

# POLITIKA IZDAVAŠTVA POŠTANSKIH MARAKA REPUBLIKE HRVATSKE

mr.sc. Andrej Sardelić\*

**Sažetak:** U članku je prikazan kronološki pregled aktivnosti izdavača poštanskih maraka Republike Hrvatske (JP HPT, HP-Hrvatske pošte d.d.) i njihovih poslovnih partnera tijekom proteklih 21 godinu, kao i mnogobrojnih internih i eksternih utjecaja na formiranje i oblikovanje politike izdavanja i uporabe hrvatskih poštanskih maraka. Svojim grafičkim i likovnim rješenjima, hrvatske poštanske marke prenosile su i još uvijek prenose, informacije i poruke koje tako ostaju pohranjene i zabilježene u malom i specifičnom formatu kao svjedočanstva jednog doba, događaja, ljudi i njihovih međusobnih odnosa. Hrvatske poštanske marke na taj način postaju neizbježna činjenica i sastavnica svakidašnje ljudske komunikacije koja nepobitno utječe na oblikovanje javnog znanja u vremenu izdavanja, ali i kasnijeg korištenja za buduće naraštaje.

**Ključne riječi:** HP-Hrvatska pošta d.d., poštanske marke, filatelija, informacije

---

\* Stavovi izneseni u ovom članku osobni su stavovi autora i ne mogu se ni pod kojim uvjetima smatrati službenim stavovima trgovačkog društva u kojem autor članka zaposlen niti izdavača publikacije u kojoj je članak objavljen. andrej.sardelic@posta.hr

**Summary:** *Article elaborates a chronological overview of the activities of publishers stamp the Croatian (JP HPT, HP Croatian Post Inc.) and their business partners over the past 21 years, and a lot of internal and external influences on the formation and shaping of policy issuance and use of Croatian postage stamps. Graphic and artistic solutions of Croatian stamps have passed and still convey information and messages that are retained by and recorded in a small and specific format, the testimony of an era, events, people and their relationships. Croatian stamps thus become an unavoidable fact and components of everyday human communication, which undoubtedly influences the shaping of public knowledge at the time of publication, but also later use for future generations.*

**Keywords:** Croatian Post, postage stamps, philately, information.

## Uvod

Ukupnu povijest i izdavaštvo hrvatskih poštanskih maraka prema stavovima i mišljenjima stručne filatelističke javnosti, odnosno onih koji se na razno razne načine, što aktivno, što pasivno, bave sakupljanjem korpusa hrvatske filatelije<sup>1</sup>, moguće je definirati i promatrati kroz tri međusobno isprepletena područja ;

- vremenski periodi izdavanja,
- političke situacije u zemlji i okruženju te
- državnopravno uređenje i status Hrvatske

Gore navedenu podjelu temeljimo na povijesnim činjenicama te brojnim turbulentnim političkim događanjima na sadašnjim hrvatskim teritorijima u 20. stoljeću.

Navedena područja međusobno su isprepletena pa tako primjerice vremenski period izdavaštva promatramo kroz provizorije, pretiske i izdanja nastala krajem 1918., potom izdanja perioda od 1941.-1945. te izdanja od jeseni 1991. sve do danas.

Političku situaciju i područje državnopravnog uređenja te statusa Hrvatske promatramo kroz izdanja hrvatske predfilatelije u koja ulaze različiti pretisci i provizorna izdanja na sadašnjim hrvatskim teritorijima nakon raspada Austro-

---

1 [http://www.hfs-cpf.hr/pdf/Korpus\\_Hrvatske\\_filatelije.pdf](http://www.hfs-cpf.hr/pdf/Korpus_Hrvatske_filatelije.pdf)

Ugarske monarhije, potom provizoriji i produkcija hrvatskih izdanja (SHS) nastalih krajem 1918. koji se u stručnoj filatelističkoj javnosti smatraju pravim počecima hrvatske filatelije. Potom slijedi izdavaštvo poštanskih maraka u NDH te u konačnici produkcija poštanskih maraka i filatelija Republike Hrvatske.<sup>2</sup>

Više je zajedničkih poveznica i karakteristika ovako prikazane podjele :

- vremenski diskontinuitet izdavaštva,
- djelomično ratno i poratno okruženje (kraj prvog, cijeli II. svjetski rat te Domovinski rat 90-ih),
- patriotizam i entuzijazam, želja za emancipacijom različitih identiteta Hrvatske kao zemlje i države,
- početna nesnalazjenja i nedostatak stručnih znanja,
- djelomični ili potpuni patronat vlasti nad izdavaštvom,
- sudjelovanje renomiranih kulturnih i likovnih umjetnika i autora u produkciji i izdavaštvu<sup>3</sup>,
- kvalitetna izdanja i primjena modernih tehnika izdavanja te
- nekoherentnost filatelističkog i sakupljačkog tržišta

Izdavaštvo poštanskih maraka u Kraljevini SHS i „prvoj“ Jugoslaviji te potom u FNRJ, odnosno SFRJ, bez obzira na pojedine parcijalne motive i izdanja vezana uz i oko Republike Hrvatske ili hrvatske teme, ne smatraju se i nisu dio korpusa hrvatske filatelije.

