



DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-2-315-323
УДК 316.77.001

Научная статья

Вечерняя печать Венгрии: особая роль *Az Est*

Т.Ю. Пынина

Российский университет дружбы народов

Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

Аннотация. Статья посвящена флагману вечерней венгерской печати – газете *Az Est* («Эшт»). Издание рассматривается в контексте ситуации в прессе в первой трети XX столетия. В статье дан комплексный анализ новаций, примененных издателями «Эшт». Обращено внимание на размещение серьезной новостной информации наряду с публикацией сенсаций, особую верстку, включавшую, в частности, крупные заголовки, одно-столбцовые статьи и большое количество иллюстративного материала, адресно созданного художниками, отказ от привычных для других венгерских изданий того времени шаблонов. Отмечено, что у политического ежедневника, как характеризовала себя газета, отсутствовала политическая позиция и привязка к какой-либо политической партии. Тираж газеты значительно превышал тиражи других изданий и достигал в отдельные годы почти полумиллиона экземпляров. В статье не оставлен без внимания первый крупный венгерский магнат прессы Андор Миклош, основатель, владелец и главный редактор газеты. Формированию его медиаимперии в полной мере способствовал успех «Эшт», газеты, изначально рассматривавшейся ее создателем как бизнес-проект, создавший в венгерском газетном деле и в дальнейшем в издательском бизнесе ситуацию конкурентности. Также анализируются PR- и рекламная кампании, предшествовавшие запуску газеты и вызвавшие общественный интерес. Новизна настоящей статьи в том, что исследований газеты «Эшт» в отечественной научной литературе нет, равно как и любых материалов на русском языке, связанных с вечерней прессой Венгрии.

Ключевые слова: венгерская пресса, вечерняя газета, таблоид, *Az Est*, «Эшт», Андор Миклош, медиабизнес

В системе печатной периодики вечерняя пресса занимает особое место. Она рассчитана на массового читателя, тяготеет к сенсационности, дает краткую оперативную информацию, отличается простым языком, броской версткой, множеством иллюстраций, выходит во второй половине дня и распространяется, наряду с подпиской, разносчиками газет на улице. Вечерние издания приносят доход, активно влияют на широкую аудиторию, формируя модель действительности, социальные привычки и пристрастия и косвенно политические взгляды. Однако изучению и анализу вечерней прессы в контексте исследования истории печати, как правило, уделяется недостаточное внимание. Как отмечал венгерский автор Геза Бузинкай, «социальная зна-

© Пынина Т.Ю., 2020



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

чимось бульварной прессы до сих пор малоизвестна, хотя из-за ее огромного массового воздействия эта тема заслуживает серьезного внимания» [1].

В Венгрии минувшего столетия существовало несколько вечерних газет: *Esti Ujság* (1896–1917), первая венгерская газета, основанная на уличных продажах, которая создала венгерскую бульварную прессу [2], *Esti Budapest* (1952–1956), *Esti Hirlap* (1956–1996) и ряд других. В рамках данной статьи мы сосредоточим внимание на *Az Est* («Эшт», с венг. – «Вечер»), газете, издававшейся с 1910 по 1939 год, сыгравшей особую роль в истории венгерской прессы.

Предварительно следует отметить, что история печати на венгерском языке начинается с XIX века, родоначальником венгерской национальной журналистики считается Лайош Кошут. Самые первые венгерские газеты выходили на латинском и немецком языках. «Хронологически первой был – насколько это может быть установлено – *Mercurius Hungarius*, впоследствии *Mercurius Veriducurex Hungaria*, выходивший в 1705–1711 годы» [3]. Впрочем, исследователи отмечают существование нерегулярной венгероязычной периодики в конце XVIII – начале XIX столетия: первая венгерская газета вышла в свет в 1780 году в Прессбурге под названием *Magyar Hirmondo* и выпускалась восемь лет [1; 3]. В 1841 году венгерский революционер и журналист Лаойш Кошут основал в Пеште первую подлинно венгерскую газету *Pesti Hirlap*, в которой на хорошем венгерском литературном языке излагались актуальные новости, обсуждались политические вопросы. В начале прошлого столетия она выходила тиражом 56 000 экземпляров, отмечает Людвиг Саламон [3]. Интересно отметить, и это характерно для Венгрии, чтящей и поддерживающей традиции, – в конце 2019 года предпринята очередная попытка возобновления газеты (как вечерней), символа венгерской независимости. Ее главный редактор в обращении к читателям, в частности, писал, что газета *Pesti Hirlap* получает продолжение, и это ее седьмая версия; она доступна в рабочие дни с 16 часов в метро, на крупных пешеходных и транспортных узлах: «Ищите наши новости!» [4].

