



В. КИСИН

СТРАНА ФИЛАТЕЛИЯ



ФИЛАТЕЛИЯ
СЛУЖИТ ДРУЖБЕ
НАРОДОВ



1917
1965



ИЗДАТЕЛЬСТВО „ПРОСВЕЩЕНИЕ“

Б. К И С И Н

СТРАНА ФИЛАТЕЛИЯ



МОСКВА 1969

ЧУДЕСНАЯ СТРАНА

Ты раскрыл альбом с почтовыми марками — и ветры всех морей-океанов ворвались в комнату.

Со всех материков, из всех стран мира, через горы и пустыни, через леса и реки ехали, плыли, летели эти изумительные картинки, созданные руками искусных художников.

Чего только здесь нет!

...Идут верблюды по горячим пескам Сахары; бегут по тундре олени; ослепительными красками сверкают диковинные рыбы и бабочки, крадутся дикие звери, пролетают райские птицы, расцветают удивительные цветы; в упорную борьбу вступают атлеты и футболисты; спешат к заветной финишной черте быстроногие бегуны.

Вся история человечества, события многих и многих столетий запечатлены на марках. Плынут каравеллы Колумба к еще неведомым берегам Америки; пробиваются сквозь льды корабль Семена Дежнева; выходят на Сенатскую площадь мятежные полки; гремит выстрел «Авроры»; бьются с фашистскими ордами герои-воины...

Летит над деревянными стенами древней Рязани подъячий Крякутный на шаре, надутом «дымом, поганым и вонючим»; поднимается в воздух первый самолет; бороздят бескрайние бездны вселенной первые космонавты.

Писатели, художники, музыканты, ученые, великие полководцы и политические деятели смотрят с разноцветных кусочков бумаги.

Много полезного, нужного и интересного, много прекрасного принесет тебе сложное и тонкое искусство почтовой марки, если ты станешь настоящим, внимательным коллекционером, а не просто расклейщиком марок, лишь бы их было побольше, да были бы они попестрее.

...Она лежит перед тобой, чудесная и увлекательная Страна Филателия. Войдем же в нее, и пусть ее необъятные просторы помогут тебе стать знающим, образованным человеком, любящим и понимающим прекрасное.





1

КОЛЛЕКЦИОНЕРЫ



Ты получил письмо. На конверте наклеена почтовая марка. Эта картинка как бы квитанция, которую выдало почтовое учреждение взамен денег, уплаченных за пересылку и доставку письма.

Марка погашена особым штемпелем. На нем обозначено место, откуда пришло письмо, число и год... Погашенная марка стала кусочком испачканной, не имеющей никакой цены бумаги...

Но ты ее не бросаешь. Ты аккуратно вырезаешь марку из конверта, моешь и сушишь, помещаешь в альбом, где она, может быть, многие годы будет занимать свое место среди сотен других марок.

Так поступаешь не только ты, — так поступают миллионы людей, среди которых дети и старики, короли и рабочие, президенты и конторщики, академики и школьники.

Во всем мире насчитываются миллионы зарегистрированных филателистов. Филателистов, не числящихся ни в каких обществах, во много раз больше. Считают, что более ста миллионов людей собирают марки — три процента всего населения планеты!

Почтовыми марками интересовались Маркс и Энгельс. Дочь Маркса Элеонора была ревностной филателисткой.

В письме от 21 апреля 1863 г. Энгельс пишет Марксу: «Посему заключаю письмо и вкладываю еще несколько строк для Туссиньки... Многие марки в двух экземплярах. Дублиеты идут здесь на обмен. Итальянскими, швейцарскими, норвежскими и некоторыми немецкими марками могу снабдить в большом количестве»¹.

Интерес к маркам проявляли А. Чехов и А. Блок, президент США Ф. Рузвельт, академики И. П. Бардин и И. П. Павлов, командир крейсера «Варяг» В. Ф. Руднев, знаменитый певец Э. Карузо и многие другие.

Слово «филателия», которым обозначают коллекционирование знаков почтовой оплаты, происходит от греческих слов «филос» — друг и «те-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Сочинения, изд. 2, т. 30, стр. 283.



лос» — сбор, пошлина. Когда-то в Греции на письмах делали особую отметку — телос. Отметка показывала, что письмо уже оплачено и получателю платить ничего не надо. Эту отметку считают как бы прообразом современной марки.

Поэтому слово «филателист» можно перевести как «любящий знаки почтовой оплаты». Именно так и называют его в Болгарии — марколюбитель. Слово «филателия» ввел в употребление в 1864 г. французский коллекционер Г. Эрпен, один из первых филателистов. В его очень хорошей коллекции впервые находились не только гашеные, но и негашеные марки.

Интерес к коллекционированию люди проявляли с незапамятных времен. При раскопках становищ первобытного человека находят наборы пестрых камешков или рыбьих костей — это прародители наших коллекций.

Каких только коллекций нет в настоящее время!

Одни собирают растения и насекомых, минералы и т. д.; другие — старые книги и рукописи, монеты и фарфор. Третьи — рисунки и фото. Порой встречаются собрания самых неожиданных предметов: перышек и спичечных этикеток, винных наклеек, трубок и замков, пакетиков от бритвенных лезвий и многого, многого другого.

Каждая коллекция характеризует своего хозяина.

В музее, основанном неким американцем в штате Флорида, для общего обозрения выставлена коллекция наручников.

Рядом с тяжелыми стальными обручами, в которые заковывали руки рабов и каторжников, разложены блестящие, изящные наручники с автоматическими защелками, последнее слово техники — с клеймом «Made in USA» («Сделано в США»).

Но, пожалуй, самый распространенный предмет собирательства — почтовые марки.

Эти миниатюрные картинки, то скромные, то броские, приносят коллекционеру не только отдых и радость, они рассказывают об истории стран, о судьбах народов.

Хорошо составленная коллекция как бы своеобразная энциклопедия страны, где представлено всё: история в ее знаменательных датах, география (города, природные богатства), культура, искусство, наука и те, чьими делами славится страна, — ее люди.

Можно смело сказать, что нет ни одного сколько-нибудь знаменательного события за последние сто с лишним лет, которое не оставило бы следа на почтовых

марках. Парижская коммуна и русско-японская война, Великая Октябрьская социалистическая революция и Венгерская народная республика 1919 г., кровавая фашистская диктатура и победоносная Отечественная война — все отражено на марках.

Найдем мы здесь и картины далекого прошлого, например битву при Грюнвальде или склонившегося над листами «Апостола» первопечатника Ивана Федорова.

Важнейшие события науки и техники — история паровоза и автомобиля, путь от сохи до комбайна, от первого воздушного шара до полета в космос — тоже запечатлены на крохотном поле почтовой марки.

Наконец, нет, пожалуй, ни одного известного политического деятеля, философа, писателя, музыканта и ученого, чей портрет нельзя было бы увидеть на марках.

Но почтовые марки не только источник сведений, они произведения искусства. Так же как и картина, гравюра или рисунок, они учат нас понимать и любить прекрасное. Коллекционируя почтовые марки, мы можем собрать самую компактную художественную галерею — от произведений искусства древней Греции до наших дней, от Праксителя до Родена, от Леонардо да Винчи до Пикассо, от Венецианова до Левитана.

Почтовые марки — неоценимый помощник во многих предметах учебной программы, прежде всего в истории и географии. Когда была открыта Америка? В каком году основана Москва? Когда стала самостоятельной Нигерия? Где находятся мыс Доброй Надежды и Непал? Обо всем этом расскажут вдумчивому коллекционеру марки его альбома.

Вместе с тем коллекционирование — это увлекательный спорт. Сколько труда и настойчивости нужно подчас приложить, чтобы найти, наконец, нужную марку, чтобы разработать и построить свою коллекцию! Как спортсмену необходима товарищеская поддержка его команды, так и настоящему коллекционеру не обойтись без помощи товарищей.

Коллекционирование почтовых марок приучает к внимательности и аккуратности, к бережному обращению с культурными ценностями. Ведь хрупкую бумажку легко повредить, запятнать или прорвать, и тогда она может скоро разрушиться. Как врач исследует своего пациента, заботится о нем, предупреждает его болезни, так и мы должны обращаться со своими марками.

Определенное умение необходимо, чтобы сотни объектов коллекции осмысленно организовать и правильно расположить, чтобы собирать лишь то, что нам нужно.

А интерес к маркам может быть различным. Поначалу их рассматривали просто как картинки,



которые можно использовать для украшения письменных столов, абжуров и т. д. Еще в 40-х годах прошлого века в лондонской газете «Таймс» появилось следующее объявление: «Требуются почтовые марки. Молодой человек, который хотел бы оклеить свою спальню проштемпелеванными марками, имеет уже в своем распоряжении — благодаря любезности друзей — 16 000 марок. Так как этого количества все же недостаточно, то он просит сочувствующих лиц путем присылки почтовых марок помочь ему в осуществлении его идеи».

Подобные собиратели не перевелись и теперь. Марками оклеивают галстуки, шляпы и даже автомобили. А несколько лет назад в США, в Балтиморе, на одной свадьбе невеста появилась в подвенечном платье, на котором было наклеено 30 000 негашеных марок. В Калифорнии не так давно всеобщий интерес возбудила коллекция некоего пастора. В ней 149 242 марки, размещенные не в альбомах, а на стенах и потолке двух его комнат. На потолке одной комнаты марки расклеены таким образом, что изображают американский флаг, причем полосы составлены из итальянских марок (пастор по происхождению итальянец), а звезды — из американских двухцентовых. Пастор набрал такое количество марок в течение 30 лет и, как сообщают, затратил на них немалые деньги.

Толпы любопытных посещают пастора, чтобы осмотреть его коллекцию. Неизвестно, приносит ли это ему доход, но рекламу себе он, во всяком случае, создал.

Весьма своеобразно собирал марки русский царь Александр III. Он связывал их в пачки и складывал в коробочки, которые хранил в письменном столе.

В последнее время за рубежом распространился способ собирания марок по принципу: чем больше, тем лучше. Его приверженцы подбирают самые обычные марки в пачки по 100 штук, составляя партии в 1000, 5000, 10 000 и даже 50 000 марок.

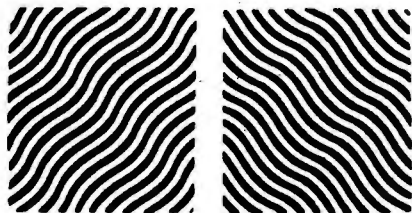
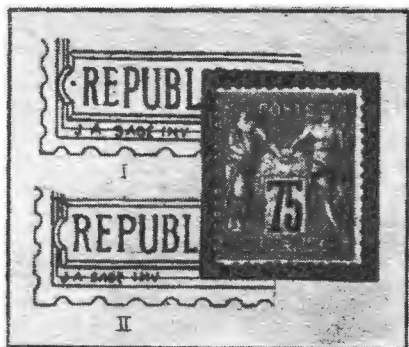


Собирание марок в капиталистических странах чаще всего носит коммерческий характер. Марки рассматриваются прежде всего как товар, средство для торгашеских комбинаций, искусственного вздувания цен и легкой наживы. Для многих богачей марки являются наиболее выгодной сферой приложения капиталов.

Агенты какого-нибудь американского толстосума разъезжают по аукционам всего мира, покупая марки ежегодно на определенную, иногда очень значительную сумму. Коллекция помещается в стальные сейфы банка. Затем изредка ее привозят в бронированном автомобиле под усиленной охраной к владельцу для обозрения и установления, насколько возросла ее стоимость.

А стоимость может достигать миллионов. Когда испанскому королю Альфонсу XIII пришлось после революции 1931 г. бежать из своей страны, то он прежде всего захватил





чемоданы с коллекцией марок. То же самое сделал и король Фарук, изгнанный в 1952 г. из Египта. В Европе Фарук начал распродажу своих марок — не только настоящих, но и фальшивых, за что его судили и приговорили к штрафу.

В 1929 г. в Париже вышла рассчитанная на русских эмигрантов любопытная книга — «Друг филателиста». Ее автор писал, что по существу филателия — это увлекательная и удобная форма сбережения капитала. Альбом филателиста — копилка, в которую изо дня в день вкладываются почтовые марки, неприметно образуя серьезные сбережения, которые можно в трудную минуту реализовать.

Описывая все положительные стороны коллекционирования, этот «друг» находит в таком занятии еще одно свойство: филателия «в красивой, чистой и безобидной форме удовлетворяет

стремление человека к тщеславию, эгоизму, зависти и любостяжанию».

Наша филателия не ставит перед собой подобных «красивых и чистых» целей.

Советские коллекционеры всегда готовы помочь друг другу. Во многих школах коллективно составляются тематические подборки почтовых марок и других коллекционных материалов. Для нас коллекция — не копилка, не погоня за редкостями и марками-уродцами, которых, как мы увидим, немало.

Наша коллекция — не объект торговли и наживы. Самые обычные марки для нас так же желанны и ценны, как редкие и дорогие. Самая простая марка может быть подчас нужнее, чем самая дорогая.

Исторически ценные и дорогие знаки почтовой оплаты должны находиться в музеях. Там они к услугам исследователей и всех интересующихся.

Наше коллекционирование должно расширять круг знаний, помогать в увлекательной форме изучать историю, государственный строй всех стран, их географические, бытовые и этнографические особенности, флору и фауну. Почтовые марки заставляют интересоваться иностранными языками, развивают художественный вкус, знакомят со многими видами графического искусства, с полиграфической техникой.

Не следует, конечно, думать, что можно забросить учебники и получать образование по почтовым маркам. Они лишь добрые помощники

в учебе, лишь миниатюрные наглядные пособия.

Коллекционирование приучает к систематизации, порядку, дает элементарные навыки классификации и научно-исследовательской работы (конечно, если это разумное коллекционирование).

Филателист должен быть внимательным. На рисунке вы видите два типа французской марки (1876—1877). На ней в левом нижнем углу награвировано: J. A. Sage и буквы inv.

Это сокращенное латинское слово *invenit* (нашел, т. е. создал). Такие буквы иногда ставятся на гравюрах, литографиях и т. д. рядом с именем художника, создавшего оригинал. В одном типе буква N стоит под буквой B слова *Republique*, а во втором — под буквой U. Дело в том, что во время закалки стальное клише треснуло и граверу пришлось разместить подпись иначе, чем на первоначальной форме. Некоторые марки одного и другого типов существенно различаются по ценности. Тут же воспроизведен водяной знак (о них вы узнаете позже). Вы видите, что один и тот же знак может быть расположен на марке по-разному. От этого в ряде случаев также изменяется ценность марки. Таких задач на внимательность в филателии очень много.

Нельзя, чрезмерно увлекаясь марками, забывать об учебе, о спорте, об общественных обязанностях. Всему свое время. Не допускайте, чтобы с вами получилось так, как изображено на карикатуре.



2

НЕМНОГО ИСТОРИИ



Ты получил письмо. На конверте наклеена почтовая марка. Всегда ли было так?

Была ли почтовая марка на письме, вручение которого изображено на древнеегипетской фреске погребальных пещер Нумхорена в Бенигассане за 2000 лет до нашей эры? Нет. В ней не было нужды.

Где, когда и почему придумали почтовую марку?

Много сотен тысячелетий просуществовала жизнь на Земле, прежде чем возникло человеческое общество. Труд создал человека, труд, начавшийся с изготовления и применения орудий для охоты и рыболовства.

Люди собирали фрукты, корни растений. Охотились они и на крупных зверей — мамонтов, носорогов и т. д. Добыть таких зверей одному человеку было невозможно. Нужна была взаимная поддержка, взаимная помощь.

На совместной охоте первобытный человек использовал предостерегающие и призывные звуки, но этих звуков было недостаточно, чтобы передавать другим членам своего племени приобретенный опыт. Возникла потребность сказать что-то друг другу. Так появилась членораздельная речь.

Однако люди скоро увидели, что устная передача вестей очень несовершенна: человеческий голос слышен лишь на близком расстоянии. И уже тысячелетия назад человек искал и находил средства для усиления голоса. Полые стволы деревьев использовались как громко звучащие барабаны, как своеобразный телеграф. Условными, заранее оговоренными ударными сигналами вести передавались от селения к селению.

Все вы, наверное, читали «Затерянный мир» А. Конан Дойля. Помните: «На третий день мы услышали какой-то странный ритмический гул, то затихавший, то снова сотрясавший воздух своими торжественными раскатами, и так всё утро. Индейцы замерли, словно превратившись в бронзовые статуи, на их лицах был написан ужас.

— Что это? — спросил я.

— Барабаны, — небрежным тоном ответил лорд Джон. — Боевые барабаны. Мне уже приходилось слышать их.

Гул по меньшей мере шести-семи барабанов окружал нас со всех сторон. Они то учащали ритм, то замедляли. Вот где-то на востоке слышалась четкая, отрывистая дробь... пауза... густой гул откуда-то с севера. Этот непрерывный рокот звучал почти как вопрос и ответ. В нем было что-то грозное, невероятно действующее на нервы. Он сливался в слова — те самые, которые не переставал твердить наш метис: «Если сможем, убьем. Если сможем, убьем».

Древнейшее открытие человека — сигнальные барабаны — знала и Африка. Когда белые колонизаторы приходили в негритянские деревни, они находили их покинутыми. Ни человека, ни домашнего животного, ни полезного предмета. Гремели барабаны — и от деревни к деревне несло: «Спасайтесь, белый человек идет! Бросайте ваши хижины, прячьтесь добро в безопасное место!»

Интересно, что и сегодня в Африке барабаны там-тамы служат телеграфом. С их помощью передают не только слова, но даже целые фразы, например: «На деревню напали слоны. Много. Придите на помощь». «Радио девственных лесов» — так называют эти барабаны.

Использовал человек для передачи вестей и огонь. Смолистая лучина или костер давали свет, который был виден на далекое расстояние. Скоро поняли, что этим целям лучше служит дым. Горючий, но сырой материал давал много дыма, он поднимался над вершинами деревьев и над холмами.

Вы знаете, конечно, замечательную книгу Э. Сетона-Томпсона «Маленькие дикари». Если не читали, прочтите ее обязательно. Вот что говорит мальчику старый охотник Калек Кларк о языке костров, которым пользуются индейцы Канады.

«— Вы говорили нам, что три дыма означают «возвращаюсь с победой».

— Нет, совсем не так. Это означает «хорошие вести».

— Что означает один дым?

— Как правило, просто «здесь привал».

— А два?

— Может означать «тревога» или «я заблудился».

— Это я запомню: два — «беда».

— Три — хорошие вести. Нечетные числа — счастливые.

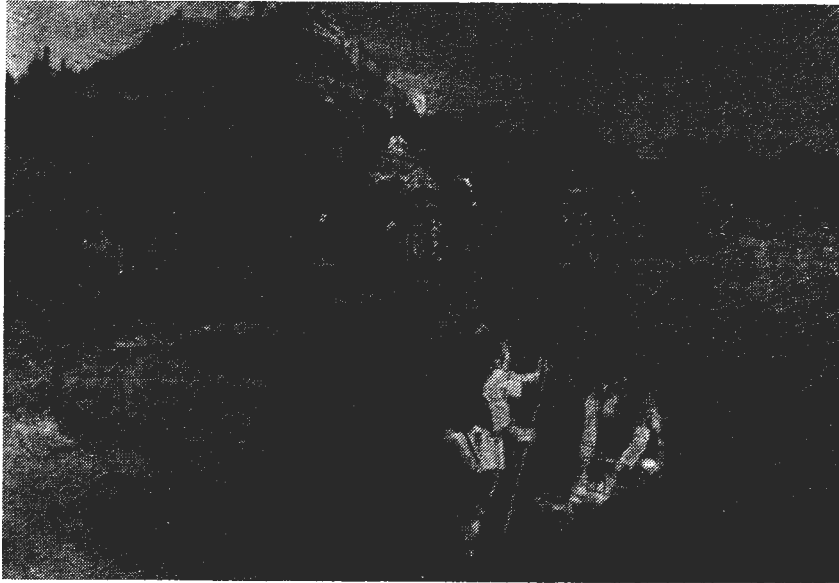
— А четыре дыма?

— Редко очень употребляют. Если бы я увидел четыре дыма, я бы подумал, что происходит что-то очень важное, например собрался Великий Совет.

— Что бы вы подумали, увидев пять дымов? — спросил Ветка.

— Я бы решил, что какой-то глупец хочет сжечь весь лес».

Впоследствии два костра — знак «я заблудился» — помогли мальчику выйти из беды, когда он сбился с дороги в лесу.



Шли тысячелетия. Все сложнее становилась жизнь человечества. Расширялись взаимные связи между различными группами людей, между народами и нациями.

Все более сложные вести приходилось передавать. С ними отправляли гонца. Он шел или бежал, пока не доставлял весть по назначению. Существует в настоящее время широко известное возникшее благодаря гонцам спортивное состязание — марафонский бег на дистанцию 42 километра 195 метров. Около 490 г. до н. э. афиняне, победившие в битве при Марафоне превосходящих числом персов, послали с этой вестью к военачальнику Мильтиаду солдата Диомедона. Диомедон бежал не щадя себя и вступил в Афины, напрягая последние силы.

«Радуйтесь, мы победили!» — воскликнул он и упал мертвым.

Много раз на олимпийских играх спортсмены добывали лавры в упорной борьбе с убийственной жарой или проливным дождем, с временем и самим собой. Иногда марафонский бег кончался для спортсмена драматически, правда не в такой мере, как для Диомедона. В 1908 г. итальянец Дорадо в Лондоне первым прибежал на стадион, но перед самой целью упал обессиленный. Сочувствующие зрители довели его, поддерживая под руки, до финишной линии. Но заслуженной победы Дорадо лишился. В 1960 г. на Римской олимпиаде босоногий бегун из Эфиопии, солдат Абеба Бекила, выиграл марафонский бег. Через четыре года он стал уже капралом и в Токио (на этот раз в обуви) победил со временем 2 часа 12 минут 11,2 секунды. Когда Бекила вбежал на стадион, трудно было поверить, что позади 42 километра, — так великолепно он выглядел. А четы-

рех бегунов после финиша пришлось доставлять в раздевалку на носилках.

Интересны детали этого спортивного состязания в Токио. Его свидетелями были 4 миллиона зрителей. 10 тысяч полицейских поддерживали порядок на трассе. С воздуха бегунов эскортировало множество вертолетов.

В честь Бекилы в Эфиопии выпущена марка с надписью: «Победитель в Марафоне».

Посмотрите на картину замечательного русского художника Н. К. Рериха «Гонец». Глубокой ночью к спящему селению на утлом челне пробирается старик гонец. Тяжелую весть несет он: восстал род на род. Седой древностью веет от этой картины...

Как ни спешил гонец, большого расстояния он быстро преодолеть не мог. И человек был принужден искать вспомогательные средства.

Лошадь быстрее лучшего бегуна и во много раз выносливее. Так появились конные гонцы. Но у всех гонцов был существенный недостаток: их память была коротка. Они могли забыть или перепутать переданные им слова.

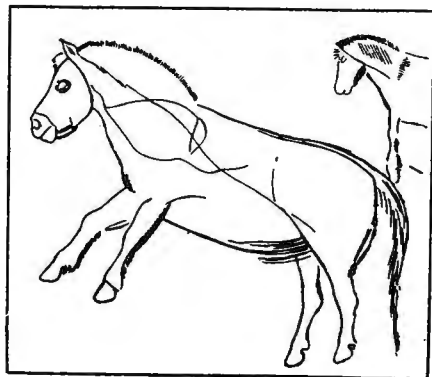
Человечеству нужно было средство для «консервирования» вестей. Был создан шрифт, возникла письменность. У письменности много преимуществ. Содержание письма остается неизвестным гонцу. Написанное дольше сохраняется, чем сказанное, и его можно видеть вновь и вновь. К передаче письма можно привлечь и приспособленных для этого животных — собак, голубей.

Наша письменность — буквы нашего алфавита — произошла от рисунков. Прежде чем научиться писать, человек уже умел рисовать. На стенах пещер, где жили первобытные люди много тысячелетий назад, находят многочисленные рисунки — изображения животных, сцены охоты. Они замечательны по мастерству, выразительности и живости. Невольно изумляешься зоркости глаза и твердости руки нашего далекого предка, который, одетый в шкуры джигх зверей, вооруженный каменным топором и копьем, вел тяжелую борьбу за существование.

Как же рисунки стали буквами?

Наглядный ответ дает египетская письменность (IV тысячелетие до н. э.).

Сначала каждое слово обозначалось соответствующим рисунком: изображение голубя означало слово «голубь»; совы — «сова» и т. д. Затем при помощи рисунков стали изображать более сложные понятия. Для этого изображались предметы, имеющие какую-то связь, реальную или



Изображения	Египетские названия	Значение	Изображения	Египетские названия	Значение	Изображения	Египетские названия	Значение
	mulach	сова		suchi	крокодил		hro	рот
	krampi	голубь		hop	змея		baki	город
	ahom	орёл		nab	мужчина		hepi	дом
	hoite	гиена		parag	женщина		to	гора
	labe	лев		remar	ребёнок		niin	вода
	ager	бык		kanos	рука		esch	лист от пальмы
	uose	заяц		tot	кисть руки		bok	пастушеский посох
				pat	нога		hite	цепь
							kote	корзина

	сражение		смерть		мать
	ходить		ветер		сын
	Египет		видеть		царь
	день		писать		бдительность
	ночь		резать		правосудие
	месяц				год

ным kt. Поэтому все слова, содержащие в себе эти два согласных, например kata — мудрость, могли обозначаться изображением корзины.

В письменности египтян гласные играли подчиненную роль и в конце концов были вообще изъяты из письма. Это характерно для письменности почти всех семитических народов¹.

Изображение передней лапы льва — kme — соответствовало слогу km и могло обозначать слова: keme — Египет, kom — могущество, войско, koma — высота, kam — книга.

С течением времени этот знак — передняя лапа льва — стал служить для обозначения слога km.

Если слово состояло более чем из двух согласных, употреблялось несколько фигур.

Так возникло слоговое письмо. Но на этом египтяне не остановились. Общий прогресс во всех отраслях человеческой деятельности и возрос-

¹ Начертание без гласных букв имело место и в русской письменности XVII в. При скорписи писцы очень многие слова писали сокращенно: кнзь (князь), мсц (месяц), млсть (милость), срц (сердце), днь (день), мнстръ или мрь (монастырь) и т. д. Легко видеть, что при некотором навыке понимать такие слова нетрудно.

предполагаемую, с понятием, которое хотели изобразить. Например, изображение шагающей фигуры обозначало «идти», сидящий человек с рукою у рта — «есть». Парус на мачте обозначал «ветер», а голова льва — «бдительность или неусыпность» (египтяне думали, что лев спит с открытыми глазами). Однако такой способ письма не мог удовлетворить растущих культурных потребностей.

Египтяне обратили внимание на то, что все слова состоят из сравнительно небольшого числа отдельных составных частей, или слогов. Это навело их на мысль обозначить каждый слог определенным условным изображением.

Изображение корзины с ручкой — по-египетски kote — соответствовало соглас-

шая в связи с этим потребность более точного выражения мыслей подсказывали дальнейшее усовершенствование письма. От слогового письма перенесли к звуковому (фонетическому) — определенные знаки получили устойчивую значимость по первой согласной изображаемого ими слова. Так, изображение руки обозначало звук d, так как рука по-египетски (без гласных звуков) d — r — t; изображение лютни — звук n, так как лютня по-египетски (без гласных) — n — f — g и т. д.

Если нельзя было обойтись без гласных звуков, например в именах собственных, а также там, где могло возникнуть недоразумение, употребляли изображения предметов, название которых начиналось с гласной буквы, например: лист пальмы соответствовал звуку e (esch — пальма). Фигурные знаки египетского письма носят название иероглифов (по-гречески «иерос» — жрец, «глифе» — резьба, знаки вначале высекались на камне). С появлением папируса писать стало легче, писать стали быстрее. Орудием письма стала кисточка и краска — черная и красная. Меньше уже заботились о тщательной отделке каждой фигуры, думали лишь о том, чтобы нарисованное хоть сколько-нибудь походило на изображаемый предмет. Упрощенное начертание нередко превращало изображение в условный крючок, имевший очень отдаленное сходство с предметом. Так появилось иератическое (жреческое) письмо. Когда оно стало достоянием народа, то еще более упростилось.

В так называемом демотическом (народном) письме знаки приняли уже совершенно буквенный характер, превратились в штрихи, где трудно отыскать сходство с прежними иероглифами. Так возник египетский фонетический алфавит из 24 букв. Вначале он был довольно примитивным, употребление отдельных знаков было неустойчивым, а некоторые из них заменяли друг друга. Но для своего времени это было наилучшее письмо.

Большинство существующих алфавитов, в том числе все европейские, произошло от алфавита Финикии, древнего государства Азии. Предполагают, что египетские письмена стали известны азиатским народам благодаря гиксосам, которые в XVI в. до н. э. были изгнаны из Египта и перекочевали в Азию.


Древне-египетское письмо		Финикийский алфавит		Греческий алфавит		Римский алфавит	Греческий унциальный алфавит	Славянская кириллица	Русская азбука-гражданка
Иероглифы	Иератическое письмо	Древний	Позднейший	Древний	Позднейший				
𐀀	𐀀	𐤀	𐤁	Α	Β	Α	Α	А	А
𐀁	𐀁	𐤂	𐤃	Β	Γ	ΒΒ	Β	Б	Б
𐀂	𐀂	𐤄	𐤅	Γ	Δ	Γ	Γ	Г	Г
𐀃	𐀃	𐤆	𐤇	Δ	Ε	Δ	Δ	Д	Д
𐀄	𐀄	𐤈	𐤉	Ε	Ζ	ΕΖ	Ε	Е	Е
𐀅	𐀅	𐤊	𐤋	Ζ	Η	Ζ	Ζ	Ж	Ж
𐀆	𐀆	𐤌	𐤍	Η	Θ	ΗΘ	Η	И	И
𐀇	𐀇	𐤎	𐤏	Θ	Ι	Ι	Ι	Й	Й
𐀈	𐀈	𐤐	𐤑	Ι	Κ	Κ	Κ	К	К
𐀉	𐀉	𐤒	𐤓	Κ	Λ	Λ	Λ	Л	Л
𐀊	𐀊	𐤔	𐤕	Λ	Μ	Μ	Μ	М	М
𐀋	𐀋	𐤖	𐤗	Μ	Ν	Ν	Ν	Н	Н
𐀌	𐀌	𐤘	𐤙	Ν	Ξ	Ξ	Ξ	О	О
𐀍	𐀍	𐤚	𐤛	Ξ	Ο	Ο	Ο	П	П
𐀎	𐀎	𐤜	𐤝	Ο	Ρ	Ρ	Ρ	Р	Р
𐀏	𐀏	𐤞	𐤟	Ρ	Σ	Σ	Σ	С	С
𐀐	𐀐	𐤠	𐤡	Σ	Τ	Τ	Τ	Т	Т
𐀑	𐀑	𐤢	𐤣	Τ	Υ	Υ	Υ	У	У
𐀒	𐀒	𐤤	𐤥	Υ	Φ	Φ	Φ	Ф	Ф
𐀓	𐀓	𐤧	𐤨	Φ	Χ	Χ	Χ	Ц	Ц
𐀔	𐀔	𐤩	𐤪	Χ	Ψ	Ψ	Ψ	Ч	Ч
𐀕	𐀕	𐤬	𐤭	Ψ	Ω	Ω	Ω	Ш	Ш
𐀖	𐀖	𐤮	𐤯	Ω	Ϝ	Ϝ	Ϝ	Щ	Щ



За финикийцами остаются две бесспорные заслуги: они придали знакам алфавита удобную, легкую для начертания форму и благодаря своим торговым связям распространили этот алфавит среди многих народов.

Финикийский алфавит состоял из 22 знаков для обозначения согласных. Гласных букв в нем не было.

Передача звукового языка при помощи небольшого количества букв явилась огромным достижением в культурном развитии человечества. У финикийцев заимствовали алфавит греки, у которых в древнейшей своей форме он был точной копией финикийского. Буквы шли в той же последовательности, а их наименования передавались искаженными семитическими словами: альфа — алеф (бык), бета — бет (дом), дельта — далет (дверь) и т. д.

Наименование букв в финикийском алфавите показывает, изображение какого предмета лежало в основе буквенного знака. Интересно отметить, что буква *a* первоначально напоминала голову быка и изображалась так: .

Начало письменности в Греции относится к древнейшему периоду ее истории — к VIII и VII вв. до н. э. В V в. до н. э. появляются знаки для гласных букв.

Греческий алфавит распространился по Европе. В Риме начертания букв подверглись изменению, и ко II в. н. э. образовалась так называемая латинская форма письма.

Латинский прифт перешел в VIII в. в Англию и Германию, в IX в. — во Францию.

Начало славянского алфавита относится ко второй половине IX в. Возник он в Моравии (историческая область нынешней Чехословакии). В 863 г. из Византии в Моравию направили для проповеди христианства «солунских братьев» — Константина (его монашеское имя было Кирилл) и Мефодия. Братья встретились с большой трудностью — отсутствием письменности. Тогда они создали славянскую азбуку, положив начало письменности у славян.

Алфавит был построен на основе прописных букв греческого. Было добавлено несколько знаков для передачи звуков, которых не было у греков, например *ж*, *ч*, *ш* и др. Для славянских языков было создано два алфавита — кириллица и глаголица.

В дальнейшем ученики Мефодия принуждены были переселиться в Болгарию, откуда созданная братьями азбука распространилась среди южных и восточных славян, причем среди восточных — кириллица. Долгое время считалось, что в Киевскую Русь письменность проникла вместе с официальным введением христианства, т. е. во второй половине X в. Однако есть основания считать, что ее знали раньше. В одном из курганов, относящихся к началу X в., при раскопках в 1949 г. нашли глиня-

ный сосуд с надписью: гороухца. Эта надпись, сделанная стилизованными буквами кириллицы, является древнейшим сохранившимся до наших дней памятником русской письменности. По мнению ученых, гороухца означает горчица или какая-нибудь другая пряность из тех, что покупались русскими у греков. Не все согласны с таким объяснением. Археолог Г. Ф. Корзухина считает, что это слово соответствует слову «горючая». Когда-то воин-кривич приобрел амфору с нефтью в Крыму или на Тамани и, чтобы отличить сосуд от других, нацарапал на нем предупреждение, вроде нашего «огнеопасно».

Люди создали письменность, так как развитие общества вызывало потребность в закреплении и передаче документов политического, правового, религиозного и этического характера. Росла потребность в общении людей друг с другом на расстоянии.

Нужно было научиться писать быстро и просто. В течение нескольких тысяч лет менялись орудия письма, материал, на котором писали. На смену камню и глине пришли папирус, пергамент, бумага.

Не одно столетие потребовалось, чтобы письмо стало таким, каким мы теперь опускаем его в почтовый ящик — в конверте, с красивой маркой.



3

ПИСЬМОНОСЕЦ ВЫХОДИТ НА ДОРОГУ



Письмо написано. Но оно бесполезно, если останется там, где его написали. Нужно доставить письмо адресату, иногда на край света, через горы и океаны, через леса и пустыни. Письмо повезут на поездах, на пароходах, на самолетах. Оно дойдет до самого глухого местечка, до избушки в тайге, до станции на Северном полюсе.



