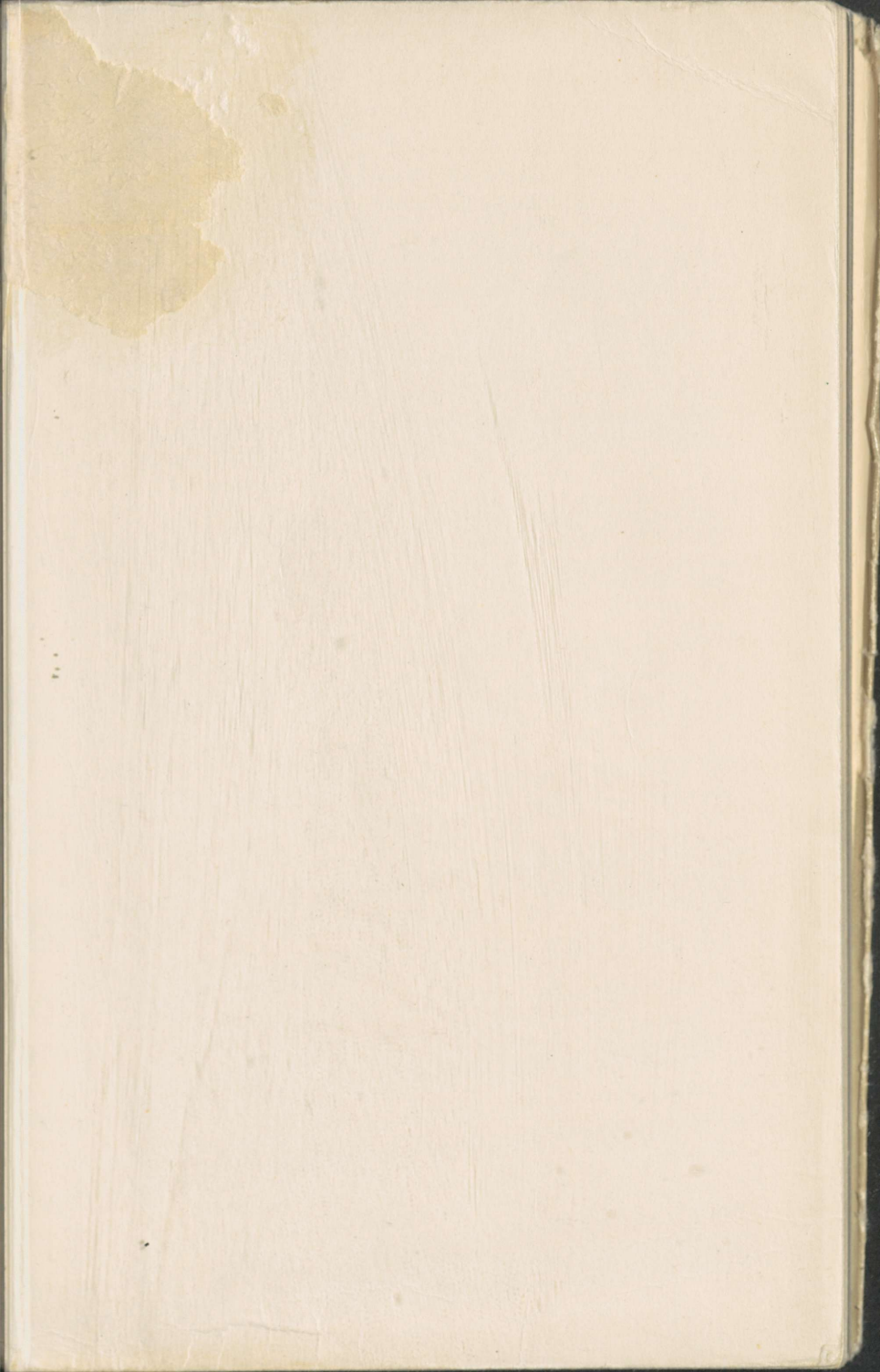





**a. pärlist
riigi visiitkaart**



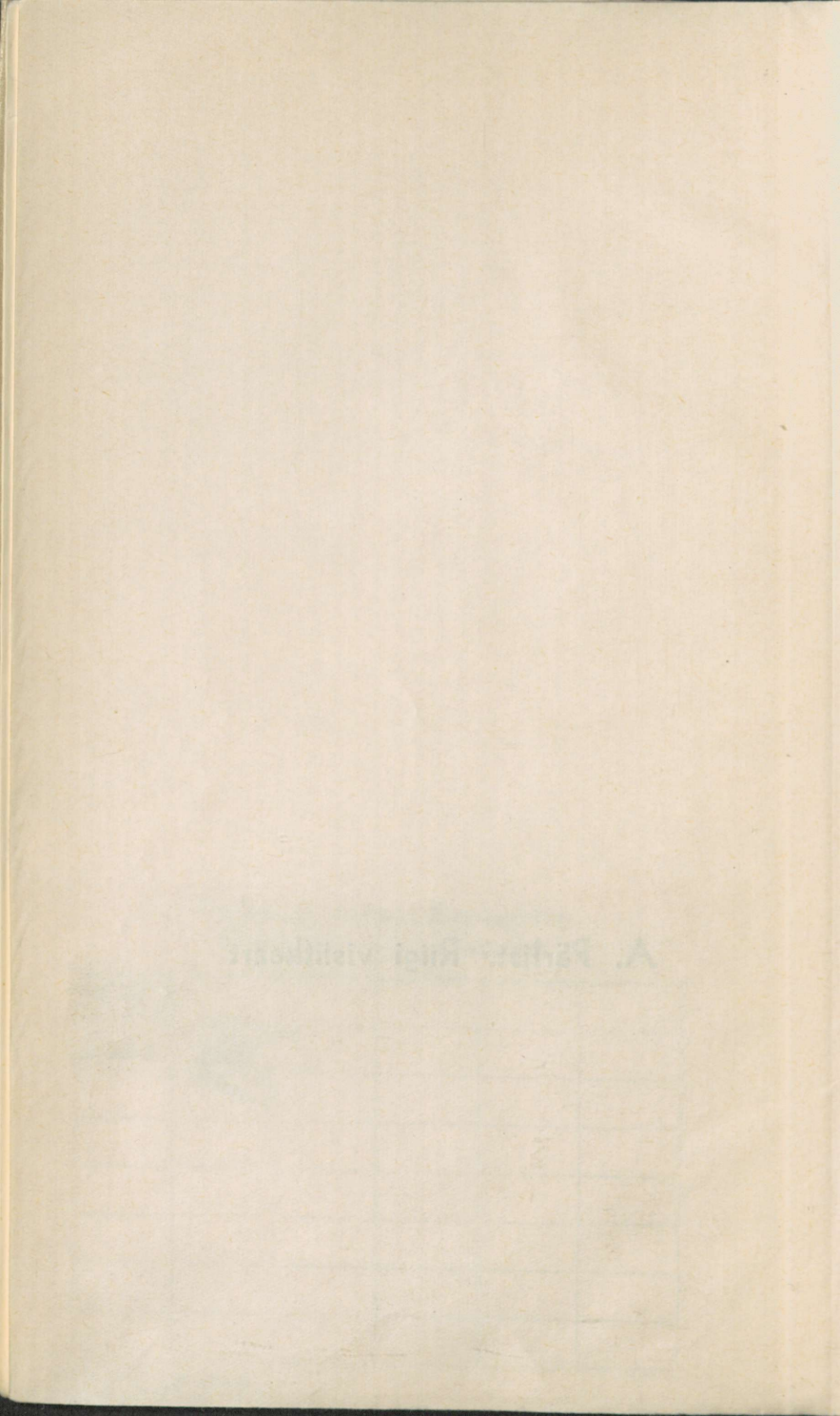
Tagastage raamat õigeaegselt!
Возвратите книгу вовремя!

9777 2021					

A. Pärlist

A. Pärlist. Riigi visiitkaart

Kirjastus „Valgus“ Tallinn 1970



NA

A-30537

A. Pärlist

Riigi visiitkaart

Kirjastus „Valgus“ Tallinn 1970

379.45

P 93

Kunstiliselt kujundanud *M. Kalling*

Tartu Riikliku Ülikooli
Raamatukogu

Postmark on riigi
visiitkaart (G. Dimitrov)

Saateks

6. mail 1970 möödub 130 aastat päevast, mil firma «Perkins, Bacon & Co» trükikojas Inglismaal nägi maailmavalgust tänapäeva postmargi kõige vanem sugulane — *black penny*, nagu filatelistid maailma esimest marki nimetavad.

Umbes ühel ajal esimese postmargi ilmumisega toimus maailmas ka teine tähtis sündmus. Nimelt loodi lennuks kõlbliku raketi projekt. Mõlemad eakaaslased — nii mark kui raketiprojekt leidsid tuliseid poolehoidjaid. Viimased naerdi küll kaasaegsete poolt välja, kuid kumbki grupp ei jätnud jonnki. Mida on saavutanud raketiprojekti toetajad ja edasiarendajad, on kõigile teada. Mida aga on korda saatnud mark ja tema poolehoidjad, seda veel kõik ei tea.

Seejuures on margil keerukas elulugu, seal on olnud rõõmu ja kurbust, hallust ja värvirikkust, tagasihoidlikkust ja ülepakutust. Kuidas mark kõigist raskustest võitu sai ning kes teda seejuures aitasid, sellest on vaja rääkida. Põhjus on selles, et margisõprade-filatelistide arv järjest suureneb ja enamik neist on huvitatud kõigest markidesse puutuvast. Filatelistide hulgas kohtame inimesi paljudelt elualadelt ja igasuguses vanuses. Kui täiskasvanuil neist on võimalus pöörduda nõuannete saamiseks kogenumate filatelistide või olemasoleva muukeelse kirjanduse poole, siis nooremal generatsioonil puudub tihti esimese jaoks julgus, teise jaoks aga teadmised (keelteoskus).

Käesolev raamat püüab veidi vähendada emakeelse kirjanduse vaegsust filateelia osas, andes mõningaid näpunäiteid ja juhiseid «filateeliamaa» tundmaõppimiseks ning heites põgusa pilgu ka margi minevikku, tema praegusesse perioodi ja eeldatavasse tulevikku. Et ükski majapidamine ei saa läbi kõõgita, siis on lühidalt puudutatud ka margiasjanduse «kööki» — markide korraldamist, käsitlemist ja töötlemist.

Raamat on mõeldud põhiliselt noortele ja algajatele filatelistidele, sest ühessegi probleemi ei ole raamatu piiratud mahu tõttu võimalik süveneda, kuid teatavat kasu toob ta loodetavasti kõikidele, kes filateelia vastu huvi tunnevad või selle raamatu mõjul hakkavad huvi tundma.

Kui Euroopas puutub margiga iga päev kokku keskmiselt iga kolmas inimene, siis filatelistideks saab neist ainult osa nimetada, kuid ka filatelistide arv ei ole väike. Maailmas loendatakse praegu 50 miljonit filatelisti. Meil Eestis peaks filatelistide arv umbkaudseil andmeil vastama maailma keskmisele. Käesoleva raamatu eesmärgiks on veidike tõsta seda keskmist meie vabariigis.

Et tegemist on autori teada esimese eestikeelse filateeliaalase raamatuga, siis loomulikult oli selle koostamisel raskusi ning raamat pole kahtlemata vaba mitmetest puudustest, mida autor palub võimalust mööda vabandada.

Autor avaldab tänu staažikale filatelstile August Kesale ja teistele, kes teda käsikirja koostamisel väärtuslike näpunäidetega abistasid. Ühtlasi on autor tänulik kõikidele lugejatele arvamuste ja ettepanekute eest käesoleva raamatu kohta.

1. Filateelia mõiste ja olemus

Kui keegi kirja või mõne muu saadetisega postkontorisse läheb, siis on ta peamiseks mõtteks ja sooviks, et saadetus kiiremini adressaadini jõuaks. Nii oli see minevikus ja nii on see tõenäoliselt ka tulevikus. Missugune on saadetise teekond ja kes selle heaks töötavad, huvitab väheseid. Ainult siis, kui oodatav kiri ei taha pärale jõuda, otsitakse närviliselt postiasutuse telefoninumbrist. Suhteliselt vähe on ka neid, kes täheldavad saadetisele kleebitud paberitükikest, mida nimetatakse postmargiks ehk lihtsalt margiks. Ometi on see osa saadetest küllaltki tähtis, sest ta on postisaadetisele pääsetäheks ülemaailmsesse postiteenistuse süsteemi.

Kuid õnneks on siiski terve hulk inimesi, keda postisaadetise sisu kõrval huvitab ka ümbris, sageli ainult nimetatud paberitükk ümbrisel. Seejuures on viimasel ajal mindud veelgi kaugemale. Selle asemel et huvituda saadestel olevatest postitempliga kustutatud markidest, peetakse marke mõnel juhul hindamisväärseliks ainult siis, kui nad on puhtad, s. t. postitempliga kustutamata või ehedad (kustutusjälgedeta ja rikkumata liimiga).

Inimesi, kes tunnevad huvi postisaadetiste ümbriste vastu üldse ja markide vastu eriti, nimetatakse filatelistideks, nende huviala aga filateeliaks. Sõna «filateelia»

tuleneb kreekakeelsetest sõnadest *fileo* — armastan ja *ateleia* — maksust vabastamine. Filateelia hõlmab kõiki probleeme, mis on seotud postimaksevahendite, esmajoones markide kogumisega, süstematiseerimisega, uurimisega, margialase kirjandusega jne.

Küsimusele, kas filateelia on teadus või mitte, pole kerge vastata. Seepärast lepime ligikaudse määratlusega, et filateelia ei ole küll omaette teadus, kuid selle uurimuslik külg eeldab teadusliku meetodika rakendamist. Tihti küsitakse, millisesse rubriiki paigutada filateelia, kas postiajaloo, üldise ajaloo, tehnika või kunsti valdkonda? Sellele võiks vastata, et ei ole mõtet teda kusagile suruda, sest ta on omaette kategooria, mõiste, mis areneb edasi küllalt jõudsalt ja on ammu minetanud oma esialgse vormi ja ka sisu. Võib koguni öelda, et ta on saavutanud uue kvaliteedi.

2. Filateelia ajalugu

2.1. Margieelne periood

Kuigi oluline osa praegu ilmuvatest markidest läheb vahetult filatelistide kogudesse, ilma et nad üldse postisaadetistele jõuaksid, ei võetud marke tarvitusele muidugi mitte selleks, et rahuldada filatelistide huvi, et üldse neis huvi tekitada või koguni filateliste kui niisuguseid luua, vaid seda tingis ajalooline paratamatus.

Varem elasid inimesed mööda maailma hajali, teadsid vähe teiste, kaugel elavate inimeste olemasolust ega tundnud ka vajadust uurida kirja teel nende elu-olu. Alles siis, kui seoses ühiskondlike formatsioonide muutumisega hakkas arenema kaubavahetus, tekkis vajadus kiiresti ühte või teist asja teada saada. Selleks kasutati vastavate käskjalgade ja virgatsite abi. Rikkamatel feodaalisandatel olid oma käskjalad, kes jalgsi või ratsa, riskeerides oma eluga pidid saadetised adressaatidele kätte toimetama. Et ühiskonna edasisel arenemisel vajadus taoliste sidemeeste järele üha kasvas, siis moodustasid ettevõtlikumad inimesed midagi käskjalgade koondiste taolist ja üürisid käskjalgu tasu eest teadete kandmiseks ühest asustatud punktist teise. Sellise süsteemi alusel rajatigi hiljem riiklikud postiteenistused ja organiseeriti üle riigi postiasutuste



võrk. Alguses paiknesid need asutused peateede ääres, hiljem tungisid aga üha kaugemale sisemaale, olles niimoodi ka üheks kirja- ja trükisõna levitajaks rahva hulgas.

Postiasutustes töötasid riigiteenistujad, kes vastutasid saadetiste heakäekäigu eest. Et aga selliste ametnike ülalpidamine oli seotud kuludega, siis oli tarvis ka tulusid. Selleks maksustati saadetised. Mida kaugemale läks saadetis, seda suurema hulga inimeste käest ta läbi käis ja järelikult seda kallim ta ka oli. Võrdluseks märgime, et tänapäeval võib saata kirja naaberkorterisse ja Vladivostokki ühe ja sama kuluga. Ainult saadetise iseloom (liht-, lennuposti- või tähitud kiri) ning kaal määravad saatekulu suuruse. Kõikide välisriikide jaoks, mis ei kuulu sotsialismimaade gruppi, on samuti kehtestatud ühtne tariif. Nii näiteks maksab lihtkiri Soome ja Austraaliasse ühepalju.

Algul oli raske vältida arusaamatusi, mis tekkisid sellest, et ei teatud, kas antud saadetise eest on juba tasutud või ei ole. Saadetise teistkordne maksustamine võis tähendada suurt skandaali ja postiteenistuse autoriteedi kõigutamist, maksustamata jätmine aga postivalitsuse ilmajäämist õigustatud tulust. Seepärast võeti kasutusele paberiribad, nn. panderollid, mis kleebiti ümber saadetiste

tõendina saatekulude tasumise kohta. Tihti aga pidid saadetiste eest tasuma hoopis nende saajad. Oli ka kurioos-
seid juhtumeid, kus saajad keeldusid saadetiste eest tasu-
mast. Laialt on tuntud lugu šoti sõduriemast, kellele Indias
teeniv poeg regulaarselt kirju saatis. Kirjad küll saabu-
sid, kuid ema keeldus neid vastu võtmast, sest ta oleks
pidanud siis nende eest tasuma. Ja mis seal kirjas siis ikka
sai olla? Poeg oli ju elus ja terve, sest ega ta muidu kirju-
tada poleks saanud. Muud aga ei olnud vaesel emal tar-
viski teada. Sellised adressaadid muutusid riigile pikapeale
kulukaks ja tülikaks.

2.2. Esimene mark ja esimesed margid

Ühest küljest üldine olukord sideteenistuse alal, mis
nõudis reforme, ja teisest küljest eespool kirjeldatud
kurioossete lugude kordumine ajendasidki Inglise posti-
valitsust reformeerima postiasjandust. Kui seni võis saa-
detise eest tasuda kas saatja või saaja, siis nüüd otsustati,
et saadetise eest tasub ainult saatja. Selle tõendamiseks,
et saatekulu on tasutud, soovitas R. Hill juba 1837. aastal
võtta tarvitusele vastavad väikesed paberitükikesed ja
kleepida need saadetistele. Need olidki esimesed postmar-
gid. Et näidata tollaegse kuulsa saareriigi võimsust ka
sel alal, otsustati nendel paberitükkidel kujutada riigi
valitsejat, kuninganna Victoriat. Esimese margi nominaal-
ehk nimiväärtus oli 1 penn ja värvuselt oli ta must. See-
tõttu nimetavad filatelistid teda «mustaks penniks» (*black
penny*). Selle margi saamislugu oli küllaltki keerukas, sest
tolleaegne trükitehnika oli võrdlemisi algeline (tunti pea-
miselt sügavtrükitehnikat). Peale selle konkureeris nime-
tatud margikavandiga terve rida kavandeid, mis hiilgasid
oma originaalsusega. Nimelt soovitati igasuguse mõeldava
ja mõeldamatu kuju ja suurusega marke. Nii näiteks soo-
vitati margina kasutada umbes keskmise ümbriku suurust
Inglise lipu joonist, mille keskele oli ette nähtud tühi koht
aadressi kirjutamiseks (!). Väga palju soovitati ka ümara-
vormilisi marke. Arvestades inglaste konservatiivsust, võib
aga pidada täiesti loomulikuks, et konkursil tuli võitjaks
R. Hilli poolt esitatud nelinurkse kujuga paberitükk, mis
ilmuski 6. mail 1840. aastal. Maaailma esimene mark ei
jäänud üksinda, juba samal päeval sai ta endale kaaslase



Rowland Hill.

samasuguse joonisega, kahepennise nimiväärtusega sinise margi näol.

Huvitav on märkida, et veel sada aastat hiljem, 1940. aasta marginäitusel, mis oli pühendatud maailma esimese margi sajendale sünnipäevale, leidis prantsuse filatelistide akadeemia, et kõige ilusam mark sellel näitusel on maailma esimene. Kas ka veel praegu, ligikaudu 30 aastat hiljem samal arvamusel ollakse, on raske öelda, sest vahepeal on trükitehnika teinud suuri edusamme. Kindel on aga see, et tagasihoidlikkuse ja soliiduse mõttes ei ole tänapäeval maailma esimesele margile konkurente kerge leida.

Maaailma esimesele margile (vt. tahvel I) oli peale kuninganna portree ja nimiväärtuse trükitud veel sõna *Postage*,

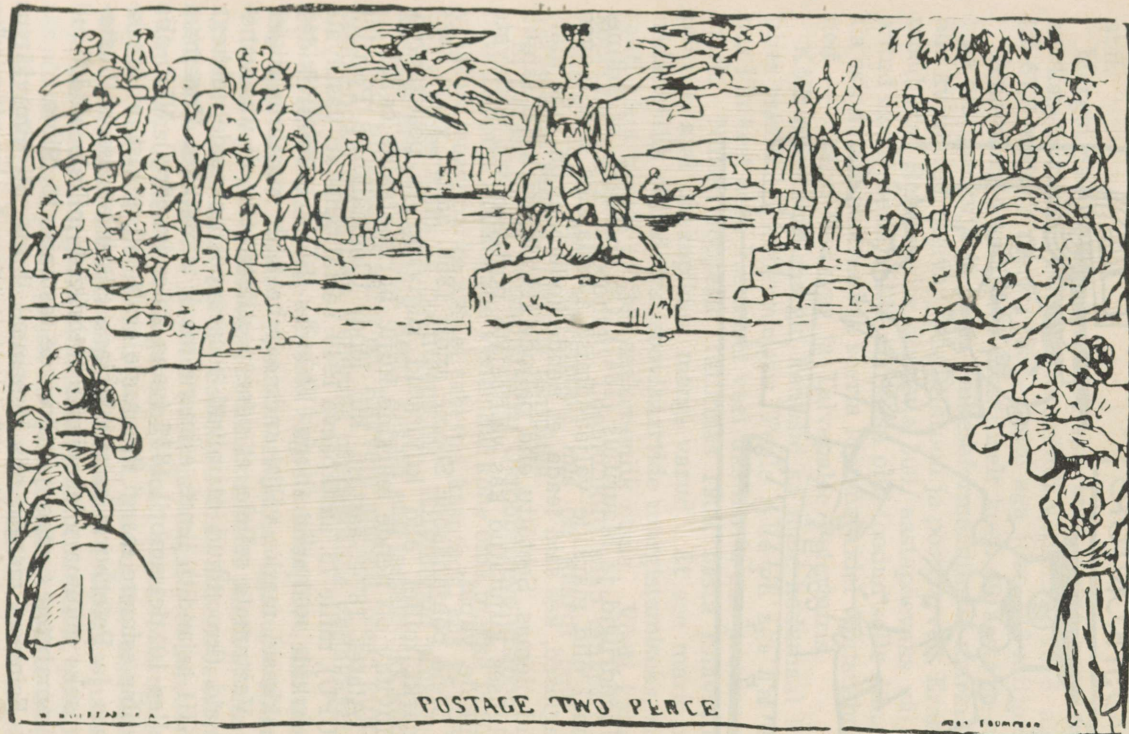
mis tähendab postimaksu, saatekulu. Kui vaatleme tänapäeva marki, siis näeme sellel nimiväärtust, mingit pilti ja väljaandja (riigi) nimetust. Maailma esimesel margil viimane puudus. Eeldati vist, et kõik, kes marki näevad, tunnevad kuninganna Victoria ära, või arvasid inglased, et ega teised riigid peale nende oma margi väljalaskmisega hakkama saa. Sellele traditsioonile on inglased tänapäevani truuks jäänud — veel praegugi puudub Inglise markidel riigi nimetus.

Eespool toodud aastaarvudest nähtub, et alles kolm aastat pärast seda, kui soovitati mark kasutusele võtta, nägi ta maailmavalgust. Kuigi margi esikülg oli korras, oli raskusi tagaküljega, sest sellise liimi valmistamine, mis oleks normaalselt mittekleepuv, oli küllaltki keerukas. Seetõttu moodustati erikomisjon vastava liimi loomiseks ja uurimiseks. Et kirjanik C. Dickensile tundus see mõtetetu, siis avaldas ta tolelaegses ajakirjanduses artikli pealkirja all «Briti liimi suur saladus». Lõpuks siiski saadi liimiga hakkama, kaeti sellega markide tagakülg ning margid lasti müügile. Nüüd aga tekkis küsimus, kuidas liimi niisutada, et marki saadetisele kleepida. Paljud tõmbasid lihtsalt keelega üle margi, nagu seda veel tänapäevalgi tihti näeme. Alles hiljem muretseti postkontoritesse vastavad niisutusnõud.

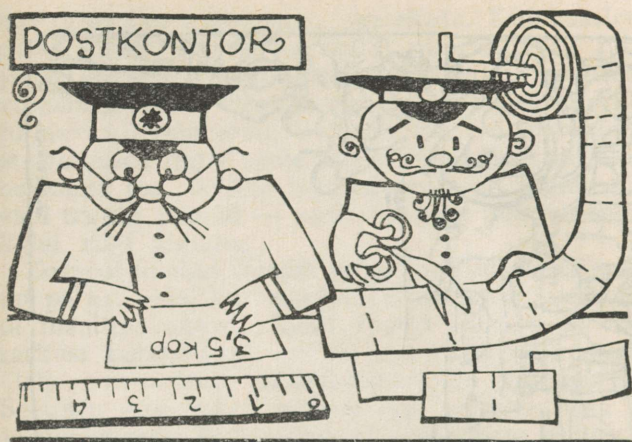
Et esimesed margid ilmusid perforatsioonita (hammastuseta), siis oli tarvis kääre nende eraldamiseks suurtest poognatest (maailma esimesed margid ilmusid poognates, milles oli 240 marki). Ühed sellised käärid leiti 1942. aastal ühe postiteenistuja juurest ja saadeti kui reliikvia Londoni Kuningliku Filatelistide Ühingu muuseumile, kus neid võib veel tänapäevalgi näha.

Vaatamata sellele, et täpselt samal päeval, kui ilmus maailma esimene mark, ilmusid ka kaks ümbrikku, millele olid samuti peale trükitud nimiväärtused 1 ning 2 penni, ja et R. Hill hoolitses nende tuleviku eest isegi rohkem, ei suutnud need võistelda esimeste markidega ja kadusid peagi käibelt. Need ümbrikud on läinud filateelia ajalukku oma kunstilise kujundaja nime järgi Mulready ümbrikena.

Inglismaale järgnesid markide väljaandmise alal peagi teised riigid. 1843. aastal ilmusid margid Šveitsis, 1849. aastal Baieris, Belgias ja Prantsusmaal. Teisel pool ookeani oli kõige virgem Brasiilia (1843), järgnesid Ameerika



Mulready ümbrik.



Ühendriigid ja Mauritius (1847). On andmeid, et mitmel maal olid markide väljaandmise ajendajaiks seal elavad inglased, kes said teada, et nende kodumaal on juba margid olemas. Seetõttu olid paljude riikide markidel samuti alguses kujutatud kas valitsejate portreed või vastavate riikide vapid.

Meie põhjanaaber Soome andis 1856. aastal välja kaks marki, millel olid kujutatud riigivapp ja postisarved. Huvitav oli nende markide kuju: horisontaalne ovaal.

Alates 1874. aastast, kui loodi Ülemaailmne Postiliit (UPU), mille 75. aastapäeva 1949. aastal tähistati vastavate markide väljaandmisega kõikides liidu liikmesriikides, hakkasid marke välja andma juba kõik maailma riigid.

Vaatamata sellele, et vene postiteenistus oli üks vanemaid (kroonikud mainivad seoses postijaamade tekkega XIII sajandit), ilmus esimene mark tsaristlikul Venemaal alles 10. detsembril 1857 (vana kalendri järgi). Võib-olla viibis esimese margi ilmumine osalt sellepärast, et Moskvas ja Peterburis hakati kirjade edasisaatmise hõlbustamiseks müüma viiekopikasi ümbrikke, millele oli löödud ümmargune tempel postikulude tasumise tõendina.

Esimesel margil, mis Venemaal ilmus, oli nimiväärtus 10 kopikat ja ta oli määratud riigisiseseks kasutamiseks. Nagu paljude teiste riikide esimesed margid, oli ka see

mark perforatsioonita ja ta tuli poognast eraldada kääride abil.

