УДК 94:327:[070:659.1](410)”1875/1878”
DOI: 10.18523/2617-3417.2024.7.47-54

Яцук Є. Р.

ПРОДАТИ «СХІДНЕ ПИТАННЯ»: РЕКЛАМА У БРИТАНСЬКІЙ КОПІЙЧАНІЙ ПРЕСІ У ЧАСІ ВЕЛИКОЇ СХІДНОЇ КРИЗИ 1870-х рр.

Ця стаття аналізує, як «Східне питання» ставало частиною споживацької культури в Британській імперії під час Великої східної кризи 1875–1878 рр. Протягом довгого часу дослідники розглядали поняття «Східне питання» крізь призму історії дипломатії та політичної історії, і навіть недавні розвідки, що намагаються поглянути на нього з позицій нових підходів, не виходять за межі політичного. Зосереджуючись на розлогому рекламному оголошенні, опублікованому в лондонській щоденній копійчаній газеті The Standard у лютому 1877 р., стаття підважує таку визначеність поняття. Залучаючи підходи історії медіа та культурної історії, вона показує, що «Східне питання» набувало товарних рис у часі міжнародної кризи 1875–1878 рр. і ставало зручним інструментом для книжкових видавців і газетярів для просування їхньої продукції. Передбачаючи обізнаність читачів із поняттям, вони використовували відкритість його тлумачень, щоб додати потрібні їм назви текстів до газетних оголошень. Такий утилітарний підхід до поняття давав змогу авторам рекламних матеріалів варіювати його значення, щоб підкреслити уявлення, які вони бажали донести до потенційних споживачів знання.

Ключові слова: «Східне питання», британська щоденна преса, реклама, споживання, Велика східна криза, XIX ст.

Бурхливі зміни, що відбувалися на ринку британської преси у другій половині XIX ст., вже довгий час перебувають у фокусі дослідницької уваги. Вже наприкінці XIX ст. дослідники розглядали явище «громадської думки», зосереджуючись на окремих аспектах розвитку періодичних видань, функціонування ринку преси як особливої структури та взаємовпливів між пресою і політичними явищами доби [1]. Водночас міжнародні політичні процеси і «питання», що поставали в їхньому контексті, лише віднедавна почали цікавити істориків [2]. Важливим із цього погляду постає «Східне питання», яке було наявним у політичному житті Європи від кінця XVIII ст. [3] Спочатку це поняття розглядали дослідники історії дипломатії та політичної історії, у чиїх розвідках пресу зазвичай згадували лише опосередковано, коли поставала потреба проілюструвати аргументи щодо перебігу міжнародних відносин досліджуваної доби [4]. Показовою щодо цього є заувага Мартіна Шварца, який зазначив, що протягом 1860–1880-х рр. преса стала ще одним викликом для політиків, але не розвинув цю думку [5]. Як факт важливу роль преси підкреслювали під час підготовки до Берлінського конгресу 1878 р. [6] Відповідно,

[1] Див.: George Carslake Thomson, *Public Opinion and Lord Beaconsfield,* vol. I (London: MacMillan and Co., 1886); Henry William Massingham, *The London Daily Press* (New York and Chicago: Fleming H. Revell Company, 1892).

[2] Голлі Кейс вважає наявність «питань» одним із наріжних елементів європейської інтелектуальної та політичної історії XIX ст., визначаючи їх як проблему, що потребувала свого розв’язання. Holly Case, *The Age of Questions or, A First Attempt at an Aggregate History of the Eastern, Social, Woman, American, Jewish, Polish, Bullion, Tuberculosis, and Many Other Questions over the Nineteenth Century, and Beyond* (Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2018), 14–15. Погоджуючись із її підходом щодо важливості виокремити «питання» як явище, зазначимо, що в цій статті вони розглядаються радше як «поняття», що набували свого змісту, залежно від авторів. Погляд на них крізь призму «потреби розв’язати» видається дещо прескритивним і відкидає інші, особливо повсякденні, контексти, у яких поставали «питання».

[3] A. L. Macfie, *The Eastern Question, 1774–1923, revised edition* (New York: Longman, 1996), 1–2.

[4] Чимало істориків зверталися до сюжету про появу в британській пресі інформації про «звірства» в Болгарії улітку 1876 року, коли нерегулярні османські війська придушували повстання в одній з балканських провінцій. Див.: John A. R. Marriott, *The Eastern Question; an Historical Study in European Diplomacy* (Oxford: Clarendon Press, 1917), 292; Richard Blake, *Disraeli* (New York: St. Martin’s Press, 1967), 602–605; Richard Millman, *Britain and the Eastern Question, 1875–1878* (Oxford: Clarendon Press, 1979), 176–189; Martin Swartz, *The Politics of British Foreign Policy in the Era of Disraeli and Gladstone* (London: The Macmillan Press, 1985), 38–41.

[5] Swartz, *The Politics of British Foreign Policy*, 1.

[6] Див., наприклад, різні погляди на публікацію умов російсько-британського договору в газеті *Globe* напередодні конгресу: F. J. R. Dwyer, “A. Cross and the Eastern Crisis of 1875–8”, *The Slavonic and East European Review* 39, no. 93 (1961): 454–455; Millman, *Britain and the Eastern Question*, 443–444; Владлен Н. Виноградов, *Балканская эпопея князя А. М. Горчакова* (Москва: Наука, 2005), 258–259.

