

# POŠTANSKE MARKE U FUNKCIJI PROMIDŽBE TEMELJNIH VRIJEDNOSTI VODE

Ivo Aščić, dipl. ing.

Mr. sc. Marijan Binički

## 1. UVOD

Prijenos vijesti i robe vjerojatno je star koliko i ljudska civilizacija. Prve poštanske službe nastale su u Kini prije 4000 godina, a u Asiriji i Egiptu prije 3000 godina. Organizirana poštanska služba koja podrazumijeva javnost usluga (prijenos pošiljaka dostupan svima), redovitost (poštahod ima određeni smjer i vrijeme kretanja), pouzdanost, ali i sigurnost (zna se organizator i financijer poštahoda) nastala je u prvoj polovici 16. stoljeća.



"Djeca prikupljaju vodu za vrijeme suše u Indiji". Poštanska marka Ujedinjenih naroda iz 2005. godine

Do izuma poštanske marke 1840. godine, čiji je izumitelj bio Englez Rowland Hill, a prva poštanska marka Penny Black s motivom kraljice Viktorije, dopisivanje je bilo prije svega namijenjeno povlaštenim odnosno bogatim pripadnicima društva. Prijam i uručenje pošiljaka bilo je vrlo komplicirano kako za poštansku službu, tako i za pošiljatelje i primatelje pisama. Poštarinu su, koja je nerijetko bila i preskupa, plaćali primatelji pošiljaka, a ovisila je o relaciji na koju se pismo šalje i o njegovoj težini. Vrlo često su primatelji, kada bi vidjeli tko šalje pošiljku, odbijali plaćati poštarinu, što bi stvaralo dodatne troškove poštanskim operatorima, ali i pošiljateljima pošiljaka.

Poštanska je marka komadić papira koji služi za plaćanje poštanskih usluga unaprijed, a njena nominalna

vrijednost je ekvivalent vrijednosti određene poštanske usluge koja se plaća poštanskom markom i za plaćenu vrijednost obavlja. Ta se jednostruka funkcija poštanske marke umnožila tako da je dobila i druge funkcije: sredstvo promidžbe nacionalne baštine, dio svjetske kulture, marketinško oruđe, predmet sakupljanja, itd. Pojavila se na relativno visokoj razvojnoj razini prijenosa pisane riječi, u vrijeme industrijalizacije.

Na području današnje Hrvatske, sredinom 19. stoljeća, pojavile su se marke carske Austrije. 1918. godine u prometu se pojavila prva hrvatska poštanska marka – alegorijski prikaz oslobođenja u liku roba koji kleči i kida lance (marka je bila u prometu samo jedan dan). Također, tijekom II. svjetskog rata na području današnje Republike Hrvatske bile su u prometu i poštanske marke Nezavisne Države Hrvatske koje su danas također predmetom sakupljanja. Od 1991. godine do danas više od 800 poštanskih maraka s natpisom REPUBLIKA HRVATSKA našlo se kako u unutarnjem i međunarodnom prometu, tako i u filatelističkim zbirka ili muzejima diljem svijeta.



»Kap vode za Afriku«. Poštanska marka Republike Mali iz 2005. godine

Poštanska marka je izvrstan medij za promicanje kako nacionalnog imidža, tako i kulturnih, tehničkih, prirodnih i drugih vrijednosti. Ono što je na poštanskoj marki prikazano, zapravo označava ono što je jedna nacija u danom trenutku. Ako nije agresivna, takvu će marku sakupljači rado nabaviti prije svega što ona ima obrazovnu i informativnu ulogu.

Tema, odnosno motiv vode na poštanskim markama vrlo je rano prihvaćen ne samo kod izdavača poštanskih maraka, već i kod filatelista prije svega zbog globalnog i edukativnog značenja, a posebice u 21. stoljeću u kojem još uvijek više od 1,5 milijuna djece svake godine umire zbog nedostatka ili nedovoljne kvalitete pitke vode i osnovnih sanitarnih uvjeta.