Margid olid küll uudisesemeteks, kuid nende populaarsus kasvas kiiresti. Nii näiteks müüdi Venemaal 1878. aastal 67,3 miljonit marki, 1887. aastal aga juba 122 miljonit.

Vene margid säilitasid praktiliselt kogu 60 aasta kestel oma esialgse kuju ja pildi. Väikeseformaadilistel markidel olid kujutatud riigivapp, tsaarikroon ja postisarved. Erandi moodustas Romanovite dünastia 300. aastapäevaks väljaantud margiseeria, mille markidel olid toodud selle dünastia esindajate portreed ja seeria lõpumarkidel valitsushooned — Kreml Moskvas ja Talvepalee Peterburis.

Kõik nimetatud margid kehtisid ka meie kodumaal kui ühes tsaaririigi kubermangus. Peale selle oli aga Tallinnas lühikest aega kasutusel veel üks mark, nn. provisoor-mark. Nimelt lõppesid Tallinnas 1909. aasta lihavõttepühade ajal ühekopikase margi varud. Et see mark oli hädavajalik pühadeõnnesoovikaartide margistamiseks, siis tehti sõna tõsisel mõttes saalomonlik otsus. Võeti kahekopikane mark ja poolitati. Loomulikult saab tänapäeval hinnata ainult neid margipooli, mis on kaardi peal ja varustatud selgesti loetava templiga.

Et pärast Suurt Sotsialistlikku Oktoobrirevolutsiooni ei olnud noorel Nõukogude Venemaal kohe oma marke võtta, vihatud tsaarimärke aga ei tahetud kasutada, siis kehtestati alguses maksuta postiteenistus. Kujunenud olukorra kasutas ära ka kodanlik Eesti, kes oli end iseseisvaks kuulutanud, ning andis välja nn. Rakvere margid. Need kujutasid endast tsaristliku Venemaa panderollide väljalõikeid pealetrükiga ^{Eesti} (Rakvere). See oli kohalik väljaanne, mis nägi maailmavalgust sealse postkontoriülema agaruse tõttu. Viimane aga ei rahuldanud kodanliku Eesti postivalitsust. Otsustati luua oma mark. Selleks sõideti 22. novembril 1918 ühte trükikotta ja öeldi selle juhatajale, et viimane valmistaks vahendi, millega saaks posti saata. Missuguse kujuga see pidi olema, mis paberist, missuguse tekstiga, seda ei teadnud tellijad isegi. Nii otsustas trükikoja juhataja kasutada margi kujundamisel trükiornamente, paigutas sõnad «Eesti post» ja «5. k.» (viis kopikat) kohale ning tegi äratõmbe. Nii loodi esimene kodanliku Eesti mark vähem kui tunniga. See oli perforatsioonita ja värvuselt roosakaspunane.

Hilisemate markide kujundajaiks olid juba kunstnikud, samuti anti neile kavandite valmistamiseks rohkem aega. Seetõttu osutusid need margid ka õnnestunumateks.

Huvitav on märkida, et peale ametlike instantside hakkasid kodanlikus Eestis ka mõned «ettevõtlikud» eraisikud välja andma marke, mida välismaal peeti üsna kaua ametlikeks väljaanneteks. Alles ametivõimude vahelesegamine aitas selgust luua ja isehakanud margiloojaid paljastada.

2. 3. Esimesed filatelistid

Kui esimese margi ilmumise aeg on ametlikult fikseeritud, siis esimese filatelisti tekke aega on väga raske selgitada. Palju on seda küsimust uuritud, kuid ammendavat vastust ei ole saadud. Kindel on ainult see, et esimene filatelist sai tekkida alles siis, kui olid ilmunud esimesed margid.

Mitmesugustes satiirilõhnaga artiklites kirjutati üsna varsti pärast esimese margi ilmumist inimestest, kes korjasid (mitte kogusid) marke ja kasutasid neid väga omapäraselt. Juba 1841. aastal kuulutas üks noormees inglise ajalehes «Times», et ta kavatses tapetseerida oma magamistoa markidega ja tänu sõprade abile on tal neid olemas juba üle 16 000. Et aga sellest ei piisa, siis palub ta kõiki talle kaasatundvaid inimesi veelgi saata talle marke idee realiseerimiseks. See tapeet, kui ta veel olemas oleks, maksaks tänapäeval palju rohkem kui kogu ülejäänud maja. Täpselt analoogiline oli ühe daami soov, kes tahtis oma vannitoa seinad katta markidega.

Kuid peale tapeedi kasutati marke ka ahjuvarjude, karpide, lambivarjude ja koguni ülikondade valmistamiseks. On veel teada, et 1851. aastal avaldas üks Londoni raamatukaupmees reklaamkuulutuse, milles teatas, et ta kauplus on dekoreeritud 800 000 margiga.

Esimesi andmeid tõsistest filatelistidest seostatakse ajaga umbes 10 aastat pärast esimese margi ilmumist, seega 1850. aastaga. Tõsiseks filatelistiks võis nimetada seda, kelle kogus oli esindatud enamik tolle ajani ilmunud erinevaid marke. See ei olnud sugugi raske tingimus, sest aastail 1840...1844 ilmus 16, aastail 1845...1849 aga 28 marki, seega kokku 10 aasta vältel 44 marki. Suhteliselt tagasihoidlikus tempos möödus veel mõni aeg. Siis aga hakkas ilmuvate markide arv kiiresti kasvama ja püüab

kramplikult seda joont säilitada ka käesoleval ajal. Mitteametlikel andmeil on kogu maailmas seni ilmunud ligikaudu 200 000 erinevat marki.

Nimeliselt mainitakse ühe esimese filatelistina prantslast Victor Vecel'i, kelle kohta räägitakse koguni, et ta olevat hakanud marke koguma kohe pärast esimese margi ilmumist, s. t. 1840. aasta maikuust alates. Sellest asjaolust näeme, et filateelia muutus kiiresti populaarseks ka väljaspool margi sünnimaad. Teistest varajastest filatelistidest võiks nimetada J. Moensit Brüsselist ning J. van der Becki Venemaalt, kes olevat alustanud margikogumist 1854. aastal.

Kui esimesed filatelistid olid mehed, siis järgmiste hulgas kohtame ka juba naisi, kellest prantslanna madam Borchard on eriti tuntud selle poolest, et ta avastas suure hulga kõige haruldasemaid marke (Mauritiuse esimesi marke) ning vahetas neid tunduvalt väiksema väärtusega markide vastu, sest tema primitiivses albumis ei olnud nende harulduste jaoks kohta ette nähtud...

Erinevalt nimetatud profaanist (võhikust) filateelias olid kaks teist naisfilatelisti palju suuremate teadmistega. Üks neist — A. Fenton tegi edukalt kaastööd tolleaegsetele filatelistlikele ajakirjadele «The Stamp Collector's Magazine» ja «The Philatelist», teine — C. Tabay oli üks esimesi Londoni Filatelistide Ühingu liikmeid ja avaldas uurimuse Lääne-India markide kohta.

Kui esimesed artiklid postmarkide kohta ilmusid ajakirjanduses juba 1840. aastal, siis esimene puhtfilatelistlik ajakiri, «The Monthly Advertiser», alustas ilmumist alles 15. detsembril 1862 Inglismaal, Liverpoolis. Saksa maal ilmus esimene filatelistlik ajakiri «Magazin für Briefmarken-Sammler» 1. mail 1863 Leipzigit, Ameerikas «The Stamp Collector's Record» 1864. aastal Montrealis. Mida aasta edasi, seda rohkem hakati välja andma eriajakirju. Tänapäeval ilmub neid mõnes riigis koguni mitu.

Filatelistlikus ajakirjanduses valgustati mitmesuguseid probleeme. Kõigepealt selgitati, kuidas tuleks marke koguda, s. t. käsitseda ja säilitada. Selle põhjuseks oli asjaolu, et tihti mark lihtsalt rebiti ümbriku või ümbriku pealt ära, kusjuures teda muidugi kahjustati tugevasti. Kui hakkasid ilmuma hammastatud margid, siis lõigati markide hambad mõnel juhul enne kogusse paigutamist

ära. Margikogud kujutasid enesest algelisi vihikuid või kaustikuid, millesse margid olid kleebitud otseselt tagakülje liimiga katmise teel. Sellisest kogust margi kättesaamine oli omaette probleem. Et kaupmehed taolist moodust ei saanud kasutada, siis pidid nad leidma hõlpsama ja parema. Ning leidsidki. Margid kinnitati nõõpnõelte abil tahvlikestele või plaatidele. Loomulikult on kõik selliselt «eksponeeritud» margid meie mõiste järgi praakeksemplarid, mille koht ei ole margikogus.

Eespool nimetatud ajakirjade ümber koondus üha rohkem filateliste, saadi aabitsatarkusi ning hakati kõiki kättejuhtuvaid marke koguma. Mida aasta edasi, seda rohkem ilmus marke ja varsti ei teatudki enam, kui palju on mingis riigis marke ilmunud. Tekkis vajadus kõikide seni ilmunud markide süstematiseeritud nimekirja järele. Selle koostas esimesena 1861. aastal Strasbourgis O. Berger-Levrault. Juba sama aasta lõpul ilmus Prantsusmaal veel teine margikataloog, nn. «Potiquet», milles olid andmed 973 margi kohta. Paar aastat hiljem, 1863. aastal ilmus esimene kataloog ka Saksamaal. Enamik tänapäeval ilmutatud katalooge on pärit hilisemast ajast. Nii näiteks hakkas kataloog «Lipsia» ilmuma 1950., «Zumstein» 1911., «Michel» 1910. ning «Yvert & Tellier» 1906. aastal.

Kuid ajakirjad ja kataloogid ei rahuldanud enam filateliste organisatsioonilises mõttes. Tekkis vajadus oma koondeste järele. 1865. aastal asutatigi Pariisis esimene filatelistide ühing, mis siiski tegutses ainult mõned kuud. Üldse aga võib prantsuse filatelistide poolt algatatud «margimaaniat» (*timbromanie*) võrrelda metsatulekahjuga. Nii kiiresti levis see üle Euroopa kontinendi.

Siin ja seal tekkisid filatelistide koondised. Teisel pool ookeani, eemal otsesest Euroopa tulekahjust, loodi 1868. aastal New Yorgis organisatsioon «Philatelic Society».

Kõige kaalukamaks organisatsiooniks võib aga lugeda 1869. aastal Londonis asutatud ühingut «Philatelic Society, London», mida nüüd nimetatakse «Royal Philatelic Society». Selle ühingu liikmeid võib kohata paljudes maailma riikides. Saksamaal asutati esimesed ühingud 1869. ja 1871. aastal, kuid aasta pärast need lagunesid. Seejärel loodi uued: 1871 «Berliner Briefmarkenverein», 1872 «Hamburger Philatelistenclub» jt.

Tsaristlikul Venemaal asutati Moskvas 1883. aastal kolleksionääride ühing 20 liikmega. Võrdluseks ütleme, et

praegu on Moskvas rohkem kui 7000 organiseeritud kolleksionääri.

Eespool on küll toodud andmeid ametlike organisatsioonide kohta, kuid tegelikult oli üheks esimeseks organisatsiooniks mitteametlik «Margisõprade Klubi», mis tegutses kuuekümnendate aastate algul ühe Londoni filatelisti juures kodus.

Kõik eeltoodu kandis siiski stiihilisuse ja juhuslikkuse pitsert, sest ei olnud välja kujunenud põhialused, mille järgi oleksid võinud joonduda organisatsioonid ja üksikfilatelistid. Alles prantsuse filatelist doktor Legrand püüdis filateeliale rajada teaduslikku alust. Ta leiutas 1866. aastal hammastusmõõturi ning aasta hiljem koostas käsi-raamatu vesimärkide kohta. Ehkki margid olid alles äsja ilmuma hakanud, võltsiti neid juba. Nimetatud nähtuse vastu võitles ameeriklane E. Pemberton, kes kirjutas ühe esimesi filateeliaalaseid raamatuid pealkirjaga «Võltsitud postmargid ja nende kindlakstegemise võimalused». Selles raamatus kohtame juba teaduslikku metoodikat filateelia heaks tegutsemas.

Kui möödunud sajandi kuuekümnendail ja seitsmekümnendail aastail ei olnud eriti raske omandada peaaegu kõiki maailma marke, siis käesoleval ajal on paljude tolle perioodi markide muretsemine praktiliselt võimatu, rääkimata kõikidest markidest, mis on senini ilmunud.

Miks see siis nii on? Miks on nende markide saamine nii raske? Sellele küsimusele on püütud allpool vastata.

Teatavasti ilmusid Inglismaal esimeste markidena must ühepennine ja sinine kahepennine mark. Nende tiraažid olid küllalt suured ja nende muretsemine on tänapäevalgi reaalne. Märksa raskem on aga olukord mõningate väiksemate riikide esimeste markide puhul. Nii näiteks on Mauritiuse saare esimest kahte marki (vt. tahvel IX) tänapäevani säilinud ainult 25 eksemplari. Nimelt on praegu teada 13 «punast» (1 p.) ja 12 «sinist Mauritiust» (2 p.), nagu filatelistid neid haruldusi nimetavad. Ometi trükiti neid kumbagi mitukümmend korda rohkem (täpsemalt 500 tk.). Kuhu siis kadusid ülejäänud margid? Eks paberikorvi või visati lihtsalt ära nelja tuule poole, sest ega kõik, kes kirju said, polnud ju filatelistid. Uurimiste tulemusel on nende markide saamislugu üldiselt teada, kuigi mõningad asjaolud on segased. Ja mida aasta edasi, seda rohkem fantaseeritakse selles valdkonnas. Kindel on aga see, et mar-

kide kliše valmistamise ülesande sai kohalik juveliir Joseph Barnard. Viimane püüdis matkida Inglise esimesel markidel olevat kuninganna Victoria portreed, mis aga heale tahtele vaatamata ei õnnestunud kuigi hästi. Peale selle on markidel sõnade «POST PAID» (saatekulud tasutud) asemel millegipärast sõnad «POST OFFICE» (postkontor). Erinevalt Inglise markidest on Mauritiuse markidel ka riigi nimetus. Huvitav on märkida, et juveliir sai oma töö eest tasuks 10 naela 10 šillingit, kuna markide koguväärtus oli ainult 6 naela 5 šillingit. Vaevalt et tänapäeval keegi selliste tingimuste korral marke trükiks. Markide valmistamist kiirendas arvatavasti asjaolu, et Mauritiuse kuberneri abikaasa leedi Gomm kavatses 1847. aasta septembris korraldada suurejoonelise balli, mille külalistele ta tahtis kutsed saata markidega varustatud ümbrikes. Margid saadetigi kutsetega laiali, ball toimus ja neist markidest ei teadnud enam keegi midagi. Alles 1864. aastal leidis eespool mainitud madam Borchard oma surnud mehe kirjavahetuse hulgast ümbriku sinise ja punase Mauritiusega. Hiljem oli sel daamil õnn avastada veel kümnekond Mauritiuse marki, mis leidsid tee XIX sajandi suurimatesse margikogudesse.

Taolisi tõsielust ja legendidest läbipõimunud lugusid võiks jutustada peaaegu iga haruldase margi kohta, kuid see ei kuulu käesoleva raamatu ülesannetesse. Tahaks veel ainult lühidalt puudutada marki, mille kohta võib öelda «maailma kalleim» ja «ainuke maailmas»...

Jutt on nimelt Briti Guajaanas 1856. aastal ilmunud punase värvusega margist, mille nimiväärtus on 1 sent. Selle margi ainsa seni teadaoleva eksemplari leidis 1872. aastal keegi koolipoiss, kes müüs selle mõne šillingi eest ühele margikogujale. Et margi välimus oli rohkem kui tagasihoidlik ning tema unikaalsus ei olnud tol ajal teada, siis kõhkles ostja sellegi hinna maksmisel. Olles aeg-ajalt omanikku vahetanud, jõudis mark lõpuks kuulsa filatelisti Ferrari kogusse. Pärast Ferrari surma rändas ta ameeriklasest miljonäri Arthur Hindi kogusse. Hind ei hoidnud seda aaret luku taga, vaid andis seda meelsasti kasutada näitustel eksponeerimiseks. Pärast Hindi surma ei leidunud inimest, kes oleks oksjonil tasunud selle margi eest nõutava hinna. Ka tolleaegne Inglise kuningas George V, kes oli tuntud suure margikogu omanikuna ja väga suure eriteadlasena filateelia valdkonnas, ei ostnud seda. Vii-

maste andmete järgi müüs Hindi abikaasa nimetatud margi 1940. aastal 40 000 dollari eest kellelegi tundmatuks jääda tahtvale filatelistile. Selle margi praeguse hinna kohta on raske midagi öelda ning seetõttu on tema hind enamikus margikataloogides targu märkimata jäetud.

Euroopa markidest on «ainuke maailmas» Rootsi kolmeskillingine värvivigatrükk aastast 1855. Nimelt trükiti see mark ekslikult kollasena rohelise asemel. Ka see mark, mille elukäik on samuti kirev, jõudis lõpuks Ferrari kogusse. Pärast Ferrari surma käis ta läbi mitmetest kätest. Lõpuks moodustati Rootsis ühing, kes ostis selle margi ta viimaselt omanikult ja andis üle Rootsi Postimuseumile. See peaks olema õige koht sellisele haruldusele, sest nüüd on kõigil rootslastel võimalus seda marki näha ja eks lõpuks Rootsi mark peaks asuma Rootsis.

Eespool kohtasime nime Ferrari. Jäi mulje, et peaaegu kõik hinnalisemad margid on läbi käinud Ferrari käest. Kes oli see mees ja kuidas oli ta seotud filateeliaga?

Philippe la Rénotière de Ferrari oli ja tõenäoliselt ka jääb kõikide aegade suurimaks filatelistiks. Seetõttu on ta elust ja tegevusest loodud lausa legende. Õnneks aga on ka faktilisi andmeid, millest piisab, et temast ettekujutust saada.

Ferrari sündis 1848. aastal. Rahvuselt oli ta itaallane ning pärines väga rikkast perekonnast. Juba varakult, 1859. või 1860. aastal hakkas ta marke koguma. Huvi markide vastu kasvas kiiresti, sest kõike, mida ta nägi, võis ta osta. Pariisis tutvus ta ühe margikaupmehega ja määras selle 1874. aastal oma tohutu kogu järelevaatajaks. Avalikkusele oli ta tundmatu ega armastanud endast rääkida, aga kui ta vahel harva filatelistlikus ajakirjanduses mõne artikli avaldas, siis ilmnis selgesti ta tohutu eruditsioon sel alal.

Peale eespool nimetatud Briti Guajaana margi ja Rootsi kolmeskillingise vigatrüki kuulusid Ferrari kogusse mitmes eksemplaris «sinine» ja «punane Mauritius». Üldiselt ei müünud ta ühtegi oma dublettmarkidest, vaid vahetas neid talle vajalike markide vastu.

Ferrari elas peamiselt Prantsusmaal, kuid reisis haruldaste markide otsinguil palju ringi. Ta kogu asus kahes toas. Üks nendes ruumides käinu jutustas, et toa kolme seinat olid paigutatud kapid, mille riiulid olid jagatud umbes 20 cm laiusteks lahtriteks. Margid olid kahes reas

kinnitatud paksu paberi ribadele, mille ülemisse ossa olid kirjutatud kõik andmed vastavate markide kohta. Nimetatud ribad olid paberist ümbrikes, mille peale oli kirjutatud riigi ja väljaande nimetus. Ümbrikud asusid riuleil järjekorras. Ülemistele riulitele olid paigutatud dublett-margid.

Ferrari täiendas oma kogu väga lihtsalt. Kui kusagil müüdi marke oksjonil, siis Ferrari maksis alati veidi rohkem, kui jõudsid teised, ning saigi margid endale.

Pärast Esimese maailmasõja algust kolis Ferrari Saksa alamana neutraalsesse Šveitsi, kuid pidi peaaegu terve oma margikogu Pariisi jätma. Kaotanud lootuse seda veel kord näha, suri ta 1917. aastal. Testamendi järgi jättis ta oma kogu Berliini Postimuseumile. Prantsuse valitsus aga rekviireeris selle sõjakulude katteks ning laskis avalikel oksjonitel müügile.

On väga kahju, et selline ainulaadne kogu läks nelja tuule poole laiali, sest nii mõnigi Ferrari kogu uunikumidest on Euroopa sõjatandritel igaveseks kaotsi läinud ning tulevastel põlvedel on jäädavalt kadunud võimalus neid marke näha.

2.4. Sajandi vahetus

Oma olemasolu algperioodil ilmusid margid vastavalt otsele vajadusele postisaadetiste maksustamise alal. Neil olid kujutatud enamasti riigivapid ja valitsejate portreed, mille kõrval esines ka mitmesuguseid sümbolseid jooniseid. Mitte mingisugused sündmused maailmas või antud riigi elus ei kajastunud markidel. Et margid olid seetõttu peamiselt kviitungid postikulude tasumise kohta, siis tundsid filatelistid huvi ainult postitempliga või mõnel muul viisil kustutatud markide vastu. Alles siis, kui hakkas leiduma inimesi, kes hindasid marki kui pilti, tundmata huvi selle vastu, kas ta kunagi on täitnud või saab täita oma põhiülesannet, levis puhaste, s. t. kustutamata või ehedate markide kogumine. See oli tingitud mälestusmarkide ilmuma hakkamisest.

Esimese mälestusmargi maailmas andis välja 1871. aastal Peruu valitsus seoses raudteeliini rajamisega Lima ja Callao vahele. Seejärel ilmusid mälestusmargid Inglismaal (1887... 1892) seoses kuninganna Victoria 50. valitsemis-

aastaga. 1891. aastal ilmusid mälestusmargid Rumeenias Karl I 25-aastase valitsemisjuubeli auks ning 1893. aastal tähistati Ameerika Ühendriikides 16-margilise seeriaga 400 aasta möödumist Ameerika avastamisest. Pärast seda hakkas mitmesuguseid mälestusmarkide seeriaid ilmuma üha sagedamini ja praegu toimub ühegi riigi elus vaevalt mingit tähtsat sündmust, mille puhul ei anta välja kui just mitte tervet margiseeriat, siis vähemalt ühte mälestusmarki.

Alguses olid filatelistid rõõmsad, sest iga uus mark oli eelmisest nägusam, olemasolevate markide üldarv aga oli veel suhteliselt väike ja kogumine seetõttu küllaltki igav. Kuid mida päev edasi, seda tõsisemaks tõmbusid filatelistide näod, sest tihti võis näha, kuidas üks või teine margiseeria ilmus ainult selleks, et filatelistide taskust raha välja meelitada. Juba 1905. aastal kirjutati, et markide emissioon on muutunud mõnedele riikidele tuluallikaks. Eriti massiliselt ilmus möödunud sajandi lõpul marke nii-sugustes riikides nagu Salvador, Nikaraagua, Honduuras, Ekuador jt.

Järgmiseks lõögiks filatelistidele oli see, et hakkasid ilmuma juurdemaksuga margid. Esimesed sellised ilmusid 1897. aastal Victorias Inglise kuninganna 60. valitsemis-aasta auks. Ühe margi postiväärtus oli 1 penn, ostmisel aga tuli tasuda 1 šilling, seega moodustas juurdemaks 11 penni; teine mark, mille postiväärtus oli $2\frac{1}{2}$ penni, maksis $2\frac{1}{2}$ šillingit, nii et juurdemaks oli 2 šillingit $3\frac{1}{2}$ penni. Mõlema margi juurdemaks oli ette nähtud heategevaks otstarbeks. Nendele markidele ei ole veel juurdemaksusummat märgitud. Hilisematel juurdemaksuga markidel on peale postiväärtuse ühel või teisel viisil näidatud ka juurdemaksusumma. Euroopas oli esimeseks juurdemaksuga markide seeriaks Venemaal 1905. aastal ilmunud nelja-margiline mälestussammaste seeria, mille ostmisel tuli maksta iga margi eest 3 kopikat postiväärtusest rohkem. Eriti läksid juurdemaksuga margid moodi pärast Esimest maailmasõda. Juurdemaksusumma võis minna igasuguseks otstarbeks: kirikute taastamiseks, relvastusfondi, loodus-õnnetuste ohvreile, sõjainvaliididele, üldse heategevaks otstarbeks ja ka mitmesuguste filatelistlike ürituste — näituste ja konverentside korraldamiseks.

Juurdemaksuga margid ei jõudnud veel õieti levidagi, kui hakati välja andma blokke (vt. lk. 42), mis on juba

ainult filatelistide jaoks valmistatavad tooted. Esimene blokk ilmus 1923. aastal Luksemburgis printsess Elisabethi sünnimise auks. Sellele järgnesid blokid Belgias 1924., Prantsusmaal 1925. ning Ameerika Ühendriikides 1926. aastal. Eriti palju on blokke välja antud pärast Teist maailmasõda, kusjuures nad on juba ilmumisel sageli väga raskesti kättesaadavad, rääkimata hilisemast ajast. Kui varem tähistas suhteliselt suur osa ilmuvatest blokkidest marginäitusi ja muid filatelistlikke üritusi, siis nüüd ilmuvad blokid kõige sagedamini seoses mitmesuguste spordisündmustega ning saavutustega kosmose uurimise alal.

Käesoleva sajandi alguses elavnes filateelia tunduvalt — marke oli piisavalt ja filateliste ka. Siis aga algas sõda, mis hävitas palju väärtusi, nende hulgas ka kandis laiali kõikide aegade suurima filatelisti Ferrari kogu. Pärast sõda, kui majanduslik olukord stabiliseerus, hakati jälle marke koguma. Tollal ilmus juba küllaldaselt määral erialast kirjandust — katalooge, ajakirju ning ka mahukamaid uurimusi filateelia vallast. Filateelia edasisele ja tõenäoliselt ka mõõdukamale arenemissuunale tõmbas kriipsu peale alanud Teine maailmasõda. Ja kui lõppes sõda ning saadi juba nii-öelda jalad alla, siis tundus, et enam ei suudeta piiri pidada, just nagu oleks olnud soov kaotatud aastaid tasa teha. Peamiseks ülesandeks arvati olevat markide massilise emissiooni organiseerimine. Palvikuliselt hakati marke trükkima kõikvõimalike ja -võimatute sündmuste tähistamiseks, sageli ka üldse ilma igasuguste sündmusteta (mitmesugused loomi, taimi ja muud selletaolist kujutavad margid).

Margikogumine läks üle uuele kvaliteedile. Markide kogumiselt markide eneste pärast mindi üle markide kui pisigraafika kogumisele. Ja et kunstiteos ei ole kellelegi vastuvõetav, kui tal on peal mingid kõrvalised jooned või märgid, siis hakati ka marke üha rohkem koguma puhas-tena.

Samuti levis igasugust liiki temaatiline kogumine ja motiivkogumine, sest hulgaliselt ilmuvad piltmargid andsid selleks laialdasi võimalusi, samal ajal kui riikide järgi kogumine kujunes järjest raskemaks.

Rööbiti markidega hakati koguma esmasümbrikke, maksimumkaarte ja tervikasju, millest tuleb edaspidi veel juttu.

Selline oli filateelia olemus kapitalismimaades ja selliseks on ta ka põhiliselt jäänud. Antud ülevaade osutuks aga poolikuks, kui me ei märgiks siin uue suuna teket filateelias. Nimelt vähenes pärast Esimest maailmasõda imperialismimaade maht ja võim, sest tsaristlik Venemaa langes sellest leerist välja ja ta asemele astus hoopis teiste kavatsustega maa — esimene sotsialistlik riik maailmas. Järgmises peatükis ongi vaadeldud esimese sotsialismimaa marke.

2.5. Nõukogude mark — uus etapp margiajalos

Kui kapitalistlike riikide markidel võis kuni esimeste temaatiliste markide ilmumiseni näha ainult valitsejate portreesid või vappe, siis esimesed Nõukogude margid olid hoopis teistsugused. Teatavasti ilmusid need 1921. aastal ja neil olid kujutatud mitmesugused töö sümbolid. Huvitav on märkida, et kahe esimese Nõukogude margi kavandite loojaks on eesti tuntud graafik, vanameister G. Rein dorff. Üks väga iseloomulikke marke esimeste hulgas on see, millel on toodud inimene võidetud draakoniga. Sümboolselt kujutab see töelist ja imperialismi. Mõni aeg hiljem lasti ajutiseks käibe le tsaarimargid viisnurgakujulise pealetrukiga, sest noorel Nõukogude riigil oli raskusi uute markide trükkimisega. Varsti pärast seda ilmus aga esimene Nõukogude standardmargiseeria, mille markidel olid kujutatud tööline, kolhoosnik ja punaarmee lane, kellele hiljem lisandusid naistööline ja kolhoositar.