© *Яцук Є. Р.,* 2024

автори не відходили від парадигми «подієвої історії», використовуючи публікації у пресі як «факти», що мали додати наочності їхнім працям.

На зламі XX–XXI ст. відбулися зрушення в історіографії «Східного питання» у бік дослідження образів та уявлень, із ним пов'язаних. Пол Аухтерлоні та Мішель Тусан вдалися до кількісного підходу, щоб показати наявність поняття у британській періодиці, але, визнаючи потенційну множинність його значень, не пояснювали, як автори їх витворювали [7]. Леслі Шумахер, простежуючи взаємозв'язки між британською політикою, публічним дискурсом і дипломатією упродовж Великої східної кризи 1875–1878 рр., зауважує, що саме поняття не було однорідним, а «дискурсивний субстрат Східного питання постає із трикутника подій і програм, що їх спостерігали та з якими взаємодіяли люди» [8]. Водночас, навіть говорячи про можливу наявність його різних розумінь, автор залишається прикутим до політичної складової питання, тоді як медійний бік видається вторинним у його дослідженні, постаючи радше з метою розмежувати погляди «еліт» і «публіки» [9]. Поряд із цим, помітні спроби поглянути на те, як преса висвітлювала перебіг подій Великої східної кризи 1875–1878 рр., часто увінчувалися або введенням осучаснених категорій, які не пояснювали появи новинних матеріалів у британській пресі, як-от у розвідці Ангеліни Манахової, або заувагами про «необ'єктивність» чи «упередженість» преси, як у працях Сергія Косарєва, Єкатєріни Мумінової і Олега Гокова [10]. Вплив так званої нової журналістики, яка поєднувала в собі риси есеїстики, репортажу та новин, на висвітлення подій у британській пресі або використання телеграфу для передавання новин, що, як зазначає Ендрю Ґріффінс, зробило чіткість і швидкість доставлення повідомлення визначальними рисами для спеціального кореспондента, досі оминаються у дослідженнях, присвячених Великій східній кризі [11].

Окреслені тенденції назагал показують, що висвітлення «Східного питання» на шпальтах періодичних видань протягом 1870-х рр. залишалося обмеженим. Щоб підкреслили комплексність його оприявнення, що виходило поза межі звичного розуміння поняття в контексті політичної історії та історії дипломатії, у фокусі цієї статті постає одне рекламне оголошення зі щоденної британської газети, що побачило світ у розпал Великої східної кризи 1875–1878 рр. Презентуючи його крізь призму дискурс-аналізу із залученням підходів із соціолінгвістики та історії медіа, ця розвідка показує, як «Східне питання» ставало споживчою цінністю у часі міжнародної кризи. Поява цієї цінності була суголосною загальному зацікавленню у зверненні до поняття для пояснення подій, що відбувалися на міжнародній арені, та поглядів, що їх мали дописувачі газет. Водночас акцент на людській суб'єктивності, цілісному підході та інтерпретативній методології — наріжних елементах культурної історії, визначених Анною Ґрін, дасть змогу винести невелике повідомлення поза межі газетних шпальт і поглянути на нього в контексті політичних, економічних і комунікативних перетворень останньої третини XIX ст. [12] Використання «Східного питання» як елементу цього рекламного тексту додавало нових значень самому поняттю, роблячи його важливим складником для індустрії продукування знання, що його споживали різні категорії читачів у вікторіанській Англії.

Увечері 8 лютого 1877 р. читачі щоденної лондонської копійчаної газети *The Standard* із середньодобовим накладом 2 мільйони примірників могли знайти посередині останньої сторінки доволі велике рекламне оголошення від книжкового видавця Джона Мюррея. Текст мав назву *The Eastern Question* («Східне питання») й інформував про книжки та періодику, що вже

[7] Див.: Paul Auchterlonie, "From the Eastern Question to the Death of General Gordon: Representations of the Middle East in the Victorian Periodical Press, 1876–1885", *British Journal of Middle Eastern Studies* 28, no. 1 (2001): 5–24; Michelle Tusan, *Smyrna's Ashes: Humanitarianism, Genocide and the Birth of the Middle East* (Berkeley, CA: University of California Press 2012), 16.

[8] Leslie Rogne Schumacher, *The Eastern Question in 1870s Britain Democracy and Diplomacy, Orientalism and Empire* (Cham: Palgrave Macmillan, 2023), 6–7.

[9] Schumacher, *The Eastern Question*, 21.

[10] Ангелина В. Манахова, «Организация и результаты работы британских корреспондентов во время русско-турецкой войны 1877–1878 годов» (Дис. канд. филол. наук, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2019), 76; Сергей И. Косарев, «Русско-Турецкая война 1877–1878 гг. в оценках российской и английской периодической печати» (Автореф. дис. канд. ист. наук, ФГБОУ ВПО «Брянский государственный университет имени акад. И. Г. Петровского, 2012), 3; Екатерина М. Муминова, «Деятельность российских и иностранных корреспондентов на Балканах в годы русско-турецкой войны 1877–1878 гг.», *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Ч. I. Общественные и гуманитарные науки* 38 (82) (2008): 243; Oleg A. Gokov, "Russia, Iran, and the 'Eastern Question' in the 1850s–1870s (Россия, Иран и «Восточный вопрос» в 1850-х–1870-х гг.)", *Canadian-American Slavic Studies* 50, Issue 2 (2016): 180.

