

Экспортные этикетки России, царская или советская?

Р.Э. Узбеки

Доктор биологических наук, ассоциированный профессор МГУ им.М.В. Ломоносова, Москва.

Количество экспортных этикеток царского периода в коллекциях Российских филлуменистов крайне незначительно. Это и понятно – эти спички шли на экспорт и, в лучшем случае, оставались в качестве сувениров в домах заграничных коллекционеров. Поскольку долгое время СССР был закрытым для контактов с иностранцами государством, то и обмен этикетками был также невозможен. Сейчас же, с появлением Интернета, ситуация изменилась. Обмен информацией и ее поиск существенно облегчились. Кроме того, наследники стали продавать старые коллекции, и, соответственно, стали появляться в продаже на аукционах Европейских стран, США, Канады и даже Австралии этикетки дореволюционного Российского экспорта.

В начале статьи по предложению А.А. Малеева хочу дать небольшое разъяснение о двух вариантах российского экспорта дореволюционного периода. В первом случае, русский фабрикант, стремясь проникнуть на новые рынки для сбыта своей продукции дополняет этикету своих фабрик надписями на иностранном языке (английском, арабском, французском и других). А.А. Малеев называет такой экспорт «квазиэкспорт», вкладывая в это понятие то, что такие спички не были специально изготовлены только для экспорта и могли продаваться, в определенных случаях, и внутри страны. В качестве бренда на таких спичках часто фигурирует название или эмблема фабрики (**РИС. 1**). Во втором случае, иностранная фирма, владеющая уже «раскрученными» в своей стране брендами, проверив качество продукции, заключает с российским производителем договор на изготовление спичек с ею уже определенными или даже напечатанными этикетками. На таких этикетках часто название фабрики даже не упоминается (**РИС. 3, 4**). А.А. Малеев определяет такую продажу отечественной продукции как истинный экспорт. В настоящей статье я не буду разделять эти две составляющие российского царского экспорта. В советский период экспорт осуществлялся централизованно, поэтому было четкое разделение между экспортной продукцией и спичками для продажи внутри страны.



РИС. 1. *Этикет фабрики Луи А. Гиришмана для продажи в других странах. В рекламе спичек акцент делается на достижениях именно этой фабрики и узнаваемым брендом для покупателей служит сама ее эмблема – олень .*