Nagu kõikidel rahvamajandusaladel, nii ka margimajanduses toimus töö plaani kohaselt ja peatselt jõudsid müügile sellised margid, millest igaüks on tänapäeval otsitav nii kodu- kui ka välismaal. Nende väärtust osati aga hinnata ka juba tollal. Nii näiteks said kõik ÜK(b)P XVII kongressi delegaadid kingituseks NSV Liidu markide kogu albumisse paigutatult.

Et nõukogude võimu esimene dekreet oli rahudekreet, siis võis juba enne Teist maailmasõda ilmunud Nõukogude markidel näha rahutemaatikat. See on ka loomulik, sest ainult siis, kui valitseb rahu, saab põldu harida ja masinaid ehitada, lapsi kasvatada ja õppida, sportida ja puhata. Et see tõepoolest nii on, seda võib näha, kui sirvida albumit Nõukogude markidega. Iga lehekülj selles kajastab

ühthe läbitud etappi. Alguses kutsutakse üles viisaastakut nelja aastaga täitma, näidatakse ehitatud võimsaid tehaseid, seejärel kujutatakse lapsi õppimas ja parimaid neist «Artekis». Paljudel markidel on meenutatud mineviku-sündmusi (kodusõda, «Aurora» kogupauke) ja neid, kes Nõukogudemaa võidule viisid. Ehkki V. I. Lenin oma elu ajal ei lubanud ennast markidel kujutada, on seda tehtud küllalt tihti pärast ta surma (vt. tahvel II). Julgesti võib öelda, et iga kord on kunstnikud siin püüdnud anda oma parima.

Sõjaeelsetest margiseeriastest on raske ühte või teist eriti rõhutada, sest originaalse, huvitava ja lihtsa kujundusega seeriaid oli väga palju. Esile võiks siiski tuua 1935. aastal ilmunud seeriat «Sõja vastu», samast aastast pärinevat seeriat, mis on pühendatud kuulsate tšeljuskinlaste päästjatele, ja seeriat, mis 1934. aastal anti välja 26 Bakuu komisari mälestuseks. Võib-olla oleks taoliste maitsekate seeriaste loetelu järjest pikenenud, kui poleks alanud Suur Isamaasõda.

See sündmus lõi segi kõik rahuaegsed plaanid ja huvid. Loomulikult lülitusid ka postiteenistus ja margimajandus sõjaaja rööbastele ning see jättis tolleaegsetele markidele oma pitseri. Sõja algaastail olid margid põhiliselt ühevärvilised ja tumedates toonides ning kajastasid sõjastseene. Paljud neist olid pühendatud Isamaasõja kangelastele. Mida aasta edasi ja mida lähemale jõudis võit, seda rõõmsamaks muutus margipilt. Lõpuks võis ilmuda mark, mis kujutas Moskvat saluteerimas sõja lõpu auks. Sõja ajal ilmunud markidest on üks ilmekamaid see, millel on mustvalges toonis kujutatud stseen tankitõrjekahuri võitlusest Saksa tankidega. Mark on nii peenelt välja töötatud, et on selgesti näha otsustav ilme kahurimehe näol.

Pärast sõja lõppu suurenes rõõmsamate toonide juurdevool margipinnale. Seejuures ilmnes ka markidel tolleaegsetele kunstiteostele omane liialdamistendents. Neil püüti esitada võimalikult palju igasuguseid detaile nii suure plaanis kui foonis. Alates partei XXI kongressist võis märgata suunda lihtsuse poole, kuid kindlama aluse sai see siis, kui kolleksionaaride organisatsioonid hakkasid energilisemalt kaasa rääkima ning korraldati konkursse aasta parima margi väljaselgitamiseks. Eriti huvitava kujundusega on viimastel aastatel ilmunud margid. Selle põhjuseks on ka asjaolu, et saadi uued markide trükkimise

masinad, samuti on kvaliteetsemaks muutunud trükivärvid ja paber.

Olgugi et vahepeal oli markide kujundamise osas määrgata paigaltammumist, võib öelda, et üldjoon oli siiski õige, ja Nõukogude markide kogu sirvides mööduvad silme eest sündmused «Aurora» ajaloolistest paukudest kuni inimese esimeste sammudeni komsoses. Võib olla, et käesoleva raamatu ilmumise ajal on filatelistide kogudes juba margid, mis kujutavad esimest asustatud kosmosejaama. Võib olla.

2.6. Markide massiline väljaandmine pärast Teist maailmasõda

Üheks iseloomulikumaks jooneks sõjajärgsele margimaandusele on uute markide massiline väljaandmine peaaegu kõikides riikides. Loomulikult ei ole kõiki neid marke tarvis normaalse postiühenduse tagamiseks. Enamik neist on mõeldud filatelistide jaoks. Juba enne Teist maailmasõda soodustati paljudes kapitalistlikes riikides markide massilist väljaandmist kui riigi ühte omapärasemat tuluallikat turismi kõrval, viimasel ajal aga on olukord muutunud nii tõsiseks, et paljude maade filatelistid on hakanud boikoteerima mõnede selliste kapitalistlike riikide marke. Piltlikult võiks öelda, et niisugustes väikeriikides nagu Liechtenstein, San Marino, Monako ja Vatikan antakse marke välja nii palju, et selleks kulutatavast paberist piisaks nende territooriumide katmiseks.

Väga palju antakse tänapäeval välja faunat ja floorat (s. o. looma- ja taimeriiki) kujutavaid, samuti mitmesuguseid spordisündmusi kajastavaid (ja ka lihtsalt spordistseene kujutavaid) marke. Seejuures esineb markidel ka selliseid loomi, keda vastavas riigis võib parimal juhul näha ainult loomaaedades. Umbes samasugune on olukord taimede osas.

«Moeteemaks number üks» võib aga viimasel ajal lugeda kunstiteoste reproduktsioone postmarkidel. Suurte ja kirevate kunstimargiseeriatega paistavad teiste hulgas silma näiteks Araabia väikeriigid.

Väga aktuaalsed ja margikujundajaile ammendamatu võimalusi pakkuvad on edusammud kosmose uurimise alal. Võrdlemisi kummaline aga on see, et kosmosetemaatilisi

marke annavad hulgaliselt välja ka näiteks Ladina-Ameerika riigid, kellel kosmose uurimisega otseselt midagi tegemist ei ole.

Veel võõrastavam on asjaolu, et kapitalistlike riikide markidel kajastuvad ka mitmesugused reaktsioonilist laadi sündmused ja nähtused. Näitena võiks nimetada NATO juubelimarke 1959. ja 1969. aastast, 1952. aastal Kreekas väljaantud margiseeriat, millega tähistatakse võitlust kommunistide vastu, ja teisi taolisi väljaandeid.

Isegi sporditemaatilisi marke rakendatakse poliitilistel eesmärkidel. Nii näiteks anti Dominikaani vabariigis Melbourne'i olümpiamängude puhul välja suur hulk margiseeriaid. Imelik on juba seegi, et Melbourne'is toimunud mängude auks ilmusid margiseeriad veel siis, kui Rooma mängudeni oli jäänud vähem aega kui eelmistest möödunud. Eriti aga torkab silma, et nendel markidel kujutatud kuldmedalivõitjate hulgas ei ole ühtki sotsialismimaade sportlast, kuigi suure osa kuldmedaleid võitsid just nende riikide sportlased (NSVL 37, Ungari 9, Rumeenia 5, Poola 1, Tšehhoslovakkia 1, Bulgaaria 1 — kokku 54, kusjuures üldse võideti 153 kuldmedalit). Analoogiline oli pilt ka Rooma olümpiamängude auks ilmunud margiseeriade korral.

Eespool toodute kõrval ilmub kapitalismimaades siiski ka selliseid marke, mida tervitab kogu inimkond. Nii näiteks ilmusid 1962. aastal nii kapitalistlikes riikides kui ka sotsialismimaades margid, mis olid pühendatud võitlusele malaaria vastu. Lihtne ja lakooniline on NSV Liidus ilmunud mark, millel olev tekst ütleb, et NSV Liidus on malaaria võidetud. 1963. aastal tähistati kogu maailmas rahvusvahelise Punase Risti organisatsiooni 100. sünnipäeva. Nimetatud sündmuse auks ilmus margiseeriaid väga paljudes mõlema leeri maades.

Kapitalistlike riikide markidega võrreldes hoopis teist pilti pakuvad sotsialismimaade margid. Kui enne Teist maailmasõda kuulusid nimetatud maad veel kapitalismileeri ja nende margid olid analoogilised ülejäänud maade markidega, siis pärast uue korra kehtestamist on kogu rahvamajandus ja sealhulgas ka margimajandus allutatud ühtsele programmile. Sirvides sotsialismimaade margikogusid, näeme seal vastava maa arengut sõjajärgsetest aastatest tänapäevani. Kui kapitalismimaade markidel tihti tähistatakse relvi, siis sotsialismimaade markidel on

juhtmõtteks võitlus rahu eest, olgu tegemist konkreetsete rahukonverentsidega või inimkonna hüvangule pühendatud üldiste ideedega. Võib öelda, et mark ise sellega nagu võitleks oma elu eest ka, sest sõja ajal ju hävivad koos kõige muuga ka paljud margid, väljaantavate markide kujundusliku külje areng aga pidurdub.

Rööbiti oma maa kuulsamate isikutega kujutavad sotsialismimaade margid kogu maailma ulatuses tunnustatud suurvaime. Väga palju marke on pühendatud rahvamajanduse arendamisele nii tööstuses kui põllumajanduses. Keskkel kohal on seejuures alati inimene. Markidel kajastuvad nii tema vaimsed huvid — kunst, teadus, kultuur kui ka füüsilised huvid — sport, kehakultuur, puhkus.

Täiesti ühesuguse joonena mõlema leeri markidel võib märkida asjaolu, et paljud neist on pühendatud markidele enestele, marginäitustele ja filatelistidele.

Selline on lühidalt olukord praegu. Mis saab aga edasi? Milliseks kujuneb filateelia tõenäoliselt tulevikus? Sellest kõigest on püütud rääkida järgmises peatükis.

2.7. Filateelia tulevikust

Inimkonda huvitab alati kõik, mida ta veel ei tea, olgu see siis minevikus olnud või tulevikus veel olemata. Nii on lugu ka filateeliaga. Väga raske on aga midagi täpset öelda selle tuleviku kohta. Selge on igatahes see, et filateelia tulevik oleneb olulisel määral margi tulevikust. Üsna ilmne on, et täna-homme ja ülehomme ilmuvad margid veel kindlasti. Millal saabub moment, kui öeldakse, et homme enam marke ei ilmu, on raske ette näha. Kunagi see aga tõenäoliselt saabub — nimelt siis, kui postiteenuste eest enam maksu ei nõuta. Varem seda vaevalt juhtub, sest markide tohtu populaarsuse tõttu ei ole usutav, et margid kui kviitungid postikulude tasumise kohta asendatakse millegi muuga.

Markide emissiooni lakkamisel on ka omad head küljed. Siis võib iga filatelist tõmmata oma kogule kriipsu alla ja täpselt kindlaks määrata, kui palju marke tal veel mingist kronoloogilisest või temaatilisest kogust puudub.



Tänapäeval on see võimatu, sest keegi ei tea, mis tulevik margirindel toob.

Kui lakkab uudismarkide juurdevool filatelistide kogusse, siis suunatakse varem nende hankimiseks kulutatud energia margikogu korrastamisele ja süstematiseerimisele. Tõenäoliselt hakatakse üha rohkem huvi tundma margil kujutatud vastu. Need aga, kes on klassika kammitsais, uurivad oma ja vahetuspartnerite dublette, et leida sealt midagi, mis on seni veel kahe silma vahele jäänud. Ühesõnaga, laiahaardelisuse asemele asub uurimistöö põhjalikkus.

Marke koos postkaartide ja ümbrikega kasutatakse siis tõenäoliselt mitmesuguste ettekannete ja uurimuste illustreerimiseks, filateelia aga võib olla otseseks abistajaks mõnede seni veel lahendamata küsimuste selgitamisel postiasjanduse ajaloos.

See on siiski kõik kauge tulevik. Praegu on margid kogu maailmas õnneks või kahjuks käibel ega kao tõenäoliselt veel niipea. Oma ligikaudu 130-aastase eluea jooksul on nad läbi teinud suure arengu, mille võiks ühe filatelistliku ajakirja järgi jagada järgmistesse etappidesse:

1840...1860 klassikalise margi ajastu

1860...1900 stiilivaese margi ajastu

1900...1930 uute vormide otsingud markide kujundamiseks

1930... margid pisigraafika esindajaina

Et praegune aeg peaks olema viimase etapi lõpp ja mingi uue, tundmatu etapi algus, siis on filatelistidelt tihti küsitud, missugust temaatikat nad sooviksid markidel näha. Vastustest selgub, et ühtede arvates mõjub mingi antiikajast pärinev kuju või anum margil ilmekamalt kui helist kiiremini kihutav lennuk. Teised aga, vastupidi, soovivad rohkem tänapäeva temaatikat ja vähem minevikku. Eks õigus ole mõlemal ning seepärast ongi margitemaatika niivõrd lai ja laieneb tõenäoliselt veelgi. Sellega seoses aga laieneb ka erinevate temaatiliste kogude loomise võimaluste arv.

Temaatiliste kogude erikaalu pidev tõusutendents on tõenduseks, et filateelia senine truu kaaslane, materiaalne huvitatus (nimelt on ju süstemaatiline margikogu terve varandus), jätab üha rohkem ruumi tervemale kaaslasel — esteetilise ja uurimusliku huvi rahuldamisele. Kui materiaalne huvitatus kaob täiesti filatelisti töökspidamistest, siis on filateelia jõudnud oma kõrgeimale astmele.

Temaatilise kogumisviisi esiplaanile kerkimise tõttu võib eeldada, et filatelistide ridadesse astub rohkem ka naisi. Võib arvata, et üksikutel markidel kujutatute tervikuks sidumine, s. t. markidel kujutatute allteksti mõistmine ning selle alusel temaatilise kogu koostamine peaks naisfilatelistidele paremini sobima kui markide kogumine markide eneste pärast, mis tänapäeval on veel väga levinud. Pealegi on paljudel markidel kujutatud naisi: nii tööl kui ka puhkamas, sportimas, lapsi kasvatamas, noort põlvkonda õpetamas, teaduse tippe vallutamaks, pikki lennuretki sooritamaks ning koguni kosmoses lendamas.

3. Markide klassifikatsioon ja omadused

3.1. Markide klassifikatsioon

Margid on oma otstarbalt ja olemuselt aja jooksul läbi teinud suure arengu. Käesoleval ajal võiks kõik margid otstarbe järgi jagada järgmistesse gruppidesse:

- 1) põhimargid, 2) lennupostimargid, 3) teenistusmargid,
- 4) portomargid, 5) eriotstarbemargid.

Põhimarke kasutatakse iga liiki postisaadetistel, ükskõik missugust teed mööda need adressaatideni jõuavad.

Lennupostimarke kasutatakse ainult nende saadetiste puhul, mis jõuavad adressaatideni lennukite vahendusel.

Teenistusmarkidega, mida mõningates riikides välja antakse, frankeerivad oma kirju ja muid saadetisi mitmesugused asutused ja organisatsioonid. Erasisikud neid marke kasutada ei saa.

Portomargid on viimasel ajal suhteliselt vähe tarvitusel. Nende ülesandeks on peamiselt asendada marke, mida hajameelsed saatjad on unustanud kirjadele peale kleepida. Portomargi kleebib kirjale postiasutus, selle hinna aga tasub adressaat.

Eriotstarbemarkide hulk on nii suur, et kõiki neid siin käsitleda ei ole otstarbekas. Nimetada võiks ainult ajalehemarke, pakimarke, torupostimarke jne.

Olemuse järgi võib margid jagada kahte suurde gruppi: standard- ja mälestusmargid. Standardmarke antakse välja massilistes tiraažides, nad on tavaliselt väikeseformaadilised, ühesuguse pildiga ja tagasihoidliku välimusega. Viimasel ajal siiski võib ühte seeriasse kuuluvatel standardmarkidel näha ka erinevaid pilte ning seeria piires esineb isegi varieerumist markide suuruses ja kujus. Standardmarkide seeria asendatakse uuega tavaliselt siis, kui vastaval maal toimub kas rahareform või riigipööre või markide klišeed muutuvad tarvitamiskõlbmatuks.

Kui margiajaloo hälliaastatel valitsesid peamiselt standardmargid, siis tänapäeval võib näha hoopis vastupidist pilti. Kõikvõimalike sündmuste ja nähtuste auks nii kogu maailma kui ka ühe riigi ulatuses antakse välja mälestusmargiseeriaid. Puhtformaalselt võib need margid liigitada juurdemaksuga ja juurdemaksuta markideks. Sisuliselt aga võib nad jagada väga paljudesse gruppidesse, võttes aluseks nendel kujutatud. Nii näiteks moodustavad tänapäeval suure osa margid, millel on kujutatud floorat ja faunat, samuti on väga palju marke pühendatud spordile. Seoses edusammudega kosmose uurimise alal antakse suurel hulgal välja kosmosetemaatilisi marke. Paljud margid kajastavad transpordivahendeid maal, vees ja õhus. Väga palju on markidel kujutatud hooneid ja ehitusi. Omaette grupi moodustavad maalide reproduktsioonid.

Küllaltki palju on marke, millel on kujutatud inimesi kas gruppides või üksikult (portreedena). Mõnikord antakse ka välja marke üsnagi allegooriliste ja isegi formalistlike piltidega.

Selle järgi, mida neil on kujutatud, võib marke küll gruppidesse jagada, kuid ainult pildi järgi ei saa iga kord veel öelda, mis puhul on üks või teine mark ilmunud. Nii näiteks antakse Hispaanias igal aastal 24. märtsil välja kümnemargiline seeria ühe kunstniku maalide reprodutsioonidega, need seeriad ei ilmu aga kunstnike auks, vaid tähistavad iga-aastast margipäeva (!). Seepärast on paljud margid varustatud peale riigi nimetuse ja nimiväärtuse veel selgitava tekstiga.

3. 2. Markide kuju, suurus ja värvus

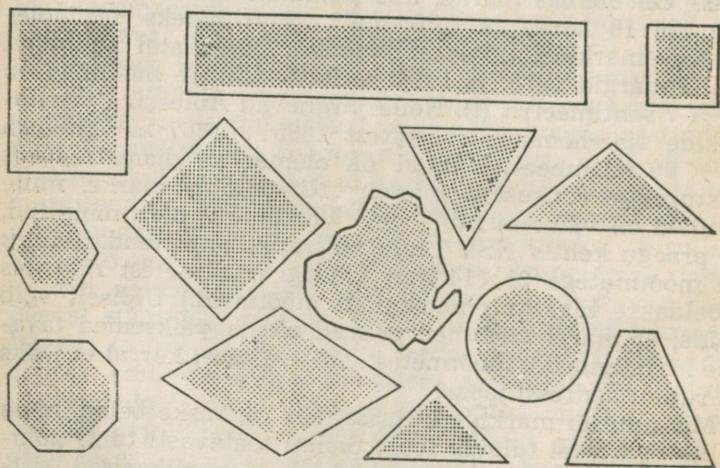
Kui esimesed margid olid kujult ja suuruselt peaaegu ühesugused väikesed vertikaalsed ristkülikud, siis peatselt hakati neid omadusi varieerima. Esiteks keerati mark nii-öelda külili — saadi horisontaalne ristkülik. Seejärel venitati neid ristkülikuid kord ühes, kord teises suunas pikemaks. Tänapäeval on selle tulemusel jõutud võrdlemisi suurte mõõtmeteni nii laiuse, kõrguse kui ka üldpindala osas. On olemas marke, mis pindalalt ületavad maailma esimese 10 korda ja rohkemgi. Suurimateks teadaolevateks markideks on kirjanduses leiduvatel andmetel Hiina margid 1913. ja 1914. aastast. Nende mõõtmed on 25×7 sentimeetrit (!). Neile järgnevad Ameerika Ühendriikide ajalehemargid aastatest 1865...1867 mõõtmetega 51×95 millimeetrit. Kuid on olemas ka diametraalselt vastupidise suurusega marke. Nii leidub marke, mille pindala on väiksem kui 1 cm^2 . Võrdluseks olgu mainitud, et praegu kehtiv NSV Liidu neljakopikane standardmark on mõõtmetega 21×14 mm. (Margi mõõtmetest rääkides mõeldakse tavaliselt margipildi mõõtmeid.) Üldiselt võib öelda, et margi mõõtmed peavad olema väiksemad tavalise kirjaümbriku mõõtmetest, sest vastasel korral ei jääks ju ruumi aadressi jaoks!

Mis puutub markide kujusse, siis on raske öelda, mida selles osas veel tulevik toob. Senini teatavasti tunti põhiliselt nelinurkseid (horisontaalsed ja vertikaalsed ristkülikud, ruudud, rombid, võrdhaarsed trapetsid) ja kolm-

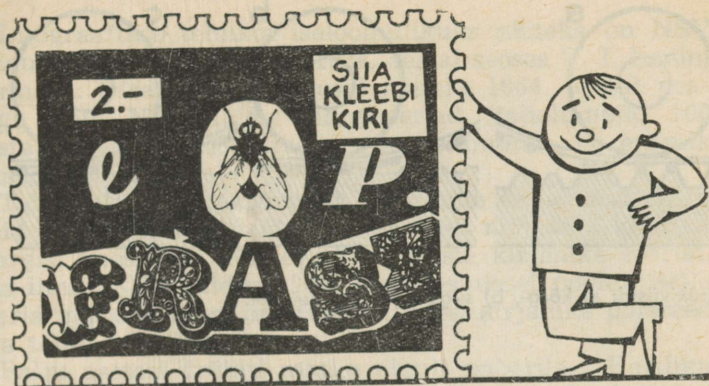
nurkseid (võrdhaarsed, võrdkülgsed ja täisnurksed võrdhaarsed kolmnurgad), vähem kuusnurkseid, ümmargusi ja ovaalseid marke, 1964. aastal aga anti Sierra Leones välja margid, mille kuju vastab nimetatud riigi piiridele. Need margid on perforatsioonita, kuid muidugi mõista ei löika neid poognast välja postiametnikud, vaid nad paiknevad üksikult aluspaberil, millelt neid on kerge eraldada ja postisaadetisele kleepida. On põhjust arvata, et kaugemale markide kuju osas vist küll enam minna ei saa.

Trükkimisel kasutatud värvide hulga järgi võib margid jagada ühe- ja mitmevärvilisteks. Maailma esimesed margid ilmusid ühevärvilistena ja ka tänapäeval ilmuvad sellistena enamasti standardmargid. Mälestusmargid olid varasematel aastatel samuti ühevärvilised, viimasel ajal aga on nad muutunud järjest värvirikkamaks. Põhjus on ka selge, sest looduspiltide kujutamiseks ja maalide reproduktsioonide tõetruuks edasiandmiseks ei piisa ühest või kahest värvist.

Filatelistidele aga pakuvad tihtipeale peamurdmist margid, mis on antud välja ühevärvilistena, kuid erinevates toonides. Näiteks võib mõni mark esineda nii sinakasrohelisena kui ka rohekassinisena. Kui ei ole võimalik mõlemat varianti omavahel võrrelda, siis on väga raske antud



Markide kujusid.



margi täpset värvust kindlaks teha. Eriti kehtib see kusstatud markide kohta, mis on pesemise teel ümbrikelt või postkaartidelt eraldatud.

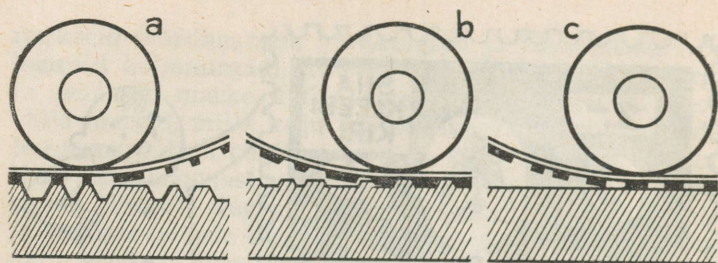
Mõningatel juhtudel aitavad markide värvust määrata vastavad värvitabelid. Nii näiteks on Saksa Demokraatliku Vabariigi kirjastus «Enzyklopädie» välja andnud värvitabeli, milles on väikeste ruutude näol toodud 160 sagedamini esinevat värvitooni. Margi ja ruudu värvuste võrdlemise hõlbustamiseks on iga ruudu keskele tehtud auk. Ruutude all on neljas keeles (nende hulgas ka vene keeles) vastavate värvitoonide nimetused.

Viimasel ajal on tavaliste värvide asemel hakatud kasutama ka fluorestseerivaid värve (näiteks ühel kahest NSV Liidus 1963. aastal Suure Sotsialistliku Oktoobri-revolutsiooni 46. aastapäevaks väljaantud margist).

3.3. Trükiviisid ja paber

Marke trükitakse mitmesugustes tehnikates, mis jagunevad kolme põhigruppi: 1) kõrgtrükk, 2) sügavtrükk ja 3) lametrükk. Kõik need grupid omakorda haaravad terve rea trükiviise. Et see küsimus on küllalt spetsiaalset laadi, siis on siin iseloomustatud ainult põhigruppe, kuna üksikuid trükiviise eraldi ei ole käsitletud.

Kõrgtrüki puhul on margiklišee trükkivad elemendid mittetrükkivatest elementidest kõrgemal. Kui selline



Trükiviisid: a) kõrg-, b) sügav- ja c) lametrükk.

kliše kaetakse värviga ja surutakse vastu paberit, siis jätvad kliše kõrgemad kohad paberile värvilise jälje, kuna vahepealsed osad jäävad valgeks. Kõrgtrüki gruppi kuuluvad näiteks puugravüür ja linoollõige. Kõrgtrükki nimetatakse ka raamatutrükiks.

Sügavtrüki korral on trükkivateks elementideks plaadisse graveeritud või söövitatud jooned, s. t. trükkivad elemendid asetsevad mitterükkivatest elementidest madalamal. Paberile jääb värviline jälg ainult süvendeist, kus on värvi, kuna plaadi muud osad, mis on värvist puhastatud, jätvad paberile värvimata pinna. Sügavtrükkimiseks on vaja väga tugevat survet. Sügavtrüki gruppi kuuluvad metallograafia, heliogravüür ja teised trükiviisid. NSV Liidu markidest on metallograafilises tehnikas valmistatud näiteks V. I. Leninile ja K. Marxile pühendatud margid, mis ilmusid 1958. aastal.

Lametrüki puhul asetsevad nii trükkivad kui ka mitterükkivad elemendid ühekõrgusel. Siin kasutatakse spetsiaalset kivi, mille pinda töödeldakse keemiliselt nii, et värv jääb püsima ainult trükkivatele elementidele. Trükkimiseks kaetakse kliše värviga ja paber surutakse kõvasti selle vastu. Nii saadakse paberil jäljend kohtades, kus oli joonis. Lametrükk on kõige mitmepalgelisem. Siia kuuluvad litograafia ehk kivitrükk, fototüüpia ja teised trükiviisid.

Kui kivi asemel kasutatakse erilist kummikattega silindrit, siis saadakse ofsett-trükk. Siin kantakse joonis kõigepealt tsinkplaadilt nimetatud silindrile ja sellelt juba paberile.

Litograafilise tehnika iseloomulikuks näiteks on NSV Liidu margid, mis ilmusid 1924. aastal seoses V. I. Lenini surmaga. Ofsett-trükis ilmusid näiteks 1964. aastal pea-aegu kõik NSV Liidu margiseeriad (taliolümpia, 100 aastat Moskva Loomaaeda, suveolümpia) ja enamik üksikuid marke.

Tavaliselt trükitakse mark tervikuna ühes trükiviisis, kuid esineb ka erandeid. Näitena võib nimetada kolmest margist koosnevat nõukogude rahvaste kirjanike seeriat, mis ilmus NSV Liidus 1964. aasta esimesel poolel. Selle seeria markide taust on trükitud ühes, kirjanike portreed aga teises tehnikas.

Palju aastaid trükiti marke ainult paberile. Hariliku paberi kõrval kasutati kriitpaberit, sigaretipaberit (väga õhukest paberit) jne. Nende paberite värvitoonid ulatusid valgest tumehallini, kusjuures ei puudunud isegi päris värvilised paberid. Seoses paberi tootmise madala kvaliteediga oli ka harilik paber alguses mitmesuguse paksusega. Viimastel aastatel on olukord selles osas tunduvalt paranenud.

