

# Tom Hanks, Tom Brand

Ha Tom Hanksre és a filmjeiben szereplő márkára gondolunk, azonnal beugrik a Számkivetett és a FedEx csomagküldő, sőt a Wilson röplabda is. Azt viszont kevesen tudják, hogy Hanks már az első filmjében is népszerűsített egy márkát, amelyekben az évtizedek során egyre több brand jelent meg.

|| Papp-Váry Árpád, Budapesti Metropolitan Főiskola, Marketingintézet, vezető, Novodonszki Gergő, MET, végzős hallgató

**G**ondolnánk, hogy Tom Hanks első szerepét egy horrorfilmben kapta? Egy Elliot nevű mellékszereplőként tűnt fel az 1980-ban bemutatott Gyilkos randevúban. Ennek egyik jelenetében csokoládégyölyöket majszol, majd a végén megkérdezi egyik társát: „Kérsz egy kis Gooberst?”

Hanks későbbi filmjei közt már arra is akad példa, hogy egy márka, mégpedig annak szlogeneje már a címben szerepet kap. Az 1998-as A szerelem hálójában eredeti címe ugyanis You've Got Mail. A „levelet kaptál” nem más, mint az American Online levelezőprogramjának robothangján megszólaló kis mondat.

Mégis, ha Hanks és a márkák, akkor leginkább a 2000-ben bemutatott Számkivetett című filmjét szokták emlegetni. A FedEx csomagküldő ebben 181-szer jelenik meg. Sőt maga a cég alapítója, Fred Smith is feltűnik az alkotásban. A Robinson Crusoe modern feldolgozása persze sok kritikát kapott, hogy a FedEx, valamint a Wilson röplabda „megvette” a filmet – utóbbi 45 helyen szerepel. A film rendezője, Robert Zemeckis a DVD-kommentátorban viszont azt mondja: „Senki sem fizetett nekünk azért, hogy termékeket helyezzünk a filmbe.” Valószínűleg azért nem, mert akármilyen pozitív szerepe is van később a FedExnek, mégiscsak egy repülőgép-szerencsétlenséghez kellett kötni a márkát.

Ha csupán a megjelenések időtartamát nézzük, egyértelműen látható, hogy Tom Hanks filmjeiben folyamatosan nő a márkák szerepe. Kutatásunk során mind a 47 filmjét megvizsgáltuk, 1980-tól 2013-ig. Ezek alapján a



nyolcvanas években készült produkcióiban az átlagos termékmegjelenítési idő 15 perc 6 másodperc volt, míg a kilencvenes évek filmjeinek átlaga 31 perc 1 másodpercre nőtt. Végül a 2000-től készült Tom Hanks-mozikban átlagban 48 perc 33 másodpercig jelentek meg brandek.

A 2006-os A Da Vinci-kódban mérésünk alapján 121 perc 24 másodpercig jelentek meg márkák, igaz, ebben már a helyszín megjelenítések. A Sony 66-szor jelent meg: laptopon, televízió, telefonon és monitoron is.

A márkával a 2009-es Angyalok és démonok című filmben is bőven lehetett találkozni: Sony-termékek voltak a CERN monitorai, Robert Langdon (Tom Hanks) magnója, a Svájci Gárda berendezései és még a Vatikánban gyülekező papok is Sony-kamerával örökítették meg a fontos pillanataikat. Mindez persze nem meglepés, hiszen mindkét film kiadója a Sony Pictures volt.

És ha már Angyalok és démonok, Robert Langdon a filmben Mickey egeres karórát hord! Bár az óra már az eredeti Dan Brown-könyvben is sze-

repel, érdekesség, hogy később, a 2013-as Banks úr megmentése című filmben Tom Hanks nem más, mint Walt Disney szerepét alakította.

A jövőt azonban Tom Hanks más szempontból is ügyesen érzi. Az 1994-es Forrest Gumpban karaktere legjobb barátja Bubba Blue, akinek az az álma, hogy egy rákászhatót vegyen, és ő legyen a kapitány. Miután Bubba meghal, a tiszteletére megvalósítja kívánságát. Ezután Gumpnak beindul az üzlet, és mindenféle rákételt tartalmazó terméket kezd el gyártani. Igen ám, de amikor a nézők kijöttek a moziból, keresni kezdték a Bubba Gump Shrimp termékeit. Mindezt meglátva, 1996-ban már meg is nyílt az első Bubba Gump Shrimp étterem, amelyből mára 39 egység működik világszerte.

Egy másik filmjében, az 1996-os a Nyomul a bandában a zenekar, amely Tom Hanks segítségével befut, a kitalált Playtone lemezkiadónál van le szerződötve. A mozivászonon negyvenhétszer tűnik fel a kiadó valamilyen formában: a logó ott van a lemezen, a buszon, a pódiumon, sőt maga a kiadó is megjelenik, illetve többször elhangzik a márka neve. Erre építve, Hanks megalapította a Playtone Records lemezkiadót, amely később olyan filmjeinek jelentette meg a zenéjét, mint a Polar Expressz (2004), a Charlie Wilson háborúja (2007), a Tökéletlen trükk (2008) vagy a Larry Crowne (2011). Sőt a tavalyi Ice Bucket Challenge során Hanks egy olyan vödörből öntötte magára a jeget, amelyen egy nagy Playtone-logó volt. Hiába, nemcsak remek színész, de azt is tudja, mikor és hogyan kell a márkákat megjeleníteni.

FOTÓ: ARCHIV