

УДК 7.025.1(477.74)(093.3)



<https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.26>

Хамула Дмитро Валентинович

кандидат культурології, старший науковий співробітник
Одеського науково-дослідного інституту судових експертиз
Міністерства юстиції України



<https://orcid.org/0000-0002-3146-1390>
0957487542dh@gmail.com

Бібліографічний опис статті: Хамула Д.В. (2026). Європейське законодавство про охорону фабричного маркування XIX початку XX століть та згадки про українські кахлярні у реєстраційних виданнях торгових марок. *Криміналістика і судова експертиза*, 71, 405-421. doi:<https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.26>

ЄВРОПЕЙСЬКЕ ЗАКОНОДАВСТВО ПРО ОХОРОНУ ФАБРИЧНОГО МАРКУВАННЯ XIX ПОЧАТКУ XX СТОЛІТЬ ТА ЗГАДКИ ПРО УКРАЇНСЬКІ КАХЛЯРНІ У РЕЄСТРАЦІЙНИХ ВИДАННЯХ ТОРГОВИХ МАРОК

У статті висвітлено деякі аспекти у сфері охорони та захисту прав марок підприємств, у тому числі й керамічних, які нині можуть бути віднесеними до таких, що мають історичне, художнє, етнографічне та наукове значення та відносяться таким чином до культурних цінностей. Аналізується міжнародні декларації та закони XIX ст. у сфері захисту прав власників заводських марок, а також відповідні закони європейських країн. Дослідження за даним напрямком проводяться в рамках наукової роботи «Розробка методики проведення мистецтвознавчої експертизи антикварних теракотових, кахельних, фаянсових, майолікових печей та камінів щодо приналежності їх до культурних цінностей, які мають історичне, художнє, етнографічне та наукове значення». **Метою дослідження** стало розроблення рекомендацій щодо проведення мистецтвознавчої експертизи з приналежності до культурних цінностей антикварних кахельних печей і камінів, а також для підготовки судових експертів за спеціальністю 15.1 «Мистецтвознавчі дослідження». **Методологічна основа**, пов'язана з науковою атрибуцією печей та камінів, що збереглися в музеях, або на первісному місці, ґрунтується не лише на суто мистецтвознавчих методах, як інструментарію, в який входять формально-стилістичний, іконографічний, стилістичний, естетичний методи аналізу, а й узагальнюючих методах, таких, як діахронний метод

культурологічних досліджень. **Наукова новизна** полягає у комплексному підході в дослідженні антикварних печей та камінів із застосуванням нових методів дослідження, які передбачають використання широкого кола першоджерел, які часто не є мистецтвознавчими джерелами. **У висновках** підкреслюється, що вивчення документів у сфері історії маркування керамічної продукції та спеціалізованих покажчиків, які видавалися в часи існування виробництв, надає відповіді на коло питань, пов'язаних з атрибуцією кахельних печей та камінів.

Ключові слова: антикварні фабричні та художні кахлі; захист торгових марок у XIX столітті; маркування керамічної продукції; атрибуція; судова мистецтвознавча експертиза; спеціалізовані видання з реєстрації торгових марок XIX – початку XX століть.

Khamula Dmytro

*PhD in Cultural Studies, Senior Research Fellow
of the Odesa Scientific Research Institute of Forensic Expertise
of the Ministry of Justice of Ukraine*



<https://orcid.org/0000-0002-3146-1390>
0957487542dh@gmail.com

EUROPEAN LEGISLATION ON FACTORY MARKING IN THE XIX TH – EARLY XX TH CENTURIES AND REFERENCES TO UKRAINIAN TILE WORKSHOPS IN TRADEMARK REGISTRATION PUBLICATIONS

To cite this article: Khamula D. (2026). Yevropeiske zakonodavstvo pro okhoronu fabrychnoho markuvannia XIX – pochatku XX stolit ta zghadky pro ukraïnski kakhliarni u reiestratsiinykh vydanniakh torhovykh marok [European legislation on the protection of factory markings in the 19th and early 20th centuries and mentions of Ukrainian tile workshops in trademark registration publications]. *Criminalistics and Forensics*, 71, 405-421. doi: <https://doi.org/10.33994/kndise.2026.71.26>

The article highlights certain aspects in the field of protection and safeguarding of enterprise trademarks, including ceramic ones, which today may be classified as having historical, artistic, ethnographic, and scientific significance and, therefore, are considered cultural heritage objects. It analyzes international declarations and XIX th-century laws in the field of protecting the rights of owners of factory marks, as well as the relevant legislation of European countries. Research in this area is conducted within the framework of the scientific project titled “Development of a methodology for conducting art historical expertise of antique terracotta, tiled, faience, and majolica stoves and fireplaces regarding their classification as cultural heritage objects of historical,

artistic, ethnographic, and scientific significance.” **The purpose of the study** was to develop recommendations for conducting art historical expertise to determine the cultural value of antique tiled stoves and fireplaces, as well as for training forensic experts in specialty 15.1 “Art Historical Research.” **The methodological basis** related to the scientific attribution of stoves and fireplaces preserved in museums or in their original locations is grounded not only in strictly art historical methods whose toolkit includes formal-stylistic, iconographic, stylistic, and aesthetic methods of analysis but also in more general approaches, such as the diachronic method of cultural studies. **The scientific novelty** lies in a comprehensive approach to the study of antique stoves and fireplaces through the application of new research methods that involve the use of a wide range of primary sources, which are often not art historical in nature. **The conclusions** emphasize that the study of documents in the field of the history of ceramic product marking and specialized directories published during the period when production facilities were operating provides answers to a range of questions related to the attribution of tiled stoves and fireplaces.

Key words: antique factory and artistic tiles; trademark protection in the XIX th century; marking of ceramic products; attribution; forensic art historical expertise; specialized publications on trademark registration of the 19th and early 20th centuries.