Письмо
Само
Никуда не пойдет,
Но в ящик его опусти —
Оно пробежит,
Пролетит,
Проплывет
Тысячи верст пути.
Нетрудно письму
Увидеть свет:
Ему
Не нужен билет.
На медные деньги
Объедет мир
Заклеенный
Пассажир.

Так написал С. Я. Маршак в своей «Почте».

Но так было не всегда. Семнадцать лет длилось путешествие на Восток Марко Поло, и за все время никто в родной ему Венеции не получил ни единой весточки. В те далекие времена, в XIII веке, совершить такой трудный путь письмо не могло.

С какого времени вообще существует передача сообщений?

Если говорить о письменных сообщениях, то они насчитывают только около 3000 из 600 000 лет существования человечества.

Уже в глубокой древности сообщения передавали с гонцами. В ассирийских сказаниях говорится о бегунах, которые по всей стране разносили приказания царицы Семирамиды.

На стеной росписи погребальных пещер Бени-гассана, о которой мы уже говорили, изображен гонец, передающий чиновнику сообщение о вторжении враждебного племени.

Быть гонцом было не всегда безопасно. На греческой вазе, находящейся в Неаполитанском музее, изображен мифический герой Беллерофон, которого царь Прет посылает с письмом — запечатанными табличками. В письме сказано, чтобы его подателя убили¹.

Уже в древней Греции были гонцы-бегуны, вооруженные лишь дротиком. Они пробегали расстояние в 55 стадий (около 10 километров) за час и преодолевали путь в 400—500 стадий за один рейс.

Хорошо организованную почтовую связь имели величайшие государства древности — Персия и Рим.

Многие города соединялись хорошо налаженными дорогами, которые рассчитывались и на конных гонцов.

Геродот и Ксенофонт дали описания почтовых учреждений Персидского государства. На промежуточных станциях постоянно имелись лошади для смены. Все совершалось с большой точностью и скоростью — так по крайней мере казалось упомянутым историкам. В своем государстве такой налаженной почтовой связи они не видели.

Гонцы обслуживали лишь нужды властителей, передавая главным образом политические и военные сообщения. Под страхом строжайшего наказания запрещалось принимать частные послания. Частные лица для пересылки корреспонденции пользовались услугами путешественников, мореходов и т. д. Отправленные таким способом послания доходили до адресата иногда через много месяцев.

Древний Рим, вероятно, заимствовал постановку почтового дела у персов. Вначале только богатые патриции, владевшие многочисленными рабами, имели собственных гонцов. Лишь со времени римских императоров гонцы стали находиться на государственной службе. Однако и эти гонцы использовались для обмена сообщениями лишь между императо-



¹ Не беспокойтесь, Беллерофон не погиб. Наоборот, совершив много подвигов, в частности убив чудовище — Химеру, он сам стал царем. О Беллерофоне и других героях греческой мифологии вы можете прочитать много интересного, хотя бы в книгах И. А. Куна «Легенды и мифы древней Греции» («Просвещение», 1964) и «Что рассказывали греки о своих богах и героях» (Учпедгиз, 1940).

ром, высшими чиновниками и военными. Для передачи особо спешных сообщений уже в древности посылали верховых гонцов. Греческий историк Диодор пишет, что один из военачальников Александра Македонского держал при своем штабе гонцов — всадников на верблюдах.

В римской империи во времена Цезаря имелась обширная сеть дорог. К перевозке почты привлекались жители покоренных стран, которые в принудительном порядке должны были предоставлять лошадей, повозки и всадников.

Как писал сам Цезарь, он получал в Риме донесения о ходе военных событий с помощью гонцов-всадников.

Во времена Августа (63 г. до н. э. — 14 г. н. э.) почта была уже четко организована. Отдельные части Римской империи связывала единая почтовая сеть.

Во II в. н. э. почта шла во все концы огромной Римской империи: в нынешнюю Англию, в Восточную Европу до Рейна и Дуная, на Балканы, включая нынешнюю Румынию, в Турцию, Сирию, Палестину и Иорданию, на североафриканское побережье от Танжера до Александрии. Были организованы станции летучей почты, где останавливались всадники и возницы. Эта почтовая сеть носила название *Cursus publicus*. В наиболее значительных населенных пунктах находились помещения для отдыха, где приезжающие могли переночевать и где стояли наготове верховые и вьючные животные, а также — на случай нужды — повозки. Эти помещения стали позже называть станциями — *statio*. Римляне обычно говорили: «Станция, расположенная в таком-то месте» — *statio posita in...* От латинского слова *posita* произошло вероятнее всего слово «почта» — *post*. Впервые в этом смысле слово употребили в XIII в.

Хотя римская почта обслуживала исключительно императоров и их должностных лиц, она является рубежом в истории почтовой связи. От случайной передачи сообщений был сделан шаг к строго организованной, регулярно осуществляемой через опорные пункты службе доставки.

Интересны данные о почте ацтеков в Мексике и инков в Перу — государств древнейшей культуры в Южной Америке. Здесь уже до начала XVI в. существовали почтовые гонцы.

Бегуны рассылались из столицы инков по всей стране. На важнейших путях располагались хижины, в которых гонцы останавливались для отдыха. Одной из задач гонцов была доставка к столу царя в течение 48 часов свежей рыбы с побережья, отдаленного на 500 километров от столицы. Расстояние между соседними станциями было всего лишь три километра, которые гонцы пробегали с большой быстротой.



У ацтеков также были гонцы-бегуны, которые доставляли очень быстро государственные сообщения.

Гонцы пользовались полным доверием, так как почти все сообщения передавались устно. Дурные вести передавали царю, стоя на коленях. Если сообщение было радостным, например извещало о победе, гонцы вплетали в волосы красные ленты или размахивали — в знак победы — кинжалом.

Как и у инков, гонцы ацтеков доставляли к царскому столу из отдаленных частей страны отборные фрукты, рыбу и другие редкие или быстропортящиеся съестные припасы.

Таким образом, в Америке еще до появления там европейцев существовала организованная почтовая служба.

К сожалению, точных сведений о почте государств Южной Америки не сохранилось. Испанские захватчики — конквистадоры уничтожили огромную культуру покоренных ими стран.

*

Вместе с Римской империей погибли и ее почтовые учреждения. В эпоху непрерывных войн, которыми отличалось начало средних веков, не ощущалось большой потребности в почтовых связях. Культурная жизнь тех времен сосредоточивалась в монастырях и университетах, находившихся в большинстве случаев под влиянием духовенства.

Князья-феодалы осуществляли пересылку писем и багажа при помощи гонцов и возниц, которые предоставлялись их подданными.

Лишь во Франции Хлодвиг (король с 482 по 511 г.) попытался создать — без особого успеха — почтовую связь из остатков римской государственной почты. Позднее (с XI по XV в.) связь поддерживалась в основном монастырями, рассылавшими своих гонцов по всей Европе. В посланцах не было недостатка. Среди монахов всегда находились желающие побродить по свету вместо того, чтобы сидеть по кельям. Разносили письма и нищенствующие монахи, у которых рядом с сумой нередко висела сумка с письмами. Своих посланцев имели и университеты, например знаменитая парижская Сорбонна.

Но простые люди тоже хотели передавать вести — хотя бы важнейшие — друзьям, знакомым и родственникам. Их выручали купцы, которые направлялись на ярмарки, деловые люди, переезжавшие с места на место в поисках сбыта разных товаров, изделий ремесел или произведений искусства. Чаще всего путешествовали торговцы скотом и мясники. Они захватывали с собой письма и вручали получателю или передавали письма другим купцам и мясникам, которые ехали туда, где жил получатель.





Вначале это была просто любезность по отношению к своим постоянным покупателям. Но постепенно власти стали обязывать купцов и мясников брать с собой частную почту. Эта почта так и называлась «почтой мясников».

Великие открытия и изобретения XV и XVI вв., рост торговых и культурных связей не только внутри страны, но и между странами настоятельно требовали улучшения почтового дела. Частная почта уже не могла удовлетворить возросших потребностей. Кроме того, она не давала никакой гарантии, что пересылаемые письма и денежные посылки дойдут до получателя. Одно из сообщений того времени говорит, что курьерам нередко нельзя было верить. «...Часто бывает, что они вскрывают письма и багаж, похищают из них деньги, которые пропивают и проигрывают, поддельвают печати. При этом они заявляют, что на них напали, жалуются на полученные якобы увечья, и наговорят такого, что вызывают к себе жалость и получают еще деньги от тех, кого они обманули».

Время требовало более организованной почтовой службы, находящейся под руководством и наблюдением государственной власти.

Первая такая почта была учреждена выходцем из Италии, дворянином Францем фон Тассисом около 1500 г. между двором Максимилиана в Вене и двором его сына Филиппа в Брюсселе. Когда Филипп II стал испанским королем, почтовую линию продлили до Мадрида.

Несколько ранее, около 1451 г., Роже де Тассис организовал первую конную почту между Тиролем и Неаполем. В 1516 г. Франц фон Тассис получил звание главного почтмейстера Нидерландов.

Служа интересам династии и помогая осуществлять денежное обращение, Тассис слал почтовых курьеров в Рим, Неаполь, Верону и другие города. Смена лошадей и снаряжения курьеров была организована так, что за день курьеры преодолевали расстояние до 166 километров.

Пользовались этой почтой и частные лица, на что вначале смотрели сквозь пальцы, а затем доставка частной корреспонденции была узаконена.

Дворянскому роду Тассо (позднее — Тассис, а также Таксис; в 1650 г.

к фамилии была добавлена приставка Турн) в истории почты принадлежит почётное место. Почта дома Турн и Таксис действовала более четырёхсот лет, обслуживая значительную часть Европейского континента. Аккуратность, быстрота и честность — таков был девиз Турн и Таксис. Почта приносила им немалые доходы. При ликвидации своего дела, перешедшего в 1867 г. во владение Пруссии, семья Таксис получила в воз-



мещение 3 миллиона талеров (по тому времени это были очень большие деньги). Были изъяты из обращения и выпущенные за несколько лет до этого марки почтового учреждения Турн и Таксис (марки любопытные — «без государства»).

В те времена в маленьком городке или селении прибытие почтовой кареты было целым событием: она осуществляла связь с широким миром, перевоза не только почтовые посылки, но и пассажиров. Чего только не могли рассказать и кучер, и почтальон, и путешественники из всех частей страны и даже из других стран, чего только они не видели, не пережили!

Что идет почта, слышали уже издалека — почтальон громко трубил в свой рожок или играл веселую песенку. По звуку рожка все должны были уступать дорогу почтовой карете. Такой важной считали почту! Собирались и стар и мал. Ребятишки плясали вокруг кареты и распевали песни, которые и сейчас еще поют кое-где в Германии во время игр.





Трара-ра-ра! Скорей, скорей,
Летит карета средь полей!
Клубится пыль со всех сторон,
Трубит веселый почтальон!
Рожок сверкает как огонь —
Труби погромче, почтальон.
Трара-ра-ра! Скорей, скорей,
Летит карета средь полей!
Не торопитесь! Всё раздам —
Несите письма по домам,
И письма и пакеты,
Посылки и газеты! ¹



— Нозости, новости... Что произошло на божьем све-
ге? Что слышно в столице? Не поговаривают ли о войне?
Как цены?

Сегодня кажется вполне естественным, что о собы-
тии, происшедшем за много тысяч километров, мы узнаем
мгновенно. Мы не представляем, что может быть иначе.
Но вспомним, что телеграф практически был применен
в 1837 г., а связь без проводов русский физик А. С. Попов
осуществил лишь в 1895 г.

В какой-нибудь городок новости шли со скоростью 70 километров
в сутки — столько проезжал почтовый дилижанс. Представляете, сколько
времени требовалось, чтобы весть в Европу дошла, скажем, из Америки
или Африки? Это была уже очень постаревшая «новость». Она плыла,
пожалуй, не одну неделю. А между тем новости иногда стоили многого.

В 1815 г. в битве при Ватерлоо (деревня в Бельгии, недалеко от Брюс-
селя) англо-прусские войска в решительном сражении разбили войска
Наполеона. Один богатый английский делец уже через несколько часов
получил об этом сообщении в Лондоне. Его принесла организованная заран-
нее голубиная почта.

Богач не торопился делиться с другими полученными вестями. И пока
город жил в тревоге и неизвестности, он спешно обделывал свои дела.
Всем, кто с ним советовался, он отвечал: «Да, возможна победа француз-
ских войск. Возможен застой в делах. Лучше поскорее продать свои пред-
приятия». Так и быть, он «рискнет» и купит
их по дешевке. Такую игру провел ловкий де-
лец и за один день колоссально разбогател.
Новость, о которой он узнал прежде всех, пре-
вратилась в груды золота. Золото принес го-
лубь на крохотной бумажке, которую прикре-
пили к его тонкой лапке.



¹ Перевод автора.

Этим дельцом был Ротшильд, один из членов процветающего и поныне семейства банкиров и промышленников, чьи баснословные богатства созданы кровью и потом сотен тысяч нещадно эксплуатируемых тружеников всех частей света.

Немалую часть богатств Ротшильдов составляют барыши, на которых стоит черное клеймо войны.

Не упускают Ротшильды случая нажиться и тогда, когда коллекционируют марки. Так, австрийский Ротшильд скупил целиком один из первых выпусков марок Афганистана. Когда марки прибыли в Вену, он пригласил к себе представителей крупнейших марочных фирм и на их глазах сжег все марки за исключением немногих.

— А теперь раскошеляйтесь, господа. Сколько даете?



4

ПИСЬМОНОСЕЦ ПРОДОЛЖАЕТ ПУТЬ



В России первые почтовые станции появились в XIII в. Но еще в X в. в Киевской Руси существовал «повоз» — обязанность населения предоставлять лошадей «от стана к стану» для княжеских гонцов и слуг. Русская почта — одна из старейших в Европе. К XV—XVI вв. существовала уже почтовая связь, охватывающая всю страну. Станции находились от 40 до 100 верст друг от друга.

Возить гонцов и посыльных должны были в порядке тягловой повинности¹ крестьяне и посадские люди.

Иван III лично ведал устройством ямской гоньбы, сам подписывал подорожные грамоты, дававшие право на пользование средствами сообщения. В подорожных указывалось направление, количество подвод, лошадей и полагающийся прокорм. Например, боярину, ехавшему по казенной надобности из Москвы в Новгород, в каждом ямском дворе полагалось предоставить 13 подвод, «баранью тушу, а шкуру обратно, трое куров да хлебы».

О езде гонцов на ямских лошадях писал известный путешественник Герберштейн, который приезжал на Русь в XVI в.: «Великий государь, князь московский, имеет по разным местам своего княжества ямщиков с достаточным количеством лошадей, так что, куда бы ни послал князь своего гонца, везде для него найдутся лошади. Гонец имеет право выбирать коня, который ему покажется лучшим. На каждом яму² лошадей меняли; в свежих не было недостатка. Кто требовал 10 или 12, тому приводили 40 или 50. Усталых кидали по дороге и заменяли другими, которых брали в первом селе».

¹ Тягло — подати, натуральные налоги и повинности, которыми Московское государство облагало неслужилое население — крестьян и посадских.

² Слово ям происходит от татарского *дзям* — дорога. Ям — тягловая повинность населения по перевозке грузов и представлении лошадей для почты, введенная татарами. После свержения татарского ига ямами стали называть почтовые станции, где меняли лошадей. Отсюда и слово *ямщик*.

Четко организованная почта появилась при Алексее Михайловиче, по почину боярина Афанасия Лаврентьевича Ордина-Нащекина в 1666 г.

Сначала почтовые пути шли из Москвы через Смоленск в Вильно, потом из Москвы в Новгород, Псков, Ригу и Архангельск.

По почте пересылались преимущественно государственные бумаги, но допускалась также пересылка частной корреспонденции торговых людей. Через рижскую почту раз в две недели прибывали иностранные газеты.

До учреждения почты царские грамоты, а также все важнейшие приказы, а в иных случаях и частные письма развозили из одного пункта в другой гонцы — нарочные. Они отправлялись обычно с одной только грамотой или одним только письмом.

Наряду с гонцами грамоты перевозились и ямщиками. Ямщики развозили не только грамоты, но кладь и людей. После организации регулярной почты ямщики стали использоваться как почтари.

Для надзора над ямщиками в начале XVII в., при Борисе Годунове, был основан Ямской приказ. На нем лежала обязанность доставлять во все части государства правительственные распоряжения.

При благоприятных условиях почта от Москвы до шведского рубежа и обратно шла в течение трех недель. В весеннюю распутицу требовалось значительно больше времени, так как мостов по дорогам или совсем не было, или их сносило полою водой.

Жизнь ямщиков была не сладкой. Вот что сказано в грамоте новгородскому воеводе боярину князю Урусову (1684):

«...Послана к вам наша Великих Государей грамота, велено ямщикам, которые с почтою гоняют мешкотно и оплошно, учинить наказанье, бить батоги нещадно, и впредь приказать им гонять с яму на ям с почтою с великим поспешением днем и ночью, на добрых лошадях, и становились бы на яме в указанные часы и гоняли б ямщики сами по очередям, которые к той гоньбе выбраны, а работников своих не посылали, и ни кого не нанимали, а на ямах бы нигде не стояли и не мешкали. А велено им гонять летом в час по семи верст, а в осень и зимою по пяти верст, и в том почтари чинятся непослушны, по ночам не гоняют».

Царь Алексей Михайлович устройство почты передал в руки богатого голландского купца Ивана фон Сведена, имевшего в Москве суконную фабрику. Через два года заведование почтой перешло к другому иностранцу — Леонтию Марселису.





Плата за пересылку писем была установлена «с золотника каждой грамотки» (т. е. письма), смотря по расстоянию, от 2 до 3 алтын.

В 1670 г., по смерти Леонтия Марселиса, русская почта поступила в ведение его отца — Петра Марселиса. Почта, однако, работала неисправно, и в 1675 г. ее отдали под начало переводчика Посольского приказа — Андрея Виниуса, получившего звание почтмейстера.

При Виниусе впервые для писем были заготовлены особые сумки, которые запечатывались. Почтари получили суконные кафтаны. За пересылку писем взималась плата. Например, пересылка письма от Москвы до Королевца (Кенигсберга) стоила 18 грошей. С посылок взималось по 90 грошей за фунт. Царские грамоты и донесения послов пересылались бесплатно.

При Петре I иностранец Фук в особом докладе писал царю: «Коллегиям дела свои управлять не можно, ежели порядочная верховая почта чрез все главные города и губернии государства единожды или дважды в неделю не пойдут, сие есть одно из потребнейших и притом легчайших действ».

Царский указ об учреждении правильной почтовой езды и об определенной плате за письма и прогоны был дан 24 июня 1720 г.

Когда знаменитый капитан-командор Беринг в царствование Екатерины I отправился в Камчатскую экспедицию, ему приказано было озаботиться устройством на своем пути почтовых сообщений, причем ему же предоставлено было, по согласованию с сибирским губернатором, определить весовую плату за письма, а где деньги не ходят, определить ее товарами.



При Елизавете была укреплена почтовая связь Москвы с Астраханью, отсюда везли персики, виноград и прочее «для нашего употребления», как сказано в указе императрицы. Были устроены особые повозки-качалки, и приказано было везти фрукты дено и ночью, чтобы они не портились. Почта эта так и называлась «фруктовою».

В 1783 г. был введен единый почтовый тариф: за пересылку письма весом в один лот (12,8 грамма) на 100 верст — 1 копейка, до 200 верст — 2 копейки и за каждые последующие 100 верст — еще по 2 копейки. При такой таксе за письмо в отдаленные места приходилось иногда платить очень дорого, и в 1807 г. была установлена предельная такса в 50 копеек.

Наряду с правительственной почтой в царской России существовала с 1865 г. земская почта.

Земства — органы местного самоуправления, образованные по «Положению о земских учреждениях» от 1 января 1864 г. Земские управы имели право заниматься лишь хозяйственными делами — развивать в своей губернии или уезде земледелие, торговлю и промышленность, наблюдать за хозяйством школ и больниц и т. д. Занялись земства и устройством почты.

В дореволюционной России правительственная почта за редкими исключениями охватывала только города и уездные центры, которые лежали на большом расстоянии от многочисленных сел и деревень. В Московской губернии, например, в среднем на 110 селений приходилось только одно почтовое отделение. О доставке писем в деревню не было и речи. Письма лежали неделями и даже месяцами, дожидаясь, пока их спросят. Крестьянин, получивший письма для себя, брал за одно и письма односельчанам.

Нередко крестьяне получали письма на адрес местных торговцев, которые чаще ездили в уездный город. С каждого письма, особенно денежного, торговцы брали плату.

По просьбе населения правительство, правда, открывало почтовые отделения там, где их не было. Но для них надо было предоставить помещение и оплатить расходы за год вперед. Если отделение оказывалось убыточным, его закрывали. Царь требовал от почты обязательно дохода.

Поэтому некоторые земские управы стали сами организовывать почту. Она доставляла корреспонденцию из государственных почтовых отделений по всему уезду, а письма местных жителей — в почтовые отделения. Для оплаты этих услуг были выпущены специальные знаки почтовой оплаты, известные под названием земских марок.







Первая земская марка вышла в Шлиссельбургском уезде С.-Петербургской губернии в 1865 г.

Земская почта существовала до 1918 г. в 33 губерниях, примерно в половине их уездов. Всего насчитывается 2427 основных марок, выпущенных земскими управами 162 уездов.

Земские марки имели хождение только на территории уезда. Их разрешалось выпускать лишь при условии, чтобы они не походили на правительственные.

Русские земские марки — интереснейшая область филателии. Каких только причудливых форм они не имеют! Ромбы, квадраты, круги, овалы. Печатались они тоже самыми разнообразными способами: есть отпечатан-



ные на гектографе, есть оттиснутые с медного штампа. А зубцовку некоторых марок производили на швейной машине.

Только основных разновидностей земских марок насчитывают до трех тысяч — в 75 раз больше, чем государственных почтовых марок царской России.

К сожалению, собирать в настоящее время земские марки очень трудно, они редко встречаются.

Членами земских управ были в основном дворяне-помещики и буржуазия. Немногочисленные крестьяне, которых выбирали в земства для видимости, никакой роли там не играли.

Посмотрите на картину художника-передвижника Г. Г. Мясоедова «Земство обедает».

В окне видно, как лакеи готовят обильный обед и выпивку для господ земцев. А под окном расположились земцы-крестьяне. Они тоже обедают — ломтями хлеба с луком.

И все же царское правительство смотрело на земства с опаской, считая их крамольными. Оно ставило рогатки и земской почте, которая не имела даже права следовать по дорогам, где шла государственная почта. Разрешалось только пересекать эти дороги с проселка на проселок.

Прибирало царское правительство к рукам и выпуск земских марок. Начиная с 1884 г. их стали печатать в Экспедиции заготовления государственных бумаг, причем были установлены всего пять стандартных типов: островский, арзамасский, бахмутский, петрозаводский и ардатовский — по названиям уездов, для которых впервые выпускали марки. Для марок других уездов при том же рисунке менялось лишь название.

К 1900 г. деятельность земской почты сократилась наполовину, а к 1914 г. она сохранилась всего в 35 уездах.

С первых лет Советской власти было уделено большое внимание делу связи. На заседании ВЦИК 29 апреля 1918 г. В. И. Ленин говорил, что «социализм без почты, телеграфа, машин — пустейшая фраза»¹.

В 1913 г. в нашей стране было 7618 предприятий связи, в 1920 г. — 13 600, в 1934 г. — 44 900, в 1954 г. — 53 000. В 1961 г. их было уже 62 898, а в 1965 г. — 70 000.

Нет почти ни одного места на земном шаре, куда ни дошло бы письмо. Его вручит адресату вездесущий почтальон.

Честь и слава почтальонам,
Утомленным, запыленным.
Слава честным почтальонам
С толстой сумкой на ремне!²



¹ В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 36, стр. 272.

² С. Маршак. Почта.



Не случайно в Советском Союзе недавно нашли единственный на мном шаре памятник. Он находится в селе Турья-Ремета Закарпатской засти и сооружен в XVII в. На чугунной плите изображен человек, шающий по горной дороге с сумкой. Тут же выбит текст: «В память приятсти, трезвости, честности, послушности посла Федера Фекеты». В стану на Украине послами назывались почтальоны.

Но, к сожалению, находятся и теперь письменосцы совсем другого да. В 1963 г. в гараже одного нью-йоркского почтальона, который уже вять лет находился на пенсии, нашли две тонны газет, еженедельников, кламных изданий и т. д. Почтальон решил, что глупо таскать слишком желе сумки, и облегчил свою работу: стал доставлять только «важную» рреспонденцию, а остальную бросал в свой гараж, где ее постепенно на-пцлпсь целые горы.

В США произошел и другой любопытный случай. В 1965 г. в Вашинг-в было доставлено письмо, на конверте которого стоял почтовый штемль: «1 августа 1862 г.» Оно было адресовано одному врачу больницы св. лзаветы. Интересно, что письмо начинается словами: «Надеюсь, Вы не лете сердиться, что я так долго не отвечаю Вам». Американское почтовое юмство ломает голову, где письмо пролежало целых 103 года.

Не думайте, что просто доставить письмо по любому адресу. Еще в конце 30-х годов на Камчатку, например, письма, газеты и журналы доставлялись с материка очень редко: пароходы приходили раз в месяц, самолеты еще не летали. В отдаленные села письма поступали раз или дважды в год.

Сегодня дело обстоит иначе — и все же подчас тяжело приходится письмоносу. Вот, например, какой недавно произошел случай.

Почту из города Комсомольска в далекие таежные поселки всю зиму возили на аэросанях по амурским притокам, скованным льдом. Однажды аэросани вышли в очередной рейс. В них находились два водителя, начальник почтового отделения села Жеребцово и в отдельной кабине с ночтой — работник связи. На одном из участков солнце и сточные теплые воды промышленного предприятия сильно источили лед. Под тяжестью аэросаней он треснул. Аэросани стали погружаться в воду вместе с льдиной. Трое — водители и пассажир — выскочили, а работник связи оказался закрытым в своей кабине. Один из водителей аэросаней бросился в ледяную воду, с усилием открыл дверь и вытащил его из кабины. В зимней одежде людям было трудно держаться на воде. Но мужество и товарищеская выручка помогли им выбраться на лед.

На место происшествия прибыли водолазы спасательной станции и подняли аэросани со дна таежной реки.

Письма, побывавшие на дне реки, — лакомый кусок для коллекционеров, специально собирающих письма, пострадавшие от катастрофы. Есть и такие коллекционеры.

Письмо с затонувшего корабля. Письмо с самолета, потерпевшего аварию. Конверт такого письма может быть разорван, обожжен, может пострадать от воды, и почтовое учреждение ставит на нем особый штамп.

Особую ценность в такой коллекции представляют, например, письма, побывавшие в зубах льва. Однажды на африканского почтальона напал лев. Почтальону удалось спастись, но его сумка и находившиеся в ней письма пострадали. На конвертах почтовое ведомство ставило особый штамп: «Повреждено зубами льва».

Охотятся такие коллекционеры и за так называемыми письмами эпидемий.

Еще в XIX в. в Европе случались чумные и холерные эпидемии. Поэтому почтовые учреждения были вынуждены дезинфицировать письма. Так, в 1831 г. холерная эпидемия возникла в некоторых портах Средиземного моря. Поэтому приходящие оттуда с почтовыми каретами письма протыкали во многих местах и держали над огнем. Считали, что жар и дым уничтожают опасность заражения. На конверте ставился штамп: «Очищено».

Подобные письма — большая редкость. Да и ценность такого коллекционирования очень сомнительная. Это просто погоня за курьезами.

Много времени иногда приходится тратить почте, чтобы вручить письмо адресату

В дореволюционное время нумерация домов имела далеко не везде, адрес писали так: Город Рязань, Соборная улица, дом Рябова.

Правда, некоторые словоохотливые люди писали адреса со всеми подробностями. Помните, как адресовал письмо в гоголевском «Ревизоре» Хлестаков своему приятелю: «Его благородию, милостивому государю Ивану Васильевичу Тряпичкину, в Санкт-Петербурге, в Почтамтскую улицу, в доме под номером девяносто седьмым, поворота на двор, в третьем этаже направо».

Вот какой интересный адрес можно было увидеть на цветных конвертах китайской почты 20-х годов: «Покорнейше прошу почтенное почтовое бюро отправить это письмо в Нингпо, в улицу Гсье-Шьян, расположенную в черте городской стены и там, по надлежащим расспросам, отдать семейству Чан, которое его примет.

Юнг-Шанг покорнейше просит.

Справедливость производит доверие».

Иногда, впрочем, случается, что адрес более чем понятен, а письмо все-таки вручить не могут — никак не поймут простых слов.

Послали мальчики и девочки одной советской школы письмо в Соединенные Штаты Америки. Гневно осуждали они в нем разбой американской военщины во Вьетнаме. На конверте написали: «Вашингтон, Белый дом. Президенту США Линдону Джонсону».

Прошло некоторое время, и письмо вернулось обратно. На конверте было много всяких пометок и наклеек, а в самом низу мелкими буквами оттиснуто: «Не может быть доставлено из-за недостаточности адреса».

Не смогли отыскать американские почтари своего президента, чтобы вручить ему слова правды.

Может, конечно, случится, что письмо придет с опозданием. Почтальон при этом не пострадает.

Совсем не так было в стародавние времена. Скачет гонец, везет послание. А на послании нарисована одна или несколько виселиц. Это изображение говорит послу: «Спеши, спеши. Послание важное и должно быть быстро доставлено». Горе последнему гонцу, если, по мнению получателя, оно задержалось. Тогда символическое изображение становилось действительностью — гонец шел на виселицу.

Были времена, когда гонец, доставляя письмо, нередко шел на верную смерть. Вспомните стихотворение А. К. Толстого «Василий Шибанов»,

Князь Курбский от царского гнева бежал.
С ним Васька Шибанов, стремянный.
Дороден был князь. Конь измученный пал.
Как быть среди ночи туманной?
Но рабскую верность Шибанов храня,
Свое отдает воеводе коня:
«Скачи, князь, до вражьего стану,
Авось я пешой не отстану».

Курбский доскакал до литовцев. Его встречают с почестями. Но они не радуют князя. Его жжет злора, он жаждет написать письмо царю Ивану Грозному.

И пишет боярин всю ночь напролет,
Перо его местию дышит,
Прочтет, улыбнется, и снова прочтет,
И снова без устали пишет,
И злыми словами язвит он царя,
И вот уж, когда занялася заря,
Поспело ему на отраду
Послание, полное яду.
Но кто ж дерзновенные князя слова
Отвезть Иоанну возьмется?
Кому не любя на плечах голова,
Чье сердце в груди не сожжется?
Невольню сомненья на князя нашли...
Вдруг входит Шибанов в поту и пыли:
«Князь, служба моя не нужна ли?
Вишь, наши меня не догнали!»
И в радости князь посылает раба,
Торопит его в нетерпенье...

Шибанов везет письмо Иоанну. Вот Москва. Царь в монашеской одежде идет после церковной службы.

Вдруг едет гонец, раздвигает народ,
Над шапкою держит посланье.
И спрянул с коня он поспешно долой,
К царю Иоанну подходит пешой
И молвит ему не бледнее:
«От Курбского, князя Андрея!»
И очи царя загорелися вдруг:
«Кто мне? От злодея лихого?»
Читайте же, дьяки, читайте мне вслух
Посланье от слова до слова!
Подай сюда грамоту, дерзкий гонец!»
И в ногу Шибанова острый конец
Жезла своего он вонзает,
Налег на костыль — и внимает.

В застенке, под пыткой, умер Василий Шибанов. Такова была цена за доставку письма.

Мчатся поезда. Плывут пароходы. Летят самолеты. Вся современная техника поставлена на службу почте. И нужно ли в наше время посылать с письмами гонцов? Оказывается, иногда нужно. И сегодня дипломатиче-

скую почту везут специальные курьеры. И сегодня приходится порой платить жизнью за доставку сообщения.

Героически погиб 5 февраля 1926 г., отстреливаясь от четырех диверсантов, дипломатический курьер Теодор Нетте. Другой курьер — Иоганн Махмасталь, тяжело раненный, истекая кровью, отдал почту сотрудникам советского посольства.

Мне бы жить и жить,
сквозь годы мчась.
Но в конце хочу —
других желаний нету —
встретить я хочу
мой смертный час
так,
как встретил смерть
товарищ Нетте.

Это строки из стихотворения Владимира Маяковского.

*

Много любопытного можно найти в истории почты.

Каких только животных не привлекал или не пытался привлечь человек в качестве гонцов. Верблюд в песках пустыни, лама в горах Южной Америки, собака в снегах Канады или Аляски. Собачьи упряжки нередко преодолевают в день 75—100 километров. Самая почетная роль среди животных принадлежала с древнейших времен и до настоящего времени лошади. Известная конная почта существовала в США.

Там в 60-х годах прошлого века, прежде чем страну пересекала железная дорога, единственную связь между западным и восточным побережьями на протяжении 3000 километров поддерживала конная почта, так называемая Pony Express. Здесь не щадили ни человека, ни лошадь. Никакая погода, никакие опасности не принимались во внимание. Девизом было: «Почта должна быть доставлена при всех обстоятельствах».

Примерно через десять дней почтовые курьеры, постоянно сменяемые, пускались в обратный путь.

Часто бывало, что всадник подвергался нападению, и лошади без седока иногда удавалось доскакать с почтовой сумкой до ближайшей станции.

По данным археологии еще 5000 лет назад в древнем Египте применялась голубиная связь. Многие века остается загадкой необыкновенное свойство голубей возвращаться даже издалека под родную кровлю. Во время франко-прусской войны 1870—1871 гг. крылатые гонцы доставили в осажденный Париж 150 000 официальных и около 1 миллиона частных депеш.





И в годы Великой Отечественной войны почтовые голуби несли боевую службу. Голубиной почтой пользуются и теперь. Связистами служили в военное время и служат сегодня собаки. Были сделаны попытки приспособить к делу передачи посланий даже кошек и пчел.

Кошачья почта была испробована в 1879 г. в Бельгии. 37 кошек из Льежа были отвезены в разные места, отстоящие от города примерно на 30 километров. Там к ним прикрепили записки и отпустили на свободу. Все кошки за сутки возвратились домой.

Опыты с пчелиной почтой проделал французский пчеловод Тейнак в 1895 г. Он знал, что пчелы, отвезенные за 16—17 километров от своего улья, легко находят обрат-

ную дорогу. После короткого неуверенного полета, они быстро летели напрямик к своему улью. Быстрейшие из них достигали его примерно за час. У летка был установлен маленький свинцовый ящичек, который легко снимал со спины пчелы депешу из тонкой шелковой бумаги. Хотя опыт и удался, практического значения он, конечно, иметь не мог. Пчелы лишь на небольшом расстоянии — не более 25 километров — могут найти путь до дома.



«ЧЕРНЫЙ ПЕННИ»



6 мая 1840 г. лондонский почтамт был переполнен. Все стремились к кассе, чтобы купить черную и синюю картинку с изображением королевы Виктории: это были первые в мире почтовые марки. До самого вечера чествовали Роланда Хилла как «отца почтовой марки».

