

ЭМБЛЕМАТИКА ПРОИЗВОДСТВА

Мы часто встречаем понятие «геральдика производства». Что же это такое? В таких случаях речь идет о наших постоянных спутниках — различных производственных знаках на изделиях промышленной и сельскохозяйственной продукции различных городов, областей, республик, стран и т. д.: клеймах, товарных знаках, знаках качества и прочее. Они всю жизнь рядом с нами: на вещах, окружающих нас. Зачастую маленький неприметный значок становится для нас хорошим советчиком, помогает разобраться в великом множестве различных товаров.

Часто бывает, что каждую вещь покупатель связывает с той или иной производственной фирмой и, естественно, с ее фирменным знаком отличия или фирменной маркой. В сознании потребителя символ определенной фирмы, фабрики, предприятия — это уже своеобразная «визитная карточка» товара. Хорошо известный знак, представляющий не раз испытанный временем товар, всегда вызывает доверие. И если знак товара, выпущенного предприятием, завоевывает популярность, если покупатель среди «моря» подобных товаров отдает предпочтение именно ему, будучи полностью уверенным в качестве продукции, то предприятие может быть спокойно: его товар не залежится, план сбыта продукции всегда будет выполняться, да и потребители будут довольны. Вот почему каждое предприятие старается так бережно относиться ко всему, что метится товарным знаком: ведь это символ, эмблема его престижа, его своеобразный герб.

Случается, что фирменная марка переходит из века в век, поддерживая славу товара и его производителей. Кто не знает, например, продукции фирмы Зингер. Она популярна во всем мире. И. Зингер еще в середине XIX в. приобрел патент на изготовление швейной машинки и ос-

новал тогда же свою фирму. После смерти он не оставил прямых потомков, и фирма перешла в руки других предпринимателей. Однако имя И. Зингера сохранилось. И сегодня мы встречаем марку этой фирмы на швейных машинках и оборудовании, предназначенном для швейных фабрик. Настоящему, хорошему товару не страшны бури времени. Под своим знаком он шагает из поколения в поколение, и уж тут забота преемников этого знака — не уронить его достоинство, ни в коем случае не снизить качество изделия¹.

Знакомые нам фирменные знаки, личные клейма мастеров, знаки качества на продукции предприятий стран — все они уже не молоды, имеют своих древних, далеких сородичей, появившихся тысячелетия назад.

Далекие сородичи

История фирменных, товарных знаков началась очень давно, еще у истоков геральдики. Об этом свидетельствуют археологические раскопки древнейших памятников Египта и Вавилона. На различных предметах, найденных в развалинах древних цивилизаций, археологи нашли первые примитивные знаки и изображения — своеобразную эмблему мастеров, сработавших те или иные изделия.

На Руси подобные знаки назывались еще «пятнами», «знаменами», «метками», «рубежами», а затем просто «клеямами». В более поздние времена на территории нашей страны особое распространение они получили, например, у архангельских крестьян. Там каждый хозяин обозначал свои вещи «клеямами», «пятнами», «метками»².

Иногда подобные «пятна» имели свое название: «сорочья лапа», «воронья лапа», «покой». Если названий не было, то крестьяне просто описывали метку, например: «два рубежа прямых, третье косо»; «крест с прямым рубежом» и т. д. Подобные знаки переходили по наследству, причем если сын жил с отцом, то пользовался его знаком, а если отделялся, — брал себе другой знак. Этот процесс назывался «отклеймением», «отпятнанием».

При соприкосновении и контакте с другими народами наши предки, бывало, перенимали и некоторые знаки собственности этих народов. Такова история появления, вернее, заимствования клейм, носящих названия «тамга» («тавро»), «ясак», «тугра».

Уже в Русской Правде упоминаются знаки собственности под названием «пятна» и «знамена». Они употреблялись, например, для «отметки» лошадей («А за княжь конь, иже той съ пятномъ, 3 гривнѣ; а за смердѣи 2 гривнѣ»); для обозначения лесного участка с бортными деревьями, т. е. пригодными для бортничества — лесного пчеловодства или добычи меда диких пчел.

Впервые слово «знамя» упоминается в летописи 947 г. Ведя рассказ о деяниях княгини Ольги, летописец отмечает, что «ловища ея суть по въсей земли и знамения и мѣста и погости», имея в виду под «знаменем» лесной участок с бортными деревьями, помеченными «знамями». В Уложении царя Алексея Михайловича есть следующая запись: «А у князей и у мурзь у татарь, которые татарской грамотѣ умѣють обыски имати за руками же, а которые грамотѣ не умѣють и у тѣхъ и у ясачныхъ людей имати обыски за ихъ знамяны»³.

Подобные гербообразные знаки были распространены не только на территории Древней Руси, но и на западноевропейских землях. Особенно часто встречались знаки, ставившиеся на межевых предметах. Этот обычай известен у сербских племен, в Англии, Германии. Древние чехи вырубали или вырезали подобные знаки на скалах, деревьях, камнях для того, чтобы обозначить свою межу или границу. Знаки были в форме стрел, крестов, кружочков и т. д.

Клеймовые знаки имели и другое назначение — прикладывались к бумагам. Обычно они вырезались на деревянных дощечках. Это находило применение даже у народов самодийской группы. Каждый представитель носил при себе вырезанное на дереве собственное клеймо. Оно было своеобразным паспортом: когда кто-то из людей погибал в тундре, то по дощечке с клеймом определяли личность погибшего. Мужчины в Средней Азии носили привязанную к поясу тамгу в футляре, которую употребляли в качестве подписи или печати. В таких гербообразных знаках уже можно видеть прямой прообраз печатей на этих территориях, изучением которых занимается специальная наука, родственная геральдике, — сфрагистика.

Древние печати представляли собой две свинцовые, серебряные или медные пластинки, соединенные вместе и закреплявшиеся шнурком. Они были похожи на пломбы, привешиваемые к товарам. Самое древнее упоминание о

печати на Руси приводится в договоре князя Игоря с греками в 944 г.: «Послы ношаху печати златы, а гостье — серебряны». Безусловно, печати не были доступны простому народу; они имелись только у знатных людей или должностных лиц.