»5. svjetski forum o vodi u Istanbulu«. Turska marka iz 2009. godine

Čitava jedna znanost o vodi i vodenim resursima, bilo da se radi o ljepotama rijeka i jezera, iskorištavanju i uporabi vode, važnim datumima i događajima koji se odnose na vodu, poplavama ili sušama i sl. prikazano je na stotinama različitih poštanskih maraka tiskanih u milijunskim nakladama koje zaljepljene na pisma putuju svijetom ili se nalaze u filatelističkim zbirka promičući vrijednosti vode kao temelja života na Zemlji.

## 2. POLITIKA IZDAVANJA MARAKA

Poštanske marke uglavnom izdaju javni poštanski operatori koji sukladno konvenciji Svjetske poštanske unije i odlukom zakonodavne vlasti određene države



»100. obljetnica vodovoda u Reykjavíku«. Poštanska marka Islanda iz 2009. godine

imaju pravo izdavati poštanske marke. Ovu privilegiju imaju i Ujedinjeni narodi, ali i mali samostalni teritoriji poput Gibraltara, Otoka Mana i drugih.

Ako neki, ma kako malen otok poželi biti država, izdat će marku. Marka mu udara pečat državnosti kao što mu more ocrta granicu. Gusta i zatvorena forma čini otok neizmjenjnim. Tako je i marka otočić u moru povijesti i zemljopisa prema kojima se mora odrediti. Ona je element zajedništva Hrvatske sa svijetom, kako u izdanjima na zajedničke teme, tako i u suizdanjima s pojedinim državama (Austrija, Vatikan, Slovačka, Belgija...). Malena marka intimno sudjeluje u našem svakodnevnom životu i njegovim obredima. Ona sama postaje čestitka i lijepa misao onome kome se šalje pismo.<sup>1</sup>

Tako primjerice, hrvatski nacionalni poštanski operator svake godine upućuje javni poziv svim institucijama i građanima da dostave svoje prijedloge o temama koje bi se mogle naći na poštanskim markama u zadanom vremenskom razdoblju. Teme moraju pridonositi razvijanju veza među narodima te njegovati suradnju na kulturnom, socijalnom i gospodarskom području. Motivi na markama mogu biti različiti od kulture, znanosti, flore, faune i povijesti do sporta ili obilježavanja važnijih obljetnica i aktualnih događaja. Temeljem pristiglih prijedloga Povjerenstvo za izbor motiva, likovnih i grafičkih rješenja poštanskih maraka, koje imenuje mjerodavno ministarstvo (npr. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture), iz redova uglednih javnih i kulturnih radnika izrađuje plan njihova izdavanja. Osmišljavanje, odnosno izrada likovnih i grafičkih rješenja poštanskih maraka povjerava se vodećim likovnim umjetnicima i dizajnerima. Procesi tehnike tiskanja poštanskih marka vrlo su specifični, a posebice zbog vrlo velikih zahtjeva u pogledu kvalitete i svih sigurnosnih elemenata poštanskih maraka, prije svega zbog krivotvorenja i nepoželjenih posljedica u slučaju krivog tiska i puštanja poštanskih maraka u promet.

Poštanske marke Republike Hrvatske se tiskaju kao redovite, prigodne te od 2008. godine kao komercijalne. I dok se na redovitim markama kao motivi nalaze gradovi (Rijeka, Vukovar, Omiš i dr.), brodovi i hrvatska etnografska baština, prigodne se izdaju radi obilježavanja važnih događaja (XIX. konferencija podunavskih zemalja u Osijeku, primanje Hrvatske u Ujedinjene narode i dr.), znamenitih ljudi (nobelovci Ivo Andrić i Vladimir Prelog, Faust Vrančić, Slavoljub Penkala i dr.) i obljetnica (50 godina Deklaracije o pravima djeteta i 20 godina Konvencije o pravima djeteta). Sve tri vrste poštanskih maraka koriste se u svojoj primarnoj funkciji, tj. za poštarinu, a ujedno su sve vrste predmet sakupljanja.

1 Čorak, Ž.: 10 godina poštanske marke Republike Hrvatske, Prigodni album, HP-Hrvatska pošta d.d., Zagreb, 2001.