Današnje, ukupno promatrano treće, razdoblje izdavaštva hrvatskih poštanskih maraka, uspješan su nastavak sazrijevanja hrvatske nacionalne filatelije i kao takve bit će detaljnije raščlanjeno u ovom radu.

## ***Formiranje izdavaštva poštanskih maraka Republike Hrvatske***

U vrijeme razdruživanja Republike Hrvatske od bivše zajedničke države početkom 1990-ih, Javno poduzeće HPT-Hrvatska pošta i telekomunikacije (u daljnjem tekstu HPT), kao pravni slijednik dotadašnjih 13 radnih PTT organizacija Socijalističke Republike Hrvatske (SRH), preuzela je na sebe brojne nove poslovne aktivnosti koje su do tada bile sastavni dio bivše zajedničke organizacije jugoslavenskih PTT organizacija - ZJPTT, uključujući izdavaštvo i prodaju

---

2 Petar Strpić, „Poštanske marke Hrvatska 2009/10“ str.10.,38.,126. Zagreb 2009.

3 [http://www.rifd.hr/Zadarski\\_filatelist/14.pdf](http://www.rifd.hr/Zadarski_filatelist/14.pdf) (Romeo Visković , Ivo Visković „Oni su dizajnirali hrvatske marke“, str. 6-13)

vlastitih poštanskih maraka, kao i domicilno filatelističko tržište.

Budući da su se poštanske marke do tada oblikovale (idejno i grafički) i izdavale u poduzeću „Jugomarka“ u Beogradu, problemi su bili tim veći što su znanja i iskustva o proizvodnji poštanskih maraka u tadašnjem HPT-u bila vrlo skromna i nedostatna. Izazovi izdavaštva jedne tada nove, slobodno se može reći, kulturne ali i državotvorne vrijednosti, bili su dodatno otežavani nametnutim ratnim uvjetima u kojima se cijela zemlja nalazila. Kad s današnjega gledišta promatramo ondašnje procese, može se potvrditi da se išlo u pravom smjeru. Tadašnji ciljevi kao i međuvremenu postignuti rezultati u izdavaštvu hrvatskih poštanskih maraka, (p)ostavili su kvalitativne standarde u kojima su svih ovih godina aktivno sudjelovali brojni renomirani autori, grafički i likovni umjetnici te pripadnici kulturne, umjetničke, povijesne i strukovne intelektualne „elite“<sup>4</sup> Republike Hrvatske.

Filatelističko tržište u Republici Hrvatskoj, sa svim svojim posebnostima, uglavnom slijedi gore navedene trendove prateći i gospodarsku i političku situaciju u zemlji, uz napomenu kako je sve više razvidan trend pada organiziranog sakupljanja poštanskih maraka, odnosno dobne promjene u sastavu sakupljača koje, uz časne iznimke, čine uglavnom pripadnici starijih naraštaja.

Izdavaštvo poštanskih maraka RH, svoje početno formalno-pravno oblikovanje i djelovanje započinje u prvim danima veljače 1991. kad je Sabor RH donio Odluku o osnivanju i radu Državne Komisije za izbor likovnih rješenja poštanskih maraka RH.

Zadaća te Komisije bila je idejno osmisliti, u suradnji s tadašnjim HPT-om, organizirati i pokrenuti izdavaštvo poštanskih maraka RH kao jednim od bitnih elemenata identiteta novonastale države, u teškim političkim i ratnim okolnostima, nastali kao rezultat raspada bivše SFRJ.<sup>5</sup>

Već u samom startu navedena Komisija suočila se sa cijelim nizom ograničenja nastalih ponajprije iz činjenica kako je većina potrebnih znanja kao i tehničko-tehnoloških rješenja izrade, opreme i metodologija distribucije kao i gotovo sva postojeća arhivska građa bila visoko centralizirana u specijaliziranom poduzeću „Jugomarka“ sa sjedištem u Beogradu.

---

4 Hrvatska pošta d.d. Zagreb „Poštanske marke Republike Hrvatske 1991-2011“, str.10.-11., Zagreb 2011

5 Veljko Bui „10 godina poštanske marke RH“, Poštar br.18, str.4-5, list FD „Poštar“ Zagreb, Zagreb 2001.

Pored tadašnje vanjske i unutrašnje političke zbilje i sve aktivnije agresije na RH, poslovi Komisije dodatno su bili otežani i pravnom regulativom o izdavanju poštanskih maraka koje proizlaze iz akata Svjetske poštanske udruge (UPU), a koje je tadašnja SFRJ bila aktivni potpisnik i član.

Naime, samo zemlja članica UPU-a, bilo da je samostalna, međunarodno priznata ili članica neke ograničene ili skupne udruge učlanjene u UPU, ima pravo i mogućnost izdavati i distribuirati poštanske marke. U to vrijeme Republika Hrvatska ništa od toga nije bila.