Знаки собственности, товарные знаки непосредственно связаны с куплей, продажей, займом — с торговлей. Северные народы России имели счетные бирки, называемые «рубежами», или «дсками». В Новгородской летописи 1208 г. говорится о «дсках»: «А что на дѣщкахъ (посадника Димитрія), то то князю оставиша... Даша дѣщки Дмитровы Святославу, а бяше на нихъ безъ числа». Знаки, ставившиеся на товарах, были теми же гербообразными знаками, которые вырезались на деревянных дощечках.

Вырезанные клейма привешивались к вещам; позже изготовлялись на свинцовых или других металлических пластинках. Эти же клейма играли и роль печатей, т. е. печать употреблялась для обозначения торгового клейма. Вообще же трудно провести первоначальную границу между гербообразными знаками собственности, печатями или клеймами, ибо в древности они различались преимущественно по своему употреблению и лишь впоследствии стали пониматься как разные вещи.

Известно еще одно употребление древними «пятен» и «знамен» — применение их в качестве знаков письма. Ведь и простейшие мысли легко выражались клеймами; например, требования, касавшиеся ясачной подати и количества подвод, выраженные клеймами, и вообще все, имевшее к этому отношение, было понятно нашим предкам.

К. В. Болсуновский в своей книге «Дрогичинские пломбы» (1894) приводит условное деление П. С. Ефименко общей схемы развития клейм геральдического характера на следующие четыре этапа. Первый — эпоха тотемизма, когда члены рода изображали на своем теле рисунки тех животных, птиц, рыб, которым данное племя поклонялось. Во второй период, когда соплеменники перешли к кочевой жизни и стали более независимыми от сил природы, животные отступают на второй план, а их место занимают предметы домашнего обихода. В юридических актах сохранились, например, подобные древнеславянские знаки. Это чаще всего угловатые и загнутые линии с черточками — зародыши будущих «рубежей». В тре-

Тем периоде гербообразные клеймовые знаки собственности почти все состоят из «рубелей» — прямых линий — и превращаются в чисто условные знаки. Здесь уже сам символ и то понятие, которое он выражает, связаны только своим историческим прошлым. В четвертом периоде клейма предстают в иной форме — в виде начальных букв имен и фамилий своих владельцев. Гербообразные знаки собственности на этом этапе кажутся совершенно самостоятельными, независимыми от начальных, но при более тщательном анализе оказывается, что и те и другие тождественны. Поэтому и знаки собственности, и межевые знаки, и торговые штемпеля, и печати, и гербы вначале различались только по употреблению, а не по своей сущности.

Личные родовые геральдические знаки, как и знаки собственности геральдического характера, сохранялись до недавнего времени у крестьян Испании и Швейцарии, где ими метили окна, печи, дома. Личные знаки долго сохранялись и в прибалтийских землях. Так, у рыбаков полуострова Гель, живших в польских деревнях, каждый житель деревни имел кроме собственного имени еще и особую гербообразную метку для отличия от других, которую ставил на своих вещах. После смерти рыбака на его крест ставили, кроме имени, и личный геральдический знак — герб, или, как его называли, «гмеркъ». По одному изображению этого «гмерка» узнавали, кому он принадлежит.

Торговля и клейма

В эпоху феодализма личные геральдические знаки, индивидуальные гербообразные клейма заменяются цеховыми. Отдельные ремесленники, понимая, что становится все труднее и труднее в одиночку производить и сбывать товар, объединяются в цехи. На товары, которые цех производил, ставились цеховое клеймо или герб цеха.

Цеховые ремесленники были заинтересованы в успешном сбыте продукции, а его могло гарантировать только высокое качество изделий. Поэтому мастер, ведавший клейменем, очень внимательно следил, чтобы клеймо не попало на недоброкачественное изделие. Купцы на рынке охотнее покупали полюбившийся им товар с уже знакомыми клеймами.

Они были у булочников, аптекарей, плотников, сапожников, бондарей, книгопродавцев, пивоваров, шорников и т. д. как на Руси, так и в западноевропейских странах. Часто изображение на клейме связывалось с выпускаемой продукцией: булочники имели на щите бублик, кузнецы — подковы и наковальню, кожевники — три шкуры, седельники — упряжь на лошади. Краковские кузнецы ставили изображение подковы с молотом; львовский цех золотых дел мастеров — более сложное: св. Елигий с чашей и молотком в руках, перед ним орудия данного цеха, а немного ниже — герб Львова.

В Древней Руси цеховые клейма получают широкое распространение. В города купцы съезжались отовсюду. В тогдашнем Киеве, считавшемся соперником Константинополя, можно было встретить не только русских купцов из различных городов, но и «заморских», из стран Европы и Азии⁴.

Русские купцы сами плавали по Балтийскому, Черному и Каспийскому морям; бывали в Палестине, Центральной Европе; имели постоянные торговые дворы в центральных мировых городах — Итиле, Царьграде, на острове Готланде и др.

В X в. древнерусские князья ведут оживленную торговлю с Западной Европой, прикаспийскими областями и Византией. В городах расцветает ремесло, ремесленные изделия вывозятся в другие страны.

В XI в., когда единое Древнерусское государство распадается на отдельные княжества, существенно меняется и характер торговли. Торговля Киева постепенно слабеет, зато в качестве торговых центров выдвигаются Новгород, Смоленск, Полоцк и другие города. В Новгороде возникают первые купеческие гильдии.

Тяжелый удар русской торговле нанесло монгольское нашествие. Сказалось оно и на древнерусских геральдических знаках. Именно в этот период у русских появляются чисто татаро-монгольские понятия — «тамга» и «ясак», под которыми понимали и знак собственности, и печать, и герб. Первоначальное значение гербов как постоянных геральдических знаков утрачивается и заменяется условными знаками. «Ясаки» и «тамги» распространились между высшими сословиями, иногда употреблялись для отличия одного полка или города от другого. Они постоянно менялись и были произвольными. Посто-

янными были только гербы Москвы, Пскова, Новгорода и некоторых других городов.

Слово «тамга» вначале обозначало родовой знак, знак собственности, а позднее стало использоваться и для обозначения таможенных клейм, знаков пошлины, подати; слово «ясяк» тоже употреблялось для обозначения подати, но натуральными предметами, которые при приеме клеймились. И если во времена Русской Правды геральдические знаки собственности называли «пятном», налагавшимся на лошадь, то позже «пятном» стали именовать таможенное клеймо или тавро, а также пошлину за выменянную или проданную лошадь. За уклонение от «пятнания» лошадей взыскивался штраф.