Почтовое ведомство приняло его тотчас же на службу. Впоследствии он стал генеральным секретарем английского почтмейстерства, получив от государства подарок в 20 000 фунтов. Прах Хилла покоится в Вестминстерском аббатстве, где похоронены самые славные сыны Англии.

И сегодня памятник Хиллу в английской столице славит человека, который первым ввел в обращение почтовую марку — «черный пенни», как называют филателисты английскую марку черного цвета в 1 пенни, увидевшую свет в 1840 г.

Почему же так высоко оценили нововведение Хилла? Почему именно он — и он ли — выдумал почтовую марку? Почему появилась она именно в Англии?

Как вообще рождаются различные изобретения и открытия? Можно ли, например, представить, что сел человек за стол, подумал-подумал, да и выдумал ткацкий станок или паровоз?

Ни одно изобретение не бывает случайным. Оно появляется на свет, если в нем нуждается человеческое общество. Поэтому так часто бывает, что в разных странах независимо друг от друга люди делают одни и те же открытия, изобретают одно и то же.

Когда большая группа людей испытывает в чем-либо недостаток, человеческая мысль начинает усиленно работать в поисках возможности этот недостаток восполнить, — и большей частью находится талантливый человек, которому удастся решить задачу.

Значит ли это, что изобретение появляется только в тот момент, когда оно нужно? Нет, *появляется* оно часто гораздо раньше, а *замечают* его, начинают совершенствовать и *пользоваться* им только тогда, когда в нем ощущается нужда.



Прочтите очень интересную книгу А. Ивича «Приключения изобретений». Вы узнаете, сколько бед испытали многие нужные и полезные вещи, прежде чем их признали.

Считают, например, что пароход был изобретен Робертом Фультоном в 1807 г. Так ли это?

«В летний день 1543 г. в Барселонскую гавань вошло судно. Крупными буквами на носовой его части было написано название — «Троица»... Этот странный корабль движется без парусов и весел. Два громадных, неуклюжих деревянных колеса, прикрепленных к бор-

там, вертятся, производя сильный шум, а из отверстия на верхней палубе подымается густой черный дым».

На судне — капитан Бласко де Гарай. На берегу в ложе — знатные господа.

Капитан сходит на берег и отвечает им глубокий поклон.

— Да, дон Гарай,— обращается к капитану один из этих важных господ, — вы действительно исполнили свое обещание, и я рад буду доложить императору.

Но долго пришлось капитану обивать пороги придворных, всех, кто мог бы помочь ему добиться назначения комиссии для испытания корабля. Проходят дни, недели, месяцы. Он отправляется к тем важным господам, которые видели его корабль. Одни велют сказать слугам, что их нет дома, другие с кислой улыбкой говорят о терпении, о необходимости ждать. Напрасно говорит им Гарай: «Я истратил все свои деньги, чтобы добиться успеха. Неудачи и разочарования состарили меня...»

В полной безвестности, так и не осуществив своей мечты, умер капитан Бласко де Гарай.

Через полтора года лет в небольшом немецком городе Касселе физик и изобретатель Дени Папин заканчивает постройку новой машины. Она должна двигать судно, на котором Папин собирается в Лондон.

Не хватает только пропуска, который нужен, чтобы перевести судно из реки Фульды в Везер. Папин начинает хлопотать о пропуске, но напрасно — он никак не может его получить. Судовладельцы, которые имеют достаточно сильных друзей, не имеют желания позволять каким-то пришельцам своими машинами лишать их заработков.

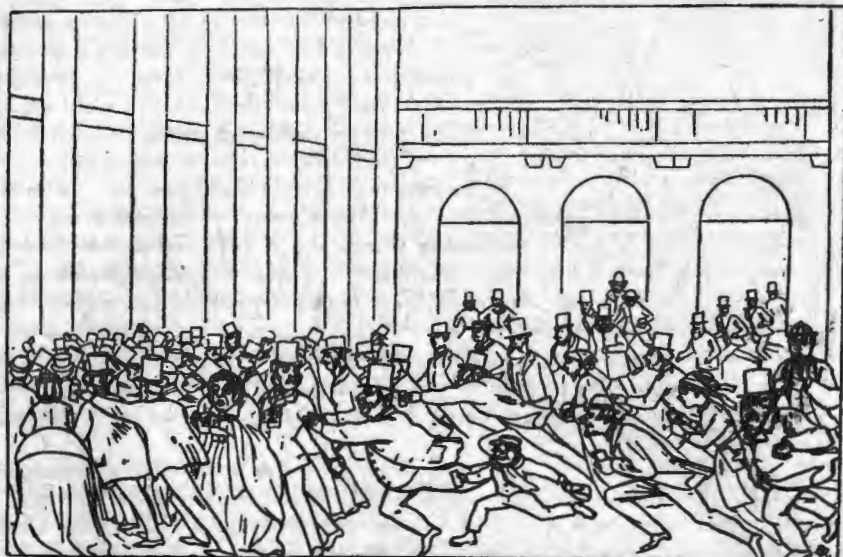
Папин отправляется в путь без пропуска. Он добрался благополучно до устья Везера. На берег явился сам президент округа, и очень интересное судно.

«На следующий день на берегу появились владельцы судов.

— Не будете ли вы любезны предъявить пропуск?

— У меня его нет.

— В таком случае будьте любезны оставить судно, оно принадлежит нам... Мы разберем судно на части и продадим с публичного торга.



— Я не дам вам разрушить машину, над созданием которой трудился годами.

— Интересно было бы знать, как вы можете нам помешать.

— Я позову на помощь. Жители города мне помогут вас прогнать.

— А ну-ка, ребята. Давай ломать.

И не успел Папин оглянуться, как топоры, молотки и пилы пошли в ход. Озверевшие судовщики с остервенением разбивали машину, колеса, выносили на берег деревянные части. Через полчаса от судна ничего не осталось.

Ни денег, ни энергии не было у Папина начинать снова постройку. Секрет его парохода умер вместе с ним».

Прошло еще восемьдесят лет. За это время изобрели паровую машину, фабричное производство все больше вытесняет ручные изделия. Растет количество товаров, увеличивается и потребность в средствах сообщения для их перевозки.

«Никого уже не удовлетворяют старые, медленно ползающие корабли, которые постоянно находятся в зависимости от капризов ветра и бурь. И вот снова начинают появляться корабли, передвигающиеся при помощи машин. Но теперь они появляются уже не с промежутками в полтора года, а один за другим — в разных странах.

В США, в окрестностях Филадельфии, летом 1787 г. по реке Делавер плыла небольшая барка. На ней не видно было гребцов. Весла приводятся в движение паровой машиной. Барку построил Джон Фич.



Образовалась компания для постройки судов Фича. Но достаточно было нескольких мелких неудач, чтобы от изобретателя отступились. Фич в отчаянии бросился в воды Делавера и утонул в той самой реке, по которой прошел его пароход.

В это же время другой американец — Джек Рамзей построил пароход своей системы. Через четыре года в Англии Уильям Саблингтон изобрел паровой катер. И наконец, еще через пятнадцать лет американский инженер Роберт Фультон поставил на корабль паровую машину и добился таких превосходных результатов, что возможность и пользу практического использования пароходов признали все. И вот Фультон считается изобретателем парохода. Фультон сделал свое изобретение, когда ему уже расчистили путь прежние опыты, и он, в сущности, был не первым изобретателем, а первым, кому удалось свое изобретение применить практически».

Удалось это Фультону потому, что назрело время для такого изобретения, его настоятельно требовали общественные интересы.

Но бывает и так, что изобретения запаздывают. Талантливые люди по незнанию открывают то, что уже открыто. В 1924 г. в столице Монголии Урге появился очень смешной человек. Он приехал из маленькой монгольской деревни, чтобы рассказать людям об изобретенной им машине для езды. Это была нелепая, грубая деревянная машина — велосипед.

На своем деревянном велосипеде он проехал до большой площади. Там его обогнал автомобиль. А недалеко, на аэродроме, снижался самолет. Говорят, монгол упал в обморок. Когда он очнулся и ему рассказали, что такое автомобиль и самолет, когда он узнал, что велосипед уже давно выдуман, он очень огорчился.

Почтовую марку тоже не выдумали. Назрела настоящая потребность в знаке почтовой оплаты, он должен был появиться — и появился.

В конце XVIII в. в главнейших буржуазных странах Европы и в Соединенных Штатах Америки завершился переход от ручного производства к машинному. Начался новый период, связанный с массовым изготовлением товара при помощи машин.

Впереди была Англия с ее многочисленными мануфактурными предприятиями. Введение ткацких станков и паровой машины вызвало бурный рост хлопчатобумажной промышленности. Для нее нужны были машины и инструменты — росла выработка железа и стали, увеличивалось производство различных товаров. Стали необходимыми дешевые, быстрые и вместе с тем безопасные средства сообщения. Повозки с лошадьми уже не удовлетворяли.

Появился пароход Фультона «Клермон» в 20 лошадиных сил, о котором мы уже знаем. А 27 сентября 1825 г. была открыта первая паровая железная дорога, построенная Г. Стефенсоном, который с 1814 г. занимался конструированием паровоза.

В США первый поезд пошел в 1829 г., в Германии — в 1835 г., в России — в 1838 г.

Рост промышленности и торговли требовал быстрой почтовой связи. Росла деловая корреспонденция, росла частная переписка, так как растущая потребность в рабочей силе вызвала непрерывное передвижение населения. Так, число жителей Ливерпуля увеличилось с 56 000 в 1790 г. до 119 000 в 1821 г., население Бирмингама за тридцать лет удвоилось (с 73 600 человек в 1801 г. до 147 000 в 1831 г.).

Однако плата за почтовые услуги была высока. Посылать письма могли лишь богатые люди. К тому же очень трудно было высчитывать размер платы за письмо. В Англии, например, в начале XIX в. доставка обычного письма на расстояние до 100 миль (около 160 километров) стоила от 4 до 9 пенсов. Каждые следующие 100 миль оплачивались 1 пенни¹.

Расстояние между городами исчислялось не по прямой линии, а по фактически пройденному пути, который мог быть гораздо длиннее. Кроме того, за каждый лист письма брали полную оплату. Принималось во внимание также, послано ли письмо в конверте и запечатан ли этот конверт сургучом.

Поэтому процветала почтовая контрабанда. У купцов и предпринимателей стало обыкновением нескольким получателям писать на одном листе. Указанный на конверте адресат разрезал лист и передавал отдельные полоски остальным адресатам.

В многонаселенных индустриальных центрах это противозаконное почтовое сообщение стало для многих основным занятием. Один купец из Глазго, например, в 1836 г. получил по почте 2068 сообщений, а другими путями — 5861. Один коммивояжер доставлял ежедневно около 50 писем за определенную плату.

Манчестерский почтмейстер даже утверждал, что около половины всех писем между Манчестером и Ливерпулем идет незаконными путями.

Мать Р. Хилла работала на почте, что по тем временам было редкой для женщины профессией. Она рассказывала сыну о недостатках почтового дела, о дороговизне оплаты. Существует рассказ об одном случае, который заставил Хилла подумать о необходимости почтовой реформы. Хилл сидел якобы однажды вечером в общем зале деревенской гостиницы. Отворилась дверь и вошел почталыон. Он подал старухе трактирщице письмо из заморских стран. Почталыон сказал, что за доставку письма следует уплатить два шиллинга.

¹ 1 фунт=20 шиллингам; 1 шиллинг=12 пенсам. «Пенс» — форма множественного числа, поэтому говорят: «Марка стоит 2 пенса». Нельзя сказать: «Марка стоит 1 пенс», — в этом случае говорят: «Марка стоит 1 пенни». Если сказано: «2 пенни», это значит, что речь идет о двух монетах по 1 пенни.

На марках Великобритании рядом с цифрой часто встречается буква d. Это сокращенное обозначение слова denier (от наименования римской монеты denarius — денарий), которым заменяются слова «пенс» и «пенни».

Цифры $\frac{2}{3}$ значат 2 шиллинга 6 пенсов.



— Письмо, от сына! — воскликнула трактирщица и, взяв письмо, поцеловала его со слезами. Затем, возвращая его почтальону, прибавила: — Слишком дорого, не могу заплатить.

Растроганный Хилл уплатил почтальону два шиллинга и передал письмо бедной матери.

— Там ничего не написано, — сказала она. — Милый мой мальчик знает, что я не в состоянии оплачивать письма, и потому он посылает мне только конверты. Все же я знаю, что сын здоров, помнит обо мне, и с меня достаточно. Обо всем я узнаю, когда он придет, надо потерпеть. О, сударь, я знаю, что обманывать дурно; но что же мне делать, не смогу же я жить без известий о сыне. Получать же эти известия слишком для меня дорого.

Хиллу стало ясно: доставка писем должна быть дешевле, а платить за нее должен отправитель. Но как это сделать? Почтовое учреждение должно выдавать маленькую квитанцию, она наклеивается на письмо и погашается чернильными штрихами, чтобы вторично ее нельзя было использовать.

Так родилась идея почтовой марки.

В 1837 г. Хилл выпустил листовку «Важность и польза реформы почтового дела», где выдвинул идею единообразного почтового тарифа, оплачиваемого отправителем.

В своем проекте Хилл упоминал и о почтовой марке. Потребовалось три года, прежде чем проект был принят. На конкурс почтовой марки представили более 2000 эскизов.

До сих пор не решен вопрос, кому же первому пришла мысль о почтовой марке с клеем на обороте.

С 1834 по 1838 г. Джеймс Чалмерс, английский книготорговец и издатель, много думал о такой марке. Он не только набросал, но и изготовил проекты знаков почтовой оплаты. После смерти Чалмерса его сын безуспешно пытался оспаривать приоритет Хилла.

Еще один человек претендует на славу. Это австрийский чиновник, словенец по происхождению, — Лоренц Кошир. Он еще в 1835—1836 гг. предложил оплачивать предварительно почтовый сбор при помощи наклеиваемых марок. Проект не был использован.

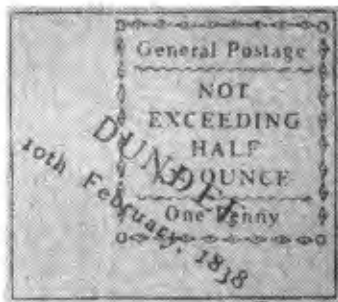
Кому бы первому ни пришла мысль ввести почтовую марку, ясно одно: честь практического осуществления идеи принадлежит Р. Хиллу.

Необходимость почтовой марки назрела. Но дать ей жизнь смог Р. Хилл с его трезвым коммерческим мышлением и деловой хваткой.





SIR ROWLAND LE GRAND.



Введение марок сразу же сказалось на росте почтового сообщения. Если в 1839 г. в Англии было отправлено около 75 миллионов писем, то в 1840 г. их стало уже 168 миллионов. Упростилась обработка почтовых отправок, упростился и расчет оплаты за них.

Однако вопрос о наиболее целесообразной оплате писем занимал людей гораздо ранее XIX в. У почтовой марки было много предшественниц. Если они не имели особого успеха, то только потому, что время еще не настало.

Первые предварительно оплачиваемые отправления были введены в 1653 г. арендатором парижской почты Ренуаром де Вийе, организовавшим по «королевскому разрешению» Людовика XIV регулярно действующую почтовую службу в Париже, имевшем в то время более 250 000 жителей. Так как в городе было очень мало почтовых отделений, Вийе приказал установить почтовые ящики, в которые можно было опускать «письма, записки и сочинения».

Одновременно были установлены единые тарифы и введена предварительная оплата отправок. Для этой цели Вийе выпустил лентообразные бандероли, называвшиеся *Billet de port payé* (свидетельство об оплате почтового сбора). Они продавались по цене в 1 соль ($1/20$ ливра, или 5 сантимов) не только у специального чиновника в королевском дворце, но и у швейцаров королев-

ских присутственных мест, в монастырях и т. д. На лицевой стороне бандероли была надпись: *Port payé... le... jour de l'an mil six cent cinquante-trois* (почтовый сбор уплачен... дня... 1653), а позднее *cinquante-quatre* (1654). Бандеролю обертывалось почтовое отправление, или же она вкладывалась в него так, чтобы ее видел письмоносец.

Заполнение места, оставленного для указания даты, служило знаком использования бандероли, которая не погашалась, а снималась при доставке почтальоном.

Одним из достоинств таких бандеролей было, по утверждению Вийе, то, что «многие люди могут писать тем, кого они из-за исключительной вежливости не хотят утруждать уплатой почтового сбора, и, кроме того, можно теперь писать своим адвокатам, или уполномоченным или представителям, не вводя их в расходы».

Предварительная оплата почтовых услуг ускоряла доставку корреспонденции: почтальону не нужно было ждать, пока получатель уплатит деньги.

Бандероли Вийе — первые предшественники наших почтовых марок. К сожалению, до наших дней не дошло ни одной бандероли, и точно не известно, как они выглядели.

В Англии первые штемпеля о почтовом сборе появились при генеральном почтмейстере Генри Бишопе (1660—1663). «D» и «9» означают, что с получателя письма следует подучить 9 пенсов. «S» и «1» означали плату в 1 шиллинг.

Такие штемпеля употреблялись в Лондоне, Эдинбурге, Дублине, а также в Индии и британских колониях в Северной Америке.

Интересно отметить, что уже во времена Бишопы появился рекламный штемпель с таким текстом: «Почта для всего Кента уходит каждый вечер из Роун-Хоуза в Лов-Лайне и приходит каждое утро».

В Лондоне в 1683 г. появился треугольный штемпель предварительной оплаты, на котором указывалось и место отправки (буква в середине треугольника). Кроме того, ставился еще штемпель, где сверху обозначалось время отправки (Mor — morning, утром; Af — afternoon, после полудня), а снизу — час. Получатель мог контролировать, сколь аккуратно почтальон исполняет свои обязанности.

Текст штемпеля Penny Post paid означает «почтовый сбор в 1 пенни уплачен».

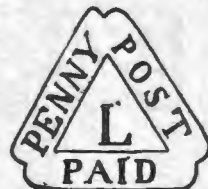
The London Penny Post — первая городская частная почта. Ее организовал обойщик Роберт Муррей. Название «пенни почта» она получила от тарифа за доставку писем: в черте города письма весом до 1 фунта (454 грамма) оплачивались 1 пенни. «Пенни почта» стала очень популярной после того, как перешла в руки энергичного купца Докрея (Dockwra).

В 1819 г. в королевстве Сардиния были выпущены листы почтовой бумаги. Они назывались Carta postale bolata (штемпельная почтовая бумага) и продавались по цене 15, 25 и 50 центезими. Цена печаталась синей краской, а в 1820 г. — бескрасочным тиснением.

Вместе с ценою был изображен мальчик верхом на коне, трубящий в почтовый рожок. Форма штемпеля была в зависимости от цены листа круглой, овальной или восьмиугольной.

Бумага продавалась во всех королевских конторах и в табачных лавочках. Для предотвращения подделок бумага имела разнообразные, очень интересные водяные знаки. В 1837 г. эти листы были изъяты из обращения.

Штемпельная почтовая бумага имела своеобразное назначение. Дело в том, что в Сардинии нужно было оплачивать письма, которые кто-либо посылал со своим слугой. С таким письмом приходилось идти сначала на почтамт и за небольшую плату получать разрешение на доставку в виде специального штемпеля на письме. Это отнимало много





времени. Чтобы облегчить доставку, и выпустили штемпельную бумагу. Ее можно было купить заранее. Если письмо, написанное на штемпельной бумаге, захотели бы доставить через почту, пришлось бы снова уплатить полную стоимость доставки.

В 1823 г. шведский лейтенант Треффенберг предложил ввести для писем конверты предварительной оплаты с напечатанной на них маркой. Он предполагал выполнить ее рельефным бескрасочным тиснением или красочным рисунком аллегорического характера, который было бы трудно подделать (уже тогда опасались подделок!). Предложение это было отклонено центральным почтамтом Стокгольма как «нелепое».

Идея заранее оплачиваемых знаков почтовой оплаты носилась в воздухе, и в 1840 г. такие знаки появились.

Как видим, путь почтовой марки не был усыпан розами. Подобно другим открытиям, ей тоже пришлось преодолеть много препятствий, прежде чем ее признали.

Мы уже говорили, что потребовалось целых три года, прежде чем проект Хилла был претворен в жизнь. Для этого нужна была упорная агитация в печати и на собраниях, подача петиций в парламент и даже создание союзов, ставивших целью введение «пенни-порто».



Главный почтмейстер назвал проект Хилла «самым необыкновенным из всех сумасшедших выдумок». Член парламента Смит изрек: «Абсурд!», а некий важный лорд с сострадательной улыбкой произнес: «Только легковверные глупцы могут ходатайствовать за проект, который так нелеп, что нет смысла его испробовать».

Да и после появления марок немало англичан посылали письма по старинке: как-то вернее казалось пойти самому на почту, передать письмо из рук в руки чиновнику, чем наклеить марку и опустить конверт в почтовый ящик.

Препятствия чинились не только почтовой марке. Были враги и у Вийе. Привратники, дворники и носильщики — все те, кто имел заработок



на доставке писем, не желали его терять. Они пользовались любопытным средством борьбы: пускали в почтовые ящики мышей, которые портили письма.

Немало пришлось претерпеть некогда и Докрею. Этот энергичный и предприимчивый человек открыл в Лондоне до 500 контор, где принимались письма для передачи их в государственную почтовую контору, которая до него была единственной.

С Докреем повел борьбу герцог Йоркский. Он понимал, что такое полезное предприятие должно приносить немалый доход. После всяческих нападков и притеснений Докрея привлекли к судебной ответственности за нарушение королевской монополии. Его почта была национализирована и просуществовала в неизменном виде до почтовой реформы 1840 г.

...Английская почтовая марка не осталась одинокой. Одно за другим почтовые ведомства других стран последовали примеру Англии.

Вот в какой последовательности появлялись в свет марки в некоторых других странах — европейских и неевропейских.

1843 г. — Кантоны Цюрих и Женева в Швейцарии, Бразилия.

1847 г. — США.

1849 г. — Франция, Бельгия, Бавария.

1850 г. — Австрия, Испания, Новый Южный Уэльс и Виктория (первые марки Австралии), Саксония, Пруссия и др.

1851 г. — Сардиния, Дания, Канада.

1852 г. — Папская область, Нидерланды, почта Тури и Таксис.

1853 г. — мыс Доброй Надежды (первая марка Африки).

1854 г. — Индия.

1861 г. — Италия.

1866 г. — Египет, Гондурас, Сербия.

1868 г. — Иран.

1871 г. — Япония, Венгрия.

1872 г. — Германия.

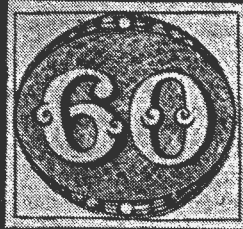
1878 г. — Китай.

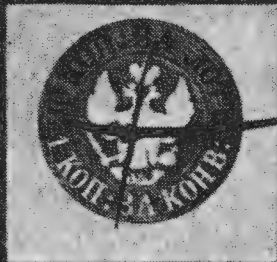
1879 г. — Болгария.

1894 г. — Абиссиния (Эфиопия).

Считалось, что в России первая почтовая марка появилась 10 декабря 1857 г. Это была беззубцовая марка достоинством в 10 копеек за лот. Теперь известно, что первая русская марка для оплаты почтовых услуг появилась раньше 10 декабря 1857 г. в Тифлисе (ныне Тбилиси). О ней мы подробно скажем дальше.

В 1858 г. были выпущены и первые русские марки с зубцами достоинством в 10, 20 и 30 копеек. Но еще в 1845 г. в Петербурге поступили в обращение конверты городской почты — «штемпельные конверты». Конверты имели круглый штемпель, свидетельствовавший об уплате почтового сбора. Эти конверты являются первыми знаками почтовой оплаты в России. В 1846 г. выпустили такие же конверты для Москвы. Петербургские конверты употребляли также в Москве, Варшаве и Казани.







Конверты для иногородней почты выпустили в 1848 г.

В Финляндии почтовые марки появились раньше, чем на остальной территории Российской империи, — в 1856 г., а штемпельные конверты — в 1845 г.

Почтовая марка появилась в капиталистическом обществе.

При коммунизме ее не будет. Письма будут доставляться бесплатно, как в первые годы Советской власти. Согласно декрету, подписанному В. И. Лениным, с 1 января 1919 г. письма весом до 15 граммов — и простые и международные — пересылались бесплатно. Для писем весом более 15 граммов использовались почтовые марки царской России, а также сберегательные, гербовые и другие дореволюционные марки. Декрет действовал до 15 августа 1921 г.

Первые советские марки появились в августе 1921 г. Три марки нарисовали художники В. Куприянов и Г. Рейндорф. Они напечатаны литографским способом¹. Четвертую марку (в 40 рублей) выполнил опытный мастер классической гравюры на металле — П. Ксидиас.

Есть и другое мнение о первых советских марках. Первым советским выпуском почтовых марок считают две марки, поступившие в обращение с 15 октября 1918 г. Это были, как сказано в сообщении Наркомпочтеля², новые революционные марки стоимостью в 35 и 70 копеек с рисунком «рука с мечом, разрубающая цепь». Обе марки были подготовлены к вы-

¹ О печати марок мы скажем позже.

² Народный комиссариат почт и телеграфов.

пуску после февральской революции. Рисунок сделал латышский художник Р. Заринь. Он работал над марками еще до революции и нарисовал, между прочим, очень интересную серию, изображающую различные способы доставки почты. Серия не была одобрена царским правительством — в те времена признавали лишь марки с гербами да с портретами царей.

В соответствии с постановлением Совета Народных Комиссаров от 3 марта 1920 года «О переоценке знаков почтовой оплаты в связи с повышением почтовой таксы» царские марки достоинством в 1, 2, 3, 4, 5, 7, 10, 14, 15 и 20 копеек использовались с увеличением их стоимости при продаже и оплате корреспонденции в 100 раз. «Юбилейные царские марки с портретами царей изъять из обращения за ненадобностью», — было сказано в постановлении СНК. Подписал его В. И. Ленин.



ЛИЦО ПОЧТОВОЙ МАРКИ



Первые почтовые марки выглядели очень просто и скромно. Нам, привыкшим к пестрым и нарядным сегодняшним маркам, они, пожалуй, кажутся сухими и скучными. Но по четкости и завершенности рисунка, по его безукоризненно точному расположению на крохотном изобразительном поле «классические» марки очень часто превосходят нынешние.

Появившись на свет, марки преследовали только одну цель: указывать, что установленный сбор внесен, и тем служить упрощению и ускорению доставки корреспонденции.

Тематика их была очень ограничена — портреты государей, гербы, цифры.

На первой почтовой марке — портрет королевы Виктории. Любопытно, что этот портрет появлялся на английских марках шестьдесят лет, вплоть до 1901 г. Таково было указание королевы — на марках она хотела оставаться неизменно юной.

Кроме портрета, на «черном пенни» только цифра номинала. В чванливом высокомерии Британия, огромная колониальная империя, на территории которой никогда не заходило солнце, считала, что портрет ее королевы должен быть известен всему миру без всяких надписей.

И до настоящего времени на английских марках обязательно изображается очередной монарх, а названия страны нет.

Со многих марок первых выпусков смотрят на нас короли и королевы — с марок Англии и Бельгии, Пруссии и Испании.

Другие страны украшают первую марку гербом или геральдическим символом — Австрия, Аргентина, Сицилия, Модена. Гербом украшена и первая русская марка, Гербом или портретом на марках властители европейских монархий хотели лишний раз продемонстрировать свое господство.

Почтовые марки с самого рождения своими сюжетами помогали укреплять существующий строй. Почтовая связь, как всякое государственное учреждение, служит целям господствующего класса.

Цифры даются на первых марках Баварии и Бадена, Вюртемберга и Саксонии, на марках почты Тури и Таксис.

На марках немецких княжеств, однако, довольно скоро цифры также заменяются портретами властителей и гербами.

В странах буржуазной демократии Европы и Америки на марках первых изданий также помещают цифры — в швейцарском кантоне Цюрихе и в Бразилии. На бразильской марке нет ничего, кроме цифры, — ни одного слова, ни одной буквы. У филателистов бразильские марки 1843 г. носят название «бычьего глаза», а 1850 г. — «козьего глаза».

На первых марках Соединенных Штатов Америки изображены провозгласивший декларацию независимости Вениамин Франклин и верховный главнокомандующий в войне за независимость и первый президент Георг Вашингтон.

Наряду с земными владыками на марках появляются и небесные — богиня Церера на французской и Гермес на греческой.

Медленно и робко пробивает дорогу иная тематика марок. На марке Чили 1853 г. появляется впервые не король, не политический деятель, а путешественник — Христофор Колумб.

Марки США 1869 г. первый раз говорят о знаменательных событиях: на марке в 15 центов изображена высадка Колумба на американскую землю, а марка в 24 цента впервые посвящена политическому событию — провозглашению независимости.

Больше всего повезло животным: звери, птицы и рыбы довольно рано «проникли» на марки. На марке в 12 пенсов Канады 1851 года нарисован бобр. Это — первая марка из области фауны. Теперь чуть не каждый день появляется марка «звериной» тематики, а общего количества таких марок уже достаточно для иллюстрирования солидного труда по зоологии.

В 1866 г. вышли в свет марки Ньюфаундленда с изображениями тюленя и трески и марка Перу с ламой. С марки Ньюфаундленда 1887 г. смотрит на нас первая собачья голова — голова знаменитого ньюфаундлендского водолаза. Сколько собак разведется на почтовых марках впоследствии! И как непохожа эта скромная марка на многоцветные, крупноформатные изображения представителей собачьего рода, которых поместят на своих марках разные страны через три четверти века.

Что касается птиц, то черный австралийский лебедь «выплыл» на марку очень рано, в 1854 г.

Если посмотреть дореволюционные марки, сразу бросится в глаза, что самые красивые из них — с изображениями птиц и зверей — выпускали очень маленькие страны, например остров Борнео и Либерия. Здесь поняли, что марку купит не только тот, кому надо отправить письмо, но и тот, кто стал коллекционером. А таких становилось все больше и больше.

Прежние довольно скромные марки вызовут, пожалуй, ироническую улыбку сегодняшнего любителя столь популярной «звериной» тематики. Но в старые времена марки Борнео или Либерии были самыми желанными в коллекциях школьников.



Выпускавшие их страны получали не малый барыш, тем более что многие марки имели такую номинальную стоимость, которая явно была не нужна для почтовых целей. Так, в Либерии выпускались марки стоимостью в 2 и даже 5 долларов. Никто такой марки на письмо не наклеивал.

Этнографической тематике — людям разных народностей — первый раз посвятила марку Гватемала в 1874 г., изобразив индианку. Затем это сделали Либерия (1892), Борнео (1894).

Пейзажи появились на марках Коста-Рики и Никарагуа в 1862 г.

Не очень повезло растениям: первая марка с изображением пальмы вышла на острове Борнео в 1894 г.

А когда появилась первая спортивная марка, родоначальница самой, пожалуй, популярной области филателии?

В 1896 г. — в Греции. Это марки, посвященные олимпийским играм.

В 1905 г. в Испании увидели свет марки литературной тематики, посвященные 300-летию бессмертного «Дон-Кихота» Сервантеса.

На мексиканских марках 1895 г. впервые появилась почтовая тематика: пеший гонец, конный курьер, почтовая карета, перевозка почты по железной дороге.

На марке Египетского Судана 1878 г. изображена перевозка почты на верблюде.

Какой тематике повезло менее всего? Теме труда. Лишь в 1912 г. на марке княжества Кедах (Малайя) пахарь идет за быками. Изображение рыбака дано на марке острова Сен-Пьер и Микелон (1909).

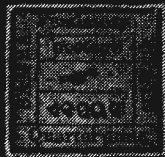
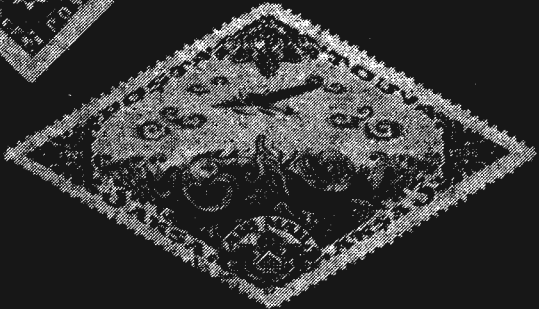
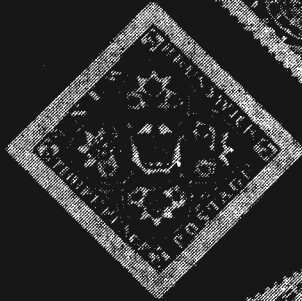
Нужны были огромные социальные потрясения после первой мировой войны, чтобы на немецких марках (1921) появились кузнецы и шахтеры, косарь и пахарь.

И наконец, с марок первого в мире социалистического государства смотрят на нас рабочий и крестьянин (1922—1923).

Правда, и на румынской марке 1906 г. изображен пахарь, но этому пахарю указывает путь ангел.

Не замедлили появиться на почтовых марках ангелы, богородица и святые. Первая марка религиозной тематики появилась в Португалии в 1895 г., причем на обороте марки бледной краской напечатана молитва. Прежде чем наклеить марку, волей-неволей приходилось прочитать молитву.







Стало очевидно, что почтовая марка не только знак почтовой оплаты, но и могучее средство политической агитации и пропаганды, способное неудержимо распространять по всему земному шару, через все рубежи и преграды любые идеи. Вражду и дружбу, войну и мир может провозглашать крохотный кусочек бумаги, наклеенный на письмо. Это очень наглядно видно при сравнении марок капиталистических и социалистических стран.

С течением времени тематика почтовых марок становится все шире и шире. Развитие человеческого общества, политической жизни, науки и искусства, вся природа вплоть до космоса отражены на почтовых марках. Легче перечислить то, чего нет на марках, чем то, что на них имеется.

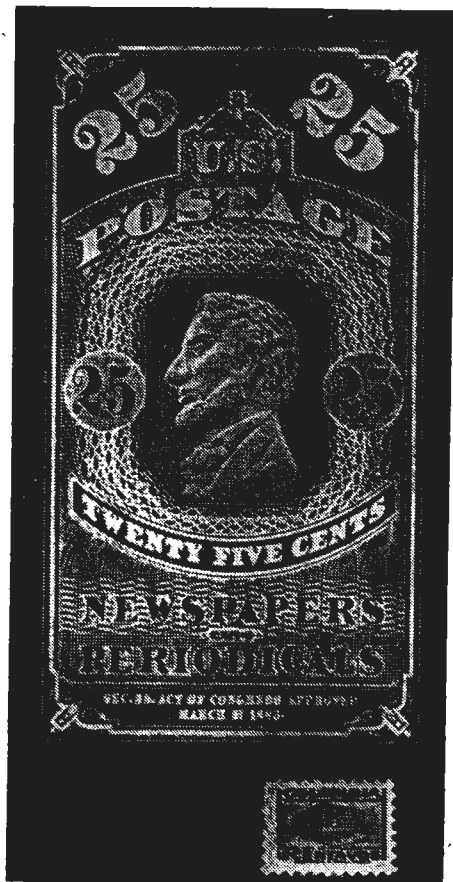
На тематику и характер почтовых марок все более и более оказывают влияние требования филателистов: почтовые ведомства, заинтересованные в коллекционерах, учитывают, какие марки будут пользоваться большим спросом. Иногда коллекционеры выражают свои пожелания точно и определенно: так, советские филателисты обратились в Министерство связи с просьбой выпустить серию марок с репродукциями известных произведений живописи.