[11] Andrew Griffiths, *The New Journalism, the New Imperialism and the Fiction of Empire, 1870–1900* (London: Palgrave Macmillan, 2005), 26–27. Див. також Michael Temple, *The British Press* (New York: McGraw-Hill, 2008), 24; Joel H. Wiener, *The Americanization of the British Press, 1830s–1914* (London: Palgrave Macmillan, 2011), 92.

[12] Anna Green, *Cultural History* (London: Palgrave Macmillan, 2008), 4–10.

були доступні для продажу у книгарні рекламодавця [13]. Повідомлення помістили посеред інших схожих оголошень про нові друковані видання, тож його поява не видавалася б особливою, якби не час, у якому воно постало. 1877-й був третім роком Великої східної кризи — комплексу подій, пов'язаних із заворушеннями в Османській імперії, що почалися з повстання в Боснійському віялеті у 1875 р. і продовжилися низкою міжнародних спроб урегулювати ситуацію, повстанням у Болгарії та, зрештою, сербо-османською війною [14]. Одначе політичні контексти можна лише побічно було помітити у цьому короткому тексті, на них промовистіше вказували опубліковані в тому ж номері статті про мобілізацію військ у Російській імперії чи промову королеви Вікторії, автори яких також зверталися до «Східного питання» [15]. Водночас оголошення, що налічувало одразу 17 найменувань творів різного жанру, що їх рекламодавець подав упорядкованим списком, виходило за межі політичного і переплітало одразу кілька різних контекстів, увиразнених «двома словами страху» [16].

У другій половині XIX ст. ринок преси в Сполученому королівстві розвивався значними темпами. Як зауважує Джонатан Сілберстейн-Лоеб, вікторіанські мислителі та реформатори Едвін Чадвік, Роланд Гіл і Джон Стюарт Мілл перенесли принципи класичної політичної економії з ринку товарів і послуг на ідеї, себто царину публічної сфери [17]. Такий поворот посприяв формуванню уявлень про «ринок ідей», одним із відгалужень якого була преса. Поряд із цим, протягом 1850-х рр. у Сполученому королівстві скасували так звані податки на знання, якими обкладали всі періодичні видання. До них, зокрема, належав податок на рекламу, який становив 3/6 пенні за оголошення до 1836 р., а опісля був зменшений до 1/6 пенні і скасований лише в 1855 р. [18] Ці заходи мали колосальний вплив на ринок, оскільки дали змогу знизити собівартість примірників. Доступнішою ставала і сировина: протягом 1870-х рр. до Сполученого королівства почали імпортувати порівняно дешевий папір із Єгипту. Усе це відкрило поле для інвестицій і появи нових газет, хоча назагал видавнича справа усе ще потребувала значних капіталовкладень [19].

Пожвавлення також зумовлював розмах масового виробництва упродовж другої третини XIX ст. Зростання кількості товарів на ринку означало необхідність витрачати більше коштів на рекламу. Оскільки дієвішого посередника для передання інформації від виробника до споживача, аніж періодичні видання, станом на середину XIX ст. не існувало, газетні сторінки завжди були щільно заповнені інформацією про товари та послуги. Акциз на оголошення попервах стримував цей процес, однак після скасування «податків на знання» майже всі видання залишали достатньо багато місця для реклами на своїх шпальтах [20].

Важливі змін відбулися і у сфері комунікацій. Протягом другої половини XIX ст. дедалі більше починають використовувати телеграф. У 1851 році було прокладено кабель під Ла-Маншем, а в 1866 р. встановлено зв'язок між Великою Британією і Канадою. Розвиток телеграфу був напрочуд важливим для газетярів, які намагалися забезпечити читачів цікавою, а головне — актуальною інформацією. Можливість отримати повідомлення у день, коли відбулася подія, покращувала якість новин, що, відповідно, могло привабити більше читачів. Ринок інформації ставав дедалі глобальнішим, а собівартість виробництва знижувалася [21].

Усі окреслені перетворення мали на меті лише одне — задовольнити читацьку спільноту, попит якої невпинно зростав. Зокрема, цьому посприяло запровадження обов'язкової початкової освіти у 1870 р. Особливо зміни позначилися на прошарку кваліфікованих робітників, які були зацікавлені у дешевій і доступній інформації [22]. Завдяки газетам і журналам форму-

[13] "The Eastern Question", *The Standard*, February 8, 1877, 8. Дані про кількість примірників див., наприклад, на сторінці 4 того ж числа.

[14] Перебіг подій див., наприклад, у W. O. N. Medlicott, *The Congress of Berlin and after: A Diplomatic History of the Near Eastern Settlement, 1878–1880* (London: Methuen and Company, 1938), 1–36; Millman, *Britain and the Eastern Question*, 1–274.

[15] "The Russian Mobilisation", *The Standard*, February 8, 1877, 3; "The Speech which the Queen...", *The Standard*, February 8, 1877, 5.

[16] Звернення до «Східного питання» як до «двох слів страху» див. у "The visit of the Emperor of Austria...", *The Daily News,* March 29, 1875, 5.

