt az összehasonlítást, hogy még egy „Fuck you Mad Men” hirdetést is készített, mondván, a szürke flanelöltönyös, fehér inges hímsoviniszta, rasszista, tehetségtelen, republikánus szemlélet nem az ő világa, ráadásul sokkal jóképűbb volt a harmincas éveiben, mint Don Draper.

2. A korhű termékmegjelenítés

A historic placement lényege, hogy a napjainkban is népszerű, vagy éppen megszűnt márkákat korhűen mutatnak be egy adott filmben vagy sorozatban. Ezért is tartottuk szerencsésebbnek a korhű termékmegjelenítés kifejezést, mint a történelmi termékmegjelenítés fogalmát.

A hét évad megtekintése alapján az látható, hogy egyes márkák visszatérő szereplők a Mad Menben. Olyan érdekes példának is szemtanúi lehettünk, hogy egy adott márka eleinte passzívan, majd az idő előrehaladtával aktívan, kreatívan jelent meg és észrevehető volt az is, hogy egy adott brand mellett annak konkurenciája is feltűnt a sorozatban. Nem utolsó sorban pedig fontos megjegyezni, hogy a Mad Men történetének témája kiváló táptalajt nyújtott a kreatív termékmegjelenítéseknek, melyek számát évadonként szintén feljegyeztük.

Márkák a Mad Men 1. évadjában

Cigaretta és egyéb dohánytermékek

- Old Gold – auditív
- Lucky Strike – kreatív
- Kent – vizuális passzív
- Marlboro – vizuális passzív

Alkoholos italok

- Old-Fashioned – auditív
- Canadian Club whisky – auditív
- Mai Tai koktél – auditív
- Gimlet koktél – auditív
- Martini – auditív
- Mint Julep koktél – auditív
- Jack Daniel's whisky – vizuális passzív
- Smirnoff vodka – vizuális aktív
- Campari – vizuális passzív
- Brandy Alexander koktél – auditív

Tv műsorok, Magazinok, printmédiumok

- Reader's Digest – auditív
- The Danny Thomas Show – vizuális aktív
- Playboy magazin – auditív
- Könyv: David Herbert Lawrence – Lady Chatterley szeretője – audiovizuális
- Könyv: Ayn Rand – Atlas Shrugged – audiovizuális
- The Real McCoys tv sorozat – auditív
- Advertising Age magazin – auditív
- The Atlantic Monthly – audiovizuális

Autók, közlekedési eszközök

- Cadillac – audiovizuális
- Volkswagen – audiovizuális

Helyek, éttermek

- The Oyster Bar at Grand Central – vizuális
- P.J. Clarke's – audiovizuális
- Pennsylvania Station – auditív
- Four Season Hotel – auditív

- Broadhurst Theatre – vizuális
- The Roosevelt Hotel – auditív, vizuális
- The Gaslight Cafe – vizuális
- The Pierre (hotel) – auditív
- El Morocco – vizuális
- The Waldorf-Astoria – auditív
- Toots Shor's – vizuális

Földrajzi helyek

- Manhattan – vizuális
- Broadway – auditív
- Madison Avenue – auditív, vizuális

Gyógyszerek, gyógyhatású készítmények

- Enovid tableta – auditív
- Alka-seltzer pezsgőtableta – auditív
- Aszpirin – auditív

Üzletek, szolgáltatások

- Tiffany and Co. – auditív
- Henri Bendel – auditív
- Bergdorf Goodman – auditív
- Lord & Taylor – auditív
- Saks – auditív
- Bonwit Teller – vizuális
- Bloomingdale's – auditív, vizuális

Ruhák, kiegészítők

- Jaeger LeCoultre Memovox óra – vizuális aktív

Vállalatok

- Brown & Williamson (dohánytermékeket gyártó cég) – auditív
- Procter & Gamble – auditív
- Bethlehem Acél vállalat – kreatív
- B.B.D.O. reklámügynökség – auditív
- Leo Burnett reklámügynökség – auditív
- DrScholl – auditív
- D.D.B. reklámügynökség – auditív
- Y&R reklámügynökség – auditív
- McCann Erickson reklámügynökség – kreatív
- Esso – auditív
- Pan American World Airways (Pan Am) – kreatív
- American Airlines – kreatív
- Vicks Chemical – auditív