Менялась тематика почтовых марок. Менялась их форма и размер. Первые почтовые марки были прямоугольными и имели небольшой размер — до 22 миллиметров по ширине и до 26 миллиметров по высоте. Реже прямоугольник использовался так, что ширина марки была больше высоты.

Рисунок первых марок Бразилии 1843 г. имел овальную форму, но вырезались они с полями, как прямоугольник. Своеобразную восьмиугольную форму имели марки Бразилии 1844—1846 гг., однако и они поступали в продажу в виде прямоугольников. Марки, вырезанные по контуру, ценятся в настоящее время гораздо дешевле прямоугольных.

В 1851 г. вышла марка Нового Брунсвика в виде квадрата, поставленного на угол. 1853 год принес треугольную марку мыса Доброй Надежды.

Какую только форму не принимала марка за время своего существования! Прямоугольники всевозможных propor-



ций; ромб; овал; шестиугольник; треугольник, поставленный на основание и вершину. Но всего этого показалось мало. В 1964 г. на острове Тонга выпущены круглые и сердцевидные марки и даже такой формы, какую остров имеет на карте. На год раньше подобную же марку выпустили в Сьерра-Леоне.

Кажется, ничего мудренее уже не выдумаешь. Однако ручаться нельзя.

Размер первых марок был небольшой. Таким он остался во многих случаях и в настоящее время.

Но появлялись марки-карлики и марки-великаны. Самые маленькие марки по площади равны только одному квадратному сантиметру. Это марки стоимсстью в $\frac{1}{4}$ гроша Мекленбурга-Шверина (1856) и Брауншвейга (1857).

Крохотную марку размером 10×17 миллиметров выпустила в 1945 г. Колумбия. А вот марки-гиганты: газетная марка США (1866) имеет ни много ни мало 55×100 миллиметров. Не может пожаловаться на размер и польская марка в 2,50 злотых, выпущенная в 1960 г. в память 550-летия битвы при Грюнвальде: ее размер 40×80 миллиметров.

Между марками-карликами и марками-великанами расположились марки самых различных размеров. Все больше и больше становится очень крупных марок, явно не приспособленных для наклейки на письмо.

Это опять-таки показывает, что многие марки выпускаются не для почтовых нужд, а для альбомов филателистов.

На конверте таким маркам тесно.



БОЛЬШОЕ СЕМЕЙСТВО



Количество почтовых марок изо дня в день непрестанно возрастает. В первом десятилетии (1840—1850) их было всего 64.

Немецкий каталог торговой фирмы братьев Зенф 1921 г. содержит 50 000 основных номеров, без разновидностей. А разновидностей очень много: разница в зубцовке, оттенке цвета, размере изображения, детали рисунка и т. д.

Например, английская марка в 1 пенни темно-розового цвета (выпуск 1858—1864 гг.) имеет 28 992 разновидности. Почему так много? Дело в том, что марка печаталась с разных пластин. Номер пластины помещен на марке слева и справа в пробеле орнаментального украшения рамки. Таких пластин-досок было 220. Кроме того, на каждой марке помещены четыре буквы (в верхних и нижних углах). Комбинация букв на каждой марке различна. Вот и получается почти 29 000 комбинаций.

В Англии имеются филателисты, специально коллекционирующие эту марку во всех разновидностях.

Стоимость марки в зависимости от номера пластины очень различна. Так, гашеная марка, отпечатанная с пластины 120, стоит в 80 раз дешевле, чем такая же марка с пластины 219, и в 55 000 дешевле марки с пластины 77.

В первом десятилетии нашего века выпускалось ежегодно 830 марок, во втором — 1020.

В наши дни ежегодно в почтовые окошки всего мира поступает около четырех с половиной тысяч новых марок. Это значит, что через каждые два часа появляется филателистическая новинка. Общее количество выпущенных во всем мире марок превышает уже 200 000. Поток новых марок становится, пожалуй, чересчур обильным. Они подчас посвящаются очень незначительным событиям, да и не все предметы, помещаемые на них, достойны такой чести.

Один из дореволюционных авторов писал, что, учитывая страсть коллекционеров к новинкам, особенно к «изящным и великолепным», марки

выпускаются «по самым ничтожным поводам», например: в 1903 г. по поводу сооружения почтового здания в Бухаресте, по поводу 400-летия основания первой черногорской типографии, по поводу серебряной свадьбы японского императора в 1894 г. и т. д.

К сожалению, в настоящее время выпускаются марки в связи с такими событиями, перед которыми события, упомянутые дореволюционным автором, кажутся весьма крупными. Вряд ли достойно, например, почтовой марки такое событие, как Международная полицейская выставка (ФРГ, 1956) или европейское соревнование картежников, игроков в бридж (Ливан, 1962).

Некоторые крохотные государства нашли в выпуске почтовых марок серьезное подспорье для своего бюджета. Таково, например, княжество Лихтенштейн — государство в Центральной Европе, расположенное между Швейцарией и Австрией. Площадь его — 158 квадратных километров, население — около 18 тысяч человек.

Начиная с 1915 г. продажа почтовых марок дает около 15% государственных доходов.

Интересно, что Лихтенштейн известен не только марками. Среди его промышленных предприятий первое место занимает завод, выпускающий искусственные зубы — в настоящее время более 25 миллионов зубов в год. До 1935 г. этот завод был единственным в мире, который поставлял в Сиам (ныне Таиланд) специальные зубы черного цвета для дворцовых церемоний.

Столь же энергично выпускает почтовые марки — очень красивые и самой разнообразной тематики — Республика Сан-Марино (площадь — 60 квадратных километров, население — 14 000 человек). Марки — существенная статья ее бюджета.

Иногда выпуск марок носит откровенно коммерческий характер. В 90-х годах прошлого столетия южноамериканские государства Гондурас, Никарагуа, Сальвадор и Эквадор заключили с крупной фирмой в Нью-Йорке (Hamilton Bank Note Co) соглашение, по которому она обязывалась печатать марки бесплатно, а взамен получать весь оставшийся по истечении известного срока запас для продажи коллекционерам. Фирма выговорила себе право допечатывать любое количество изъятых из продажи марок. Эти марки носят название марок Зеебека — по имени директора банка.

Зеебек воспользовался своим правом как следует. В четырех государствах с 1889 по 1899 г. было выпущено около 70 изданий из 650 марок. Очень часто марки выпускались 1 января, а 31 декабря того же года изымались из продажи, так что коллекционеры платили из года в год господину Зеебеку кругленькую сумму. Имея в своих руках остатки марок, а также печатные пластины, Зеебек диктовал цены.

Выпуск марок неуклонно растет из года в год, особенно после 1945 г. Они становятся все в большей степени не квитанциями за оказанные почтой услуги, а коллекционным материалом. Многие выпуски в поч-



товые отделения почти не поступают. Попробуйте достать там беззубцовую марку или марку с надпечаткой — вряд ли это удастся. Вот как далеко от своих первоначальных целей ушли почтовые марки.

Как мы видим, первая почтовая марка оказалась очень многодетной. Семейство у нее огромное.

Количество марок растет за счет так называемых коммеморативных (т. е. памятных), или, как их также называют, «юбилейных», марок. Они посвящаются различным событиям, памятным датам или отдельным лицам. Первая памятная марка вы-

шла в 1871 г. в Перу по случаю 20-летия со дня открытия железнодорожной линии Лима—Каллао.

Вряд ли кто-нибудь мог тогда подумать, что эта скромная марка станет родоначальницей многотысячного племени, которое будет выглядеть ярко, броско, а иногда пестро и крикливо.

Выпуск коммеморативных марок принимает иногда такой характер, что даже завзятые коллекционеры поднимают шум.

На этом деле в капиталистических странах не прочь погреть руки ловкие дельцы. Несколько богачей с согласия правительства Панамской Республики задумали, например, серию, посвященную римским папам, числом ни много ни мало как 262 марки. Против посягательства на их карманы восстали прежде всего члены международной организации коллекционеров марок с католическими мотивами — Weltbund St. Gabriel¹ (есть и такое общество!). В результате выпустили всего 12 марок, изображавших папу Пия XII и одиннадцать его предшественников, носивших такое же имя.

Коллекционеры старого толка называли все коммеморативные марки спекулятивными.

В 1894 г. лондонскими филателистами было сформировано Общество по пресечению спекулятивных марок (Society for Suppression of Speculative Stamps). Оно обозначалось четырьмя буквами — SSSS. Общество ополчилось против марок, не предназначенных исключительно для оплаты почтовых услуг. Конечно, обществу не удалось справиться с волной коммеморативных марок. Они появились не потому, что почтовые учреждения захотели побольше заработать. Стало ясно, какое могучее средство для пропаганды самых различных идей, для активного воздействия на миллионы людей представляют почтовые марки.

¹ Всемирный союз св. Гавриила.



Меньшую и более скромную группу составляют стандартные марки, марки массовых тиражей, предназначенные для ежедневного употребления. Эти марки не посвящены каким-либо особым датам. Обычно они небольшие. Их рисунок, формат и цвет часто остается без изменений многие годы.

Памятные марки, как правило, имеют хождение до израсходования всего тиража, но в некоторых зарубежных странах, например в ГДР, ими можно оплачивать корреспонденцию только определенное время.

Первый стандартный выпуск марок СССР увидел свет в 1924 г. Первый стандартный выпуск марок РСФСР появился в декабре 1922 года.

Не так-то уж трудно было бы разобраться в марках, если бы существовало всего два вида марок — стандартные и коммеморативные. Однако различных видов марок гораздо больше.

Все марки могут быть разбиты на три группы:

1) марки, которые продаются всем в почтовых учреждениях;

2) марки, которые предназначены для определенных учреждений и организаций или для нужд почтовой службы и которые не продаются отдельным лицам;

3) марки особого характера, которые не служат для оплаты почтовых отправок, но продаются в почтовых учреждениях.

Часто бывает, что во время войны в оккупированных областях, а также после войны военными властями и левыми дельцами фабрикуется многочисленные выпуски марок. Такие марки продаются неискушенным коллекционерам как «особо редкие».

Выпускают марки эмигрантские, марионеточные и местные правительства. Такие марки очень часто преследуют явно выраженные спекулятивные цели.

В 1964 г. предприимчивый эмигрант-болгарин задумал спекулировать марками в Бразилии. Он предложил выпустить для правительства «редкие» марки и самому их распространить в монопольном порядке. Получив отказ, он направился в Испанию, где нашел прибежище отпрыск болгарской царской династии Симеон II.

Один из мадридских замков был объявлен «царской болгарской канцелярией», а предприимчивый делец стал «министром почт». Для дворовой почты были введены картинки в виде марок. Они наклеивались на письма, которые «царские» курьеры переносили из одной комнаты в другую, хотя для передачи «сообщений» достаточно было телефонного звонка.



Как ни пропагандировали эту «почту», ее не могли вывести за пределы стен замка. Тогда завели генерального представителя в Западной Германии. Был выпущен многокрасочный иллюстрированный проспект, украшенный царской короной. Цены на «марки» установили очень высокие в надежде на неразборчивых коллекционеров. Однако даже западно-германские фирмы воздержались от покупки этих «мадридских обрезков бумаги». Да и в самом проспекте, правда мельчайшим шрифтом, пришлось указать, что с точки зрения Всемирного почтового союза эти картинки не являются знаками почтовой оплаты, так как не имеют хождения в Болгарии. Тем и кончилась затея, подобных которой было немало в истории филателии.

И стандартные и юбилейные марки относятся к первой группе — к маркам, предназначенным для широкой продажи.

К той же группе относятся многие другие виды: марки с надбавкой, марки спешной почты, марки воздушной почты и т. д.

Марки с надбавкой продаются по цене, превышающей стоимость оплаты почтового отправления. Обычно на них напечатаны две цифры, например 12+6. Впервые такие марки были изданы в 1897 г. в Австралии (Виктория) к 60-летию юбилею царствования английской королевы. Дополнительный сбор шел на создание больницы для бедных. Надбавка в 12 раз превышала номинальную стоимость и на марке не обозначалась. В том же году выпустили марки с надбавкой и в Новой Зеландии.

В Европе марки с надбавкой впервые вышли в России в 1905 г. во время русско-японской войны. Все четыре марки выпуска имели 3 копейки надбавки в пользу сирот воинов действующей армии.

Надбавка может быть очень значительной. Так, в Бельгии одна из марок в 1 франк имеет надбавку в 30 франков!

Марки с надбавкой обычно оформляются очень красиво, например швейцарские марки серии Pro juventute («В пользу детей»), которые выпускаются ежегодно с 1913 г.

Так как подобные марки расхватываются коллекционерами, почтовые ведомства разных стран стали выпускать их по всякому удобному — и неудобному — случаю. Для каких только целей не предназначена надбавка! Восстановление церкви, финансирование пробных полетов и других технических опытов, устройство выставок и даже образование фонда вооружения (!) — за все платят главным образом коллекционеры.

В 1963 г. в Испании мадридский монастырь капуцинов известил, что одна из картин Рубенса продается за границу. Чтобы помешать этому, была выпущена марка с репродукцией картины. Марка продается с надбавкой. Таким образом, коллекционерам придется уплатить сумму, за которую правительство собирается продать картину, — в стране фашистской диктатуры средства на искусство не предусмотрены.

Широко пользовались почтовыми надбавками в гитлеровской Германии перед второй мировой войной. Надбавки шли в конечном счете на подготовку агрессии.



Известны случаи, когда надбавка на марке (порой очень значительная) служит филателистическим целям. Так, в 1931 г. Финляндия выпустила марку стоимостью 1+4 марки с надписью Pro filatelia («Для филателии»). Надбавка шла на покупку коллекции некоего Гранберга, которую правительство намеревалось приобрести для Государственного почтового музея. Половину тиража (112 500 экземпляров) продали в первые же дни.

В некоторых странах употребление марок с надбавкой обязательно. Так, в Турции в течение ряда лет — начиная с 1911 года — письма двадцать один день в году оплачивались такими марками. У нас первые марки с надбавкой выпустили в 1921 г. Последняя марка с надбавкой вышла в 1933 г. в связи с филателистической выставкой в Ленинграде.

Марки спешной почты выпускались в разных странах для взимания определенной надбавки за спешность. Они имели самостоятельное значение или же наклеивались в дополнение к обычной марке. Впервые марки спешной почты появились в США в 1885 г. В СССР подобные марки были выпущены лишь один раз — в 1932 г.

Для почтовых отправок, пересылаемых авиапочтой, если за них взимается более высокая плата, выпускаются во многих странах специальные марки. Первая государственная марка авиапочты появилась в Италии

в 1917 г. На марке спешной почты дана надпечатка: «Экспериментальная авиапочта. Май 1917. Турин — Рим, Рим — Турин».

В мае 1918 г. в США вышла первая серия из трех марок авиапочты. У нас первые марки воздушной почты появились в июле 1922 г. для оплаты консульской почты на линии Берлин — Москва. В настоящее время эти марки очень редки и представляют большую ценность. В ноябре того же года была выпущена марка авиапочты для общих нужд. По рисунку она такая же, как марка 45-рублевого достоинства серии, посвященной 5-летию (1917—1922) Советской власти. Вместо голубой краски дана зеленая (вторая краска — черная), красным надпечатан контур самолета.

Марки авиапочты с самого начала и до настоящего времени пользуются у коллекционеров большим спросом. Не обошлось и без курьезов. В 1928 г. в Богемии, куда еще никогда не залетал ни один самолет, служащий местного почтового отделения изготовил специальный авиационный штемпель, который и ставил некоторое время на письма обыкновенной корреспонденции. Это выяснилось, когда такой конверт появился на аукционе в Праге.

Имеются также бандерольные, газетные, телеграфные, телефонные марки, марки для ценных и заказных отправлений.

Некоторые страны (Германия, Франция, Бельгия, Швеция и другие) выпускали марки небольшой стоимости для оплаты печатных вещей, каталогов, газет и т. д. — газетные марки.

Много таких марок выпущено в Австрии. Первые из них — с головой Меркурия — имели хождение с января 1851 г. по январь 1859 г. В США в 1865 г. выпустили три газетные марки — самые большие из всех почтовых марок¹. В 1875 г. были выпущены газетные марки стоимостью от 1 цента до 60 долларов, а в 1895 г. — от 1 цента до 100 долларов. Это марки самой высокой номинальной стоимости.

Американские газетные марки не наклеивались на почтовые отправления. Почта выдавала отправителю квитанцию, вторая часть которой оставлялась в особой книге. В нее почтовый чиновник и наклеивал марки. Книжки оставались на почте до полного использования, а затем отправлялись в Вашингтон. Там их через несколько лет сжигали. Газетные марки США теперь редки.

Для пересылки произведений печати выпускались и бандерольные марки. В России впервые они появились в 1864 г. для отправлений на Восток.

Для пересылки произведений печати выпускались и бандерольные марки. В России впервые они появились в 1864 г. для отправлений на Восток.



¹ Правда, в СССР в 1962 г. выпустили марку-блок с групповым портретом летчиков-космонавтов еще большего размера — 148×70 миллиметров.



Марки для заказных писем выпускались во многих странах. Обычно на них проставлена буква R (Recomandé — заказное). На некоторых марках Колумбии 1865 и 1870 гг. изображена буква R (Registro — внесение в реестр) или буква A (Anotacion — отметка).

В Колумбии, Чили, Черногории, Англии были марки доставки для писем, которые вручались лично адресату и о вручении которых извещался отправитель. Они наклеивались на конверт рядом с обычными. На них стояли буквы A. R. (Avis de Réception — извещение о получении). Марки доставки в 1937 г. были выпущены в Чехословакии.

В Англии и в некоторых других странах, где почтовые учреждения закрываются рано, спешные письма за более высокую плату принимают-



ся и после прекращения работы. Как правило, оплата взимается обычными марками. Но в Виктории (1855) были особые марки с указанием Too Late (слишком поздно), а в Колумбии и Антиохии с указанием Retardo (запоздание).

Во вторую группу входят марки, предназначенные для определенных учреждений и организаций или для нужд почтовой службы (такие марки не продаются отдельным лицам). Это прежде всего служебные марки для государственной и ведомственной переписки. В настоящее время они выпускаются сравнительно в немногих странах (например, в ГДР), но когда-то были широко распространены. Так, в 1873 г. в США было выпущено девять серий марок специально для канцелярии президента, министерства юстиции, внутренних дел, военного и др. Марки одинакового достоинства различных министерств имели один рисунок, но отличались цветом.

Много служебных марок выпускалось в Аргентине. Например, в 1913 г. марки с надпечатками M. H. (министерство финансов), M. D. (военное министерство).

Часто как служебные используют обычные марки с надпечаткой: Service, Official, O. S. (Южная Австралия), Gobierno (Перу), Sarkari (Хайдарабат), Franqueo Oficial и т. д.

Бывают и сокращенные надпечатки O. H. M. S. (On Her Majesty's Service — служба ее величества), O. P. S. O. (On Public Service Only — только для служебных целей) и т. д.

Выпущенная в Англии служебная марка в 6 пенсов с портретом Эдуарда VII (надпечатка J. R. Official) — редчайшая марка этой страны. Известно всего 12 экземпляров, кроме тех, что хранятся в архивах почтового ведомства.

Советская почта имела лишь один выпуск специальных марок — уже упомянутые марки для оплаты служебной корреспонденции Народного комиссариата иностранных дел и других организаций, которую отправляли воздушной почтой из Берлина в Москву. Выпуск интересен еще тем, что номиналы марок обозначены в валюте другого государства — в германских марках.

Есть служебные марки без указания стоимости, они указывают, что письмо пересылается бесплатно. Таких марок в некоторых странах выпускалось очень много, например в Египте — до 400, а в Южной Австралии — 312.

Служебные марки без указания стоимости употребляются и для внутрислужебных почтовых целей. Они имеют разное назначение. На





почтовые отправления, которые вскрывались в целях определения отправителя или получателя, наклеивались особые марки — в Вюртемберге (1857), Чили (1895), в США (1920) и др. На письма, которые возвращались отправителю из-за того, что адресат отказывался их принять или его нельзя было отыскать, наклеивались марки возврата.

К служебным маркам относятся и марки военно-полевой почты. Они даются родственникам военнослужащих бесплатно или за плату, поэтому бывают с указанием или без указания стоимости. Солдатские почтовые марки впервые выпущены во Франции в 1901 г. — на стандартной марке в 15 сантиметров сделана надпечатка *F. M.* (*Franchise militaire* — освобождено от уплаты, военное).

Особый вид представляют немецкие счетные марки, выпущенные в 1903 г. Служебные отправления в Германии не оплачивались в каждом отдельном случае, но почта получала за них ежегодно некоторую сумму. Размер ее должны были заново установить для Пруссии. С этой целью и выпустили специальные марки, которые в течение расчетного времени наклеивались на служебную корреспонденцию. В конце года по сведениям, полученным от всех почтовых отделений, подсчитали общую сумму. Так как эти марки служили не для оплаты корреспонденции, а для подсчета пересланных писем, их и называли счетными. В 1905 г. такие же марки выпустили для Бадена. Баденская счетная марка в 25 пфеннигов (красная и черная краска, бумага желтая) — большая редкость.

Ко второй группе относятся и доплатные марки. Их наклеивают на письмо в почтовом отделении, если отправитель не оплатил или оплатил частично почтовый сбор. Уплата почтового сбора отправителем носит название «франко», а получателем — «порто».

Большое количество доплатных марок выпущено на Северном Борнео (надпечатка *Postage Due*). Между 1895 и 1931 гг. появилось 65 разновидностей таких марок — на радость коллекционерам. У нас первые доплатные марки вышли в 1923 г. (надпечатка на прежде выпущенных марках). В 1925 г. вышли специальные доплатные марки.

СЕМЕЙСТВО РАЗРАСТАЕТСЯ



Как видите, семейство почтовых марок очень многочисленно. Но мы сказали еще далеко не обо всех его членах.

Много ходило и ходит по свету марок с надпечатками.

Часто государство не производит нового выпуска, а довольствуется надпечаткой на прежних выпусках. Обычно марки с надпечаткой служат вспомогательным средством для выхода из затруднительного положения и по мере возможности заменяются обычными. Поэтому многие марки с надпечатками относятся к провизориям (по-французски *provisoire* — временный), т. е. к маркам, действующим лишь временно.

Причины появления провизориев очень различны. Чаще всего это изменение номинала из-за повышения тарифа. Прежняя стоимость при этом обычно перечеркивается чертой или другим знаком и указывается новая.

Надпечатки представляют иногда большой исторический интерес. По надпечаткам можно проследить, например, падение стоимости денег после первой мировой войны, вызвавшей хозяйственный упадок и финансовую катастрофу. Вот надпечатки на немецких марках времен инфляции (1923): сначала тысячи, потом десятки и сотни тысяч, затем миллионы, десятки и сотни миллионов и, наконец, миллиарды.

В эти годы деньги не имели почти никакой реальной стоимости. Поэтому многие немецкие чиновники предпочитали получать заработную плату не деньгами, а почтовыми марками — марки сохраняли какую-то стоимость в качестве коллекционного материала. Эту стоимость они сохранили, между прочим, и до настоящего времени. Некоторые из немецких марок с надпечатками ценятся сегодня довольно дорого, например одна марка с надпечаткой 800 000.

Надпечатка измененной стоимости часто вызывалась израсходованием каких-либо — обычно дешевых — марок, в то время как имелся излишек более дорогих. Надпечатка понижала их стоимость.

Интересна марка, которая, наоборот, стала дороже более чем в шесть раз (вместо 16 центов 1 доллар) из-за надписи, сделанной от руки (остров Лабуан, 1883).

Догадливый мистер Гамильтон, занимавший в 1883 г. в британской колонии Лабуан должность начальника порта и одновременно почтмейстера, показал, как делать доллары, имея только перо и красные чернила.

Однажды глава местной угольной фирмы пожаловался, что на почте нет марок высоких номиналов, которые ему нужны для посылки нескольких пакетов в Англию.

Гамильтон быстро пришел на помощь: он взял почтовые марки стоимостью по 16 центов (с изображением королевы Виктории) перечеркнул красными чернилами прежнюю цену и написал на каждой собственноручно: «Один доллар», поставив также свои инициалы — «А. Н. Н.».

И 16 центов превратились в доллар.

Один английский коллекционер писал по этому поводу: «Пока на Лабуане есть 16-центовые марки, красные чернила и любезный почтмейстер, в такой разновидности марок не будет недостатка».

Однако догадливому почтмейстеру пришлось быстро закончить свою самодеятельность. И любопытная марка с автографом мистера Гамильтона стала большой редкостью. Лишь немногие известные коллекционеры могут похвастаться ею.

При недостатке марок какого-либо достоинства не один раз прибегали к любопытному средству: марку разрезали на две или больше частей. Еще в 1841 г. синяя марка Великобритании в 2 пенса разрезалась пополам и использовалась как две марки по 1 пенни. Такие половинки были обнаружены только в 1936 г., причем их известно лишь пять: три на вырезках из конверта и две на целых конвертах.

В 1851 г. в канадских колониях Великобритании — Нью-Брансуик и Новая Шотландия — марки в 3 пенса разрезались пополам, а марки в 6 пенсов и 1 шиллинг — даже на четыре части.

В английской колонии Золотой Берег в 1884 г. марки в 1, 2, 4 и 6 пенсов делились на части различных размеров. Очень возможно, что это делалось с чисто филателистическими целями. Разрезались марки по почину местных почтовых чиновников.

В Парагвае в 1902 г. декретом генерального директора почты и телеграфа вследствие недостатка марок в 1 цент было официально предложено



применять разрезанную пополам по вертикали марку в 2 цента. Некоторое количество разрезанных марок было представлено даже Всемирному почтовому союзу в Берн.

Широко известна немецкая почтовая марка под названием «Винета». В 1901 г. на борту крейсера с таким названием не осталось марок в 3 пфеннига. Командир крейсера разрешил разрезать по вертикали 5-пфенниговую марку и на каждой части ставить фиолетовый штамп 3 pf. Такие половинки сохранились на почтовых открытках, погашенных штемпелем «Корабельная почта немецкого торгового флота» с 17 апреля до 12 мая.

Они ценятся очень высоко.

Надпечатки появились в свет и с другими целями. Так, во Франции до выпуска специальных колониальных марок применялись обычные марки с надпечаткой наименования колонии. В Великобритании марки одних колоний применялись с соответствующей надпечаткой для других колоний.

Во многих странах делались надпечатки на гербовых марках, и они превращались таким образом в обычные почтовые, например: Postage (Наталь, Гренада) или Stamp Duty (Виктория). В Италии служебные марки путем надпечатки были превращены в газетные.

Зачастую при выпуске новых марок выпускаются образцы, снабженные надпечатками Specimen, Probe, Образец, Muestra и т. д.

Нередко остатки неиспользованных марок продавались торговцам для перепродажи филателистам. На таких марках также давалась надпечатка Specimen.

Впервые надпечатки на марках появились в испанской Вест-Индии в 1855 г.

Наиболее интересны марки с надпечатками, вызванными историческими событиями. Государственные перевороты, войны, революции, знаменательные события, величайшие открытия человеческого гения нередко прежде всего отражались в надпечатках.

Марка Перу 1882 г., а на ней надпечатан герб Чили. Почему? Марки выпущены во время чилийской оккупации и употреблялись, пока оккупанты находились в Перу.

В 1903 г. в результате дворцового переворота был убит сербский король Александр — и сразу появляется марка, где его портрет закрыт надпечаткой.

В конце XIX в. на острове Крит вспыхнуло восстание против турецкого господства. Восстание было подавлено вооруженными силами иностранных держав, в том числе и России.

Во время оккупации Россия около двух с половиной месяцев занимала округ Ретимнон — появляется марка с надпечаткой контрольного знака в виде царского орла.

В результате восстания на Крите Турция все же была вынуждена предоставить ему автономию.





Первая мировая война — и огромное количество марок с надпечатками для оккупированных областей и стран. Немецкие надпечатки для захваченных Бельгии, Польши, австрийские — для Сербии. Марки батумской почты 1919 г. с надпечаткой British occupation.

Освобождаются от колониальной зависимости государства Африки — и по всему миру расходятся марки с запечатанными портретами прежних колониальных властителей.

Вот иные надпечатки на советских марках: «Праздник победы. 9 мая 1945 г.»; «4/X-57 г. Первый в мире искусств. спутник Земли»; «Луна-9 — на Луне! 3.2.1966».

В надпечатках даются и портреты. Портрет генерала Бермудеса на марках Перу (1894) за его заслуги в войне с Чили; портреты глав правительств стран-участников Ялтинской конференции на марке Колумбии 1944 г.

Коллекционирование марок с надпечатками политического характера — интереснейшая область филателии.

Не обошлось и без рекламных надпечаток: мешок кофе на марке Коста-Рики (1922).

Мы рассказали о марках двух первых групп. К третьей группе относятся марки, которые хотя и продаются почтовыми отделениями, но деньги за них не являются оплатой почтовых услуг, а идут на благотворительные цели.

Благотворительные марки или в течение определенного времени обязательны, или покупаются добровольно. Сбор от них идет на различные нужды — в пользу туберкулезных почтовых чиновников (Греция, 1940), на постройку здания нового почтамта (Гватемала, 1919), в пользу государственных ссудных касс (Франция, 1927) и др.

Впервые благотворительные марки обязательного характера были выпущены в Португалии в 1911 г. для фонда помощи бедным.

С 1 декабря 1948 г. по 31 марта 1956 г. на все письма внутри ФРГ и Западного Берлина, кроме обычной марки, нужно было наклеивать особую марку ценой в 2 пфеннига, иначе они не доставлялись. Письма, на которых был обратный адрес, возвращались отправителю. Остальные после определенного времени вскрывались и, если из их содержания нельзя было установить адрес отправителя, уничтожались в официальном порядке. Под видом «пожертвования нуждающемуся Берлину» при помощи этой марки собирались средства на финансирование пропаганды







и подрывной деятельности против ГДР и других социалистических стран.

В Дании в 1904 г. впервые была сделана попытка собрать средства в фонд борьбы с туберкулезом путем продажи в почтовых отделениях частных благотворительных марок. Марки покупались добровольно. Так как они продавались во время рождественских праздников, то получили название Julmarken (рождественские марки).

По примеру Дании такие же марки появились и в других странах. Сбор шел на различные благотворительные цели.

В Скандинавских странах их также называли Julmarken, а в других странах — Seals или Christmas Seals.

В РСФСР местные благотворительные марки обязательного характера были выпущены в 1922 г. для помощи голодающим (Ростов-на-Дону). Одна из этих марок — первая треугольная марка в нашей стране.

В России в 1909 и 1911 гг. были выпущены марки «В пользу почтальона» — для оплаты услуг при доставке на дом судебных дел.

Большой исторический и политический интерес представляют марки, связанные с революционным движением.

В 1912 г. появилась марка с портретом К. Маркса и словами: «РСДРП. На избирательную кампанию» (на трех языках).

Приближались выборы в IV Государственную думу. Большевики вели предвыборную агитацию. На это нужно много денег. Тогда русские социал-демократы, жившие за границей, решили отпечатать в Швейцарии марку достоинством в 10 франков и вырученные от ее продажи деньги перевести в Россию. Слух о выпуске марки дошел до царского двора. Были подняты на ноги сыщики, провокаторы, жандармы. Но марка по-прежнему распространялась и за рубежом и в России.

В конце 1912 г. или начале 1913 г. была выпущена социал-демократами Латвии еще одна марка с портретом Маркса. Она изготовлена в Гамбурге по заказу заграничного бюро социал-демократической партии Латышского края. Помимо портрета, на марке помещены революционные лозунги: «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!», «Восьмичасовой рабочий день». Марка предназначалась для сбора денег в пользу политических ссыльных и каторжан в день Первого мая.

А когда появилась первая почтовая марка с портретом К. Маркса? В 1919 г., в Венгерской советской республике. Советская власть в Венгрии просуществовала всего несколько месяцев.

Благотворительные марки гасить не полагалось. Но так как на конверте их часто наклеивали рядом с обычными, нередко и на благотворительной марке имеется штемпель гашения. Неопытные филателисты принимают ее за почтовую.

За почтовые марки часто принимают и рекламные марки-виньетки. Их наклеивают иногда на письма.

Рекламные марки очень разнообразны и заняты по графическому оформлению. Чего только здесь нет! Выставка ковров в Гамбурге 1911 г.;

Филателистические выставки в Милане (1906), Париже (1913), Стокгольме (1949); выставка собак в Сан-Ремо (1930); международные ярмарки; игры в честь Вильгельма Телля в Альтдорфе (1934); карнавал в Виареджо; конгресс зубных врачей (1936) и т. д.

Имеется много агитационных марок, например: «Изучайте эсперанто, международный язык!», «Боритесь с лесными пожарами!»

Особый интерес представляют агитационные марки политического характера.

В 1914 г. Германия пыталась помешать участию Англии в мировой войне. Когда Англия объявила войну Германии, появились агитационные марки с надписью: «Боже, покарай Англию. Он ее карает». В Англии появляется марка с надписью: «Одолжите 5 шиллингов вашей стране и сокрушите немцев».

Вот французская марка 1916 г.: «Мы хотим победить, мы победим». Она погашена почтовым штемпелем.

Известны марки-картинки, связанные с рабочим движением, например марка с портретом Лассалья и графини фон Хатцфельд, с буквами A. D. A. V. G. (Allgemeine Deutsche Arbeiter-Vereins Genossenschaft — Всеобщее немецкое товарищество рабочего союза).

Интереснейший коллекционный материал представляют подражающие маркам картинки, которые называются виньетками. К сожалению, достать их теперь довольно трудно.

МАРКИ МЕСТНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Наряду с обычными марками, имеющими хождение по всей стране и в большинстве случаев за ее пределами, есть немало марок, рассчитанных на использование в пределах одного города, области или провинции. Местные марки могут быть официальными, полуофициальными и, наконец, носить исключительно частный характер.

Официальные местные марки выпускаются государством или лицами, состоящими на государственной почтовой службе. Таковы, на-





пример, первые швейцарские марки — марки отдельных кантонов (Базель, Женева, Цюрих), марки Северогерманского почтового союза (Гамбург). Официальный характер имеют и упомянутые нами марки С.-Петербурга (1845), марки Польши (1860), Финляндии (1856—1911).

К официальным выпускам местных марок относятся марки для внутреннего пользования различных департаментов Колумбии (Антиокия, Боливар, Кундинамарка и др.). Марки многочисленных индийских княжеств также носят официальный характер.

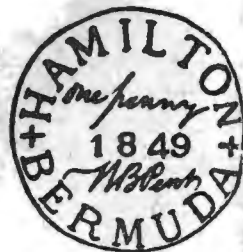
Официальными местными марками являются так называемые почтмейстерские марки, появившиеся в различных городах США еще до выпуска обычных марок — в Нью-Йорке, Сент-Луисе (Миссури) и др. (1845—1847).