Вторая половина, особенно последняя треть, XIX века – время интенсивного развития венгероязычной периодики. К 1902 году в странах венгерской короны существовало 1205 газет и журналов на венгерском языке и 227 периодических изданий на других языках, но число последних прогрессивно уменьшалось. Был отмечен взрывной рост венгерской прессы: в 1870 году количество доставленных по почте газет составило 15,5 млн, в 1905 году – более 154 млн [3]. Таким образом, в Венгрии существовал определенный опыт печатной периодики, который стал базой для запуска новых изданий. Этот опыт использовала газета «Эшт», привнеся ряд значительных инновационных решений.

Первый номер *Az Est* вышел в свет в субботу 16 апреля 1910 года в Будапеште [5]. Этому событию предшествовала беспрецедентная рекламная кампания. Повсюду, писал Геза Бузинкай, на стенах, заборах, витринах, трамваях, тележках, рекламных тумбах, газетных щитах размещались десятки тысяч баннеров с рекламой нового издания, коллегам и друзьям его основателя раздавались листовки, анонсирующие появление новой газеты [1]. Основателем, главным редактором и владельцем издания стал Андор Миклош (под-

линное имя Klein Ármin), тридцатилетний журналист экономического отдела, уволенный из газеты *Pesti Napló* ее владельцем Йожефом Шураньи за финансовые махинации [2].

Таблоид «Эшт» стал крупным и успешным бизнес-проектом в СМИ и, по сути, предвосхитил новую эпоху в прессе, положив начало медиаимперии Миклоша. Имевший, наряду с журналистским опытом, серьезные связи в финансовой сфере и хорошую практическую сметку, Миклош обеспечил своему изданию основательную экономическую базу. «Эшт», бесспорно, была коммерческим предприятием: Миклош выпустил газету с капиталом в сто тысяч крон, заимствованным у банкира Шимона Крауса (Англо-венгерский коммерческий банк) [1]. Солидные финансовые возможности помогли Миклошу привлечь к работе в «Эшт» лучших журналистов и известных литераторов, а также художников, иллюстрировавших газету и создавших ее фирменный стиль, частично сохранившийся спустя почти два десятилетия в газете «Эшти Хирлап», продолжившей традиции. Создавая таблоид, главной задачей Миклош считал надежную службу новостей и организовал обширную корреспондентскую сеть, наняв талантливых напористых репортеров, способных оперативно найти новости и лаконично отразить их в сенсационном ключе. Также была организована доставка новостей из разных мест страны и Европы и по телефонным линиям, и по телеграфу, и, позднее, с использованием радио. Помимо этого, гонорар выплачивался любому, предоставлявшему редакции важные новости. Таким образом, «Эшт» не только опережала другие ежедневные издания в отражении последних событий (поскольку выходила не рано утром, а после полудня), но и превосходила их по качеству. При этом, освещая политические новости, издание Миклоша явно не придерживалось каких-либо политических пристрастий и не поддерживало какую-либо партию. Исключением, правда, стала поддержка политики премьер-министра страны (в 1921–1931 годах) Иштвана Бетхлена, связанная с разочарованием и негодованием венгров по поводу результатов Трианонского договора, оставившего от исторической территории Венгрии лишь треть. Броские и крупные заголовки, короткие статьи, флеш-новости, своеобразная верстка полос, обилие иллюстраций, специально созданных художниками, наличие фотоинформации, а также и сенсационная информация вперемешку с финансовой, рекламой и объявлениями делали газету привлекательной практически для любой аудитории – каждый мог найти в газете то, что интересно именно ему. К тому же Миклош ввел спортивную рубрику и прогноз погоды. Все это способствовало увеличению тиража газеты и создало ситуацию, при которой другие издания были поставлены в условия конкуренции с «Эшт» – успех газеты был, что называется, взрывным.