Dobra volja, veliki entuzijizam i patriotizam, osobna poznanstva kolega i dužnosnika stranih poštanskih uprava i filatelističkih udruga, kulturnih i znanstvenih institucija izvan RH, i članova Komisije i zaposlenika tadašnjeg HPT-a pa i dijela hrvatske filatelističke zajednice sa svojom, uglavnom osobnom arhivom različitih izdanja poštanskih maraka, silan nacionalni naboj, upornost i želja da se svijetu nagovijesti rađanje nove, demokratske i slobodne države, iznjedrili su prva rješenja grafičkih i likovnih motiva koja su se trebala naći na hrvatskim poštanskim markama.

Sav taj silan nacionalni naboj, patriotizam i entuzijizam ljudi koji su bili uključeni u početne aktivnosti izdavaštva bio je istovremeno i aktivna sastavnica svih ukupnih tadašnjih događaja, političkih, gospodarskih, kulturnih, sportskih i inih zbivanja u zemlji, koji je bio usmjeren k stvaranju i jačanju ukupnog nacionalnog identiteta i jedinstva zemlje, te unutarne kohezije domicilnog stanovništva u RH. Rezultat svega toga je uspjeh u pronalaženja načina kako u skladu s tadašnjim zakonskim okvirom ipak izdati marke u vlastitom aranžmanu.

Izdanja doplatnih poštanskih maraka početkom travnja 1991. u korist fonda „Hrvatski radiša“ smatraju se prvim pravim koracima utemeljena izdavaštva poštanskih maraka Republike Hrvatske, onakvim kakvim ga u današnje vrijeme poznajemo.

U filatelističkim krugovima doplatne marke najčešće su neželjeno i nepriznato izdavaštvo, svojevrzni nametnuti porez, poglavito iz razloga što im, u pravilu, izdavač nije poštansko poduzeće i što su ponajprije namijenjene za humanitarne i slične svrhe (financijska potpora potrebitima). Pored toga sama grafička i likovna rješenja su u pravilu tipizirana, vizualno neatraktivna i ograničena vremenska trajanja, odnosno limitirane „uporabe“ u poštanskom prometu.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Doplatne se marke u pravilu lijepe na poštanske pošiljke uz redovite ili prigodne poštanske marke i kao takve NISU sredstvo plaćanja poštarine

No, izdanja hrvatskih doplatnih poštanskih maraka izdavana od strane tadašnjeg HPT-a, nastala početkom travnja 1991., osim rariteta i činjenice da su izdavane od strane poštanskog poduzeća, te osnovne, humanitarne namjene, postigle su izuzetan promidžbeni efekt i veliki interes<sup>7</sup>, ne samo filatelista diljem RH nego i inozemstva. Kao takve su redovitim poštanskim tokovima putovala i izvan granica RH, iako su Zakonom<sup>8</sup> prvenstveno bile namijenjene za korištenje u unutrašnjem poštanskom prometu.

Značaj takve vrste neformalne komunikacije u tmurnom ratnom okružju (ovdje treba istaknuti otežan rad članova Komisije u skloništim i pod uzbunama, nedostatna specijalizirana tiskarska oprema i sredstva, manjak stručnih znanja izdavaštva maraka) bio je tim veći što su tematski dobro pogođena, likovna i grafička rješenja prvih doplatnih poštanskih maraka bila i estetski vrlo lijepa, kvalitetno izrađena i u konačnici - uspjela. Slobodno se može zaključiti - prava preteča današnjih vrlo uspješnih grafičkih i likovnih rješenja redovitih i prigodnih poštanskih maraka RH.

Istovremeno, taj maleni, u pravilu šareni, gumirani i ljepljivi papirić, osim svoje osnovne namjene, plaćanja poštarine za usluge, postaje trajan i neizbrisivi povijesni dokument o ljudima i događajima iz prošlosti i sadašnjosti na tlu RH, u turbulentnim vremenima stvaranja i oblikovanja nacionalne države Hrvata u 20. stoljeću kao specifični oblik svjedočanstva, ostavljen naraštajima koj tek dolaze, za budućnost ukupnog naroda uopće.

Dodatnu posebnost tih doplatnih poštanskih maraka čini i posebni format izdanja, ciljano napravljen, kako bi se jasno pokazala razlika u odnosu na dotadašnju jugoslavensku politiku izdanja poštanskih maraka, tzv. „Hrvatski arak“, originalno hrvatsko rješenje izdanja maraka, u kojem su treće polje u trećem redu arka privjesak s hrvatskim grbom, a četvrto i peto polje u petom i šestom redu privjesci s uvećanim motivom marke.<sup>9</sup>

Forma i oblik takvog izdanja „Hrvatskog arka“ tijekom godina, gašenjem izdanja doplatnih poštanskih maraka, primjenjivana su na pojedina izdanja prigodnih poštanskih maraka RH izdavanih kao službena izdanja od strane HPT-a, današnje HP-Hrvatske pošte d.d.