### 3. SAKUPLJANJE MARAKA U ZBIRKE

Filatelija (philatelie, grč. philos – ljubitelj, ateleia – oslobođeno od dažbina) je sustavno proučavanje i sakupljanje poštanskih maraka i drugih srodnih filatelistički suvenira (FDC – Omotnica prvog dana, maksimum karta, godišnjaci, godišnje zbirke maraka, suvenir-karneti, žigovi i dr.). Filatelisti su ljudi koji pažljivo provjeravaju svaku pojedinost, koji istražuju razloge, povode i tematike izdavanja maraka, ali i koji su najstroži kontrolori bilo kakvog odstupanja u njihovoj izradi. Filatelija je najrašireniji sakupljački hobi u svijetu čiji se počeci vežu za drugu polovicu 19. stoljeća. Neki je nazivaju i hobijem kraljeva (prvi lik na poštanskoj marki bio je upravo engleske kraljice Viktorije, a najvrjednije zbirke poštanskih maraka pripadaju kraljevskim obiteljima). Hobi je vrlo edukativan, a njime se bave milijuni ljudi različitih spolova, dobi i obrazovanja iz svih dijelova svijeta. Filatelija širi saznanja i vidike mladih ljudi, pridonosi upoznavanju različitih kultura, poticanju prijateljstva među ljudima diljem svijeta i njegovanju zajedničkih ljudskih vrijednosti.



Jedan od vrsnih filatelista koji je iskoristio ovaj hobi za humanitarne potrebe (misije u Africi) je član Hrvatske provincije Družbe Isusove brat Stjepan Dilber iz Zagreba. Na slici poštanska marka Tanzanije iz 2003. godine: «Čista i sigurna voda za sve».

Prema nekim procjenama, čak 25 posto ljudi u nekom razdoblju života u razvijenijim zemljama sakuplja marke, a danas u svijetu ima više od 10 milijuna filatelista. Samo Američko filatelističko društvo ima 55 tisuća članova iz više od stotinu zemalja. U Hrvatskoj je registrirano dvadesetak filatelističkih klubova s više stotina aktivnih filatelista. Ovaj niti malo jeftin kraljevski hobi ima dobro razvijenu infrastrukturu. Vrlo je edukativan i zabavan, a katkad može postati i vrlo unosan. Ova minijturna umjetnička djela ponekad dostižu cijenu i do nekoliko milijuna dolara. Za razliku od drugih hobija, filatelija je organizirana u osamdesetak zemalja, ali i na različitim svjetskim razinama.

Današnji broj poštanskih maraka koje izdaje preko 200 država i samostalnih teritorija diljem svijeta penje se na nekoliko stotina tisuća različitih maraka. One se razlikuju po filatelističkoj vrijednosti (npr. švedska marka „Žuti treskilling“ iz 1855. godine vrijedi nekoliko milijuna švicarskih franaka, a serija poštanskih maraka s Mauricijusa preko 10 milijuna američkih dolara), obliku (pravokutne, okrugle, trokutaste, ovalne, u obliku voća i sl.) vrsti tiska, zupčanju i sl. Upravo su to glavni razlozi zbog kojih se filatelisti specijaliziraju za određeno područje (npr. flora, fauna, svjetionici, određeno zemljopisno područje, nogomet i sl.), budući da ne mogu pratiti sva izdanja, odnosno zbog velikih financijskih izdataka.

Tematsko sakupljanje postalo je popularno nakon Drugog svjetskog rata. Između ostalih tema svakako su najpopularnije one koje se odnose na temu Europe te povijesti, sporta, flore i faune, ali i različitih tehničkih dostignuća. Poštanske marke pored svojih frankirnih imaju i često puta veću filatelističku vrijednost. Neke čak male egzotične države i samostalni teritoriji najveći prihod ostvaruju upravo od prodaje poštanskih maraka (Tristan da Chunga, Andora...) i to isključivo sakupljačima poštanskih maraka.

Jedna od najreprezentativnijih poštanskih uprava je Vatikanska pošta koja ostvaruje značajan izvor prihoda za državu upravo od filatelije. Različite teme na njihovim poštanskim markama od umjetnosti, kulture, ekologije, flore, faune, zemljopisa do sporta i tehnologije iznova uče o sadašnjosti i prošlosti Svete Stolice, ali i o drugim državama i kulturama iz čitavog svijeta. Svjetska poštanska unija, krovna poštanska organizacija za 191 nacionalnu poštansku upravu i specijalizirana agencija Ujedinjenih naroda, osnovana još davne 1874. godine, smatra je jednom od najboljih u svijetu.