Постановка проблеми

Вивчення питань маркування в історії пічних кахлів є важливим, особливо коли йдеться про їх наукову атрибуцію. Так, Д. Клаюмене, ґрунтуючись на маркуванні продукції, вважає цей принцип вирішальним для остаточної атрибуції печей, які неможливо атрибутувати лише за зовнішнім виглядом, бо треба бачити та вивчати маркування [13, s. 1]. На цьому наголошує та автор цих рядків [5, с. 12; 6, с. 201].

Не дивлячись на те, що більшість донині збережених кахельних печей та камінів є фабричними виробами XIX початку XX ст., вони через їхнє регулярне знищення стають все більш рідкісними об'єктами. Крім того, виробнича специфіка та світогляд людей епохи «La Belle Époque» ще передбачали великий відсоток не тільки ручної праці, а й використання художньої праці. Удосконалення мануфактури та перехід до масового промислового виробництва ставив перед виробниками завдання збереження художніх форм. Для створення проєктів залучалися архітектори та митці. Попри це, в мистецьких колах того часу існували досить різкі оцінки «творчості» промисловості. Однак, при величезних будівельних обсягах невеликі ремісничі майстерні не мали можливості задовольнити попит, з яким могли впоратися лише значні промислові виробництва. Проте будь-які кахлі є багатим історичним джерелом. Окрім своїх

естетичних та практичних якостей вони зберігають інформацію про архітектуру міста та внутрішнє оздоблення будівель, вони є індикатором розвитку міської культури.

До 1980-х рр. можна було зустріти думку про те, що фабрична продукція, хоч і добра за своїми технічними якостями, не досягала того художнього рівня, якими відрізнялися твори народної творчості, була холодною та «бездушною». Таке однобоке сприйняття кахлів епохи історизму, за певними винятками, зовсім не вірне. Згодом така думка зазнала критики, та багато сучасних дослідників роблять акцент саме на мистецтвознавчому вивченні кахлів другої половини XIX – поч. XX ст. [7, с. 861-884]. Нині риторика щодо виробів XIX-XX ст. змінилася настільки, що саме ці вироби стали предметом всебічного вивчення серед істориків, дизайнерів та мистецтвознавців, особливо в європейських країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивченню законодавства у сфері охорони фабричного маркування, особливо в прямому зв'язку із керамічними виробництвами саме печей та камінів, на сьогодні бракує узагальнюючих праць, на що наголошують такі автори, як Д. Клаюмене, проте є можливість вивчати ці питання за першоджерелами та виданнями, які виходили ще у XIX – поч. XX ст. Значення кахлів, як історичного джерела усвідомили лише у другій половині XX ст. Саме тоді вийшли ґрунтовні праці Р. Розенфельдта, А.В. Філіппова [3; 4] С.А. Масліха та ін. Серед досліджень, присвячених історії кахельного мистецтва також слід назвати роботу Р. Франц «Кохельна піч. Походження й мистецький та історичний розвиток від Середньовіччя до кінця класицизму» (1969 р.), яка становить разом із роботами Ф. Блюмеля та К. Штрауса, наступний період у вивченні печей, що припадає на 1970-1980-ті рр. За словами Р. Франц: «Кохельна піч як витвір мистецтва є витвором німецькомовного культурного регіону» [12, с. 7]. Проте, усі ці дослідники також розглядали в основному кахлі лише, як витвори народного мистецтва, повністю ігноруючи культурний пласт кахельного виробництва XIX – поч. XX ст. Лише в останні десятиліття минулого століття починають з'являтися дослідники, такі як А.А. Дутов, В.В. Мещеряков, які започаткували зовсім інше ставлення щодо фабричної керамічної продукції, розглядаючи її в комплексному мистецтвознавчому руслі: стилістичні напрямки, торгівля, історія підприємств тощо. На сьогодні, однією з найбільш узагальнюючих праць, де детально розглядаються українські виробники печей та художніх кахлів є праця Агнії Колупаєвої [1].

Мета дослідження

Мета дослідження – розроблення рекомендацій щодо прове-

дення мистецтвознавчої експертизи з приналежності до культурних цінностей антикварних кахельних печей і камінів, а також для підготовки судових експертів за спеціальністю 15.1 «Мистецтвознавчі дослідження». Наукові доробки в цьому напрямку можуть бути суттєвим доробком при проведенні мистецтвознавчих експертиз на пам'ятках архітектури в Україні.

Виклад основного матеріалу

З першої половини XIX ст. все частіше знаходять штампи на плитці, і до кінця століття це набуває майже всеохопного характеру. Це був період потужного розвитку виробництва лицювальних керамічних продуктів. У зв'язку з розвитком фабричного виробництва, необхідність покращення відповідного законодавства стала очевидною. Численні рішення визначають значення (сертифікат справжності, якості речей) та зміст клейма: ім'я та прізвище виробника, розташування фабрики; встановлення процедури стигматизації, відповідальність за фальсифікацію марки тощо. Зазначимо, що в XIX ст. питання брендингу було вирішено мудро, – попри ряд указів, його обов'язкове дотримання було скасовано, оскільки стало очевидним, що тавро все одно ще не ставили. Законодавство пройшло шлях від переслідування за не клеймування до визнання не обов'язковості таврування з заохоченням виробників, що клеймили продукцію. Відповідно до загальних вимог, клеймо включало прізвище власника, місце розташування заводу, зображення нагород, якщо такі були. Зображення нагород супроводжувалося зазначенням дати їх отримання. Таврування стало корисним як для виробників, так і для споживачів товарів, оскільки їх доступність свідчила про якість предметів торгівлі та захист прав власника.