Hoolimata kvaliteedi tõusust paber aga margitootjaid enam kõikidel juhtudel ei rahulda. Marke ja margiblokke on hakatud trükkima siidile, alumiiniumile ning koguni keemilistele tehisainetele, nagu näiteks dederonile. Seoses uute sünteetiliste materjalide kasutuselevõtmisega on selles valdkonnas veel lai perspektiiv ees.

Viimasel ajal trükitakse paljudes riikides marke fluorestseeriva kihiga kaetud paberile. Seda tehakse selleks, et kirjade ja muude saadetiste sorteerimisel ja kontrollimisel oleks võimalik rakendada masinaid ja mehhanisme, mis reageerivad fluorestseerivale osale saadetisel.

Mõnikord on markide trükkimiseks kasutatud mitmesuguste varem valmistatud trükitoodete puhast külge. Nii näiteks on kodanliku Läti esimesed margid trükitud maa-kaartide tagaküljele.

3. 4. Vesimärgid

Üheks vahendiks, mis aitab vältida markide võltsimist, on vesimärk. See kujutab endast margi paberis olevat õhemat osa, mis tavaliselt esineb mingi kujundi või tähe-kombinatsiooni näol. Eristatakse poognavesimärke ning



Mitmesuguseid vesimärgikujusid.

tavalisi vesimärke. Neist esimesed ulatuvad üle kogu margipoogna, teised aga korduvad igal margil või väikesel markide grupil. Esimese vesimärgitüübi korral jääb üksikule margile heal juhul osa vesimärgi kujundist, halvemal juhul saadakse vesimärgita mark. Teise vesimärgitüübi korral esineb igal margil vastav kujund või kujundiosa. Võib aga juhtuda, et vesimärgiga poogen paigutatakse valesti trükimasinasse. Selle tulemuseks on ümberpööratud või külili asetseva vesimärgiga margid. Et neid on normaalsetest vähem, siis on nad ka hinnalisemad.

Kui vesimärk ei ole küllalt selgesti nähtav margi vaatlemisel «vastu valget», siis kasutatakse vesimärgimäärajat (lk. 45).

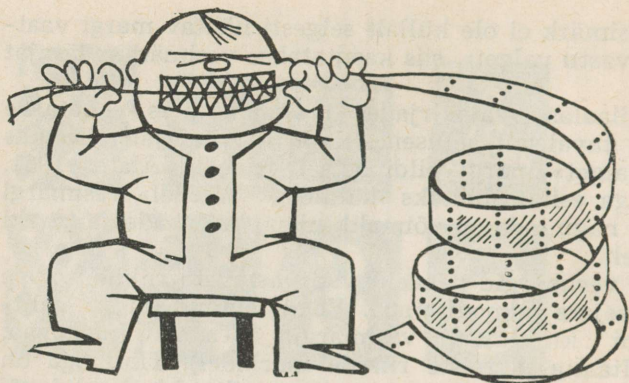
Filateeliaalastes ajakirjades ja raamatutes esitatakse vesimärk tavaliselt sellisena, nagu ta vaatajale paistaks «vastu valget» margi pildipoolselt küljelt. Alates 1961. aastast aga esitab näiteks kataloog «Michel» vesimärgi sellisena, nagu teda on võimalik näha, kui vaadelda marki tagaküljelt.

Paljud vesimärgid peegeldavad vastavate riikide vappe või valitsejate monogramme. Väga levinud on ka valitsejakrooni kujutavad vesimärgid (Taani, Inglismaa, Ungari, Itaalia ja teiste riikide markidel). Tihti aga on vesimärkideks mitmesugused geomeetrilised kujundid või mustrid, nagu näiteks romb, ringid, siksakid jne. Huvitav on märkida, et Itaalia, San Marino ja Vatikani paljudel markidel on vesimärgiks viisnurksed tähed.

Üldiselt võib öelda, et peaaegu kõikides riikides on olnud perioode, kus märgid on olnud varustatud vesimärgiga. Tihti on ühte marki olemas koguni mitme vesimärgiga. Eriti raske on olukord Ungaris ilmunud standardmarkidega aastaist 1900...1913, mida esineb viie vesimärgiga, kusjuures kaks neist erinevad teineteisest väga vähe. Kuid on ka riike nagu Prantsusmaa ja Kanada, kus ükski mark ei ole ilmunud vesimärgiga.

3. 5. Markide hammastusest

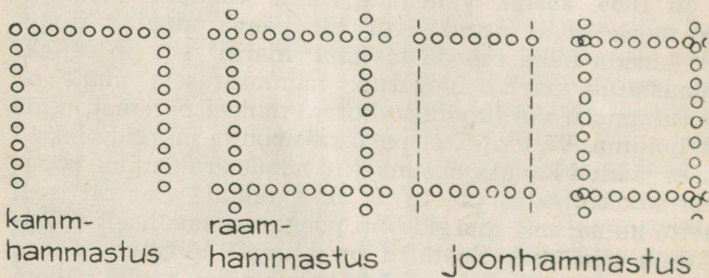
Maaailma esimene mark, mis ilmus 1840. aastal Inglismaal, oli hammastuseta. Möödus hulk aastaid, enne kui Inglismaal ilmus esimene perforeeritud, s. t. hammastatud mark. See oli 1854. aastal. Venemaal ilmus esimene hammastatud mark 1858. aastal. Kui tänapäeva algajalt filatelistilt küsida näha mõnda tavalist marki, siis on selleks hammastatud mark. Lõigatud, hammastuseta mark on talle tundmatu või tundmise korral midagi paremat, mida peab hoidma. Võib olla, et perforatsioonita märgid oleksid alguses jäänud kauaks püsima, kui nende eraldamine poognatest sideasutustes poleks tülikas olnud. See oli isegi omaette kunst, sest märgid olid poognates tavaliselt trükitud üsna tihedasti. Seetõttu on esimesi lõigatud marke ühtlaste valgete servadega väga harva näha, veelgi vähem saada.



Perforatsioonimasina leiutamiseega langes ära markide vaevaline eraldamine poognatest. Marke, mida saadakse sellise masinaga töödeldud poognatest, nimetatakse hammastatud markideks.

Käesoleval ajal eristatakse kamm-, raam- ja joonhammastust. Kammhammastuse korral perforeeritakse margil korruga kolm külge. Selle hammastuse iseloomulikuks tunnuseks on asjaolu, et perforatsioon läbib margipoogna ühte või kahte teineteise vastas asetsevat äärt. Seda hammastust on võimalik raamhammastusest eristada ainult margipoogna või selle osa olemasolu korral.

Raamhammastuse korral perforeeritakse margi kõik neli külge korruga. Seda hammastust nagu kammhammastustki iseloomustab kõikide nurkmiste margihammaste



Hammastuse liigid.

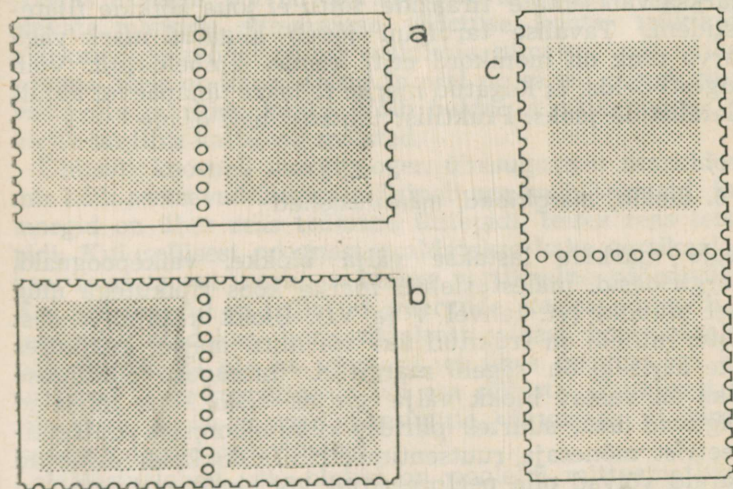
sümmeetriline kuju, kusjuures perforatsioon poognaääri ei läbi.

Joonhammastus saadakse kahe operatsiooniga: esiteks perforeeritakse poognas margi kaks rööpkülge ja seejärel kaks ülejäänud külge. Joonhammastuse võib ära tunda nurgahammaste ebasümmeetrilisest kujust. Joonhammastuse puhul on tavaliselt täies ulatuses perforeeritud ka margipoogna ääred.

Toodud selgitus kehtib loomulikult täisnurksete nelinurksete markide kohta.

Markide hammastust iseloomustatakse margi külje 20 mm pikkuse osa kohta tulevate perforatsiooniaukude arvuga. Nii näiteks hammastus 14 tähendab, et 20 mm kohta tuleb 14 auku.

Kui margi kõikide külgede hammastused on ühesugused, siis iseloomustatakse hammastust üheainsa arvuga. Kui aga horisontaalkülgede hammastus erineb vertikaalkülgede hammastusest (nn. segahammastus), tuuakse ära kaks arvu, näiteks 14:12 $\frac{1}{2}$. See tähendab, et margi horisontaalkülgede hammastus on 14, vertikaalkülgede hammastus aga 12 $\frac{1}{2}$. Võib ka juhtuda, et margi iga külg on



Hammastuse erikujud: a) automaadimargid, b) margivihikust pärinev horisontaalpaar, c) vertikaalpaar.

erineva hammastusega. Sel juhul antakse iga külje hammastus eraldi, kusjuures alustatakse ülemise horisontaalküljega ja jätkatakse kellaosuti liikumise suunas.

Peale lõigatud ja perforeeritud markide esineb veel nn. sälgustatud marke, mis erinevad perforeeritud markidest selle poolest, et nende vahelised ribad ei ole perforatsioonimasinaga augustatud, vaid ainult «läbi torgitud». Viimasel ajal ilmub sälgustatud marke harva.

Tihti võib ka kohata marke, millel on perforeeritud kaks teineteise vastas asetsevat külge, kuna kaks ülejäänud külge on lõigatud. Selliseid marke müüakse automaatidest nagu meil autobussipileteid, kusjuures selleks, et neid oleks hõlpsam üksteisest eraldada kui meil autobussipileteid, on nad kahest küljest varustatud perforatsiooniga. Tuntumateks riikideks, kus selliseid marke esineb juba pikemat aega, on Ameerika Ühendriigid ja Rootsi. Peale selle on Rootsis veel marke, mis on kolmest küljest hammastatud. Need margid pärinevad nn. margivihikutest ja esinevad sageli paaridena.

Kuigi hammastatud marke on hõlpsam käsitseda, antakse siiski paljudes riikides teatavaid marke välja nii hammastatult kui lõigatult, kusjuures lõigatud margid oma märksa väiksemate tiraažide tõttu ei jõua kõikide filatelistideni. Tavalise tarbijani jõuab lõigatud mark väga harva ning on mõnikord eriti hinnas tembeldatult. Võib julgesti öelda, et lõigatud marke tehakse tänapäeval ainult filatelistide jaoks. Praktilist tähtsust neil ei ole.

3. 6. Blokid, margiribad, mälestuslehed

Peale markide lastakse välja blokke, väikepoognaid, margiribasid, mälestuslehti, marke koos ripikutega ning veel muudki (vt. tahvel V ja VI). Blokk kujutab endast lehte, millele on trükitud üks või mitu marki, kusjuures lehe ääriolele on sageli märgitud, missuguse sündmuse auks on vastav blokk välja antud. Blokkide pindalad kõiguvad üsna suurtes piirides kümnekonnast ruutsentimeetrist mõnesaja ruutsentimeetriteni. Blokkides esinevad margid võivad olla perforeeritud või perforeerimata. On olemas (näiteks Ungaris) palju blokke, mis esinevad mõlemal kujul. Blokkide servad on tavaliselt lõigatud, kuid on olemas ka hammastatud servadega blokke. Blokid või-

vad olla nii liimiga kui ka ilma (mõnel juhul on liimiga kaetud ainult blokki kuuluvate markide tagakül, mitte aga ääris).

Margiriba, nagu ta nimetuski juba ütleb, kujutab endast riba, milles on kolm või rohkem perforatsiooniga eraldatud osa. Üldiselt on mõned neist margid, ülejäänud tühiväljad. Tühiväljad võivad olla täiesti tühjad, võivad aga olla ka varustatud selgitava tekstiga või mingi joonisega. Tühiväljad on mõnikord riba äärtel, mõnikord keskel. Ribad võivad olla nii horisontaalsed kui ka vertikaalsed.

Üsna tihti antakse tähtpäevadeks välja marke, mille küljes on ripik. Viimane võib olla perforatsiooniga eraldatud, võib aga ka mitte olla. Sellistele ripikutele märgitakse täiendavaid andmeid, millega ei taheta marki koorjata. Näitena võib nimetada NSV Liidu marki, mis ilmus 1958. aastal seoses III sputniku stardiga.

Marke trükitakse teatavasti poognates. Suureformaadilisi marke on poognas 25 või 50, väikeseformaadilisi tavaliselt 100. Esineb ka kõrvalekaldumisi. Nii näiteks on poognaid 120 margiga ja 10 margiga. Peale nimetatute antakse aga välja veel nn. väikepoognaid. Kui tavalise poogna ääriolevad võivad olla trükitud märkused igas reas olevate markide summaarse väärtuse kohta, trükikoja märkmed ja mõnel juhul trükikoja nimetus, siis väikepoogna ääris on kaunistatud ja seal on sageli mingi vihje vastavate markide kohta. Võib öelda, et väikepoogen ja blokk on tihti kattuvad mõisted.

Üldiselt koosneb margipoogen ühesugustest markidest, mis kõik asetsevad ühtepidi. Esineb aga ka juhtumeid, kus margid on ühes reas trükitud ühtepidi, teises reas teistpidi. Kui sellisest poognast eraldatakse kaks vertikaalses veerus asetsevat marki, saadakse vertikaalne pöördtrükk. Kui aga margid on trükitud veergude kaupa ühtepidi ja teistpidi, saadakse horisontaalsest ribast horisontaalne pöördtrükk. Ei ole ka võimatu, et ühes poognas on ära trükitud terve margiseeria või osa sellest. Tavaliselt on siis selle seeria margid ühesuguse värvusega ja ainult nende joonised on erinevad.

Mälestuslehed või -blokid on pooleldi mitteametlikud väljaanded, mida tavaliselt trükitakse mitmesuguste filateeliaalaste sündmuste auks. Kataloogid selliseid asju üldiselt ei fikseeri.

4. Filatelisti tööriistad

Et marke mitte rikkuda, tuleb neid käsitseda ettevaatlikult ja korralikult. Vaatamata sellele, et marke ei puudutata tavaliselt käega, vaid pintsetiga, peavad käed markidega tegelejal tingimata puhtad olema.

Ehedate ja kustutamata markide korral tuleb meeles pidada, et nad on varustatud liimiga. Seetõttu peab töölaud ja selle lähem ümbrus olema kuiv. Samuti ei ole soovitatav selliseid marke pikemaks ajaks asetada valgusti lähedusse, sest kuumuse tõttu võivad margid rulli tõmbuda ning nende liim rikkuda.

Hammastatud markidel on õrnaks kohaks servade hammastus, mis võib viga saada, kui toimub haakumine teise margi hammastuse või mõne eseme taha.

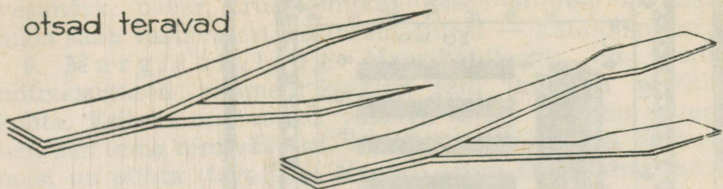
Nagu näha, on tegemist küllaltki õrnade ja kapriisete esemetega. Nende käsitlemiseks ja uurimiseks on vaja vastavaid tööriistu ja vahendeid, mida allpool on lühidalt käsitletud.

1. **P i n t s e t t.** Nagu eespool selgus, on pintsett vajalik selleks, et marke mitte käega puudutada. Peale selle on markide sorteerimine ja korraldamine pintsetiga alati kiirem ja hõlpsam. Pintsett peab olema küllalt õhukeste haardelabadega, mille sise- ja välispind peab olema sile. Meditsiinis tarvitavad pintsetid filatelistlikuks otstarbeks ei kõlba. Et pintsett kaasaskandmisel ei lõhuks rõivaste taskuid, on soovitatav tema jaoks muretseda vastav ümbris või tupp (nagu kammi jaoks). Pintsetid on harilikult metallist, viimasel ajal aga valmistatakse neid ka plastmassist.

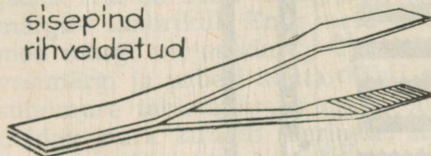
2. **L u u p.** Et paremini eristada markidel kõiki huvi-pakkuvaid üksikasju, on vajalik umbes kuuekordse suurendusega luup. Hea on, kui luup on varustatud mõõtskaalaga, sest siis on võimalik mõõta margil kujutatud üksikuid osi. Eriti oluline on see mitmesuguste pealetrükkide korral.

3. **H a m m a s t u s m õ õ t u r** on papist või plastmassist plaadike, millele on 20 mm pikkuste ribadena kantud markide hammastuste kujutised vastavalt hammastuse erinevatele suurustele. Hammastuse määramiseks leitakse proovimise teel riba, mida margi hammastus täpselt katab. Vastav hammastuse suurus on märgitud riba kõrvale.

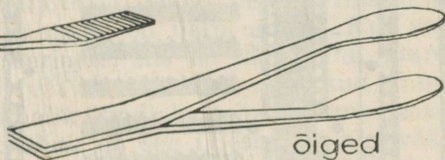
otsad teravad



sisepind
rihveldatud



valed



õiged

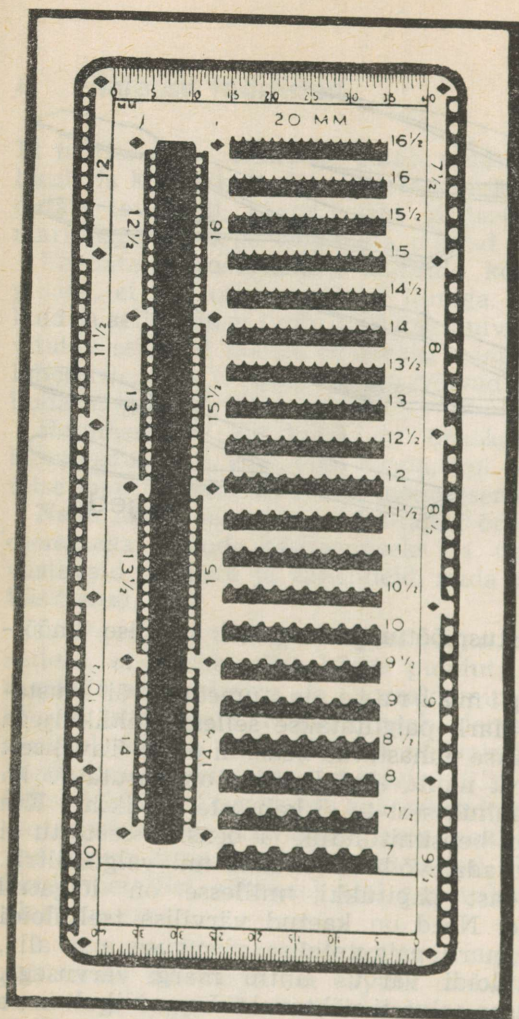
Pintsetid.

Tihti on hammastusmõõtur varustatud tavalise mõõt-skaalaga.

4. Vesimärgimääraja on tumeda- või musta-põhjaline anum. Mark paigutatakse sellesse pildiküljega allapoole ja valatakse puhastatud bensiini peale. Tavaliselt tuleb siis vesimärk nähtavale. Bensiin on kasutatav ka liimiga markide puhul, sest ta ei kahjusta liimikihti. Kui aga margi värv on bensini-tundlik ja bensiini seetõttu ei ole võimalik kasutada, võib rakendada nn. valgusfiltrit. See kujutab endast papitükki, millesse on lõigatud ümmargused avad. Need on kaetud värvilise tselluloidi tükikestega. Kui mark paigutatakse niisuguse ava alla, mida katva tselluloidi värvus ühtib margi värvusega, ilmub vesimärk üsna selgesti nähtavale. Loomulikult saab seda meetodit kõige edukamalt kasutada ühevärviliste markide korral.

5. Mõõtjoonlaud on hädavajalik margikogu vormistamisel. Tema abil on ka võimalik mõõta kõike huvitavat markidel, kui hammastusmõõturil puudub mõõt-skaala. Soovitav on kasutada plastmassjoonlauda.

6. Pesemisnõu on klaasist või plastmassist anum, milles toimub markide eraldamine ümbriku- ja postkaardilõigenditelt.



Hammastusmõõtur.

7. Puhastatud bensiin on vajalik vesimärkide määramiseks ja rasvaplekkide kõrvaldamiseks markidelt.
 8. Puhast valget kuivatuspaberit kasutatakse markide kuivatamisel pärast pesemist.
- Eespool toodud vahendid võimaldavad teada saada kõiki andmeid, mis on margiga otseselt kaasas (hammastus,

vesimärk, paber, trükitehnika), kuid on veel andmeid, mida saab vastavatest käsiraamatutest — kataloogidest.

9. Margikataloog. Margikataloogis on toodud mitmesugused andmed kõikide seni ilmunud markide kohta. Esiteks on toodud vastava margi järjekorranumber, siis tema nimiväärtus, värvus ja kaks hinda. Esimene neist on puhta (tavaliselt eheda), teine kustutatud margi jaoks. Kui on kolm hinda, siis viimane vastab kustutatud margile ümbrikul. Enne neid andmeid on esitatud andmed margi väljaandmise aja, trükitehnika, hammastuse, vesimärgi ja paberi kohta. Tihti on ka öeldud, missuguse sündmuse tähistamiseks mark on välja antud. Kui vaadeldav mark kuulub seeriasse, siis on margipildi juurde ja margi kirjeldusse (värvuse järele) märgitud mingi šifr, mille abil on võimalik kindlaks teha, mitmes mark see seerias on. Eriti oluline on see ühesuguse nimiväärtusega, kuid erinevate piltidega markide korral. Margiseeria lõpus on harilikult ära toodud markide kehtivusaeg ning üksikute markide tiraažid (trükiarvud).

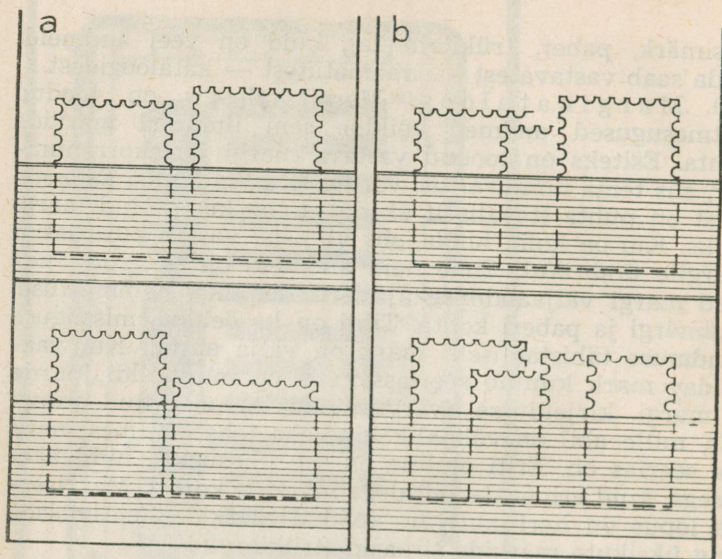
Neile, kes tahavad marke põhjalikumalt uurida, on vajalikud veel kvartslamp ning mikroskoop. Neist esimene võimaldab määrata mitmesuguste pealetrükkide ehtsust, mikroskoop aga suurendab olulisi detaile markidel. Samuti on vaja spetsiaalaparaati vesimärkide määramiseks.

Kõige lõpuks kuulub tööriistade hulka suur kotitais head tahet ja kannatlikkust.

5. Markide käsitsemine ja korraldamine

5.1. Markide sorteerimine

Markide korraldamiseks, süstematiseerimiseks ja kogusse paigutamiseks eraldatakse kõigepealt üksteisest pestud ja pesemata margid. Pestud markide hõlpsamaks käsitsemiseks on tarvilikud sorteerimiskastid, mille mõõtmeteks võiks valida 25 × 25 cm. Et kasti saaks rohkem marke paigutada, asetatakse temasse iga 5 cm tagant kahes teineteisega risti olevas sihis papirivad. Nii saadakse kärjekujuline kast 25 väiksema lahtriga. Kahest sellisest kastist peaks juba tükiks ajaks piisama. Pärast sorteerimist paigutatakse lahtrites olevad margid ümbrikesse,



Markide paigutamine ribaraamatusse: a) üksteise kõrvale, b) üksteise peale.

viimased aga omakorda kas kartoteegikarpidesse või suurtesse laegastesse. Soovitav on märkida ümbrikule selles oleva margi nimetus. Osa sorteeritud markidest paigutatakse vahetuse otstarbel ribaraamatusse. Need on eriti sobivad seetõttu, et markide äravõtmine ja juurdepanek toimub hõlpsasti.

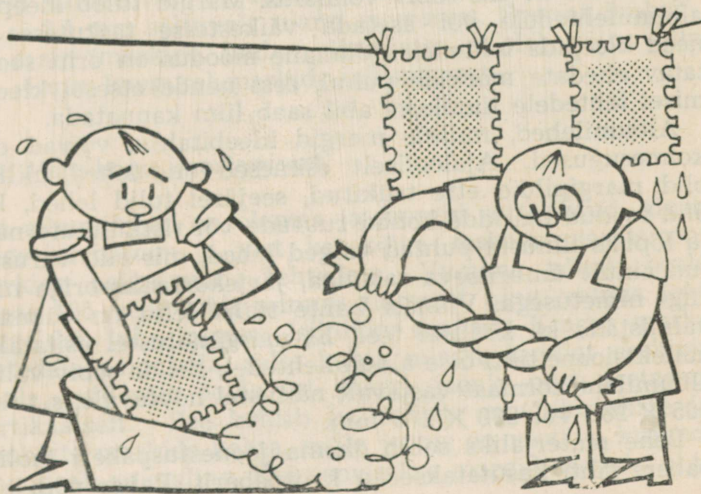
Ribaraamat kujutab endast paksude papplehtedega albumit. Nendele lehtedele on mõlemale poole paigutatud läbipaistvast materjalist, kas tsellofaanist või pauspaberist (kalkast) ribad. Ribad on kas süvistatud või kleebitud lehele kahest kül- ja alumisest servast. Et kahel vastastikku oleval lehel asetsevad margid ei puutuks üksteise vastu, on lehtede vahel läbipaistvast paberist vahelehed. Ribaraamatuid valmistatakse väga mitmes suuruses.

Ribaraamatusse paigutatakse margid tavaliselt nii, et iga järgmine katab eelmist mõne millimeetri võrra. Sellega välditakse markide omavahelist hambumist. Kui ruumi on palju ja marke vähe, siis asetatakse margid üksteisest eemale — ka siis ei ole hambastus hädaohus.

Et ribaraamatu leheküljel on ribad üksteisest võrdsel kaugusel, siis erineva suurusega markide puhul pakub ribaraamatu lehekülg üsna ebahühtlast pilti. Seetõttu ei ole ribaraamat sobiv vahend margikogu hoidmiseks.

5. 2. Markide pesemine ja kuivatamine

Tihti osutub osa sorteerimisele kuuluvatest markidest veel mittepestuks, s. t. nad on kas ümbriku- või postkaardi-lõigenditel. Sellised margid lähevad pesemisele. Tavaliste veekindlate markide pesemiseks kasutatakse üldiselt leiget vett, millele on lisatud veidi soola. Viimase ülesandeks on margi värvi kirkuse säilitamine. Ühte anumasse ei ole soovitatav panna väga palju marke, sest märjad margid võivad üksteise külge kleepuda ja rikneda. Ei ole lubatud ka marke vees segada või loksutada. Hoolega tuleb jälgida, et lõigenditel ei oleks keemilise pliitsi ega tindi jälgi, samuti tuleb ümbrikulõigenditelt kõrvaldada iga-sugused värvilised voodripaberid. Pärast pesemist paigu-tatakse margid puhtasse vette, et liim täielikult kõrval-duks. Seejärel asetatakse nad pildipoolega allapoole kuivatuspaberile või ajalehele. Kuivanud margid pan-



nakse mõneks tunniks surve alla. Pärast seda on nad kõlblikud kogusse või vahetusalbumisse paigutamiseks.