Княжеские геральдические знаки, приложенные в качестве таможенных клейм к товарам, с которых бралась пошлина, становились официальными правительственными клеймами.

Древняя Русь имела постоянные торговые пути, о которых и рассказывают товарные клейма — пломбы, которые археологи находят в местах пролегания этих путей. Прочные торговые связи существовали у Руси с Верхним Дунаем. Галицкое княжество имело свои торговые пути сообщения через Днестр, Прут, Северные Карпаты — «русские ворота» в Венгрию. В Прагу и Польшу русские купцы ходили водным путем. Летопись 1041 г. отмечает: «Иде Ярослав на мазовшан в лодях». Что это был за путь, летописец не указывает. Приоткрыли завесу над этим историческим вопросом товарные знаки, свинцовые печати и пломбы, найденные в городе Дрогичине над Бугом.

Дрогичинские пломбы

В конце XIX в. на Дрогичинском городище было найдено много свинцовых пластинок (табл. XXXIX, 1—8). Находку явно нельзя было рассматривать как клад. Пломбы были частью культуры далекого прошлого Дрогичина, бывшего некогда оживленным городом, одним из торговых центров. Н. П. Авенариус в работе «Дрогичин Надбужский и его древности» (1890) описывает, как ему удалось почти случайно открыть это городище.

Однажды, покупая у одного мальчика древнее пряслице, он спросил, где был найден этот предмет. Мальчик

охотно рассказал, что на песчаной отмели Буга сколько угодно подобных вещей. И, действительно, несколько часов поисков на берегу реки принесли удачу: около сотни разнообразных древних предметов.

Тогда же были найдены и первые экземпляры пломб, количество которых пополнялось год за годом. На сегодняшний день количество пломб, найденных в разных местах, превысило 15 тысяч. Но самое большое количество свинцовых пломб дал Дрогичин Надбужский.

С момента находки и до сегодняшнего дня дрогичинские пломбы являются предметом горячих споров исследователей. Им посвящены многочисленные статьи, их изучением занимаются видные ученые, но эти пломбы полностью все еще не раскрыли своей тайны.

В большинстве случаев они представляют собой согнутые вдвое свинцовые пластинки, сквозь которые проходил шнурок. На обеих сторонах имеются различные изображения: геометрические линии, фигуры (рука, птица, зверь и пр.), латинские и много славянских букв, относящихся к периоду не ранее XIII в.

По вопросу о том, с какой целью применялись свинцовые пластинки, существуют различные мнения. Скорее всего их можно считать товарными пломбами, таможенными клеймами. От печатей, которые обычно привешивались к документам, пломбы отличаются небрежной отделкой и меньшими размерами. Е. И. Каменцева и Н. В. Устюгов допускают, что часть пломб использовалась также в качестве печатей, придававших шкуркам пушных зверей обязательность приема в качестве денег⁵.

Еще не разгаданы все изображения и знаки на пломбах. Часть из них, как считают исследователи, является знаками приднепровских князей XI—XII вв. Такой вывод позволило сделать сравнение изображений на пломбах с печатями и монетами с геральдическими знаками князей.

Этот период относится к времени расцвета древнерусской торговли, закрепления старых и освоения новых торговых путей. В договоре Игоря с греками в 945 г. говорится: «Да входять въ городъ [Царьградъ] одними вороты со царевымъ мужемъ безъ оружья, муж 50, и да творять куплю якоже имъ надобѣ, паки да исходить; и мужь царства нашего да хранить я, да аще кто отъ Руси или отъ Грекъ створить криво, да отправляеть то. Входяще же Русь въ градъ, да не имѣють волости купити паволокъ

лише 50 золотникъ; и отъ тѣхъ паволокъ еще кто крѣнетъ [купить], да показываетъ цареву мужю и тѣ е запечатать и дать имъ».

Этот факт повествует о многом. Ведь пломбы, подобные дрогичинским, были найдены в единственном городе, лежавшем вне пределов Руси,— Константинополе. Здесь был и русский квартал, куда везли товары русские купцы. Далее города, в глубь страны, купцам ездить не разрешалось. Опечатывание товаров поначалу практиковалось главным образом в Византии, где «царев муж» опечатывал товары, купленные русскими купцами. Ограничение покупки паволок 50 золотыми было общим для всех иностранцев, как общим было и наложение на купленные товары свинцовой печати «царева мужа». Значит, если в Константинополе находили пломбы, подобные дрогичинским, то Дрогичин можно считать одним из важнейших центров, в котором сходились многие торговые пути.

Много пломб, аналогичных дрогичинским, найдено и в других городах: Пскове, Киеве, Рязани, Новгороде Великом, т. е. в крупных торговых центрах, где, возможно, перегружались и опечатывались товары.

В самом Дрогичине обнаружено несколько тысяч товарных пломб. Это свидетельствует о большом количестве купцов, бывавших в городе. Летопись упоминает, что в XIII в. в одном лишь городе Торжке сразу присутствовали 2 тыс. гостей. Так что вполне возможно, что и в Дрогичине часто бывали многолюдные караваны купцов.

Городок этот лежал на пути к Балтийскому побережью, будучи на границе русских владений XII в., т. е. на пути, принадлежавшем Киеву. Как ключевой город на этом пути Дрогичин чуть ли не самой природой был намечен для остановок; здесь взималась пошлина в пользу русских князей. Иначе говоря, он служил таможней. В городке, возможно, товары перегружались на другие ладьи, шедшие вниз по Западному Бугу. Поскольку в других местах польской границы товарных пломб не встречается, можно предположить, что торговля с Польшей шла именно через Дрогичин, где во время перегрузки и срывались пломбы.

Около 25% пломб, судя по знакам, принадлежало товарам приднепровских князей. Значит, четвертая часть всех товаров, шедших в Польшу, была их имуществом. Нерасшифрованные пломбы могли принадлежать другим

купцам и боярам. Принадлежность знаков киевским князьям тоже не полностью расшифрована. Можно назвать лишь нескольких князей, отправлявших свои товары через мытницу Дрогичина: Всеволода Ярославича и Олега Святославича, княживших в конце XI в., и Всеволода Ольговича, великого князя киевского начала XII в. В Дрогичине его пломб встречается больше всех. Здесь и в Бересте он распорядился по своему усмотрению.