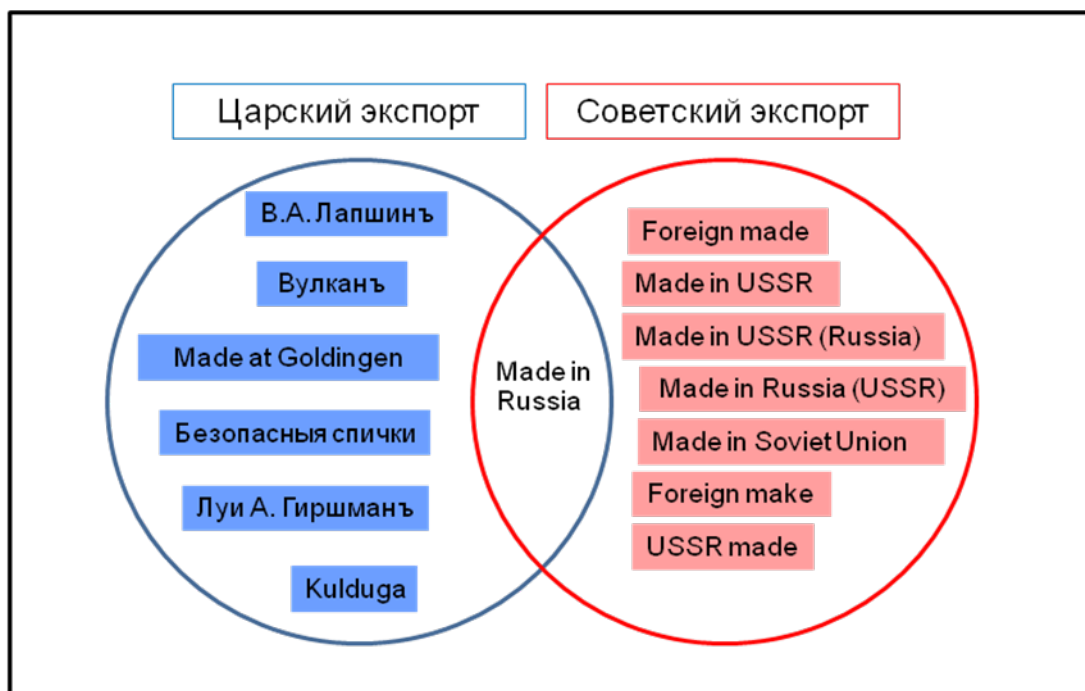


РИС. 2. Только надпись (касающаяся места производства спичек) «Made in Russia» может встречаться и на этикетках царского и на этикетках советского экспорта.

В этой статье мне хотелось бы познакомить читателя с небольшим исследованием характерных особенностей экспортных этикеток царского периода с надписью «Made in Russia», в ходе которого я обнаружил признаки, позволяющие отличать их от экспортных этикеток с той же надписью советского периода. На чем может быть основано такое исследование? Пока мы не имеем достаточно полного каталога – только на анализе самих этикеток. С математической точки зрения, задача состоит в том, что необходимо разделить два множества - «Сделано в Российской Империи» и «Сделано в СССР», которые имеют общий признак и специфические группы других признаков. Этим общим признаком, как понятно, является надпись «Made in Russia» (РИС. 2). Таким образом, необходимо найти такие дополнительные признаки, которые гарантированно не могут встречаться или на советских или на царских этикетках.

Отправной точкой для анализа будут служить этикетки, дореволюционное происхождение которых не вызывает сомнений. В первую очередь, это этикетки, на которых мы можем найти название дореволюционной фабрики или имя ее владельца. Во вторую очередь, это этикетки, на которых помимо текста набранного латиницей имеется и текст на кириллице с характерным до «Ленинской» 1918 года реформы русского языка написанием. За многое можно ругать большевиков, но за современный русский язык мы должны их благодарить. Многие европейские народы не могут решиться на кардинальную реформу языка и до сих пор мучаются со своей архаичной грамматикой. Ну а нам филлуменистам от реформы русского языка вышла прямая польза.

Проанализировав несколько сотен экспортных этикеток я постарался найти такие признаки, которые встречаются только на экспортных царских этикетках. С этикетками советского периода мне очень помог «Каталог экспортных спичечных этикеток России» (1). К сожалению, иллюстраций экспортных этикеток царского периода в этом каталоге немного, а большинство из тех, что имеются, недостаточно высокого качества. Поэтому, анализ царского экспорта был, по большей части, основан на этикетках из моей собственной коллекции и на тех этикетках, что мне удалось найти в Интернете. Кроме того, уже после того, как я написал первый вариант этой статьи, я стал принимать активное участие в работе над «Каталогом Российских этикеток 1860-1917 годов», создание которого было инициировано и возглавлено Андреем Александровичем Малеевым. В процессе поиска материалов для Каталога, я завязал новые и активировал старые контакты с филлуменистами разных стран. В подарок от Петера Дерлинга из Германии я получил машинописный оригинал (!) его каталога царских этикеток России 1989 года выпуска (2) объемом в 209 страниц (167 страниц иллюстраций). Этот каталог оказался существенно более полным, чем имевшийся у А.А. Малеева в виде фотокопий вероятно более ранний вариант. 58 сканированных изображений экспортных этикеток царского периода выпуска фабрики в Кулдиге (Гольдингене) прислал мне филлуменист из Литвы Vytiš Ramanauskas. Это этикетки из коллекции музея KULDIGAS NOVADA MUZEJS. Материалы для каталога и для написания этой статьи были мною также получены и от других коллекционеров, в числе которых и мой давний знакомый Marcel KRIER из Франции.