Vett mitte taluvaid marke ei saa eespool kirjeldatud viisil töödelda. Neid tavaliselt aurutatakse. Kriitpaberile trükitud marke tuleb ettevaatlikult tagaküljelt niisutada.

Sageli tuleb markidelt kõrvaldada ka mitmesuguseid plekke. Tuntumad nendest on rooste- ja rasvapekid. Kui margil on roostepplekk, siis ei aita praktiliselt mingi jõud ning mark tuleb kogust kõrvaldada, et ta teisi marke roostega ei kahjustaks.

Rasvapekkide puhul ei ole olukord nii traagiline. Väiksema rasvapeki kõrvaldamiseks piisab margi mõnekordsest kastmisest bensiinisse või eetrisse. Samuti võib kasutada bensiinisse kastetud vatt-tampooni. Suurema rasvapeki korral kaetakse margi tagakülge magneesiumipulbriga ja seejärel niisutatakse kaetud kohta bensiiniga. Magneesium kõrvaldatakse siis, kui ta on kuivanud. Kasutada võib ainult puhastatud aviobensiini.

5. 3. Margialbumi lehtede valmistamine

Eespool selgus, et ribaraamat margikogu jaoks ei sobi. Temas võib ainult säilitada vahetusmaterjali ja ajutiselt ka muid marke. Kuidas siis aga margikogu säilitada? Selleks on ainult üks sobiv võimalus. Margid tuleb kleepida albumilehtedele või asetada väikestesse taskutesse ja need kleepida lehtedele. Viimane moodus on eriti soovitatav ehedate markide puhul, sest nende otsesel kleepimisel lehtedele liimikute abil saab liim kannatada.

Albumilehed, millele margid kleebitakse, võivad olla kolmesugused. Ajalooliselt esimesed olid lehed, millele olid margipildid ette trükitud, seejärel tulid lehed, kus olid toodud markide kohad ruutude või ristkülikute näol, ja lõpuks ilmusid puhtad valged lehed, mis olid varustatud ainult ümbritseva raamiga, järjekorranumbriga ning riigi nimetusega. Viimast kahte tüüpi lehti on võimalik valmistada ka kodusel teel. Et marginäitustel esitataks kollektsioone tihti otse albumilehtedel, siis on sobiv valida albumilehe formaat vastavalt näitustel nõutavale, s. t. kas 305×280 või 290×270 mm.

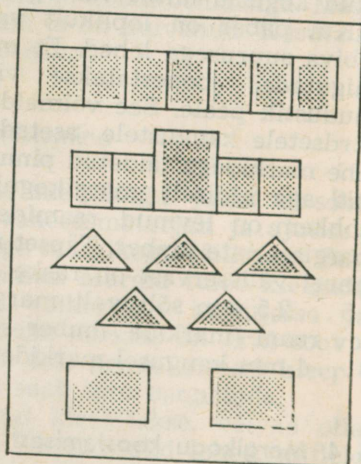
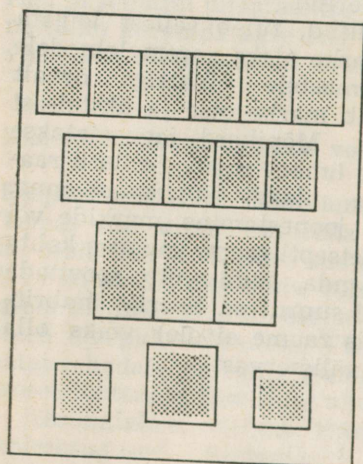
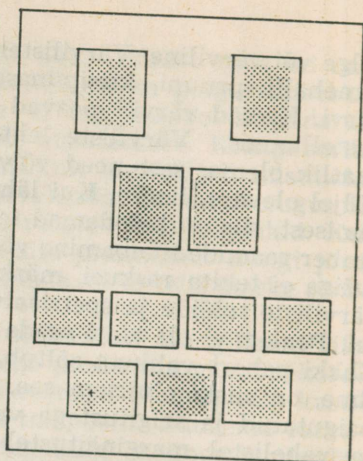
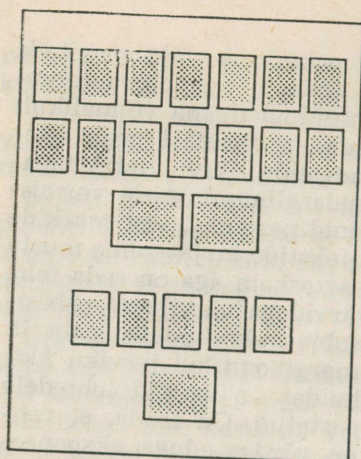
Lehe materjaliks sobib õhema joonestuspaberi taoline paber. Tihti kasutatakse ka kriitpaberit. Paber võib olla

valge või värviline. Värvilistest paberitest võiks soovitada tumehalli, pruuni, kirsipunast, musta või elevandiluuvärv. Kirkad värvid peavad muidugi olema võimalikult pastelltoonis. Värviliste lehtede kasutamisel peab ettevaatlik olema, sest need võivad anda värvi margi tagaküljel olevale liimile. Kui lähtuda albumilehtede vormistamisest, siis on heledamad toonid paremad, sest markide ümber raamide tõmbamine või tekstide kirjutamine musta tušiga ei tekita raskusi, märksa raskem aga on seda teha värviliste tušside ja spetsiaalvärvidega värvilistel paberitel. Pealegi ei ole alati saada sobiva värvitooniga paberit. Ehkki paberi valikust sõltub margikogu kui terviku üldilme, on siiski olulisem see, kuidas on margid lehtedele paigutatud ja selgitustega varustatud. On teada, et rahvusvahelistel marginäitustel on võrdse eduga eksponeeritud kogusid mitut värvi paberitel.

Kui paber on lõplikult valitud, tuleb sellest lõigata sobiva suurusega lehed. Et marke oleks parem lehtedele paigutada, joonestatakse viimastele pliiatsiga õrnalt ruudustik peale. See võimaldab marke otse ja üksteisest võrdsetele kaugustele asetada. Mõnikord joonestatakse lehe markidega täidetud pinna ümber raam. Sellised raamid aga üldiselt margikogule midagi juurde ei anna. Rohkem on levinud raamide joonestamine markide või margiseeriade ümber. Täpset retsepti raami kauguse või margi välisservast on raske anda, kuid võib soovitada 1,5... 2,5 mm sõltuvalt margi suurusest. Seeriat ümbritsev raam (markide ümber siis raame ei ole) võiks olla 3... 4 mm kaugusel markide välisservast.

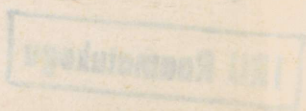
5. 4. Margikogu koostamisest

Kui albumilehed on olemas ja margid sorteeritud, algab kõige huvitavam ja vist ka kõige raskem operatsioon: markide paigutamine lehtedele. Viimane nõuab peale otsese töö veel tubli annuse ilumeelt ning valmis leht peegeldab juba inimese isiklikku maitset. Kuidas marke lehtedele paigutada, selle kohta mingit kindlat eeskirja ei ole, kuid võib öelda, et margi joonis peab asetsema vertikaalselt. See kehtib ka selliste ruudukujuliste ja rombjaate markide kohta, mille joonis on vastava kujundi diagonaali suunaline. Kui soovitakse margid asetada ühte



Markide paigutamine albumilehele.

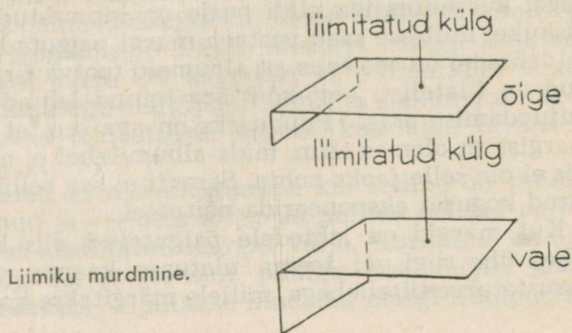
ritta, siis peavad nende alumised servad üldiselt olema ühel joonel. Kui aga tekib vajadus nihutada mõningaid neist üles- või allapoole, siis peaks nihe moodustama vähemalt $\frac{1}{3}$ või $\frac{1}{2}$ nihutatava margi kõrgusest. Ühes reas asetsevate markide omavahelised kaugused ei ole normeeritud, kuid soovitatavaks kauguseks on ca 5...10 mm vastavalt markide suurusele.

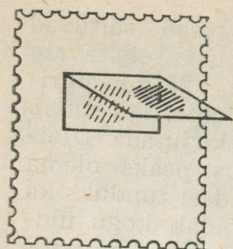


Üksikute margiridade vahelised kaugused sõltuvad markide suurusest ja vajalikust ruumist selgitavate tekstide mahutamiseks ning kõiguvad 15...25 mm piirides. Et tekstid ei koormaks albumilehti ballastiga, tuleb tõsiselt mõelda, mida kirjutada ja kuidas kirjutada. Üldiselt võib öelda, et ridadevaheline kaugus peaks olema selline, et markidel oleks «õhku» ja et nad ei tunduks ka albumilehele riputatutena. Peale selle võidab kogu üldilme, kui kõikidel albumilehtedel on ülemise rea markide ülemised servad lehe ülemisest servast samasugusel kaugusel kui alumise rea markide alumised servad lehe alumisest servast.

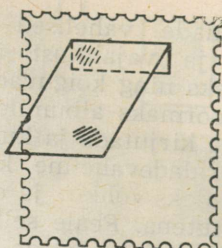
Mis puutub tekstidesse, siis võiks soovitada moodust, kus albumilehe peale on ühest servast kleebitult asetatud läbipaistvast paberist leht, millele on iga margi või margiseeria kohale kirjutatud neid iseloomustavad andmed. Niisuguste andmete hulka kuuluvad markide katalooginumbrid, hammastus, väljaandmise aeg, trükiviis ja tihti ka sündmus, mille tähistamiseks mark või margiseeria on välja antud.

Eespool on käsitletud markide paigutamist lehele, ent kuidas neid sinna kinnitada? Selleks kasutatakse nn. liimikuid ehk kleepvaltse. Tavalised liimikud on õhukese läbipaistva paberi tükid, mille üks külg on kaetud liimiga. Margi kinnitamiseks murtakse liimik pooleks liimipinnaga väljapoole. Murdmine toimub selliselt, et üks pool on kõigest 2...3 mm lai. See pool niisutatakse ja kinnitatakse margi külge, teine, suurem pool aga albumilehe külge. Margi küljes olev liimiku osa peab asetsema võrdlemisi margi ääre (harilikult ülemise või vasakpoolse) lähedal, et oleks võimalik marki ümber pöörata ja selle tagakülge





vale



õige

Liimiku kinnitamine
margi külge.

uurida. Soovitatav on liimikut niisutada mitte üleni, vaid ainult ühest kohast, sest siis saab teda korduvalt kasutada. Nagu eespool mainitud, ei ole liimikuid sobiv kasutada puhaste, liimiga varustatud markide vahetuks kinnitamiseks albumilehtedele. Nende markide puhul kasutatakse nn. surutaskuid, mis kleebitakse lehtedele. Need taskud koosnevad tumeda paberi (või mõne muu selletaolise materjali) tükist ja selle peale paigutatud tsellofaanitükist, mis on kleebitud oma alumise servaga paberitüki alumise serva külge. Sellises taskus püsib mark võrdlemisi kindlalt, sest kinnikleebitud servaga tsellofaan liubub tugevasti paberi külge. Kui valmis surutaskuid ei ole võimalik saada, tuleb võtta paberitükk, mis on antud margist veidi suurem, katta see tsellofaanitükiga, mis on omakorda veidi suurem paberitükist, murda tsellofaanitükk kolmest küljest ümber paberitüki ja kinnitada liimiga. Sel viisil saadakse tasku, milles mark püsib veelgi kindlamini.

Viimasel ajal on välismaal laialt levinud albumid, mille lehed on analoogilised ettetrükitud margipiltidega lehtedega, kusjuures iga pildi peale on kinnitatud tsellofaan-taskuke, millesse saab vastava margi paigutada. Nii sugustel lehtedel on see eelis, et albumeid tootva firma kunstnikud on filatelisti eest kõik ära teinud lehtede kunstilise kujundamise osas. Puuduseks on aga see, et kui mõnest margist on olemas erim, mida albumilehel ei ole näidatud, siis ei ole selle jaoks kohta. Samuti ei saa selliselt vormistatud kogusid eksponeerida näitustel.

Kui margid on lehtedele paigutatud, siis koondatakse lehed ühe riigi või teema ulatuses kaante vahele ning varustatakse tiitellehega, millele märgitakse kogu nimetus.

Et lehed kogus segamini ei läheks, varustatakse nad järjekorranumbritega, mis kirjutatakse (harilikult pliiatsiga) lehtede vasakpoolsetesse alumistesse nurkadesse.

Eespool oli räägitud ribaraamatutest. Et kvaliteetsete ribaraamatute valmistamine «kodusel teel» on võrdlemisi raske, siis siin nende valmistamise tehnoloogiat toodud ei ole, seda enam et ribaraamat on siiski ainult abivahend, mida omamata on täiesti võimalik koostada iga laadi margikogusid ja neid eksponeerida.

6. Peamised markide kogumise viisid

6.1. Kas puhtad või kustutatud margid?

Võib julgesti öelda, et probleem, kas koguda marke puhastena või kustutatutena, on peaaegu niisama vana kui filateelia. Mõningatest tollaegsetest kirjutistest selgub, et juba filateelia algaegadel saadi aru puhaste markide meeldivamast välimusest ning tunti huvi nende omamise vastu. On teada juhtumeid, kus mõnede riikide esimesed puhtad margid paigutati nõõpnõeltega kinnitatult mitmesugustele esemetele dekoratsiooniks.

Võib aga öelda, et seni, kuni koguti marke kui tõendeid, et postisaadetise eest on tasutud, omasid kaalu peamiselt kustutatud margid. Neid oli kergem saada, nad olid odavamad ja rahuldasi täielikult tollaegset kogujat. Alles siis, kui hakkasid ilmuma suureformaadilised värviküllased piltmargid, hakati rohkem huvituma puhtast margist, sest sellel oli võimalik üksikuid detaile paremini eristada. Taoliste markide laialdane levik tõi filateeliasse uued tuuled. Seni ainuvalitsejateks olnud üldkogumisele ja riikide järgi kogumisele tekkis võistleja margil kujutatu järgi kogumise näol. On loomulik, et piltmarkide puhul on olulise tähtsusega margipildi selgus ja rikkumatus. Seetõttu eelistavad temaatiliste kogude koostajad tavaliselt puhtaid marke.

Niisiis näeme, et margikogumine kui selline on tunduvalt muutunud ja seetõttu tõrjuvad puhtad margid paljudest kogudest kustutatud margid välja. Kurioosne on aga seejuures asjaolu, et võrdselt pildiga (kui mõnel juhul isegi mitte rohkem) kiputakse hindama margi liimipoolset

külge, kuigi see temaatilises suhtes peaaegu mingit mõju ei tohiks avaldada. On veel mõeldav, et liimile osutatakse tähelepanu riikide järgi kogumisel, sest siis vaadeldakse marki tervikuna, kuid ka see tundub asjatu, sest küllalt palju on marke, mis on ilmunud hoopiski liimita. Viimasel ajal levinud «ehedate markide kultus» igatahes pole millegagi põhjendatud.

Raske on anda ainuõiget vastust küsimusele, kas puhtad või kustutatud margid. Võiks öelda ainult nii palju, et kui lähtuda neist suurtest eesmärkidest, mis seisavad filateelia ees, s. t. rahvastevahelise sõpruse arendamisest ja üksikute riikide tutvustamisest nende visiitkaardi, margi abil, siis teevad puhas ja kustutatud mark oma töö võrdsest. Kui aga arvestada puhtmajanduslikke tingimusi, siis etendab olulist osa see, et kustutatud margid on puhas- test markidest enamasti tunduvalt odavamad. Esmajoones noortele, kes teevad filateelia alal alles esimesi samme, võiks seetõttu soovitada kustutatud markide kogumist. Lisaks kõigele muule on nende markide käsitlemine märksa lihtsam, sest puhtad margid võivad kokku kleepuda, samuti on juhuslikke kergeid murdejälgi kustutatud margist kergem kõrvaldada kui puhtast.

6.2. Markide kogumise viisidest

Margikogujaid on palju ja on põhjust oletada, et nende arv pidevalt suureneb. Kahjuks ei tunne aga paljud kogujad, isegi staažikamad, margikogumise ja kogude korraldamise kunsti. Eespool puudutasime juba margikogude korraldamist, nüüd aga selgitame küsimust, mida üldse koguda. Kas koguda riikide järgi või piltide järgi? Et see sõltub väga paljudest asjaoludest, näiteks koguja isiklikust huvist, maitsest, majanduslikest võimalustest ja ka momendi konjunktuurist, siis tuleb üsna tõsiselt vaagida, enne kui langetada vaekauss ühe või teise kogumisviisi kasuks. Momendi konjunktuuri all tuleb mõista näiteks asjaolu, et mida aasta edasi, seda raskem on kõiki kogujat huvitavaid marke saada, kuigi majanduslikult see isegi veel oleks jõukohane; samuti sõltub ühe või teise temaatilise kogu täiendamine sellest, kas on teisi taolisi kogujaid, kellega saaks sidet pidada ja marke vahetada. Kõige selle tõttu võib julgesti öelda, et minevikus oli filatelistidel kergem, sest marke ilmus vähem.

Viimane asjaolu ongi põhjuseks, et filateelia algpäevil koguti tavaliselt kõiki kättejuhtuvaid marke riikidele vaatamata. Tänapäeval vaevalt ükski veidigi vilunum filatelist sellist kogumisviisi harrastab. Käesoleval ajal võib teadlikud kogumisviisid jagada järgmistesse gruppidesse:

- 1) üldkogumine,
- 2) riikide järgi kogumine,
- 3) spetsiaalkogumine,
- 4) motiivkogumine,
- 5) temaatiline kogumine,
- 6) muud kogumisviisid.

Neist esimene on üsna vana ja põhimõtteliselt lihtne kogumisviis. Kogutakse mingi suurema riikide grupi, näiteks mõne maailmajao marke populaarsete kataloogide põhinumbrite järgi. See kogumisviis ei nõua kogujalt erilisi teadmisi. Tihti kogutakse marke albumitesse, millesse on ette trükitud margipildid. Sel juhul pole kataloogi tarviski.

Märksa põhjalikum on riikide järgi kogumine. Siin ei piisa mõnikord tavalisest kataloogist, vaid tuleb abi saamiseks pöörduda spetsiaalkataloogide poole. Kogutakse ühe või mitme riigi marke põhinumbrite ja nende variantide järgi. Kogu on võimalik vormistada ainult omakujundatud albumilehtedel. Vajalikud on juba suuremad teadmised filateelia valdkonnas.

Spetsiaalkogumine hõlmab peale markide veel tervikasju (postkaarte ja ümbrikke, millele on trükitud markide kujutised, vt. tahvel VIII), margistatud ümbrikke ning ümbrikke, mis pärinevad ajast, mil vastavas riigis postmarke veel ei kasutatud. Lisaks normaalsetele markidele kogutakse igasuguste trükivigadega, vesimärgi, paberi ja hammastuse vigadega marke (siin on muidugi mõeldud tehnilist laadi vigu, mitte markide hooletul käsitlemisel tekkinud defekte), paare, nelikblokke jne. See kogumisviis nõuab võrdlemisi suuri filateeliaalaseid teadmisi. Albumilehed tuleb samuti ise kujundada.

Spetsiaalkogumise ühest osast, ümbriku kogumisest on viimasel ajal välja arenenud uus ala — esmasümbriku kogumine (vt. tahvel XVI). Nimelt antakse paljudes riikides uute markide või margiseeriade ilmumise korral välja vastavalt kujundatud ümbrikke. Ilmumispäeval müüakse uusi marke sellistele ümbriku kleebituina.

Müük toimub postiasutustes ning seal lüüakse neile ümbrikele peale vastava kuupäevaga postitempel. Koos postitempliga varustatakse ümbrik veel templiga, mis tõestab, et on tegemist esmasümbrikuga. Saksakeelne vastav tempel on *Ersttagsbrief*, ingliskeelne *First Day Cover* või lühendatult *F.D.C.* Teistel päevadel ümbrikele seda templit ei lööda. Sageli tembeldatakse esmasümbrikke tavaliste kuupäevatemplite asemel mitmesuguste eritemplitega.

Huvitav on märkida, et ühel Inglismaa alluvuses oleval saarel lõpetati 1957. aastal postiteenistus ja selle tähistamiseks ilmus seal viimase päeva ümbrik. See on käesoleva ajani ainuke taoline teadaolev.

NSV Liidus ilmus esimene esmasümbrik 1962. aastal seoses viie aasta möödumisega esimese sputniku lennust 4. oktoobril 1957.

Esmasümbrike kõrval kogutakse sageli ka nn. maksimumkaarte (vt. tahvel VIII). Maksimumkaart on postkaart, mille pildipoolle kleebitud margil kordub sama pilt, mis esineb kaardil. Mark peab seejuures olema tembeldatud mingi templiga, millel on kaardil ja margil kujutatuga teatav seos. Näiteks võib selliseks templiks olla kujutatud isiku sünni-, surma- või tegevuskoha tempel (võimaluse korral eritempel), margi ilmumispäevale vastav tavaline või eritempel jne. Kõige rohkem maksimumkaarte esineb mitmesuguste kunstiteoste reproduktsioonide kujul.

6.3. Teemaatiline kogumine ja motiivkogumine

Alguses oli riikide järgi kogumine jõukohane kõigile huvilistele. Kui aga markide arv ja väärtus juba ühe riigi ulatuses hakkas ületama tavalise filatelisti majanduslike võimaluste piire, siis püüti leida uusi teid oma harrastuse jätkamiseks. Et sajandi vahetusel markide kvaliteet tunduvalt paranes ja nende teemaatika mitmekesisus, siis olidki olemas eeldused uue kogumisviisi — teemaatilise kogumise — tekkeks. Teemaatilise kogumise suuna teket põhjustas ka asjaolu, et filatelistide ridadesse tuli juurde järjest rohkem inimesi väga erinevatelt elualadelt, kellest paljusid enam ei rahuldanud markide kogumine lihtsalt

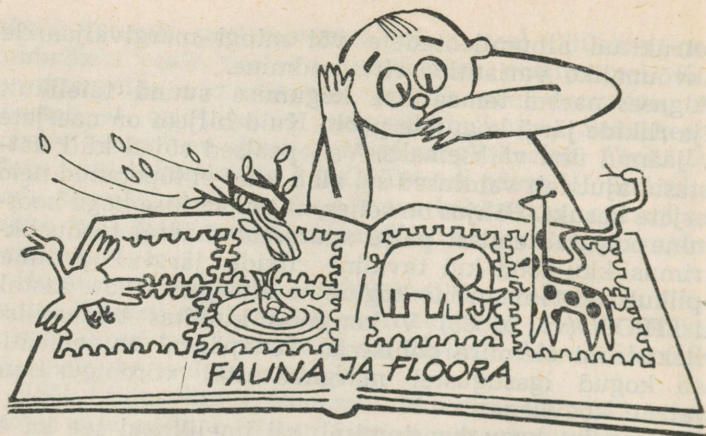
ettetrükitud albumilehtedele või mingi margiväljaande kõikvõimalike variantide rittaseadmine.

Alguses naerdi temaatilise kogumise suund täielikult välja riikide järgi kogujate poolt. Kuid hiljem on naerjate arv jäänud üha väiksemaks. Vahepealsed sõjad küll katkestasid ajutiselt vaidlused sel alal, kuid ei lõpetanud neid naerjate kasuks. Põhjus on selles, et temaatilise kogu koostamine kujutab endast palju suuremal määral teaduslikuurimuslikku tööd kui tavaline riikide järgi kogumine. Lõplikult sai temaatiline kogumine eluõiguse 1954. aastal, kui FIPCO (vt. lk. 63) V kongress kinnitas temaatilise kollektiooni olemuse põhikirja. Tänapäeval on temaatilised kogud igasugustel marginäitustel võrdõiguslikud tavaliste kogudega.

Temaatilise kogu koostamisel, nii imelik kui see ka ei ole, peavad kogujal olema küllalt suured teadmised esmajoones mitte filateelias, vaid vastava teema valdkonnas. Nimelt on igasugust temaatilist kogu võimalik koostada ainult siis, kui tuntakse seda teemat laiuti ja sügavuti. Ei teeks ka halba, kui tuntaks sellele teemale lähedasi naaberteemasid. Valitava teema ulatus ja vastavate eksponaatide arv sõltub kogujast. Kogenum valib kitsama, vähem kogenu laiema teema. Kitsama teema korral on käsitletavate probleemide arv küll väiksem, kuid eksponaate on ka võimalik vähem valida. Seepärast võiks algajaile soovitada laiemat teemat mitte eriti sügavale tungimisega selle olemusse. Sellisel juhul on võimalik rohkem eksponaate valida ja kui mõni neist antud kogus puudub, siis ei paista see veel nii välja kui kitsama teema korral.

Üheks kõige primitiivsemaks temaatilise kogumise liigiks on motiivkogumine. Kui riikide järgi kogumine eeldab filateeliaalaseid teadmisi, temaatiline kogumine küllalt põhjalikke teadmisi vastava teema alal, siis motiivkogumine esitab mõlemas suhtes väga tagasihoidlikke nõudmisi. Nimelt on vaja ainult ära tunda, kas margil on kujutatud fauna või floora esindaja, rakett või spordistseen. Kui margil on kujutatud näiteks K. E. Tsiolkovski portree, siis see mark ei kuulu motiivkogusse «Raketid» (välja arvatud muidugi juhtum, kus portree kõrval esineb kas või mini-maalsetegi mõõtmetega rakett), küll aga kuulub ta temaatilisse kogusse «Tee kosmosesse» vms.

Koguja majanduslikest võimalustest lähtudes on motiivkogumine vähem soovitatav neile, kellel pole võimalust



hankida kõiki antud motiiviga seoses olevaid marke. Siin on mõeldud just nooremaid filateliste, eriti kooliõpilasi. Vanematele filatelistidele aga, kellel oleks võimalus muretseda nimetatud marke, ei tahaks soovitada motiivkogumist sellepärast, et see ei anna kogujale midagi peale ühekordse esteetilise naudingu uute markide saamisel. See ei arenda teda praktiliselt ei filateelia ega ka antud motiivi vallas.

Siiski on motiivkogumine kui nii-öelda arenemata filatelistide harrastus leidnud maailmas küllaldaselt poolehoidjaid. Seetõttu on väga paljudes riikides joondunud peamiselt kõige väiksema sisulise kvaliteediga markidega rahuldavate filatelistide maitse järgi ja on hakatud suurel hulgal igasuguseid piltmarke välja andma. Peamisteks motiivideks on lilled, loomad, autod, laevad, lennukid, ehitused, maalide reproduksioonid, spordistseenid, mitmesugused putukad, kalad ja linnud. Neist viimased esinevad väga sageli lennupostimarkidel.

Teatavasti põhjustas ülemineku süstemaatilisel, s. t. riikide järgi kogumisel temaatilisele kogumisele ja motiivkogumisele mõningal määral asjaolu, et see tundus odavam olevat. Tänapäeval on olukord selles osas tugevasti muutunud, eriti motiivkogumise alal. Nii näiteks on juba praegu raske kätte saada kõiki spordimarke, mis on ilmunud pärast Rooma olümpiamänge, rääkimata varasematest. Põhjuseks on asjaolu, et neid lihtsalt ei ole või nad on

küllalt kallid, sest juba nende nimiväärtused on sageli väga suured. Et kõikide taoliste markide saamist veelgi raskendada, antakse paljudes riikides peale tavaliste hammastatud markide välja ka lõigatud marke, mille tiraažid on tunduvalt väiksemad. Lisaks sellele ilmub suurel arvul mitmesuguseid blokke. Nii näiteks ei peetud Jaapanis paljaks Tokios toimunud XVIII olümpiamängude puhul välja anda kuus blokki spordistseenidega ja üks spordiehitustega.

Nii on vaene filatelist, vähemalt motiivkogumise osas, jõudnud vihma käest räästa alla. Avaramaid võimalusi pakub selles suhtes temaatiline kogumine, sest antud teema illustreerimiseks on tavaliselt võimalik valida suhteliselt kergemini kättesaadavaid marke, samal ajal kui motiivkogu on täielik ainult siis, kui ta sisaldab kõiki vastavat motiivi kujutavaid marke.

