

BELÜLRŐL NÉZVE

A tavaly ősszel útjára bocsátott Reggel – a megjelent becslések szerint- több milliárd forintot felemésztő vesszőfutása és végül megszűnése minden eddigi napilapos csődnél tanulságosabb képet mutat. BELÜLRŐL NÉZVE

A tavaly ősszel útjára bocsátott Reggel – a megjelent becslések szerint- több milliárd forintot felemésztő vesszőfutása és végül megszűnése minden eddigi napilapos csődnél tanulságosabb képet mutat. A kudarc okait az egykori napilap felelős szerkesztője, Toót H. Zsolt elemzi.

Az olvasói igényeket rosszul felmérő sajtótermékek bevezetésére láttunk már elég példát eddig is, de ezek közül egyik balsikere sem volt annyira bosszantó, mint a Reggelé. Nem is elsősorban az Axel Springer kiadó feleslegesen elköltött milliárdjai miatt, hanem azért, mert a lap koncepciójának több olyan eleme is volt, aminek köszönhetően ez a termék valóban beteljesíthette volna merész célját, a magyar sajtópia felforgatását és megújítását

Miközben fájlalom, ami elveszett, persze nem hallgathatom el személyes érintettségemet. A lap alapító gárdájának tagjaként, a Reggel egykor volt felelős szerkesztőjeként látom, amit látok, s mondom, amit mondok. Az elszalasztott esélyek megszalasztásában a lap egyik vezetőjeként nekem is részem volt, ha mégoly csekély is. Nem árt ugyanis tudni, hogy a cég nem azzal a céllal hívta össze az új lap stábját, hogy a kollégák együtt gondolkodjanak arról, milyen lapot csináljanak. Kész, úgymond tesztelt koncepció megvalósítását követelte meg munkatársaitól. Ezt elfogadtuk, nem tehattünk mást. Minthogy a felvételi beszélgetéseken sokunknak szembesülnie kellett egy képtelen, mégis komolyan artikulált fenyegetéssel.

Aki a Reggelhez jött dolgozni, annak tilos volt kreatívan viszonyulnia saját munkájához. Csakis az előre kidolgozott mintákat másolhattuk le, s másolataink hűségét az állandóan körülöttünk sürgölődő külföldi szakértők ellenőrizték. Minden munkafolyamat németes precizitással tárult elénk, s minden elérendő üzleti cél amerikai hurráoptimizmussal fogalmazódott meg. Az a legkevesebb, hogy azt várták tőlünk: legyünk minden téren a legelsők. Piacvezetők. Máris, tüstént és azonnal. Ha lehetséges, akkor még haladéktalanul is.

Az a legfurcsább, hogy ez az eshetőség tényleg benne volt a levegőben. Különösen azért, mert lap bevezetésének terve nem volt híján a piac eredeti eszközökkel történő, ambiciózus letámadásának. Egy ereje teljében lévő, büszke cég eleve nem adhatott mást, mint ami a lényege. Büszkén és vehemensen viselkedett, s ez eleinte jól is állt neki.

A lapkonceptió néhány elemére egyébként méltán lehetett büszke az Axel Springer. Az olvasók lelkesen üdvözölték a pártok felett álló, s a pártoktól nemcsak szavakban, hanem ténylegesen is független hangütés ígéretét és gyakorlatát. A legtöbben szívesen barátkoztak a Reggel formai újításaival, a tipográfiában megvalósított úgynevezett portáltechnika alkalmazásával is. A vezető anyagok kíséretében szinte hemzsegték a táblázatok, keretes kiegészítések, infografikák és citátumok. Eleinte nehéz volt elsajátítani, később viszont a stáb magáévá tette azt a gondolkodást, hogy a vezető anyagokat az információkkal telizsúfolt tipográfiai elemek hívogató vibrálása keltheti csak életre.

