

Vélemények és logika a hírek mögött. Ez a hir8.com mottója és alapvetése is egyben. Próbálunk a különböző politikai szereplők szlogenjei és ugyan nagyívú, de néha a józanésznek ellentmondó hírei, híreszteléseai mögé betekinteni és kutatni a hír tartalmában vagy az adott jelenségben fellelhető plauzibilis logikát.

Rogán Antal [REDACTED] amerikai szankciós listára kerülése éppen akkora csörömpölést keltett a hazai politika porcelánboltjában mint felesége -már nem is igazán tudjuk hány- tízmilliós táskája, vagy a magyar kettős állampolgárok kitiltása Magyarországról.

Van azonban egy Rogán Antalhoz "köthető" amerikai család. Nevüket személyiségi jogi, fikciós okokból sem változtattuk meg. A hazai elit körében végzett közvetett modellalkotásuk miatt kiérdemelték legalább a tiszteletbelei magyar állampolgárságot. Még akkor is, ha a modell nem a sajátjuk, már jóideje létezik, "stealth marketing" vagy "rejtett marketing" néven ismert. Vélhetően Jonesék ezt a modellt oly' hatékonyan importálták Magyarországra, hogy az nemcsak működik, de lappangó módon vált képessé tematizálni a hazai közbeszédet is.

Rogán feleségének, lázári kifejezéssel élve luxizása, nevezzük táskajelenségnek, egészen a legutóbbi kormányinfóig jutott. A HVG újságírói kérdésére Gulyás Gergely azt válaszolta, hogy

[REDACTED]
[REDACTED]

A kérdés a kormányinfón azért merült fel, mert folyamatosan érkeznek a hírek arról, hogy Rogán Antal felesége a [REDACTED] luxusban él. Hadházy Ákos független országgyűlési képviselő előbb arról mutatott be képet, hogy Rogán Barbara egy gyémánttal kirakott krokodilbőr táskát hord - azt a HVG is bemutatta, hogy mennyire nehéz egy ilyenhez hozzájutni -, majd miután a miniszter erre azt válaszolta, hogy „nagy bátorság egy kismamát ócsárolni”, Hadházy pontosított: tévedett, nem 30 millió forintos volt a táska, hanem 120 milliós, és ehhez jött még hozzá nagyjából 80 millió forint értékűre becsült ékszer.

Azóta sem derült ki, hogy ki adta kölcsön, honnan bérelték. Mémek százai tippelik, hogy talán lopta. Persze nemcsak úgy egyszerűen leemelte egy polcról. Vannak találgatások miszerint a takarítónőjétől kérte kölcsön.

Nos, én is meg szerettem volna érteni egy ilyen jelenség mögött a logikát, hiszen a már megkérdőjelezhetetlenül folyamatban lévő választási kampány egyik eleme a luxizás. Az a luxizás, amit már kormányzati oldalról is kritizálnak. Miután Lázár János miniszter többször is népszerűsítette batidai kastélyából, hogy elég az urizálásból, már a FIDESZ fizetett hirdetésekben tolja ugyanezt. Egyébkéntis egy miniszter nem hazudik, Rogán kiváltképp nem! Ha ő azt mondja, hogy nem a feleségéé a cucc, akkor nem az övé! De akkor kié?

Itt került képbe a Jones család. Én azt a következtetést vontam le, hogy ez bizony az ő családi cuccuk.

Jonesék látszólag tökéletes család. Egy jómódú amerikai kertvárosi környékre költöznek, de valójában nem igazi család, hanem egy marketingcsapat, akik beilleszkednek a helyi közösségbe és a sznob környékbeliekben irigykedést és követni való mintát teremtenek. Előbb a szomszédok, majd a bővülő baráti társaság tagjai mind azokat a cuccokat, TV-t, ruhát, ékszert, autót vásárolják, amit a mintacsaládnál látnak. Az ő fűjük sem lehet kevésbé zöld. A család egyik "barátja" még szépen el is adósodik csakhogy tarthassa a lépést. Jonesék személyes problémái és titkai felszínre kerülnek, ami végül a lelepleződésükhöz vezet.

Mondanom sem kell, Jonesék a valóságban nem léteznek, őket Magyarországon a 2009-ben Eladó a családom című, Derrick Borte rendezésében megjelent és Demi Moore és David Duchovny főszereplésével készült filmből ismerhetjük. Az amúgy rendkívül jó filmdráma tökéletesen mutatja be a stealth marketing modelljét. Ez a modell nem a sportolók és hírességek szponzorai által biztosított termékek megjelenítésén keresztül reklámoz, hanem a mindennapi élet részeként jelenik meg a sznobizmus és a mögötte rejlő érzelmek amplifikálásán keresztül közvetlenül, csalárdsággal ösztönöz a legkülönbözőbb márkájú árucikkek vásárlására. Valószínűleg nem mindenben törvénytelenül.

Jonesék történetének másik érdekessége, hogy a példás családban felnövekedett fiú homoszexualitása és az ebből fakadó konfliktusok is hozzájárultak a család lelepleződéséhez.

Egyébként a vélt biznisz nem lehet újkeletű: A 24.hu már 2016-ban arról írt, hogy:

[REDACTED]

[REDACTED]

Időközben a HVG-nek reagált Rogán Antal, de nem a feltett kérdésre. Inkább személyeskedően átpolitizált válaszban tért ki a valódi válaszadás elől.

A magyar elit sznob luxizásának bemutatására a közelmúltban, a Dinasztia című film anyagának összeállítása elősegítése céljából, a gyártó felkérésére, Széchenyi Bence, a híres Széchenyi család leszármazottja bejutott a miniszterelnök vejének titokzatos budai elitklubjába, a Botaniq Budai Klubba. Erről részletesen a direkt36.hu cikke számolt be. A cikk szerint Széchenyi Bence azt is nyilatkozta, hogy:

“ [REDACTED]

Amennyiben Rogánné marketing ügynök, akkor valószínűleg egy kevésbé etikus, de akár legális üzleti vállalkozás keretén belül végzi a rábízott feladatokat. Azt pedig ugye senki sem várja el Tőle és férjétől, hogy bevalja, hogy saját környezetének bódult sznobizmusán gyarapodik.

Lehet ez a táskajelenség kulcsa?

Foto forrás, 24.hu

