

Скала, но не просто скала.

Р.Э Узбеков.

*Доктор биологических наук, МГУ им. Ломоносова, Москва,
Россия, Университет Франсуа Рабле, Тур, Франция.*

Экспортные бренды дореволюционной России и довоенного СССР разнообразны и почти не пересекаются. Я писал об этом в одной из своих предыдущих статей (1). Настоящая статья будет посвящена одной из экспортных этикеток царского периода. На ней изображена скала (Рис. 1). Текстовое сопровождение немногословно: «The Rock»; «Safety Match»; «Made in Russia»; «Impregnated» («Скала»; «Безопасная спичка» - такое написание характерно именно для «царского» периода российского экспорта; «Сделано в России»; «Пропитанные» - это указание на то, что спички пропитаны солями фосфорной кислоты, что предотвращает тление погашенной спички).

Что же это за скала? Плод фантазии художника? Или это какая-то конкретная скала? Что мы имеем? Скала находится на острове или на противоположном берегу морского (слева видна линия горизонта) залива. Рядом с остроконечной скалой располагается более пологая гора, и у основания этой горы мы видим небольшой посёлок или городок. Не так уж много информации, которая может помочь нам в поиске этого уголка на всём Земном шаре. Можно ещё предположить, что располагается эта скала в южной стране (на вершине скалы нет снега и льда) и место её расположения достаточно хорошо известно. Вот, пожалуй, и всё.

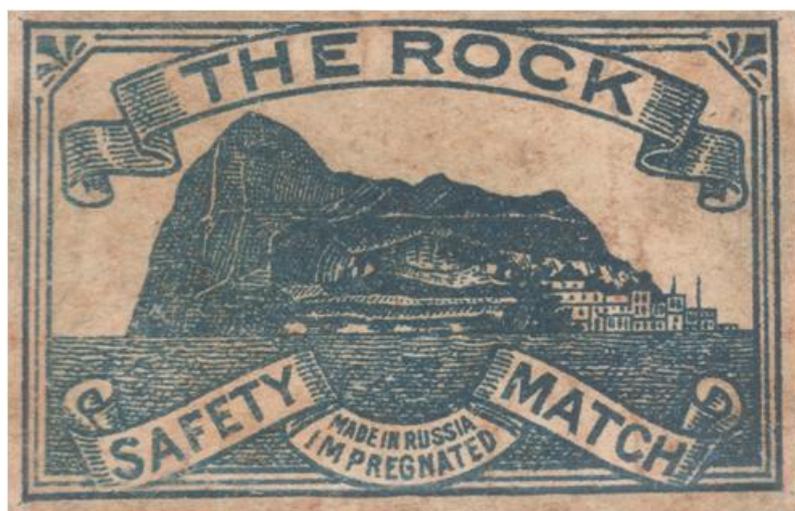


Рис. 1. Экспортная этикетка «THE ROCK» («Скала») спичек, поставлявшихся из Российской империи в одну из южных стран (1896-1917). Из коллекции Р.Э. Узбекова.

Но удача и внимательность, как оказалось, могут помочь при наличии даже такой скудной информации.

Многие из нас смотрели в 2016 году репортажи с летних Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро. Тем более, что российские спортсмены в условиях жёсткого давления нуждались тогда в нашей хотя бы моральной поддержке.

Каждый такой репортаж начинался с короткого видеосюжета о городе – столице Олимпиады. И вот тут-то я и понял, что где-то видел очертания горы, мельком показанной в одном из таких сюжетов. Открыл свой альбом с экспортными этикетками и сайт Googlemaps и начал разглядывать гору в Рио-де-Жанейро с разных ракурсов и сравнивать её с рисунком на этикетке. Благо, на сайте имеется много фотографий с различных точек обзора. Я медленно «двигался» по набережной и «бросал взгляды» через залив. И вот нужный ракурс найден (**Рис. 2.**), хотя «зайти на мыс» мне помешал забор какой-то закрытой территории. Но всё же мы видим очень близкое соответствие фотографии и этикетки. Высокая скала, которая возвышается на противоположном берегу залива, называется «Mont du Pain de Sucre» (гора «Сахарная голова»). Действительно в те далёкие времена сахар изготавливали в виде таких конических «голов», а Бразилия была и остается заметным на мировом рынке производителем сахара из сахарного тростника. У основания скалы расположилась более низкая и пологая гора с посёлком около берега океана. Конечно, на этикетке нашло своё отражение и собственное видение художника. Да и времени с момента написания этой «картины» прошло уже более 100 лет. Я также не исключаю, что на этикетке показан вид не с противоположного берега залива, откуда «наблюдал» гору я, а с корабля, так как скала на этикетке находится на переднем плане, а на фотографии на первом плане располагается пологая гора у её основания. Но это несоответствие могло быть и плодом фантазии художника.



Рис. 2. Фотография скалы «Mont du Pain de Sucre». Вид через залив с набережной av Infante Dom Henrique Рио-де-Жанейро. Фото с сайта Googlemaps.

Подведём итоги. Скала, которая послужила образцом для создания художником бренда, располагается в Бразилии в городе Рио-де-Жанейро. Но текст на этикетке на английском языке, а не на португальском, который является государственным языком в Бразилии. Можно предположить, что английская или американская компания, заказавшая спички в России далее продавала их в Бразилии. Как я уже писал (1), все экспортные бренды России делились на две группы. В первом случае на этикетках располагались выходные данные российской фабрики и её эмблема. Такие фабрики, как правило, сами занимались продажей своей продукции за рубежом. Во втором случае, готовые спички продавались компании-посреднику, которая

владела уже раскрученными брендами в других странах, что обеспечивало российским спичкам гарантированную продажу. В этом случае компания, владевшая брендом, часто сама печатала этикетки для спичек. При этом на этикетке указывалось лишь название страны-изготовителя, а название фабрики, как правило, не указывалось. Иногда, под одним и тем же брендом продавались спички, произведённые в нескольких странах.

Очевидно, что бренд «THE ROCK » принадлежал именно такой компании-посреднику.

Цитированные источники.

1. Узбеков Р.Э. (2011) Экспортные этикетки России, царская или советская? «Московский филуменист». На сайте «Историческая филлумения» : <http://phillumeny.info/wp-content/uploads/2012/11/Export-Russia-Final.pdf>
2. Сайт Googlemaps. План города и виды Рио-де-Жанейро, Бразилия.