Однако, пора переходить к анализу этикеток и их признаков. Первым характерным признаком царских этикеток оказался знак препинания - «точка». Точка в надписи «Made in Russia.». Как и большинство обнаруженных мною признаков он не абсолютный – то есть встречается не на всех царских этикетках, но , что принципиально важно – этот признак не встречается ни на одной из этикеток советского экспорта.



РИС. 3. (слева) Точка в надписи «Made in Russia.» имеется, крест и корона явно показывают несоветское использование бренда, хотя слово спички употреблено во множественном числе «matches», рекламное дополнение перед ним «superior» (превосходные, высшего качества) характерно для экспорта царского периода. Этикетка из коллекции автора статьи, аналогичная этикетка имеется в музее «KULDIGAS NOVADA MUZEJS» в экспозиции дореволюционного отдела.

РИС. 4. (справа) Точка в надписи «Made in Russia» отсутствует, игральные карты (сумма 21 – свидетельствует о том, что играют, видимо, в «очко») показывают несоветское использование бренда, слово спички употреблено в единственном числе «match» (спичка). Этикетка из коллекции автора статьи.

Вторым косвенным признаком, который мне удалось обнаружить, оказалось английское написание слов «безопасные спички». Только на дореволюционных этикетках встречается фраза «Safety match», на других царских этикетках и на всех экспортных этикетках советского времени мы находим надпись «Safety matches».

Еще одним косвенным признаком, позволяющим отнести исследуемую этикетку к царскому периоду, могут быть «рекламные» надписи. В 20-30 годы XX века специальная пропитка спичек фосфорнокислым аммонием ($\text{NH}_4\text{H}_2\text{PO}_4$) или 1,5%-ным раствором ортофосфорной кислоты (H_3PO_4) для предотвращения тления, стала обычной процедурой и надпись «impregnated» (или фр. - «impregnées») еще некоторое время оставалась на этикетках. В начале же века различные фабрики, вероятно, использовали различные методики пропитки и, поэтому, мы находим на царских этикетках более длинные надписи: «Best impregnated» (лучшая пропитка) или «Best quality impregnated» (пропитка высшего качества) (РИС. 5).



РИС. 5. (слева) Точка в надписи «Made in Russia.» имеется, слово спички употреблено во множественном числе « matches », но имеются дополнительные рекламные дополнения к ним «Matches do not glow» (спички не тлеют) «Heads do not fall off.» (головки не отлетают) Этикетка из коллекции автора статьи. В каталоге Зацепина с соавторами эта этикетка (стр. 297) отнесена к 1929 году, однако, по моему мнению, эта этикетка была выпущена до 1917 года.

РИС. 6. (в центре) Из признаков царского экспорта у этой этикетки имеется только написание «Safety match», карта Объединенного королевства соответствует периоду до 1921 года, поскольку независимость Ирландии была объявлена 6 декабря 1921. Этикетка из виртуальной коллекции автора статьи, аналогичная этикетка имеется в музее «KULDIGAS NOVADA MUZEJS» в экспозиции дореволюционного отдела.

РИС. 7. (справа) Этикетка бренда «THE SMITHY. Три признака указывают на то, что этикетка царского экспорта. При этом она изготовлена до 1914 года, поскольку на ней имеется надпись «Гарантированно свободны от белого фосфора». Этикетка из экспозиции «KULDIGAS NOVADA MUZEJS» в экспозиции дореволюционного отдела.

Другие рекламные надписи, характерные для царского экспорта говорят о том что спички не тлеют «Matches do not glow», или у них не отлетают головки «Heads do not fall of».

Поскольку в 20-30 годы XX века уже все спички обладали этими положительными качествами (тем более отправляемые на экспорт), такие надписи стали неуместны и перестали печататься на этикетках.

