

обязанными доказывать факт совершения неэтичных действий соответствующими психологами и организациями. А если не докажут, то, помимо опровержения соответствующих сведений, РПО может быть обязано возместить причиненные убытки и (или) компенсировать моральный вред.

Очевидно, что положения Этического кодекса нуждаются в корректировках и в приведение в соответствие с действующим российским законодательством.

Список использованной литературы:

1. Этический кодекс психолога [Электронный ресурс] : принят 14 февраля 2012 г. V съездом Российского психологического общества. – Режим доступа: <http://рпо.рф/рпо/documentation/ethics.php>. – Дата доступа: 07.11.2023.
2. Устав общероссийской общественной организации «Российское психологическое общество» [Электронный ресурс] : принят в г. Москва 22 ноября 1994 г. (с изм. и доп.). – Режим доступа: http://рпо.рф/рпо/doc/ustav_rpo_2014.pdf. – Дата доступа: 08.11.2023.
3. Положение об Этическом комитете Российского психологического общества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://рпо.рф/рпо/documentation/polozheniya/pologenie_etick_komitet.php. – Дата доступа: 08.11.2023.
4. Краткий философский словарь / А. П. Алексеев, Г.Г. Васильев и др.; под ред. А. П. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 496 с.
5. Конт-Спонвиль, А. Философский словарь / А. Конт-Спонвиль. Пер. с фр. Е. В. Головиной. – М. : Этерна, 2012. – 750 с.
6. Шойгу, Ю. С. Этические аспекты экстренной психологической помощи представителям разных культур / Ю. С. Шойгу, М. В. Филиппова // Вестник Московского университета. – Серия 14. Психология. – 2015. – № 3. – С. 108–116.
7. Этические вопросы сбора и использования больших объемов данных в психологических исследованиях / Р. В. Лебедева [и др.] // Казанский вестник молодых ученых. – 2017. – №1 (1). – С. 7–13.
8. Этические аспекты получения эмпирических данных в исследованиях по педагогике / Р. В. Лебедева [и др.] // Вестник КГЭУ. – 2017. – №3 (35). – С. 129–136.

УДК 341

Л.П. Станишевская

Белорусский государственный экономический университет

ИЗ ИСТОРИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ТОВАРНЫХ ЗНАКАХ (ДОСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД)

В статье рассматривается эволюция законодательства в сфере охраны товарных знаков в дореволюционный период; прослеживаются исторические этапы; раскрываются их особенности; выявляется преемственность и тенденции, подводящие к действующему законодательству.

Важнейшим средством индивидуализации товаров в современный период, получившим всемирное применение и распространение, является товарный знак. Его истоки обнаруживаются уже в древности, когда человек, стремясь доказать,

что добытые им животные, их выделанные шкуры принадлежат именно ему, начинает ставить на них опознавательные метки в виде рисунков и иных знаков.

Предшественники товарных знаков (клейма) появляются на территории восточных славян вместе с развитием мелкотоварного производства и торговли. Ремесленники, производящие похожую продукцию, ставят клейма на свои товары, чтобы сделать их более узнаваемыми и конкурентоспособными. Со временем маркируются ткани, оружие, строительные материалы и др.

Становление и развитие правовой охраны товарных знаков в России традиционно связывают с принятием Новоторгового устава от 22 апреля 1667 г. [1]. Согласно уставу для предотвращения проволочек на таможне товар подлежал клеймению [2, с. 182]. Наличие клейма свидетельствовало, прежде всего, об уплате таможенной пошлины, т.е. носило фискальный характер, а также позволяло отличать русские товары от иностранных.

Дальнейшее развитие законодательства о средствах индивидуализации связано с изданием в 1744 г. правительственного указа об обязательном клеймении всех русских товаров фабричными знаками. Именно с этого времени начинается собственная история товарного знака [3, с. 67].

В период зарождения мануфактурного производства, вместе с появлением конкуренции между фабриками и мануфактурами, потребность в средствах индивидуализации товаров становится все более ощутимой. 12 августа 1753 г. издается Указ «О подтверждении, чтобы фабриканты печатали на товарах своих клейма на обоих концах каждой штуки».

В следующем (1754 г.) году принимается новый указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными или заводскими знаками, «...чтобы делающиеся на всех имеющихся в Москве и в губерниях фабриках и заводах материи и всякие вещи тщиться приумножить и в лучшую дорогу приводить, дабы со временем впредь заморских не вывозить, и можно бы было довольствоваться своими без нужды» [4, с. 5]. За неисполнение указа предусматривался штраф [2, с. 183]. Однако, в связи с тем, что данный указ четко не оговаривал меры привлечения к ответственности, многие фабриканты, заинтересованные в контрабанде, не ставили клейма на своих товарах.