Через несколько лет ее тираж взлетел почти до полумиллиона экземпляров, что превосходило тираж любого другого издания, а авторитет газеты стал настолько высок, что во время Первой мировой войны иностранная пресса цитировала «Эшт» значительно чаще, чем все остальные венгерские и даже немецкие газеты [2]. Создав практически впервые в венгерской периодике ситуацию конкуренции, «Эшт» стала самой успешной газетой последующих 20–25 лет, главным образом благодаря отказу от старых газетных шаблонов и созданию нового стиля. «Эшт» преуспела в удовлетворении и формирова-

нии потребностей широкой общественности, статьи газеты оказали значительное влияние на взгляды больших масс читателей [6]. Известный венгерский писатель Жигмонд Мориц, сотрудничавший с газетой, отмечал, что Миклош никогда не лгал и не писал ничего, кроме правды, называл его гениальным редактором [6].

В своем первом номере газета опубликовала приветствие к читателям, в котором говорилось, что «Эшт» «станет газетой улицы, потому что все проходят по улице, с разными эмоциями, радостью и печалью. Улица принадлежит всем, и так же, как и солнце светит для всех, наша яркая, интересная, свободная, смелая и честная газета будет освещать самые свежие новости. Мы прокладываем путь для потока событий, которые наши журналисты в новой форме будут передавать для всех вас, защищая слабых, отстаивая справедливость, бичуя пороки и разоблачая замаскированные грехи. Все, что могут дать независимые журналисты с чистыми помыслами, стремящиеся к лучшим человеческим идеалам, – наше сердце, ум и труд – мы отдаем нашим читателям. В ответ ждем лишь любви нашей аудитории» [7]. Газета «Эшт» распространялась не только почтой по подписке – использовались уже практиковавшиеся в Будапеште уличные продажи (по образцу французской бульварной прессы), начатые еще в конце XIX столетия, в частности газетой *Kis Ujság*, которая считалась скорее городской, чем бульварной. На улицах города и наиболее многолюдных перекрестках, в транспортных узлах, на вокзалах, в кафе во второй половине дня вечернюю газету «Эшт» распространяла хорошо организованная армия уличных продавцов – риканчей, они выкрикивали сенсационные новости и заголовки статей. Постепенно в первой трети минувшего века в стране сформировались определенные читательские привычки, сохранившиеся на протяжении десятилетий: в послеобеденные часы венгры читали вечернюю газету в кафе и ресторанах. «Эшт» оказала огромное преобразующее влияние на всю венгерскую прессу, и остальные газеты были вынуждены не отставать, стремиться конкурировать с этим набирающим вес и расширяющимся изданием [8].

Как правило, на первую полосу, являвшуюся «лицом» газеты, ниже заголовка, специально разработанного для газеты и ставшего ее фирменным стилем, выносились флеш-новости, все самое актуальное, ниже располагалась экономическая информация, отчет фондовой биржи, небольшая редакционная статья и сенсационный или захватывающий материал, написанный кратко, остро и эмоционально. «Одним из самых важных нововведений “Эшт”, повлиявшим на востребованность и популярность газеты, стал принцип, согласно которому, чрезмерная важность политических вопросов перестала существовать. Яркое происшествие, экономическое преступление или убийство, событие культурной жизни имело то же значение, что и политическая информация» [1]. Еще одной новацией в газете стала отдельная полоса, посвященная спорту, а также публикация прогноза погоды. Крупные, разного размера, креативные заголовки, рисованные иллюстрации и фоторепортажи сразу захватывали внимание аудитории. Привлекательность газеты для читателей обеспечили выдающиеся репортеры того времени – Kéri Pál (Пал Кери), Adorján Andor (Андор Адорьян), Tarján Vilmos (Вилмош Тарьян) и знаме-