Еще раньше исчезли с этикеток упоминания об отсутствии в составе спичек белого фосфора («Free from white phosphorus») (**РИС. 7**). Как известно, в 1855 году шведский химик Йохан Лундстрем впервые заменил ядовитый белый фосфор на менее ядовитый красный, такие спички получили название «шведские» или «безопасные». Позднее фосфор был полностью выведен из состава головок спичек и оставался только в составе намазки (тёрки). В 1906 году была принята международная Бернская конвенция, запрещающая использование белого фосфора при производстве спичек, и к 1910 году производство таких спичек в Европе и Америке было полностью прекращено, хотя в некоторых странах Азии продолжалось до 1925 года (по материалам статьи «Спичка» в Википедии (4)). В России уже в 1862 г. появились ограничения на оборот белого фосфора, а в 1882 г. на спички из белого фосфора был установлен акциз вдвое больший, чем на «шведские» спички. К началу XX века производство спичек с использованием белого фосфора в России постепенно сошло на нет (4). По данным А.А. Малеева в России производство фосфорных спичек было полностью прекращено в 1913-1914 годах. Таким образом надпись «свободны от белого фосфора» свидетельствует о том, что спички были сделаны до 1914 года.

Еще одним типичным признаком этикеток царского периода можно считать наличие на этикетках медалей выставок (**РИС. 1**). На большинстве из них мы видим профили царствующих особ России, Бельгии и других стран, поэтому после революции такие изображения с этикеток исчезли вместе с медалями.

Что касается типичных признаков советских спичечных экспортных этикеток, то одним из них является маленькая литера «Л», которая по моему мнению, изложенному в одной из моих предыдущих статей, имелась на экспортных этикетках СССР в 1929-1939 годах (3). Аналогично, цифра «807» использовалась для этикеток спичек, поставляемых в Германию также только в советский период. На отдельных спичечных этикетках советского экспорта можно обнаружить обе пометки : «Л» и «807».

Иногда, полезную для датировки информацию позволяет получить изображение на этикетке. Например, на этикетке «UK» (Сокращение от United Kingdom – Объединенное Королевство) изображена карта этого государства (**РИС. 6**). На карте Ирландия изображена в составе Объединенного королевства (Великобритании), следовательно этикетка была изготовлена до получения Ирландией независимости, что произошло 6 декабря 1921 года. Учитывая, что экспорт спичек из Советской России до 1924 года не осуществлялся, делаем вывод, что это экспортная этикетка царского периода. Обратите внимание, что один из косвенных признаков царского экспорта присутствует (SAFETY MATCH), а другой нет (нет точки после RUSSIA).

Теперь перейдем к сравнительному анализу торговых брендов, которые мы можем найти на этикетках до и после 1917 года. На этикетках царского экспорта мною были найдены следующие «доминирующие надписи» (набранные наиболее крупным шрифтом). Часто это торговые бренды, иногда, фамилии производителей, также встречаются марки рекламируемых товаров и прочее. Итак, по алфавиту:

ARC LIGHT ; “BE-RO”*; BLAKEY’S ; BLOCK LIGHT; BLOTT & FREAR *; BREELA INVERTED MANTLE; Colman’s Starch; Colman’s Mustard*; Co-OP. BREAD; DOLPHIN*; FERRET SAFETY MATCH; FLAMINGO; GROSVENOR; HAWK; HB; HOME; IMPREGNATED; JACKDAW; KNIGHTLITE MATCHES; LICENSED MATCH, LIPTON LTD; LOWRYS TARTAN; MEESCHU-SPEHKS; METROPOLITAN; NAVY CUT*; PARADISE BIRD; PEACE; ROYAL MASONIC*; SACHS i PIESCH; SAFETY MATCHES; SALVATION MATCHES; SCHNAPPS DE WOLFE; THE ALBAN; THE ANVIL; THE ASHTON; THE CARLTON; THE DAVY; THE GARDEN CITY; THE GROSVENOR; THE HAWK; THE LANARK; THE LOBSTER; THE NURSERY SOAP*; THE RAILWAY; THE ROCK; THE SMITHY; THE TARGET; The TURKEY; THE WOODMAN; THE UNIQUE; THREE CARDS; TRIP BLACK; UNIVERSAL; UK; VIKINGEN; VC; VULKAN SAFETY MATCH; W.A. LAPSCHIN; “W.A. Lapschin”; W.A. LAPSZYN; WHISKEY DEWAR.