[17] Joel Silberstein-Loeb, "The Structure of the News Market in Britain, 1870–1914", *The Business History Review* 83, no. 4 (2009): 760.

[18] Martin Hewitt, *The Dawn of the Cheap Press in Victorian Britain: The End of the "Taxes on Knowledge", 1849–1869* (London: Bloomsbury, 2014), 5.

[19] Через те, що ринок був нестійким, поступово левова частка періодичних видань опинилася в руках у «газетних баронів», що, відповідно, частково спростовує твердження про пресу як незалежну «четверту владу» (див. Temple, *The British Press,* 22).

[20] До прикладу, станом на 1876 рік 12-сторінковий примірник *The Times*, який коштував три пенні, містив рекламу на п'яти сторінках. Зокрема, повністю були покриті дві перші та дві останні сторінки газети, а також три–п'ять колонок 10-ї сторінки). Поряд із цим, одразу п'ять із восьми сторінок *The Standard* (роздрібна ціна – один пенні) мали рекламні оголошення (повністю — перша і шоста–восьма сторінки, частково — четверта сторінка).

[21] Irving Fang, *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions* (London & New York: Routledge, 2016), 80.

[22] Див. Temple, *The British Press,* 16.

валися читацькі мережі, що спільними ідеями об'єднували споживачів інформації із різних соціальних кластерів [23]. Здебільшого такі спільноти були уявними, і поєднувало їх лише одночасне споживання інформації з газет. Бенедикт Андерсон назвав це явище «надзвичайним масовим ритуалом» [24]. Поряд із цим, на думку Андерсона, масова друкована продукція сприяла появі однорідного мовного простору, що було однією з умов для формування національної уявленої спільноти [25]. Одначе, як зауважив у своїй статті Саймон Поттер, в умовах Британської імперії такі перетворення не так стимулювали розвиток націоналізму, як сприяли введенню розрізнених осередків до складу імперської структури [26].

Газети й журнали були комерційними, а тому конкурували за сюжети, щоб зацікавити свого читача якісним, а головне — оригінальним матеріалом, і в цьому контексті особливої ваги почали набувати матеріали сенсаційного характеру [27]. Велика Східна криза 1875–1878 рр. стала одним із найбільших постачальників інформаційних приводів для таких матеріалів за всю другу половину XIX ст. Вона була майже «ідеальною» у контексті висвітлення на шпальтах періодичних видань Сполученого королівства. «Схід» в уявленні читацької публіки королівства поставав як щось загадкове, тож значний інтерес до подій не видається чимось дивним. Ба більше, для авторів це була добра нагода зіграти на «расових стереотипах», які часто діяли на користь видань [28].

На останню третину XIX ст. також припав початок розвитку масового книжкового ринку, що, відповідно, спонукало видавців рекламувати свою продукцію у газетах [29]. Міжнародна криза 1875–1878 рр. також залишила свій відбиток у цьому процесі, стимулюючи виносити на шпальти газет огляди та рекламні оголошення про нові тексти, пов'язані із нею. Передусім ідеться про рекламу книжок і брошур, що містили згадку про «Східне питання» [30]. Упродовж 1875–1878 рр. 130 рекламних матеріалів на сторінках *The Standard* мали згадки про «Східне питання», і поява кожного із них підкреслювала, що рекламодавці були впевнені в ознайомленості потенційних споживачів із можливими значеннями цього поняття [31]. Ба більше, ця тема поставала на сторінках газети ще до початку кризи, і автори зверталися до неї як до влучного риторичного елементу, що мав би підкріпити їхній аргумент [32]. Із цього погляду поява оголошення від 8 лютого 1877 р., яке пропонувало одразу 17 матеріалів під парасолькою знайомого читачам поняття, відповідала загальній тенденції до комерційного поширення знання про міжнародну кризу.

Водночас сам текст оголошення переплітав одразу кілька дискурсів, що оприявнювалися на сторінках щоденної преси. Розглядаючи дискурс як практику, що витворює об'єкт, про який їй ідеться, Мішель Фуко звертав увагу на шляхи, у які дискурси формують світобачення тих, хто їм підвладний [33]. Питання про належність влади у знанні виступало наріжним у цьому контексті [34].

Оголошення від 8 лютого 1877 р. пропонує доволі гібридну картину для розуміння дискурсів, які проявляються через нього. Передусім, це були загальні медіадискурси, які формували редакція і автори *The Standard*. Ці дискурси не були сталими й самі по собі оприявнювали «обговорюване різноголосся» значень, що поставали на сторінках газет [35]. Поряд із цим, видавець

[23] Andrew King, Alexis Easley, and John Morton, "Introduction", in *The Routledge Handbook to Nineteenth-Century British Periodicals and Newspapers,* ed. Andrew King, Alexis Easley, and John Morton (London & New York: Routledge, 2016), 4.

[24] Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, 2nd ed* (London: Verso, 1991), 35. В оригіналі Андерсон згадує про «*extraordinary mass ritual*». Український перекладач «Уявлених спільнот» називає цей ритуал «дивовижним». Однак епітет «надзвичайний» видається більш доцільним з огляду на те, що це явище постало зі щоденної (себто звичайної) дії.

[25] Anderson, *Imagined Communities*, 44.