С 1778 г. в связи с изданием указа Мануфактур-коллегии изготовителям бумаги вменялось в обязанность ставить клейма на свою продукцию. На клеймах проставлялись имя и фамилия производителя, а также указывался год производства бумаги.

В январе 1783 г. Екатерина II издает Указ «О клеймении делаемых на российских фабриках и мануфактурах парчей, глазетов и сирсаков собственными штемпелями фабрикантов, и о наказании не только тех, кои производят заповедные товары, но и тех, кои будут покупать, продавать или носить оные» [5]. Данный указ, направленный на ограничение ввоза из-за границы промышленных товаров, был нацелен на стимулирование развития отечественного производства и торговли. Следует отметить, что клеймение вводилось, прежде всего, для товаров-аналогов, выпускаемых в России, вместо запрещенных к ввозу из-за границы. Образец штемпеля (клейма) в обязательном порядке представлялся в губернское правление по месту нахождения

производства.

Для предотвращения возможных злоупотреблений в 1799 г. Правительствующим Сенатом было предписано ставить клейма на всех российских изделиях. Круг ответственных лиц расширяется, и, как следствие, повышается качество товара. Объем исключительных прав по использованию товарного знака впервые был обозначен через круг лиц, нарушающих права. Собственники фабрик и мануфактур должны были иметь свои штемпели (клейма) [2, с.183-184]. Штемпели представлялись в Губернское правление по месту нахождения фабрики. Их копии отправлялись в Коммерц-коллегию. Несмотря на принятые шаги, производители, стремясь к большим прибылям, нарушали указанные предписания, маркируя свой товар иностранными клеймами. В связи с этим в январе 1800 г. издается указ, предписывающий обязательное клеймение прочными и «никакой утрате неподверженными клеймами» суконных, шляпных, шелковых, позументных, ситцевых, набойчатых, бумажных и полотняных изделий. А Указом от 19 февраля 1801 г. налагается запрет ставить иностранные клейма и надписи на российский товар. Образцы своих изделий фабриканты и собственники мануфактур должны были представлять в Мануфактур-коллегию. Производители, следующие предписаниям ставить клейма, получали таможенные льготы. Так, например, товары, имеющие клейма, не конфисковывались в случае обнаружения их контрабанды.

В соответствии с Указом от 4 февраля 1815 г. всем гражданским губернаторам и губернским правлениям предписывалось клеймить российские изделия. Отсутствие клейма на товаре приравнивалось к ввозу запрещенных иностранных товаров и наказывалось штрафом. Однако, несмотря на указ, ситуация в целом не изменилась.

Новые условия, связанные с обострением конкуренции, сопровождались принятием Сенатом в 1830 г. Положения о клеймении фабричных изделий. В соответствии с данным Положением обязательное клеймение отменялось, в то же время было выделено 43 группы изделий, которые должны были иметь клейма. Положением определялся как порядок наложения клейм, так и порядок регистрации образцов клейм [6, с. 158].

Клеймо содержало имя и фамилию фабриканта, место нахождения фабрики. Если при этом использовался иностранный язык, то на клейме должен был быть русский перевод. Образцы клейма направлялись в Департамент Мануфактур, который выдавал соответствующее свидетельство. Департамент мог отказать в выдаче свидетельства в том случае, если клеймо не соответствовало правилам, указанным в данном Положении, было похоже на одно из ранее утвержденных клейм, было неразборчиво, противоречило нравственности и морали. За подделку клейма предусматривалась ответственность. Так, товар лица, уличенного в подделке чужого клейма, конфисковывался и передавался в собственность владельцу клейма. С иностранного производителя в аналогичном случае (помимо конфискации товара) взыскивалась пеня в количестве пятикратной пошлины. Виновный подвергался также личному наказанию. Лица, зарегистрировавшие клейма,

вносились в реестр производителей (к 1883 г. в реестре насчитывалось уже около 3000 знаков) [7, с. 21].

Т.о., появление данного документа являлось прогрессивным шагом на пути эволюции законодательства о товарных знаках.

В 1838 г. издается Указ «Объявление о фабричных пломбах», устанавливающий запрет на существенное сходство между таможенными и фабричными пломбами. Уголовное наказание за подделку клейм появляется в 1845 г. в Уложении о наказаниях уголовных и исправительных. Начиная с 1857 г., на территории Российской империи постепенно формируется также реестр товарных знаков иностранных производителей.