Более других князей Всеволод имел тесные связи с Польшей, выдав дочь замуж за вратиславского князя. Этим, видимо, и объясняется усиленная торговля Всеволода с Польшей в 40-х годах XII в.

Уральская находка

В это же время не только на Руси, но и в других землях товар, продаваемый и покупаемый, обязательно клеймился. Клейма, найденные на изделиях, зачастую могут не только рассказать много интересного или по-новому осветить определенную социально-историческую проблему, но и дать дополнительный материал к определению экономических и культурных связей между целыми странами в ту или иную историческую эпоху.

Во время работы Хулчинской геологической партии в 1968 г. на восточных склонах Народинского хребта в Приполярном Урале была сделана одна из таких находок.

Полевой сезон подходил к концу. Стоял ясный сентябрьский день. Геологи поднимались на Народинский хребет берегом горной речки Малая Тынагота. Шли долго, устали, остановились набрать воды. Вдруг внимание геологов привлек какой-то предмет, торчавший из земли, но не возле самой воды, а чуть дальше, у лиственниц. Может, это обронил кто-нибудь из геологов? Раньше здесь тоже работала геологическая партия.

Попробовали взять предмет, но он прочно сидел в земле, понадобилось усилие, чтобы его вытащить. Это оказалась длинная ржавая сабля. Тщательно обыскали все вокруг, но больше никаких предметов не нашли.

Как могла попасть сабля в такую глухомань? Кругом ни души, никаких поселений, нет путей через перевал. Местность высокогорная, растительность похожа на тундровую. Неуютно, дико. Геологи хорошо знали, что через

Уральский хребет нет даже вьючных троп. В это время никто не решает пуститься в такую дорогу.

Заметили на клинке еще и какие-то надписи, но не смогли разобрать. На стоянке кто-то из рабочих решил найти сабле практическое применение — сделать из нее охотничий нож. Пытался перерубить зубилом, но из-за поразительной крепости изделия это не удалось сделать. Тогда с трудом клинок переломили. И пропала бы навсегда для науки эта находка, если бы обломки сабли не спас журналист И. Я. Титов. Он переправил их в Ленинград в Институт археологии Академии наук СССР.

Уже при первом осмотре археологи определили, что сабля относится к XII—XIII вв. Об этом говорили слабый изгиб клинка, форма перекрестья, размеры и вся конструкция изделия. Клинок, длина которого вместе с рукоятью достигала одного метра, довольно хорошо сохранился. На одной стороне его виднелись какие-то треугольники, начертания, просматривались следы позолоты.

Больше всего ученых поразило тот факт, что до сих пор не были известны подписные сабли той эпохи, за исключением одного клинка IX—X столетий с благожелательными изречениями, найденного Саяно-Тувинской экспедицией в 1965 г. Сабли с надписями или отдельными знаками сохранились лишь с XVI в.

Разгадка, безусловно, должна была заключаться в надписи. Но как ее прочесть? Ведь восемь веков лежания в земле губительно сказались на знаках. В отдельных местах начертания подверглись значительной коррозии. Тогда ученые обратились к экспертам-криминалистам Ленинградской научно-исследовательской лаборатории судебной экспертизы. Метод электронографии и рентгеновские лучи ничего не дали. Попробовали применить моделирование объемной надписи, используя контрастирующий заполнитель. Наконец, получили контактно-окрашенный отпечаток.

На фотографии ясно виднелась вся надпись. Длинной 8 сантиметром, она состояла из 10 гравированных знаков с крестиками и 20 рядов штампованных треугольников, тоже обрамленных крестиками. Рисунок был нанесен уверенной рукой мастера — четко, искусно. Такие надписи обычно встречаются у западноевропейских мечедельцев XII—XIII вв.

Так, из летописи известен факт, рассказывающий о цеховом клейме. Герцог Альбрехт Австрийский очень высоко ценил клинки мастеров-оружейников города Пассау. Он дал им право выбивать на своих изделиях знак «волка» и запретил употреблять его в любом другом месте своих владений. Клинки из Пассау шли на Русь, где пользовались огромным спросом. Однако на сибирской находке был явно не латинский алфавит. После долгих исследований установили, что буквы похожи на армянский алфавит. Вскоре расшифровали и всю надпись на армянском языке: «Мастер сабли Хачатур».

Это было подлинным открытием. Ведь первые сабли встречены на территории от Алтая до Венгрии в VII—VIII вв. В Южную и Центральную Европу это оружие проникает только в эпоху поздних крестовых походов. Известно, что первыми, кто перешел от мечей к саблям, были Русь и Венгрия. А вот теперь — армянская сабля.

Остается сделать вывод, что в начале II тысячелетия в Армении существовали оружейные мастерские, изделия которых не уступали по качеству лучшим образцам. Сабля была сделана трехслойной: наружные более вязкие, а внутренний — режущий — из закаленной, прочной стали. Каждый средневековый мастер клеймил свое изделие. Это был его собственный знак, производственное клеймо.

Уникальная находка позволила к производившим клинковое оружие странам причислить новую — Армению.

Но мы еще не ответили на первоначально поставленный вопрос: как могла армянская сабля попасть в Приполярный Урал? Известно, что в средние века Север был заселен югрой, народом, ведшим оживленную торговлю с волжскими болгарами. Особенно ценили югры иранское оружие из закаленного железа, ибо литая тигельная сталь в условиях жестоких северных морозов становилась хрупкой и ломалась. Около XIII в. волжские болгары стали возить сабли на Югру. От поставок оружия волжские города получали огромные барыши, поскольку покупатели давали в обмен гораздо более ценные меха, мамонтовую и моржовую кость. Очевидно, в этом потоке торгового обмена участвовали и жители Закавказья.

До сих пор, казалось, страны, которые вели торговлю с югрой, были известны. Теперь этот список пополнился Арменией. Так заржавленный клинок дополнил историю Родины еще одним фактом.

Марки русского фарфора

В XIV в., в процессе борьбы с татаро-монголами и складывания русского централизованного государства, все больше налаживается торговля, возрождаются русские торговые города.