[26] Simon J. Potter, "Webs, Networks, and Systems: Globalization and the Mass Media in the Nineteenth- and Twentieth-Century British Empire", *Journal of British Studies* 46, no. 3 (2007): 624.

[27] Martin Conboy, *Journalism: A Critical History* (London: SAGE Publications, 2004), 165; Wiener, *The Americanization of the British Press*, 3–4.

[28] Michelle Tusan, "Empire and the Periodical Press", in *The Routledge Handbook to Nineteenth-Century British Periodicals and Newspapers,* 160.

[29] Див. про тенденції Alexis Weedon, *The Economics of Book Production for a Mass Market, 1836–1916* (London & New York: Routledge, 2003), 31.

[30] Підрахунок автора на основі оцифрованих номерів газети *The Standard*, доступних у British Newspaper Archive: https://britishnewspaperarchive.co.uk/.

[31] Уже наприкінці січня 1876 р. редакція *The Standard* опублікувала статтю про огляд нових книжок, зокрема праці Джеймса Льюіса Фарлея «Турки та християни: розв'язання Східного питання» (див. "New Books", *The Standard*, January 31, 1876, 2). Вже у лютому того ж року газета почала рекламувати англомовний переклад книжки російського генерала Ростіслава Фадєєва «Думка про Східне питання», оригінал якої було опубліковано вперше ще в 1870 р. (див.: "Eastern Question", *The Standard*, February 16, 1876, 8; "Eastern Question", *The Standard*, February 17, 1876, 8; "Eastern Question", *The Standard*, February 21, 1876, 8, а також Ростислав Фадѣев, *Мнѣніе о восточномъ вопросе. По поводу послѣдних рецензій на "Вооруженныя силы Россіи"* (Санктпетербургъ: Въ типографіи департамента удѣлов, 1870).

[32] "London, Friday, June 18", *The Standard*, 1875, June 18, 4.

[33] Див. короткий огляд у Green, *Cultural History*, 71.

[34] Patricia O'Brien, "Michel Foucault's History of Culture", in *The new cultural history*, ed. Lynn Hunt (Berkeley: University of California Press, 1989), 39.

[35] Поняття «обговорюване різноголосся» («dialogized heteroglossia») належить Міхаілу Бахтіну, який використав його, щоб пояснити особливості різних «мов», які одна особистість

«Джон Мюррей» також витворював власний дискурс у своєму намірі рекламувати книжки, хоча його присутність не видається очевидною на перший погляд. Добірка матеріалів і порядок їхньої появи в газеті мав відповідати замовленню, зробленому рекламодавцем, тим самим роблячи його важливим творцем тлумачень для читачів. Менш очевидними постають політичні дискурси, пов'язані зі «Східним питанням». Їхню наявність може означити памфлет лідера ліберальної партії Вільяма Ґладстона, опублікований під номером «7» в оголошенні. Зважаючи на те, що *The Standard* назагал мала консервативний характер, наявність цього памфлету, який до того розходився десятками тисяч копій, свідчить також про важливість дискурсу капіталізму комерціалізації знання у цьому контексті. Товарність оголошення, що містило згадку про памфлет, мала більше значення, ніж політичність змісту самого тексту. Поміщений серед інших вибраних книжок, він також ставав частиною рекламної стратегії видавця.

Зрештою, дискурс орієнталізму був також видимим у коротких рядках оголошення. Наявність книжок і менших текстів, присвячених землям і людям зі «Сходу», а також подорожніх записок, що зверталися до допитливості читачів, неявно посилювала образ різниці між «Сходом» і «Заходом». Рекламний текст витворював Орієнт, накладаючи відомі рекламодавцеві уявлення про «Схід» на потребу продати ці уявлення читачеві, зацікавленому дізнатися більше про частину світу, що повсякчас виринала на сторінках газет під час міжнародної кризи, що тривала. Таке переплетіння контекстів усе ж лишало простір для додавання нових елементів, які могли резонувати зі споживачем. Поряд із згадками про тексти, присвячені пророку Мохамеду (номер 1 у переліку), автори оголошення також помістили інформацію про «Посібник про Росію», де йшлося, зокрема, про столиці Російської імперії, а також «Подорожі до Східного Кавказу» Артура Каннінґама. Останні два тексти, що були поміщені наприкінці списку, доповнювали різноманіття рекламованої літератури, об'єднаної під заголовком «Східне питання».

Варіативність рекламованих текстів також дає змогу по-новому поглянути на саме визначення «Східного питання», яка поставало на сторінках *The Standard*, адже воно не вписується в усталене в історіографії уявлення про нього як про питання, пов'язане з майбутнім Османської імперії. Це класичне тлумачення також було прив'язаним до політичної історії останньої третини XIX ст., а тому навіть у недавніх розвідках про інтелектуальний вимір понять його тлумачать саме в прив'язці до міжнародної політики [36]. Водночас звернення до нього в складеному рекламному оголошенні розширювало спектр значень, яке автори закладали у поняття. У цьому разі воно не було прив'язане лише до Османської імперії як ключового об'єкта, рекламодавці пропонували під його парасолькою ознайомитися з окремими частинами імперії, а також міжетнічними відносинами. Османська імперія не поставала як цілість, а радше презентувала сукупність фрагментованих часток, кожна з яких окремо мала б зацікавити читача.