Розглянемо деякі з цих законодавчих вимог. У першу чергу слід згадати Указ Сенату від 5 лютого 1830 р., який став поворотним етапом у цьому складному процесі. Відтоді система вибудовувалася за новим принципом, не фіскальним, як раніше, а за принципами заохочення. Заради уніфікації регулювалися вимоги до клейм, зокрема, указом вважалося за необхідне вказувати на клеймі ім'я та прізвище виробника, а також місцезнаходження фабрики. Напис повинен встановлюватися у такий спосіб, аби він не стерся з часом. Якщо в клеймі використовується іноземний напис, або монограма, то поряд повинні міститися відповідні написи російською мовою. Також виробників зобов'язували подавати свідчення про виробництво Департамент Мануфактур та Внутрішньої Торгівлі. Також власник виробництва мав заздалегідь повідомляти в Департамент внесення змін у своє виробниче клеймо. Цим указом 1830 р. були встановлені й міри покарання за підробку чужого клейма.

З 1857 по 1917 рр. діяв Устав о промисловості фабричної та заводської, де окремо прописувалися норми щодо таврування (Про клей-

мування виробів російських мануфактур, фабрик і заводів (Статут про промисловість, т. XI Зводу законів, вид. 1857 р.; Статут про промислові фабрики та заводи, вид. 1879 р.). Вимоги до написання та зображення клейма в Уставі 1857 р. були точно такими, як і в Указі 1830 р., тобто, читабельність, чіткість імен та прізвищ, обов'язкове дублювання іноземних літер та абрєвіатур.

Окремі закони європейських країн у сфері охорони фабричного маркування. У більшості європейських країн, а також в інших частинах світу, вже в другій половині XIX ст. на законодавчому рівні активно стали впроваджуватися норми реєстрації та відповідного захисту прав фірмових марок та фабричного маркування продукції. Багато у чому ці закони схожі один на одного, наприклад, це стосувалося не обов'язковості маркування як такого, розуміння того, чим є і повинна бути фабрична марка тощо. Схожими були й настанови щодо надання її власникові не тільки певного роду захисту прав, й певних зобов'язань, кримінального переслідування за підробку маркування тощо. Так, наприклад, в Австро-Угорщині діяв Закон про охорону марок 7 грудня 1858 р., згідно 1 параграфу якого під марками слід розуміти особливі знаки, які слугували для розрізнення призначених для торгівлі виробів і товарів одного промисловця від таких іншого (Символічні зображення, цифри, віньєтки тощо), які за для їх охорони, мали пройти реєстрацію. Згідно з параграфом 3 «Не може бути присвоєне виключне право на такі марки, котрі складаються зі знаків, ужиткових по встановленим звичаям для відомого роду товарів, а також на такі, які складаються виключно з букв, слів чи цифр, або державних і місцевих гербів». В параграфі 5 сказано: «Право на марку пов'язане із промисловим підприємством, для якого призначена марка; вона із ним припиняється і разом із ним переходить у власність іншого. В останньому випадку, новий власник, за виключенням того випадку, коли промислове підприємство продовжене вдовою або малолітнім спадкоємцем колишнього власника, чи за рахунок нащадків і конкурсу, повинен у трьох місячний строк переписати марку на своє ім'я, оскільки в противному випадку втрачається право на марку». Пар. 16: «Імітацією марки вважається таке зображення, яке не може бути розрізнене від справжньої без більш ніж звичайної уваги». За незаконне присвоєння імені, фірми, гербу чи особливе найменування промислового закладу іншого виробника, яке було порушене навмисно, винуватий окрім покарання у вигляді кримінального переслідування, підлягає штрафуванню у розмірі від 25 до 500 гульденів.

У Німеччині діяв «Закон від 30 листопада 1874 р. про охорону марок (Markenschutz)», який почав діяти з 1 травня 1875 р. Згідно пар. 2 цього закону для внесення в торговий реєстр знаків (Zeichen), разом із заявою повинно прикладатися за підписом фірми зображення товарного знаку (Waarenzeichens). Згідно пар. 3 «Не може бути відмовлено у внесенні у реєстр товарних знаків, використання яких

представлено заявникам на основі місцевих законів, а також таких, які до початку 1875 р. були загально визнані в торговому ужитку, як розрізнявальні знаки товарів відомого промисловця. У всіх інших випадках, унесенні в реєстр повинно бути відмовлено, коли товарний знак складається виключно з чисел, літер або слів, або, якщо він містить в собі громадські герби образливої властивості». Внесення знаків в реєстр, або їх скасування обов'язково вносилося в «Германський Імперський Покажчик». Згідно пар. 14-16 незаконне використання маркування каралося штрафом від 150 до 3000 марок, або ув'язненню на 6 місяців та виплатами потерпілій стороні, а також можливе подальше кримінальне переслідування.

В Румунії діяв «Румунський Закон 1-27 квітня 1879 р. о фабричних і торгових марках», згідно ст. 1 якого «Фабричними або торговими марками визнаються різні знаки, котрі слугують для розрізнення виробів відомого промисловця, і для цієї цілі бувають різноманітних видів, як-то: вивіски, відбитки, клейма, штемпеля, печатки, віньетки, рельєфні зображення, цифри, обгортки тощо.». В ст. 2 йдеться: «Букви або монограми, а також державний або громадські герби, які нерідко накладаються на вироби, не визнаються фабричними або торговими марками». Використання марок не є обов'язковою нормою (ст. 3). Реєстрація марок здійснювалася через Комерційний Суд. Порушення законодавства у цій сфері тягнуло за собою накладання на винуватців штраф від 50 до 2500 франків та ув'язнення від 3 місяців до 3 років.