В 1866 г. принимается Указ «Об изменении некоторых постановлений касательно товаров, пользующихся правом русского происхождения без приложения клейм». Согласно данному документу российские товары свободного и беспошлинного пропускались в страну (в случае предъявления таможенного свидетельства о вывозе товаров из России).

С конца XIX в. начинается второй этап законодательного развития в области товарных знаков. Он характеризуется сближением русского и европейского законодательств. К этому времени в ряде зарубежных стран (во Франции, Италии, Англии, Германии и др.) принимаются законы в области товарных знаков, рассматривающие товарный знак в качестве юридического средства «олицетворения» личности продавца на рынке [8, с. 43].

Рост массового появления однородных товаров сопровождается нарастанием конкурентной борьбы. И, как следствие, 26 февраля 1896 г. принимается закон «О товарных знаках (фабричных и торговых марках и клеймах)». Согласно ст. 1 указанного Закона товарными знаками признаются «всякого рода обозначения, выставляемые промышленниками и торговцами на товарах или на упаковке и посуде, в коих они хранятся, для отличия оных от товаров других промышленников и торговцев». Такое понимание товарных знаков близко по смыслу существующему в настоящее время.

Таким образом, товарный знак с этого времени начинает признаваться в качестве самостоятельного средства индивидуализации товаров. Право на него возникает на основании регистрации заявляемого обозначения в Департаменте промышленности, мануфактур и торговли Министерства торговли и промышленности. На основе регистрации знака выдавалось свидетельство. Срок его действия (от 1 года до 10 лет) зависел от желания просителя и мог быть продлен в последующем. В то же время, использование товарных знаков не было еще обязательно.

Для индивидуализации различных видов товаров одно и то же лицо могло зарегистрировать несколько товарных знаков. Право оспаривания исключительных прав на товарный знак в судебном порядке действовало в течение 3 лет. Показательно, что в товарном знаке запрещалось использовать надписи и изображения, противоречащие общественному порядку, нравственности и благопристойности. Не допускалось помещение на товарных знаках заведомо ложной информации или информации, вводящей потребителя в заблуждение.

В 1912 г. издается закон «О допущении права приоритета на началах взаимности». Согласно указанному закону, граждане государств, заключивших с Россией соглашения о взаимной охране промышленной собственности на началах приоритета, в случае обращения с заявлением о выдаче свидетельства на товарный знак, должны были пользоваться преимущественным правом на получение свидетельства на тот же товарный знак в течение четырех месяцев со дня подачи заявления.

Закон 1896 г. (с изменениями и дополнениями) регулировал правоотношения в сфере использования товарных знаков вплоть до Октябрьской революции 1917 г., которая привела к изменению в стране государственно-правового режима.

Таким образом, история становления и развития правового регулирования товарных знаков в досоветский период прошла два этапа. Первый этап (1667 – 1890-е гг.) характеризуется становлением национального законодательства о клеймении товаров. На втором этапе (1896 – 1917 гг.) наблюдается сближение российского и европейского законодательств.

Список использованной литературы:

1. Свод законов Российской Империи. – М., 1912. Т. 1. // <http://civil.consultant.ru/reprint/books/169/>
2. Палицкая, Т.Р. Марка фирмы: товарные знаки как явление предпринимательской культуры в России в XVII–XIX веков / Т.Р. Палицкая, И.М. Чирскова // Менталитет и культура предпринимателей России XVII–XIX вв.: Сб. статей. – М.: Институт Российской истории РАН, 1996. – С. 181–214.
3. Российское Законодательство X—XX веков: «Законодательство периода становления абсолютизма» том 4 / Под общей редакцией О.И. Чистякова. – М.: Юрид. лит., 1986. – 512 с.
4. Законодательство о фабричных и торговых клеймах в России и за границею. – СПб.: тип. В.Ф. Киршбаума, 1886. – 250 с.
5. Бирюлин, В.И. Товарные знаки в Российской Федерации: сборник / В.И. Бирюлин. – М.: АрбатИнформ, 2004. – 398 с.
6. Панкова, М.Н Эволюция и развитие законодательства о средствах индивидуализации в России / М.Н Панкова // Вестник Военного университета. – 2011. – № 3 (27). – С. 156 – 163.
7. Деноткина, А.В. Правовая Охрана товарных знаков и объектов авторского права: сравнительно-правовой анализ: дисс... канд. юрид. наук: 12.00.03 / А.В. Деноткина. – М., 2017. – 170 л.
8. Новоселова, Л. А. Права на товарный знак : монография / отв. ред. Новоселова. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2023. –144 с.