Большое количество почтмейстерских марок было выпущено во время войны между Северными и Южными штатами (1861—1863). Южные (конфедеративные) штаты нередко в течение целых месяцев военных действий были отрезаны от источников снабжения марками, которые печатались северянами. Поэтому почтмейстеры разных городов сами выпускали знаки почтовой оплаты. Большинство таких марок выполнено очень примитивно, но эта примитивность придает им своеобразный графический облик. Некоторые из них печатались ручным способом при помощи штемпеля, например марка из Гринвуда (штат Виргиния, 1861).

Другая марка была отпечатана в зеркальном изображении, так как на печатной форме текст нарисовали не в обратном виде, но так, как он должен выглядеть на марке. Американские почтмейстерские марки очень редки и стоят больших денег. Много таких марок было в коллекции президента США Ф. Рузвельта.

Большую редкость представляют марки почтмейстера города Гамильтон (Бермудские острова) — У. Перота. Он работал в почтовой конторе один и находился там недолго. Когда контора была закрыта, желающие могли опускать письма и деньги за доставку в почтовый ящик, установленный Перотом в конторе. Но когда он открывал ящик, то нередко денег было меньше, чем следовало. Сосед аптекарь предложил почтмейстеру изготовить марки и продавать их. Письмо, оказавшееся в ящике без марки, являлось бы неоплаченным. Пероту такое предложение пришлось по душе. Он сделал ручной штемпель с обозначением места и города, а на отпечатки добавлял слово «один цент» и свою подпись. Первые такие марки датированы 1849 г., известны экземпляры и 1856 г. О марках Перота узнали только через 50 лет после их выпуска.

Полуофициальные марки местного назначения выпускались не государственной почтовой службой, а





различными организациями, обществами и т. д. с ведома правительства и под его контролем. Большую и интересную для коллекционеров группу полуофициальных местных марок представляют русские марки земской почты, о которых мы уже упоминали. Земские марки находились в обращении только на территории выпустившего их уезда и по внешнему виду сильно отличались от общегосударственных знаков почтовой оплаты.

Собственные марки выпускали многие пароходные компании, перевозившие почту. Эти марки, в отличие от других местных марок, распространяли свое действие не на отдельные маленькие области, города и их окрестности, но на области значительные, отделенные друг от друга большими водными пространствами, а иногда даже и на страны. Старейшая пароходная марка выпущена в 1847 г. владельцем парохода «Lady MCLeod». Пароход совершал регулярные рейсы между двумя столицами острова Тринидад. Все письма могли оплачиваться этой маркой, которая гасилась двумя крестообразными чернильными штрихами.

Свою марку с 1875 по 1879 г. имела компания «Гамбург — Америка пакет К°». Маркой оплачивались почтовые отправления между различными портами Вест-Индии, Центральной и Южной Америки. В июле 1868 г. компанией Суэцкого канала были выпущены четыре марки для писем,

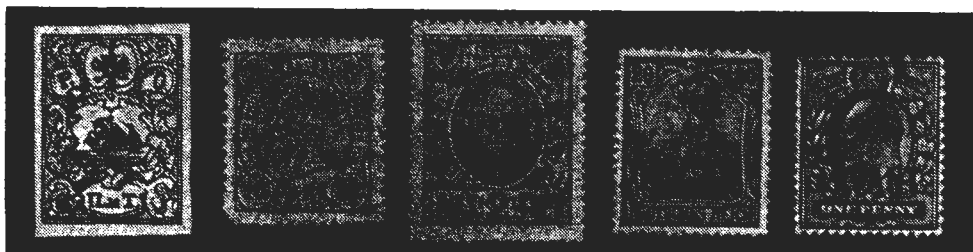


перевозимых по каналу. Через несколько месяцев марки были изъяты из обращения по протесту египетского правительства.

В 1865 г. собственные марки выпустило Русское общество пароходства и торговли (РОПиТ). Оно осуществляло связь между Одессой и наиболее значительными русскими и иностранными городами Черноморского побережья. Общество пользовалось поддержкой правительства, и на кораблях общества пересылали государственную почту. Позже для турецких городов Черного моря были выпущены марки с надпечатками. Марки для корреспонденции на Ближний Восток известны как «Русский Левант».

Почтовые марки имели в Турции не только Россия, но Австрия, Англия, Германия, Италия, Франция и другие страны. Так, в 1906 г. Австрия имела 37 бюро, Франция — 24, Россия — 20, Германия — 8, Италия — 9, Англия — 5. Эти государства получили своего рода монополию на перевозку заграничной корреспонденции, нанося этим ущерб и без того богатой Турции. В 1870 г. этот ущерб достигал 12 500 000 франков. Турецкое правительство неоднократно протестовало против иностранных почтовых бюро, но великие державы пользовались правом сильного. В 1908 г. Италия решила восстановить два почтовых бюро, закрытых в 1883 г. Турция протестовала, но была вынуждена уступить после появления итальянского военного флота у ее берегов. Русские почтовые конторы в Турции прекратили свое существование с Октябрьской революцией, но другие государства сохраняли их до 1923 г.

Собственные почтовые марки выпускали и железнодорожные общества. Впервые появились такие марки в Дании в 1865 г. Наиболее известны бельгийские железнодорожные марки для почтовых пакетов. Они выпускаются и в настоящее время.



Мы говорили уже, что первая марка для авиапочты появилась в Италии в 1917 г. Однако еще до этого появились на свет полуофициальные марки для писем, которые отправляла воздушным путем правительственная почта.

Впервые почта была доставлена на самолете в Аллахабад (Индия) в феврале 1911 г. Здесь на большой выставке искусств и ремесел известный французский летчик Пегу сделал несколько показательных полетов. По договоренности с местной почтовой администрацией он брал в каждый рейс почту и доставлял ее с территории выставки до ближайшего почтамта. На письмах ставился штамп: First Aerial Post/U. P. Exhibition Allahabad, 1911 («Первая воздушная почта /Объединенная национальная выставка, Аллахабад, 1911»).

В Германии с 18 февраля по 2 июня 1912 г. Ганс Граде, демонстрируя надежность своего самолета, открыл первую частную почтовую линию между Борком и Брюком. Была выпущена марка-виньетка. 18 мая, в день Маргариты в Лейпциге письма гасились официальным штемпелем. Первая полуофициальная марка воздушной почты появилась в связи с полетами, осуществленными с 10 до 23 июня 1912 г. дирижаблем «Швабия» и самолетом. Рейсы совершались между Дармштадтом, Франкфуртом-на-Майне и другими городами.

10 июня 1912 года лейтенант немецкой армии фон Хиддесен поднялся с аэродрома во Франкфурте при приветственных криках зрителей на биплане с мотором в 50 лошадиных сил (с нашей точки зрения, какой примитивный это был самолет!), имея на борту 10 000 почтовых карточек. Благодаря желтой обтяжке несущих поверхностей аэроплан получил название Gelber Hund («Желтая собака»). Для встречи самолета в Дармштадте собралось несколько тысяч человек. Когда он появился на горизонте, почталыоны, одетые в парадную форму, заиграли приветственный тупш. Организованный поблизости почтамт отметил время прибытия и принял отпечатанные почтовые мешки. Путь в 27 километров летчик проделал за 13 минут 30 секунд, что равносильно скорости 120 километров в час. Выручка от продажи открыток, доставленных самолетом, шла на благотвори-





тельные цели. Только потому что благотворительницей выступала великая герцогиня Гессенская, почтовое ведомство изъявило готовность дать специальный штемпель гашения с надписью Flugpost am Rhein und Main («Рейнско-Майнская воздушная почта») и выпустить специальную марку. На ней изображен голубь с письмом в клюве. На такой же марке была сделана надпечатка — 1 м — Gelber Hund.

А знаете ли вы, кто и когда впервые послал письмо воздушным путем из Европы в Африку?

В 1892 г. один сельский житель юга России поймал журавля и, привязав к ноге птицы письмо, выпустил ее. В письме он указал свой адрес и просил сообщить, где журавль будет пойман или убит. Птица была убита в Судане, и письмо попало в руки суданских властей.

Частных почтовых марок было очень много. Например, в Германии многочисленные организаторы частной почты воспользовались неясностью в законе о почте. В нем сказано, что государственная почта имеет монополию на доставку корреспонденции из одного места в другое, но нет добавления, что это распространяется на доставку и внутри одного города. Первая частная почтовая фирма была организована в Гамбурге в 1868 г.

Частная почта была отменена в 1900 г. К этому времени более чем в 126 больших и малых городах имелось 212 частных почтовых предприятий. Подобные предприятия были между 1870 и 1947 гг. в Дании, Норвегии, Финляндии и Швеции.

Только частными были многие спешные почты в США. Они осуществляли связь лишь в пределах одного города, однако некоторые из них распространили свою деятельность по всей стране. Самой известной была фирма «Уэлс, Фарго энд К^о», существовавшая 50 лет. Сначала почта шла от Нью-Йорка до Калифорнии, а затем до Мексики и Гаваев. Фирма доставляла письма, грузы малой скоростью и спешные. В особенности много перевозилось золотого песка и слитков из Калифорнии. Общество занималось также покупкой и продажей драгоценного металла. Она же переводила деньги и чеки более чем в 8000 мест.

Почта доставлялась конными курьерами и лыжниками — более быстрых средств перевозок в прериях и на далеком севере тогда не было. Доставка почты была в те времена, как мы уже говорили, далеко не безопасной: нередко писмоносец навеки оставался лежать в прерии.





Впоследствии общество завело собственную железную дорогу для перевозки почты от Атлантического до Тихого океана.

Чтобы не вступать в конфликт с почтовым ведомством, марки общества наклеивались на маркированные конверты¹, поэтому корреспонденция беспрепятственно доставлялась и на тех линиях, которые обслуживались государственной почтой.

Марки частной почты сохранились и от времен Парижской коммуны. Париж, где власть принадлежала Коммуне, был блокирован войсками: с одной стороны — немецкими, а с другой — французскими. Правительство Тьера, будущего палача Коммуны, бежало в Версаль. Были приняты

¹ Конверты с напечатанной почтовой маркой.



все меры, чтобы отрезать восставший Париж от остальной Франции. Отдельные почталыоны еще делали попытки пробраться сквозь стягивающее город кольцо войск. Некоторым это удавалось, другим попытка стоила жизни. Один почталыон был найден по окончании войны на дне реки. Он был убит при попытке переплыть ее с почтой. Ставленник Тьера, директор почты Рампон, тайно сбежал в Версаль, захватив большую часть почтовых марок и предав огню то, что не удалось увезти. Угнали в Версаль и почтовые фургоны.

Рабочий-резчик Тейс, комиссар Коммуны, назначенный главою почтового ведомства вместо Рампона, и рабочий-бронзовщик Камелина, которому поручили изготовление государственных знаков и денег, нашли в архиве небольшое количество марок, а также годные для печати доски нескольких марок последнего выпуска. Но по требованию Тьера почтовые учреждения вне Парижа отказывались принимать и доставлять корреспонденцию, если письма были погашены штемпелем правительства Коммуны или адресованы в Париж. Письма конфисковывались политической цензурой и уничтожались. Это принудило Тейса прибегнуть к посредничеству частных контор. Дело в том, что парижские коммерсанты отнюдь не собирались прекращать своих торговых дел. Пользуясь личными связями, они через

своих агентов пересылали корреспонденцию в одно из ближайших почтовых отделений за чертой города (Сент-Дени или Венсен) и обратно в Париж. Коммерсанты за высокую плату брали письма у всех желающих. Многие конторы быстро поправили свои дела за счет безвыходного положения граждан осажденного города, действуя первое время тайно от правительства Коммуны и совершенно бесконтрольно.

Поэтому Тейс принял меры к тому, чтобы коммерсанты действовали открыто и чтобы их деятельность была ограничена определенными нормами. С этой целью и были выпущены марки для писем, простых и заказных, и бандеролей.

На марке изображен герб Парижа с кораблем и с надписью *Fluctuat, nec mergitur* («Плавают по волнам, но не тонет»). Цена на марках не указана. Ее вписывали внизу чернилами: полностью ограничить произвол торгашей Коммуна не могла.

От времен Парижской коммуны сохранились также марки с инициалами L и M — Лорен и Мори. Лорен служил на Северной железной дороге. Ежедневно выезжая из Парижа по делам службы, он считался лояльным по отношению к обоим правительствам и, освобожденный от обысков по обе черты города, имел возможность возить в ту и другую сторону корреспонденцию.

Столетия существовала университетская почта в Оксфорде и Кембридже. В 1656 г. парламент подтвердил, что оба колледжа имеют право использовать их древние права посылки писем с курьерами. В 1870 и 1880 гг. были выпущены для этой местной корреспонденции специальные марки, конверты и почтовые карточки. Марки существовали 12 лет, но вмешалось министерство почт и запретило пользование ими.

В 1893 г., вскоре после открытия золотых месторождений Кулгарди в Австралии, общество «Сайкл Экспресс» организовало доставку писем велосипедистами. На марках был изображен велосипедист.

Очень интересна частная почта, служившая для связи между Оклендом (Новая Зеландия) и островом Грейт-Барриер вблизи нее. Почтовый пароход приходил на остров лишь раз в неделю, и некто Фрикер организовал в 1898 г. регулярную голубиную почту. Она просуществовала лишь год. Для оплаты корреспонденции имелась треугольная марка с изображением голубя.

Иногда местные марки выпускались с недостоинными целями, например для оплаты почтовых отправлений, которые доставлялись адресатам частным путем во время забастовок почтовых служащих. В 1894 г. во время забастовки в Сан-Франциско письма между этим городом и городом Фресно доставляли на велосипедах. Была выпущена 25-центовая марка ромбовидной формы с изображением велосипедиста. Во Франции, в Амьене, в 1909 г. местная торговая палата выпустила во время такой же забастовки с 13 по 19 мая марку в 10 сантимов. То же самое сделали Парижская и Орлеанская торговые палаты во время волны забастовок, прокатившейся по Франции в 1953 г.

Страсть коллекционеров к почтовым маркам и ко всему, что на них похоже, побуждала при всяких удобных обстоятельствах выпускать в свет маркообразные картинки. Таковы «марки» швейцарских гостиниц. Первым до них додумался в 1864 г. владелец альпийского отеля Риги-Калтбад, а затем, через три года, его примеру последовал и хозяин отеля Риги-Шейдек. Сначала эти марки преследовали рекламные цели. Они наклеивались на конверты, которые слуги отелей относили с гор в долину на ближайший почтамт. Иногда на наклейки случайно попадал почтовый штемпель. Поэтому ими заинтересовались филателисты. Интерес этот был учтен, и рекламным картинкам стали придавать видимость почтовой марки: на них помещали цифру, которая, конечно, означала не почтовую стоимость марки, а плату, которую давали слугам за доставку. Даже почтовый термин *franco* появился на картинке, даже отметка *Extra — Dienst* («Особая служба»). Так появилась еще одна филателистическая редкость, за которую любители платят теперь немалые деньги.

Следует сказать, что нередко марки местного значения выпускались и выпускаются без реальной необходимости. Так, в Норвегии в 1865—1868 гг. выпускались марки для Шпицбергена, хотя на этом пустынном острове не было никакой почты: там никто не жил, и разве что летом проводила несколько часов, в крайнем случае день, дюжина туристов. Совсем



недавно Англия, Франция и другие государства выпустили почтовые марки для таких областей Антарктики, где писать письма могли бы только пингвины.

Можно сказать, что Англии принадлежит первое место по выпуску бесполезных для почтовых целей частных коммерческих марок.

Вдоль побережья страны насчитывается до пяти тысяч крохотных островков, некоторые из которых принадлежат частным лицам. Владельцы таких островков (Ланди, Герм, Ету) выпускают свои марки. На марках островка Ланди проставлена мифическая денежная единица — пафин — и изображена птица, носящая это название. Здесь же была выпущена (тиражом в 250 тысяч экземпляров!) серия из семи марок и миниатюрный блок типа марок «Европа», выпущенных многими капиталистическими странами в целях пропаганды Европейского содружества. Одним словом, на коллекционеров двинулась лавина марок местного значения — всяких форм и размеров, с зубцами и без зубцов, «редкостей» в виде марок с перевернутыми надпечатками, блоков — всего, за что найдутся охотники платить деньги. Владельцы Ланди и Герма намеревались даже выпустить антималярийные марки с изображением комара. Такие марки появились почти во всех государствах мира.

Однако почтовые ведомства и марочные фирмы капиталистических стран запротестовали. Марки островков были объявлены просто виньетками.

В «свободном мире» любой человек может выпускать собственные марки даже со своим портретом — для этого нужно только иметь достаточно денег и купить какой-нибудь островок.

Мы познакомились с основными семействами многочисленного марочного племени. Каждый серьезный филателист должен уметь разбираться в различных классах марок, уметь ориентироваться в этой области, как любой специалист — в своей. И если знающий энтомолог не спутает осу с тополевой стеклянницей, которая старается сойти за осу, то и филателист не должен стать в тупик пе-



ред маркой с надписью AR или перед газетной маркой.

Хотелось бы только сказать еще об одной разновидности марок — о марках с купонами (купоны иногда называют английским словом *tab*). Обычно такой купон находится внизу марки, но он может быть и сбоку и сверху. В целом листе марок купон будут иметь только те, которые граничат с полем: купон — часть поля. Таким образом, марка одного и того же выпуска может быть как с купоном, так и без него, что вводит в новые расходы коллекционеров. Марки с купонами ценятся дороже. Есть марки, однако, весь тираж которых дается с купонами, например советские марки, выпущенные в 1949 г. к 150-летию со дня рождения Пушкина. Это были первые наши марки с купонами. На нем даны заключительные слова стихотворения Пушкина «К Чаадаеву»:

Товарищ, верь: взойдет она,
Звезда пленительного счастья.
Россия вспрянет ото сна,
И на обломках самовластья
Напишут наши имена!

В России купон впервые появился на земских марках Котельничского уезда в 1870 г. Это самая ранняя марка такого типа. До сих пор не найдено ни одного экземпляра с купоном, так как он отрывался при гашении марки.

На купонах даются самые различные тексты, в том числе рекламные и инструктивные. Бывают там и тексты, посвященные отдельным лицам. Так, в Югославии в 1948 г. выпущена марка с купоном, где дан герб Югославии и текст на сербском и французском языках: «В память Лауренца Кошира, духовного отца первой почтовой марки в 1836; родился 28 июля 1804 в Луше, Республика Словения — Югославия».

В капиталистических странах поле купона не прочь использовать для лицемерной и ханжеской пропаганды. На марке, выпущенной государством Израиль в 1958 г., на пяти языках написано: «Люби ближнего твоего, как самого себя». «Любовь к ближнему» правители этого государ-



ства доказали, сбрасывая бомбы на арабские города и деревни, расстреливая женщин, стариков и детей.

В 1932 г. в Швейцарии выпустили марку, посвященную конгрессу по разоружению. Много таких конгрессов происходило в Женеве. Там имела свое местопребывание и Лига наций. Руководимая «умиротворителями» из правящих кругов Англии и Франции, Лига потворствовала агрессорам. Лицемерная позиция Лиги особенно резко проявилась во время нападения Японии на Китай, нападения Италии на Эфиопию в 1936 г., германо-итальянской вооруженной интервенции в Испании в 1936—1939 гг., Мюнхенского соглашения 1938 г. Прав поэтому был художник Ю. Гранф, который предложил видоизменить «антивоенные» швейцарские марки и представить на них то, что было за красивыми словами.

Особый характер имеют купоны на бельгийских воскресных марках. На купоне дан на двух языках текст: «Не доставлять в воскресенье». Если купон от марки оторван, то почтальон — хочешь не хочешь — должен, несмотря на воскресенье или другой праздничный день, отправляться в путь и нести письмо адресату. Если же купон на марке сохранился, то письмо лежало до будничного дня. Воскресные марки появились в 1893 г. Министр почт считал, что его подчиненные по воскресеньям и праздникам должны отдыхать. Воскресные марки просуществовали, однако, лишь до 1913 г.

*

...В 1923 г. Люксембург оказал коллекционерам еще одну услугу: здесь выпустили так называемый миниатюрный или сувенирный блок. Почтовая марка высокого номинала (10 франков) была выпущена не в обычном виде, а на листке размером 59×79 миллиметров. Блок вышел в очень небольшом количестве, и скоро цена на него с 2 шиллингов 5 пенсов, по которой он продавался в Англии, подскочила до 35 фунтов стерлингов. Сейчас блок стоит гораздо дороже.

Вскоре многие страны начали выпускать такие блоки. Тираж их, как правило, очень ограничен (иногда 500 экземпляров), и они сразу становятся редкостью. Совершенно очевидно, что блоки выпускаются только для филателистов. Они слишком велики для наклейки на конверт. Кроме того, стоимость изображенных на блоке марок (их иногда дается несколько) значительно превышает тариф, установленный для пересылки письма. Правда, использование их на письмах не возбраняется.

В СССР первый блок выпустили в 1932 г. в честь Первой всесоюзной филателистической выставки в Москве. На нем напечатаны — каждая в своем цвете — четыре марки, дважды повторяющие коммеморативную серию, посвященную выставке. Марки не имели зубовки и были окружены со всех сторон широким чистым полем. Лист издали очень ограниченным тиражом и вручали всем приглашенным на открытие выставки. Для активистов Всероссийского общества филателистов было изготовлено небольшое количество блоков с надпечаткой: «Лучшему ударнику Всерос-

сийского общества филателистов». Сейчас этот блок — наиредчайший коллекционный объект. Был выпущен блок и в 1937 г. к 100-летию со дня смерти Пушкина.

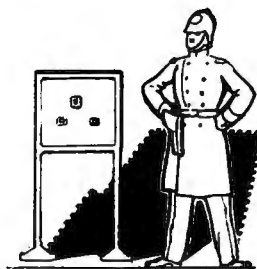
Наряду с миниатюрными блоками, на филателистическом горизонте появились и «маленькие листы» почтовых марок. Впервые в Бельгии в 1924 г. на листке с чистыми полями дали четыре 5-франковых марки стандартного рисунка, но измененные в цвете. Этот лист продавали лишь на Брюссельской филателистической выставке, и только по одному экземпляру при покупке входного билета.

В Бельгии еще в 1919 г. были выпущены 25-сантиметровые марки в листах по 10 штук. Коллекционерам пришлось, таким образом, покупать сразу по десять одинаковых марок. Сейчас такие листки получают все большее распространение за рубежом. Многие филателисты наряду с одним экземпляром марки коллекционируют также две или четыре неразделенных марки (пары и квартблоки). То, что в «маленьком листе» даются чаще всего марки самых высоких номиналов, указывает на коммерческий, как правило, характер этого мероприятия.

У нас первый миниатюрный лист появился в 1926 г. Он состоял из 10 (2×5) марок, посвященных конгрессу эсперантистов. В отличие от марок, печатавшихся большими листами, марки миниатюрного имели линейную зубцовку 11½ вместо гребенчатой 12 : 12½. (О зубцовке марок мы подробно скажем позже.)

1964 год побил рекорд по выпуску «грандиозных» филателистических новинок, предназначенных исключительно для альбома коллекционеров. В ГДР выпущен памятный блок размером 210×287 миллиметров. На нем помещена серия из 15 марок. А у нас выпустили многокрасочную серию, изображающую грибы, в виде листов, где по правому и левому полю даны купоны, на которых также изображены — в одну краску — разные грибы. Каждый лист содержит 25 марок. Таким образом, дотошные филателисты, которые собирают марки во всех видоизменениях, должны покупать по 25 экземпляров каждого достоинства. В серии 5 марок: 2, 4, 6, 10 и 12 копеек.





Сотни тысяч марок существуют на свете. И у каждой — своя судьба. Одни можно найти в альбомах многих и многих коллекционеров, другие редки и достать их не так-то просто. Есть, наконец, марки, которые являются величайшей редкостью и существуют всего в нескольких, а иногда и в одном-единственном экземпляре. О таких марках написаны бесчисленные газетные и журнальные статьи, приключенческие рассказы и даже романы.

Почему же крохотные кусочки бумаги, запечатанные типографской краской, ценятся так дорого? Почему они так редки?

Марки выпускались не только в больших странах, где их раскупалось много тысяч и даже миллионов. Выпускали марки и маленькие страны. Там письма писали только в самых важных случаях, и знаков почтовой оплаты требовалось очень немного. К тому же на заре жизни почтовых марок мало кто обращал внимание на маленькие, порой довольно невзрачные картинки, наклеенные на конверт. Получатель письма интересовался только его содержанием. О коллекционировании тогда и не думали. Поэтому от многих выпусков сохранились лишь крохи.

Постепенно собирание марок становилось все более и более популярным. Им стали заниматься сотни, а затем и тысячи людей. Вот тогда-то и вспомнили о старых изданиях. Стали рыться в различных хранилищах, архивах и нередко находили отдельные экземпляры. Любители платили за них всего по несколько пенсов, долларов, рублей или франков. В 60—70-х годах прошлого века это считалось хорошей ценой, так как в глазах неколлекционеров погашенные марки не имели никакой реальной стоимости. Владельцы марок были рады, если за ненужные, по их мнению, кусочки бумаги платили хоть какие-нибудь деньги. Первые коллекционеры и не подозревали, какое сокровище они подчас приобретали.

Спустя несколько лет цены на марки значительно поднялись. Все больше людей начало собирать марки, все больше рос на них спрос. Когда становилось известно, что та или иная марка сохранилась всего в одном

или нескольких экземплярах, ее владелец мог получить за нее уже большие деньги.

Многим даже неколекционерам известна знаменитая марка «Синий Маврикий», одна из редчайших и ценнейших марок. Далеко от нас, в Индийском океане, у берегов Африки, недалеко от Малагасийской Республики (ранее Мадагаскар), лежит остров, открытый вместе с соседними островами в 1505 г. португальцем Маскареном. Небольшой, гористый, но очень богатый водой и плодоносный. До 1810 г. он назывался *Île de France* (Французский остров), так как принадлежал Франции. Позднее остров был уступлен англичанам. Они назвали его Маврикием. Между метрополией и островом поддерживалось оживленное по тем временам сообщение, так как здесь выращивались сахарный тростник, хлопок, кофе и рис.

Когда в Англии появилась первая почтовая марка, об этом новшестве скоро узнали на острове. В 1846 г. решили выпустить и свои собственные знаки почтовой оплаты.

Ювелиру и часовому мастеру столицы Иосифу Барнарду поручили изготовить две марки с портретом королевы: стоимостью в 1 пенни (для внутренней корреспонденции) и 2 пенса (для внешней). Целый год потребовался Барнаду, чтобы вырезать на медной пластинке оба рисунка. Он награвировал уже и стоимость, слово *Postage*, не забыл поставить и свой граверский знак — оставалось лишь вырезать текст слева. Гравер стал размышлять, каким он должен быть. Он вспомнил, что на здании почтамта крупными буквами было написано *Post office*. Это и нужно было, по его мнению, вырезать на пластинке, чтобы можно было приступить к печати.

Почтмейстер остался доволен исполнением и распорядился напечатать по 500 штук каждой марки. Это был тяжелый труд. Каждую марку Барнард должен был печатать отдельно. На пластинку наносилась краска, к ней плотно прижимался кусочек бумаги, затем бумагу снимали, и марка была готова. Для первой марки бралась оранжевая краска, для второй — синяя. Наконец, 1000 марок была готова, 20 или 21 сентября 1847 г. доставлена на почтамт и частично продана. Прежде всех купила марки жена английского губернатора острова. Ей захотелось первой применить модное нововведение. Она наклеивала марки на приглашительные письма, которые рассылала в связи с большим празднеством, назначенным на конец сентября.

Однако вскоре заметили, что старый мастер ошибся: нужно было награвировать не *Post office* (почтамт), а *Post paid* (почтовый сбор уплачен). Марок больше не выпускали, почтмейстер приказал изготовить новые пластинки с другим текстом (*Post paid*), и с них отпечатали новый выпуск.

Прошло несколько десятилетий, прежде чем коллекционеры услышали о марке с ошибкой. Началась охота за ней. Заговорила о редкостной марке и мировая пресса. Отыскали несколько экземпляров на старых письмах. Это были главным образом конверты приглашительных писем жены губернатора. За марки платили огромные суммы. У коллекционеров-бога-



чей стало модным иметь в коллекции хотя бы один экземпляр редкости.

На сегодняшний день известно 14 экземпляров в 1 пенни и 12 экземпляров в 2 пенса. Конверт с двумя марками был обнаружен случайно в 1897 г. на индийском базаре. Отыщется ли хотя бы еще один экземпляр, предполагать трудно, так

как во всем мире — и не только коллекционеры — давно знают цену обеих марок.

Пластина, с которой Барнард печатал свои ставшие столь знаменитыми марки, обнаружилась в 1912 г. Как рассказывается в журнале «Stamp Collecting», ее приобрел у внука губернатора острова англичанин Лесси Стокен. Пластина была найдена после смерти губернатора среди его бумаг. Она медная, размер 80×60 миллиметров, в левом верхнем углу выгравирована марка в 1 пенни, в правом верхнем — в 2 пенса.

На клише пыталось наложить руку управление английскими колониями, но его владелец отстоял свои права, ссылаясь на то, что клише более полувека составляло частную собственность губернатора, законно перешло к его наследнику, а от последнего — к нынешнему владельцу. Клише перепродавалось еще несколько раз и было выставлено на берлинской выставке Iposta в 30-х годах.

Вот уже 120 лет как об ошибке Барнарда рассказано в десятках, если не в сотнях книг и журналов. Но ошибка ли это? Не было ли у гравера основания вырезать на металле Post office? Посмотрите на почтмейстерскую марку Нью-Йорка 1845 г. На ней стоят те же слова. Стоят они и на первых марках США, выпущенных в том же году, что и марки Маврикия. Пожалуй, Барнард не так уж был неправ. Еще один очень интересный факт связан с легендарной маркой. За свой труд гравер получил 10 фунтов и 10 шиллингов. А продажная стоимость всей тысячи марок составила 10 фунтов и 5 шиллингов. Явный убыток, на который в настоящее время вряд ли пошло бы какое-либо почтовое ведомство. Например, в США в 1965 г. рождественскую марку с изображением летящего ангела выпустили тиражом свыше 200 миллионов. Стоит она 5 центов. Выгодная марка!

Еще одна редкость — 3-пфенниговая марка Саксонии (Rote Sachsen-Dreier, красная саксонская тройка, как ее называют немцы). Почтовому ведомству этого одного из старогерманских государств, когда оно в 1850 г. приступило к выпуску марок, и не снилось, что за таким ничем не приметным по внешности графическим изображением будут охотиться филателисты всего мира.

Тематика марки вполне соответствует основной задаче многих первых марок — изобразить по возможности крупно цифру, чтобы отправителю письма сразу была видна стоимость.



Только цифра — и больше ничего. Саксонское почтовое ведомство не стало ломать голову над рисунком марки: повторили черную баварскую марку в 1 пфенниг, заменив слово «Бавария» словом «Саксония».

Гравер вырезал рисунок на дереве, с гравюры сделали 20 свинцовых отливок и ручным прессом печатали лист марок. То была не легкая работа: нужно было напечатать 50 000 экземпляров. Трехпфенниговые марки плохо раскупались, так как в те времена — почти 120 лет назад — немногие письма нуждались в такой оплате. Образовалось большое количество неиспользованных марок, и стали опасаться, как бы они не попали в нечестные руки: ведь негашеные, имеющие хождение марки — это те же деньги. Почтовое ведомство приказало весь остаток — 36 922 марки — сжечь. Это тщательно выполнили, позаботились, чтобы не осталось ни одной марки.

Прошло несколько лет, и работник маленького почтамта в Эйбенштоке обнаружил на деревянной балке чердака четыре полосы негашеных марок в 3 пфеннига. Очевидно, их наклеил кто-то из озорства. Марки не имели более хождения и для почты не имели цены. Почтовый работник слышал, что есть немало людей, которые отыскивают такие картинки. Он попытался снять полосы (всего 20 марок) с балки, но они приклеились накрепко. Пришлось марки отодрать с большим для них ущербом. Попытка продать марки лейпцигскому торговцу успеха не имела: в те времена коллекционеры и торговцы признавали только гашеные марки. В конце концов их удалось с трудом сбывать за пару монет какому-то мелкому торговцу. Через пять лет более смекалистый торговец в Вене увидел эти полоски и дал за них уже в три раза больше.

Венский торговец реставрировал марки, и за них заплатил ему еще в три раза дороже приехавший в Вену человек, собравший самую большую в мире коллекцию, — Феррари (об этом «короле коллекционеров» мы поговорим позже). При распродаже коллекции Феррари в 1921—1924 гг. за эти полоски заплатили уже 65 000 франков. Марки, которых раньше никто не хотел купить, через сравнительно небольшой срок неизмеримо возросли в цене. Установили, что это единственные экземпляры, которые избежали сожжения. Каждая такая марка в настоящее время стоит огромных денег.

Первая баварская марка в 1 пфенниг — черного цвета — тоже очень редка, так как использовалась недолго и непроданные экземпляры также были уничтожены. Сколько экземпляров ее сохранилось, неизвестно.

Мировые цены на марки диктуют марочные фирмы, причем, пользуясь своим влиянием, искусственно занижают или повышают эти цены. В руках крупнейших фирм сосредоточены нити капиталистического марочного бизнеса.

Существует несколько всемирно известных марочных торговых фирм, издающих каталоги марок с ценами. Во Франции это Ивер, в США — Скотт, в Швейцарии — Цумштейн и др.





Каталоги марок выпускаются и в ГДР. Это широко известные каталоги Lipsia (по-латыни Lipsia значит Лейпциг). Здесь каталоги преследуют иные цели, цены в них даются для установления обменной стоимости марок.

Каталоги представляют огромный интерес и научную ценность. В них описаны с большими подробностями буквально все имеющиеся на свете марки.

...Самая редкая марка — марка Британской Гвианы в 1 цент выпуска 1856 г.

На почтамте Джорджтауна, столицы этой английской колонии, запас марок однажды оказался исчерпанным. Новые марки заказали в Лондоне. Путь до столицы империи дальний, и марки долго не прибывали. Почтмейстер пришел к единственно возможному решению: выпустить временные марки (провизории), заказав их местной фирме, печатавшей правительственный листок. Он дал указания, чтобы провизории как можно больше походили на официальные марки в 1 и 4 цента, появившиеся в Британской Гвиане в 1852 г.

Провизории также были в 1 и 4 цента, но форма их более квадратная. Цвет марки в 1 цент карминово-красный, марка в 4 цента отпечатана на карминово-красной и синей бумаге, так что фактически серия состояла из трех марок.

Марки как будто походили на официальные, но были так примитивно выполнены, что почтмейстер опасался, как бы не появились фальшивые (позже мы узнаем, какое огромное количество подделок появлялось и появляется на свете). И он решил сделать то, что уже практиковалось: распорядился, чтобы почтовые чиновники, продавая марки, ставили на них свои инициалы. Инициалы ставились ранее на первых марках Гвианы (1850), представлявших неправильной формы круг. Так и на провизориях появились инициалы E.D.W. (Wight); E.T.E.D. (Dalton), C.A.W. (Waston) и W.H.L. (Lortimer).