У Данії діяв Закон 2-го липня 1880 р. о заступництві марок (Markenschutz), який забороняв використання чужих назв. Реєстрація марок проводилася через реєстратора при Міністерстві Внутрішніх Справ у Копенгагені (пар. 3). Згідно пар. 6 реєстрація знаку була неможливою, якщо знак відрізнявся від імені чи фірми заявника, чи містить у собі позначення поземельної власності, яке не є місцем виробництва, якщо заявник не зможе довести своє право на використання цього імені або фірми, як товарного знаку; коли знак містив у собі громадський герб, образливі вирази тощо. Об'яви про реєстрацію або скасування знаків друкувалися в «Berlingske Tidende», або у спеціалізованій газеті «Eintragungs Zeitung». Порушення цього закону тягне за собою відповідальність по пар. 278 загального кримінального закону.

В Англії діяв Закон 25 серпня 1883 р. про патенти, рисунки і торгові марки (Trade marks). Згідно з п. 2-3 ст. 62, прохання про реєстрацію проводилося за спеціальною формою та подано в патентну установу (Patent Office) з прикладеними до нього зображеннями марки з зазначенням інформації про класи товарів на які ці марки будуть накладатися. Згідно ст. 64 марка повинна включати ім'я лиця або фірми відбите, витіснене або виткане особливим чином, мати автограф підпису або факсиміле з неї від лиця або фірми, мати розрізнявальну емблему, марку, клеймо, заголовок, ярлик або одне чи

декілька вигаданих слів, які не належать до загальноновживаних. До одного або до декількох таких знаків можна приєднувати усякі літери, слова або цифри, або комбінації таких літер, слів та цифр. Згідно ст. 78, в Патентному Управлінні повинна бути книга «Реєстр торгових марок». Згідно ст. 79 власник марки повинен сплатити мито у 14-річний строк. Якщо оплата не була здійснена, то через 3 місяці після збігу цього строку контролер мав викреслити з реєстру цю торгову марку. Усі копії опису та малюнків, які подані до патентного управління, мали бути вислані до Единбурзького музею наук та мистецтв у відділ реєстрації канцелярії управління (Enrolments Office of the Chancery Division) в Ірландії, а також в реєстраційне управління (Rolls Office) на о. Мен.

Закон про заступництво фабричним та торговим маркам, затверджений 26 травня діяв для Норвегії та від 26 липня 1884 р. для Швеції. У цілому ці закони аналогічні між собою. Так, згідно ст. 1-3 власники повинні надсилати франкований лист з точним описом марки, описом торгівельної фірми, роду занять, адреси заявника тощо. Також має бути подані дошки з відбитками марки та зображенням марки на папері. Реєстр фабричних і торгових марок ведеться для усього королівства в Стокгольмі, а для Норвегії в Христианії (нині Осло) у спеціальній установі. Згідно ст. 4 не можливо зареєструвати марки, якщо вони: 1) Складаються виключно з цифр, літер та слів, не розрізаних настільки своєрідною формою, аби марка могла вважатися віньєткою. 2) Марки, що незаконно мають у своєму складі власне або ім'я торгівельне, яке не належить заявнику, або назву нерухомості, що належить іншій особі. 3) Марки, що мають у собі громадські герби чи штемпелі. 4) Марки, що носять в собі малюнки непристойної якості. 5) Марки, тотожні з іншими, вже заявленими раніше, або такі, які ззовні дуже нагадують вже зареєстровані, що легко можуть бути сплутані із ними.

Кажучи про законоположення Фінляндії відносно фірмових і торгових клейм, особливих положень не існувало, окрім деяких постанов (пар. 17 «Найвище затвердженого положення про промисли від 8 (20) березня 1879 р.»), згідно з яким нанесення клейм залишалося на розсуд виробника. Проте, якщо тавро було, то воно так само захищалося в законодавчому порядку від підробок, що прописувалося в параграфах 2 та 3 «Найвище затвердженого від 20.12.1858 р. положення про торгівельні відносини Рос. імп. з Фінляндією». Цікаво, що серед багатьох не прописаних видів товарів у тогочасному царському законодавстві, немає жодної прямої згадки ні про цеглу, а ні про кахлі, згадується лише фарфорові та фаянсові вироби. Проте, кахлі, частіше за все робили не з фаянсу, а з червоної та жовтої гончарних глин. Імовірно за все, це і є причиною того, що під час польових досліджень, зокрема під час демонтажу, іноді доволі гарні і якісні кахельні печей ми не зустрічаємо на кахлях клейм.

Паризький конгрес. Окрім деяких вищерозглянутих державних

законів та низки документів, підписаних у двосторонньому порядку (між царською Росією та деякими європейськими країнами) [2, с. 56-85], були й загальні документи міжнародного характеру, зокрема це Загальні резолюції Паризького Міжнародного конгресу 1878 р. з питань про промислову власність, які були націлені на захист прав та опіку торговельних та фабричних марок. Серед іншого, п. V присвячений окремо охороні винаходів, малюнків та марок на офіційних міжнародних виставках. Так, в Резолюції були прийняті статті, одна з яких (4 ст.) є доволі цікавою, оскільки в ній прописувалося створення в кожній країні особливого відомства для захисту інтересів промислової власності, із центральним депо із репрезентованими фабричними марками та клеймами, промисловими малюнками та моделями, відкритим для широкого загалу. Також цим відомствам приписувалося незалежне видання відповідних періодичних видань з цих питань. Так, наприклад, у Великобританії виходив «Trade Marks Journal». У Відні помісячно виходило видання «Uebersicht der bei den Handels-und Gewerbe-Kammern registrirten, umgeschriebenen und geloschten gazetzlichen marken», офіційний додаток до Wiener-Zeitung: «Central Anzeiger fur Handel und Gewerbe». В Німеччині додаток до правлячого покажчика «Beilage zum Deutschen Reichs Anzeiger». У Швейцарії «Beilage zum Handelsblatt». Деякі видання такого типу на сьогодні становлять безцінне інформаційне джерело, щодо тих чи інших виробників, особливо, коли йдеться про фабрикантів художніх кахельних печей та камінів.