Питання «майбутнього» також є неочевидним в оголошенні, позаяк жоден із рекламованих текстів не розкривав можливі варіанти його розв'язання. Натомість читачам пропонували заглибитися в його минуле через листи Артура Велслі, першого герцога Веллінґтона, тим самим «історизуючи» поняття, непрямо наголошуючи на його тяглості [37]. Поряд із цим, більшість позицій усе ж зверталися до контексту сучасності, пропонуючи ознайомитися з географічними та політичними обставинами, що склалися на 1877 рік. Більшість із згаданих текстів мали підкреслювати момент, у якому жили читачі, тим самим звертаючись до їхньої зацікавленості щодо розуміння цього моменту. «Східне питання» поставало як зручний інструмент, через який можна було підсилити цю зацікавленість.

Уявлена географія «Східного питання», що її пропонували читачам, також поставала різноманітною, що виводило її поза межі уявленої Османської імперії. У своїй класичній праці Джон Маріотт обмежував територію «Східного питання» Балканським півостровом і Стамбулом, себто місцевістю, де протягом перших років Великої східної кризи відбувалися протистояння [38]. Ця запропонована рамка простежу-

могла використовувати в різних соціальних середовищах (Green, *Cultural History,* 69). Зі свого боку, Мартін Конбой звертається до «різноголосся» саме в контексті розвитку британської преси, яка пропонувала своїм читачам одночасний доступ до «простору діалогу», в якому різні голоси газетярів могли переплітатися навіть у межах одного видання. Див.: Martin Conboy, *The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives* (New York: Continuum International Publishing Group, 2010), 4–5.

[36] Див., наприклад: Rafael A. Arslanov and Elena V. Linkova, "Evolution of the perception of the eastern question by Russian liberals in the second half of the 19th century", *The International History Review* (2021): 1250–1272.

[37] Про історизацію «Східного питання» див.: William Kelley, "Intellectuals and the Eastern Question: 'Historical-Mindedness' and 'Kin Beyond Sea', c. 1875–1880" (PhD diss., University of Oxford, 2017), 13.

[38] Marriott, *The Eastern Question,* 2–3.

ється і в інших уже розглянутих вище працях, хоч назагал дослідники не часто акцентували на територіальному вимірі «питання». Рекламодавці *The Standard* також привертали увагу до Балкан і подій на них, пропонуючи, окрім уже згаданого памфлету В. Гладстона, нарис з історії та сучасності «Герцеговини та Боснії» і книжку про життя «поміж турками та болгарами» [39]. Поряд із цим, однак, вони також згадали посібники з «Туреччини в Азії», «Єгипту» чи «Росії». Перші два тексти резонували із тлумаченнями «Східного питання», які пропонували інші автори *The Standard*. Зокрема, Єгипет як частина «Східного питання» вже поставав роком раніше після купівлі британським урядом акцій Суецького каналу, хоча станом на 1877 р. про нього у цьому контексті вже не згадували [40]. Поряд із цим, реклама текстів про Росію і про подорож до Південного Кавказу радше вибивалася із загальної картини, адже досі дописувачі газети тлумачили Російську імперію хіба як «зовнішнього» учасника «Східного питання», що не є при цьому його частиною. Звернення до Росії у цій добірці підкреслювало інструменталізацію питання і його уявлену привабливість як упізнаваного маркера для потенційних споживачів.

Згадка в рекламному оголошенні про текст дослідника і дипломата Генрі Роулісона «Англія та Росія на Сході», щоправда, також вирізняється на тлі інших, позаяк його працю було присвячено Центральній Азії. Вперше цю книжку було опубліковано ще у 1875 році, і тоді *The Standard* присвятила кілька матеріалів їй та особі її автора. Зокрема, в статті від 2 листопада 1875 р. анонімний автор підкреслював, що «сер Генрі Роулінсон присвятив своє життя східним питанням» [41]. Географічно ці «східні питання» охоплювали Індію, Персію та Афганістан. У контексті останнього дописувач звертав увагу читачів на те, що Г. Роулінсон виступав за відхід від політики «майстерної бездіяльності» й утворення бар'єру в Афганістані, щоб стримати експансію Російської імперії, представляючи це як підхід до «Східного питання» [42]. Ще раніше, 27 березня 1875 р. у *The Standard* вийшов огляд книжки Роулінсона, автор якого виснував, що це — найцінніший посібник зі «Східного питання» [43]. У передмові до своєї праці Роулінсон також зазначив, що вона є «*Manual for students of* ***the Eastern question****, comprises five papers on the recent history and political condition of Central Asia, and one on its Geography*» (виділення автора. — *Є. Я.*) [44]. Відповідно, автор вводив Центральну Азію у географічні межі «Східного питання», а повідомлення про його працю у рекламному тексті за майже два роки після її виходу у світ могло допомогти читачам переконатися у цьому. Щоправда, згадка про неї серед інших, несхожих видань, вилучала намір Роулінсона представити особливе тлумачення самого поняття і натомість вводила його працю у множину значень, запропонованих рекламодавцем.