Марки в 4 цента стоят в настоящее время очень дорого. Но самая редкая марка на свете — марка в 1 цент (существует один-единственный экземпляр). Его нашел в 1873 г. житель Гвианы, юноша Л. Вернон-Воган. Разбирая старые семейные письма, он наткнулся на конверт с маркой в 1 цент. Это был неполноценный экземпляр. Почтовый чиновник неаккуратно вырезал марку ножницами, срезал углы, так что она стала не четырехугольной, а шестиугольной. К тому же она была порядком испачкана. На марке стояли инициалы E.D.W. и почтовый штемпель «Demerara AP, 4, 1856».

Несмотря на дефекты марки, Вернон-Воган снял ее с конверта и поместил в свою коллекцию. Немного времени спустя он получил от лондонского торговца ряд марок на выбор. Они очень ему понравились, и он захотел все их купить. Но денег у него не было. Тогда юноша решил продать некоторые из своих марок, в том числе 1-центовую марку Британской Гвианы. Она ему не нравилась



из-за невзрачной внешности, кроме того, он надеялся со временем достать экземпляр лучшей сохранности. Он пошел к жившему в колонии англичанину, известному в качестве коллекционера. Англичанин не выразил сначала горячего желания приобрести марку. Но, услышав, что юноша нуждается в деньгах, он захотел этим воспользоваться и предложил за марку шесть шиллингов. Юноша по наивности и неопытности согласился. Вручая деньги, покупатель лицемерно произнес: «Мой мальчик, я иду на очень большой риск, заплатив так дорого за эту марку. Я надеюсь, что ты оценишь мое благородство». Новый владелец марки через пять лет продал ее вместе со всей своей коллекцией ливерпульскому торговцу за 120 фунтов стерлингов. Тот изъясил из коллекции гвианскую марку и продал ее все тому же Феррари за 150 фунтов стерлингов.

Марка покоилась в коллекции Феррари среди других редчайших марок. Стало известно, что она единственный сохранившийся экземпляр. Слава о ней разлетелась по всему миру, марка стала своего рода легендой.

Один из аукционов, на которых распродалась коллекция Феррари, был самым напряженным в истории филателии. На него собрались многочисленные филателисты из всех стран мира. Борьба за гвианскую марку шла между двумя «гигантами» — эльзасским табачным магнатом М. Бюрру и американским миллионером А. Хиндом, которого представлял один лондонский торговец. Победил Хинд, уплативший за марку 7343 фунта стерлингов.

Хинд умер в 1933 г. В своем завещании он распорядился, чтобы его коллекция была продана с аукциона в пользу наследников. Но вдова миллионера утверждала, что он подарил ей гвианскую марку, поэтому она не входит в наследство. Дело в том, что госпожа Хинд на самых роскошных балах появлялась с медальоном, в котором находилась редкостная марка. Вряд ли это было красиво, но зато медальон стоил дороже бриллиантов. Начался длительный судебный процесс между вдовой и остальными наследниками, который в конце концов выиграла вдова... В 1935 г. марка вновь появилась на аукционе в Лондоне. Предложенная за марку цена в 7500 фунтов стерлингов показалась вдове миллионера слишком маленькой. Разговоры о продаже велись в Англии и США несколько лет. Наследнице спешить было некуда. Только в 1940 г. марку продали, причем покупатель потребовал, чтобы его имя осталось неизвестным. Неизвестна и сумма, которую получили за марку. Однако всеведущие журналисты сооб-



чили, что цена эта равна 100 000 долларов и что крохотный, измазанный кусочек бумаги хранится в особом стальном сейфе, возле которого днем и ночью дежурят два сыщика с автоматами.

Во время судебного процесса, который вели из-за марки, дал знать о себе некогда юный, а тогда седой уже человек, нашедший много лет назад марку, — Воган. Он писал: «Люди спрашивают меня, каково мое настроение. Но я теперь совсем не думаю об этом деле и не испытываю поэтому никакого разочарования и никакой печали. К чему это?» Что

же, хорошо, что Воган так философски мыслит.

Марка Британской Гвианы, послужившая образцом для провизория, также относится к редчайшим.

Есть еще одна очень редкая марка, хотя она и не может равняться с «Синим Маврикием» или «Одноцентовой Гвианой». История ее очень забавна.

В 1860 г. для английской колонии Нью-Брансуик (позже ставшей одной из областей Канады) выпустили серию марок. На самой ходовой из них, в 5 центов, был портрет королевы Виктории.

Уже на следующий год пришлось просить о досылке этой марки.

Путь из Лондона до Нью-Брансуика в те времена был долог, и местный почтмейстер Чарльз Коннелл решил пока что изготовить недостающую марку на месте. Так он и сделал. Марка по рисунку походила на прежнюю, но вместо портрета королевы тщеславный почтмейстер решил дать на ней изображение собственной бородатой физиономии.

Марка пошла гулять по свету, но это продолжалось всего пять дней. Более высокие власти колонии сочли такую марку незаконной. В результате почтмейстер должен был подать прошение об отставке и возместить расходы по выпуску марки.

Напечатанные марки сожгли. По другим сведениям их отдали Коннеллу, и он раздаривал их своим гостям.

В настоящее время марка стала большой редкостью.

Много еще есть филателистических редкостей. О них можно написать больше страниц, чем во всей этой книге. В наших коллекциях такие марки не появятся. Им место, как мы сказали, в музеях. Не сумма, заплаченная за марку, имеет для нас значение. Мы хотим чему-то научиться, что-то узнать с помощью марок нашей коллекции, хотим, чтобы они помогли нам понимать прекрасное.

Но еще об одной редчайшей марке хочется все же рассказать. Это русская марка городской почты Тифлиса (ныне Тбилиси, столицы Грузинской ССР). Существование этого конкурента марки Post office и других редкостей замалчивается филателистической литературой капиталистических стран, поэтому марка совершенно неизвестна большинству коллекционеров, даже таким, которые могут целыми часами рассказывать

о заморских редкостях. Впервые в печати с сообщением о тифлисской марке выступил К. К. Шмидт. Архитектор Шмидт был крупнейшим коллекционером русских марок, автором ряда интересных статей по филателии. Впоследствии уехал за границу. Свою богатейшую коллекцию он завещал Берлинскому музею. Шмидт редактировал русский раздел всемирно известного в свое время справочника «Handbuch Kohl». Хотя слухи о тифлисской марке ходили уже с 80-х годов прошлого столетия, может быть даже раньше, только за несколько лет до первой мировой войны было отыскано всего три экземпляра, и до настоящего времени достоверно не известно, сохранились ли еще.

Марка была выпущена в ноябре или декабре 1857 г. и имела хождение только до 1 марта 1858 г.

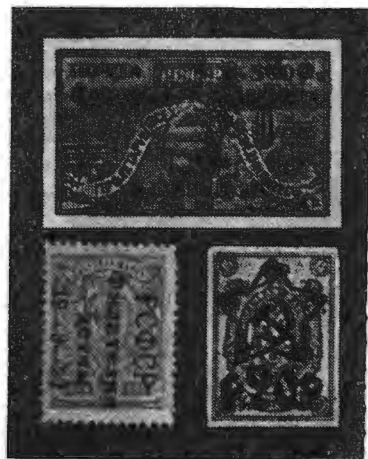
Она выполнена бесцветным рельефным тиснением, на желтоватой бумаге, рисунок очень четок и ясен. На обороте густой слой также желтоватого цвета.

Буржуазная филателистическая пресса подняла шум вокруг тифлисской марки, пытаясь доказать, что это земская или частная марка. Однако это не так. Земская почта в 1857 г. еще не существовала, а на Кавказе ее вообще не было. Выпусков частных марок в России также не было. Таким образом, марка города Тифлиса является официальной государственной маркой — такой же, как городская почтовая марка Санкт-Петербурга 1863 г. Это в конце концов должны были признать и за границей.

Марка, очевидно, была аннулирована с 1 марта 1858 г., когда на Кавказе, а следовательно и в Тифлисе, появились общеимперские штемпельные конверты и марки.

За сорок с лишним лет со дня появления первых советских марок многие из них стали очень редкими. Если бы кто захотел сегодня составить коллекцию из всех наших марок, то задача была бы более чем трудной. Многих марок достать не удастся. Есть несколько и таких марок, которые встретишь далеко не во всех даже самых лучших коллекциях. И все же может случиться, что такая марка вам попадется.

Вот совсем неказистая на вид желто-оранжевая марка царской России достоинством в 1 копейку (выпуск 1909—1918 гг.). В 1922 г. она появилась с надпечаткой «РСФСР. Филателия — детям. 19—8—22». Эта марка





(как с зубцами, так и без зубцов) в настоящее время большая редкость.

С такой же надпечаткой были выпущены марки в 2, 3, 5 и 10 копеек. Все марки этой серии продавались только на Московском почтамте и только один день. Их нелегко достать.

Не блещут внешним видом и дореволюционные марки с послеоктябрьской надпечаткой звезды и новой стоимости в рублях. Надпечатка была сделана в 1922—1923 гг. Такие марки есть, наверное, у всех коллекционеров, даже начинающих. Но беззубцовая марка достоинством в 15 копеек с надпечаткой «20 руб.» является редчайшей. Она в 2000 раз дороже, например, чем та же марка с надпечаткой «40 руб.».

В 1923 же году на марках выпуска 1921—1922 гг. сделали надпечатку «Филателия — трудящимся. 1 мая 1923 г.» с ценой «2 р+2 р.» или «4 р.+4 р.». Надпечатка делалась при помощи золотого, бронзового и серебряного порошка. Марка с надпечаткой серебром — одна из самых редких советских марок.

Большая редкость — марки консульской почты, о которых мы уже упоминали. Самая ценная из них — 50-копеечная с надпечаткой «1200 герм. марок».

Каждый коллекционер мечтает о редкостной марке с портретом летчика Леваневского, имеющей надпечатку «Перелет Москва — Сан-Франциско через Сев. полюс 1935». Марка, на которой сделана надпечатка,

входит в коммеморативную серию, выпущенную в 1935 г. в связи со спасением людей, высадившихся на льды после гибели ледокола «Челюскин».

Если присмотреться внимательно к марке с портретом Леваневского, то можно заметить одну интересную подробность. На всех остальных марках с портретами летчиков (Ляпидевского, Доронина, Каманина и др.) под портретом изображены две лавровые ветки — символ славы. А под портретом Леваневского — лавровая и пальмовая ветки. Известно, что пальмовая ветвь — это нередко знак траура. Конечно, художник, нарисовавший марку, не мог заранее знать, что судьба летчика Леваневского будет трагической и он погибнет при перелете через Северный полюс. Конечно, это случайное совпадение, но изображение оказалось как бы пророческим.

В 1939 г. вышла серия марок, посвященных новой Москве. Достать эти марки сейчас не просто, но большой редкостью они не являются.

Все марки серии напечатаны на меловой, блестящей бумаге. Лишь марка в 30 копеек (с видом библиотеки им. В. И. Ленина) была в очень небольшом количестве отпечатана и на простой бумаге. Такая марка —

одна из самых редких наших марок. Ее труднее достать, чем «марку Леваневского» или марку с серебряной надпечаткой.

Коллекционер должен с величайшим вниманием и осторожностью относиться ко всякой марке. Не одна редчайшая марка погибла из-за того, что попала в руки незнающего, неопытного, а то и легкомысленного человека. Вот о каком, например, случае рассказал один румынский филателист в 1958 г.

В маленькую деревню после окончания университета приехал молодой учитель. Жизнь здесь показалась ему скучной, особенно по вечерам. Тогда он решил заняться коллекционированием марок. По примеру учителя коллекционерами стали и многие его ученики.

Однажды девочка-соседка рассказала ему, что у нее есть ящик, где много лет лежат старые письма и другие бумаги дедушки, бывшего прежде бургомистром. Учитель с ужасом услышал, что бумаги, письма и конверты из ящика уже долгое время служили для растопки печи.

— Вот только позавчера, — сказала девочка, — я нашла в ящике бумагу, на которой была наклеена картинка с отвратительным рогатым быком. Он был такой страшный, что я сразу бросила его в огонь.

Учитель просто онемел от горя. Неужели это была знаменитая «голова зубра»?

Девочка рассказала, что картинка была круглая, не то синяя, не то зеленая, и буквы на ней совсем не такие, какие она учила в школе, а под злым быком был нарисован рог — ну, совсем такой, в который трубит наш пастух, когда по утрам сзывает коров.

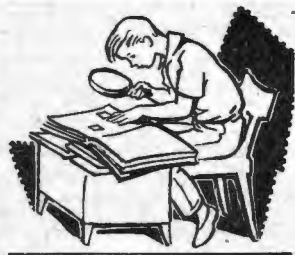
Сомнений не было — в огонь бросили редчайшую молдавскую марку 1858 г. (Румыния). Драгоценный памятник истории, частицу культурного наследия молдавского народа уничтожили по недоразумению.

Горестным показался этот день учителю, он хорошо знал, какая понесена потеря. Может быть, она не была единственной...

Но бывает и по-другому. В 1884 г. нью-йоркский тряпичник Джон Харкинс, разбирая кучу старой бумаги, нашел старый конверт с коричневой маркой. На ней был текст: «Brattleboro, V. T. p. o. 5 cents». Харкинс слышал, что есть люди, собирающие марки. Он пошел к одному из них и услышал: «Даю за нее 300 долларов». Харкинс подумал, что его собеседник не в своем уме и поспешно, не считая, сунул деньги в карман. Но покупатель не прогадал — это была почтмейстерская марка 1846 г., которая известна лишь в восьми негашеных экземплярах. Один из ее обладателей оценивал свой экземпляр в 1000 долларов. Такую марку жаждали иметь самые известные английские и американские коллекционеры, даже сам Ротшильд. А гашеной марки на конверте (в те времена предпочитали гашеные марки) не было ни у кого.



МАРКИ С ПОДВОХОМ



Есть на свете немало марок, которые совсем не редки, их сплошь и рядом можно увидеть в альбомах коллекционеров. На первый взгляд они ничем не выделяются, а приглядишься — так они порой интереснее самых редких марок. Это марки с подвохом, в которых скрыт, подчас очень хитро, тайный смысл.

В июле 1903 г. после убийства сербского короля Александра на марках с его портретом сделали надпечатку в виде государственного герба, а в 1904 г. были выпущены новые марки — с портретами родоначальника династии Карагеоргиевичей и нового короля Петра I.

Марки выполнил парижский гравер Е. Мушон. Однако их вскоре изъяли, так как оказалось, что в штрихах рисунка, если смотреть на марку в перевернутом виде, можно увидеть лицо Александра. Выяснилось, что его мать ездила в Париж и имела встречи с Мушоном в то время, когда он гравировал марку. Правда, физиономия, которая как будто выступает на марке, очень отдаленно напоминает Александра. Поэтому не без основания предполагают, что вся эта история раздута марочными торговцами, которые заработали немалые деньги из-за резкого увеличения спроса на эту марку, получившую название «марка смерти».

Торговцы в целях наживы готовы использовать любой случай. Немалые деньги заработали они на крови и слезах во время Балканской войны 1912—1913 гг. Используя возросший интерес к балканским маркам и трудности их получения в связи с военными действиями, даже весьма солидные торговые фирмы сбывали свои запасы по повышенным ценам.

В 1937 г. в Австрии к Новому году вышла безобидная на вид марка. На ней художник изобразил вазу с цветами. Если приглядеться внимательно к нежным розам, то из них неожиданно выльнет физиономия Гитлера. Так появилась на свет «гитлеровская марка», предвещница многих тяжелых событий в истории Австрии и всего человечества.

О проделке австрийских приверженцев Гитлера вспомнили совсем недавно их единомышленники, надежно укрывшиеся под крылышком не-

мецких реваншистов. Вот что писал в январе 1965 г. корреспондент «Правды» из Бонна:

«Я зашел на почту купить марки для поздравительных писем к Новому году.

— Дайте что-нибудь из последних серий,— попросил я.— Среди моих знакомых есть филателисты.

— Получайте свеженькую серию «Немецкая архитектура XII века». Она сменяет «Великих немцев»,— почтовый чиновник протянул конвертик и вежливо пожелал счастливого Нового года.

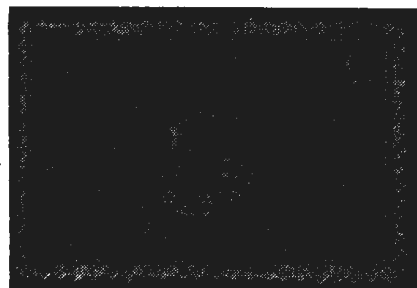
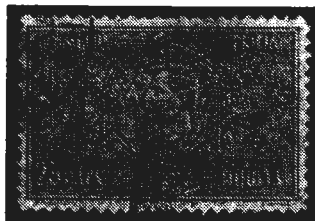
Дома ждала меня кропотливая работа. Адрес, марка — готово, новый адрес, еще марка... Но тут мой взгляд упал не на массивные дворцовые ворота с башней XII века, а на что-то слева от башни. Штрихи вырисовывали чью-то физиономию. Правда, сверху какой-то цилиндр, но черты явно не средневековые. Пробор на боку и углом прилизанная ко лбу прядь волос, на верхней губе усики. Да это же Гитлер! Вот уж действительно новая серия, да еще на смену серии «Великих немцев». Наутро я прочел в газетах, что «следы» фюрера обнаружены и на одной из марок другой серии».

Бывает, что художник скрытно помещает на марке не изображение, а какой-либо текст.

В 1913 г. в Турции вышла коммеморативная серия очень красивых марок. На марке в 10 пара под строкой «Оттоманская почта» дана полоска орнамента. Прошло два года, и какой-то почтовый чиновник заметил, что орнамент состоит из очень маленьких армянских букв. Хотя это был перевод на армянский язык строки «Оттоманская почта», художника арестовали и выслали на пустынный остров, где он и умер в изгнании.

Есть марки, на которых, как их ни верти, не найдешь ни замаскированной физиономии, ни тайной надписи. Их рисунок ясен и носит совершенно невинный характер. И все же он послужил целям, не имеющим ничего общего с филателией.

В 1902 г. в американском конгрессе обсуждался вопрос о финансировании строительства Панамского канала. Страсти разгорелись вокруг того, где его проложить: через Панамский перешеек или через Никарагуа. Мномомиллионный заказ старались получить дельцы разных стран. За два года до этого в той местности Никарагуа, где предполагалось провести канал, произошло сильное извержение вулкана Момотомбо, полностью раз-



рушившее верфь, расположенную у его подножия. И вулкан и верфь изображены на никарагуанской марке, выпущенной в том же 1900 г. Тогда один французский инженер, действовавший в интересах тех, кто добивался постройки канала в Панаме, купил 96 таких марок и послал по марке каждому сенатору. Результат не замедлил сказаться. Даже приверженцы проекта канала через Никарагуа заколебались. Во время голосования большинство поддержало панамский вариант. Таким образом, при решении вопроса большой важности роль энергичного агитатора сыграли крохотные кусочки раскрашенной бумаги.

Строительство Панамского канала всем хорошо известно — и сегодня словом «Панама» называют грандиозное мошенничество.

Многие пограничные споры, борьба за ту или иную территорию между соседними странами, велись при помощи почтовых марок. Иногда эта «марочная война» превращалась в настоящую — лилась кровь, гибли люди.

Венесуэла не хотела признавать границу между нею и Британской Гвианой и попыталась этот спор решить при помощи почтовой марки. В 1896 г. на марке, выпущенной к 80-летию со дня рождения генерала Миранды, Венесуэла единым махом включила всю западную часть Гвианы в состав своей территории. Англичане были возмущены, и Венесуэла принесла извинение за «ошибку художника». Тем не менее начались переговоры, в ходе которых Венесуэла выговорила значительную часть спорной территории, «ошибочно» захваченной на марке.

В 1900 г. на марке Доминиканской Республики граница с соседней Республикой Гаити была дана западнее действительной. Так как в течение многих лет Доминиканская Республика и Гаити были на ножах из-за пограничных областей, правительство Гаити усмотрело в такой марке вызов и потребовало изъятия марки. Под угрозой открытия военных действий Доминиканской Республике пришлось согласиться. На марках, выпущенных Гаити в 1929 г. и Доминиканской Республикой в 1929 и 1935 гг., граница уже согласована.

Яблоком раздора между Аргентиной, Боливией и Парагваем являлась пограничная область Гран-Чако, покрытая почти вся травянистыми степями и болотами. Аргентина не возражала против проведения границы по Гран-Чако, но Боливия и Парагвай высказывались против. Горючим материалом для долго тлеющего пожара оказались почтовые марки.



В 1928 г. Боливия выпустила марку с географической картой, где границы спорной области были отодвинуты в пользу Боливии, а сама область названа «Боливианское Чако»: Боливия хотела отплатить той же монетой Парагваю, на марке которого в 1927 г. границы Гран-Чако были произвольно отодвинуты. Но когда в 1930 г. Боливия повторила выпуск марки с «Боливианским Чако», в Парагвае энергично запротестовали, и в 1932 г. появилась специальная серия с изображением спорной, северной части области. На марке не только была надпись «Северное Чако Парагвая», но и лозунг: «Было, есть и будет парагвайским». Мирным путем спор решен не был. Вспыхнула война, длившаяся с 1932 по 1935 г. Боливия войну проиграла, Парагвай занял спорную область — его марки также остались в силе.



Более мирный «спор на марках» ведут с 1933 г. Аргентина и Великобритания из-за территории Фолклендских островов. Спор продолжается и по сей день. Известно, что Аргентина никогда не признавала права Великобритании на эти острова, так как на них еще с 1800 г. появились аргентинские поселенцы. Когда в 1933 г. Великобритания выпустила юбилейное издание «100 лет британской колонии» с картой островов, аргентинское почтовое ведомство объявило своеобразную войну, от которой безвинно страдали получатели писем: все письма с такой маркой, приходившие в Аргентину, считались неоплаченными. В пикку Великобритании Аргентина в 1936 г. выпустила марку, где Фолклендские острова были закрашены коричневой краской, как и вся территория Аргентины. Великобритания потребовала изъятия марки. В 1937 г. Аргентина изменила рисунок марки, но злополучные острова вновь были обозначены как аргентинские.

Можно назвать еще не одну марку, где нашли отражение территориальные споры, причем иногда из-за кусков земли, которые по существу никому не нужны, например из-за Антарктики — безлюдных, покрытых вечными льдами, иногда толщиной в километр, областей, где почти весь год бушуют ураганные ветры. В 1947 г. появились как в Аргентине, так и в Чили, специальные марки с одним и тем же сектором Антарктики. Чили назвала его даже «Чилийской Антарктикой».

Географические карты вообще дело очень ответственное. Малейшая неточность на них часто приводит к конфликтам и дает повод к незаконным притязаниям. Впрочем, бывает, что конфликты ликвидируются быстро. В 1961 г. в Италии появилась марка в честь визита ее президента в Перу. Посол Перу в Риме заявил протест, так как на марке не были обозначены перуанские области района Амазонки. Марку срочно заменили другой, исправленной.

ВНИМАНИЕ, ПОДДЕЛКА!

Многочисленна семья почтовых марок. Сколько в ней больших и маленьких, красивых и некрасивых, знаменитых и «бедных» родственников! Но есть, к сожалению, у этой семьи очень много ложных родственников, назойливо пытающихся в нее проникнуть. Это — фальшивые, поддельные марки, которые появились почти одновременно с настоящими.

Посмотрите любой заграничный каталог марок — нет ни одной более или менее редкой (а иногда и нередкой) марки, чтобы рядом с ней не стояло примечание: «Внимание, подделка!», «Масса подделок», «Опасные подделки», «Подделки кипят» и т. д.

Подделывают всё: марки, зубцовку, водяные знаки, надпечатки, штемпеля гашения и т. д. Химическим способом, например, карминовую или розовую марку превращают в коричневую, а красную, оранжевую и желтую — в розовую, зеленую — в серую и т. д.

Еще в 60-х годах прошлого века фальсификаторы набили руку на превращении баденской марки в 9 крейцеров (выпуск 1851 г.), которая печаталась на розовой бумаге, в редкую марку того же достоинства, отпечатанную на белой бумаге. Для этого нужен был только слабый раствор кислоты.

Особо широко применялась подделка надпечаток и штемпелей гашения. Гашеная фальшивая марка более походила на настоящую, и ее легче было сбыть. Кроме того, часто гашеная марка стоила во много раз дороже негашеной, например: гашеная баденская доплатная марка в 12 крейцеров (1862) стоит в 500 раз дороже негашеной, а какая-нибудь надпечатка на марке увеличивает ее стоимость в 400 раз.

Однажды в Вене во время работ на обводном канале Дуная землечерпалка извлекла из воды коробку с большим количеством приспособлений для подделки марок, и особенно фальшивых штемпелей. Стальных и каучуковых штемпелей было до сотни. Установили, что эти «орудия производства» принадлежали одному граверу, который некоторое время назад скрылся из города. Все приспособления для подделки переданы в Венский полицейский музей, где уже имелась целая коллекция предметов для изготовления филателистических фальшивок.

К сожалению, за границей многие торговцы продают заведомые подделки, наживая огромные деньги, так как покупают фальшивый «товар» с большой скидкой.

Марки подделывают с двойной целью — для обмана почтовых учреждений и для обмана коллекционеров.

Почтовая марка — денежный знак. Поэтому поддельные марки, имеющие хождение, можно наклеить на письмо, можно ими расплатиться вместо денег (в некоторых странах мелкие суммы можно вносить марками). Но много на этом деле не заработаешь, да к тому же почтовые ведомства обычно быстро нападают на след таких подделок. Поэтому подделки в ущерб почте относительно редки.

В Германии в 1902 г. имела место чрезвычайно значительная подделка марок в 10 пфеннигов. Интереснее всего то, что специалисты при экспертизе изъятых марок признали их фальшивыми, а почтовое ведомство утверждало, что они подлинные.

В 1879 г. в Англии была раскрыта самая большая в ее истории подделка марок в ущерб почте. Трудно даже установить, как много курсирующих марок в 1 шиллинг было подделано и продано. По приблизительной оценке почты ей был нанесен ущерб до 50 000 фунтов стерлингов.

Марки в 1 шиллинг имели слишком большую нарицательную стоимость для использования на письмах. Их употребляли преимущественно на лондонской бирже для оплаты телеграмм. Здесь они без труда находили покупателей. Поддельные марки на бирже продавал почтовый чиновник, поэтому фальсификаторы чувствовали себя в безопасности.

Любопытно, что это чрезвычайное дело было открыто лишь спустя 25 лет благодаря наблюдательности одного молодого торговца марками. Отклеивая от конвертов со штампом почтового бюро лондонской биржи марки в 1 шиллинг, он заметил, что многие из них отпечатаны на бумаге без водяного знака. Он понял, что марки фальшивые. Этот случай известен под названием биржевой аферы.

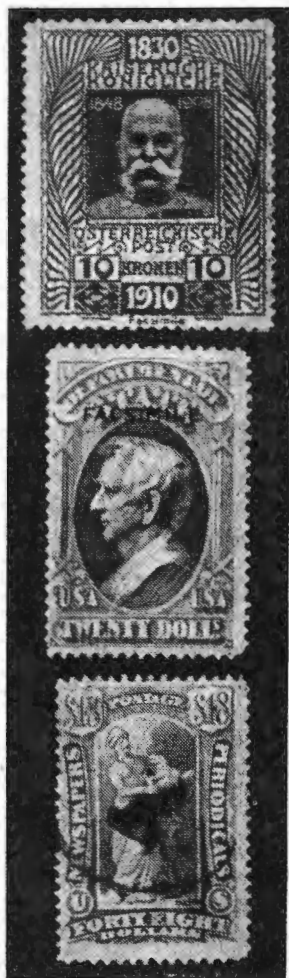
Во Франции самый значительный случай подделки курсирующих марок имел место в 1923 г. Была подделана расходящаяся в большом количестве марка в 25 сантимов с изображением сеятельницы. Ее сбывали через табачные лавочки, где во Франции преимущественно покупаются марки. Фальсификаторы вели роскошный образ жизни на Ривьере, оплачивая счета целыми листами своих фальшивок.

Основная масса подделок — редкие и особо любимые марки. Фальсификаторы (не назвать ли их «фальшивомарочниками» за компанию с фальшивомонетчиками?) пользуются тем, что миллионы филателистов хотят иметь в своей коллекции редкие марки, причем одни неопытны, а другие не очень-то хотят разбираться в предлагаемом товаре, лишь бы выгодно купить какую-нибудь «редкость» и хвастаться перед теми, кто ценит марку по количеству нулей в цифре, указанной за нее в каталоге.

Нужно, правда, отметить, что подделываются марки чрезвычайно искусно. Когда шведский коллекционер Э. А. Вилкштром, 27 лет коллекционирующий поддельные марки, захотел продать свою коллекцию, оказалось, что половина его собрания состоит из подлинников. Вместе с тем на филателистическом рынке имеется масса столь примитивно сделанных подделок, что определить их может даже не очень опытный коллекционер. Особенно заметна фальсификация, когда редкие марки, выполненные гравюрой, подделываются при помощи литографии¹.



¹ О способах печати марок мы скажем в следующей главе.



Среди огромного числа значительных и весьма значительных фальсификаторов есть свои знаменитости, имена которых известны филателистам всего мира. Мастерами своего дела были Франсуа Фурнье в Женеве и Жан де Сперати в Париже.

Фурнье появился на горизонте в 1891 г., когда вместе с компаньоном открыл небольшое художественное ателье. Он действовал сначала не как фальсификатор, а как честный «копиист» и копировал марки так же, как художник копирует редкую картину. Свои копии он демонстрировал на различных выставках и не только бывал награжден почетными дипломами, но в 1896 и 1898 гг. выступал в качестве эксперта. Постепенно искусный художник превратился в фальсификатора. Он сам говорил, что торговцы стали сбывать его копии как подлинники и имели такой успех, что все время требовали их все больше и больше. Тогда он стал выдавать подделки за настоящие марки. Бесчисленное количество людей было обмануто, он же нажил целое состояние.

Еще сегодня даже в лучших коллекциях найдутся подделки Фурнье, и никому не приходит в голову, что это фальшивки. Рассказывают, что сам Фурнье не раз покупал свои подделки как подлинные марки. Еще больше подделал Фурнье надпечаток и штемпелей.

Для зарубежных нравов характерно то, что Фурнье считал себя обычным предпринимателем. В ответ на обвинения в подделках он начал издавать журнал «Le fac-simile» и даже издал прејскурант своих факсимиле. После смерти Фурнье Британская филателистическая ассоциация за огромные деньги купила все остатки фальшивых марок и клише, с которых они печатались. Все было уничтожено. Изготовили лишь 100 альбомов («Фурнье — факсимиле альбомы»), которые разослали в филателистические общества разных стран, в том числе и России. Ставшие большой редкостью, альбомы служат незаменимым подсобным материалом для экспертов.

По созвучию с именем Фурнье вспоминают имя другого, менее известного фальсификатора — француза Жоржа Фуре. Он появился в 1875 г. в Берлине. Его профессия была скромной — домашний учитель. Будучи филателюстом, он через три года основал газету «Berliner Illustrierte Briefmarken-Zeitung», из которой позже возникла «Deutsche Philatelisten-Zeitung». Опытный филателюст, большой знаток этого дела, он использовал свой авторитет для распространения фальшивок. Фуре ско-



ро разоблачили. Окончилась его карьера и как издателя и как талантливого автора.

Главной специальностью Фуре была подделка видоизменений разных марок. Много его подделок оказалось в коллекции Феррари.

После разоблачения Фуре бежал в Париж, где и умер в нищете в 1902 г. После его смерти «London Philatelist» писал, что, если бы Фуре не стал фальсификатором, он вошел бы в историю как один из самых значительных филателистов.

Известнейшим фальсификатором был Жан де Сперати, итальянец по происхождению. Это был «мастер своего дела». Во Франции, где он очутился после весьма сомнительных житейских походов, Сперати посвятил себя искусству — живописи, рисунку, гравюре — и достиг такого совершенства в технике, что ему удавалось воспроизводить «как живые» самые драгоценные марки. Опытнейшие эксперты удостоверяли своими знаками гарантии подлинность марок, а это были подделки. (Следует отметить, что и подделку знаков экспертов фальсификаторы не обошли своим вниманием.)

Сперати утверждал, что его произведения нельзя рассматривать как подделки.

Он считал себя настоящим художником, который лишь хочет помочь коллекционерам и предлагает им факсимиле для заполнения в альбомах пустующих мест, предназначенных для редких марок.

В конце концов этот «художник» поплатился годом тюремного заключения и денежным, весьма умеренным штрафом.

Три человека, три человеческих судьбы. Люди разные, а дорожка, по которой они пошли, одинаковая. Деньги, деньги во что бы то ни стало — таков закон капиталистического мира. И талантливый художник, и ученый-исследователь становятся мошенниками.

Насколько ловко действуют фальсификаторы, показывает следующий случай. Однажды к торговцу марками пришел человек и предложил купить у него маленький, грязный альбом с марками старых выпусков. «Он достался мне в наследство от отца», — сказал посетитель. Почти все марки были повреждены. У некоторых недоставало углов или зубцов, были и другие дефекты. Лишь одна очень редкая марка была в великолепном состоянии. Зная стоимость этой редкости, торговец купил коллекцию, уплатив за нее немалые деньги. Он считал, что сделал неплохое дело.



Через несколько недель состоялось собрание марочных торговцев области. Торговец рассказал коллегам об удачной покупке. «Как? И ты дешево купил редкую марку?» — спросили его другие. Оказалось, что каждый из них купил альбом с редкой маркой — увы, фальшивой. Продавца разыскать не удалось. Разбогатев от ловкой проделки, он скрылся, не оставив следа. Одураченные торговцы заплатили большие деньги за клочки бумаги, не имеющие подлинной ценности.

Наводняют филателистический рынок за рубежом и так называемые «фантастические» или «надувательские» марки, выпускаемые ловкими спекулянтами под видом государственных. Самая забавная афера подобного рода произошла еще в 1897 г. В одном из шикарных парижских отелей появился важный господин, сопровождаемый многочисленными слугами, лакеями, а также министрами. Корреспондентам газет объявили, что это король Седанга Марий I, приехавший в Париж просить защиты у французского правительства. Королевство Мария I, находящееся на берегу Китайского моря, захватили англичане.

Слуги отеля стали находить в мусорных корзинах много конвертов с красивыми пестрыми марками. На них стояло слово «Седанг». Один находчивый слуга поспешил с конвертами к марочному торговцу, и скоро к королю зачастили посетители, просившие передать им исключительное право продажи марок его страны. Король милостиво направил их к «премьер-министру». С каждым из торговцев был заключен соответствующий договор. За большие деньги торговцы купили целые листы марок, щедро предложенных министром. Они охотно заплатили, сколько с них запросили, — предвкушались немалые барыши. Некоторым торговцам особенно повезло: они купили специальную коллекцию — с особо роскошными экземплярами, с ошибками печати и разновидностями.