Важливим аспектом захисту прав на виробничу марку, прийнятим на Спеціальних резолюціях Паризького конгресу 1878 р. про фабричні та торговельні марки, та про заступництво торговим фірмам був факт її реєстрації певним чином. Так, в ст. 1 зазначається: «Не можна пред'являти в судовому порядку своє право на марку, якщо вона не була правильним чином заявлена». Проте, як сказано в ст. 2, якщо вона була дійсно зареєстрована, то вона підлягала законній її реєстрації в інших союзних державах. Питання взаємної солідарності мало особливе значення, особливо в огляду на те, що на той час вже були підписані деякі відповідні міжнародні документи, зокрема конвенція між Бельгією та Італією, конвенція між Францією, Бельгією та Італією (за клопотанням промислової асоціації «L` Union des fabricants»), а також конвенції та декларації між європейськими країнами.

Аналізуючи подібні документи, стає більш зрозумілим, чому, наприклад, багато виробників, що підробляли європейські брендові печі та кахлі (їх рельєф, малюнок тощо), зазвичай практично ніколи не ставили на своїх виробках підроблених клейм, адже саме це було найнебезпечнішим кроком. Саме тому більшість таких виробів залишалася або зовсім без аби якого маркування, або ж із зазначенням цього місцевого виробника.

Іноземні довідкові видання як цінне інформаційне першоджерело та українські кахельні заводи. Серед серій довідкових видань, які згадувалися вище, ми натрапили на цікаве видання під назвою «Adressbuch der Keramischen Industrie...», видане в м. Кобург (Німеччина) в 1902 [8], а потім у 1906 рр. [9], де наведений величезний перелік фабричних марок, куди було включено й зареєстровані торгові марки іноземних відносно Німеччини фірм, торговців та художників, відповідно до Закону Німецької імперії від 12 травня 1894 р. У виданні є відповідний розділ «Stubenofen Kochherde, Badewannen, Irdengeschirr Tonpfeifen und Steinzeug» (Кажельні печі, кухонні плити, ванни, вироби з глини, глиняні труби та кам'яний посуд). Тут, серед інших, наводяться й підприємства, які розташовувалися на теренах сучасної України. Так, наприклад, наведено дані про керамічну фабрику Вернера у Глинську, яка мала своє маркування і продукцію якої досі можна досі побачити серед багатьох львівських кахельних п'єців. Оригінальна назва підприємства звучить як «Fabrik keramischer Erzeugnisse in Glinsko» (Фабрика керамічних виробів у Глинсько). У довіднику зазначено назву, а також тодішнє місце розташування та інші відомості: «Галичина, Австрія. Телеграфна адреса: Werner Glinsko. Вироби та експорт: кахельні та майолікові печі, каміни, фаянсовий посуд. Розпис. Близько 35 робітників. Нагороди: Краків 1889 р. — почесна відзнака; Львів 1892 р. (Вернер, член журі, без участі у конкурсі); Львів 1891 р.» [8, s. 261; 9, s. 380, 687]. Нині Глинсько – село біля Жовкви, Львівської обл. Як фабричний знак використовували герб Потоцьких «Пилява» (власником маєтку Глинсько був граф Роман Потоцький). Фабричне маркування одного разу зустрілося серед друкованої тогочасної реклами. На наведеній рекламі зазначається наступне: «Арнольд Вернер у Львові, вулиця Сенкевича (Пасаж Міколаша). Власник фабрики керамічних виробів у Глинську та заступник фірми В. Liban і Ska у Подгуже. Постачається: портланд-цемент, вогнетривкі цеглини, пічні кахлі, і тільки з вогнетривкого матеріалу, а також обладнання для кухонь та кахельних печей. Телефонний номер 29. Каталоги за запитом — безкоштовно і за плату» (Рис. 1—2) [10].

Відомо, що фабрику в Глинсько було засновано в 1866 р. З деяких реклам дізнаємось, що окрім кахельних п'єців Вернер ще виготовляв черепицю, асфальтові ізоляційні плити, інші будівельні матеріали, такі, як, наприклад, гідравлічне вапно тощо. Головний склад розташовувався у Львові по вул. Собеського, 3. Місцева традиція відносить заснування гончарства в Глинську до особи короля Яна III. У 1780-1790 рр. Фредерік Вольф разом із бароном Ромашканом та Антоневичами заснував фаянсову фабрику. Після смерті останнього в 1840 р. фабрикою керувала вдова, а згодом у спілці з Дубровським близько 1876 р. фабрика була закрита. Вироби фабрики дуже цінувалися, однак існувала фабрика недовго. У 1883 р. Арнольд Вернер знову відкрив фабрику, яка вже спеціалізувалася саме на будівель-

них матеріалах та особливо на кахельних печах. Щорічно там вироблялося 600 кахляних печей, кахлі яких випалювалися в печах системи «Крюгер». Устаткування фабрики було модернізоване в 1897 р. машинним способом шляхом запровадження 20-кінної парової машини. Глину середньої жирності видобували на місці. Печі збувалися в Галичині, Буковині, Румунії, та ін. Фабрика неодноразово відзначалася на виставках, утримувала близько 40 робітників. Вдалим було місцерозташування: за 3 км від залізниці, біля підніжжя пагорба, в якому міститься копальня бурого вугілля. Над вугіллям лежать поклади глини темно-сірого кольору, які і слугували сировиною для виготовлення кахлів. Співвласником фабрики в Глинську довгий час був відомий архітектор, професор Львівської політехніки Юліан Захаревич. Директором керамічної станції фабрики був інженер Edmund Krzen. Після смерті Арнольда Вернера, фабрика перейшла до його вдови.

