

Imázs- és presztízisügyek

PUBLICISZTIKA - ELSŐ OLDAL - LXII. évfolyam, 10. szám, 2018. március 9.

Örömhír az elmúlt hétvégéről: az új országimázs vagy korszerűbb szóhasználattal az új magyar országmárka kidolgozásában Orbán Ráhel is aktív szerepet vállal. Nem fizetett alkalmazottként, hanem honleányi buzgalomból, ami annyit tesz, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség vezérigazgatója alkalmoszerűen, de folyamatosan kikéri a hölgy szakértői véleményét, ő pedig avatott és előremutató válaszokat ad. Nyugodtak lehetünk tehát, az országmárka vagy országimázs dolgait illetően minden a lehető legjobb kezekbe került. Nemcsak azért, mert kormányzó urunk legidősebb leánygyermeké valami roppant előkelő svájci intézetben szerzett diplomát, fontosabb ennél a tradíció, amelyet Ráhel régi országimázs-építő család sarjaként megtestesít. Tizenegy éves volt, amikor atyja létrehozta a szép emlékű Országimázs Központot, vagyis Ráhel a legfogékonyabb éveiben tapasztalta meg azt a szellemi pezsgést, amely az ország marketingcélú korszerűsítésének esztendeit itatta át, s amelynek máig ható eredményét egy öt évvel ezelőtti MTI fotó foglalja össze vizuálisan.

A képen a bocskaiba öltözött miniszterelnök-helyettes látható, amint Kézdivásárhelyre belovagol.