Na taj način su te inače neuobičajene poštanske cjeline i izdanja, proizvodi ograničenog dosega, pokazavši veliku

7 Veljko Bui „10 godina poštanske marke RH“, Poštar br.18, str.4-5, list FD „Poštar“ Zagreb, Zagreb 2001.

8 Zakon o plaćanju doplatnih poštanskih maraka u poštanskom prometu na teritoriju Republike Hrvatske (NN 009/1991)

9 Petar Strpić „Poštanske marke Hrvatska 2009/10“, str.129., Zagreb 2009.

snalažljivost i pronicavost svih koji su bili uključeni u taj projekt, postale minijaturene glasonošne svijetu kako se rodila jedna nova država, Republika Hrvatska.

Gore opisane i navedene doplatne poštanske marke tadašnji HPT koristio je do 15.siječnja 1992. kada se prestaje s navedenom praksom.<sup>10</sup>

Ovakav, filatelistički neuobičajen ,osvrst na specifičnu kategoriju maraka ima namjeru s jedne strane odati priznanje jednoj nepravedno zaboravljenoj epizodi i početnom elementu izdavaštva poštanskih maraka RH, a s druge strane ukazati i potvrditi tezu kako i ta izdanja maraka apsolutno spadaju u korpus hrvatske filatelije, unatoč prihvaćenom stavu dijela hrvatske filatelističke zajednice, kako doplatne marke zapravo i nisu – poštanske marke.<sup>11</sup>

Ne osporavajući legislativu izdavaštva i uporabe poštanskih maraka RH, treba istaknuti dodatnu zanimljivost kojom želim potvrditi svoj stav i tezu o tome da prve hrvatske doplatne poštanske marke imaju svoje zasluženno mjesto u korpusu hrvatske filatelije.

Navedena zanimljivost očituje se u tome da je napravljen naknadni pretisak i uporaba likovnog i grafičkog rješenja prve i druge doplatne poštanske marke „Misa za domovinu u Katedrali“ i „700 god.svetišta Majke Božje Trsatske“ ,kao 4. odnosno 7. izdanje redovite poštanske marke RH izdanih 21.studenoga 1991., odnosno 3.siječnja 1992.

Sredinom srpnja 1991. (točnije 17.srpnja 1991.) Vlada RH prihvaća i donosi „Zaključak o izdavanju redovite poštanske marke u avio prometu“ kojim obavezuje tadašnji HPT i Državnu Komisiju za izbor likovnih rješenja poštanskih maraka RH na izdavanje prvih redovitih poštanskih maraka Republike Hrvatske.

Kao i kod prvih doplatnih poštanskih maraka, uporaba redovite poštanske marke trebala je biti u skladu s tadašnjim političkim i povijesnim prilikama u zemlji i njenom okruženju, te je nakon izdavanja i stavljanja u uporabu u poštanskom prometu dana 9. rujna 1991. korištena zajedno s redovitim i prigodnim poštanskim markama tadašnje SFRJ, kao doplata u zračnom prometu poštanskih pošiljaka, ali i kao samostalne cjeline u unutrašnjem poštanskom prometu te poštanskom prometu sa Republikom Slovenijom.

---

<sup>10</sup> [http://www.inet.hr/~bepervan/index\\_hr.html](http://www.inet.hr/~bepervan/index_hr.html)

<sup>11</sup> Podršku ovakvom opće prihvaćenom stavu daje i legislativni okvir, u nizu međunarodnih propisa, Ugovora i konvencija UPU-a koje je RH prihvatila i ugradila u svoje nacionalno zakonodavstvo (Zakon o poštanskim uslugama, Pravilnik o poštanskim markama), a kojima je regulirano izdavaštvo i promet poštanskim markama)

## **Kreiranje politike izdavaštva i uporabe poštanskih maraka Republike Hrvatske**

Ovakav provizorij izdavanja redovitih poštanskih maraka prekinut je sa danom međunarodnog priznanja RH 15.siječnja 1992. kad se istovremeno povlače iz uporabe i sve poštanske marke SFRJ. Nakon tog nadnevkva u uporabi su redovite i prigodne poštanske marke RH, izdane od strane tadašnjeg HPT-a, nominiranih u hrvatskim dinarima – HRD, tadašnjoj hrvatskoj valuti, sa primjenom prvenstveno za plaćanje poštanskih usluga u domaćem i međunarodnom prometu, uključivo i sakupljanje (filateliju) poštanskih izdanja (maraka, prigodnih izdanja listova i omotnica, žigova, dopisnica i inih poštanskih cjelina).

Međunarodnim priznanjem Republike Hrvatske 1992. otvara se mogućnost članstva u nizu specijaliziranih stručnih „poštanskih“ međunarodnih udruga „primjerice UPU-a, (Svjetska poštanska udruga) koji prima RH, odnosno tadašnji HPT u punopravno članstvo čime izdavaštvo poštanskih maraka RH i formalno dobiva međunarodni legitimitet.<sup>12</sup>

Želeći trajno obilježiti dan kada je formalno izdana i stavljena u uporabu prva „prava“ poštanska marka RH u poštanskom prometu, od tada se svake godine 9.rujna (prvo u tadašnjem HPT-u, a kasnije u današnjoj HP-i sve do današnjih dana) obilježava kao „Dan Marke“ i u pravilu izdaje novo rješenje prigodne poštanske marke na tu temu.