»Pomoć za žrtve poplava u Austriji«. Austrijska poštanska marka iz 2006. godine





«Tsunami, 26. prosinac 2004.». Poštanska marka San Marina iz 2005. godine



«Mlinovi na Plivskim jezerima». Poštanska marka HP Mostar (BiH) iz 2009. godine



»Međunarodna godina pitke vode«. UN-ova marka iz 2003. godine

#### 4. MOTIVI VODE NA POŠTANSKIM MARKAMA

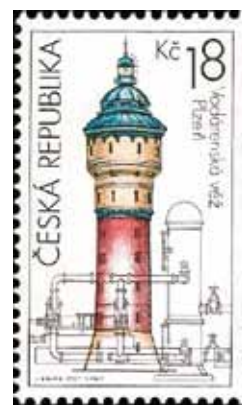
Kao doprinos borbi u suzbijanju siromaštva i podizanju kvalitete života, zaštite ekosustava, klimatskih promjena koje prijete hidrološkom ciklusu (poplave i suše), nacionalni poštanski operatori, odnosno izdavači poštanskih maraka vrlo često izdaju marke na temu vode s različitim motivima. Datum puštanja u promet obično se poklapa s datumima koji se obilježavaju u cijelome svijetu, kao što su: Svjetski dan voda, Svjetski dan zaštite okoliša, Dan planeta Zemlje, meteorologija, ali i prigodom izvanrednih događaja poput tsunamija 2004. godine kada je poginulo više od 300 tisuća ljudi ili poplava u Austriji 2006. godine. Za pretpostaviti je kako će neke poštanske uprave izdati poštansku marku koja će još jednom skrenuti pozornost na katastrofalne poplave u Pakistanu u kolovozu 2010. godine ili na nedavne, nezapamćene poplave u Australiji.

Međunarodni dan voda 22. ožujka, kojeg su 1992. godine proglasili Ujedinjeni narodi, ima za cilj podsjetiti na važnost i zaštitu voda te nedostatak pitke vode u mnogim zemljama svijeta. Iz toga razloga brojne poštanske uprave izdaju poštansku marku na temu Međunarodnog dana vode. Jedna od njih je i Hrvatska pošta Mostar koja je u 2010. godini pod motom "Čista voda za zdravi svijet" izdala dvije marke s motivima rijeke Plive i mlinova kao etnografske baštine.

S obzirom da su Ujedinjeni narodi 2003. godinu proglasili Međunarodnom godinom pitke vode (International Year of Freshwater), znatan broj izdavatelja poštanskih maraka izdale su poštanske marke na tu temu. Jedne od njih su i one švicarske, saudijsko-arapske, marokanske, ali i poštanske uprave Ujedinjenih naroda (United Nation Postal Administration).

Sakupljači ovih poštanskih maraka će nešto više saznati o mlinovima (vodenicama) i hidrocentrali na bjeloruskoj poštanskoj marki iz 2002. odnosno 2006. godine, vodovodu u Slovačkoj na marki iz 2004. godine, antičkom vodovodu u Jeruzalemu na izraelskoj marki iz 2005., 100. obljetnici kanala između Aragona i Catalone na španjolskoj marki iz 2006., vatrogasnom vozilu s vodom na ciparčkoj marki iz 2006. godine, vodenom tornju na češkoj marki

iz 2007. godine, 100. obljetnici vodovoda u Reykjaviku na islandskoj marki iz 2009. godine, racionalnoj uporabi vode na saudijsko-arapskoj marki iz 2003. godine, međunarodnoj konferenciji o vodi u Dubiju na marki U.A.E., iskorištavanju pitke vode na tanzanijskoj marki iz 2003. godine i sl. Također iskorištavanje vode kao prometne infrastrukture (kanali, rijeke i sl.), turističkih i sportskih sadržaja, razvoja poljoprivrede (navodnjavanje), različita tehnička dostignuća (hidrocentrale) koja kao energiju ili sredstvo koriste vodu te niz drugih njezinih funkcija dočarano je na brojnim malim minijaturnim djelima.