В отличие от авторов Каталога (1) я предпочитаю артикль (англ. – THE ; фр. - LA, LE, LES), не отрывать от основного названия, а давать надпись целиком. Например не « LANARK», а «THE LANARK». Для надписей на английском языке , с которым большинство филлуменистов более или менее знакомы, получается, что сразу много брендов оказывается из-за артикля «THE » на букву «Т». В этом случае артикль, действительно хочется исключить из «доминирующей надписи». Однако, для других языков ситуация не настолько очевидна. Например, не знающий французского языка коллекционер вряд ли сразу станет искать бренд «LA COURSE» сразу на букву «С», тем более, что артикль набран тем же шрифтом, что и следующее за ним слово. В любом случае, всегда лучше поискать в каталоге или списке в обоих возможных местах.

Из каталога Зацепина с соавторами (1) я также выписал все «доминирующие надписи» этикеток советского экспорта . Я отобрал бренды не только с надписями «Made in Russia» на этикетках советского экспорта, но и те довоенные бренды, которые могли иметь такую надпись, в частности, имевшие надпись «Made in Russia, USSR» или помеченные литерой «Л», что также свидетельствует об их довоенном происхождении.

ABC, ALGERIA , ALMACEN “EL ASIA”, ATLAS OSLO, ATTONA, AUTOMAAT, AVALITE, AVION, BABY BAINKIRK, BIGMINGHAM, BLACK CAT, BLUE MOON, BOLIVIA, CALIDAD, CATON, CENTURY 20, Challenger, CHARM, CHECKERS, CHIEF, CLOCK BRAND, CLUB HOUSE, CO-OP, COMMODORE, COMMUNITY, CONSUMERS, CRITERION, DAY & NIGHT, DIRECTOR, DOLLAR BRAND, DORUS RIJKERS, DOUBLE HORSE, DOUBLE LION, DREI AHREN, ECLIPSE, EDEKA, EDELWEISS, ELEPHANT, ELITE, ELLA, ENA, Enkabe, ENTERPRISE, ESKIMO, EXTRA, EXTRA QUALITY, EYELITE, FECO MATCH, Fairplay, FEDERATION MATCH, FELIX GABRIEL, FESTIVAL, FIFTY BRAND 50, FIRE QUEEN, FIRST, FIRTREE, FOUR, FYR, GALLEON, GALLONS, GLOBE, GRAND UNION, GRAPE, GREEN HAT, GREEN LEAF, GREEN LIGHT, GREEN POINT, GREEN TIP, GREY’S, GULL, HAND & KEY, IDEAL, IMPEX, , IRIS, IRWINS, JENNY BRAND, JUBILEUMS, KAY’S, KEYSTONE, KREMALITE, LA COURSE, LEWIS’S LIMITED, LEOPARD, LIFE BOAT, Loampit, LUCKIE DREAM, MALM, MAXALIGHT, MOTHER HABBARD, MS, MUNICIPAL MATCHES, NATIOWIDE, NOLLIAG, NOONDAY, NORDURLIOS, OK, OVER-SEA, P (на флаге), PALADIN, PANDORA, PANTER, PARAMOUNT, PARKWAY, PAX, PEGASUS, PHILADELPHIA CLUB, PIPE & LEAF, PICCADILLY, Portativ-HOLZER, PROMETEVS, QUADRIGA, RED BIRD, RED LIGHT, RED LINE, RED MORN, RED Tip, Resia, RMS, ROSETTE, Royal Blue storesinc., ROYAL GOLD, ROYAL SCARLET, SAFETY MATCH (самолет биплан), SAFETY MATCH (два стоящих на задних лапах медведя), SAM'S, SARNIA, Sarrasins, SEGAL'S, SENTINEL, SHAMROCK, SICHERHEITS ZUNDHOLZER, SKJOLD, SPORT (конник), STAG, STATE SAFETY MATCH, STANDARD, STRIKEWELL, STROOTJES, SUNBEAM, SAFETY MATCHES (надпись по