В одній зі старих реклам фабрики написано: «Звертаємо особливу увагу на фірму пана Арнольда Вернера, що має свій офіс на вулиці Собеського 3 у Львові. Ця фірма, відома у торгівельному й міщанському світі здавна своєю сумлінністю та широкими комерційними зв'язками, займається встановленням кахельних печей в приміщеннях і квартирах будь-якого типу. Ці печі, вишукані й справді такі, що прикрашають кожне житло, пан Вернер постачає зі славетної європейської фабрики Гардтмута, а також із вітчизняної фабрики в Глинську. Пан Вернер зі своїми кваліфікованими робітниками встановлює печі з найбільшою точністю та справжнім художнім смаком щодо структури й кольору; при цьому ціни розраховані дуже помірковано, а робота виконується швидко. Взагалі, фірма пана Арнольда Вернера настільки надійна, що не потребує жодної реклами, а хто раз вступить із нею у співпрацю, той, без сумніву, залишиться з нею назавжди. Треба додати, що кахляна піч повністю відповідає гігієнічним вимогам, а крім того дає стільки економії в паливі, що за належного розрахунку надлишку витрати, порівняно з кам'яними печами, можуть бути покриті протягом одного року» [11].

З наступної реклами дізнаємось про існування Комісійного дому Арнольда Вернера: «Львів, Комісійний Дім утримує склад: кахельних та порцелянових печей з фабрик: А. Вернера Л. & С. Гардтмут у Будейовицях (Будвайсі) та фабрики керамічних виробів Глинсько, а також: покрівельної черепиці, дренажних труб, вогнетривкої цегли, портландцементу, гідралічного вапна, покрівельного руберойду, ізоляційних плит та вогнетривких ящиків, F. Wertheim & Co. [10] (Рис. 3—4). Інша реклама також повідомляє про торгівлю печами з Глинсько та печами фірми Гардмут: «П'єци кахляні: асортимент білих порцелянових та декоративних оздоб, також кахельні печі зелені, коричневі та майоліка, з всесвітньовідомої фабрики Л. і С. Хардмут у Будвайсі та з Глинсько, пропонує в великому виборі за зниженою ціною на складі Arnold Werner у Львові (вул. Собеського, 3)» [11] (Рис. 5).

Іншим виробником, що згадується у кубурзьких інформаційних покажчиках є Моріц Барух та його фабрика печей і парова цегельня в Лагієвниках поблизу Подгурже: «Baruch Moritz, Ofenfabrik (Ofen- und Thonwaarenfabrik) und Dampfziegelei in Lagiewniki bei Podgórze). in Lagiwnicki. Галичина, Австрія. Продукція: кімнатні печі (кахельні опалювальні печі: Stubenöfen)». s. 370 [8, s. 244].

В тих самих покажчиках згадується й фабрика печей Фелікса Цандлера у Львові: «Zandler, Feliks, Ofenfabrik in Lemberg. Галичина, Австрія. Виробництво: кахельні печі» [9, s. 606]. Реклама фабрики Цандлера з путівника по Львову повідомляє: «Печі, кухні та кахельні каміни у будь-яких кольорах встановлюються за найновішою конструкцією за дуже помірними цінами рекомендує фабрика кахельних печей на Stilleroße у Львові. Кантор замовлень: вул. Ягелонська, 3. Адреса: Фелікс Цандлер, Львів. Цінники та кошториси за запитом безкоштовно» [11] (Рис. 6). Згадки про заводи А. Вернера та Цандлерів зустрічаємо в адресній книзі Львова за 1913 р. у розділі «Kafli fabr. i piece kaflowe»: «Werner Arnold fabr. wyrobow ceramicznych w GlinSKU, Kantor Cicha 1. Zandler Jadwiga Snopkowska 1» [14, s. 546].

Висновки

Отже, як виявляється, подальше детальне вивчення міжнародних документів у сфері історії маркування керамічної продукції, дійсно може надавати певні відповіді на багато питань, пов'язаних з атрибуцією, підробкою, торгівлею та ареалами розповсюдження кахельних печей та камінів, які є не тільки творами художньої промисловості, а й артефактами історико-культурного феномену взаємопроникнення фабрично-заводської промисловості та декоративно-прикладного мистецтва, як синтезу мистецтва та техніки. Серед відповідей на деякі з цих питань, наприклад, є таке, чому більшість тих, хто підробляв кахлі європейських виробників, взагалі могли не таврувати свою продукцію, аби уникати будь-якої відповідальності тощо. Пошук та обробка лише частково згаданих у статті спеціалізованих довідкових видань XIX поч. XX ст., може слугувати безцінним джерелом з пошуку статистичних даних про ті чи інші виробництва, їхнє точне місцерозташування, рік заснування, склад, наявність або відсутність маркування, нагороди, потужності виробництва, а також інформацію про характер виробів, перелік їх видів та спеціалізацію виробництва, інформацію про застосування художньої праці, такої як ручний високохудожній розпис, про власників та керівництво протягом існування підприємств. Важливість подібного роду покажчиків безцінна. Трапляються випадки, коли деякі маловідомі керамічні кахельні виробництва, зустрічаються серед великого розмаїття адрес-календарів та покажчиків, лише один раз за усю їхню історію існування.