»Vodeni toranj«. Češka poštanska marka iz 2007. godine

Ne postoji niti jedan izdavatelj poštanskih maraka u svijetu koji nije izdao poštansku marku s motivom vode kao jednom od tri osnovna prirodna počela koja okružuju čovjeka na Zemlji.

##### 4.1. Osiguranje i održivost okoliša

Jedan od osam globalnih milenijskih ciljeva razvoja (eng. The Millenium Development Goals 2005.-2015.), a koje su potpisale sve članice Ujedinjenih naroda u New Yorku 2002. godine, je i osiguranje održivosti okoliša. Jedan od njegovih vrlo važnih podciljeva je prepoloviti broj stanovnika koji nemaju održiv pristup sigurnoj vodoopskrbi i osnovnoj odvodnji.



«Osiguranje održivosti okoliša». UN-ova marka iz 2009. godine



»Voda – prirodno bogastvo« Hrvatske poštanske marke iz 2001. godine

Akcijski plan desetljeće "Voda za život" (eng. The International Decade for Action, "Water for life"), a kojeg su od 2005. do 2015. godine proglasili Ujedinjeni narodi, radi provođenja milenijskih ciljeva ima za cilj skrenuti pozornost na veliku važnost vode u svakodnevnom životu (neprocjenjiva uloga žena u korištenju vode, pitka voda i sanitarni uvjeti, uloga vode u poljoprivredi i proizvodnji hrane, prirodne nepogode povezane s vodom – suše, poplave, tsunami i sl., biološka raznolikost okoliša, voda kao energentsko sredstvo).

Poštanske marke kao edukativno i informativno sredstvo, s motivima i porukama povezanim s vodom, igraju vrlo važnu ulogu u promociji UN-ovog akcijskog, odnosno UN-ovog plana "Voda za život". U promociji milenijskih ciljeva uključile su se brojne poštanske uprave predvođene onom Ujedinjenih naroda koje su 2009. godine izdale osam različitih poštanskih maraka i to u tri svoja ureda u New Yorku, Beču i Ženevi.

#### 4.2. Voda – prirodno bogatstvo

Europska udruga poštanskih uprava (PostEurop) već dugi niz godina predlaže svojim članicama zajedničku temu na poštanskim markama. Teme su od zajedničkog globalnog interesa kao što su: prirodni i nacionalni parkovi, praznici, izviđači, astronomija, svijet u očima mladih, dječje knjige, šume, itd. Marke s predloženim temama izdaje većina europskih poštanskih operatora još od 1956. godine. Također, radi daljnje populacije teme svake godine se bira najljepša marka predložene teme.

Tema: voda – prirodno bogastvo iz 2001. godine našla se na stotinjak različitih poštanskih maraka, više od pedeset europskih izdavača maraka i u milijunskim nakladama. Na njima su prikazani različiti motivi poput: ribara na moru, kapi vode na listu drveta, rijeka i jezera, korištenja vode za fiziološke potrebe, vodospremnika, voda za piće – eliksir života, stare praonice rublja, fontane, čista voda, navodnjavanje, hidrocentrale, itd.

Hrvatska pošta je tom prigodom izdala dvije marke u sutisku, a prikazuju tok vode s uvećanom plavom i zelenom kapi vode u slici svake marke. Prilikom dizajniranja korištena su dva pristupa motive; crno bijelom fotografijom vode, kako je dokumentaristički predstavljen motiv marke, a zelenom i plavom kapljicom simbolički su dočarane boje mora, jezera, rijeka, ali i uopće priroda i ekologija. Kako bi se naglasila potreba zaštite voda i okoliša u 2001. godini, u naziv izdanja,

smještenog u slici marke, ukomponirana je još jedna plava i zelena kap i u 2001. godini.

Nema sumnje da su marke na temu Europe, posebice zanimljive filatelistima, ali i široj publici, dale svoj mali doprinos u podizanju svijesti o kvaliteti vode ili to još uvijek čine jer su u uporabi u poštanskom prometu, odnosno predmetom su sakupljanja.