Prva pak, „punopravna“, izdanja redovitih i prigodnih poštanskih maraka RH karakteriziraju simbolična i stvarna tematska iskazivanja nacionalnog i državotvornog identiteta (razne povijesne i političke obljetnice ponajprije nacionalnog karaktera uz opisivanje granica te geografske raznolikosti nove države protkana mini ikonografijom državnih simbola – nacionalne zastave, grba, valute i službenim nazivom Republika Hrvatska) uključivo i obilježavanje sudjelovanja predstavnika i predstavnica RH na međunarodnim političkim, kulturnim, gospodarskim i sportskim susretima i događanjima.<sup>13</sup>

Uz to razdoblje izdavaštva poštanskih maraka RH vezano je kao njen sastavni dio i redovito izdavaštvo prigodnog filatelističkog materijala (prigodni listovi i prateći prospekti - deplijani), specijalna izdanja omotnica FDC (izdanja „prvog dana“), tematskih cjelina i albuma, te cijeli

12 Kasnije te godine HPT se uključuje i u CEPT-a (Europsko udruženje nacionalnih poštanskih i telekomunikacijskih poduzeća)

13 Hrvatska pošta d.d. Zagreb „Poštanske marke Republike Hrvatske 1991-2011“, str.21.-23., Zagreb 2011



niz prigodnih poštanskih žigova) kojima se željelo aktivno potaknuti razvoj ponajprije nacionalnog filatelističkog tržišta.

S navedenom praksom HP d.d. kao pravni slijednik JP HPT djelomično prestaje početkom 2000. na način da se ukida stalni i uvodi povremeni prigodni tisak Prigodnih listova, tematskih cjelina i albuma, dok se FDC izdanja „prvog dana“, prateći prospekti (deplijani) i prigodni poštanski žigovi i nadalje izdaju uz sva izdanja maraka.

Gore navedena mini ikonografija državnih simbola, potom specifično označavanje dotisaka redovitih poštanskih maraka, prigodna izdanja tzv. „Hrvatskog arka“, uvođenje specijalizirane zaštite tiska i uporabe maraka kao odgovori na pokušaje krivotvorenja, te povremena zajednička izdanja prigodnih poštanskih maraka sa stranim poštanskim upravama, s vremenom će se ustabiliti kao sastavni i neizostavni elementi politike izdavaštva poštanskih maraka RH sve do današnjih dana.

Izdanja poštanskih maraka od početka 1992. iskazivana su nominalama „privremene“ nacionalne valute HRD – „hrvatski dinar“ kao prijelazno rješenje sve do zamjene HRD-a u novu, stalnu nacionalnu valutu – Kune (Kn), do početka travnja 1994. od kada se kuna i oznaka iznosa nominale iste primjenjuje sve do današnjih dana.

Tematske cjeline koje se nakon početnog nacionalnog zanosa od početka 1992. (gore opisanoga, u prvim „pravim“ izdanjima redovitih i prigodnih poštanskih maraka s jasno iskazanom željom da se u kratko vrijeme želi nadoknaditi sve ono što se dugo vremena nije moglo) postupno uvode u programe izdavanja poštanskih maraka RH tijekom sredine 90-ih godina prošlog stoljeća, sve više pokazuju uvažavanje kako zahtjeva šire filatelističke nacionalne zajednice tako i različitih kulturnih, političkih, vjerskih i inih subjekata koji izdavaštvo hrvatskih poštanskih maraka prepoznaju kao iznimno važno za područje njihovog interesa, rada i djelovanja uopće.

Novo tematske serije izdanja od kojih se ističu flora, fauna, sport, etnografija, hrvatska likovna i glazbena umjetnost, arhitektura, književnost, prirodne ljepote, vjerski objekti i institucije (Božićna marka), nadopunjuju se s izdanjima vezanim uz međunarodne obljetnice i subjekte, ne više toliko vezanih uz nastupe ili sudjelovanje hrvatskih predstavnika i predstavnica na njima (primjerice izdanja prigodnih poštanskih maraka s temama „500. obljetnica otkrića Amerike“ ili „Olimpijske igre“ ili „Europa“) već kao samostalne teme od koji će neke od njih ostati kao

konstantna sastavnica programa izdavanja sve do današnjih dana.<sup>14</sup>

Na taj način izdavaštvo poštanskih maraka RH postaje interesantnije i sve više zanimljivije široj domaćoj i međunarodnoj stručnoj filatelističkoj i kulturnoj javnosti koje vrlo pozitivno reagira prepoznajući kvalitetu hrvatskih poštanskih maraka i njihovu iznimnu vizualnu komunikaciju i prenošenje poruka upućenih javnosti.