нитый Fényes László (Ласло Феньеш). Кроме них, Андор Миклош привлек в газету писателей и поэтов, что было необычным для бульварной прессы [1]. При этом стиль газеты, как отмечал Геза Бузинкай, можно охарактеризовать как рекламный, и по содержанию, и по верстке, и по типографским решениям [1]. Все это способствовало взлету популярности самой «экстремальной и сенсационной газеты Венгрии» [1]. Газета быстро достигла тиража в «двести тысяч экземпляров в день, а к середине Первой мировой войны – почти в пятисот... Мало того, что корреспондентская сеть газеты была уникальна, молодые корреспонденты “Эшт” успешно брали интервью на фронтах даже у противников... мастерство и безжалостность журналистов таблоида, равно как и качественная новостная служба, создали престиж газете как в стране, так и за рубежом» [1]. Ключевым и верным решением Миклоша была организация в газете службы новостей в американском стиле, которая использовала иностранных корреспондентов и следила за событиями посредством телефонных, телеграфных и радиослужб.

В военные годы издательство «Атенеум» (*Athenaeum*), в котором выходила «Эшт», оказалось в сложной финансовой ситуации, и Венгерский коммерческий банк Пешта, владелец большинства акций этого издательства, окончательно передал акции «Атенеума» Андору Миклошу, который в конце 1917 года был избран его президентом. Возглавил издательство Арнольд Шебаштьен, муж одной из сестер Миклоша [9; 10]. Несмотря на то, что во времена Советской республики (в 1919 году) «Эшт» наряду с другими изданиями была запрещена, а сам Миклош ненадолго бежал в Вену [9], через несколько месяцев газета возобновила свою деятельность [5]. К концу войны Миклош смог приобрести «Пешти Напло» и «Мадьярорсаг» [9; 10], создав крупную и влиятельную медиаимперию, которая контролировала рынок утренних, дневных и вечерних газет, а также издавала литературные произведения, что сделало Андора Миклоша «обладателем самой важной силой прессы в 1920-х годах» [5; 8]. Этой «силой прессы» медиамагнат, как отмечал Геза Бузинкай, поддерживал политику премьер-министра Иштвана Бетхлена – сделать Венгрию краеугольным камнем Европы [2]. Известен Миклош и как благотворитель: в непростые военные годы он отдал значительную часть своих доходов в поддержку нуждавшихся литераторов и внес существенный вклад в выживание венгерской литературы во время послевоенного экономического коллапса [2]. Вместе с тем деятельность Миклоша как издателя и редактора «вызывала крайне противоречивую реакцию: одни почитали его как покровителя, восхваляя его предпологаемую любовь к литературе, другие обвиняли “Эшт” в неоправданной сенсационности, праздности и цинизме» [9].

Вскоре в медийном мире Венгрии произошло событие, отмеченное как «медийная атака» на «Эшт» и столь необычное, что следует уделить ему особое внимание в рамках этой статьи. Как пишет венгерский исследователь Андраш Лендел, 26 мая 1921 года на улицах венгерской столицы появилась странная газета. Ее заголовок и полиграфическое решение полностью соответствовали «Эшт», однако содержание было иным: под именем привычной газеты вышло другое издание, так называемый псевдо-«Эшт». Целью его была дискредитация «Эшт» и Андора Миклоша. Вот фрагменты статьи «Криминаль-