#### 4.3. EXPO 2008. - Voda i održivi razvoj

Svjetske izložbe na kojima su se proteklog stoljeća predstavljali najnoviji civilizacijski izumi poput automobila, telefona i sl., u ovom stoljeću naglasak je stavljen na promišljanje globalnih problema čovječanstva i očuvanja planeta. Teme EXPO-a na kojima je sudjelovala i Republika Hrvatska, a koje su izravno ili neizravno povezane s vodom kao najvažnijom ekološkom temom današnjice su: "Oceani, nasljeđe za budućnost" Lisabon 1998., "Čovjek, priroda, tehnologija" Hanover 2000, "Mudrost prirode" Aichi 2005., "Voda i održivi razvoj" Zaragoza 2008. i "Bolji grad, bolji život" Shanghai 2010.



"Jedan planet – jedan ozon". Poštanska marka UN-a iz 2001. godine

U povodu održavanja ovih svjetskih izložbi koje posjeti i po nekoliko milijuna ljudi, veliki broj poštanskih uprava izdao je poštanske marke na temu izložbi Expo-a.

I Hrvatski nacionalni poštanski operator pridružio se promidžbi ovih velikih svjetskih izložbi kao doprinos promociji Republike Hrvatske, ali i teme od globalnog značenja. Tako je 2008. godine u povodu održavanja svjetske izložbe EXPO 2008. koja se održala u Zaragozi (Španjolska) s temom: Voda i održivi razvoj, izdao poštansku marku u bloku s motivom dijela morske površine, modrim pravokutnikom koja se, kao izrezak

beskraja, prostire do samih nazupčanih vrhova marke, odnosno marku koja odgovara hrvatskom konceptu izložbe "Kap vode, zrno soli". Marka je izdana u nakladi od 30.000 komada, a njena nominalna vrijednost je 10 kn.



"Expo 2008.". Poštanska marka RH iz 2008. godine

Osim Hrvatske pošte, marke su izdale i brojne druge renomirane poštanske uprave poput španjolske, litvanske, katarske ili pošte Monaka.

## 5. ZAKLJUČAK

Brojne poštanske marke s motivom vode imaju za cilj informirati i educirati stanovništvo Planete o podizanju razine svijesti ljudi o potrebi zaštite okoliša i zdravlja, dobrom gospodarenju vode, očuvanju svih biljnih vrsta, očuvanju prirodnih resursa neophodnih za život, njihovoj ulozi u razvoju ljudske civilizacije itd. Iz toga razloga poštanske marke s temama vode dobivaju sve veću važnost ne samo u komunikativnom, već i u kulturološkom smislu.



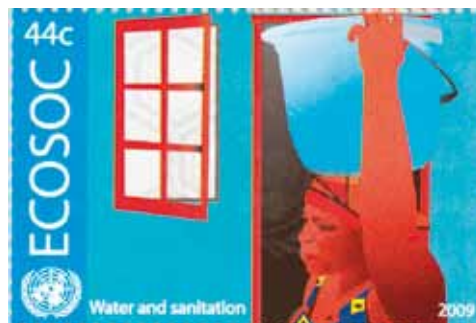
»Hidrocentrala«. Bjeloruska marka iz 2006. godine.

Izumom poštanske marke sustavno je pojednostavljena komunikacije razmjene pisane riječi, a marka je služila kao dokaz za unaprijed plaćanu poštarinu. Marke su naknadno dobile i brojne druge uloge; postale su

dio identiteta države, njima se izražava specifičnost političkog, ekonomskog i kulturnog življenja te poštivanje drugih civilizacija i kultura. Nadalje, one su promicatelji nacionalnog ugleda, njima se očituje državna neovisnost i pripadnost međunarodnim tijelima, svjedoče o povijesti i kulturi, a svoje mjesto nalaze u posebnim filatelističkim zbirka i muzejima gdje se čuvaju kao nacionalno blago.