Egyéb termékek

- Gillette – kreatív
- Right Guard dezodor – kreatív
- Guerlain Shalimar parfüm – auditív
- Dash mosószer – vizuális passzív
- Tide mosószer – vizuális passzív
- Rinso Blue mosószer – vizuális
- Dreft mosószer – vizuális passzív
- Clearasil arctisztító – kreatív
- Relax-A-Cizor elektromos izomstimuláló, fogyasztó – kreatív

Ételek, italok

- Heinz ketchup – vizuális passzív
- Coca-Cola – kreatív
- Utz potato chips – auditív

Bútorok, irodai eszközök

- Parker Jotter – vizuális passzív
- Kodak Carousel projektor – kreatív

3. Brandek a Mad Men-ben

Egy reklámügynökség természetesen márkáknak-márkákon dolgozik, mégsem magától értetődő, hogy a Mad Menben ennyi brandnek kellene szerepelnie. Egyrészt drámai sorozatról van szó, ahol mindig nehezebb a márkákat integrálni, mint mondjuk egy vígjáték esetén. Másrészt a sorozat az 1960-as években játszódik, és a korhű termékmegjelenítés soha nem könnyű műfaj. Ugyanezen ok miatt a márkák képviselőitől pénzt se nagyon lehet szerezni a produkcióhoz, pedig a product placement sok filmkészítő számára épp ezért fontos. Ilyen tekintetben akár fiktív márkák körül is foroghatna a sorozat, ezek azonban nagyon is valódiak.

A Mad Menben számos terméktípussal találkozhatunk, melyek természetesen korhű formatervezésben jelennek meg. Például a reklámszakemberek autói, a Cadillac, a Jaguar és a Chevrolet 60'-as évekbeli modelljei.



Don Draper Cadillac-je

Azt is sokszor figyelhetjük meg, hogy Don Draper és felesége Betty Draper takaros kis kertvárosi otthonában Heinz ketchup díszeleg a konyhaasztalon, vagy éppen Coca-Colával oltják szomjukat. A kreatívigazgató Omega óráján nézi meg a pontos időt, szabadidejében pedig a The New Yorker magazint olvassa. A szereplők kezében a nagy múltú American Tobacco vállalat Lucky Strike cigarettája füstölög epizódról epizódra, és számos gyógyszer vagy gyógyhatású készítményt is megemlítenek a sorozatban.

Ilyen például az Enovid fogamzásgátló tablettá, mely az 1960-as években első volt a piacon. Peggy Olson kezdő reklámszövegíró hölgynek ezt a tablettát írja fel orvosa egy vizsgálat alkalmával. Don Draper fejfájás ellen Aszpirint, másnaposságra pedig Alka-Seltzer pezsgőtablettát kér feleségétől.



Korhű sajtótermékek és Don Draper Omega Seamaster DeVille 1966 - os gyártású órája.

Ahogy a fent említett példák alapján láthatjuk, rendkívül széles palettát alkotnak a Mad Menben fellelhető terméktípusok. Mindenképp megemlítendő az is, hogy egy termék-kategórián belül több brandet is felsorakoztat a sorozat. Találunk olyan márkákat, melyek évadonként rendre visszatérő szereplők, azonban több olyan akad, amely csak egy vagy néhány évadban jelenik meg. Még izgalmasabb, hogy ezek hogyan kerültek be a sorozatba.

4. Kreatív megjelenések

A Cadillac autómárkáról széles körben úgy terjed, hogy fizettek a sorozatban lévő szereplésükért. Azonban a sorozatgyártó AMC csatorna egyik szóvivőjétől megtudhattuk, hogy semmilyen kapcsolatot nem vettek fel az autógyártó céggel, mielőtt az megjelent a sorozatban. A márka a 2. évadban kapott főszerepet, amikor is Don Draper vásárol egy 1962-es Cadillac Coupe de Ville-t a főnöke unszolására. Ugyanennek az epizódnak a végén Don feleségét kellemetlen szituációban érjük, ugyanis hánynia kell az autóban. A sorozat alkotója Matthew Weiner korábban már említette, hogy egyetlen autógyártó cég sem lenne hajlandó fizetni ilyesfajta megjelenítésért.

Egy másik példa: a Hilton Hotel volt az egyik legkiemelkedőbb szponzor, amely rendre feltűnt a Mad Men közösségi eseményeinek, fogadásainak, partijainak helyszínéként a 3. évad során. Éppen ezért talán nem is annyira meglepő, hogy a Hilton szállodát alapító Conrad Hilton, mint karakter is feltűnik a sorozatban. A hiteles karakter ábrázolásában a Mad Men gyártóit a Hilton Hotel történése, Mark Young segítette.