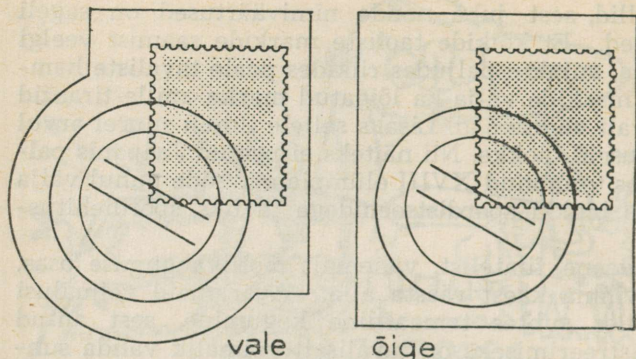
6. 4. Muud kogumisviisid

Eespool käsitlemata kogumisviisidest võiks nimetada uurimuslikku kogumist, dokumentaarkogumist ja templite kogumist.

Uurimuslik kogumine on oma olemuselt spetsiaalkogumine, ainult et selles tungitakse igas suunas veelgi sügavamale. Sageli piirduakse seejuures mõne üksiku margiväljaandega, millest paigutatakse kogusse kõikvõimalikud variandid. Koos üldkogumise, riikide järgi kogumise ning spetsiaalkogumisega kuulub uurimuslik kogumine klassikalise filateelia esindajate hulka.

Uut suunda filateelias esindab temaatilise kogumise ja motiivkogumise kõrval veel dokumentaarkogumine. Dokumentaarkogu kujutab enesest temaatilist kogu, mis lisaks markidele sisaldab iga liiki illustreerivat materjali. Selline kogu ei võida ega kaota kuigi palju ühe suure margiharulduse olemasolu või puudumise korral. Küll aga võib palju tähendada mingi dokument, foto vms. Dokumentaarkogusid koostatakse peamiselt käesoleva ajastu suursündmuste peegeldamiseks. Nende kujundamise võimalused on märksa mitmekesisemad klassikaliste kogude kujundamise võimalustest.

Templite kogumine tähendab tegelikult templijäljendite kogumist. Need võivad olla tervikasjadel, margistatud



Templijäljendite väljalõikamine.

ümbrikel, muudel saadetistel või ka vastavatel lõigenditel. Templite kogumisel piirduakse tavaliselt teatava ajalise perioodiga või kindlate geograafiliste regioonidega. Koguda võib niihästi tavalisi postitempleid kui ka mitmesuguste sündmuste puhul kasutatud eritempleid. Muidugi peavad kogumiskõlblikud templijäljendid olema küllalt selgesti loetavad.

7. Filatelistid ja filatelistlik kirjandus

7.1. Filatelistide organisatsioonid ja FIP

Filateelia ajalugu käsitlevas osas selgusid asjaolud, mis põhjustasid filatelistide organisatsioonide loomise vajaduse. Nüüd on esimese filatelistide ühingu asutamisest möödunud üle 100 aasta ning peaaegu igas riigis on loodud filatelistide koondisi (alates 1966. aasta märtsikuust tegutseb ka NSV Liidus Üleliiduline Filatelistide Ühing — ÜFÜ). Paljud neist on asjaarmastajate grupid, paljud aga ametlikud ja teovõimsad organisatsioonid.

Käesoleva sajandi kahekümnendate aastateni võis täheldada, et filatelistide organisatsioonid kujutasid enesest majanduslikult hästi kindlustatud inimeste kogumeid, mille üksikud liikmed ei kohkunud tagasi suurte summade maksimisest ühe või teise margi omandamise otstarbel.

Peaaegu kõik nad olid «soliidsed härrasmehed», klassikalise kogumismeetodi tulised pooldajad. Kui sellisesse tsita-delli sattuski mõni noorem ja ärksama vaimuga filatel-ist, siis ta kas naerdi välja, visati välja või kasvatati ümber.

Ei päästnud olukorda ka 1926. aasta, mil asutati ülemaa-ilmnne filatelistide organisatsioon FIP (*Fédération Inter-nationale de Philatélie*), mis pidi ühendama kõik maailma filatelistid, nagu oli öeldud tema põhikirjas.

Kuid uus tungis siiski peale ja surus vana järjest tagasi. See uus oli motiivkogumine ja temaatiline kogumine — nn. konstruktiivfilateelia. Et pikkamööda omandasid fila-telistide organisatsioonides sõnaõiguse ka need, kellel ei olnud kõhukat kukrut, siis muutus miljöö organisatsiooni-des kodusemaks. Hakkas kujunema kollektiiv.

FIP-ile kui tervikule tekkis rivaal FIPCO (*Fédération Internationale de Philatélie Constructive*) näol. Ent kuigi FIPCO kui organisatsioon ametlikult eksisteeris, olid temaatilise kogumise eeskirjad väga udused ning FIP-i range kontrolli all. 1963. aastal korrigeeriti neid eeskirju masside survele ning selle tulemusena on temaatilised kogud nüüd marginäitustel võrdõiguslikud klassikaliste kogudega. FIP on küll veel tugevasti kodanliku ideoloogia kammitsas, kuid viimasel ajal võib täheldada üksteise mõistmise tunduvat paranemist. Nimelt andis FIP-i presi-dent L. Berthelot ametlikult FIP-i nimel väga kõrged hinnangud suurtele rahvusvahelistele marginäitustele «Polska 60» ja «Praga 62», mis toimusid vastavatel aas-tatel Varssavis ja Prahast. 1967. aastast on FIP-i liige ka ÜFÜ.

Kahju ainult, et FIP ei ole astunud otsustavaid samme mõningates kapitalistlikes riikides väljaantavate markide hulga piiramiseks. Praegu on mõnedes riikides selline mentaliteet, et mida rohkem marke välja anna, seda kasulikum riigile ja seda rohkem tutvustame ennast teiste-le. Selle tulemusena on aga saavutatud vastupidine efekt. Üksikud filatelistid on nimetatud markide suhtes juba rakendanud boikotimeetodit, kuid see aitab veel vähe. Siin kehtib ainult põhimõte: «Kui kõik maailma filatelist-id...», ning selle ürituse eesotsas peaks seisma FIP. Kuid ka FIP üksinda ei saa midagi teha, kui teda ei toeta madalamad organisatsioonid. Viimased omakorda peaksid toetuma laiadele filatelistide hulkadele. Seepärast peaksid

sellist massemissiooni harrastavate riikide filatelistid asja kõigepealt ise käsile võtma, kuid nemad pole sellest eriti huvitatud, sest neile on oma riigi margid suhteliselt kergesti kättesaadavad ja paljusid neist markidest ihaldatakse ka mujal, mistõttu nad on heaks vahetusmaterjaliks. Seega nii kaua, kui teadlikkus allub kindlalt majanduslikkusele, olukord ei parane.

7. 2. Filatelistlik perioodika ja kirjandus

Väga palju igasuguseid filateeliaalaseid küsimusi tõstatatakse ja lahendatakse erialases kirjanduses ja ajakirjanduses. Sellele lisanduvad mõned enam-vähem juhuslikku laadi viited filateeliale ka teist laadi ajakirjanduses.

Esimeseks filatelistlikuks ajakirjaks võib nimetada eespool juba mainitud 8-leheküljelist žurnaali «The Monthly Advertiser», mille esimene number ilmus 15. detsembril 1862 Liverpools. See ajakiri ei püsinud kaua, ainult poolteist aastat, kuid juba enne tema «hingusele minekut» süttis kahe uue filatelistliku ajakirja eluküünal (1863). Need olid «The Stamp Collector's Magazine» Inglismaal ja «Magazin für Briefmarken-Sammler» Saksamaal. Möödus mõni aeg ja uuesti pidid filateeliaalaseid küsimusi hakkama valgustama uued ajakirjad. Nii toimus see korduvalt. Mõned neist ajakirjadest olid kõrgema, mõned madalama tasemega. Oma töö — abistada filatelite ja neid koondada — tegid nad siiski ära. Kas hästi või halvasti, selle üle otsustasid kaasaegsed. Olulisem oli see, et inimestele, kes ei teadnud filateeliast midagi, olid need ajakirjad just nagu esimesteks saadikuteks filateeliamaalt.

Et filateelia tungis avalikkuse ette, siis pidi ka muu ajakirjandus oma prestiiži säilitamiseks sõna sekka ütleva. Nii hakkaski mitmesugustes ajalehtedes ja ajakirjades ilmuma artikleid filateelia kohta. Praegusel ajal peavad mõned suuremad ajalehed filateelia alal isegi koosseisulist korrespondenti, sest tähtsa uudise vale tõlgendamine ükskõik mis vallas võib ajalehe prestiiži kõigutada.

Tänapäeval ilmub maailmas üsna palju filateeliaalaseid ajakirju. Teadaolevail andmeil antakse neid välja ka kõigis sotsialismimaades. Loetavaim neist on meil keele seisukohalt SDV ajakiri «Sammler Express», mis ilmub juba alates 1947. aastast. Samuti loetakse rohkesti

Tšehhoslovakkia, Bulgaaria ja Poola ajakirju. Seevastu Ungari ajakiri, mis kujunduselt on üks paremaid, on keele tõttu suhteliselt raskesti mõistetav. Nendes ajakirjades tuuakse pidevalt andmeid kogu maailmas ilmuvate uudismarkide kohta, enamasti koos fotodega. Peale selle esitatakse materjale filatelistide elust, artikleid klassikalise filateelia ning konstruktiivfilateelia küsimustest jne.

Ka NSV Liidus ilmub alates 1966. aasta juulikuust oma filatelistlik ajakiri — «Филателия СССР». Selle eelkäijateks võib lugeda kogumiku «Советский коллекционер» esimesi numbreid, mis sisaldavad samuti palju huvitavat materjali.

Perioodika hulka võib veel lugeda «Lipsia» kataloogi perioodiliselt ilmuvaid lisasid. Teiste kataloogide lisad trükitakse tavaliselt vastavates eriajakirjades.

Filateeliaalastest raamatutest on märksa raskem ülevaadet anda. Ajaloolisest aspektist võib vanima teadaoleva teosena peale esimese kataloogi märkida 1862. aastal ilmunud raamatut «Postmarkide võltsimisest», mille autor oli J. Moens.

Üheks huvitavaks raamatusarjaks filateelia valdkonnas on SDV-s väljaantav «Philatelistische Schriftenreihe», millest on ka meile müügile jõudnud kümnekond brošüüri. Mõned neist brošüüridest on pühendatud filateelia üldküsimustele, enamik aga mitmesugustele konkreetsetele probleemidele, nagu näiteks motiivkogu kujundamine, sport markidel jne. Samas sarjas ilmus ka eespool tutvustatud värvitabel.

7.3. Margikataloogid

Et margikataloog on filatelistide kõige suuremaks abili-seks, seda peaks teadma igaüks neist. Kataloogist võib leida abi praktiliselt igasuguse eruditsiooniga filatelist. Tõsi küll, on ju ka marke, mis kataloogides puuduvad, rääkimata lähematest andmetest nende kohta, kuid siis aitab mõningaid küsimusi lahendada analoogiliste marki-dega võrdlemine ja nende uurimine.

Esimese kataloogi ilmumisest on teatavasti möödunud peaaegu 140 aastat (see ilmus 17. septembril 1861). Et tol ajal oli marke veel vähe, siis oli kataloogi maht ainult umbes 40 lk. Sellesse mahtusid küllalt üksikasjalikud and-

med kõigi maailma markide kohta. Mida aasta edasi, seda raskemaks läks kataloogi koostamine. Tuli hakata tõsiselt mõtlema, mis on kataloogis oluline ja mis ei ole. Selle tulemusena on tänapäeva kataloogid mitte ainult markide kataloogid, vaid ka nende markide kohta käivate andmete kataloogid. Niivõrd kokkusurutult on seal kõik esitatud.

Olgugi et kataloogides on andmeid võrdlemisi napilt ja nad ilmuvad kõigest kord aastas, lepib enamik filateliste ainult kataloogidega ega kasuta neid rikkalikke andmeid ja materjale, mida pakub kaasaegne ja mineviku erialane kirjandus. Arvatavasti on põhjus selles, et see kirjandus on suhteliselt raskemini kättesaadav ja ka raskemini käsitsetav, sest antud konkreetset probleemi puudutavat materjali sageli lihtsalt ei osata üles leida. Teisest küljest aga on kataloogides ära toodud markide hinnad ja eks oma kogu väärtuse teadmine ole nii mõneleki mõõdupuuks teiste kogude hindamisel. Võib öelda, et selline nähtus esineb kogu maailma ulatuses, järelikult on midagi kutsehaiguse taolist. Ravimiks selle vastu peaks olema temaatilisele kogumissuunale üleminek.

Missuguseid katalooge on üldse olemas? Kronoloogilised kataloogid võib jagada kolme gruppi. Esimesse kuuluvad standard-, lihtsustatud ning populaarkataloogid. Nendes tuuakse ära ainult markide põhinumbriid; vesimärgi ja hammastuse erinevusi ei vaadelda. Nimetatutest kõige põhjalikum on standardkataloog.

Teise gruppi kuuluvad üldiseloomuga, kuid juba üksikasjalikumad kataloogid, näiteks «Stanley Gibbons» (Inglismaa), «Scott» (USA), «Yvert & Tellier» (Prantsusmaa), «Zumstein» (Šveits), «Michel» (Saksa Föderatiivne Vabariik) ja meile kõigile tuntud «Lipsia» (Saksa Demokraatlik Vabariik). Võrreldes teiste nimetatutega on «Lipsias» suhteliselt palju andmeid just selle kohta, mille vastu hakkab huvi tundma tuleviku filatelist — nimelt margil kujutatatu kohta. Selle kõrval on korrektselt esitatud ka «klassikalised» andmed. Et kõigis nimetatud kataloogides peale «Zumsteini» tuuakse ära kogu maailma margid, siis ilmuvad mõned neist käsitlemise hõlbustamiseks mitmes köites.

Kolmandasse gruppi kuuluvad mitmesugused spetsiaalkataloogid. Nendes käsitletakse põhjalikult mõne üksiku riigi või riikide grupi marke, mõnel juhul ka ainult mõnda

üksikut margiväljaannet. Tavalisele «reafilatelistile» pakub enamik spetsiaalkatalooge suhteliselt vähe huvi.

Et nõukogude filatelistidele on kõige lähedasemad Nõukogude margid, siis tavaliselt alustataksegi nende kogumisest. Selles osas rahuldab NSV Liidu markide kohta ilmunud kataloog «Почтовые марки СССР» ka üsna nõudlikku filatelisti.

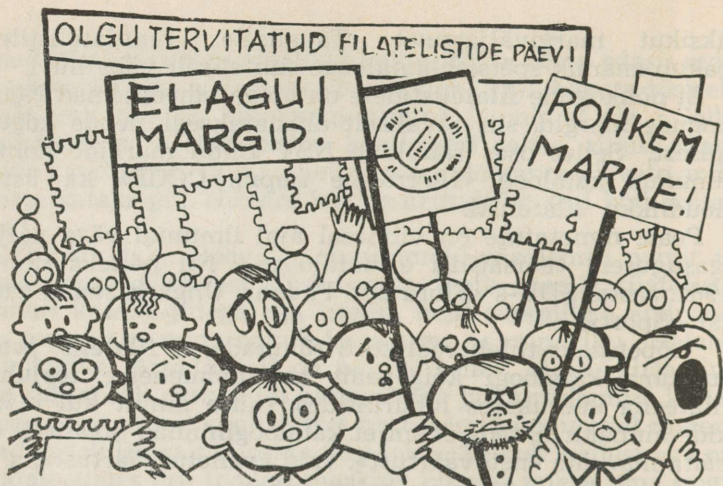
Peale nimetatute on viimasel ajal ilmunud väga palju igasuguseid temaatilisi erikatalooge. Nii näiteks ilmus 1962. aastal SDV-s «Flora und Fauna», Ungaris samal aastal «Sport».

Lõpetuseks tuleb veel kord rõhutada, et filatelist peab suhtuma kataloogi kõigepealt kui abimehesse, teejuhti filateelia keerukates labürintides, mitte ainult kui markide hinnakirja, seda enam et kataloogihinnad tavaliselt ei näita markide «netoväärtust», vaid «vahetusväärtust», s. t. markide väärtuste omavahelist suhet.

7. 4. Margipäevad

Juba üsna varakult hakkasid mitmesugustesse organisatsioonidesse koondunud filatelistid tähistama filatelistide päevi. Esimene sellelaadiline üritus toimus 14. juulil 1872 Lüübekis. Seda traditsiooni on paljude riikide filatelistid hiljem jätkanud.

Rööbiti filatelistide päevaga, kus keskseks kujuks oli inimene, tekkis mõte hakata pidama ka margipäeva, kus keskseks kujuks pidi olema mark. 1935. aastal soovitas sakslane H. v. Rudolphi iga-aastaseks margipäevaks valida Ülemaailmse Postiliidu asutaja H. v. Stephani sünnipäevale (7. jaan.) järgnev pühapäev. Rudolphi ettepanek meeldis põhimõtteliselt ka välismaistele filatelistidele, ja kui FIP-i 11. kongress 1936. aastal Luksemburgis soovitas kõikidel FIP-i liikmesühingutel margipäeva tähistada, siis oligi eesmärk saavutatud. Et aga kuupäeva suhtes ei lepitud rangelt kokku, siis kõigis riikides, kus seda päeva pühitsetakse, toimub see üldiselt erinevatel aegadel. Paljudes riikides antakse nimetatud päeva tähistamiseks välja isegi marke. Neist võiks nimetada SDV, Austria, Poola RV, Ungari RV, Prantsusmaa, Belgia jt. marke ning eespool juba tutvustatud Hispaania margiseeriaid.



Margipäeva statuudi rajamisega filatelistid just nagu võtsid enesele kohustuse raporteerida sel päeval oma saavutustest filateelia alal. Sel päeval toimuvad pidulikud koosolekud, peetakse kõnesid, esitatakse aruandeid, väga paljudes kohtades organiseeritakse marginäitusi, markidest ja filatelistidest kirjutatakse ajalehtedes ja räägitakse raadios ning neid näidatakse televisioonis. Nii mõnigi selliste saadete jälgija jääb nähtu-kuuldu üle vaikselt järele mõtlema... ja ühel heal päeval seab sammud filatelistide organisatsiooni asupaika. On päevaselge, et marginäitus või vastavasisuline televisioonisaaide, mis pakub vaatajatele esteetiliselt naudingut ja avardab nende silmaringi, propageerib filateeliat palju suuremal määral kui paljasõnalised jutud sellest, et margid on väga huvitavad asjad ja tingimata peaks igaüks marke koguma.

7. 5. Marginäitused

Esimese marginäituse toimumise aeg ei ole kindlalt teada. Võib oletada, et esimene oli 1852. aastal Brüsselis toimunud näitus. Kahjuks ei ole mingeid andmeid selle näituse eksponaatidest ega mahust.

Järgmise teadaoleva näituse organiseeris peaaegu kakskümmend aastat hiljem, 1870. aastal Dresdenis tuntud saksa filatelist A. Moschkau oma 6000-margise kogu baasil. Seejärel demonstreerisid mitmed filatelistid oma kogusid Viinis, Berliinis ja Pariisis.

Esimene suurem marginäitus, kus olid eksponeeritud juba mitme filatelisti kogud, toimus Viinis 1881. aasta novembris. Järgmisel aastal organiseeriti Dresdenis rahvusvaheline näitus. Varsti kujunes selliste näituste korraldamine tavaks. Nii süvenesid filatelistide rahvusvahelised sidemed. Pärast Esimest maailmasõda muutusid nimetatud üritused veelgi osavõturohkemaks, nende populaarsus kasvas, ja et ajaga kaasas käia, hakkasid postivalitused neid sündmusi vastavate markide ja ka margiblokide väljaandmisega tähistama.

Enne Teist maailmasõda toimunud suurimateks rahvusvahelisteks näitusteks võiks kronoloogilises järjekorras lugeda järgmisi:

1930 IPOSTA [I(nternationale) Post(wertzeichen)-A(usstellung)] Berliinis;

1932 WIPA [W(iener) I(nternationale) P(ostwertzeichen)-A(usstellung)] Viinis;

1935 OSTROPA [Ost(eu)ro(päische) P(ostwertzeichen)-A(usstellung)] Königsbergis;

1937 PEXIP [P(aris) Ex(position) I(nternationale) P(hilatélique)] Pariisis;

1937 DAPOSTA [Da(nziger) (Landes)post(wertzeichen)-A(usstellung)] Danzigis.

Toodud näidetest selgub, kuidas moodustatakse nende kuulsate näituste lühendatud nimetused. Meile, eestlastele peaks kõige rohkem huvi pakkuma näitus WIPA, sest selle näituse auks väljaantud blokist on kuulnud kõik, kes on näinud näidendit või filmi «Viini postmark».

Pärast sõda hakati jälle suuri rahvusvahelisi näitusi organiseerima. Esimesed neist olid

1948 IMABA [I(nternationale) (Brief)ma(rken)-Ausstellung) (Ba(sel)] Baselis;

1953 IFRABA [I(nternationale) Fra(nkfurter) B(riefmarken)-A(usstellung)] Frankfurdis.

Järgnesid 1955 STOCKHOLMIA, 1959 INTERPOSTA (Hamburgis), 1960 POLSKA (Varssavis), 1961 BUDAPEST, 1962 PRAGA (seda tituleeriti koguni I ülemaailmseks näituseks, 1963 ISTANBUL, 1964 PHILATEC (Pariisis),

1965 WIPA (Viinis), 1966 SIPEX (Washingtonis), 1967 AMPHILEX (Amsterdamis), 1968 PRAGA, 1969 SOFIA. Nagu näeme, on mitmed nendest näitustest nimetatud linnade järgi, kus nad toimusid.

Mitmei eespool mainitud näitusel esinesid oma väljapanekutega ka nõukogude filatelistid ja NSV Liidu Side-ministeerium. Eriti tuleb märkida, et kahest viimati nimetatud näitusest võttis osa meie vabariigi filatelist K. Vasiljev NSV Liidu markide koguga, mille eest ta Prahast sai hõbetatud pronksmedali ja Sofias hõbemedali.

Nii palju suurtest näitustest. Nende kõrval organiseeritakse muidugi mitmesuguseid näitusi riikide, linnade ja veel väiksemate territoriaalsete üksuste piirides. Eesti NSV-s on suuremad näitused toimunud Tallinnas 1967 ja 1968 (teine neist vabariiklik näitus).

Kui mingi margikogu (süsteemaatiline või temaatiline) on omaniku arvates küllalt täielik näitusel esitamiseks, siis on soovitatav tutvuda näituse eeskirjadega, et vältida arusaamatusi. Suurtel rahvusvahelistel näitustel jagatakse eksponaadid gruppidesse. Kõige kõrgemas grupis konkureerivad kogud, mis on varasematel näitustel juba auhindu saanud, aste astmelt allapoole ikka vähem tuntud kogud. Eri grupi moodustavad noorfilatelistide kogud. Kui kogu eksponeeritakse esmakordselt, siis ruumi säästmiseks tihti ei panda välja tervet kogu, vaid ainult selle huvitavamad osad. See kehtib eriti süsteemaatiliste kogude kohta. Kui kogu on juba varasematel näitustel tunnustust leidnud, siis pole üldsegi vajadust tervet kogu žüriile esitada, sest selle olemasolu kohta on tõend olemas.

Näituse iseloomust olenevad autasud. Varem, kui kõik kogud olid süsteemaatilised, oli medaleid üksainus rida kullast kuni pronksini koos vahepealsete astmetega. Viimasel ajal auhinnatakse eraldi süsteemaatilisi ja temaatilisi kogusid ning noorfilatelistide väljapanekuid.

Näituse korraldamiseks valitakse vastav komisjon. Rahvusvaheliste näituste komisjonidesse võivad kuuluda väga kõrged isikud (iseegi riigipead). Näituse eksponaatide hindamiseks valitakse suurte kogemustega filatelistidest koosnev žürii.

Küllastajatele näitustest parema ülevaate andmiseks trükitakse katalooge ja muid abimaterjale.

8. Filateelialaseid eriküsimusi

8.1. Salamärgid ja muud võltsingute vältimise abinõud

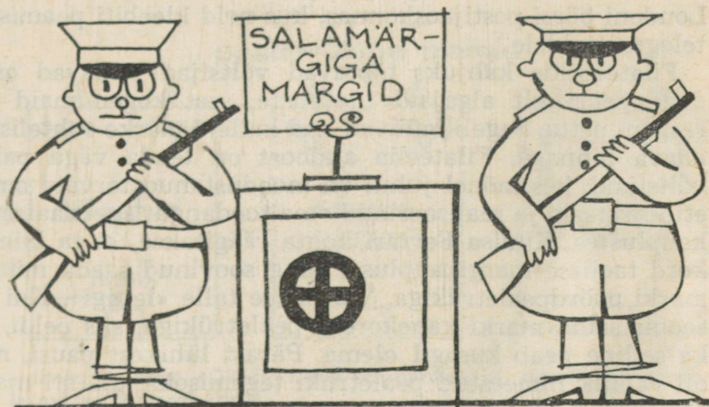
Et vältida markide järeletegemist, selleks trükitakse marke vesimärgiga varustatud paberile. Lisaks sellele on aegade jooksul rakendatud mitmesuguseid täiendavaid ettevaatusabinõusid: salamärke, spetsiaalseid paberisorte jne.

Põhja-Saksa Postiringkonna teenistusmarkidel 1870. aastast näiteks on salamärgiks võrkalustrükk, mis ilmub nähtavale margi keemilisel töötlemisel. Analoogilisi alustrükke esineb ka mitmetel teistel vanematel markidel.

Salamärgid selle sõna kõige otsesemas mõttes on margijoonisele sihilikult lisatud väheolulised detailid — punktikesed, kriipsukesed jne. —, mis võltsijatel võivad kergesti kahe silma vahele jääda (muidugi juhul, kui võltsinguid ei valmistata fotograafilise kopeerimise teel).

Salamärgiks võib olla ka graveerijamärk, kui see on peidetud margi joonisesse. Enamasti aga on graveerijamärgi ülesandeks ainult näidata, kes on antud margi kliše graveerinud. Selline graveerijamärk on tavaliselt paigutatud margi alumisse serva.

Mitmel juhul on markide trükkimiseks kasutatud paberit, mida läbib siidniit. Esmakordselt trükiti sellisele paberile Inglismaa margid aastal 1847. Järgnesid Baieri,



Vürtembergi ja Šveitsi margid. Siidniidiga oli varustatud isegi Mulready ümbrike paber.

Viimase ettevaatusabinõuna võiks nimetada kiudpaberi kasutamist. Mitmesugust värvi kiududega (sinine, punane, roheline) paberile on trükitud paljud Šveitsi ja Austria margid.

Kõiki neid abinõusid on muidugi rakendatud mitte filatelistide kaitseks, vaid riigikassa petjate vastu. Nimelt juba enne kui margivõltsinguid hakati tegema filatelistide petmiseks, oli levinud markide võltsimine postikulude tasumisest möödahiilimiseks.

8. 2. Võltsingud

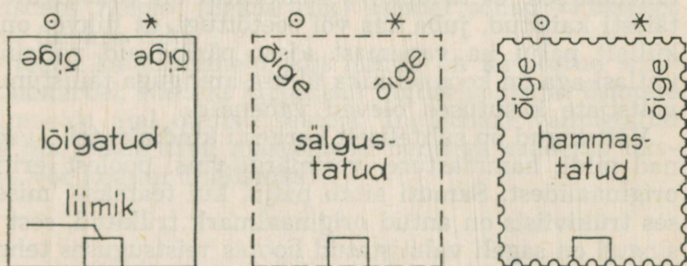
Ajakirja «Stamp Collector's Magazine» 1863. aasta veebruarinumbris kirjutati: «Postmarkide võltsimise juhtumeid ei ole seni esinenud ega esine tõenäoliselt ka kunagi tulevikus. Põhjuseks on kahtlemata asjaolu, et selleks puudub küllaldane stiimul; teiste sõnadega — see ei tasu ennast ära.» See mõtteavaldus tundub üsna kurioossena, sest margivõltsinguid esines juba 60-ndail aastail ja alates 70-ndaist aastaist hakati neid ka filatelistidele müüma.

Nagu juba märgitud, hakati marke kõigepealt võltsima postivalitsuste petmiseks. Ühe näitena selle kohta võib mainida afääri Inglise 1-šillingiste markidega aastatel 1872 . . . 73, mille tagajärjel riik kaotas kümneid tuhandeid naelsterlingeid. Võltsing oli nii peenelt tehtud, et see avastati alles 25 aastat hiljem. Nimetatud võltsmarke müüdi Londoni börsi postijaoskonnas, kus neid kleebiti peamiselt telegrammidele.