Сделка была совершена. Деньги уплачены. А затем король, его министры и слуги исчезли. Покупатели, которым торговцы за высокую цену стали предлагать приобретенные марки, поинтересовались, где же находится королевство Седанг. Оказалось, что его не существует. Торговцы поняли, что стали жертвой хорошо разыгранного обмана. Мошенником оказался служащий морского ведомства Луи Давид, много лет проживший в Лаосе, в горной местности, носящей название Седанг.

Особо охотно спекулянты изготавливают надувательские издания всяких экзотических стран, снабжая марки фантастическими надписями, которые не разбирающиеся в неевропейских языках покупатели принимают за японские, китайские, малайские и т. д. Сравнительно недавно, в 1955 г., была проведена столь же ловкая операция с марками «Республики Малуку-Селатан». Эти великолепные марки с пестрыми тропическими бабочками и цветами были изготовлены в государственных типографиях Австрии и частично США по заказу группы богатых дельцов. Для порядков капиталистического мира весьма показательны то, что го-

сударственное учреждение приняло заказ на изготовление ценных бумаг (а таковыми являются почтовые марки) и выполнило его, не поинтересовавшись в правомочности заказа и особенно заказчиков.

А сколько приютилось в альбомах коллекционеров фантастических марок, будто бы выпущенных эмигрантскими правительствами или белыми армиями, вроде армий Врангеля, Колчака и прочих белогвардейцев. Только очень немногие из таких марок были выпущены в действительности.

Ловкие спекулянты не могли не использовать огромный спрос на советские марки в первые годы после Великого Октября. Появилась масса фантастических изданий.

Достать советские почтовые марки было негде, ибо связь с революционной Россией была трудной, к тому же с 1919 по август 1921 г. почтовые услуги в России были бесплатными. А упустить покупателей торговцу душа не позволяет. Заработали тайные типографии в Стамбуле, Вене, в городах Италии, Франции, Германии. Старались все — от 14-летней девочки, печатавшей фантастические марки Азербайджана, до солидной итальянской фирмы Марко Фонтано, напечатавшей и распространившей по всему свету фантастические марки Одесского Помгола (Комитета помощи голодающим).

О всей этой марочной макулатуре кричали рекламные бюро и журналы. Торговцы зарабатывали огромные деньги. Марко Фонтано учел исключительную любовь трудящихся всего мира к В. И. Ленину. Первые в мире почтовые марки с его изображением вышли из рук Фонтано. В Советском Союзе при жизни Владимира Ильича такие марки не увидели света. Как передавал корреспондент американской газеты, когда Ленину показали пробные марки с его портретом, он сердито сказал: «Вы думаете, что мне, как раньше царю, хочется иметь свое изображение на марках Российской республики?»¹. По распоряжению Владимира Ильича пробные марки вместе с клише были уничтожены. Ни одного экземпляра в Советском Союзе не сохранилось.

Первые марки с портретом В. И. Ленина поступили в обращение 27 января 1924 г. в 16 часов — в день и час его похорон. Серия этих траурных марок была выполнена за очень короткий срок. Марки не имели зубовки, лишь через несколько дней поступил на почту вариант с зубовкой.

Серия состоит из четырех одинаковых по рисунку марок в 3, 6, 12 и 20 копеек. Автор марок — художник И. Дубасов.



¹ «Советский филателист», 1924, № 2, стр. 27.



Существуют три варианта их рисунка: с узкой, средней и широкой красной рамкой. Самая редкая — марка в 3 копейки, с узкой рамкой (размер рисунка с рамкой — 20×25 миллиметров). Редка такая же марка в 20 копеек...

...Марки — тоже деньги. Поэтому в «свободном» мире из-за них совершаются преступления и более тяжкие, чем подделка. Вот сообщения газет за последние годы: в предместье Торонто (Канада) украдена коллекция марок, стоимость которой более 100 000 фунтов; ночью в центре Копенгагена ограблен большой магазин, занимающийся продажей почтовых марок. По заявлению полиции, ограбление совершено ворами-профессионалами, отлично разбирающимися в филателии. Им удалось похитить наиболее ценную коллекцию марок.

Не так давно в Лондоне, на Стрэнде — одной из центральных улиц города, где сосредоточена марочная торговля, — группа налетчиков ограбила филателистический магазин, похитив из его сейфов полтора миллиона марок, в том числе и весьма редких, на общую сумму в 250 тысяч фунтов стерлингов. Это крупнейшая в мире кража марок. В числе похищенных лист из 106 новозеландских марок, на которых по недосмотру не напечатана цена.

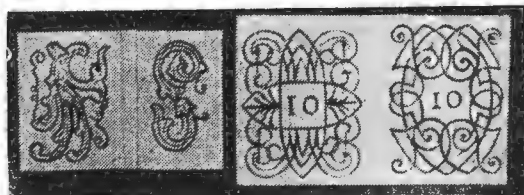
Мы знаем, какие бешеные деньги готовы платить за подобную макулатуру некоторые коллекционеры. Лист оценивается в 10 тысяч фунтов стерлингов.

Грабителям достались и две канадские марки, выпущенные в связи с открытием морского пути по проливу Святого Лаврентия: их расценивают по 700 фунтов за штуку.

Пострадавшая фирма «Бринджер энд Кей», как водится на Западе, объявила вознаграждение в 5 тысяч фунтов за поимку преступников, а полиция опубликовала в прессе детальный обзор с места преступления. Из него следует, что грабители работали профессионально, вскрыли сейфы автосваркой и во время «работы» угощались пивом, взятым из холодильника, находившегося в холле магазина.

Сбыть похищенные марки, особенно редкие, в самой Англии очень трудно. Все филателистические магазины были предупреждены, а в портах и на аэродромах страны усилен полицейский и таможенный надзор. Однако не без основания утверждают, что все марки еще до грабежа были проданы иностранному посреднику, который переправит их подальше от Лондона, вероятнее всего в Америку.

Похищались не только коллекционные марки. В 1883 г. на Кубе, бывшей в те времена испанским владением, украли огромное количество марок в 5, 10 и 20 сентавос. Почтовое ведомство принуждено было дать на оставшихся марках специальные, очень сложные надпечатки. Только марки с надпечатками признавались годными для оплаты писем.



В 1889 г. в Персии (нынешний Иран) при смене министров один из них, уходя в отставку, прихватил с собой большое количество марок всяких номиналов. Правительству пришлось на оставшихся марках дать надпечатку в виде фиолетовых арабесок.

Как видите, грабители и взломщики иногда оказываются опытными филателистами. Возможно, в свободное от «работы» время они подвизаются как специалисты в каких-нибудь добропорядочных обществах коллекционеров.

Любовь грабителя к маркам обыграл карикатурист немецкого филателистического журнала. Во взломанной кассе оказались не только деньги, но и альбом с марками. Грабитель так увлекся ими, что забыл обо всем на свете.

Марки и сделки с совестью, марки и преступления — нерадостная картина. Чтобы заполучить желанную марку, не останавливаются ни перед чем. В Париже в 1892 г. был найден убитым в своей квартире бо-





гатый рантье Гастон Леру, известный коллекционер, который особенно интересовался экзотическими марками. Это был загадочный случай. У Леру не было врагов, кроме того, деньги и драгоценности оказались нетронутыми.

Случайно расследовал дело инспектор полиции, который сам был филателистом. При осмотре рабочей комнаты убитого он натолкнулся на альбом с марками и увидел, что с одной из страниц отклеена редчайшая марка — Гавай,

2 цента, выпуска 1851—1852 гг.

Инспектор посетил всех торговцев марками. Не знают ли они, кто коллекционирует марки таких стран, как Гавай? В конце концов он узнал про некоего Гектора Жиру, страстного собирателя гавайских марок. Инспектор завел с ним знакомство и потратил много времени, встречаясь с Жиру как филателист с филателистом.

Через полгода Жиру показал ему, наконец, свою гордость — марку в 2 цента. Жиру был арестован и сознался в убийстве. Он сказал, что без этой марки не мог жить.

Страшнее всего, что марки в «свободном» мире используются порой для пробуждения даже в детских душах темных, собственнических инстинктов. Прочтите прекрасную книжку чешского писателя Франтишека Лангера «Дети и кинжал». ...Деревня Подолье в захваченной гитлеровцами Чехословакии. Сюда под видом учителя приезжает лейтенант Гельмут, ярый фашист. «Я заколол первого коммуниста, когда мне не было еще четырнадцать лет», — хвастается он полковнику.

Лейтенанту нужно выведать все о подпольной борьбе жителей деревни с оккупантами: кто в ней участвует, с кем связан, где хранится взрывчатка. И шпионами он делает детей, с дьявольской хитростью используя их увлечение марками.

«Учитель собрал с полдюжины ребят и открыл перед ними большой альбом с марками... Разумеется, сказал учитель, не каждый может завести себе альбом, но марки можно так же аккуратно и красиво наклеивать в тетрадь. На каждой странице должны быть марки другого государства. Марки бывают разной степени редкости. Самые редкие, конечно, марки далеких стран: ведь письма оттуда должны проделывать долгий путь, переплывать моря и океаны. Редки и красивы также марки, на которых изображены виды чужих стран, дикари, разные животные. Такие марки можно часами рассматривать, как иллюстрации в книге. Но собиратель получает удовольствие от своих марок, если они наклеены у него в тетради достаточно густо, если на странице нет больше пробелов. Это, конечно, сразу не дается, но каждый собиратель должен стараться, чтобы его коллекция была полной.

Учитель показывал марки и называл страны, объяснял, как распознать, откуда та или иная марка. Под конец он открыл коробку из-под сигар, которую привез вместе с альбомом, — коробка была полна марок! Для почина он подарил всем мальчикам по целой горсти».

Хитро раздувая жадность к маркам, фашист постепенно подчинял себе ребят.

«Собиратели марок забыли все остальные игры. Как только выдавался свободный час, они начинали просматривать и переклеивать свои сокровища в тетрадках. Когда они сходились вместе, то хвастались этими сокровищами друг перед другом или менялись марками. У кого оказывалась лишняя монетка, тот не ленился слетать в Кладно и купить несколько марок у филателиста.

...У мальчиков теперь в глазах горела жадность попрошаек или завистливая злоба. Они, как старые скряги, сидели на своих богатствах, подозревая всюду врагов и похитителей. Никто не замечал, что сделала новая игра в несколько дней с детьми. И они сами этого не замечали. Но мальчишеская община распалась. Бумажные четырехугольнички превратились в нечто такое, чего их община до сих пор не знала: в собственность, в личную собственность, которой каждый пользуется только для себя. До сих пор все орудия их игр были предназначены для игры общества. Мяч или «чижик» в руках одинокого мальчика был бесполезной, мертвой вещью. Он оживал только тогда, когда его владелец находил товарищей, и игра была тем оживленнее и веселее, чем больше игроков она могла собрать. Игру одушевляла дружба, а не вещи, и никакие соревнования и состязания не причиняли ей ущерба. Ты лучше в одном, а я в другом. Один быстрее бегают, а другой кидает дальше камень. Сегодня день моей победы, а завтра она достанется тебе, и каждое достижение отдельных победителей лишь пополняет и растит общую славу всей дружины».

Но учитель толкает ребят на иной путь. Они должны быть у него в руках, и он умело разжигает в них чувство собственности.

«А вот марки... Главное наслаждение в них в том, что они у меня есть, что они мои. Иметь их — вот вся радость. А цель — в том, чтобы иметь их еще больше. Если имеешь — чувствуешь удовлетворение, а если нет — можно дойти до бешенства. Никому не придет в голову одалживать их или раздавать. А вот наврать с три короба другому и как-нибудь его околпачить — в этом нет никакой подлости, ничего дурного. Ложь и коварство собственности в три дня сожрали дух бывлой товарищеской общины. Им стало безразлично все, что прежде имело такую притягательную силу. Ими безраздельно овладела одна мысль, одна страсть — иметь этих четырехугольничков побольше, как можно больше, больше всех. Они жили словно в чаду».

«Учитель» начинает не только дарить марки, но и обменивать их — сначала на марки, потом на конверты, а затем и на письма. Он убеждает ребят, что еще более ценны для собирателя письма, для которых вовсе не понадобилось марок.

«За такие письма, то есть за каждый из конвертов, учитель будет давать по двадцать, даже по тридцать марок. Разумеется, в конверте должно быть и само письмо, потому что конвертов каждый может под-

писать сколько его душе угодно. Да, так, значит, тридцать красивых марок за каждое такое письмо».

И дети несут ему письма, отыскивая их под половицами в кухне или за балками на чердаке. Все письма идут к фашисту. «Они выменивались на марки с видами острова Борнео, с крокодилами и носорогами или на марки из Ньяссы. Такая ценная награда еще более подогревала ребят. Они удваивали свои старания, и в домах не оставалось ни одного уголка, который не был бы ими тщательно обыскан».

За марки фашист заставляет детей под видом игры в сыщики наблюдать за всей деревней, доносить ему, кто приходит в Подолье, кто куда уходил, какие номера были у автомобилей, которые здесь останавливались. Он разузнает, можно ли пройти под землей из заброшенной шахты в новые, заставляет принести ему газеты, которые отец одного мальчика носит в пустом бидоне. Всё узнает учитель и заносит в особую тетрадь. То, что в ней было написано, принесло бы два десятка виселиц и сотни лет тюрьмы и концлагеря.

Наконец, фашист пытается узнать у мальчика Тонды Кубина, где хранится динамит.

«А учитель взял коробку, в которой хранились марки для раздачи, и высыпал ее содержимое на стол. Образовалась порядочная горка. И опять не слышно было, что говорил учитель, но виден был Тонда Кубин; он как безумный глядел не отрываясь на лежащую перед ним кучу марок. Учитель вынужден был оттащить его от стола, повернуть лицом к себе и возвысить голос, чтобы мальчик очнулся и понял его слова.

— Так вот, завтра принесешь, и все эти марки твои. Но, может быть, они тебе не нужны, так это сделает мне другой, и марки достанутся ему. Можешь до завтрашнего дня подумать.

И он на глазах Кубина стал пересыпать марки обратно в коробку, горсть за горстью. Тонда смотрел, как тает кучка на столе. Когда учитель сгреб в руку последние остатки, Тонда что-то сказал и выбежал вон. Учитель засмеялся и подошел к шкафу за своей тетрадью».

...Много темных страниц в истории филателии капиталистического мира. Но светлые, благородные стороны человеческого духа не угасали у тех людей, что жили и умирали в борьбе со звериными законами этого мира.

...Обреченный на смерть за колючей проволокой фашистского концлагеря пленный француз-филателист дарит марки своим русским, чешским и польским друзьям. Это самое дорогое, что удалось ему сохранить. Некоторые из этих маленьких бумажных прямоугольников стоят немало денег, и за них, может быть, удастся получить кров и пищу тем, кому повезет вырваться на волю. Это эпизод из фильма «Водил машинист поезда». Он запоминается надолго.

Тяжелое бедствие обрушилось в 1921 г. на неокрепшее еще Советское государство — голод охватил Поволжье, пострадавшее от неурожая. В марте 1922 г. Центральная комиссия помощи голодающим при ВЦИКе

обратилась к населению с призывом жертвовать почтовые марки для обмена их за границей на хлеб.

В Самаре в Комиссию помощи голодающим пришел старик и передал несколько сот марок, аккуратно связанных в стопочки по номиналам. «Вот я когда-то собирал марки,— сказал он.— Возьмите теперь на голодающих, больше ничем не могу помочь». Болезненный вид старика обратил на себя внимание. Его расспросили и узнали, что он сам голодает. Голодный принес свое богатство голодным. Старика выдали муки из фондов комиссии.

Для сбора средств в фонд помощи голодающим в декабре 1921 г. были выпущены специальные марки, а в феврале 1922 г.— марки с надпечаткой.

По-иному откликнулись на голод в Поволжье дельцы капиталистической Европы. Немалый барыш получили они, выпустив фантастические марки якобы Одесского Помгола.

В «Капитале» К. Маркс привел такую цитату из Т. Дж. Даннинга: «Капитал боится отсутствия прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы»¹.

*

Среди подделок своеобразную и интересную область представляют государственные подделки и пропагандистские марки.

Государственные подделки — это подделки марок других стран в политических, главным образом в военных, целях.

К государственным подделкам относятся так называемые «шпионские марки» — марки Германии, которые печатались во время первой мировой войны англичанами. Английские агенты, находящиеся в Германии, рассылали через почту немцам различные агитационные материалы на их языке. Для оплаты почтовых расходов нужны были наиболее ходовые марки. Покупка их большого количества могла вызвать подозрение и навести на след агентов. Поэтому и были отпечатаны фальшивые марки в 10 (красные) и 15 (фиолетовые) пфеннигов.

По некоторым сведениям фальшивые марки употреблялись и с другой целью. Английские подделки печатались на особой бумаге. Написанные на обороте марки специальными чернилами шпионские сведения выступали лишь после обработки соответствующими химикалиями. Письма посылались шпионами через нейтральные страны.

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Сочинения, изд. 2, т. 23, стр. 770.



Англичане подделывали также баварские марки с портретом Людвига и австрийские с портретом Карла I.

Во время второй мировой войны британской разведкой подделывались марки с портретом Гитлера, а также марки оккупированных немцами стран — Франции, Нидерландов и Италии.

Марки служили для оплаты рассылаемых пропагандистских материалов, которые упаковывались в почтовые мешки германского образца и сбрасывались летчиками возле железнодорожных линий, где их принимали за упавшие с поезда.

Пропагандистские марки по рисунку походили на настоящие, но при пристальном рассмотрении на них оказывались такие детали, которые высмеивали противника. Была подделана марка с портретом Гитлера (полулицо-получереп). Вместо надписи Deutsches Reich стояла надпись Futsches Reich (по немецки *das ist futsch* значит «пиши пропало!»).

Не дремали и гитлеровцы. Трагическая судьба сотен людей связана с фашистскими фабриками поддельных марок.

«...Концентрационный лагерь Заксенгаузен. Воскресный день 1943 года. Звучит сигнал тревоги. Двери барачков на запер! В одно мгновение все замерло. Ни один заключенный не смеет выйти из барака. Но через окошечки тысячи настороженных глаз следят за тем, что происходит. Ворота блоков 17 и 18, отгороженных от остального лагеря многими рядами колючей проволоки и постами охраны, открываются.

По пяти в ряд маршируют около 140 заключенных в прачечную и душевую лагеря. Но это не обычные заключенные — изможденные, полумертвые от голода, ждущие смерти. Это сытые, хорошо выглядящие люди, не с обритыми наголо головами, а с аккуратными прическами, в хорошо подогнанной, чистой и даже выглаженной лагерной одежде. У каждого в руках узелок и — чему трудно поверить — мыло.

Эсэсовцы-охранники не бьют их, не кричат на них, как обычно. Они идут рядом, молчаливые и вежливые. Через полтора часа процессия возвращается обратно, в те же изолированные блоки, так же спокойно и дисциплинированно, как раньше, провожаемая такими же, как прежде, внимательными взглядами... Закрываются двери особых блоков. Конец лагерной тревоги».

Разные слухи ходили об этих людях. Одни говорили, что это пленные дипломаты; другие — что это врачи, производящие какие-то особые опыты. Говорили также, что это пленные высшие военные чины. В действительности это были те, кто имел счастье или несчастье быть опытными типографами, граверами, ретушерами или специалистами по бумаге. Было среди них и несколько художников-академиков. Всех их гитлеровцы отыскивали по концлагерям среди узников различных национальностей. Этих умельцев сделали фальшивомонетчиками.

Долго и тщательно отбирали среди тысяч обреченных тех, чье исключительное мастерство хотели использовать для своих темных целей фашистские убийцы, — чтобы в конце концов предать их неминуемой смерти. Пока же их положение было лучше, гораздо лучше, чем остальных заключенных. Расслаживающие в черных мундирах эсэсовцы всеми средствами старались сохранить работоспособность мастеров. Для них устраивались даже концерты. Но одно было твердо установлено: ни один из них никогда не покинет лагеря, ни один не получит возможности поведать миру о своей работе. Тот, кто становился непригодным к работе, уничтожался. А после войны их должны были ликвидировать всех до одного. Это знали и сами мастера. Всю неделю они работали с крайним напряжением. Ни одна деталь не должна быть упущена — за малейшую попытку саботажа ждала смерть.

В Заксенгаузене подделывали банкноты, главным образом английские фунты стерлингов, паспорта нейтральных стран, а также, по особым заданиям, стран, с которыми вела войну гитлеровская Германия.

Всего было подделано 3 945 867 5-фунтовых банкнот, 2 398 981 10-фунтовых, 1 337 333 20-фунтовых и 1 282 902 50-фунтовых.

В октябре 1943 г. мастера получили новое задание — выпуск пропагандистских марок. Для них использовали бумагу с водяным знаком в виде волнистых линий. Поэтому задание получило тайный шифр «Операция волна». Цель пропагандистских марок — попытаться вызвать у англичан недоверие к своим союзникам, главным образом к Советскому Союзу.

Пропагандистские марки выглядели как английские марки трех выпусков: марка в 2 пенса с изображением Георга VI (1938), юбилейная марка в 1/2 пенни в честь серебряной свадьбы Георга V (1935) и, наконец, юбилейная марка в 1 1/2 пенса в честь коронации Георга VI (1937). Все подделки были выпущены в цвете марок, послуживших образцами. Было напечатано 7000 листов первой марки и по 12 000 листов второй и третьей. Многие марки выходили с надпечатками — с лозунгами антисоветского и антисемитского характера.

Марки были напечатаны, а затем произошло то, чего не предполагали «издатели». Страсть к наживе оказалась сильнее всех других чувств: вместо того чтобы обеспечить как можно более широкое распространение марок, гитлеровские агенты, которым поручалось это дело, продавали их целыми листами торговцам. Властям стали известны блестящие коммерческие дела их агентов, и выпуск марок в Заксенгаузене был немедленно приостановлен.

Судьба 140 узников концлагеря, работавших на тайном предприятии, оказалась неожиданно счастливой: их вместе с оборудованием фашисты перевозили несколько раз с места на место и после разгрома гитлеровской Германии не успели уничтожить.

Гитлеровское государство было разгромлено. Но его духовные наследники, свившие гнездо в рваншистской Западной Германии, продол-

жают черное дело своих предшественников. В Западном Берлине в широких масштабах производятся фальшивки. Подделывают «редкости» — марки с перевернутой надпечаткой, с необычным водяным знаком. Тем самым филателиста побуждают отлепить марку, а под ней оказывается текст в духе «холодной войны».

Окопавшиеся в Западном Берлине агенты пересылают поддельные марки своим подручным в ГДР. Здесь эти фальшивки используются для оплаты писем, преследующих враждебные цели. Например, какого-нибудь гражданина приглашают на интересное собрание в отдаленный район города. В действительности никакого собрания нет, и приглашенный напрасно затрачивает время и деньги. Или же делают предприятию ложный заказ с доставкой товара в определенное место. Предприятие зря использует транспорт и несет убытки. На фальшивые «редкости» пытаются также обменивать дорогостоящие марки Германской Демократической Республики.

Пропагандистские марки убедительно доказывают, каким мощным оружием является невинная на первый взгляд картинка — почтовая марка.



РАБОТАЮТ МАШИНЫ



Миллиарды экземпляров марок появляются на свет. И все их надо напечатать. Одной марки напечатывают всего несколько тысяч экземпляров, другой — миллион, а третьей — двести миллионов.

Сначала марок требовалось сравнительно немного. Так, «черных пенни» и марок в 2 пенса за 1840—1841 гг. напечатали 75 миллионов. Первые марки печатали на ручных прессах, иногда по одной. Такой пресс изображен на румынской марке, выпущенной в 1958 г. Художник в 1840—1841 годах вырезал рисунок на стальной пластинке. С пластинки под большим давлением рисунок переносился на кольцо из мягкой стали — так называемую молетту. А с молетты его вновь перетискивали на пластину из мягкого металла столько раз, сколько было нужно. Пластины затем закаляли, и с нее печатали марки целым листом. Печатные пластины при помощи молетты изготавливают иногда и теперь.

Было время, когда марки вели себя очень скромно. Когда в 1857 г. встал вопрос о печати первой русской марки, специалисты из Экспедиции заготовления государственных бумаг просили немногого:

«...купить 5 прессов и другие приспособления для печати.

...Помещение для производства, печатания, сушки и оклейки означенных марок должно состоять из 3 комнат с 7 окнами, по крайней мере.

...Людей потребуется 12 человек казенных мастеровых, 3 переплетчика и 1 счетчик. Печатание должно быть поручено опытному мастеру, дав ему в помощь подмастерья».

Сегодня марки печатают в огромных типографиях, где работают сотни людей. Машины подхватывают чистую бумагу, вращаются тяжелые валы, снуют стальные рычаги — и на стол падают листы пестрых марок...

А как вообще печатают — не только марки, но и иллюстрации в книгах, открытки с репродукциями картин и многое другое?

Прежде всего должна быть изготовлена плоская или круглая печатная форма — из дерева, металла, камня, линолеума, стекла, резины и т. д. На форму наносится — от руки или фотографическим способом —



изображение. Затем форма обрабатывается так, что нанесенная на нее краска задерживается только на рисунке, а все пробельные места остаются чистыми. К форме прижимают бумагу, на которую и переходит краска, воспроизводя изображение. Вместо бумаги краска может быть перетиснута на дерево, металл, ткань.

В зависимости от характера печатной формы различают высокую, плоскую и глубокую печать. При высокой печати, как показывает само название, все печатающие части на форме выше, чем места, которые на бумаге должны быть белыми. Если нарисовать, например, на доске черный квадрат, а затем срезать вокруг него дерево вглубь, то и получится печатная форма высокой печати. Если аккуратно нанести на доску краску, то она ляжет только на поверхность квадрата. Притиснем к форме бумагу — и получим отпечаток: черный квадрат на белом фоне.

Высокая печать — один из древнейших способов полиграфии. В виде гравюры на дереве (ксилографии¹) он существует с начала XV в. Изображение вырезалось на грушевой (по большей части) доске, отпиленной вдоль по слою дерева. С конца XVIII в. стали резать гравюру на торцовой доске (отпиленной поперек слоя) твердых пород дерева, например самшита.

Деревянной гравюрой выполнялось очень мало марок (первые саксонские марки, 1850—1851). В Советском Союзе таким способом выполнена серия марок, посвященных новой Москве (1939). Гравюры резал Н. А. Швердяев.

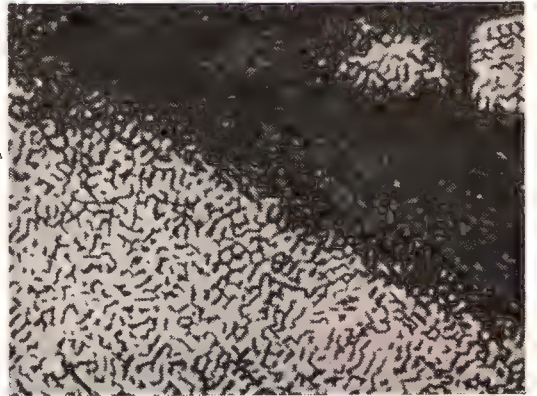
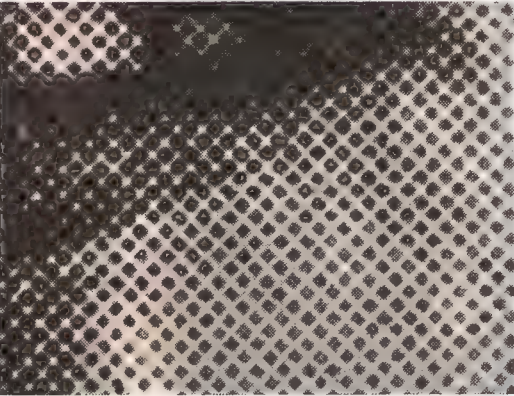
Высокая печать носит название типографской. В настоящее время при изготовлении марок способом высокой печати применяется цинкография. Она существует примерно с середины XIX в. В качестве печатной формы используют цинковую пластину, на которую фотографируется изображение. На изображение накатывают краску, которая сплавляется с канифолью и асфальтом. Затем пластину травят слабой азотной кислотой. Кислота выедает только места, не покрытые краской. Получается выпуклый рисунок, как при гравюре на дереве.

Так можно передать изображения, состоящие из линий, точек или сплошных плоскостей. А как же передать тоновое изображение, например фотографии, на которой имеется не только черный и белый цвет, но и серые полутона разной силы — более темные и более светлые? Для этого используется автотипия, изобретенная в 80-х годах прошлого века.

При автотипии изображение разбивается на мельчайшие точки. В зависимости от величины точек и лежащих между ними белых мест глаз получает впечатление тонов различной светлоты. Если точки малы и господствуют белые промежутки, то тон кажется светлым. Если же точ-

¹ *Ксило*н (греч.) — дерево, *граф*о — пишу, рисую.





ки крупны, а промежутков почти нет, тон кажется темным. Точки ясно видны при увеличении, а в газетных иллюстрациях невооруженным глазом.

Разложение изображения на точки достигается применением при съемке растра. Растр — это две склеенные стеклянные пластинки, на каждой из которых нанесены параллельно одной из диагоналей черные линии. При склейке пластинок линии перекрещиваются, образуя сетку. На один сантиметр наносят от 20 до 80 линий. Чем больше линий на растре, тем мельче будут точки и тем больше полутонов можно передать в изображении.

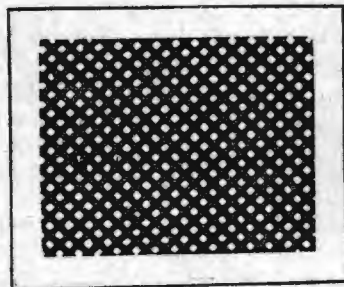
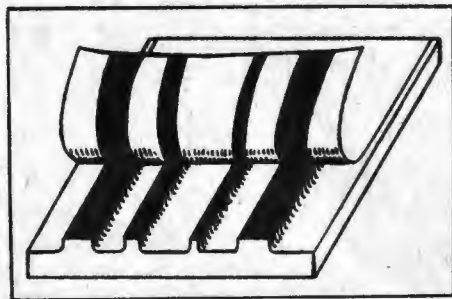
Марки, выполненные наборным шрифтом, также изготавливаются способом высокой печати. Печать с набора из отдельных знаков (литер) существует с XV в. Открытие этого способа, которым и теперь печатаются многие книги, приписывают Иоганну Гутенбергу. Однако почти одновременно с ним над подобным способом книгопечатания работали Ян Костер в Голландии и Памфилио Кастальди в Италии. Теперь известно, что еще в середине XI в. в Китае кузнец Пи Шенг предложил составлять печатную форму из отдельных брусочков с рельефным изображением знаков. В конце XIV — начале XV в. печатание с форм, составленных из отдельных литер, применялось в Корее. На Руси книгопечатание началось при Иване Грозном, в XVI в.

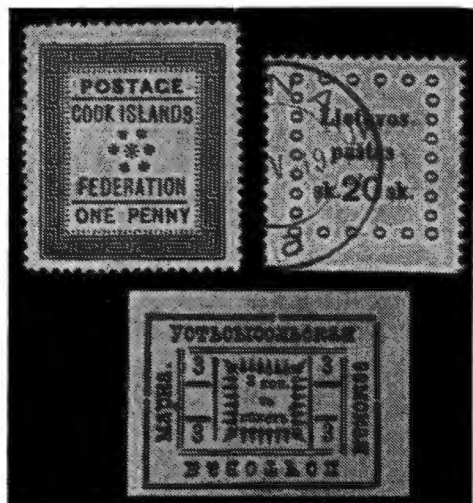
Мы говорили о печати однокрасочных изображений. А как же напечатать многокрасочные марки? Для этого применяется трехкрасочная автотипия. Более или менее точно все цвета можно напечатать при помощи трех красок — красной, желтой и синей. Красный с желтым даст оранжевый, синий с желтым — зеленый, синий с красным — фиолетовый и т. д. Поэтому для передачи многокрасочных изображений изготовляют три растровых клише — для желтой, красной и синей краски. Комбинация трехцветных точек на клише — более мелких и более крупных — и передаст на марке все другие цвета.

Часто трех клише оказывается недостаточно для передачи всех цветовых оттенков, и дают четвертое клише — для черной краски (табл. I).

Плоская печать — литография¹ — была открыта в 1797 г. Она использует свойство известняка по-разному воспринимать жир и воду.

¹ Лито (греч.) — камень, графо — пишу, рисую.





На камне дают изображение жирной краской, затем камень травится слабой азотной кислотой. Если теперь смыть жирную краску, увлажнить камень и вновь закатать его обычной печатной краской, то она удержится только на местах, ранее закатанных жирной краской, т. е. на рисунке. На те места, которые травились кислотой, краска не ляжет. Притискивая к камню бумагу, получают печатные оттиски. Теперь вместо камня применяются пластины из алюминия.

Литографическую печать можно передать и тоновое изображение, снятое через раст на пластину фотографическим способом.

В многокрасочной плоской печати приходится давать больше, чем три краски, так как растровая точка здесь крупнее, чем в автотипии. Наряду с красной краской дают розовую, наряду с синей — голубую, а также и другие краски (зеленую, коричневую, серую и т. д.). Количество красок достигает 8 и более. При точной передаче некоторых оригиналов число красок доходит до 20.

В настоящее время в плоской печати применяется офсетный способ. Слово «офсет» происходит от английского Set off (через). В отличие от других способов печати краска переносится с печатной формы сначала на резиновое полотно, а затем уже на бумагу. Офсет впервые был применен в 1905 г.

Многоцветные изображения при офсетной печати передаются в 4—6 красок. Иногда красок требуется и больше.

К плоской печати относится и фототипия, примененная впервые в 1869 г.

Печатной формой служит стеклянная пластина, покрытая светочувствительным желатином. При сушке желатин образует очень мелкое зерно. На слой желатина изображение копируется фотографическим способом.

Те места слоя, на которые через прозрачные участки негатива упадет свет (изображение), не смачиваются водой и хорошо воспринимают жирную типографскую краску. Остальная поверхность при увлажнении краску не воспринимает.

Преимущество фототипии в том, что при этой технике не нужен растр, который разбивает изображение на точки. Благодаря мельчайшему зерну фототипия может точно воспроизвести все тоновые переходы, которые в состоянии дать в оригинале фотография. Очень тонко передаются фототипией и многокрасочные оригиналы.

При глубокой печати (тифдрук¹) печатающие места формы углублены. Если на металлической пластинке прорезать глубокий штрих, закатать пластинку краской и осторожно снять ее с поверхности пластинки, то краска останется только в углубленном штрихе, откуда перейдет при натиске на бумагу. Так печатают с гравюры на меди, которая является младшим братом гравюры на дереве и известна с 40-х годов XV в. В XIX в. появляется гравюра на стали.