Az „Utz Minőségi Élelmiszerek” marketing osztálya a sorozat 1. évadjában figyelt fel arra, hogy Peggy Olson a kezdő szövegíró egy randi alkalmával megemlíti, hogy az Utz burgonyachips egyike a Sterling Cooper ügyfeleinek. Az Utz izgatottan konstatálta a hírt, és talán leghőbb reményük teljesült, amikor a 2. évadban a sorozat készítői egy reklámfilm-forgatást építettek a sztoriba a szóban forgó chips köré. Az Utz elmondásuk szerint sosem fizetett a termékintegrációért, csak mintatermékeket biztosított, és információval látták el a készítőket a brand történetét illetően. A cég szerencsés volt, hogy a sorozat íróinak egyike nagy rajongója a terméküknek.

A Kodak is szerencsésnek mondhatta magát. A sorozatban egy hatvanas évekbeli, Carousel (kөрhinta) elnevezésű vetítőkjк jelenik meg, amelyet Don Draper az édes emlékek көrhintájának nevez egy ügyfél-prezentáció alkalmával. A cég állítása szerint nem fizettek a megjelenítésért. Ellenben az adott epizód után a Kodak biztosította a sorozatnak az akkori korból származó különböző hirdetéseket és egyéb fotókat.



A Kodak Carousel vetítőkjкnek reklámkampánya és ügyfél-prezentációja a sorozatban

Nem meglepő, hogy a Heineken is részese szeretett volna lenni a Mad Men „örületnek”. A népszerű sörmárka elérte a műsor alkotóinál, hogy szerepeltessék az 1962-es formatervezésű üvegeiket a sorozatban. Egy vacsora alkalmával tűnik fel Don otthonában, mikor Betty Draper jó szívvvel ajánlja a holland sört vendégeinek. A Heineken kapcsolata a sorozatot gyártó AMC csatornával a Hilton projecthez hasonlítható, ugyanis a népszerű sörmárka szponzorálta a Reklámörültek második évadjának záró partiját.

Persze ez nem lehetett nagy teher nekik, annál inkább a Jaguar autómárka marketingeseinek a luxusautójuk megjelenése. Ugyan a Mad Men kreatívírói megkeresték a Jaguárt autentikus anyaggyűjtés céljából, azonban a majdani storyline részleteibe nem vonták be a céget. Ezért érintette váratlanul a vállalatot, amikor a sorozat sajátosan mutatta be a brandet: a

Jaguar ügyvezetője jelzi, hogy az ügynökség akkor nyeri meg ügyfelének a Jaguart, ha Joan, az ügynökség irodavezetője viszonyt létesít vele. A reklámügynökség vezetői ezért a szíves-ségért 50 ezer dollárt ajánlanak Joannak, ő azonban ennél többet kér: ötszázalékos résztulajdont az ügynökségben, hogy ágyba bújjon a Jaguar ügyvezetőjével.

A legkülönlegesebb azonban valószínűleg a John Deere fűnyírójának megjelenése. A harmadik évad elején tűnik fel a termék: Ken Cosgrove a John Deere ügyfél megszerzését ünnepli az irodában egy általuk gyártott traktoron körbejárva, amikor végzetes baleset történik. Ekkor már az egyik titkárnő ül a traktoron, amit nem tud irányítani, így a John Deere bedarálja az egyik felsővezető lábát. A cég ennek kapcsán leszögezte, hogy nem támogatja termékeinek nem biztonságos használatát és a brand általában nem szerepel product placementként sorozatokban.



A John Deere traktor megjelenése

Az „ad-menek” akár egy memo íráshoz vagy egy csekk kitöltéséhez gyakran használják az A.T.Cross cég tollait: „Természetesen a tollak mind antik darabok, amelyeket valóban akkor használtak Amerikában, amikor a sorozat játszódik.” A vállalat cserébe online hirdetésekkel és különféle kampányokkal segítette a sorozat készítőit és forgalmazóit. A tollgyártó cég egyike azon partnereknek, akik már a kezdetek óta támogatják a sorozatot.