Rezultat navedenoga su iskazani i realizirani interesi stranih poštanskih uprava za zajedničkim izdanjima poštanskih maraka (primjerice 1995. prvo zajedničko izdanje s Austrijskom poštom, potom 1998 izdanja s Vatikanskom poštom, 1999. izdanje sa Slovačkom poštom i izdanje s WWF fondom Svjetskim fondom za zaštitu okoliša), 2002. izdanje s poštama Belgije i Češke, 2003. izdanje s poštom Mađarske, 2004. i 2006. ponovno su bila izdanja s WWF fondom, 2009. izdanja s poštom Crne Gore i poštom Slovenije, 2011. ponovno izdanje s Vatikanskom poštom te najnovije zajedničko izdanje iz 2012. s poštom San Marina).

Nagrade i priznanja za brojna prigodna izdanja hrvatskih poštanskih maraka, koje su došle i dolaze iz svijeta cijenjenih kulturnih, stručnih filatelističkih, institucionalnih te strukovnih domaćih i međunarodnih udruženja i organizacija, a koja su uslijedila, počevši od kraja 90-ih godina prošlog stoljeća pa sve do današnjih dana, dodatno priznaju i potvrđuju kvalitetu i uspješnost rada cijelog niza hrvatskih dizajnera, likovnih umjetnika, slikara i fotografa, brojnih hrvatskih intelektualaca, stručnjaka iz područja specijaliziranog tiska poštanskih maraka i u konačnici zaposlenika HP-Hrvatske pošte d.d., svih njih, koji su na različite načine 21 godinu uključeni u izdavaštvo hrvatskih poštanskih maraka.<sup>15</sup>

Kao i svaka uspješna priča i izdavaštvo hrvatskih poštanskih maraka susreće se s izazovima i pokušajima krivotvorenja izdanja (primjerice redovno izdanje marke s motivom grada Visa i njen dotisak iz 2005.) kojih se dio nelegalno našao u izvan institucionalnoj prodaji (suvenirnice i kiosci s tiskovinama) na dijelu obalnog područja RH za vrijeme turističke sezone sredinom 2005.<sup>16</sup>, te krivotvorina izdanja „Europa CEPT 2005“ koji se 2006. pojavio u

---

14 Hrvatska pošta d.d. Zagreb „Poštanske marke Republike Hrvatske 1991-2011“, str.175., Zagreb 2011.

15 <http://www.posta.hr/filatelija/medjunarodna-suradnja/nagrade>

16 [http://www.rifd.hr/Zadarski\\_filatelist/14.pdf](http://www.rifd.hr/Zadarski_filatelist/14.pdf) ( Junica Vučetić ; „Zanimljivosti kod novih redovnih hrvatskih poštanskih maraka“ str 14.-16.)

poštanskim tokovima u malom broju primjeraka na pošiljkama koje su u to vrijeme dolazile iz Republike Srbije<sup>17</sup>.

Kao odgovor na navedene aktivnosti HP d.d. uvodi dodatnu zaštitu izdanja poštanskih maraka u samom tisku maraka, u primjeni papira za tisak maraka, zupčanju maraka i nekoliko dodatnih detalja zaštite koji se parcijalno i/ili skupno, prema potrebi i danas primjenjuju.<sup>18</sup>

Nastavno na navedeno, prateći brojne pozitivne zakonske i tržišne promjene kroz cijeli niz godina, parcijalno su se radili i rade, te usklađuju, prateći podzakonski propisi kojima se formalno – pravno regulira izdavanje, uporaba i tisak poštanskih maraka RH.

U početku 90-ih godina prošlog stoljeća, to se provodilo kroz interne propise tadašnjeg HPT-a, kasnije i HP-Hrvatske pošte d.d., da bi naposljetku i sam zakonodavac uvidjevši važnost izdavanja i uporabe poštanskih maraka, to područje i materiju regulirao posebnim podzakonskim aktom, Pravilnikom o poštanskim markama<sup>19</sup>.

Slijedeći pak svjetske trendove u razvoju filatelije i sakupljanju poštanskih maraka krajem 90-ih godina prošlog stoljeća tadašnji HPT, te kasnije HP d.d., ciljano se i organizirano više okreće i mlađim generacijama<sup>20</sup>, kao mogućim sadašnjim i budućim kupcima/sakupljačima nastojeći tako potaknuti i zadržati naviku kupnje i sakupljanja poštanskih maraka kod mlađih naraštaja te utjecati na nov, snažniji zamah filatelije i prodaju poštanskih maraka uopće.

Tako tadašnji HPT i kasnije HP d.d. počevši od 1998., organizirano provodi izbor najljepše poštanske marke izdane u protekloj godini<sup>21</sup>, aktivno se uključuje u brojna filatelistička događanja, izložbe, radionice i predavanja<sup>22</sup>, s ciljem popularizacije kupovine, uporabe i sakupljaštva poštanskih maraka i filatelije uključivo i sve druge poštanske usluge.

Prigodnim poštanskim žigovima čija rješenja u načelu organizirano preko svojih udruga (društava, klubova i saveza) predlažu ponajprije filatelisti i koji se pored ostaloga koriste u domaćem poštanskom prometu, nastoji se tematski obraditi i obilježiti sadržaji, te razne obljetnice i događanja koji vrlo često nisu nužno uključeni i/ili vezani uz godišnje

17 dr.sc. Gordan Akrap, „Specijalni rat, knjiga 3.“ str.79., Večernji list Zagreb, Zagreb 2012.