Перечень товаров, которыми торговали русские купцы, был довольно обширен: меха, выделанная конская кожа (юфть), изделия из серебра, оружие, мед, орехи, береста, кора тополя, воск и многое другое.

Каждый тюк с товаром, который вез купец, должен был помечаться специальным клеймом, ибо с него или с человеческой ноши взималась определенная дань — пошлина. Пошлину брала таможня, запечатывая товар своей печатью. Вероятно, изготовление таможнями печатей началось в конце XVI — первой половине XVII в. Печати сохранились на «таможенных выписях», освобождавших торговцев от повторного платежа при перевозе товаров в другой город. Печати центральных учреждений обычно имели вдавленный рисунок. Штемпеля, которыми клеймились товары в таможнях, в отличие от печатей, имели выпуклые изображения, датировались и менялись ежегодно⁶.

На торговых рынках большим спросом пользовались товары с хорошо знакомыми покупателям клеймами, гарантировавшими качество и надежность изделия. Число клейм непрерывно росло. Владелец каждого вновь возникшего предприятия брал себе определенную метку, клеймо, которое служило на рынке своеобразным паспортом товара. В качестве примера возникновения новых клейм можно привести клейма русского фаянса и фарфора.

Русский фарфор был изобретен к середине XVIII в. Через несколько десятков лет появился фаянс. С самого начала возникновения новых заводов на их изделиях ставились клейма, указывающие на заводы-изготовители.

Самым первым клеймом на фарфоре стало личное клеймо изобретателя русского фарфора Д. И. Виноградова. Подглазурное кобальтовое клеймо, состоящее из латинской буквы «W» и года изготовления, встречается уже на первых изделиях императорского фарфорового завода в Петербурге (табл. XL, 1). Но клейма изобретателя ставились недолго — с 1748 по 1754 г. Сейчас изделия с его

клеймом чрезвычайно редки, в нашей стране их известно всего девять.

Императорский фарфоровый завод обслуживал в основном царский двор. В свободную продажу его продукция поступала очень редко. После 1754 г. этот завод ставит на новой продукции другие клейма: кружок со стрелой и кружок с точкой в центре; потом рядом с этими знаками появляется двуглавый орел, а в дальнейшем ставится только первая буква царского имени.

Одними из лучших в России были фарфоровые вещи производства завода Гарднера. Продукция его была очень дорога, поэтому ее приобретали только самые богатые дворяне. Первые изделия завода метились одной латинской буквой «G» (табл. XL, 2), потом появляется клеймо в виде двух скрещенных мечей (подражание мейссенскому фарфору). В начале XIX в. рядом с латинской буквой ставится полная фамилия владельца. Это было сделано во избежание подделки. Изделия Гарднера настолько ценились, что некоторые фабриканты фарфора предпочитали ставить его марку, а не свою.

После 1830 г. на клеймах завода Гарднера (сейчас Дмитровский фарфоровый завод) ставится его местонахождение (село Вербилки) или московский герб и фамилия владельца. Гарднеровские наследники владели заводом до 1891 г., потом были вынуждены продать его «королю фарфора» М. С. Кузнецову.

Соперничал с гарднеровским завод Алексея Попова в селе Горбунове. Роспись этого предприятия всегда была сочной, яркой, жизнерадостной. До сих пор не раскрыт секрет этих красок. Клеймо завода — монограмма из латинских букв «A» и «P», выполненных краской или золотом. Позже те же буквы выполнялись русским алфавитом (табл. XL, 3).

Завод Гребенщикова, основанный в 1724 г. в Москве, был первым русским керамическим предприятием. Вначале он выпускал изразцы и керамические изделия, а затем и майоликовую посуду. Гребенщиков ставил свое клеймо — стоящие рядом большие синие буквы «M», «Ф» и букву «A», соединенную с буквой «Г» (табл. XL, 4). Буквы писались или вдавливались. Завод существовал пятьдесят лет.

Столько же времени, до начала XIX в., работала казенная фабрика фаянсовых изделий недалеко от Петер-

бурга. Клеймо ее — два скрепляющихся морских якоря (герб Петербурга), сверху корона; обязательно проставлялась и дата изготовления.

К началу XIX в. в России появляется ряд фарфоровых заводов: в 1812 г. — Батенина в Петербурге, Юсупова — в селе Архангельском под Москвой. Юсупов покупал у других заводчиков нерасписанные изделия и покрывал их тонкой изящной росписью. Заводчик никогда не продавал своих изделий — только дарил. На клейме — место изготовления и год (табл. XL, 5).

Купец Дмитрий Насонов тоже построил в 1811 г. фарфоровый завод, но через год там случился пожар, а французское нашествие довершило его разорение. Через несколько лет Насонов арендует у князя Долгорукого завод в селе Кудинове. Купец решил поставить дело на прочную основу. Кроме изготовления фаянсовой посуды, в специальных лабораториях занялись разработкой методов окраски изделий. На фаянсе ставилась синяя или черная монограмма из букв «Д» и «Н», а также полная фамилия владельца (табл. XL, 6). Посуда Насонова славилась. Однако со смертью владельца в 1824 г. завод прекратил свое существование.

Несколько десятков фарфоро-фаянсовых предприятий было в знаменитой Гжели. Среди них выделялся завод Сафронова. Посуду этого предприятия можно было легко отличить от других по ее ребристой форме и росписи, слегка напоминающей народную вышивку. Клейма завода — одна подглазурная синяя буква «С», позднее — полная фамилия владельца.

К концу XIX в. количество фарфоровых заводов в России сократилось. Многие из них поглотили две фирмы — М. С. Кузнецова (ему принадлежало восемь заводов) и его родственника И. Е. Кузнецова (три завода). Продукция их сопровождалась клеймом (табл. XL, 7) с фамилией и указанием местонахождения, а также с гербом Российской империи, присуждаемым за успешное участие в выставках.

Славился своими изделиями и завод Ауэрбаха в Тверской губернии, выпускавший фаянс и фарфор настолько высокой художественной ценности, что завоевал право иметь в качестве клейма государственный герб (табл. XL, 8). Этот завод с 1870 г. тоже оказался в руках М. С. Кузнецова.

Изделия упомянутых предприятий, не уступающие, а иногда и превосходящие лучшие марки зарубежного фарфора, в своих удивительных росписях навсегда запечатлели яркий, самобытный талант народных умельцев.