Az 1960-as évek bemutatásának elhagyhatatlan kelléke a kort meghatározó zenei stílus is. A sorozat 5. évadának premierrészeben felcsendül a Beatles „Tomorrow Never Knows” című száma, mikor Don felrakja a Beatles „Revolver” című albumát. A reklámszakember egyik ügyfele hatására ismerkedik az ifjúsági popkultúrával, mivel kliense szeretné, hogy készülő reklámjuk alatt a népszerű együttes száma szóljon. Köztudott, hogy a Beatles még élő tagjai nagyon ritkán adnak engedélyt számaik felhasználására. Matthew Weiner a sorozat alkotója keményen meg is fizette a dal árát. 250 ezer dollárt fizetett a jogdíjakért, ami becslések szerint ötször annyi, mint amennyit általában kifizetnek a sorozatok egy betétdalért.



Don Draper, kezében a Beatles *Revolver* albumával

Ha már a hiteles korrajzbrázolásnál tartunk: a 7. évad befejező részében Don Draper látjuk hippik társaságában, jóga pózban meditálva a kaliforniai parton, majd megjelenik az eredeti 1971-es, azóta klasszikussá vált Coca-Cola reklám, a „Hilltop”. A cég állítása szerint a brand kiemelkedő szereplése nem volt fizetett kampány. Az Amobee Brand Intelligence statisztikája szerint a vetítést követő három órában 21,204 tweetben szerepelt Coca-Cola, ami jelentős növekedés a korábbi digitális forgalomhoz képest. A Coca-Colának nem is jöhetett volna jobb időben a kólareklám szereplése, hisz az ikonikus kólásüveg 100. születésnapjának kampánya épp akkor zajlott.



A Coca-Cola, 1971-es „Hilltop” reklámja a Mad Men záró epizódjában

Ennél is jobbat tett a Mad Menben való szereplés a Lucky Strike-nak. Bár manapság egyre kevésbé látni cigarettát a hollywoodi filmekben és sorozatokban, egy hatvanas években játszódó történetben ezt semmiképp sem lehetett kihagyni, a reklámügynökségekhez ugyanis akkoriban hozzátartozott a karaktereket körbelengő cigarettafüst. A sorozatban szinte mindenki, így Don Draper elegáns felesége is dohányzik, még akkor is, amikor terhes.

A pilot részben felbukkanó Lucky Strike, és az ügyfélnek tartott prezentáció talán az egyik legfontosabb momentuma a Mad Mennek. A brand embereivel tartott meetingen Don Draper fejében megszületik a cigarettamárka híres szlogenje: It's toasted. A valóságban persze ezt már 1917-ben használták és nem az 1960-as években keletkezett, de ez semmit sem von le az elhelyezés értékéből. A Lucky Strike ugyanis elkezdett szárnyalni: míg a British American Tobacco többi márkájának eladásai jó esetben 2-3 százalékkal nőttek 2007 és 2012 közt, addig a Lucky Strike-é 12 százalékkal.

Az elegáns reklámszakemberek és a stílusos hölgyek tehát nemcsak a márkaépítést, de az eladás növekedést is elősegítették. Persze hamar megjelentek a kritikus hangok ennek kapcsán: Penny Woods, a Brit Tüdőszövetség ügyvezetője egyenesen azt mondta, hogy sokan csak azért kezdenek el dohányozni, mert menőnek tartják, és az olyan alkotások, mint a Mad Men, amelyben nagyon sikeres emberek, szépen vasalt öltönyben végigcigarettázzák a sorozatot, hozzájárulnak, hogy fenntartsák ezt a képet.

Sorozatunk védelmére szóljon azonban, hogy ez sem ilyen fekete-fehér. A történet előrehaladtával ugyanis egyre több szó esik a dohánytermékek reklámozásának etikai kérdéséről. Végül Don Draper a láncdohányos kreatívigazgató egy fizetett hirdetést jelentet meg a The New York Timesban, melyben részletezi miért tett le a cigarettáról – igaz, csak akkor, miután elveszítette a Lucky Strike-ot, mint ügyfélt. Külön érdekesség, hogy a hirdetés egy valós levélen alapszik, amit Emerson Foote reklámszakember írt, amikor lemondott a McCann Erickson elnöki pozíciójáról, és erkölcsi normákra hivatkozva kijelentette, hogy nem hajlandó egyetlen olyan reklámügynökségnek se dolgozni, amely cigarettamárkát népszerűsít.