Список використаних джерел:

1. Колупаєва Агнія. Типологія українських кахель. *Ідеї, смисли, інтерпретації образотворчого мистецтва: Українська теоретична думка ХХ століття: Антологія* / Упоряд. Р. Яців. Ч. 4. Львів: Львівська національна академія мистецтв; Інститут народознавства НАН України; Наукове товариство ім. Шевченка, 2021. 948 с.: іл.
2. Неболсин А.Г. Законодательство о фабричных и торговых клеймах в России и заграницею. Спб.: Тип. В.Ф. Киршбаума, 1886. VIII, 250 с.
3. Розенфельдт Р.Л. Московское керамическое производство XII-XVIII вв. *Свод археологических источников*: Серия Е 1, Вып. 39. М.: Наука, 1968. 124 с.
4. Филиппов А.В. Древнерусские изразцы XV-XVII вв. Вып. 1. М.: Изд. Всесоюз. акад. архитектуры. 1938. 92 с.
5. Хамула Д.В. Изразцовые печи Старой Одессы: импорт и художественные особенности. Одесса: КП ОГТ, 2017. 36 с.: ил. 29.
6. Хамула Д.В. До проблеми збереження антикварних кахельних печей історичної забудови міст України при проведенні мистецтвознавчих експертиз на пам'ятках архітектури у воєнний час. *Судова експертиза в контексті відновлення України*. III Всеукраїнський форум судових експертів: Мат. III всеукр. наук.-практ. конф. (9 червня 2023 р. м. Львів). Київ: Ліра-К, 2023. С. 201-209.
7. Хамула Д.В. До проблеми збереження автентичних кахельних печей, що мають культурну цінність, у контексті проведення судової мистецтвознавчої експертизи. *Міжвідомчий науково-методичний збірник "Криміналістика і судова експертиза"*. Вип. 70. Київ, 2025. С. 861-884. DOI: <https://doi.org/10.33994/kndise.2025.70.64>.
8. Adressbuch der Keramischen Industrie enthaltend die Firmen der Fabriken für Porzellan, Steingut, Fayance, Majolika, Siderolith, Terralith, Oefen, Indenwaaren, Terracotta, Fliesen, Mosaik, Steinzeug, Thonpfeifen, feurfeste Thon- und Chamottewaaren, Graphitblocke und Schmelztiegel in Deutschland und Oesterreich-Ungarn mit allen Fabrikmarken. Siebente Auflage. Herausgegeben unter Mitwirkung der Vorstände des Vernandes keramischer Gewerke in Deutschland und des Vereins Deutscher Fabriken feuefester Producte von der Redaction des Sprechsaal. Coburg Verlag von Muller & Schmidt, 1902. 628 s., illus.
9. Adressbuch der Keramischen Industrie enthaltend die Firmen der Fabriken für Porzellan, Steingut, Fayence, Majolika, Siderolith, Terralith, feines Steinzeug, Oefen, Irdenwaren, Terrakotta, Fliesen, Mosaik, Steinzeug, Tonpfeifen, Yon-und Schamottewaren, Graphitblocke und Schmelztiegel, sowie die, Porzellanmalerein in Deutschland und Oesterreich-Ungarn mit den Fabrikmarken. Neunte Auflage. Herangegeben von der Redaktion des Sprechsaal. Coburg: Verlag von Muller & Schmidt, 1906. 824 s., illus.
10. Burdzy Maciej. Dawno temu we Lwowie...Opubl. przez Maciej

Burdzy w dniu 6 czerwca 2025. URL: <https://www.zdunskieopowiesci.pl/dawno-temu-we-lwowie/> (дата звернення 10.03.2026).

11. Burdzy Maciej. Wyniki wyszukiwania: kaflarni Arnolda Wenera z Glińska, ze składem handlowym we Lwowie. Opubl. przez Maciej Burdzy w dniu 6 czerwca 2025. URL: <https://www.zdunskieopowiesci.pl/wspomnienie-o-kaflarni-arnolda-wenera-z-glińska-ze-skladem-handlowym-we-lwowie/> (дата звернення 12.03.2026).

12. Franz Rosemarie. Der Kachelofen. Entstehung und Kunstgeschichtliche Entwicklung vom Mittelalter bis zum Ausgang des Klassizismus. Forschungen und Berichte des Institutes für Kunstgeschichte der Universität Graz, Band I. Graz: Published by Akademische Druck- und Verlagsanstalt, 1969. 554 s.

13. Klajumienė Dalia Akad. Kodėl svarbu tyrinėti XIX a.–XX a. pirmosios pusės koklinių krosnių gamintojų produkcijos ženklimą? Lietuvos mokslų akademijos. 2023. URL: https://www.lma.lt/uploads/Pranesimai%20naujienoms/Akademik%C4%97s%20Dalios%20Klajumien%C4%97s%20straipsnis%20vie%C5%Ainti_01.pdf (дата звернення 10.03.2026)..

14. Księga Adresowa Król. Stoł. Miasta Lwowa: rocznik siedmnasty 1913. Wydawca Franciszek Reichman. Adress- u. Geschäfts-Handbuch von Siebzehnter Jahrgang 1913. Heraus. Franz Reichman. Drukiem Augusta Olbricha w Stryju – 1912. Lwow Z drukany «Narodowej». 695 s., 15 s. dodat., 80 rekl.

References:

1. Kolupaieva, A. Typology of Ukrainian Tiles (2021): Ideas, Meanings, Interpretations of Visual Art. Ukrainian Theoretical Thought of the 20th Century: Anthology. Lviv: Lviv National Academy of Arts; Institute of Folklore Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine; Shevchenko Scientific Society. [in Ukrainian].

2. Nebolsin A.G. (1886). Legislation on Factory and Trade Marks in Russia and Abroad. St. Petersburg. [in Russian].

3. Rosenfeldt R.L. (1968). Moscow Ceramic Production of the XIIth -XVIII th Centuries. Corpus of Archaeological Sources, Series E1, Issue 39. Moscow. [in Russian].

4. Filippov A.V. (1938). Old Russian Tiles of the 15th–17th Centuries. Issue 1. Moscow. [in Russian].

5. Khamula D.V. (2017). Pattern kilns in Odessa: import and artistic features. Odessa [in Russian].

6. Khamula D.V. (2023). On the problem of preserving antique tiled stoves of the historical development of Ukrainian cities when conducting art-historical examinations on architectural monuments during war-time. Forensic examination in the context of the restoration of Ukraine: Mat. III All-Ukrainian scientificpractical conference (Lviv, 09.06.2023). Kyiv. [in Ukrainian].