Hogy mitől volt eleve reménytelen mégis ez a küzdelem? A koncepciót teljesen eluráló regionális szemlélet, a fővárosra fókuszáló kényszeres figyelem miatt. A Budapesti Nap csődje után pozicionált termék semmit sem tanult elődje kudarcából: hitt abban, hogy ebben az országban létezhet olyan országos terjesztésű lap, amely elsősorban Budapestet és Pest megyét tartja szem előtt. Ez a hit egyfajta birodalmi logikából táplálkozott. Az Axel Springer jövőbe vetett elképzeléseit alapvetően a befolyása alatt tartotta saját múltja, az a tény, hogy a cég magyarországi felemelkedését a megyei napilapok piacán szerzett kiemelkedő pozícióival alapozta meg. A regionális piacszerzés logikája tehát nagyon is szem előtt volt, de ezzel

egyszersmind minden más megfontolást rögtön meg is hiúsított.

Szent tehenek

Amikor a tesztidőszakban először megláttuk, milyen lapot csináltak velünk, nem akartunk hinni a szemünknek. Az akkor még csak képzeletben megjelenő újság falakra felfüggesztett kolumnáin leginkább kisszerű, önkormányzati újságokba illő apró-cseprő témák sorakoztak, persze vezető anyagokként tálalva. A lap első felét maga alá gyűrő budapesti oldalakon a munkatársak minden jószándékú igyekezete ellenére is azonnal elvesztettük az olvasók figyelméért vívott küzdelmet. Képtelenség volt eladhatóvá tenni a fővárosi kátyúk, útfelújítások és csatornázások témáit boncolgató cikkeket. Egy alapvetően érdektelen témán már semmilyen tipográfiai bûvészkedés sem segíthetett. Ezt az akadályt nem lehetett nem leverni, de újra meg újra, naponta neki kellett lódulnunk a gátfutásnak.

A fővárosközpontú napilap koncepciójának kivitelezhetetlensége felőlünk, magyar szerkesztők felől nézve, azonnal világos volt. Tudtuk jól, hogy a magyar regionális lappiac létjogosultságát csakis egyfajta szembenállás adja – a helyi olvasók idegenkedése a budapesti keltezésű, úgymond országos hírektől, s ösztönös ragaszkodása saját lakókörnyezetük, szűkebb pátriájuk világához. Egy kiemelten és célzottan budapesti érdeklődésű lapot a magyar viszonyok között viszont egész egyszerűen nem létező állatnak kell tekintenünk. Kerületi lapok vannak, lehetnek, de fővárosi, netán Pest megyei lap nincsen. Milyen rokonság fûzheti össze Kőbányát és Hűvösvölgyet? Milyen közös értékek vállalása köti össze Szentendrét és Nagykatát?

Kérdés persze, hogy ha ennek a koncepcionális elemnek a kudarcra ítéltége ennyire világos volt, miért nem lehetett módosítani a lap tervét, irányultságát vagy akár csak rovatainak sorrendjét? Mert a szent tehenekeket nem lehet leölni. A király meztelenségét nem szabad kikiabálni.

A Reggel felemelkedése és bukása bosszantó, mert a lap amúgy érdekes formai és szemléletbeli újításokat hagyott most már végérvényesen a semmibe veszni. Egyben komoly tanulsággal is szolgál: kudarcot vallanak azok a cégek, amelyek elhanyagolják a kritikus önvizsgálatot, illetve az ehhez szükséges belső dialógusviszonyok kiépítését.

A Reggel felemelkedésének korszakában egyszer megkérdezték az egyik nálunk dolgozó német szakértőt: mi lesz akkor, ha a lap minden igyekezet ellenére mégsem váltja valóra a cég üzleti várakozásait. „Bármi történik is, egy biztos: a koncepció jó” -válaszolta a szakértő, hozzátéve: -„Ha nem megy a lap, annak csakis egyetlen oka lehet, az, hogy a rosszul csinálják”

A teheneke szentek és sérthetetlenek, a lovakat pedig lelövik.