5. A Mad Men ma már történelem

A Mad Men hitelességét a korhű ábrázolás biztosítja mind a felvonultatott stílus, mind a megjelenő termékek szempontjából. Ezért volt nagy hír, amikor bejelentették, hogy a Reklámőrültekben bemutatott kosztümöket és kellékeket a washingtoni Smithsonian Intézet Amerikai Történelmi Múzeumának adományozta a sorozat. Az intézménynek adományozott kellékek közt szerepel Don Draper védjegyévé vált szürke zakó és világos kalap, valamint további eredeti 1960-as évekbeli borotválkozó-eszközök, fogkefék, alkoholos üvegek, karórák és egy eredeti csomag Lucky Strike cigaretta. A múzeum szórakoztatóipari relikviákkal foglalkozó kurátora, Dwight Blocker Bowers szerint a Mad Men producerei az eddig látott legalaposabb kutatómunkát végezték a tv show-k történetében annak érdekében, hogy a legapróbb részletekig visszaadják az 1960-as évekbeli reklámügynökség hangulatát.



Don Draper zakója és kalapja, valamint egy eredeti 1960-as évekbeli Lucky Strike

7. Érdekes eredmények

Az évadonként táblázatokba gyűjtött brandek közül a Lucky Strike, Canadian Club, Cadillac, Coca-Cola, Heinz, Parker Jotter és a Madison Avenue tűnt fel mind a hét évadon keresztül. Ezek közül a Madison Avenue mindenképp adott volt, hiszen a sorozat központjában álló reklámügynökség itt található. A Parker Jotter márkájú tollak az A.T.Cross cég termékei. Mivel a cég már kezdetek óta szponzorálta a sorozatot, így megjelenése magától értetődő. A többi termék folyamatos, hét évadon keresztül szerepeltetését illetően nem sikerült háttér információhoz jutnunk. Feltehetőleg a korhű ábrázolást segítik az 1960-as 1970-es években is népszerű márkák megjelenítésével, vagy a rendező szimpátiájára hivatkozhatunk folyamatos jelenlétüket illetően.

A Heinz ketchup az egyetlen olyan termék, mely eleinte passzívan, majd az idő előrehaladtával aktívan, kreatívan jelenik meg a sorozatban. Az első néhány évadban csak kellékként figyelhetjük meg a szereplők konyhájában vagy az éttermek asztalain. Később azonban a Heinz ketchup ügyfele lesz a Sterling Cooper Draper Price reklámügynökségnek, ezzel beépülve a történetbe.

Míg más filmekben, sorozatokban egy termékkategóriából általában egy márka jelenik meg, addig a Mad Menben egy termékkategórián belül több brandet is felsorakoztat a sorozat, sokszor konkurens márkákat egymás mellé állítva. Ez persze nem meglepő, hiszen ha az ügynökség egy márkának dolgozik, óhatatlanul is előkerül a konkurens neve. Sőt, még a konkurens (valós) reklámügynökségekről is rengetegszer szó esik a sorozatban.

Néhány példa minderre: a legszembetűnőbb talán a Pepsi és a Coca-Cola azonos epizódban említése. De a Mad Menben különféle whisky márkákat is láthatunk vagy hallhatunk. A Madison Avenue-n elhelyezkedő luxusáruházakról is többször esik szó. A Playtex és a Maidenform fehérneműket kimondottan egymás konkurensiként említik a reklámügynök-

ségnél, ahol előbbi ügyfél is. Számos népszerű autómárkával is találkozhatunk, ilyenek a Jaguar, Chevrolet, Cadillac, Alfa Romeo és a Volkswagen. Konkurens reggeliző pelyheket és édességeket is megfigyelhetünk. Ezt példázza a Cheerios és a Post Raisin Bran gabonapehely, valamint a Hersey's és a Clark csoki szerepeltetése.



Különbféle csokoládé márkák megjelenése

A hét évad figyelmes megnézése alapján kiderült az is, hogy a Mad Men alkotói gyakran éltek kreatív termékmegjelenítéssel. Ezek számát évadonként feljegyeztük. Közel azonos az egyes évadokban a creative placement alkalmazása, nincsenek kiugró eltérések. A Mad Menben alkalmazott historic placement kreatív alkalmazása emeli a sorozat színvonalát, biztosítva a korhű ábrázolás hitelességét. A márkák a cselekménybe épülnek, megjelenítésük nem hat erőltetettnek vagy reklámjellegűnek. Inkább figyelemfelkeltő és érdekes napjaink termékeit (vagy éppen azóta megszűnt márkákat) korhű csomagolásban megtekinteni.