Клейма и закон

Поскольку изделия с прославленными клеймами пользовались наибольшей популярностью, бывали случаи появления поддельных клейм. Все больше чувствовалась необходимость как-то регистрировать клейма и в силу других, самых различных причин. Так появляются законы об охране товарных клеймовых эмблем.

В Древней Руси первым подобным сводом законов и уложений в XI в. стала Русская Правда Ярослава Мудрого. Там содержится подробное перечисление наказаний за порчу «знамени» — знаков собственности, которыми метились, например, бортные деревья лесных участков. В 1669 г. появляется Новоторговый устав, который обязывал все таможи проставлять на русских товарах клейма, подтверждающие уплату пошлины.

Конец XVII — начало XVIII в. — время бурного развития в России различных отраслей промышленности. Один за другим возникают новые заводы, фабрики. Идет интенсивное освоение промышленниками Урала и Сибири. Заводчикам, подобным Демидову, государство предоставляло определенные льготы. Так, им разрешалось не ставить клейма на свои изделия и, таким образом, не платить пошлину. Это право обычно давалось на несколько лет, но заводчики нередко злоупотребляли разрешением и потому по истечении льготного срока все равно не ставили на свой товар клейма. Рынки заполнялись неклеяемым товаром. Такое явление вызывало беспокойство правительства. Мануфактур-коллегия внесла предложение об обязательном клеймении всех промышленных товаров. В марте 1744 г. вышел Указ об индивидуальном клеймении товаров.

Фирменные знаки — клейма русских фабрикантов — были широко известны и за пределами страны. Испанцы и американцы, например, предпочитали оружие уральского Верх-Исетского завода любому другому. Как отмечал тогдашний ученый-металлург Герман, «железо изготовляется на Урале не только по величине своей первое и

едиственное, но также по изящности, доброте, чистоте, ровности, легкости, гибкости своей превосходное в своем роде». Фирменную марку завода — изображение соболя — хорошо знали на мировом рынке.

Правда, и после выхода указа не все товары клеймились. Это происходило потому, что не всегда знали, какой товар следует клеймить и как клеймить товары, на которых, как упоминалось в указе, «клейма вытыкать не можно». В отдельных районах Российской империи о существовании указа вообще не знали.

В целях поощрения клеймения товаров индивидуальными товарными знаками в 1830 г. в России издается новый закон, обязывавший владельцев фабрик «иметь клейма прочные и никакой порче не подверженные». По этому закону маркированные товары при ввозе из-за границы и вывозе за границу пошлиной не облагались. Если же на товаре не было клейма, то он считался иностранным, и потому взыскивалась значительная пошлина. Это мероприятие было очень действенным. Неклейменных товаров стало гораздо меньше.

Закон 1830 г. был разработан значительно подробнее, чем предыдущий. К клейму впервые предъявляются определенные требования: они не должны содержать изображений святых, глав государств, царствующих личностей, римского папы или таких слов, которые ввели бы в заблуждение покупателя. В качестве обязательного компонента клейма были имя фабриканта и местонахождение его предприятия. На таких товарах, как сахар, водочные и табачные изделия, медицинские препараты, ставить клейма было не обязательно, потому что они являлись государственной монополией. Закон оговаривал и подделку товарного клейма, рассматривая это как уголовное преступление.

Самый последний закон царского правительства в этой области, изданный в 1898 г., не внес каких-либо существенных изменений.

При совершении торговых сделок с другими государствами возникала определенная трудность, ибо товарные знаки, создававшиеся в разных странах под влиянием местных, специфических условий, не были универсальными. Лишь в 1883 г. одиннадцать государств подписали Парижскую конвенцию по охране промышленной собственности, где предусматривались единые правовые нор-

мы международной охраны и регистрации товарных знаков.

С созданием Советского государства потребовались и новые советские законы. Первый декрет «О пошлине за свидетельства на товарные знаки» был подписан В. И. Лениным 3 августа 1918 г. Впоследствии этот декрет претерпевал некоторые изменения с учетом экономических преобразований, происходивших в стране.

Товарные знаки, представлявшие клеймо, пломбу, тавро, метку, ярлык, этикетку для отличия товаров определенного предприятия, были окончательно узаконены в нашей стране в 1926 г.⁷

Последнее постановление, регулирующее регистрацию и охрану товарных знаков в СССР, было принято Советским правительством 15 мая 1962 г.

Теперь наше государство имеет обширные международные торговые связи, поставляет свои товары почти во все страны мира. Поэтому с 1965 г. СССР присоединился к Парижской конвенции и стал членом Международного союза по охране промышленной собственности.

Виды товарных эмблем

И у нас в стране, и за рубежом товарных эмблем сейчас неисчислимое множество. Все они самые различные. Их разнообразие в какой-то мере связано с тем, что каждый владелец товара стремится как можно больше привлечь внимание покупателя. Товарный знак в этом деле служит хорошую службу.

Вместе с тем у этого множества товарных знаков есть свой порядок, определенная система. Сейчас более всего употребительны три вида товарных эмблем: изобразительные (рисунок или графическое изображение), словесные (слово, цифры, буквы или сочетание этих элементов) и комбинированные, совмещающие и то и другое.

Из истории мы знаем, что рисуночные изображения появились раньше словесных. Рисуночные товарные эмблемы, однако, не могли пополняться бесконечно, ибо запас простых и легко запоминающихся рисуночных элементов весьма ограничен.

Тогда прибегли к словесным товарным эмблемам и вскоре оценили их преимущество. Такие обозначения легко запоминались, произносились, хорошо различались, бы-

ли удобны в употреблении. В качестве словесных товарных знаков чаще всего использовались фамилии владельцев предприятий. Так, всем известны швейные машины «Зингер», автомобили «Форд», «Шевроле», «Рено» и т. д.

Это были первые, элементарные товарные эмблемы. Потом фантазия клеймящих товары пошла дальше: как клейма используют имена исторических деятелей, персонажей художественных произведений, мифологических героев. Например, коньяк «Наполеон», одеколон «Кармен», бритвенные лезвия «Меч Вилкинсона».

Среди товарных эмблем иногда могут появляться совершенно неожиданные, парадоксальные. В период нэпа у нас в магазинах продавались одеколон «Четыре дамы», пудра «Дуняша» и другие товары с названиями такого же типа. Подобное случается, когда создателям товарных знаков изменяет чувство меры, такта, подводит вкус.