Milijuni putujućih veleposlanika Republike Hrvatske u obliku minijaturnih umjetničkih djela – poštanskih maraka, neprestano u svijet nose sa sobom hrvatski Božić, floru i faunu, nacionalne parkove i parkove prirode, gradove i utvrde, međunarodna odličja i uspjehe u sportu pokazujući temeljne vrijednosti Republike Hrvatske te njzine bitne ljude i događaje. Marke s motivom vode nose i poruku o potrebi očuvanja pitke vode, brige oko nekontroliranog djelovanja čovjeka na prirodu, ali i jačanja ekološke svijesti čovjeka.

Također, neke poštanske uprave poput one UN-a iz 2009. godine će podsjetiti na težak život i ulogu žena oko opskrbljivanja domaćinstva s vodom, kada čak i po šest kilometara dnevno pješače noseći vodu za piće i kuhanje.



"Voda i sanitarni uvjeti". UN-ova poštanska marka iz 2009. godine

Poduzeća i tvrtke te druge institucije iz područja gospodarenja vodom ili drugih sličnih institucija, trebala bi obratiti pozornost na ovaj oblik promidžbe, prije svega predlažući poštanskim operatorima motive na poštanskim markama (obljetnice, zaštićene biljne vrste, rariteti i sl.), ali isto tako koristiti već postojeće marke iz područja vode pri redovitom slanju korespondencije, odnosno prilikom nekih marketinških kampanja. Naime, prema istraživanjima je utvrđeno da pismo s poštanskom markom ima dva puta veću vjerojatnost da bude pročitano, a prvo što se zapazi na poštanskoj pošiljci je poštanska marka.





Serija maraka »Hrvatska flora« proglašena je najljepšom poštanskom markom RH za 2006. godinu



"Hrvatska – Svjetski prvaci u vaterpolu – Melbourne 2007." Hrvatske poštanske marke u bloku iz 2007. godine

Interesantan filatelistički proizvod: prigodni album »Nacionalni parkovi i parkovi prirode na poštanskim markama Republike Hrvatske«, koji ujedno može poslužiti kao poklon - suvenir stranim državljanima, izdala je 2004. godine Hrvatska pošta. U ovom dvojezičnom albumu s prekrasnim fotografijama hrvatske flore i prigodnim tekstovima nalaze se i poštanske marke, FDC-i (Omotnice prvog dana) i Listovi prvog dana, nacionalnih parkova: Risnjak, Brijuni, Plitvice, Kornati, Krka, Mljet te parkovi prirode: Lonjsko polje i Kopački rit.

Životna povezanost između vode i zdravlja zahtijeva od ljudi, na čitavom našem globusu, stalnu brigu o racionalnom gospodarenju vodnim resursima, o kvaliteti, ali i o količini vode i to prvenstveno pitke vode. Stanje opskrbe čistom i zdravom vodom u svijetu vrlo je zabrinjavajuće. Procjenjuje se da čak 1,1 milijarda ljudi uopće nema pristup kvalitetnoj vodi, a 2,6 milijarde ih živi bez poboljšane odvodnje otpadnih voda. Iz toga razloga informiranje i educiranje ljudi o elementarnoj kulturi uporabe vode putem poštanskih maraka s temom vode je prilika da se podsjeti na potrebu brige za opskrbljenošću zdravom vodom i osiguranju higijenski ispravnog odlaganja otpadnih voda. ■

## LITERATURA

The Guide for the Development of Philately, the fascinating world of stamps; Universal Postal Union, International Bureau, Secretariat of World Association for the Development of Philately (WADP), Bern, 2001

Ašćić, I., Binički, M.: Željeznice na poštanskim markama, Stručni časopis Hrvatskog društva željezničkih inženjera Željeznice 21, br. 3, Zagreb, 2009.

Zakon o poštanskim uslugama (Narodne novine broj 88/09)

Bošnjaković, K., Nove prigodne poštanske marke iz serije Europa, Časopis Hrvatske pošte d.d., br. 6, Zagreb, lipanj 2001.

[www.wnsstamps.ch/en](http://www.wnsstamps.ch/en)

[www.posta.hr](http://www.posta.hr)

[www.posteurop.org](http://www.posteurop.org)

[www.fao.org](http://www.fao.org)

[www.worldwaterday.org](http://www.worldwaterday.org)

[www.underwater.org](http://www.underwater.org)

[www.who.org](http://www.who.org)