диагонали сверху вниз), TEMPLEVANE, THE BEST CHERRY, THE BLACK CAT, THE LION, THE MIDDY, THE MILL, THE MONUMENT, THE PILLAR BOX, THE TIGER, THE TRACTOR, THE TRISTLE BRAND, THE WOODMAN THOR, THREE EARS, THREE SPADES, TIP TOP, TOP SCORE, TOR, TRACODA, TRIO, TRUVO, TROJKA, TURKIYE, TW, VIOLET, Zundholzer.

Анализ торговых марок царской и советской России показал полное отсутствие «преемственности». Обладателями прав на бренды были или бывшие хозяева национализированных спичечных фабрик или иностранные фирмы-заказчики. Первые возможность реализовывать свои права потеряли вместе с фабриками, но и вторые также отказались от использования тех же брендов, что были в ходу для царского экспорта. С чем это было связано? Возможно, эти бренды уже не соответствовали новым эстетическим или политическим требованиям. Единственная советская экспортная этикетка (имеется несколько разновидностей), которая открыто декларировала использование дореволюционного бренда это «PEGASUS» (РИС. 8). В этом случае, правами на бренд, вероятно, владела английская фирма-заказчик, которая сочла упоминание на этикетках о солидном возрасте своего присутствия на спичечном рынке хорошим рекламным ходом. Однако мне не удалось пока отыскать этикетки царского экспорта с использованием этого же бренда.



РИС. 8. *Этикетки бренда «Pegasus» (в центре оборотная этикетка). Несмотря на то, что на этикетках декларируется, что эта торговая марка была зарегистрирована в 1882, этикеток царского периода с брендом «Pegasus» мне не известно. Этикетки из коллекции автора статьи.*

В заключительной части статьи будет рассмотрено несколько этикеток, которые в каталоге Зацепина с соавторами (1) отмечены в числе брендов советского экспорта. В этом каталоге приведены только лицевые этикетки брендов «ARC LIGHT» и «THE CARLTON». Однако, на соответствующих им оборотных этикетках по краю можно прочесть «ЛУИ А. ГИРШМАН ГОЛЬДИНГЕНЪ», таким образом, совершенно очевидно, что в каталог вкрались ошибки и это этикетки царского периода (РИС. 9, 10).



РИС. 9, 10. Лицевая и оборотная этикетки «ARC LIGHT» и «THE CARLTON». На оборотных этикетках по краю видна надпись на дореформенной кириллице «ЛУИ А. ГИРШМАН ГОЛЬДИНГЕНЪ». Этикетки из моей коллекции.

Еще две этикетки брендов SALAMANDRA и WICTORIA, отмеченные в каталоге Зацепина с соавторами (1) в числе брендов советского экспорта (стр. 247 и 284 каталога), несут на себе герб Великого княжества Финляндского. Поскольку Финляндия получила независимость 6 декабря 1917 года, а на этикетках имеется надпись «Made in Russia», то, очевидно, что обе этикетки были изготовлены до декабря 1917 года. Надписи на этикетках сделаны на шведском и английском языках. Я не воспроизвожу здесь изображения этих этикеток, поскольку они недостаточно высокого качества.



РИС. 11 (слева). Этикетка «НВ». Из признаков царского экспорта у этой этикетки имеется дополнительное уточнение «BEST IMPREGNATED» и наличие короны на рисунке. Этикетка из моей коллекции.

РИС. 12(справа). Этикетка «THE CASKET» Из признаков царского экспорта у этой этикетки имеется только написание «Safety match». Этикетка из моей коллекции.