Поява розлогого рекламного оголошення в газеті *The Standard* у лютому 1877 р. унаочнила зміни у визначенні й використанні вже усталених політичних тлумачень поняття «Східне питання». Використання його як об'єднавчої ланки для текстів, доступних для продажу в лондонському видавництві у часі кризи 1875–1878 рр., надавало товарності «Східному питанню», відокремлюючи його від звичних дискурсів, пов'язаних із міжнародними відносинами, і підкреслюючи нові, зокрема медійний і комерціалізований. Зміна була помітна і в значеннях, які автори оголошення закладали в нього. Замість звернення до майбутнього територій на «Сході», воно поставало доволі статичним відбитком знайомої читачам теперішності у поєднанні з відлунням схожих попередніх криз. Водночас значення не були прив'язані виключно до Османської імперії, а радше підкреслювали різні фрагменти, що були як у її географічних межах, так і поза ними. Уявлена географія поняття також була доволі обширною, об'єднуючи невеликі анклави на Балканах із доволі невизначеною «Центральною Азією». Поряд із цим, добираючи для рекламного повідомлення потрібні праці, рекламодавці не обов'язково враховували ті значення поняття, які закладали автори рекламованих текстів. Натомість вони припасовували дібрані назви до їхнього власного уявленого «Східного питання». У такий спосіб змінювалася сама функція останнього. Поряд із суто політичним значенням, воно ставало добре продаваним ярликом, а тому — важливою частиною щоденного споживання знання в Британській імперії 1870-х рр.

[39] "The Eastern Question", *The Standard*, February 8, 1877, 8.

[40] "England and the Suez Canal", *The Standard*, 1875, November 27, 5; "England and the Suez Canal", *The Standard*, November 29, 1875, 5; "England and the Suez Canal", *The Standard*, December 3, 1875, 5. Останні згадки про Єгипет у контексті «Східного питання» траплялися в газеті ще в квітні 1876 р. (див. "France", *The Standard*, April 10, 1875, 6; "Egyptian Finance", *The Standard*, April 11, 1875, 5).

[41] "The existence of any person...", *The Standard*, November 2, 1875, 4.

[42] Ibid.

[43] "England and Russia in the East", *The Standard*, March 27, 1875, 3.

[44] Henry Rawlinson, *England and Russia in the East. A Series of Papers on the Political and Geographical Condition of Central Asia* (London: J. Murray, 1875), V.

Bibliographic References

Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. 2nd ed. London: Verso, 1991.

Arslanov, Rafael A., & Elena V. Linkova. "Evolution of the perception of the eastern question by Russian liberals in the second half of the 19th century". *The International History Review* (2021): 1250–1272.

Auchterlonie, Paul. "From the Eastern Question to the Death of General Gordon: Representations of the Middle East in the Victorian Periodical Press, 1876–1885". *British Journal of Middle Eastern Studies* 28, no. 1 (2001): 5–24.

Blake, Richard. *Disraeli.* New York: St. Martin's Press, 1967.

Conboy, Martin. *Journalism: a Critical History*. London: SAGE Publications, 2004.

— — —. *The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives.* New York: Continuum International Publishing Group, 2010.

Dwyer, F. J. R. "A. Cross and the Eastern Crisis of 1875–8", *The Slavonic and East European Review* 39, no. 93 (1961): 440–458.

"Eastern Question". *The Standard*, February 16, 1877.

"Eastern Question". *The Standard*, February 17, 1877.

"Eastern Question". *The Standard*, February 21, 1877.

"Egyptian Finance". *The Standard*, April 11, 1875.

"England and Russia in the East". *The Standard,* March 27, 1875.

"England and the Suez Canal". *The Standard*, December 3, 1875.

"England and the Suez Canal". *The Standard*, November 27, 1875.

"England and the Suez Canal". *The Standard*, November 29, 1875.

Fadieev, Rostislav. *Mnienie o "vostochnom" voprose. Po povodu posliednih recenzij na "Vooruzhennyya sily Rossii."* Sanktpeterburg: V tipografii departamenta udielov, 1870.

Fang, Irving. *A History of Mass Communication: Six Information Revolutions.* London & New York: Routledge, 2016.

"France". *The Standard*, April 10, 1875.

Gokov, Oleg A. "Russia, Iran, and the 'Eastern Question' in the 1850s–1870s (Rossiya, Iran i ' Vostochnyj vopro' v 1850-h–1870-h gg.)". *Canadian-American Slavic Studies* 50, Issue 2 (2016): 177–221.

Green, Anna. *Cultural History.* London: Palgrave Macmillan, 2008.

Griffiths, Andrew. *The New Journalism, the New Imperialism and the Fiction of Empire, 1870–1900.* London: Palgrave Macmillan, 2005.

Hewitt, Martin. *The Dawn of the Cheap Press in Victorian Britain: The End of the "Taxes on Knowledge", 1849–1869.* London: Bloomsbury, 2014.

Case, Holly. *The Age of Questions or, A First Attempt at an Aggregate History of the Eastern, Social, Woman, American, Jewish, Polish, Bullion, Tuberculosis, and Many Other Questions over the Nineteenth Century, and Beyond.* Princeton & Oxford: Princeton University Press, 2018.

Kelley, William. "Intellectuals and the Eastern Question: 'Historical-Mindedness' and 'Kin Beyond Sea', c. 1875–1880". PhD diss., University of Oxford, 2017.