ный стаж «Эшт») из псевдо-«Эшт»: «цена этой газеты – нанесение вреда Венгрии», «публикуется, пока страна может терпеть», «за предательство отвечает Андор Миклош», «прибыль от подписки будет использована, как мы это и делали до сих пор, для разрушения страны, переполненной венскими эмигрантами». Далее псевдо-«Эшт» отмечала, что, не обладая существенным потенциалом пишущего журналиста, а имея организаторские и предпринимательские способности, Миклош поднялся на волне, так сказать, «из грязи, да в князи», а его сверхуспешный и популярный таблоид, имея невероятный для того времени тираж, оказывал значительное влияние на умонастроения населения, насаждал большевизм, интернационализм и революционность (материалы, в том числе и поэтические, восхваляющие Ленина и большевистский переворот в России) вразрез национальным интересам венгров и исторической Венгрии. Контратака настоящей газеты «Эшт» и ее владельца последовала незамедлительно. В отношении псевдо-«Эшт» были выдвинуты серьезные судебные требования, оперативно составленные адвокатами: обвинения в диффамации, нанесении репутационного и материального ущерба и еще по нескольким пунктам. Также «Эшт» квалифицировала появление псевдо-«Эшт» как зависть. Но причина появления псевдо-«Эшт» была значительно серьезнее – газета-клон обвиняла таблоид в предательстве интересов страны и моральном разложении населения. Тем более что псевдо-«Эшт» по сути не лгала: она опубликовала подборку из материалов разных выпусков «Эшт», подтверждавших такие обвинения. Таким образом, новым и исторически важным оказался очевидный факт, что пресса – это реальная сила, обладающая огромной властью, и безразличное отношение к этому факту является важной политической проблемой [11]. Надо иметь в виду, что 1920-е годы XX века – время сложное для Венгрии, где разочарования от Трианонского договора, национальные интересы и интересы бизнеса, революции, экономические трудности переплелись, создавая противоречивую ситуацию.

Независимо от «медиаатаки» и ухода из жизни в 1933 году Андора Миклоша, завещавшего свой бизнес жене («актриса Фрида Гомбасёги (Gombaszögi Frida) покинула сцену и взяла под свой контроль компанию» [5; 6]), газета «Эшт» успешно издавалась почти до конца 1930-х годов и свой 25-летний юбилей праздновала без основателя. В это время (1935 год) в редакции, издательстве и типографии империи Миклоша работало 365 сотрудников, ежедневный тираж газеты составлял 150 000 экземпляров, ее распространяли 6100 человек [5; 6]. В 1939 году компания был поглощена государством и издание «Эшт» прекратило свое существование: вместо него, добавив одну букву в название, стала выходить газета «Пешт» (*Pest*) с совершенно иным контентом. В пятницу 17 ноября 1939 года вышел последний номер «Эшт». Газета обратилась к «своим дорогим читателям», заверяя их в любви и информируя о своем закрытии, а также объявила, что новая независимая политическая газета под редакцией Акоша Бакоша появится в Будапеште в полдень следующего дня и все подписчики «Эшт» получают новую газету [5]. На этом история «Эшт» закончилась. Но газета оказала такое большое влияние на венгерскую прессу, что спустя без малого двадцать лет в Будапеште появилась вечерняя газета «Эшти Хирлап», которая, официально считаясь органом Будапештского горкома ВСРП, по сути, продолжила традиции «Эшт».

Отметим, что беспрецедентному успеху «Эшт» и взрывному росту ее популярности способствовали новшества, привнесенные в газету ее создателем. Итак, основные заслуги Андора Миклоша: использование всего накопленного венгерской прессой и журналистикой опыта, задействование солидных инвестиций при формировании медиабизнеса, наем лучших журналистских кадров, привлечение писателей, а также художников для создания собственного фирменного стиля газеты, активное использование рекламы и грамотного продвижения издания, наличие уличных продаж наряду с подпиской, ориентация на новости и формирование расширенной корсетки, оперативность доставки информации, освещение политики без явной политической ангажированности, внедрение новейших технических достижений при печати газеты (в типографии), наличие нестандартной верстки, одностолбцовых материалов, кратких статей, сенсационности, броскости заголовков, включение спортивного раздела и сводок погоды.