Самое интересное, что все эти товарные знаки были официально зарегистрированы, их владельцы имели свидетельства, подтверждавшие исключительное право на пользование ими.

Любая эпоха, исторический отрезок времени диктует свои названия. Так, в годы первых пятилеток появляются новые товарные эмблемы: «Трактор», «Радио», «Делегатка», «Сеятель».

С течением времени в качестве товарных эмблем стали применяться искусственно образованные слова, имевшие широкое применение в различных странах. Вначале такое слово было лишено определенного значения, но, связываясь с каким-либо товаром, оно постепенно становилось его именем. Например, слова «Оптим» или «Эрика» ассоциируются у человека, знакомого с пишущими машинками, с определенным качеством изделий именно этих марок. Женщинам хорошо знакомо слово «Лонда» — косметическая фирменная марка народного предприятия ГДР «ФЕБ Фризерхеми Ротенкирхен». Сочетаясь с ризунком женской головы, это слово вызывает представление о косметическом средстве по уходу за волосами.

В последнее время стали часто применяться так называемые объемные, или пространственные, товарные знаки. Это форма самого изделия или его упаковка: бутылка, коробка, баночка.

Есть и световые, зрительные товарные эмблемы. Когда перед началом фильма мы видим на экране скульптур-

ную группу Мухиной «Рабочий и колхозница», то заранее знаем, что будем смотреть картину, созданную киностудией «Мосфильм». Эта скульптура стала эмблемой киностудии.

Этот перечень еще не закончен. Есть, оказывается, ароматные и звуковые товарные эмблемы. Для примера можно привести зарегистрированный на имя одной французской фирмы запах одежды — ее товарная эмблема. Звуковые эмблемы — автомобильного клаксона, позывные радиостанций в настоящее время не регистрируются.

Все эти знаки не возникают случайно. Прежде чем появиться, они проходят долгий путь. К их разработке привлекаются специалисты в области рекламы, художники, психологи, лингвисты и т. п. Вновь созданная эмблема проходит всестороннюю проверку на то, как она запоминается, как ассоциируется у потребителя с определенной высококачественной продукцией. Лишь выдержав этот трудный экзамен, производственные эмблемы выходят в свет.

Знаки качества

Каждому из нас, естественно, хочется иметь красивые, долговечные вещи, и, выбирая что-нибудь в магазине, мы в первую очередь смотрим, стоит ли там знак качества, который подскажет, что данное изделие можно покупать спокойно: оно не подведет. Со знаком качества мы связываем представление о самой лучшей продукции; он говорит о соответствии изделий высшим мировым образцам.

Знаки качества появились в начале XX в. Бурное развитие промышленности в зарубежных капиталистических странах, а также социально-экономические условия XX в. подвели предпринимателей к мысли о необходимости иметь эмблемы качества.

Первый такой знак — «Кайт» появился в 1903 г. в Великобритании. Вначале это была обычная торговая эмблема для трамвайных рельсов, а с 1922 г. она стала употребляться для всех видов продукции как знак качества.

Франция ввела свой знак в 1938 г. Он был назван национальным знаком качества (табл. ХLI, 1). Сейчас как составная часть он включается в изображение существующих во Франции 33 категорий знаков качества. Предприниматели, злоупотреблявшие маркировкой, подвергались

судебному наказанию. Введение знака качества очень повлияло на стоимость промышленной продукции Франции, которая значительно возросла.

В других странах многие фирмы также стремились получить свои знаки качества. Но это оказалось нелегким делом, ибо такое право дается не каждому предприятию. В Японии, например, получение права на знак качества связано с целым рядом препятствий. Вначале фирма уведомляет Японский комитет промышленных стандартов о своем желании получить знак качества. Представители комитета производят тщательную экспертизу выпускаемых фирмой товаров. Если комитет убежден, что фирма и дальше будет выпускать доброкачественные изделия, то он предоставляет право пользования эмблемой качества. За это фирма уплачивает 10 тысяч иен. Если же качество изделий почему-либо понижается, то фирма выплачивает штраф в 10 тысяч иен. В дополнение к основному знаку качества в Японии сейчас введен второй знак (табл. XLI, 2), свидетельствующий о соответствии производственного процесса требованию японского национального стандарта. На такой эмблеме обычно ставится название определенного технологического процесса.

Два вида знака качества применяют в США (табл. XLI, 3). Один удостоверяет безопасность продукции в процессе употребления, другой — безопасность и высокие эксплуатационные показатели. Потребитель охотнее берет товар с такими знаками. Ведь в капиталистических странах покупатели нередко сталкиваются с недоброкачественными или фальсифицированными товарами. Известен случай с применением лекарства талидомида, разрекламированного в качестве успокаивающего средства при беременности. Многие тысячи женщин после употребления талидомида родили неполноценных детей. Отсюда и особая осторожность, с какой за рубежом относятся к приобретаемым товарам.

В ФРГ наряду с едиными национальными знаками качества существуют также и другие, предназначенные для определенных видов изделий (табл. XLI, 4). Однако присутствие в них единого национального знака вовсе не обязательно.

В некоторых странах, например в Австрии, Дании (табл. XLI, 5), Ирландии, Канаде (табл. XLI, 7), Брази-

лии и т. д., установлен единый знак качества, присваиваемый всем видам аттестованной продукции.

В тех странах капитализма, где стандартизация продукции в государственном масштабе не считается обязательной, на рынках также можно встретить товары, не отвечающие требованиям техники безопасности, медицинским нормам и общенациональным стандартам.

В США, Франции, Англии, ФРГ, Швеции, например, где установлены стандарты с высокими требованиями, определяющимися высшим мировым уровнем качества, продукция соответственно говорит сама за себя.

На изделиях советского производства также можно видеть знак качества — пятиугольник, в котором над стилизованной буквой «К» расположены буквы «СССР» (табл. XLI, 9). Буква «К» поставлена горизонтально, что создает впечатление весов. Их основание подано в форме измеряющего циркуля. Над ним поставлена чаша. Все это изображение содержит символическую мысль: «От соизмерения — к установлению соответствия», вложенную в само понятие стандартизации — установление соответствия между качеством изделий и требованиями покупателя.