В двух случаях сделать окончательный вывод о дате выпуска этикеток оказалось затруднительно. Речь идет о брендах «НВ» и «THE CASKET» (РИС. 11, 12). У этих этикеток есть некоторые признаки того, что они были изготовлены в дореволюционный период. На первой из этих этикеток (РИС. 11) сочетание короны с надписью «Made in Russia» и вензеля «НВ» вызвало у меня ассоциативную расшифровку - «Николай Второй». На второй этикетке (РИС. 12), имеется надпись мелким шрифтом «REGD № 266 . 063.», которая, вероятно, означает регистрационный номер. Я поискал в своей коллекции аналогичные номера, нашел несколько, но шестизначный отыскался только в двух случаях – на этикетках бренда «FLAMINGO» . При этом одна из этих этикеток сделана в Финляндии, а другая в России. Обе этикетки имеют один и тот же номер регистрации – «REG № 266 . 249», но рисунки несколько отличаются (РИС. 13). Интересно, что первые три цифры номеров совпадают с номером бренда «THE CASKET». Внизу этой этикетки имеется маленькая литера «W .», сходная немецкой «R» или российской «Л». Однако, это уже тема другой статьи ...

Бренд «FLAMINGO» был использован ранее Гольдингенской фабрикой – этикетки были зеленого цвета (РИС. 14), очень похожие по дизайну на этикетки брендов «BLOCK LIGHT» и «ARC LIGHT». Но «красные» «FLAMINGO», вероятно, все же относятся к советскому периоду экспорта и тогда это один из уникальных примеров использования одного и того же бренда и в дореволюционной и в советской России.



РИС. 13. Финская и российская этикетки «FLAMINGO». На них имеется регистрационный номер, аналогичный обнаруженному на российской этикетке «THE CASKET».



РИС. 14. Российская этикетка «FLAMINGO» дореволюционного экспорта производства Гольдингенской фабрики.

Подводя итог, я постарался свести в таблицу все признаки характерные, как для царского, так и для советского периода экспорта. Возможно, что вскоре я попробую

представить результаты небольшого исследования, которое я провел в этой статье, в виде нового определителя.

ТАБЛИЦА 1. Характерные признаки этикеток экспорта царского периода и этикеток советского экспорта приведены в таблице 1.

	Перевод надписи	Экспорт из царской России	Экспорт из советской России
Made in Russia (без точки на конце)	Сделано в России	иногда	всегда
Made in Russia . (с точкой на конце)	Сделано в России.	часто	никогда
Safety matches	Безопасные спички	редко	почти всегда
Safety match	Безопасная спичка	часто	крайне редко
Best quality	Лучшее качество	встречается	не встречается
Best impregnated	Лучшая пропитка	встречается	не встречается
Heads do not fall off	Головки не обламываются	встречается	не встречается
Damp proof	Влагонепроницаемость (не отсыревающие)	редко	часто
Литера Л в одном из углов		не встречается	встречается
807 в одном из углов		не встречается	встречается
Free from white phosphorus	Не содержат белого фосфора	встречается	не встречается
Non Poisonous	Не ядовиты	встречается	не встречается
TRADE MARK	Торговая марка	встречается	Встречается только на этикетках марки «Pegasus»
Matches do not glow	спички не тлеют	встречается	не встречается

Автор приносит свою благодарность Витису Раманаускасу (Vytis Ramanauskas) за предоставление сканов этикеток из фондов музея «KULDIGAS NOVADA MUZEJS» и А.А. Малееву за ценные замечания и конструктивную критику.

Использованные источники:

1. Зацепин К.С., Дюпин Р.С., Бармаков В.Г., Малеев А.А. (2004-2005) Каталог экспортных спичечных этикеток России. Издательство ЗАО «Кудесники» .
2. Peter Döring. RUSSISCHE KLASSIKER-ETIKETTEN. (1989).Katalog über zündholzetiketten aus der zeit von 1837 - 1917. 1.versuch.
3. Узбеков Р.Э. (2007) Когда и зачем появилась на экспортных этикетках СССР литера «Л»? «Невский филуменист», номер 16, стр. 11-17.
4. Википедия. Статья «Спичка». <http://ru.wikipedia.org/wiki/Спичка>