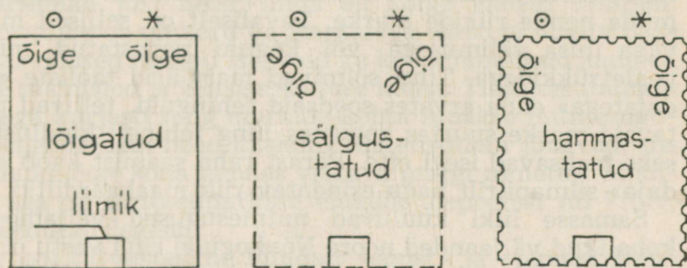
Filatelistide kahjuks töötavad võltsijad püüavad oma õnge peamiselt algajaid filatelite, sest kogenumaid on raskem petta. Sageli müüvad nad kalleid marke suhteliselt odava hinnaga. Filateelia ajaloost on teada väga palju võltsijaid, kes mõnel juhul on moodustanud terveid omaette firmasid ja realiseerinud oma toodangut spetsiaalsetes kauplustes. Kuulsa Ferrari kohta räägitakse, et ta läinud kord taolisse margikauplusesse ning soovinud saada mingit marki pöördpealetrükiga. Varsti see talle «leitigi». Kui ta soovis sama marki kahekordse pealetrükiga, siis öeldi, et ka selline peab kusagil olema. Pärast lühikest pausi, mis oli vajalik nimetatud pealetrüki tegemiseks, ulatati mark Ferrarile.

Üheks suuremaks spetsialistiks võltsingute tegemise alal oli Genfis tegutsenud F. Fournier, kes enne Esimest maailmasõda ujutas margituru oma «toodanguga» üle. Pärast tema surma konfiskeeris Šveitsi filatelistide ühing suure hulga realiseerimata jäänud võltsmarke ja nende valmistamiseks kasutatud vahendeid. Nimetatud markidega täideti 500 albumit, mis tänapäevani on ekspertidele suurepäraseks võrdlusmaterjaliks.

Mis puutub kõige sagedamini võltsitavatesse markidesse, siis võib öelda, et populaarseid haruldusi vaevalt kunagi võltsitakse, sest need on praktiliselt kõik arvel ja kui mõni uus eksemplar kusagilt esile kerkib, siis uuritakse seda väga põhjalikult. Samuti ei ole mõtet võltsida kõige odavamaid marke, sest see lihtsalt ei tasu ennast ära. Seepärast langevad võltsimise ohvriks peamiselt keskmise või sellest veidi suurema väärtusega margid. Kõige tava-



pealetrükiga margid



Ekspertimärgid. Sõna «ÕIGE» näitab ekspertimärgi asendit kustutatud (○) ja puhta (*) margi korral.

lisemateks võteteks on pealetrükkide võltsimine ja puhaste markide tembeldamine.

Et filateliste kindlustada võltsingute eest, varustatakse hinnalisemad margid, mille ehtsuses ollakse veendunud, vastavate eksperdimärkidega. Eksperdimärk tehakse margi liimipoolsele küljele, kusjuures sõltuvalt sellest, kas mark on lõigatud või hammastatud, pealetrükiga või ilma, puhas või kustutatud, paigutatakse märk iga kord ise nurka ja isepidi. Võltsingutele lüüakse tihti tagakülge tempel «VALE» (tavaliselt saksa või prantsuse keeles) ning eksperdi nimetähed.

Tänapäeval võib võltsingute tegemise alal täheldada märgatavat tagasiminekut, seda eriti uuemate markide osas. See on ka arusaadav, sest kõrgemal trükitehnilisel tasemel valmistatud marke on raskem võltsida, tehtud võltsinguid aga on filatelistide suurema teadlikkuse ja tähelepanelikkuse tõttu raskem realiseerida. Siiski ei tähenda see, et tänapäeva filatelistid on võltsingute eest täiesti kaitstud, juba kas või seetõttugi, et liikvel on veel küllalt palju ka vanemast ajast pärinevaid võltsinguid, ühtlasi aga on koos tehnika üldise arenguga täiustunud ka võltsijate kasutuses olevad vahendid.

Võltsingud on suhteliselt kergesti kindlaks tehtavad, kui nad pildi, hammastuse, vesimärgi vms. poolest erinevad originaalidest. Samuti aitab palju, kui teatakse, missuguses trükiviisis on antud originaalmark trükitud, sest võltsingud on sageli valmistatud hoopis teistsuguses tehnikas.

Erilise võltsingute grupi moodustavad mitteksisteerivate riikide margid. Nimelt leidub kapitalistlikes riikides «ettevõtlikke» inimesi, kes nimetavad ennast mitmesuguste ekssootiliste riikide esindajateks ja pakuvad margiärides müüa nende riikide marke. Tavaliselt on sellised margid väga ilusa välimusega või koguni varustatud mingite pealetrükkidega. Tihti sõlmivad margiärid taoliste «esindajatega» enda arvates soodsaid tehinguid, tellivad pakutavaid marke suurtes kogustes ning tehingu kindlustamiseks maksavad isegi ette. Pärast raha saamist kaob «esindaja» silmapiirilt nagu esindatav riik maakaardiltki.

Samasse liiki kuuluvad mitmesugused väljamõeldud kohalikud väljaanded noore Nõukogude riigi vastu organiseeritud välismaise interventsiooni perioodist. Näiteks on filatelistidele pakutud Koltšaki armee marke sellistest piirkondadest, kus see armee üldse kunagi ei tegutsenud.

Lõpuks mainime võltsinguid, mida ainult tinglikult võib nimetada võltsinguteks, sest need ei kahjusta riiki ega filateliste. Need on nõndanimetatud faksiimiled — koo- piad, mida valmistatakse haruldasematest markidest sel- leks, et ka «reafilatelistidel» oleks võimalik neid marke omandada. Ehtsatest markidest eristamiseks on nende esi- või tagaküljele trükitud sõna «Facsimile».

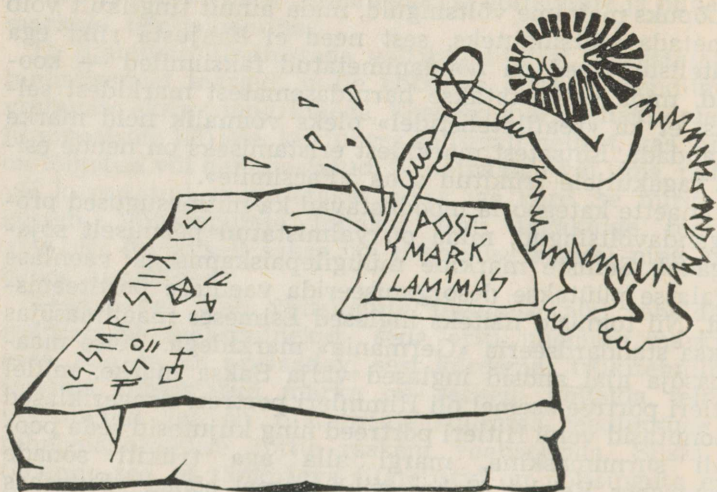
Omaette kategooria moodustavad ka mitmesugused propa- gandavõltsingud, mida on valmistatud peamiselt sõja- aegadel. Selliste markide müügilepaskamisega vaenlase tagalasse püütakse desorganiseerida vaenlase postiteenis- tust. Nii toimisid näiteks inglased Esimeses maailmasõjas Saksa standardseeria «Germania» markidega. Teise maa- ilmasõja ajal andsid inglased välja Saksa marke, millel Hitleri portree asemel oli Himmleri portree. Ameeriklased moonutasid veidi Hitleri portreed ning kujutasid seda poo- leldi surnumaskina, margi alla aga trükiti sõnade «Deutsches Reich» (Saksa riik) asemel sõnad «Futsches Reich» (moka riik).

On teada ka juhtumeid, kus marke on kasutatud spio- naazi otstarbel. Näiteks kirjutasid Inglise spioonid Esimese maailmasõja ajal olulisi teateid Inglismaal valmistatud Saksa markidele ning margistasid nendega saadetisi üks- teisele või koguni Inglismaale.

8. 3. Rariteetmargid

Igasugustest kultuurimälestistest on tavaliselt kõige huvi- pakkuvad just need, mida on kõige vähem säilinud. Analoogiline on olukord ka markidega. Meid ei huvita üks- nes haruldased margid ise, vaid ka kõikvõimalikud andmed nende saamisloo ja edasise saatuse kohta. Tihti kasutatakse seda aga kurjasti ning markide kohta luuakse mitmesugu- seid legende. Kui need ükskord filatelistideni jõuavad, siis on ainuke õige sõna nendes vastava margi nimetus. Mõni- kord aga on rariteetmarkide elukäik tõepoolest nii kirev, et meenutab legendi.

Eespool tutvustasime lühidalt «sinist» ja «punast Mau- ritiust». Kuigi need margid ei ole absoluutselt kalleimad, võib öelda, et nad on igal juhul kõige populaarsemad rariteetmargid maailmas. Kui nende omandamisest võivad



unistada väga vähesed, siis nende nägemisest unistajaid on märksa rohkem. Kuid paraku jääb seegi paljudele ainult soovunelmaks. Nimelt on neid marke väga vähe ning olemasolevaid eksemplare hoitakse kaitseks kadumise vastu spetsiaalsetes seifides. Et nimetatud marke siiski oleks võimalik näha, paigutati näiteks Rootsi Postimuseumis margiseifi ava ette spetsiaalsest klaasist kate, mille läbi võis küllalt kõrge tasu eest neid marke vaadata. Kellel raha ei piisanud, pidi leppima postkaardiga, millele olid trükitud mõlema margi reproduktsioonid.

Maailma kalleima margi (Briti Guajaana) praegune asukoht ei ole teada, seepärast ei ole ka võimalik teda näitustel ega muuseumides näha. Tuleb leppida ainult fotodega sellest margist.

Üldtunnustatud haruldused on veel Havai esimesed margid 1851...52. aastast, Rumeenia kolmas mark («Härjapea») 1858. aastast, Austria «Merkuur» 1856. aastast, Toskaana 3-liirine 1860. aastast, Kanada kolmas 1851. aastast ning mõned Šveitsi margid (Genfi kanton 1843, 5+5 c).

Kõigi nimetatud markide väärtust on väga raske hinnata. See sõltub pakkumisest ja nõudmisest. Nii näiteks müüdi mõned aastad tagasi oksjonitel ära kuulus Burruse

kogu. Selles oli ka Mauritiuse marke, mille eest maksti järgmisi hindu:

1 p. ja 2 p. (s. t. «punane» ja «sinine») kirjal — 28 000 naelsterlingit,

1 p. puhas — 8250 naelsterlingit,

2 p. puhas — 8250 naelsterlingit.

Võrdluseks märgime, et 1 naelsterling oli tollal umbes 2 rbl. 50 kopikat.

Toodud näitest nähtub, et nende «paberitükkide» eest makstakse päris fantastilist hinda. Kaalu järgi arvestatult igatahes oleksid margid üks maailma kallimaid kaupu. Nimelt on arvutatud, et 1 kg kõige kallimaid marke oleks juba 1936. aastal maksnud ligi 300 miljonit dollarit. Tänapäeval on see summa muidugi kümneid kordi suurem.

Filatelistide ridade pideva suurenemise tõttu suureneb ka nõudmine markide järele. Margid, mis veel eile olid harilikud, võivad seetõttu juba homme muutuda rariteetseiks. Kunstlikult loovad rariteete ka paljude riikide postivalitsused, andes välja mitmesuguseid väikesetiraažilisi marke ja blokke.

8. 4. Pealetrükid markidel

Üheks huvitavaks faktoriks tänapäeva filateelias on pealetrükid (vt. tahvel X). Nende otsesteks põhjustajateks on kiired muudatused meie sündmusterohkes igapäevases elus. Pealetrükiga teatati maailmale, et fašistlik Saksamaa kapituleerus ning 9. mai on võidupäev (NSV Liidu mark 1945. aastast). 1957. aastal ilmus Nõukogude mark pealetrükiga, mis tähistas esimese sputniku lendu maailma-ruumi.

Üldiselt tehakse markidele pealetrükke järgmistel põhjustel.

1. Suurte ajalooliste ning inimkonna elus uut etappi tähistavate sündmuste auks.

2. Rahareformi korral. Vana vääring kustutatakse uuega.

3. Riigikorra muutumise puhul. Näiteks riigipöörde korral või koloniaalikkest vabanemise auks tehakse senikehtinud markidele seda sündmust kajastav pealetrükk. Ühe näitena võib nimetada tsaristliku Venemaa marke, millele pärast nõukogude korra kehtestamist trükiti peale viisnurk.

4. Postitariifi muutumise korral. Vanad margid varustatakse uute nimiväärtustega. Näiteks Soomes 1958. aastal ilmunud lennupostimark nimiväärtusega 34 marka sai endale 1959. aastal pealetrüki näol nimiväärtuse 45 marka.

5. Spekulatiivsetel kaalutlustel. Alguses suhtusid filatelistid igasugustesse pealetrükkidesse võrdlemisi umbusklikult, hiljem aga hakati pealetrükkidega marke pidama tavalistest markidest paremaks. Seda asjaolu on postivalitused mõnikord ära kasutanud markide ülejääkide likvideerimiseks.

Pealetrükiks võib olla mõni joon ja number (uus nimiväärtus), mingi keerukam joonis, vapp või üsna pikk tekst. Kõik see sõltub pealetrükiga kajastatava sündmuse iseloomust.

8.5. Markide vahetamine

Kui esimesed margid jõudsid filatelistide kätte otseselt, s. t. postisaadetistelt või tuttavate kaudu nende saadetistelt, siis edaspidi sellised kanalid enam ei suutnud filateliste rahuldada. Margikogude täiendamiseks oli tarvis leida teisi teid. Alguses pöörduti tuttavate tuttavate poole ja nii ikka edasi. Varem või hiljem satuti seejuures inimestele, kes ka ise kogusid marke ega olnud sellepärast nõus postisaadetistelt saadud marke lihtsalt ära andma, vaid nõudsid vastutasuks marke, mis nende eneste kogudes puudusid. Nii sai alguse markide vahetamine. Esialgul toimus vahetus «tükk tüki vastu» (nagu koolipoisid tänapäevalgi vahetavad) või siis sooviti mõne «ilusama» margi eest saada mitu «inetumat». Selle tulemusel vahetati nii mõnigi haruldasem mark märksa tavalisema, kuid parema välimusega margi vastu. Kui levisid kataloogid, siis alustati vahetust kataloogide alusel ning mõlemad pooled olid rahuldatud.

Tänapäeval vahetavad teadlikumad filatelistid marke ainult kataloogide alusel, kusjuures arvesse võetakse muidugi ka markide kvaliteeti, s. t. defektiga margi kataloogiväärtusest arvestatakse kokkuleppel teatav protsent maha.

Kustutamata margi kvaliteet on laitmatu siis, kui mark on täiesti puhas, igasuguste rebestuste ja murdejälgedeta. Ehedal margil peab ka liim olema rikkumata (muidugi eeldusel, et mark ei ole ilmunud liimita). Kustutatud mark

peab samuti olema rebestuste ja murdejälgedeta ning tempel ei tohi olla liiga määrdunud.

Kui marke vahetatakse *vis-à-vis*, on asi lihtne. Kui aga vahetuspartner viibib kaugemal, näiteks teises linnas, siis toimub vahetus üldiselt vastastikuse usalduse põhimõttel. Kirjavahetuse lihtsustamiseks märgitakse tavaliselt ainult soovitatavate markide katalooginumbrid (muidugi tuleb enne seda kindlaks teha, kas vahetuspartneril on vastav kataloog olemas). Kui vahetatakse nii kustutatud kui puhtaid marke, tuleb iga margi puhul märkida, kumba soovitakse (vastavad tingmärgid on: ⊙ — kustutatud mark, * — puhas mark). Kirjavahetuse stiil peab vastama tavalistele põhimõtetele. Kui partner soovib ainult haruldasi marke, vastu pakub aga võrdlemisi tavalisi, siis tuleb talle selgitada sellise vahetuse võimatust. Vajaduse korral võib pöörduda abi saamiseks autoriteetsete filatelistide või organisatsioonide poole.

9. Markide kogumisest üldse ja filateelia tähtsusest

Markide kogumine ei ole oma olemuselt midagi erilist. On ju teada, et peaaegu niisama vana, kui on inimkond, on ka kogumiskirg, mis ühtedel inimestel on tugevamini välja arenenud, teistel nõrgemini. Juba ürgajal koguti mitmesuguseid esemeid, peamiselt sõjasaagiks saadud relvi, tapetud jahiloomade sarvi jne. Kui möödunud sajandil hinnati kodude väärtust selle järgi, kui palju sinna oli mööblit ja «iluesemeid» kokku kuhjatud, siis nüüd tuntakse rohkem huvi inimese isikliku raamatukogu vastu, kusjuures tähelepanu ei pöörata mitte niivõrd köidete arvule kui teoste nimetustele.

Üldiselt võib öelda, et tänapäeval kogutakse kõiki võimalikke ja isegi üsna võimatuid esemeid, alustades nõõpnõeltest ja lõpetades trammivagunitega. Kõige populaarsemad kogumisobjektid aga on raamatute kõrval kahtlemata postmärgid. Miks siis on see nii? Sellele võiks vastata, et märgid jutustavad vaatajale palju, tutvustades ajalooksündmusi, loodust, ehitusi, kunstimälestisi, kuulsaid isikuid ja suuri teadusesaavutusi. Sageli on neil ka oma ajalugu. On teada marke, mis Suure Isamaasõja päevil käisid koos

omanikuga lahinguteed ning kannavad sellest mälestuseks väikest auku või vereplekki, mille põhjustas omanikku tabanud kuul või mürsukild. Leningradi blokaadi päevist on säilinud poolpõlenud marke.

Kuid margid mitte üksnes ei meenuta rasket minevikku, vaid kajastavad ka tänapäeva. Nad on kui kõige operatiivsemad saadikud. Vaevalt oli Leonov teinud oma esimesed sammud kosmoses, kui välismaadesse jõudsid kirjadel Nõukogude margid, mis kujutasid kosmonauti raketi kõrval hõljumas.

Margikogumine on levinud ka sellepärast, et ta pakub suuremat esteetilist naudingut kui teised kogumisharud. Veendunuimigi mittefilatelist ei saa keelduda tunnustavatest sõnadest, nähes täiuslikku ja eeskujulikult korraldatud margikogu, kus iga üksik mark oma värvirohkuses esile kerkib ja koos kaaslastega nauditava üldpildi moodustab.

Ühtlasi laiendab markide kogumine inimese silmaringi, tekitades huvi võõraste maade ja rahvaste elu-olu vastu. Mark on sageli esimeseks saadikuks mingist riigist. Alles siis võetakse appi käsiraamatud ning tutvutakse selle riigi asukoha ja suurusega, linnade nimede ja suurustega, mägede ja jõgedega jne.

Et markide kogumine on üldarendava iseloomuga tegevus, siis on filateelia mitmete riikide (SDV, Poola RV jt.) koolides isegi õppeaineks. On täheldatud, et õpilased-filatelistid on loodusteaduses, ajaloos ja geograafias teistest üldiselt tugevamad. Peale selle aga peab filatelist olema puhtuse- ja korraarmastaja, sest muidu marke koguda ei saa. Need omadused kanduvad suuremal hulgal filatelistidel üle ka igapäevasesse ellu töö ja kodus. Selles peitub filateelia üks suuri väärtusi.

Et viimasel ajal minnakse järjest rohkem üle temaatilisele kogumisele, mis eeldab küsimuste teaduslikku uurimist, siis peaks filatelist-temaatik hästi sobima teaduslikuks tööks oma erialal.

Kuid markide kogumisel tuleb ka piiri pidada. Ei ole mõtet eeskuju võtta sellistest suurkogujatest nagu Hispaania kuningas Alfons XIII või Egiptuse kuningas Faruk, kes pidevalt said kõik ilmunud uudismargid. Et neid marke oli palju, siis tegelesid nendega palgalised töötajad. Omanikud ise ei teadnudki oma markidest midagi. Nad jäid ilma sellest rõõmust, mida tunneb tavaline filatelist, kui tal

õnnestub omandada mingit marki, mis on pikemat aega huviobjektiks olnud.

Märksa õnnelikumad on need filatelistid, kes täiendavad oma kogusid üksikute markide kaupa. Kui palju vaeva pidid nad nägema, et saada ühte või teist marki. Nüüd on see käes. Just selliste inimeste kohta ütles kuulus Goethe: «*Sammler sind glückliche Menschen!*» (Kollektsionärid on õnnelikud inimesed!).

Kui lugeja, olles lõpetanud retke filateeliamaale, nõustub Goethe lausega, siis on see raamat oma ülesande täitnud. Ja kui mõni lugeja tahab ise hakata matkama mööda talle seni tundmatut filateeliamaad, siis ütlevad kõik filatelistid ja margid talle: «Tere tulemast meie hulka.»

Kirjandust

1. В. Алексеев, Е. Стефановский. Марки в борьбе за мир. Харьков, 1967.
2. М. Арлазоров. Вам письмо! Москва, 1966.
3. О. Басин. Филателистический словарь. Москва, 1968.
4. В. Бродский. Искусство почтовой марки. Ленинград, 1968.
5. И. Дайхес. Рассказ о советской почтовой марке. Москва, 1955.
6. Календарь филателиста 1967, 1968, 1969.
7. Л. Лепешинский. Филателистическая география. Москва, 1967.
8. Я. Озолинь. Спутник филателиста. Рига, 1964.
9. Е. Сашенков. Почтовые сувениры космической эры. Москва, 1969.
10. Е. Сашенков, М. Левин. Филателия под знаком пяти колец. Москва, 1966.
11. Б. Стальбаум. Что надо знать филателисту. Москва, 1968.
12. Сто лет русской почтовой марки. Москва, 1958.
13. Л. и М. Уильямс. Почтовая марка, ее история и признание. Москва, 1964.
14. W. Grallert. Erdball ohne Grenzen. Leipzig, 1958.
15. W. Grallert. Einführung in die Briefmarkenkunde. Leipzig, 1958.
16. H. Hille. Moderne Philatelie. Leipzig, 1968.
17. W. Poser, F. Seebauer. Theorie und Praxis der Motivphilatelie. Leipzig, 1962.
18. G. Scharfenberg. Medizin und Philatelie. Berlin, 1968.
19. F. Sedláček. Seltene Briefmarken aus aller Welt. Praha, 1965.

Lühike filateelia oskussõnastik

(vn. — vene keeles, sks. — saksa keeles)

ajalehemark (vn. газетная марка, sks. Zeitungsmarke), mark aja-lehesaadetiste frankeerimiseks.

annetusmark (vn. налоговая марка, благотворительная марка, sks. Spendenmarke), postiväärtuseta mark, mille müügist saadav tulu läheb heategevaks otstarbeks. Selliseid marke annavad kapitalistlikes riikides välja mitmesugused heategevusorganisatsioonid. Tuntuimad annetusmargid on nn. jõulumargid. Vrd. lisamaksu-mark.

automaadihammastus (vn. зубцовка марок для автомата, sks. Automatenzählung, Rollenzählung), automaatide jaoks trükitud margirullides esinev hammastus, mille puhul üks või kaks perforatsiooniauku on teatava vahemaa tagant löömata jäetud (esineb peamiselt Hollandi markidel).

blokk (vn. блок, sks. Block), leht, millele on trükitud üks või mitu ühesugust või erinevat marki ja mille ääris on enamasti varustatud mingi teksti või ornamendiga. Vt. lk. 42.

dokumentaarkogu (vn. документальная коллекция, sks. Dokumentarsammlung), margikogu, mis sisaldab lisaks markidele mitmesugust illustreerivat materjali (dokumente, fotosid jne.). Vt. lk. 61.

dublett (vn. дублет, sks. Dublette), mark või mingi muu kogumisobjekt, millega identne eksemplar on kogus juba olemas Dublette kasutatakse tavaliselt vahetuse otstarbeks.

- ehe mark** (vn. чистая марка, sks. postfrische Marke), mark sellisel kujul, nagu ta on välja antud (esiküljel puuduvad igasugused kustutusjäljed, tagaküljel on liim täiesti rikkumata). Vrd. kustutamata mark. Ehedaid ja kustutamata marke nimetatakse ka puhasteks markideks.
- ekspertimärk** (vn. знак экспертизы, sks. Prüfungszeichen), märk, millega ekspert pärast ekspertiisi varustab ehtsa margi. Vt. lk. 73/74.
- ekspert** (vn. эксперт, sks. Prüfer), asjatundja, kes teeb kindlaks, kas mark on ehtne või võltsitud.
- ekspertiseeritud mark** (vn. экспертизированная марка, sks. geprüfte Marke), mark, mille ehtsus on eksperdi poolt kindlaks tehtud.
- erim** (vn. разновидность, sks. Abart), mark, mis erineb vastava väljaande põhimassist joonise, hammastuse, värvuse, paberi või vesimärgi poolest. Vt. ka vigatrükk.
- eritempel** (vn. специальный штампель, sks. Sonderstempel), tempel, mis peale põhiteksti (kuupäev, kasutuskoht) on varustatud täiendava tekstiga, näiteks viitega sündmusele, mille puhul seda templit kasutatakse, sageli ka mingi pildi või joonisega.
- esmailiimik** (vn. первичная наклейка, sks. Erstfalz), ehedale margile esmakordselt kinnitatud liimik.
- esmasümbrik** (vn. конверт первого дня (гашения), sks. Ersttagsbrief), ümbrik, millel olevad margid on kustutatud nende väljaandmise päevale vastava templiga (tavaliselt eritempliga). Vt. lk. 57/58.
- ettekustutus** (vn. предварительное гашение, sks. Vorausentwertung), mõningates riikides (Prantsusmaal, Belgias, USA-s) kasutatav kustutusviis, mille puhul margid kustutatakse vastava pealetrüki abil juba enne tarbijale andmist. Selliselt kustutatud marke kasutavad peamiselt suured firmad mitmesuguste trükiste laiilaatmiseks.
- faksiimile** (vn. факсимиле, sks. Faksimile), vastavalt märgistatud koopia haruldasest margist. Vt. lk. 75.
- filateelia** (vn. филателия, sks. Philatelie), postmarkide ja muude postimaksevahendite kogumine ja uurimine. Vt. lk. 7/8.
- filatelist** (vn. филателист, sks. Philatelist), filateeliaga tegeleja.
- filatelistlik kiri** (vn. филателистическое письмо, sks. Sammlerbrief), kiri, mis postistatakse ainult selleks, et pärast adressaadini jõudmist teda kollektsiooni paigutada.
- FIP** (Fédération Internationale de Philatélie), ülemaailmne filatelistide organisatsioon. Vt. lk. 63.