Вышеозначенные инновации, равно как и опережающая, по сравнению с утренними газетами, возможность отразить самые последние новости, определяют суть «Эшт» – это качественный таблоид. Действительно, одновременно ее можно отнести как к массовым, так и к качественным изданиям. С одной стороны, это бульварная газета: публикует сенсационные истории о частной жизни, материалы о преступлениях, катастрофах, трагических или курьезных происшествиях, ориентирована на короткие заметки, имеет большой тираж, активно распространяется на улицах продавцами газет, содержит обилие иллюстраций, рекламных сообщений и объявлений, имеет специфическую «игровую» верстку с крупными кричащими заголовками. С другой стороны, это качественное издание: оптимально организована служба новостей (девиз «достоверные новости превыше всего»), политические новости излагаются без комментариев, только факты, к сотрудничеству привлечены опытные журналисты, газета публикует актуальные биржевые сводки, финансовую информацию, в ней можно найти литературные материалы известных писателей и поэтов.

Таким образом, Андор Миклош, обладая особым чутьем на текущие запросы аудитории, реализовал бизнес-проект под названием «Эшт», вечерняя газета стала основой и ключевым звеном созданной им медиаимперии. В дальнейшем, уже во время Венгерской Народной Республики, эстафету «Эшт» подхватила газета «Эшти Хирлап». Сама же «Эшт» осталась в истории флагманом вечерней прессы страны, во многом повлияла на характер и развитие венгерской печати в целом. Изучение опыта такой значимой массовой газеты, оказавшей беспрецедентное влияние на общественное мнение, актуально и в сегодняшних реалиях СМИ.

Список литературы

- [1] *Buzinkay G.* Bulvárlapok a pesti utcán. URL: <http://epa.oszk.hu/00000/00003/00014/buzinkay.htm> (дата обращения: 06.03.2020).
- [2] *Buzinkay G.* A magyar sajtó és újságírás története a kezdetektől a rendszerváltásig. Budapest: Wolters Kluwer, 2016. 548 p.
- [3] *Саламон Л.* Всеобщая история прессы. СПб.: Улей, 1909. URL: http://evartist.narod.ru/text2/29.htm#%D0%B7_20 (дата обращения: 06.03.2020).

- [4] Pesti Hirlap. 2019. December 11. 16. Old. URL: <https://mediatortenet.wordpress.com/2019/12/12/pesti-hirlap-2019/> (дата обращения: 16.03.2020).
- [5] Az Est (1910–1939) // Magyar médiatörténet. URL: <https://mediatortenet.wordpress.com/2014/11/30/az-est-1910-1939/> (дата обращения: 06.03.2020).
- [6] Az Est (1914–1939) // Arcanum Digitheca. URL: <https://adtplus.arcanum.hu/en/collection/AzEst/> (дата обращения: 30.03.2020).
- [7] Az Est. 1910. Aprilis 16. 3. Old. <https://mediatortenet.wordpress.com/2014/11/30/az-est-1910-1939/> (дата обращения: 18.03.2020).
- [8] Magyar Médiatörténet. URL: <https://mediatortenet.wordpress.com/> (дата обращения: 16.03.2020).
- [9] Miklós Andor // Magyar médiatörténet. URL: <https://mediatortenet.wordpress.com/tag/miklos-andor/> (дата обращения: 18.03.2020).
- [10] Magyar Zsidó Lexikon. Személynév: Miklós Andor. URL: <http://mek.oszk.hu/04000/04093/html/szocikk/13350.htm> (дата обращения: 16.02.2020).
- [11] *Lengyel A.* Az úgynevezett ál-Az Est. Egy magyar médiacsata története. URL: <https://adoc.tips/lengyel-andras-az-ugynevezett-al-az-est-egy-magyar-mediacsat.html> (дата обращения: 20.02.2020).

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 15 января 2020 г.

Дата принятия к печати: 31 марта 2020 г.