7. Khamula D.V. (2025). On the Problem of Preserving Authentic Tile Stoves of Cultural Value in the Context of Conducting Forensic Art Historical Examination. *Criminalistics and Forensic Expertise: Interdepartmental Scientific and Methodological Collection*. Issue 70. Kyiv. DOI: <https://doi.org/10.33994/kndise.2025.70.64> [in Ukrainian].

8. Adressbuch der Keramischen Industrie (1902) enthaltend die Firmen der Fabriken für Porzellan, Steingut, Fayence, Majolika, Siderolith, Terralith, Oefen, Indenwaaren, Terracotta, Fliesen, Mosaik, Steinzeugung, Thonpfeifen, feurfeste Thon- und Chamottewaaren, Graphitblöcke und Schmelztiegel in Deutschland und Oesterreich-Ungarn mit allen Fabrikmarken in Deutschland und des Vereins Deutscher Fabriken feuefester Producte von der Redaction des Sprechsaal. Coburg. [in German].

9. Adressbuch der Keramischen Industrie (1906) enthaltend die Firmen der Fabriken für Porzellan, Steingut, Fayence, Majolika, Siderolith, Terralith, feines Steinzeug, Oefen, Irdenwaaren, Terrakotta, Fliesen, Mosaik, Steinzeug, Tonpfeifen, Yon- und Schamottewaaren, Graphitblöcke und Schmelztiegel, sowie die, Porzellanmalerein in Deutschland und Oesterreich-Ungarn mit den Fabrikmarken. Neunte Auflage. Herangegeben von der Redaktion des Sprechsaal. Coburg. [in German].

10. Burdzy Maciej. (2025). Dawno temu we Lwowie... Opubl. przez Maciej Burdzy w dniu 6 czerwca 2025. URL: <https://www.zdunskieopowiesci.pl/dawno-temu-we-lwowie/> (access date: 10.03.2026). [in Polish].

11. Burdzy Maciej. (2025). Wyniki wyszukiwania: kaflarni Arnolda Wenera z Glińska, ze składem handlowym we Lwowie. Opubl. przez Maciej Burdzy w dniu 6 czerwca 2025. URL: <https://www.zdunskieopowiesci.pl/wspomnienie-o-kaflarni-arnolda-wenera-z-glinska-ze-skladem-handlowym-we-lwowie/> (access date: 12.03.2026). [in Polish].

12. Franz Rosemarie. (1969). Der Kachelofen. Entstehung und Kunstgeschichtliche Entwicklung vom Mittelalter bis zum Ausgang des Klassizismus. *Forschungen und Berichte des Institutes für Kunstgeschichte der Universität Graz*, Band I. Graz: Published by Akademische Druck- und Verlagsanstalt. [in German].

13. Klajumienė Dalia Akad. Kodėl svarbu tyrinėti XIX a.–XX a. pirmosios pusės koklinių krosnių gamintojų produkcijos ženklimą? *Lietuvos mokslų akademijos*. 2023. URL: https://www.lma.lt/uploads/Pranesimai%20naujienuoms/Akademik%C4%97s%20Dalios%20Klajumien%C4%97s%20straipsnis%20vie%C5%A1inti_01.pdf (access 10.03.2026) [in Lithuanian].

14. Księga Adresowa Krol. Stoł. Miasta Lwowa: rocznik siedemnasty (1913). Wydawca Franciszek Reichman. Adress- u. Geschäfts-Handbuch von Siebzehnter Jahrgang. Heraus. Franz Reichman. [in Polish].

Fabrik keramischer Erzeugnisse in Glinsko
(P. T. u. E.), Galizien, Oesterreich. — Telegr.-
Adr.: Werner Glinsko.

Fabrikat und Export: Kachel- und
Majolikaöfen, Kamine, Steingutgeschirre.
— Malerei. — ca. 35 Arbeiter. — Würde
prämiert in Krakau 1889 ehrenhafte Er-
wähnung; Lemberg 1892 (Werner, Juror.
ausser Preisbewerbung); Lemberg 1891
Staatspreis. — Besteht seit 1883.



I. d. M. gest.



Рис. 1—2. Клеймо заводу керамічних виробів Вернера у Глінсько.

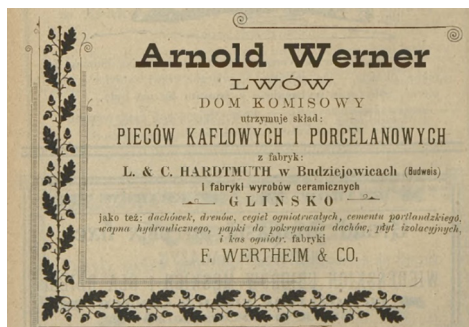


Рис. 3—4. Реклама Комісійного Дому Арнольда Вернера у Львові.



Рис. 5. Реклама торгівлі печами та кахлями Арнольда Вернера та Гардмута у Львові.



Рис. 6. Реклама фабрики Ф. Цандлера з пувівника по Львову. Початок ХХ ст.

Надійшла до редакції / Received: 20.03.2026

Отримана після доопрацювання / Received after revision: 03.04.2026

Прийнято до друку / Accepted for publication: 06.04.2026

Опубліковано / Published: 29.05.2026

Фінансування: відсутнє / Funding: none.

Конфлікт інтересів: автор(и) заявляє(ють) про відсутність конфлікту інтересів / Conflict of interest: the author(s) declare no conflict of interest.

Дотримання етичних норм: дослідження виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності / Ethical compliance: the study was conducted in accordance with the principles of academic integrity.

Дані дослідження: усі дані, необхідні для обґрунтування висновків, наведено у статті / Research data: all data necessary to substantiate the conclusions are presented in the article.