Советская эмблема качества появилась сравнительно недавно. Необходимость такого знака была продиктована самой жизнью. В 1965 г. наша промышленность перешла на новую систему планирования и экономического стимулирования. Тогда и было решено ввести в стране государственную аттестацию качества промышленных изделий. С 1967 г. она проводилась сначала в опытным, а затем в обязательном порядке.

Первое в истории СССР заседание Государственной аттестационной комиссии состоялось 22 апреля 1967 г. в Москве на электромеханическом заводе имени Владимира Ильича Ленина. В комиссию входили специалисты, представлявшие отрасль-изготовитель и отрасль-потребитель. На заседании председательствовал известный советский ученый член-корреспондент Академии наук СССР Г. Н. Петров. Комиссия решала вопрос о присвоении Государственного знака качества электродвигателям серии «А-2» (мощность от 100 до 1000 кВт).

Что же берется за основу при оценке качества продукции? Здесь учитывается многое. Во-первых, смотрят, соответствует ли изделие стандарту, техническим услови-

ям; насколько оно эффективно в эксплуатации, надежно, экономично. Кроме того, продукция рассматривается и с точки зрения эстетики.

Как применять все эти требования к электродвигателям? Безусловно, при их оценке учитываются различные показатели: мощность, коэффициент полезного действия, надежность и долговечность в эксплуатации, показатель степени стандартизации и унификации. Свое слово об изделии говорит и экспертиза его эстетического уровня. Оно должно иметь определенный внешний вид и создавать необходимые удобства в работе с ним. В СССР задачи такой экспертизы возложены на Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ).

Кроме того, учитывается, насколько изделие соответствует внешним видом мировым уровням качества, т. е. его сравнивают с самыми лучшими подобными отечественными и зарубежными образцами.

Сделать заключение о соответствии мировым стандартам должна была Государственная комиссия. Помимо этого, она еще должна была удостовериться, насколько стабильным будет в дальнейшем качество оцениваемой продукции. Для этого комиссия изучила условия производства электродвигателей на заводе, состояние документации, а также отзывы потребителей. Лишь после всей этой предварительной оценки пришли к выводу: электродвигателям серии «А-2» можно присвоить знак качества сроком на три года.

Дальше этим вопросом занимался Государственный комитет стандартов СССР. Он утвердил на аттестованные электродвигатели специальный государственный стандарт, в котором указывались технические требования, правила приемки и гарантии изготовителя. С этого момента за соблюдением стандартов по отношению к электродвигателям установлен государственный надзор. Подобный надзор осуществляют лаборатории Государственного комитета стандартов СССР, находящиеся в разных уголках нашей страны. И если качество аттестованной продукции затем ухудшится, то предприятие, изготавливающее ее, сразу же лишается права на применение знака качества.

Срок действия эмблемы качества в СССР устанавливается от одного года до трех лет. Это сделано с учетом того, что повышение качества определенного вида из-

делия происходит либо постепенно, с улучшением технологии, совершенствованием конструкции и пр., либо скачкообразно, с внедрением открытий и изобретений.

У нас очень строго подходят к аттестации изделий. Знаку качества придается большое значение; несоблюдение стандартов в СССР преследуется по закону. Изделия аттестуются в соответствии с лучшими мировыми образцами, признанными на международном рынке. При аттестации желание предприятия-изготовителя не учитывается; она совершенно объективна и обязательна.

С 1972 г. вся советская продукция аттестуется по трем категориям: высшей, первой и второй. Высшую представляют изделия, соответствующие по своим технико-экономическим показателям высшим достижениям отечественной и зарубежной науки и техники. Этим изделиям присваивается Государственный знак качества. Первую категорию составляет продукция, соответствующая стандартам на уровне современных требований. Последняя категория — вторая. В этом случае изделия модернизируются или вообще снимаются с производства.

Каждое предприятие, безусловно, стремится к увеличению доли продукции высшего качества в общем объеме производства. Выпуск продукции с эмблемой качества очень выгоден потребителю. Кроме того, знак качества приводит к подъему экономики в целом, ускорению товарооборота, ибо спрос на товары с этим знаком увеличивается, а также на выгодных условиях растет объем экспорта.

В высшей аттестации продукции у нас заинтересовано все общество, в отличие от капиталистического, где в аттестации заинтересован лишь предприниматель с целью увеличения сбыта продукции и повышения конкурентоспособности.

Что же дает эмблема качества самому предприятию? За выпуск продукции высшего качества предприятие поощряется материально. Прибыль идет в фонды социально-культурных мероприятий, материального поощрения работников производства, жилищного строительства и дальнейшего развития производства. Иными словами, знак качества — это премии рабочим, новые жилые дома, культурные учреждения, детские сады и т. д.

Эмблема качества очень выгодна и потребителю, ибо он покупает изделие высшего качества. Что касается то-

варов второй категории, то с их оптовой цены устанавливается скидка, идущая в доход государственного бюджета.

Вот уже несколько лет в Советском Союзе ведется аттестация промышленной продукции. Эмблемы качества можно видеть на телевизорах, швейных машинках, автомобилях, станках и холодильниках, химических и пищевых продуктах. Несколько тысяч изделий удостоены Государственного знака качества. Практически все виды продукции нашего народного хозяйства можно найти среди изделий высшего качества. С каждым годом появляются новые образцы, тоже подвергающиеся аттестации.

Широкое распространение получили знаки качества и в других странах социализма. В ГДР (табл. XLI, 10), например, такой знак присваивается всем изделиям, превосходящим уровень продукции мирового рынка. Товар, соответствующий среднему мировому уровню, получает маркировку в виде треугольника с цифрой «1» в середине. Стандартные изделия отмечаются треугольником с цифрой «2» в середине. Товары первых двух классов получают денежную надбавку. Товар, маркированный треугольником с цифрой «2» в середине, ценится на 10% ниже, а если предприятие снижает качество продукции, то оно лишается премии и уплачивает штраф. Подобные эмблемы качества установлены в Польше, Чехословакии и в других странах (табл. XLI, 11—12).

Сегодня в любом государстве знаки качества являются своеобразным компасом среди бесчисленного множества товаров. В нашу эпоху массового производства практически уже невозможно обойтись без высших рекомендаций для покупателя — государственных эмблем качества.