Для цитирования:

Пынина Т.Ю. Вечерняя печать Венгрии: особая роль Az Est // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 2. С. 315–323. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-2-315-323>

Сведения об авторе:

Пынина Татьяна Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов. E-mail: tanyi@inbox.ru

DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-2-315-323

Research article

Hungary evening press: *Az Est's* special role

Tatiana Yu. Pynina

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
10 Miklukho-Maklaya St, bldg. 2, Moscow, 117198, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the flagship of the evening Hungarian press – the newspaper *Az Est*. The publication is considered in the context of the situation in the press in the first third of the twentieth century. The article provides a comprehensive analysis of the innovations applied by the publishers of *Az Est*. Attention was drawn to the placement of serious news information along with the publication of sensations, a special layout, including, in particular, large headlines, one-column articles and a large amount of illustrative material addressed by artists, the rejection of templates familiar to other Hungarian publications of that time. It is noted that the political diary, as the newspaper described itself, lacked a political position and attachment to any political party. The circulation of the newspaper significantly exceeded the circu-

lation of other publications and in some years reached almost half a million copies. The first major Hungarian press tycoon Andor Miklos is featured as the founder, owner and editor-in-chief of the newspaper. The formation of his media empire was fully facilitated by the success of *Az Est*, a newspaper that was initially considered by its creator as a business project that created a competitive situation in the Hungarian newspaper business and, subsequently, in the publishing business. It also analyzes the PR and advertising campaigns that preceded the launch of the newspaper and aroused public interest. The novelty of this article is that there is no research by the *Az Est* newspaper in the domestic scientific literature, as well as any materials in Russian related to the Hungarian evening press.

Keywords: Hungarian press, evening newspaper, tabloid, *Az Est*, Andor Miklos, media business

References

- [1] Buzinkay, G. (n.d.). *Bulvárlapok a pesti utcán*. Retrieved March 6, 2020 from <http://epa.oszk.hu/00000/00003/00014/buzinkay.htm>
- [2] Buzinkay, G. (2016). *A magyar sajtó és újságírás története a kezdetektől a rendszer-váltásig*. Budapest, Wolters Kluwer.
- [3] Salamon, L. (1909). *Vseobshhaya istoriya pressy [Universal history of the press]*. Saint Petersburg, Ulej Publ. Retrieved March 6, 2020 from http://evartist.narod.ru/text2/29.htm#%D0%B7_20
- [4] Pesti Hírlap. (December 11, 2019). 16. Old. Retrieved March 6, 2020 from <https://mediatortenet.wordpress.com/2019/12/12/pesti-hirlap-2019/>
- [5] Magyar médiatörténet. (n.d.). *Az Est (1910–1939)*. Retrieved March 6, 2020 from <https://mediatortenet.wordpress.com/2014/11/30/az-est-1910-1939/>
- [6] Arcanum Digitheca. (n.d.). *Az Est. 1914–1939*. Retrieved March 30, 2020 from <https://adtplus.arcanum.hu/en/collection/AzEst/>
- [7] *Az Est*. (April 16, 1910). 3. Old. Retrieved March 18, 2020 from <https://mediatortenet.wordpress.com/2014/11/30/az-est-1910-1939/>
- [8] Magyar Médiatörténet. Retrieved March 16, 2020 from <https://mediatortenet.wordpress.com/>
- [9] Magyar Médiatörténet. (n.d.). *Miklós Andor*. Retrieved March 18, 2020 from <https://mediatortenet.wordpress.com/tag/miklos-andor/>
- [10] Magyar Zsidó Lexikon. (n.d.). *Személynév: Miklós Andor*. Retrieved February 16, 2020 from <http://mek.oszk.hu/04000/04093/html/szocikk/13350.htm>
- [11] Lengyel, A. (n.d.). *Az ügynevezett ál-Az Est. Egy magyar médiacsata története*. Retrieved February 20, 2020 from <https://adoc.tips/lengyel-andras-az-ugynevezett-al-az-est-egy-magyar-mediacsat.html>

Article history:

Received: 15 January 2020

Revised: 1 March 2020

Accepted: 31 March 2020

For citation:

Pynina, T.Yu. (2020). Hungary evening press: *Az Est's* special role. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(2), 315–323. <http://dx.doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-2-315-323>

Bio note:

Tatiana Yu. Pynina, Ph.D. of Philology, Associate Professor of Mass Communications Department of Faculty of Philology of Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University). E-mail: tanyi@inbox.ru