Tanulmányunk végére érve megállapítható, hogy *a historic product placementnek szorosán kapcsolódnia kell ahhoz a korhoz, amelynek részeseként tűnik fel, mindezzel segítve a hiteles ábrázolást. Éppen ezért alapos háttér munkát igényel egy-egy márká megjelenítése, azonban a néző számára is rendkívül élvezhető és minőségi marketingkommunikációs eszköz.* A Mad Men ilyen szempontból remekmű. Hiszen a termékmegjelenítés terén is egyedít nyújt, felelevenítve azóta elfeledett márkaneveket és színvonalasan gondozva jelenleg is népszerű brandek imázsát.

Felhasznált források:

Alex Conrad: Mad Men is back, and so is product placement: Will Don Draper mention Chase this season? The AMC hit show, based on an ad agency in the 1960s, has been a dream for some products and an unwelcome sight for others. Fortune megjelenés: 2010.07.27. letöltés: 2015.09.10

http://archive.fortune.com/galleries/2010/fortune/1007/gallery.mad_men_products.fortune/2.html,

http://archive.fortune.com/galleries/2010/fortune/1007/gallery.mad_men_products.fortune/5.html

http://archive.fortune.com/galleries/2010/fortune/1007/gallery.mad_men_products.fortune/6.html

http://archive.fortune.com/galleries/2010/fortune/1007/gallery.mad_men_products.fortune/7.html

http://archive.fortune.com/galleries/2010/fortune/1007/gallery.mad_men_products.fortune/8.html

Mary-Louise Price: Madvertising: APEEK AT THE REAL-LIFE AD CAMPAIGNS DEPICTED ON "MAD MEN". Fast company <http://www.fastcompany.com/3010648/madvertising-a-peek-at-the-real-life-ad-campaigns-depicted-on-mad-men#13>, megjelenés: 2009. 08. 14. letöltés: 2015. 09. 24.

Kevin Fallon: Jaguar vs. Mad Men: How the company is dealing with the show's unflattering portrayal. The Week <http://theweek.com/articles/474875/jaguar-vs-mad-men-how-company-dealing-shows-unflattering-portrayal> megjelenés: 2012. 06. 6. letöltés: 2015. 10. 20.

Ajánló: Mad Men (Reklámőrültek). Golyóstoll blog

http://golyostoll.blog.hu/2015/05/19/ajanlo_mad_men_reklamorultek, megjelenés: 2015. 05. 19. letöltés: 2015. 10.21.

Benedek Márton: Mad Men és a világ. Vs <http://vs.hu/magazin/osszes/mad-men-es-a-vilag-0403#!s0>, megjelenés: 2015. április 3. letöltés: 2015. október 20. valamint Rónai András: Hányszor lehet ránk szózni a Beatlest? Origo <http://www.origo.hu/kultura/quart/20140217-a-beatles-uzleti-sikerei-lemezeladasok-teves-megjelenesek.html>, megjelenés: 2014. 02. 17. letöltés: 2015. 10. 20.

E.J.Schultz: Coke Did Not Pay for Its 'Mad Men' Role, Says Company:Brand's 1971 'Hilltop' Ad Becomes a Viral Hit 44 Years in the Making. Advertising Age <http://adage.com/article/cmo-strategy/coke-played-limited-role-mad-men-finale/298668/>, megjelenés: 2015. 05. 18. letöltés: 2015. 10. 20.

Mad Men: Egy sorozat nem csak reklámfüggőknek, Addict.blog

http://addict.blog.hu/2008/05/15/egy_sorozat_nemcsak_reklamfuggoknek, megjelenés: 2008.05.15. letöltés 2015. 09. 24.

A Mad Men miatt fogy több Lucky Strike. Kreatív Online

http://www.kreativ.hu/reklam/cikk/a_mad_men_miatt_adnak_el_tobb_lucky_strike_ot, megjelenés: 2013. 09. 23. letöltés: 2015. 10. 20.

AMC SHOWS: Mad Men Exclusives: The Complete Fan Companion: Mad Men Props

<http://www.amc.com/shows/mad-men/exclusives/companion>, letöltés: 2015. 10.20.

AMC SHOWS: Mad Men Talk: Mad Men #Draping Photos <http://www.amc.com/shows/mad-men/talk/2012/06/draping-photos>, letöltés: 2015. 10. 20.

Mad Men to live on at Smithsonian National Museum of American History. Entertainment & Arts: BBC News <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-32105639>, megjelenés: 2015. 03 29. letöltés: 2015.10 21.