18 Vidi navode iz članka pod fusnotom 16

19 Pravilnik o poštanskim markama ( NN 83/10 ,NN 127/10)

20 <http://www.posta.hr/filatelija/marke-i-mladi/kutak-marka-markice/novosti/marko-markica-na-varazdinskom-spancirfestu>

21 <http://www.posta.hr/filatelija/najljepse-hrvatske-postanske-marke/izbor-najljepse-postanske-marke>

22 <http://www.docstoc.com/docs/118328489/Popularization-of-Philately-Among-Children>

Programe izdavanja prigodnih poštanskih maraka od strane HP –Hrvatske pošte d.d.

Tematske cjeline koje se dadu iščitati iz Programa izdavanja prigodnih poštanskih maraka<sup>23</sup> koje HP d.d. usvaja i donosi na temelju javnog poziva svekolikoj javnosti, već duži niz godina pokazuju jasnu namjeru izdavača poštanskih maraka da se u davanje prijedloga za izbor tema za narednu godinu (godine) uključi što je mogući širi krug različitih interesnih društvenih skupina .

Na taj se način nastoji nastaviti tradicija izdavaštva s početka 90-ih godina prošlog stoljeća, uz istovremeno uvođenje dodatnih novina, poput tema vezanih za interese djece i mladih odnosno ciljanih segmenata korisnika poštanskih usluga iz poslovnog okružja.

HP d.d. svojim marketinškim aktivnostima, u suradnji s državnim Agencijama iz obrazovnog sektora nastoji, između ostaloga, kroz organiziranje više vrsta nagradnih igara, zainteresirati i aktivno uključiti mlađe naraštaje u kreiranje tematskog likovnog i grafičkog rješenja prigodne poštanske marke za Novu godinu te razvijati kulturu pisanja i slanja pisama kod djece i mladih<sup>24</sup>.

U konačnici treba navesti i krupnije promjene u prodajnom asortimanu maraka (novi filatelistički proizvodi i cjeline) kao i izdavaštvu poštanskih maraka krajem prvog desetljeća ovog stoljeća, kada se sukladno sve prisutnim „tržišnim trendovima“, HP d.d. organizirano okreće gospodarskim ,političkim i inim subjektima nudeći im između ostaloga mogućnost izdavanja i uporabu nove vrste poštanske marke, tzv.komercijalne poštanske marke.

Pored osnovne namjene same poštanske marke za plaćanje poštanskih usluga, tzv.komercijalna poštanska marka izdanje je s dodatnom vrijednosti i mogućnosti ciljanog oglašavanja te promocije na specifičnom poštanskom tržištu robe i usluga<sup>25</sup>.

---

23<http://www.posta.hr/filatelija/postanske-marke/republike-hrvatske/program-izdavanja-postanskih-maraka>

24 Vidi materijal navedenim u fusnoti 22

25 <http://www.posta.hr/poslovni/filatelija/komercijalna-marka/jedinstven-nacin-promocije/komercijalna-marka-794>

## Zaključak

U proteklih 21 godinu politika izdavaštva i uporaba hrvatskih poštanskih maraka prošlo je impozantan rast i razvoj pokazujući iznimnu kreativnost i opstojnost, mijenjajući se i prilagođujući brojnim (tuzemnim i inozemnim) promjenama, cijelom nizu pozitivnih i negativnih političkih, gospodarskih, kulturnih, sportskih i inih događaja u zemlji i inozemstvu kao plodove i posljedice stvaranja i oblikovanje vlastite nacionalne države.

Nacionalno poštansko poduzeće (HPT/HP) kao izdavač poštanskih maraka RH i samo je prolazilo svoju katarzu koja je većim dijelom dodatno utjecala na tijek kreiranja izdavaštva maraka.

Istovremeno brojna prigodna i redovita izdanja hrvatskih poštanskih maraka, sa svojim grafičkim i likovnim rješenjima, tehnikama tiska i nakladama prenijela su, te i nadalje prenose, jasnu kulturološku, političku i povijesnu poruku o stvaranju, oblikovanju i svojevrsnom demokratskom „sazrijevanju“ Republike Hrvatske i kao zemlje i kao države.

Tematske cjeline koje se nalaze na navedenim poštanskim (i filatelističkim) izdanjima su specifičan formatski izričaj svjedočanstva jednog vremena, cijelog niza turbulentnih promjena i događaja, ljudi i njihovih međusobnih odnosa u prostoru i vremenu.

Na taj specifičan vizualan način ostaju trajno zabilježeni kao nepobitne i neizbrisive činjenice, dio ukupne povijesti i javnog znanja zemlje i naroda, kako u vremenu izdavanja tako i za buduća vremenima koja dolaze odnosno njena kasnija korištenja.

Upravo ta konstanta, ta posebnost grafičkog i likovnog izričaja, dostignuta kvaliteta izdanja te fizički nemjerljiva, ali ipak jasno izražena stvarna nacionalna i kulturna vrijednost, treba ostati i nadalje sastavni dio izdavaštva hrvatskih poštanskih maraka, posebice važnih za očuvanje vlastitog identiteta hrvatskog naroda.