King, Andrew, Easley, Alexis, & John Morton, eds. *The Routledge Handbook to Nineteenth-Century British Periodicals and Newspapers.* London & New York: Routledge, 2016.

Kosarev, Sergej I. "Russko-Tureckaya vojna 1877–1878 gg. v ocenkah rossijskoj i anglijskoj periodicheskoj pechati." Avtoref. dis. kand. ist. nauk, FGBOU VPO "Bryanskij gosudarstvennyj universitet imeni akad. I. G. Petrovskogo," 2012.

"London, Friday, June 18". *The Standard*, 1875, June 18.

Macfie, A. L. *The Eastern Question, 1774–1923, revised edition.* New York: Longman, 1996.

Manahova, Angelina V. "Organizaciya i rezul'taty raboty britanskih korrespondentov vo vremya russko-tureckoj vojny 1877–1878 godov." Dis. kand. filol. nauk, Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M. V. Lomonosova, 2019.

Marriott, John A. R. *The Eastern Question: a Historical Study in European Diplomacy.* Oxford: Clarendon Press, 1917.

Massingham, Henry William. *The London Daily Press.* New York and Chicago: Fleming H. Revell Company, 1892.

Medlicott, W. O. N. *The Congress of Berlin and after: A Diplomatic History of the Near Eastern Settlement, 1878–1880*. London: Methuen and Company, 1938.

Millman, Richard. *Britain and the Eastern Question, 1875–1878.* Oxford: Clarendon Press, 1979.

Muminova, Ekaterina M. "Deyatel'nost' rossijskih i inostrannyh korrespondentov na Balkanah v gody russko-tureckoj vojny 1877–1878 gg.". *Izvestiya Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena, Ch. I. Obshchestvennye i gumanitarnye nauki* 38, no. 82 (2008): 243–249.

"New Books". *The Standard*, January 31, 1878.

O'Brien, Patricia. "Michel Foucault's History of Culture". In *The new cultural history*. Edited by Lynn Hunt. Berkeley: University of California Press, 1989.

Potter, Simon J. "Webs, Networks, and Systems: Globalization and the Mass Media in the Nineteenth- and Twentieth-Century British Empire". *Journal of British Studies* 46, no. 3 (2007): 621–646.

Rawlinson, Henry. *England and Russia in the East. A Series of Papers on the Political and Geographical Condition of Central Asia.* London: J. Murray, 1875.

Schumacher, Rogne Leslie. *The Eastern Question in 1870s Britain Democracy and Diplomacy, Orientalism and Empire.* Cham: Palgrave Macmillan, 2023.

Silberstein-Loeb, Joel. "The Structure of the News Market in Britain, 1870–1914". *The Business History Review* 83, no. 4 (2009): 759–788.

Swartz, Martin. *The Politics of British Foreign Policy in the Era of Disraeli and Gladstone.* London: The Macmillan Press, 1985.

Temple, Michael. *The British Press.* New York: McGraw-Hill, 2008.

"The Eastern Question". *The Standard*, February 8, 1877.

"The existence of any person...". *The Standard*, November 2*,* 1875.

"The Russian Mobilisation". *The Standard*, February 8, 1877.

"The Speech which the Queen...". *The Standard*, February 8, 1877.

"The visit of the Emperor of Austria...". *The Daily News,* March 29, 1875.

Thomson, George Carslake. *Public Opinion and Lord Beaconsfield.* Vol. I. London: MacMillan and Co., 1886.

Tusan, Michelle. *Smyrna's Ashes: Humanitarianism, Genocide and the Birth of the Middle East*. Berkeley, CA: University of California Press, 2012.

Vinogradov, Vladlen N. *Balkanskaya epopeya knyazya A. M. Gorchakova*. Moskva: Nauka, 2005.

Weedon, Alexis. *The Economics of Book Production for a Mass Market, 1836–1916.* London & New York: Routledge, 2003.

Wiener, Joel H. *The Americanization of the British Press, 1830s–1914.* London: Palgrave Macmillan, 2011.

Y. Yashchuk

TO SELL THE 'EASTERN QUESTION': ADVERTISING IN THE BRITISH PENNY PRESS DURING THE GREAT EASTERN CRISIS OF THE 1870s

This article analyses how the "Eastern Question" was becoming a part of consumerist culture in the British Empire during the Great Eastern Crisis of 1875–1878. For a long time, scholars looked at the concept of the "Eastern Question" through the lens of the history of diplomacy and political history, and even the recent works that attempt to approach it from new angles, do not go beyond the limits of the political. Focusing on an extensive piece of advertisement published in the London daily penny newspaper "The Standard" in February 1877, the article questions the presumed certainty of the concept. Involving the approaches from the history of media and cultural history, it demonstrates that the "Eastern Question" was commodified during the international crisis of 1875–1878 and became a useful tool for the book publishers and newspersons to promote their products. Presuming the readers' familiarity with the concept, they used the openness of its interpretations to include the titles they needed to the newspaper advertisement. Such a utilitarian approach to the concept allowed the authors to vary it meanings in order to highlight the points they wanted to convey to the potential consumers of knowledge.

Keywords: "Eastern Question", British daily press, advertisement, consumption, Great Eastern crisis, XIX century.

Матеріал надійшов 20.04.2024

Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)