FIPCO (Fédération Internationale de Philatélie Constructive), FIP-i baasil loodud organisatsioon, kes tegeleb konstruktiivfilateeliaga.

fiskaalkustutus (vn. фискальное гашение, sks. fiskalische Entwertung), kustutusviis, mida rakendatakse mitmesuguste maksude tasumiseks kasutatavate markide puhul (mulgustamine, sulega läbikriipsutamine).

frankeerimine (vn. франкировка, sks. Frankierung), postisaadetiise varustamine vajaliku hulga markidega.

frankeering (vn. франкатура, sks. Frankatur), postisaadetiisele kleebitud markide kogum.

graveerijamärk (vn. знак гравера, sks. Stecherzeichen), tavaliselt margipildi alla paigutatud märk (enamasti initsiaalid või perekonnanimi), mis näitab, kes on graveerinud antud margi kliše.

hammastamata mark (vn. марка без зубцов, sks. ungezähnte Marke), mark, mis peaks olema hammastatud, kuid on mingil põhjusel (näiteks perforatsioonimasina rikke tõttu) hammastuseta jäänud. Vrd. lõigatud mark.

hammastus, perforatsioon (vn. зубцовка, перфорация, sks. Zählung, Perforation), poognas marki ümbritsevate aukude kogum, mis kergendab markide eraldamist üksteisest. Vrd. sälgustus. Hammastuse saamiseks kasutatakse spetsiaalseid perforatsioonimasinaid.

hammastusmõõtur (vn. зубцемер, sks. Zählungsschlüssel), vahend markide hammastuse määramiseks. Vt. lk. 44/46.

joonhammastus (vn. линейная зубцовка, sks. Linienzählung), hammastus, mille valmistamisel perforeeritakse algul margi kaks rööpkülge ja seejärel kaks ülejäänud külge. Vt. lk. 40/41.

juurdemaksuga mark (vn. почтовая марка с наценкой, sks. Freimarke mit Zuschlag), mark, mille nimiväärtusest teatav osa läheb mitte postisaadetiise frankeerimiseks, vaid mingiks muuks (näiteks heategevaks) otstarbeks. Järelikult on juurdemaksuga margi postiväärtus nimiväärtusest väiksem. Vrd. lisamaksumark.

järeltrükk (vn. допечатка, sks. Nachdruck), mark, mis on mõningal määral muudetud või uuendatud klišeelt ametlikus korras trükitud pärast vastava margiväljaande kehtivusaja lõppu või pärast seda, kui selle margiväljaande trükkimine postialaseks kasutamiseks on lõpetatud. Vrd. taastrükk.

kaitsealustrükk (vn. защитный фон, sks. Schutzunterdruck), enne margipildi trükkimist paberile kantud muster, kaitseabinõu võltsimise vastu. Võib olla nähtav või nähtamatu.

kammhammastus (vn. гребенчатая зубцовка, sks. Kammzählung), hammastus, mille valmistamisel perforeeritakse korruga margi kolm külge. Vt. lk. 40.

kataloogihind (vn. цена по каталогу, sks. Katalogpreis), margi hind, mis on ära toodud margikataloogis. Tavaliselt peegeldab margi vahetusväärtust, s. t. antud margi väärtust teiste markidega võrreldes.

kiirpostimark (vn. марка спешной почты, sks. Eilmarke), mark spetsiaalse kiirposti teel edasitoimetatavate saadetiste frankeerimiseks.

kiudpaber (vn. бумага с цветными волокнами, sks. Faserpapier), paber, milles esineb värvilisi siidikiude (nähtavad margi tagaküljel). Kaitseabinõu markide võltsimise vastu (näiteks Šveitsi ja Austria markidel).

klassikaline mark (vn. классическая марка, sks. klassische Marke), mark, mis on välja antud teatava aja jooksul pärast esimese margi ilmumist. Tavaliselt loetakse klassikalisteks ajavahe-
mikus 1840...1875 ilmunud marke.

kleepvalts vt. liimik.

konstruktiivfilateelia (vn. конструктивная филателия, sks. konstruktive Philatelie), filateelia haru, mille puhul kogutakse marke, millel on kujutatud mingi kindel «motiiv» (motiivkogu-
mine) või mis illustreerivad mingit valitud teemat (temaatiline kogumine).

koostrikk (vn. сцепка, sks. Zusammendruck), kaks või rohkem üksteise küljes olevat erisugust marki. Eriti palju esineb koostrikke margivihikutes.

kustutamata mark (vn. негашеная марка, sks. ungebrauchte Marke), mark, mida ei ole kasutatud postisaadetise frankeerimiseks, kuid mille liim on väiksemal või suuremal määral rikutud (liimik, liimiku jäljed vms.) või isegi täielikult kõrvaldatud. Vrd. ehe mark.

kustutamine (vn. гашение, sks. Entwertung), eheda või kustutamata margi postiväärtusetuks muutmine tembeldamise, sulega läbikriipsutamise, käärilõike tegemise, katkirebimise vms. teel.

kustutatud mark (vn. гашеная марка, sks. gebrauchte Marke), mark, mida on tema kehtivuse ajal kasutatud postisaadetise frankeerimiseks.

lakkjoon (vn. лаковая полоса, sks. Lackstreifen), kaitsepealetriikk markidel (Austria 1899...1905).

lennupostimark (vn. марка авиапочты, марка воздушной почты, sks. Flugpostmarke, Luftpostmarke), mark, mida kasutatakse lennukil edasitoimetatava postisaadetise frankeerimiseks.

leppehind (vn. любительская цена, sks. Liebhaberpreis), mõiste, mida väga haruldaste markide puhul kasutatakse tavalise kataloogihinna asemel. Leppehind määratakse poolte (ostja ja müüja või vahetajate) omavahelisel kokkuleppel.

liigfrankeering (vn. избыточная франкировка, sks. Überfrankatur), frankeering, mille puhul on saadetisele kleebitud rohkem marke kui tariifi järgi nõutav.

liimik, kleepvalts (vn. наклейка, sks. Falz, Klebefalz), vahend margi kinnitamiseks albumilehele. Vt. lk. 53/54.

liimirihveldus (vn. рифление клея, sks. Gummiriffelung), margi liimikihisse pressitud horisontaalsete või vertikaalsete joonte kogumik, mille ülesandeks on vältida margi rullitõmbumist temperatuuri muutumisel.

lisamaksumark (vn. марка с наценкой, sks. Zuschlagsmarke), riiklikult väljaantav postiväärtuseta mark, mille müügist saadavat tulu võidakse kasutada väga mitmesuguseks otstarbeks. Mõnel juhul on lisamaksumargi kleepimine saadetisele kohustuslik. Vrd. annetusmark ja juurdemaksuga mark.

lõigatud mark (vn. срезанная марка, sks. geschnittene Marke), mark, mis on ametlikult välja antud hammastuseta. Vrd. hammastamata mark.

maksimumkaart (vn. карт-максимум, sks. Maximumkarte), postkaart, mille pildipoolele kleebitud margil kordub sama pilt, mis esineb kaardil. Vt. lk. 58.

margialbum (vn. альбом для почтовых марок, sks. Briefmarkenalbum), album margikogu säilitamiseks. Vt. lk. 50/55.

margiautomaat (vn. автомат марок, sks. Markenautomat), aparaat, millest teatava rahasumma sisselaskmisel saadakse vastavas väärtuses ehedaid postmarke.

margieelne filateelia (vn. дофилателия, sks. Vorphilatelie), filateelia haru, mis tegeleb margieelsete kirjadega.

margieelne kiri (vn. дофилателистическое письмо, sks. Altbrief), kiri, mis on postistatud enne esimese margi ilmumist vastavas riigis.

margikataloog (vn. каталог почтовых марок, sks. Briefmarkenkatalog), käsiraamat, milles on ära toodud (tavaliselt ilmumise järjekorras) kõik mingis riigis, riikide grupis, maailmajaos või kogu maailmas ilmunud postmargid. Vt. lk. 47 ja 65/67.

margipaar (vn. марки в паре, sks. Markenpaar), kaks teineteise küljes olevat ühesugust marki.

margiriba (vn. полоса, sks. Streifen), vähemalt kolmest üksteise küljes olevast margist koosnev horisontaalne või vertikaalne riba. Mõne margi asemel võib olla ka tühiväli. Vt. lk. 43.

margivihik (vn. марки, сброшированные в тетрадку, sks. Markenheftchen), üks või mitu väikest margipoognat, mis on paigutatud vastavate kaante vahele. Margivihikusse kuuluv väikepoo-gen sisaldab tavaliselt mitmesuguse nimiväärtusega marke, kusjuures vihikus olevate markide koguväärtus moodustab enamasti mingisuguse ümmarguse summa.

motiivkogu (vn. мотивная коллекция, sks. Motivsammlung), margikogu, mis on koostatud mitte kronoloogilisel põhimõttel, vaid markidel kujutatu järgi. Populaarseimad «motiivid» on kosmos, sport, fauna, flora jne. Vt. lk. 59/61.

mulgustus (vn. прокол, sks. Durchlochung), teatav hulk perforatsiooniaukudega sarnanevaid auke, mis on mingil põhjusel margisse löödud. Enamasti moodustavad need augud mingi tähe või tähekombinatsiooni. Kapitalistlikes riikides mulgustavad suured firmad ostetud marke, et vältida nende kasutamist ametnike poolt isiklikuks otstarbeks. Selline mulgustus vähendab üldiselt margi väärtust. Mõnel juhul (näit. Baier, Šveits) on põhimarke mulgustamise teel muudetud teenistusmarkideks.

Mulready ümbrik (vn. конверт Малредди, sks. Mulready-Umschlag), Inglismaal esimese margiga üheaegselt ilmunud ümbrik, millele oli peale trükitud marki asendav nimiväärtus. Vt. lk. 13/14.

mälestusmark (vn. коммеморативная марка, памятная марка, sks. Gedenkmarke, Sondermarke), mingi sündmuse, juubeli vms. puhul väljaantud postmark. Mälestusmarkide tiraažid on tavaliselt standardmarkide tiraažidest tunduvalt väiksemad. Vt. lk. 32.

nelikblokk (vn. квартблок, sks. Viererblock), neli ruudukujuliselt üksteise küljes olevat ühesugust marki.

nimiväärtus (vn. номинал, sks. Nennwert), margi väärtus, millele vastava hinnaga postiasutused müüvad antud marke. Vrd. posti-väärtus.

numbertempel (vn. номерной штемпель гашения, sks. Nummernstempel), tempel, millel teksti asemel on mingi number. Eriti palju võib numbertempleid näha klassikalistel markidel.

pakimark (vn. марка для посылок, sks. Paketmarke), mark posti teel edasitoimetatavate pakside frankeerimiseks.

pealetrükk (vn. надпечатка, sks. Aufdruck, Überdruck), margile hiljem peale trükitud täiendav tekst või joonis, uus nimiväärtus,

uus margiliigi määratlus vms. Vt. lk. 77/78. Pealetrükke, mis muudavad margi nimiväärtust, margiliigi määratlust või margi mõnda muud olulist tunnust, nimetatakse mõnel juhul ka ületrükkideks.

perforatsioon vt. hammastus.

permanentalbum (vn. альбом с дополнениями, sks. Permantalbum), vahetatavate lehtedega margialbum.

plaadiviga (vn. ошибка в клише, sks. Plattenfehler), viga, mis esineb poognas ühel kindlal margil või mõnel üksikul margil. Vrd. trükiviga.

poogen (vn. лист, sks. Bogen), leht, millele on trükitud koos küllalt suur hulk marke.

poognanurk (vn. угол листа, sks. Bogenecke), poogna nurgast pärinev mark koos vastavate osadega poognaärtest.

poognavesimärk (vn. водяной знак на листе, sks. Bogenwasserzeichen), vesimärk, mis ulatub ühtse muustrina üle terve margipoogna.

portomark (vn. доплатная марка, sks. Portomarke), mark, mille postiasutus kleebib saadetisele juhul, kui saatja on jätnud selle osaliselt või täielikult frankeerimata. Portomargi hinna tasub saadetise saaja.

postivõltsing (vn. фальшивка в ущерб почты, sks. Postfälschung, Fälschung zum Schaden der Post), käibel olevast margist postiteenistuse kahjuks tehtud võltsing. Vt. lk. 72.

postiväärtus (vn. франкировочная стоимость, sks. Frankaturwert), margi väärtus, mis annab õiguse postisaadetise frankeermiseks. Vrd. nimiväärtus. Juurdemaksuga markide postiväärtus on nimiväärtusest väiksem.

proovitrükk (vn. пробный отиск, sks. Probedruck), tõmmis, mis on tehtud margiklišeest enne selle lõplikku valmimist. Vrd. trükiproov.

propagandavõltsing (vn. фальшивка для пропагандных целей, sks. Propagandafälschung), propagandaotstarbeline margivõltsing. Vt. lk. 75.

provisoormark (vn. провизорий, sks. provisorische Marke, Provisorium), kõhapeal valmistatud mark, mida ajutiselt kasutatakse ametlike märkide tagavara ootamatul lõppemisel.

puhas mark vt. ehe mark.

põhimark (vn. почтовая марка, sks. Freimarke), tavalise postisaadetise frankeermiseks kasutatav mark.

pöördtrükk (vn. тет-беш, sks. Kehrdruck), kaks teineteise küljes olevat marki, millest üks on teisega võrreldes tagurpidi.

raamhammastus (vn. рамочная зубцовка, sks. Kastenzählung), hammastus, mille valmistamisel perforeritakse korraka margi kõik neli külge. Vt. lk. 40.

rariteet (vn. паритет, sks. Rarität), haruldus, väga vähestes eksemplarides trükitud või säilinud mark. Vt. lk. 19/21, 75/77.

reklaamripik (vn. рекламный купон, sks. Reklame-Anhängsel), ripik, millele on trükitud mingi firma reklaam.

reklaamtempel (vn. рекламный штемпель, sks. Werbestempel), reklaami otstarbeks kasutatav tempel vastavasisulise tekstiga.

ribaraamat (vn. кляссер, sks. Einsteckbuch), album markide ajutiseks säilitamiseks. Vt. lk. 48/49.

ripik (vn. купон, sks. Anhängsel), margi küljes (kõrval, all või ülal) olev tühiväli. Vt. lk. 43.

salamärk (vn. секретный знак, sks. Geheimzeichen), vahend markide võltsimise vastu. Vt. lk. 72.

seeria (vn. серия, sks. Satz), üheaegselt või mingi lühikese ajavahemiku jooksul väljaantud kaks või rohkem erinevat marki, mida iseloomustab teatav kujunduslik ühtsus.

segahammastus (vn. комбинированная зубцовка, sks. Mischzählung), hammastus, mille puhul perforatsiooniaukude tihedus on margi eri külgedel erinev. Vt. lk. 41.

semstvopost (vn. земская почта, sks. Kreispost), kohalike omavalitsuste postiteenistus tsaristlikul Venemaal. Paljud omavalitsused andsid välja spetsiaalseid postmarke, nn. semstvomarke.

spetsiaalkogu (vn. специальная коллекция, sks. Spezialsammlung), margikogu, mis on koostatud mingi riigi või mõne üksiku margiväljaande põhilistest markidest koos mitmesuguste erimitega, tervikasjadega jne. Vt. lk. 57.

spionaaživõltsing (vn. фальшивка для целей шпионажа, sks. Spionagefälschung), spionaažiotstarbeline margivõltsing. Vt. lk. 75.

standardmark (vn. стандартная марка, sks. Dauermarke), massilises tiraažis väljaantav, tavaliselt pikka aega käibel olev, enamasti väikeseformaadiline ja suhteliselt lihtsa kujundusega postmark. Vt. lk. 32.

surutasku (vn. клемм-таше, sks. Klemmtasche), vahend ehedate markide kleepimiseks albumisse liimikute kasutamiseks. Vt. lk. 54.

sälgustus (vn. просечка, sks. Durchstich), väikesed sisselõiked (sirgjoonelised või siksakilised) hammastuse asemel. Vrd. hammastus.

taastrükk (vn. новодел, sks. Neudruck), mark, mis on originaalklišeelt trükitud pärast vastava margiväljaande kehtivusaja lõppu või pärast seda, kui selle margiväljaande trükkimine postialaseks kasutamiseks on lõpetatud. Vrd. jälletrükk.

teenistusmark (vn. служебная марка, sks. Dienstmarke), mark, mille kasutamise õigus on ainult teatavatel asutustel või organisatsioonidel, mitte eraisikutel.

temaatiline kogu (vn. тематическая коллекция, sks. thematische Sammlung), margikogu, mis on koostatud mingit valitud teemat illustreerivatest markidest. Vt. lk. 58/61.

tempel (vn. штемпель, sks. Stempel), vahend markide kustutamiseks; ka selle vahendi abil tekitatud jäljend margil, ümbrikul või tervikasjal.

templikogu (vn. коллекция штемпелей, sks. Stempelsammlung), kogu, mis on koostatud mitmesugustest tempelijäljenditest. Vt. lk. 61/62.

tervikasi (vn. цельная вещь, sks. Ganzsache), postkaart või ümbrik, millele on trükitud margi kujutis.

tiraaz (vn. тираж, sks. Auflage), trükiarv, margiklišeest tehtud tõmmiste koguarv.

topelttrükk (vn. двойная печать, sks. Doppeldruck), mark, mis eksikombel on kaks korda trükimasina alt läbi käinud.

torupostimark (vn. марка пневматической почты, sks. Rohrpostmarke), mark spetsiaalse torustiku kaudu (tavaliselt suurlinnades suhteliselt väikesele kaugusele) edasitoimetatavate saadetiste frankeerimiseks.

trükiproov (vn. пробный оттиск, sks. Druckprobe), valmis margiklišeest trükkimiseks ettevalmistamisel tehtud tõmmis. Sageli erineb ettenähtust värvuse või muude tunnuste poolest. Vrd. proovi-trükk.

trükiviga (vn. опечатка, sks. Druckfehler), märgipoogna kõikidel markidel esinev viga. Vrd. plaadiviga.

tsentreeritus (vn. центрировка, sks. Zentrierung), margipildi asetus seda ümbritseva hammastuse või lõigatud äärte suhtes. Hästi tsentreeritud margipilt on kõigist äärtest võrdsel kaugusel.

tummtempel (vn. немой штемпель, sks. stumme Stempel), tempel, millel puudub igasugune tekst ja ka number. Vrd. numbtempel. Tavaliselt esineb tummtempel mingisuguse ringikujulise ornamendi näol.

tühiväli (vn. купон без рисунков, sks. Leerfeld), margipoogna osa, mis on tühjaks jäetud või millele on margi asemel trükitud mingi muu joonis, tekst vms.

uurimuslik kogu (vn. исследовательская коллекция, sks. Forschungssammlung), väga põhjalik spetsiaalkogu, millest saadavaid andmeid pole varem erialases kirjanduses käsitletud. Vt. lk. 61.

vaheväli (vn. промежуточный купон, sks. Zwischensteg, Zwischenfeld), tühiväli kahe margi vahel.

valikuvihik (vn. тетрадь для марок, sks. Auswahlheft), vihik, millesse on kleebitud vahetuseks või müügiks määratud margid.

vesimärgimääraja (vn. проявитель водяных знаков, sks. Wasserzeichensucher), vahend markide vesimärgi kindlakstegemiseks. Vt. lk. 45.

vesimärk (vn. водяной знак, sks. Wasserzeichen), kaitseabinõu markide võltsimise vastu. Vt. lk. 37/39.

vigatrükk (vn. опечатка, sks. Fehldruck), mark, mis on trükitud vale värviga, ettenähtust erineva vesimärgiga paberile vms. Vt. ka erim.

võrkalustrükk (vn. клетчатый фон, sks. Netzunterdruck), võrgukujuline kaitsealustrükk.

väikepoogen (vn. клейнбоген, sks. Kleinbogen), väike margipoogen, mille ääriole on sageli trükitud mingi tekst või ornament. Vt. lk. 43.

väiketiraažmark (vn. марка ограниченного тиража, sks. Sperrwert), mark, mille tiraaž on teiste samasse seeriasse kuuluvate markide tiraažist tunduvalt väiksem.

välipostimark (vn. марка полевой почты, sks. Feldpostmarke), mark sõjaväeüksuste posti frankeerimiseks sõja ajal.

värvitabel (vn. определитель цвета, sks. Farbentafel), eri värvitoonide näidistest koostatud tabel (tavaliselt mitmel lehel). Vt. lk. 35.

värvivigatrükk (vn. ошибка цвета, sks. Farbfehldruck), mark, mis on trükitud vale värviga.

ääremark (vn. марка из крайнего ряда листа, sks. Randstück), mark koos vastava osaga poognaäärest.

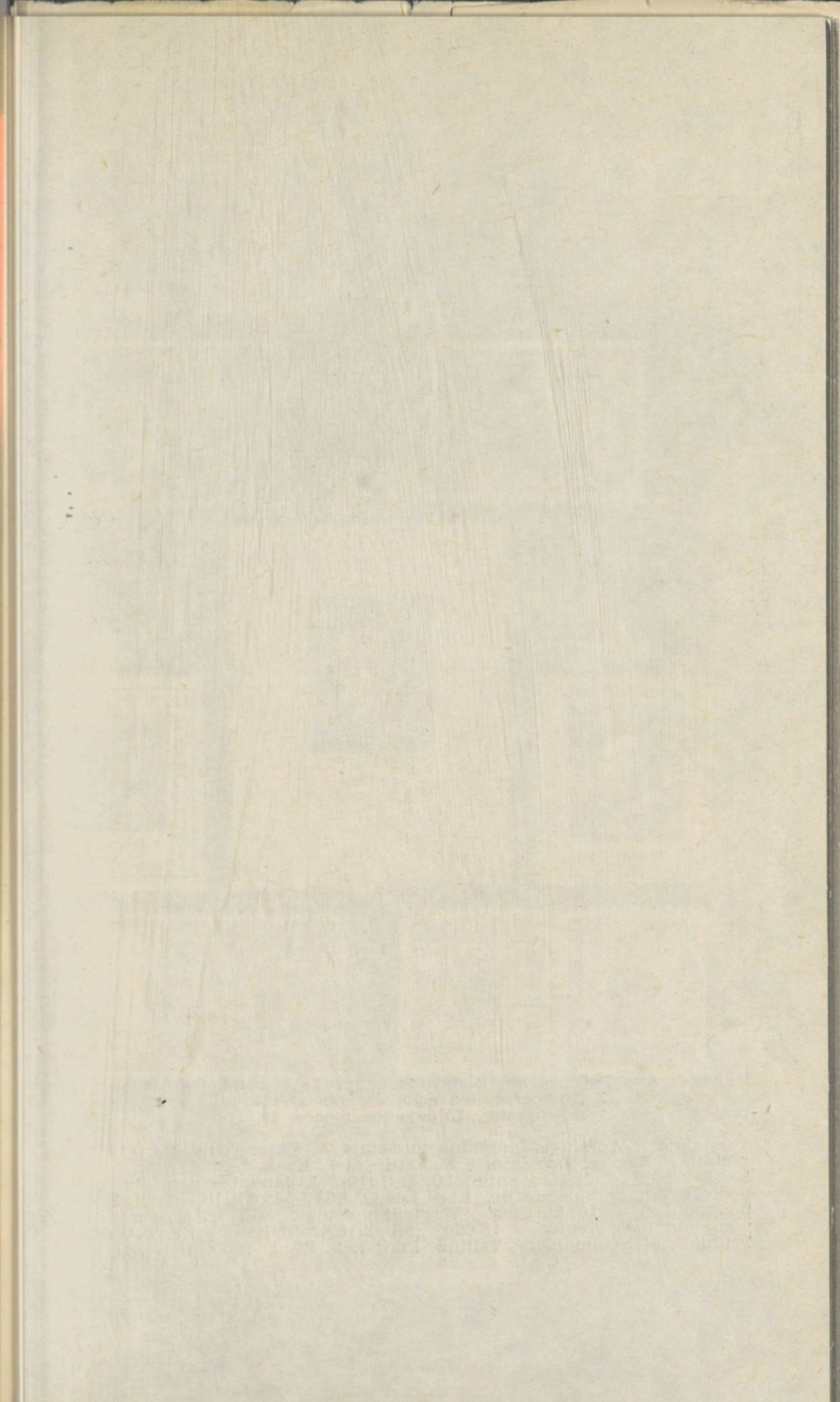
üldkogu (vn. генеральная коллекция, sks. Generalsammlung), margikogu, mis riikide järgi süstematiseeritult sisaldab mingi suurema riikide grupi marke (tavaliselt ilma erimiteta). Vt. lk. 57.

ületrükk vt. pealetrükk.

Sisukord

Saateks	5
1. Filateelia mõiste ja olemus	7
2. Filateelia ajalugu	8
2.1. Margieelne periood	8
2.2. Esimene mark ja esimesed margid	10
2.3. Esimesed filatelistid	16
2.4. Sajandi vahetus	22
2.5. Nõukogude mark — uus etapp margiajaloo	25
2.6. Markide massiline väljaandmine pärast Teist maailmasõda	27
2.7. Filateelia tulevikust	29
3. Markide klassifikatsioon ja omadused	31
3.1. Markide klassifikatsioon	31
3.2. Markide kuju, suurus ja värvus	33
3.3. Trükiviisid ja paber	35
3.4. Vesimargid	37
3.5. Markide hammastusest	39
3.6. Blokid, margiribad, mälestuslehed	42
4. Filatelisti tööriistad	44
5. Markide käsitsemine ja korraldamine	47

5.1. Markide sorteerimine	47
5.2. Markide pesemine ja kuivatamine	49
5.3. Margialbumi lehtede valmistamine	50
5.4. Margikogu koostamisest	51
6. Peamised markide kogumise viisid	55
6.1. Kas puhtad või kustutatud margid?	55
6.2. Markide kogumise viisidest	56
6.3. Teemaatiline kogumine ja motiivkogumine	58
6.4. Muud kogumisviisid	61
7. Filatelistid ja filatelistlik kirjandus	62
7.1. Filatelistide organisatsioonid ja FIP	62
7.2. Filatelistlik perioodika ja kirjandus	64
7.3. Margikataloogid	65
7.4. Margipäevad	67
7.5. Marginäitused	68
8. Filateeliaalaseid eriküsimusi	71
8.1. Salamärgid ja muud võltsingute vältimise abinõud	71
8.2. Võltsingud	72
8.3. Rariteetmargid	75
8.4. Pealetrükiid markidel	77
8.5. Markide vahetamine	78
9. Markide kogumisest üldse ja filateelia tähtsusest	79
Kirjandust	82
Lühike filateelia oskussõnastik	83



Пярлист Ако Робертович. Визитная карточка страны. На эстонском языке. Художественное оформление М. Каллинг. Издательство «Валгус», Таллин, Пярнуское шоссе, 10.

Toimetaja R. Toming. Kunstiline toimetaja A. Säde. Tehniline toimetaja E. Sagris. Korrektorid S. Vettik ja E. Kask. Laduda antud 10. XII 1968. Trükkida antud 20. II 1970. J. Janonise nim. Paberivabriku trükipaber nr. 1 — Leedu NSV, 54×84/16. Trükipoognaid 6 + 16 kleebist. Tingtrükipoognaid 6,7. Arvestuspooznaid 6,45. Trükiarv 15 000. MB-02167. Tellimuse nr. 656. Trükikoda «Kommunist», Tallinn, Pikk t. 2. Hind 44 kop.



◀ Tahvel I. Riikide esimesi marke ja nende sada aastat nooremaid vendi.



◀ Tahvel II. V. I. Leninile pühendatud marke.



◀ Tahvel III. Tsiolkovskist Leonovini.



◀ Tahvel IV. Spordi-suurvõistlusi markidel.

LISZT FERENC SZÜLETÉSÉNEK 150.



HALÁLÁNAK 75. EVFORDULÓJA EMLÉKÉRE
1961

GALENTI 4204

40+20 St. NRBULGARIA



НР БЪЛГАРИЯ Ст. 40+20

◀ Tahvel V. Erinevas stiilis margiblokke.



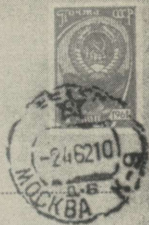
◀ Tahvel VI. Margiriba, ripik, pöödrükk.



◀ Tahvel VII. Kuulsusi markidel.

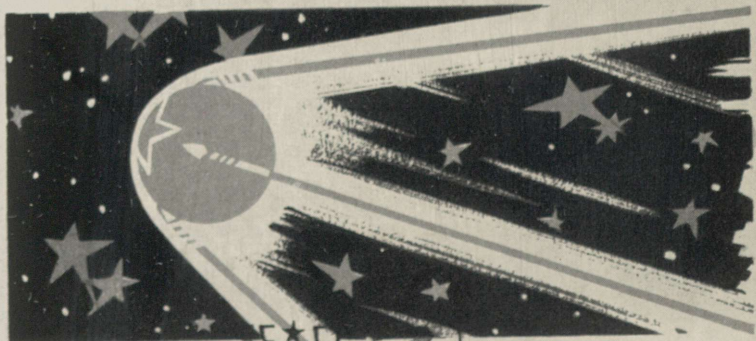


П. И. ЧАЙКОВСКИЙ



Кому

Адрес отправителя



СССР
ЛЕНИНГРАД
ПОЧТАМТ



ПИОНЕР
1957 КОСМИЧЕСКОЙ
40X
1962 ЭРЫ

◀ Tahvel VIII. Tervikasi ja maksimumkaart.



◀ Tahvel IX. «Punane» ja «sinine Mauritius».



◀ Tahvel X. Mitmesuguseid pealetrükke.



◀ Tahvel XI. Fauna markidel.



◀ Tahvel XII. Floora markidel.



◀ Tahvel XIII. Nii peegeldub kunst markidel.



◀ Tahvel XIV. Markide koostükiviise.

RÉPUBLIQUE DE GUINÉE



◀ Tahvel XV. Meie kosmonaute tuntakse ka kauges Gineas.



МЕЖДУНАРОДНО



U. d. P. S. R. - Estonia
Türi
Paide 26
Heino Viidiker



XI. SJEZD
KSC
PRAHA 1958
CESKOSLOVENSKA POSTA

◀ Tahvel XVI. Esmasümbrikke.

44 kop.

A
30537

39589