Čvrsto sam uvjeren da, unatoč sve brojnim promjenama koje sa sobom donosi korištenje novih znanja i tehničko-tehnoloških rješenja ljudske komunikacije kao što su digitalna audio i video tehnika i tehnologija elektroničkog komuniciranja te sve veća raširenost širokopojasnog interneta, izdavaštvo i uporaba poštanskih maraka neće nestati, dapače.

Njihova primjena/namjena će se kao što to pokazuju današnji primjeri nekih od visokorazvijenih zemalja EU (Njemačka, Engleska, Austrija) i njihovih izdavača poštanskih maraka, dodatno promjeniti i prilagoditi novim

tehnologijama (primjerice e-marka sa slobodnim odabirom motiva, personalizirana izdanja manjih naklada, posebne poštansko-povijesne cjeline, oglašavanje na markama...), pronaći nove kupce i sakupljače te tako promjeniti do sada poznate načine izdavaštva i uporabe, odnosno sakupljanja maraka uopće.

Dosadašnje iskustvo u prihvaćanju neizbježnih promjena pokazuje da će ulaskom RH u EU, značajan broj dosadašnjih poslovnih rješenja (ne samo u izdavaštvu nego ukupnom djelovanju HP-Hrvatske pošte d.d. kao izdavača) biti zamijenjen novijim, koji su kao takvi ne samo prihvatljivi i dostupni, nego i nužni želimo li se kao zemlja i kao država i kao narod uklopiti u to okruženje.

Neka od tih i takvih rješenja, imali smo prošle godine prilike vidjeti i u Republici Hrvatskoj kada je HP-Hrvatska pošta d.d. povodom Dana marke 9.rujna 2011. izdala prigodno grafičko rješenje za QR marku, izdanje s QR kodom, koje posebnom aplikacijom na novim generacijama mobilnih telefona i putem računala omogućava praćenje kretanja pošiljke na koju je nalijepljena takva marka.

Takva izdanja uvijek nalaze svoje kupce, naročito one u filatelističkim krugovima (sa svojim specifičnim prohtjevima kupnje i sakupljanja), čime informacija i tako preneseni sadržaji ostaju pohranjeni u drugom fizičkom (nematerijalnom) obliku. Samim time o(p)staju kao još jedna nepobitna činjenica o stvarnim događajima i ljudima u vremenu i prostoru što je zapravo poštanska marka od svojih početaka primjene 1840., pa sve do današnjih vremena vrlo uspješno radila i radi širom svijeta.

Na taj način poštanska marka, taj mali šareni, gumirani i ljepljivi papirić, nastavlja svoj životni ciklus, svoju tradiciju prenošenja poruka, rašireniju od novina, knjiga, časopisa i ine pisane komunikacije koje kao što i sami možemo posvjedočiti nisu nestale dolaskom novih znanja i tehnologija ljudske komunikacije.

Uvjeren sam da će i HP-Hrvatska pošta d.d. kao (sada „Zakonom o poštanskim uslugama, od strane države imenovani) izdavač hrvatskih poštanskih maraka u svojoj transformaciji i prilagodbi promjenama na tržištu poštanskih usluga znati navedene promjene i tehničko-tehnološka rješenja kvalitetno i kvantitativno ugraditi u svoje poslovanje kako bi, nastavljajući dosadašnju tradiciju izdavaštva i uporabe hrvatskih poštanskih maraka i nadalje prenosila jasna i javna slikopisna svjedočanstva vremena i prostora na malenom, šarenom papiriću zvanom poštanska marka, ostavljena za budućnost i naraštaje koji tek dolaze.

## Literatura

Akrap, G. „Specijalni rat, knjiga 3.“, Večernji list Zagreb, Zagreb 2012.

Strpić, P. „Poštanske marke Hrvatska 2009/10 „ Zagreb 2009.

Hrvatska pošta d.d. Zagreb: „*Poštanske marke Republike Hrvatske 1991-2011*“, Zagreb 2011.

Pravilnik o poštanskim markama ( NN 83/10 ,NN 127/10)

Poštar br.18, list FD „Poštar“ Zagreb, Zagreb 2001.

Zakon o plaćanju doplatnih poštanskih maraka u poštanskom prometu na teritoriju Republike Hrvatske (NN 009/1991)

[http://www.hfs-cpf.hr/pdf/Korpus\\_Hrvatske\\_filatelije.pdf](http://www.hfs-cpf.hr/pdf/Korpus_Hrvatske_filatelije.pdf)

[http://www.rifd.hr/Zadarski\\_filatelist/14.pdf](http://www.rifd.hr/Zadarski_filatelist/14.pdf)

[http://www.inet.hr/~bepervan/index\\_hr.html](http://www.inet.hr/~bepervan/index_hr.html)

<http://www.posta.hr/filatelija>

<http://www.posta.hr/poslovni/filatelija>

<http://www.docstoc.com/docs/118328489/Popularization-of-Philately-Among-Children>