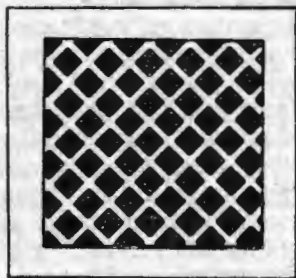
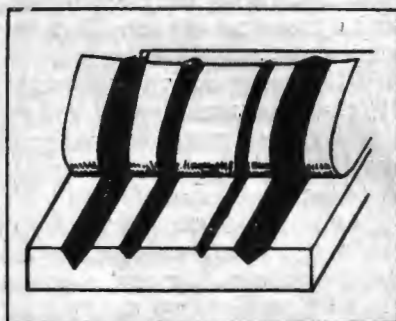
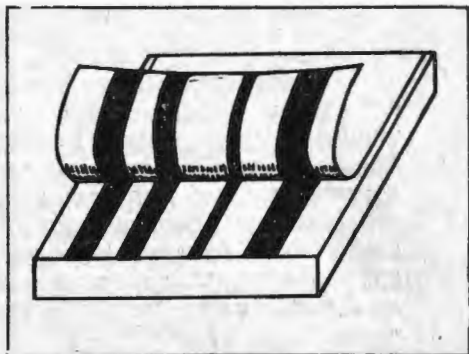
Глубокой печатью очень хорошо передаются и тоновые изображения. Для этого служит ракельная печать, появившаяся в начале XX в. Растровое изображение переносится на медный цилиндр, который закатывается краской. С пробельных мест краска удаляется тонкой стальной пластинкой — ножом (ракелем).

Первую марку этим способом отпечатали в Баварии в 1911 г.

При печати марок применяется также рельефная печать — когда на бумаге дается выпуклое изображение. Оно используется обычно в соединении с другим видом печати — с высокой, офсетной и др. Рельефное тиснение на почтовых марках применяется давно, например на первой русской марке (орёл).

Для марок используют и комбинированную печать, например двухцветную ракельную глубокую печать и гравюру на стали. Так отпечатаны марки «Деятели отечественной авиации» (1963) и ряд других марок.

Каждый филателист должен уметь определить, как напечатана марка. Это имеет большое значение, например, для определения разновидностей наших первых стандартных выпусков. Марки имеют очень различную коллекционную ценность в зависимости от способа печати — типографского или литографского.



¹ Тиф (нем.) — глубокий, друк — печать.

Как определить способ печати?

Марку нужно внимательно рассмотреть через сильное увеличительное стекло. Хорошо пользоваться текстильной лупой, которая дает десятикратное увеличение. Необходима практика, которая достигается изучением не только почтовых марок, но и иллюстраций в книгах и журналах, художественных репродукций и т. д.

В высокой печати контуры четки. По краям штрихов красочный слой может быть несколько утолщен и выглядит темнее. Растровые точки круглой формы, по краям они темнее, чем в середине, так как выпуклые части клише выдавливают краску. Точки имеют различную величину (табл. II).

Иногда на бумаге можно обнаружить вдавливание печатающих элементов в глубину, что особенно заметно на мелованной бумаге. На тонкой бумаге на обратной, клеевой стороне можно заметить рельеф от давления на лицевую сторону.

На оттисках трехцветной печати точки разных цветов расположены группами и лишь частично перекрывают друг друга.

При офсетной печати утолщения краски ни в штрихах, ни в точках нет. Их контуры не так четки, как при высокой печати, а краски кажутся более матовыми.

Растровые точки также круглой формы и разного размера. Однако они могут стать овальными из-за сильного растяжения резинового полотна, на которое передается краска при печати. Растровые точки при офсете могут быть по краям светлее, чем в центре.

На увеличенном оттиске фототипии хорошо видно зернистое строение желатинового слоя.

При гравюре на металле красочный слой рельефен, иногда этот рельеф виден невооруженным глазом и даже воспринимается на ощупь. Линии четки и резки.

Для растровой глубокой печати характерна форма растра. В отличие от растра высокой печати он представляет собой белые линии на темном фоне. Точки квадратной формы. В темных местах изображения линий не видно, так как их закрывает растекающаяся жидкая краска. В высокой и плоской печати линии растра такой же толщины, как и промежутки между ними (1:1). В глубокой печати линии растра значительно тоньше промежутков. Обычное отношение 1:3 — 3,5. Все растровые точки одинаковой величины. Это также является одним из признаков глубокой печати.

Тон краски на растровых элементах здесь, кроме того, различен: на светлых местах он слабее, чем на темных. Это объясняется тем, что отдельные места формы имеют различную глубину. Очень характерно для глубокой печати наличие растра на шрифте. Буквы из-за этого имеют неровный контур.

В случае штрихового рисунка даже опытный филателист не всегда легко определит, отпечатана марка высокой или плоской печатью. По-

этому приходится обращать внимание на детали, иногда очень тонкие. Например, на марке в 3 копейки нашего стандартного выпуска 1923—1924 гг. при типографской печати нет точки после слова «коп», на левом борту формы красноармейца (правый борт на марке) пропущен один штрих, образуя белую полосу.

На марке в 4 копейки (рабочий) напечатанной типографским способом, цифра имеет более толстый вертикальный штрих, отчего кажется короче. Отличия в рисунке имеются на марках в 2, 6, 10 копеек, в 1 рубль.

Есть отличия и на отдельных марках стандартного выпуска 1924—1925 гг. Они указаны подробно в «Каталоге почтовых марок РСФСР и СССР», выпущенном в 1933 г. Имеются такие указания и в каталоге «Почтовые марки СССР», выпущенном в 1958 г.

КЛЕЙ

Марки отпечатаны. Но это еще не все. Предстоит много работы, прежде чем они появятся в окошечках почтовых отделений.

Сперва нужно марочные листы покрыть клеем с обратной стороны (гуммирование). Специальная машина наносит клеевой слой, а затем высушивает его. Иногда бумажные листы покрываются клеем до печати марок.

В наше время машина делает все очень быстро и ловко, а в 1840 г. нанесение клея было делом совсем не простым.

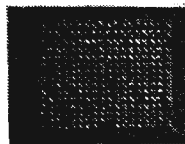
«Вот уже пять дней мы занимаемся нанесением клейкого слоя на марки, и трудности, с которыми мы сталкивались, не поддаются описанию», — писали английские почтовые работники.

Распространились слухи, будто клей вызывает рак языка (способ наклейки марок был простой: как это делают многие и теперь, для увлажнения клея служил язык). Слухи рассеялись лишь в 1852 г., когда был опубликован «Отчет специального комитета по почтовым маркам», где был раскрыт состав клея: картофельный крахмал, пшеничный крахмал и столярный клей.

После второй мировой войны в целях экономии клея применяли особый вид гуммировки. Гуммировальные машины снабжались шаблоном с проколотыми дырочками. Проходя через них, клей покрывал обратную сторону марок не целиком, а отдельными точками. Его расходовалось в два раза меньше. Этим способом гуммировалась часть выпуска марок Тюрингии (1945—1946).

Иногда производится рифление клеевого слоя — на него наносятся желобки. Они препятствуют очень неприятному явлению — сворачиванию отпечатанных листов (марки США 1869 г. и др.) — и, кроме того, затрудняют подделку марок.

В наши дни почтовые ведомства некоторых стран оказывают любезность тем своим клиентам, которые имеют privilege лизать клей. Во Франции стали выпускать «вкусные»



марки: в клей добавляются ароматные вещества: лимонный сок, мята, ванилин. Но вкусы бывают различны, и вот появились марки, клей которых содержит перец.

Пользоваться языком для наклейки марок все же не следует — это может принести вред. Чтобы отучить от привычки лизать марки, один зарубежный врач предложил добавлять в клей не ароматические вещества, а безвредное вещество отвратительного вкуса.

Клей на марках — проблема, которую не так-то просто решить. При сырости или повышенной влажности марки склеиваются между собой, прилипают к листам альбома. Поэтому в тропических странах часто выпускаются марки без клея или с очень слабой гуммировкой. От излишней сухости клей пересыхает, марки коробятся, деформируются, сворачиваются в трубку. Иногда клей трескается, вместе с ним трескается и бумага, в частности на старых, классических марках (изданных в 1840—1870 гг.¹), снабженных толстым слоем костяного клея. Его невозможно смыть.

С течением времени клей стареет, химически изменяется, отчего могут измениться и цвет бумаги, и оттенки красок. Представляет клей и питательную среду для особого грибка, от которого марки покрываются бурными пятнами. Некоторые коллекционеры предлагают смывать клей даже с негашеных марок. Этого делать не следует, так как негашеные марки без клея считаются неполноценными.

ЗУБЦОВКА

Марки напечатаны. Лист покрыт с обратной стороны клеем. Теперь нужно позаботиться, чтобы легко было отделять марки одну от другой. Для этого между ними особыми иглами пробивают дырочки, как говорят, производят перфорацию. В результате у марки, оторванной от соседних, и появляются зубцы.

Первые английские марки не имели перфорации. Их отрезали от листа ножницами. Лишь через 14 лет после выпуска первой марки появились марки с перфорацией. Машину для нее предложил ирландец Генри Аршер. По существу, он только приспособил к маркам машину для перфорации бумаги.

Зубцовка имеет большое значение в коллекционной практике. Марка может быть самой обычной, достать ее несложно. Но если с какого-то края на один зубец, даже на ползубца больше или меньше, она уже считается редкой. Каждый коллекционер должен уметь точно определять зубцовку. Она зависит от машины, на которой перфорируют марку. Основных видов зубцовки три: гребенчатая, рамочная и линейная.

При гребенчатой зубцовке иглы расположены в виде гребенки. Каждый ряд марок перфорируется сразу с трех сторон, затем то же самое

¹ Период классических марок определяют по-разному: с 1840 до 1870, с 1840 до 1890, до 1900 и даже до 1905 г.

происходит со следующим рядом. Отличительный признак гребенчатой зубцовки — проколы за пределами рисунка марок только на одном или двух противоположных краях листа. Остальные края листа остаются непроколотыми. Кроме того, у горизонтальной линии гребенки имеется по одному дополнительному проколу.



При рамочной зубцовке сразу прокалываются все вертикальные и горизонтальные линии на листе. Поля листа остаются непроколотыми.

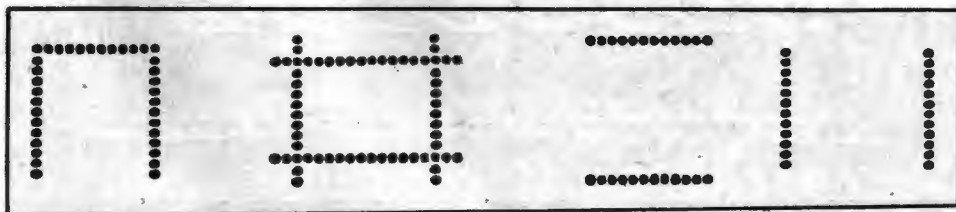
При линейной зубцовке лист пробивается ряд за рядом в горизонтальном, а затем в вертикальном направлении или наоборот. Марки с такой зубцовкой отличаются неправильной формой угловых зубцов, образующихся от пересечения горизонтальных и вертикальных отверстий. Поля листа просекаются со всех сторон.

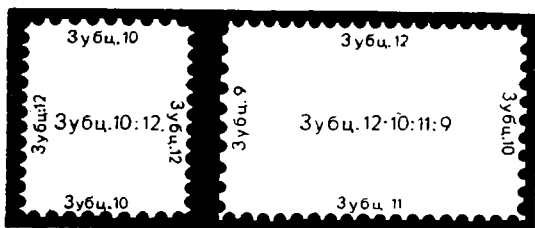
Если вертикальная и горизонтальная просечки производятся на разных машинах, может получиться смешанная зубцовка, т. е. количество зубцов по горизонтали и вертикали будет различным. Иголочки на перфорационной машине могут располагаться по-разному. Вследствие этого и зубцовка получается различной.

Если говорят: «Зубцовка 14», — это значит, что на два сантиметра приходится 14 зубцов. Для определения зубцовки пользуются зубцемером (одонтометром). Количество зубцов легко определить, прикладывая марку к шкале так, чтобы зубцы совпали с одним из напечатанных образцов. Зубцовка может выразиться и дробным числом, например $10\frac{1}{2}$. В специальных исследованиях различают даже $\frac{1}{4}$ зубца.

При смешанной зубцовке сначала указывается горизонтальная, а затем вертикальная зубцовка, например $13\frac{1}{2} : 13$. В тех редких случаях, когда все четыре стороны марки имеют различную зубцовку, ее указывают по ходу часовой стрелки, начиная с верхнего поля.

Иногда одна или несколько иголок ломаются — на марке будут отсутствовать соответствующие отверстия. Бывает и так, что на перфорацию лист попадает вторично. Получается очень мелкая, так называемая бриллиантовая зубцовка. Встречаются марки, у которых перфорированы только верхний и нижний края, боковые же зубцов не имеют. Это марки, которые приобретаются в автоматах (США, Швейцария и другие страны).





Беззубцовые марки выпускались и после того, как вступили в дело перфорационные машины. Беззубцовой была первая русская марка, так как не хотели задерживать ее выпуска. Из-за срочности выпуска вышли без зубцовки траурные марки с портретом В. И. Ленина в 1924 г.

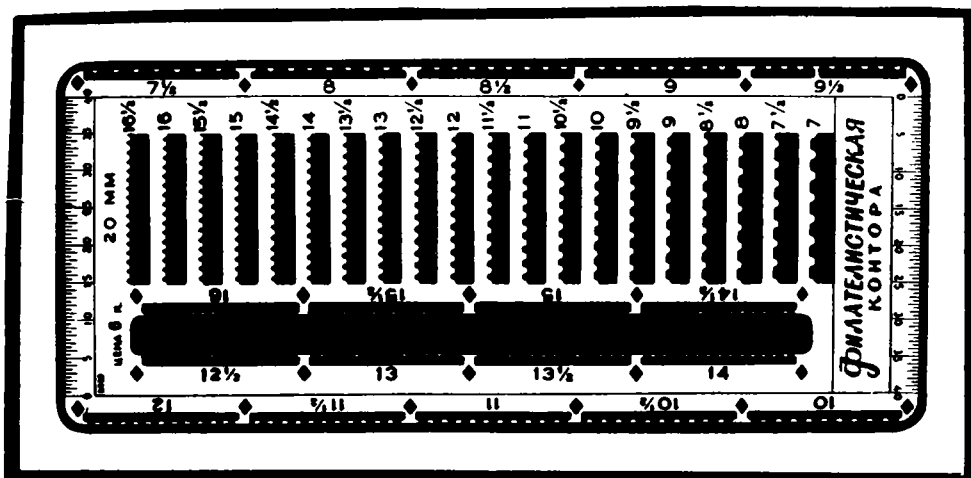
В настоящее время марки без зубцов выпускаются исключительно в коллекционных целях. Тираж таких марок обычно невелик, и они сразу становятся редкостью. Начинается охота за ними.

К сожалению, среди лиц, коллекционирующих марки, есть не только филателисты, но и, как их называют немцы, «филютелисты». По-немецки, так же как и по-французски, слово «филю» (Filou) значит обманщик, мошенник. Эти филутелисты обманывают неопытных коллекционеров: срезают зубцы и выдают марку за беззубцовую.

Определить подделку не всегда легко. Марка является безусловно беззубцовой, если при наложении на такую же марку с зубцами она перекрывает ее целиком вместе с полями и зубцами. Поэтому ценятся беззубцовые марки, у которых хотя бы одно поле очень широкое. Полной гарантией является пара неразрезанных марок.

К счастью, недобросовестных коллекционеров у нас немного.

Кроме зубцовки применялась также просечка: поля между марками слегка подрезывались особой пластиной — ножом. Просечка может быть различной: зигзагообразной, дугообразной, гребенчатой, линейной и др.



Иногда, как, например, на марках Турн и Таксис 1866 г., применялась цветная просечка: уже при печати бумага надрезывалась стальными линейками, на которые также накатывалась краска. Чаще всего применялась линейная просечка.

ВОДЯНЫЕ ЗНАКИ

Для марок использовали самую различную бумагу. Вначале брали бумагу ручной выработки. Иногда в нее добавлялись цветные шелковые нити, например в первых швейцарских и баварских марках. Эти нити должны были затруднить подделку.

Как правило, применяют бумагу без примеси древесной массы, а в тяжелые времена, во время войны и после нее, обычную бумагу. Многие марки печатают на меловой бумаге, очень гладкой и блестящей.

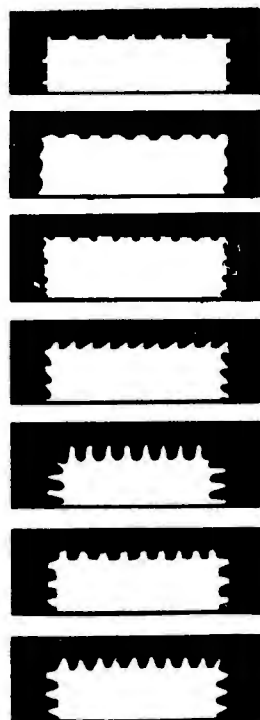
На какой только бумаге не печатали марки! И на толстой, и на папиросной, и на японской шелковой. Печатались марки и на оборотной стороне кредитных билетов и карт генерального штаба (первая марка Латвии 1918 г.).

Филателисту приходится разбираться в сортах бумаги, так как нередко в зависимости от бумаги резко меняется ценность марки — мы уже говорили о советской марке 1939 г., напечатанной на меловой и простой бумаге.

Многие марки печатались и печатаются на бумаге с водяным знаком — первая марка, «черный пенни», имела водяной знак в виде короны. Водяной знак получается на бумаге оттого, что в некоторых местах она тоньше. На сетку, куда в машине поступает бумажная масса, напаивают или в нее вплетают проволоочный рисунок. Волокна массы ложатся на проволоку более тонким слоем.

Водяной знак на много столетий старше почтовой марки — он служил вначале отличительным знаком бумажных предприятий. Старейший водяной знак относится примерно к 1300 г. Водяной знак применяют для денежных документов как средство против подделок. С этой же целью его дают и на почтовых марках. Помните, как из-за отсутствия водяного знака на марках была раскрыта биржевая афера в Лондоне.

Различают два вида водяных знаков — листовые (для всего листа) и единичные (для одной марки). В первом случае весь лист заполняют линиями, штрихами, бук-





вы, орнаменты. На отдельной марке может оказаться только часть знака. Единичный водяной знак уместается на каждой марке целиком (корона, почтовый рожок, цифра).

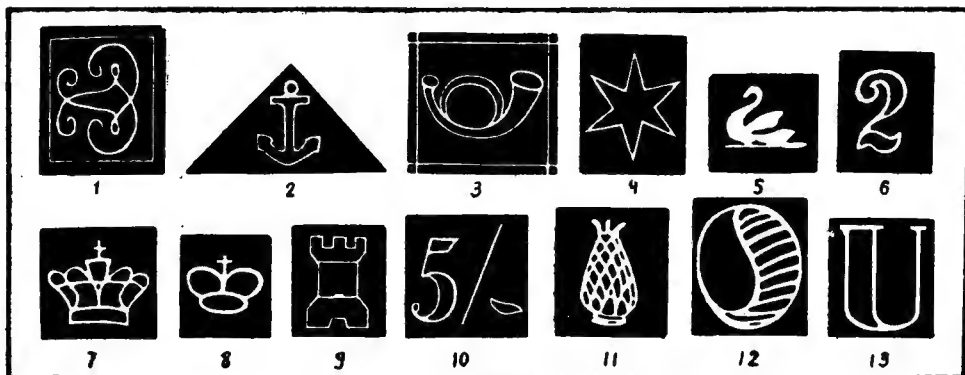
На наших почтовых марках можно найти следующие водяные знаки: теньевые квадраты, ромбы, ковер, квадраты и углы, серп и молот.

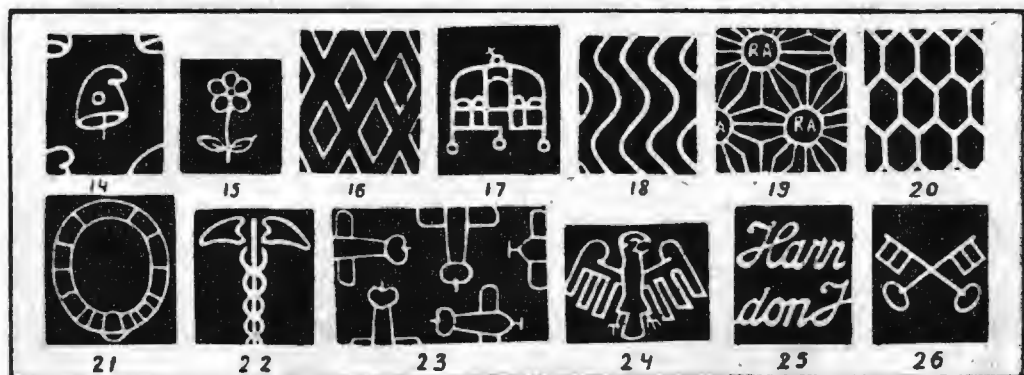
После 1935 г. марки СССР выходят без водяных знаков. Только в двух случаях была применена бумага с водяными знаками: марка ко Дню Победы (1950) с серпом и молотом и одна марка (с изображением жень-шеня) из серии «Флора СССР» (1960) с не применявшимся ранее водяным знаком. Дотошные филателисты утверждают, что встречается эта марка без водяного знака. Она большая редкость.

На некоторых марках водяной знак виден, если рассматривать обратную сторону при косо падающем свете или против света. Иногда удается разглядеть знак, положив марку на черный фон. Если водяной знак все же разглядеть не удастся, пользуются бензином. Марку кладут на черную пластинку (пластмассовую или стеклянную) обратной стороной кверху. Две-три капли очищенного бензина сделают видимым водяной знак. Бензин быстро испаряется и не вредит ни марке, ни клею.

Однако многие красные и фиолетовые марки, а также все марки, напечатанные анилиновыми красками, бензин может испортить. В некоторых каталогах в отношении таких марок даются указания.

Казалось бы, что водяной знак — дело безобидное. Но случается, что он причиняет неожиданные неприятности тем, кто выпустил марки. В Судане, находившемся под англо-египетским управлением, в 1898 г.





чуть было не вспыхнуло восстание из-за серии хорошо известных филателистам марок с изображением почтальона на верблюде. Марки печатали в Лондоне на бумаге с водяным знаком в виде цветка лотоса. Цветок имеет крестообразную форму. Суданцы — магометане, и они были возмущены, заподозрив в этом оскорбление религиозных чувств. Правительству пришлось изъять весь выпуск и отпечатать новые марки с водяным знаком в виде полумесяца и звезды.

Вообще при выпуске марок приходится, как говорится, держать ухо остро. В Пакистане в 1948 г. выпустили марки с полумесяцем и звездой. Но марки почти никто не покупал: на них изобразили убывающую луну, которая, по восточному поверью, приносит несчастье. Поэтому на марках последующих выпусков (1952, 1956) изображена нарождающаяся луна. А вот на флаге Пакистана луна остается убывающей — очевидно, не все суеверны.

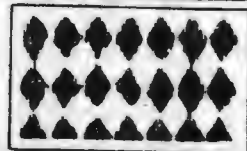
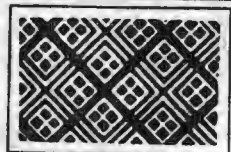
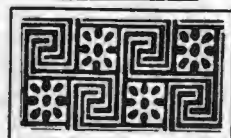
ЧТО ЕЩЕ!

Вы видите, как сложна и разнообразна техника изготовления марок.

Однако всего этого коллекционерам мало. И почтовые ведомства находят новые и новые технические возможности.

В ФРГ ряд марок, например марки с бабочками (1962), выпускается на светящейся бумаге. В Советском Союзе на нескольких марках применена светящаяся краска. Впервые она была использована на марке, посвященной 46-й годовщине Октября (1963).

В связи с 20-летием создания венгерской алюминиевой промышленности в 1955 г. была выпущена марка





воздушной почты, отпечатанная на алюминиевой фольге, соединенной с тонкой бумагой. Бумага придавала марке крепость и делала возможной ее наклейку на конверт или в альбом. У нас первая марка на алюминиевой фольге была выпущена в 1961 г. к XXII съезду КПСС.

В ГДР в 1963 г. появился памятный блок с лозунгом: «Химия для дела мира и социализма». Блок отпечатан на синтетическом материале — дедероне. Марки Тонги (1965) отпечатаны на настоящей золотой фольге. В Италии в 1956 г. выпустили две марки, отпечатанные стереоскопической печатью. Если смотреть на них через особые очки (для одного глаза красная пленка, для

другого — синяя), можно увидеть рельефный земной шар.

История филателии знает немало марок, изготовленных самыми необычными способами.

В 1895 г. миссионерами в Уганде была выпущена марка, отпечатанная на пишущей машинке. Это не единственная такая марка. Во время первой мировой войны принадлежащий Турции островок Кеустан в Малой Азии был оккупирован британским отрядом. Чтобы отметить захват островка, поспешили выпустить марки: к этому времени уже стало традицией отмечать различные события почтовыми марками. Марки также отпечатали на пишущей машинке. Возникает, правда, вопрос, имеют ли эти оккупационные марки законную силу.

В конце 1859 г. во французской колонии Новая Каледония сержант морской пехоты Трикера булавкой на литографском камне нацарапал портрет Наполеона III. С этой своеобразной гравюры на камне (полиграфия знает и такой способ) напечатали первую марку Новой Каледонии.

На камне рисунок выцарапан пятьдесят раз. Сержант не мог, конечно, точно повторить гравировку, и все пятьдесят марок различны. Получилось пять десятков видоизменений этой любопытной марки.

Много интересного среди почтмейстерских марок Америки периода гражданской войны, выпущенных южанами. Некоторые из них печатались с ручных штампов, вырезанных на дереве. Есть марка — единственная в своем роде по графическому исполнению. Гравёр резал текст на дереве по принципу глубокой печати — в глубь доски. Поэтому при печати получались белые буквы на черном фоне. Кроме того, он вырезал на доске буквы не в обратном виде (как это должно быть на клише), а так, как они должны выглядеть на марке. Поэтому при печати получилось зеркальное изображение.

Очень необычными способами печатались, как мы говорили, русские земские марки: на гектографе, с медных штампов, а перфорация некоторых марок производилась на швейной машине.

При печати марки располагаются иногда по принципу тет-беш (tête-bêche — вниз головой): к марке с обычным расположением рисунка примыкает другая, рисунок которой перевернут. Тет-беш получается в результате случайного или преднамеренного расположения клише на печатной форме.

В истории советских почтовых марок известны случаи печати тет-беш. Впервые это имело место в 1921 г.

Наряду с тет-беш существует и печать расположенных рядом двух марок разных номиналов и расцветок (сцепка), а также печать нескольких разных марок в виде полосы. Полосы так же, как и пары, могут быть вертикальными и горизонтальными. Иногда пара или полоса образуют единую композицию.

Страсть филателистов хорошо используют в коммерческих целях фабриканты и торговцы.

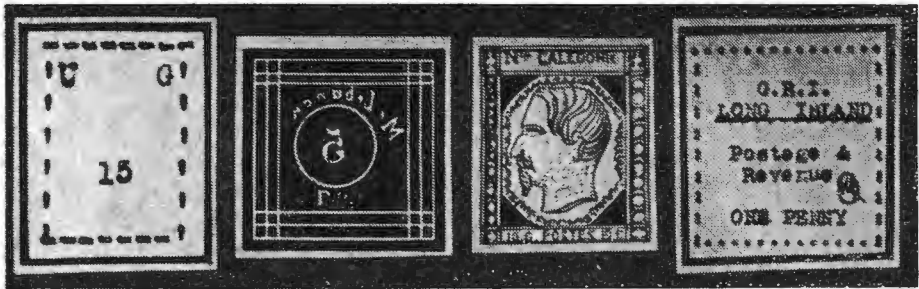
Французская экспортная фирма вкладывает в коробки сыра коллекционные марки. То же делают английские кофейные и шоколадные фирмы. В Англии и США хлебные заводы начали продажу хлеба в запечатанных пакетах. В них также вкладываются марки. Для таких «хлебных марок» выпускаются специальные альбомы. В пакет кладется марка, имеющая среднюю коллекционную ценность. К каждому сотому хлебу прилагается ценная марка, к тысячному — очень ценная. Каждый десятидесятый пакет хранит филателистическую редкость.

Правда, ничего нового зарубежные коммерсанты не изобрели. Еще в 60-х годах прошлого века табачный фабрикант из города Одессы вкладывал в коробки с папиросами марки в качестве премии — и не какие-нибудь, а мировые редкости вроде Post office. Папиросы так и назывались «Золотая марка».

Марки были фальшивыми. Их «выпускал» сам табачный фабрикант.

Совсем необычно использовали почтовые марки в Норвегии: их соединили с лотерейными билетами. За время с 1 июня по 15 июля 1964 г. продавались беззубцовые марки (их выпустили 200 000 экземпляров) номинальной стоимости в 50 оре с благотворительной





надбавкой в 2 кроны. Левая часть марки — в виде купона — являлась выигрышным билетом, на котором дан номер, условия лотереи и призыв хранить талон. Предусматривались выигрыши до 250 крон. Тираж должен был состояться 11 сентября. Непроданные марки были изъяты 15 июля и уничтожены одновременно с тиражом под контролем полиции.

Как знать, не выпустит ли какое-нибудь почтовое ведомство марки с купонами, по которым можно пройти в кино?

КТО НЕ ОШИБАЕТСЯ!

Непростое дело напечатать марку. Через много рук должна она пройти, прежде чем поступит в почтовое отделение. Внимательно следят за тем, чтобы не оказалось на ней каких-нибудь дефектов. И все-таки случается, что на почту проскальзывают и попадают в руки коллекционеров бракованные марки, а то и марки-уроды.

Марки часто печатают в две и больше краски. Может оказаться, что после печати первой краски лист бумаги случайно перевернут и изображение на второй краске получится кверху ногами. Такие марки очень редки. Чаще встречаются марки с перевернутой надпечаткой.

Бывают и иные случаи полиграфического брака. На печатную форму может попасть кусочек бумаги, грязь, пыль, и краска на это место не накается. В результате на марке получается белое пятно, иногда очень причудливой формы. Бывает, что на бумаге имеется складка. Если после печати складку разгладить, на марке получается белая полоса.

Вторая краска при печати может сдвинуться, не попасть на свое место — это еще один вид брака. Из-за него тираж марки может значительно уменьшиться, и она станет редкостью. Так случилось с нашей маркой, посвященной 200-летию со дня рождения



шотландского поэта Р. Бернса (1959). Сделали надпечатку «1759—1959» красной краской на выпущенной ранее (1957) марке с портретом поэта. Марка выполнена в две краски гравюрой на стали. При печати портрет не всегда попадал в центр овала. Это было не очень заметно, но когда сделали надпечатку, то цифры (по обе стороны портрета) иногда соприкасались с лицом или попадали на него. Все такие марки были отбракованы и уничтожены. Поэтому достать юбилейную марку Бернса с надпечаткой не так-то просто.



Казалось бы, что бракованные марки не представляют никакой ценности. Кому, например, нужна гравюра, в которой часть рисунка стоит вверх ногами? Но на марки-уроды находится масса любителей. Есть на Западе филателисты, специально собирающие марки с браком. За них просят большие, иногда огромные деньги, и находятся охотники их платить. В иностранных каталогах отмечены все марки с перевернутым центром и цены на них. Например, марка воздушной почты США (1918) в 24 цента с перевернутым центром стоит в тысячу раз дороже обычной.

Исключительная редкость — 4-пенсовая марка Западной Австралии 1854 г., известная под названием «перевернутый лебедь». Здесь ошибка печати особо интересна по двум обстоятельствам: во-первых, марка отпечатана в одну краску; а во-вторых, перевернутой оказался не рисунок в центре, а рамка.

Очевидно, рисунок и рамка переносились на литографский камень в два приема, и у четырех марок рамки оказались перевернуты. Пока известны лишь 14 сохранившихся экземпляров.

Не увлекайтесь, друзья, погоней за редкостями. Не тратьте силы и время, чтобы отыскать уродливую марку или такую, у которой водяной знак получился вверх тормашками. Эти марки, может быть, и представляют интерес для специалистов, ведущих исследовательскую работу, — нам они бесполезны.

Ни социально-историческая, ни художественная ценность марки от ошибок печати не увеличивается, а, наоборот, снижается.

Марки-уроды на Западе так же широко подделываются, как и другие редкости. Известно, что для «короля коллекционеров» Феррари фальсификаторы специально изготовляли всякие редкости с перевернутыми надпечатками, двойными надпечатками, надпечатками на оборотной стороне и т. п. Эти подделки иронически назывались не «раритетами» (т. е. редкостями), а «ферраритетами».

По ошибке иногда марка печатается не той краской. В наших стандартных марках выпуска 1922 г. марки с изображением красноармейца в 100 рублей печатались оранжевой краской, а в 70 рублей — лилово-коричневой. По ошибке при печати листа 100-рублевых марок было доставлено клише 70-рублевой марки. Таким образом появилась марка в 70 руб-

лей оранжевого цвета. Она довольно редка и имеет большую обменную стоимость.

На таких ошибках ловкие люди норовят заработать. Ювелир из небольшого американского городка Ирвингтона случайно приобрел филателистическую редкость: пятьдесят марок, выпущенных почтовым ведомством США в память годовщины гибели секретаря ООН Хаммершельда. При печати 200 марок по ошибке были даны другого цвета. Четверть из них попала в руки ирвингтонского филателиста. Счастливец оценил приобретение в полмиллиона долларов. Но радость его оказалась преждевременной. Почтовое ведомство, обнаружив оплошность печатников, выпустило в добавление к 200 маркам еще 400 тысяч такого же цвета.

А вот с авиамаркой США в 24 цента одному человеку повезло. На некотором количестве марок рисунок самолета оказался перевернутым. В почтовом отделении какой-то американец купил лист таких марок. Обнаружив ошибку и опасаясь, что бракованные марки нельзя будет использовать, он вернул их почтовому чиновнику. Случайно оказавшийся рядом многоопытный клерк вашингтонской биржи поспешил купить весь лист. Через короткий срок он положил в карман целое состояние: сейчас одна такая марка стоит сотни долларов.

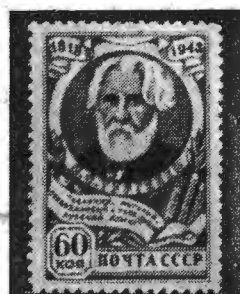
Представьте себе, что в учебнике напечатали рисунок вверх ногами. Все бы возмущались — и были бы правы. Никому не пришло бы в голову заплатить за такой учебник в сто раз дороже, чем за учебник без брака. А вот на марки, представляющие полиграфический брак, находятся любители. Им не жаль платить за эту, казалось бы неполноценную, продукцию огромные деньги.

Дефектные марки получают и при перфорировании. По ошибке один или несколько листов не проходят через машину, и появляется редкая разновидность — марка без зубцов. Иногда часть тиража, случайно оставшаяся без зубцовки, перфорируется на другой машине — и перед филателистами новая редкость — необычная зубцовка. Бывает, что перфорация попадает не туда, куда надо: зубцы пройдут по середине марки — опять редкость.

Ловкие люди не упускают случая поднажиться и на такой ошибке. Дело было в 1957 г. Контролеры британской королевской почты очень редко пропускают опечатки или другой полиграфический брак. Но они проглядели целый лист марок в 2 пенса с украшенными цветами портретом королевы — он не прошел перфорации. Марки поступили в почтовое отделение беззубцовыми. Это был один-единственный лист во всем тираже (24 марки).

Маленькая Пат Джарвис, 16-летняя почтовая служащая, обнаружила лист среди кипы листов зубцованных марок. Несмотря на свой юный возраст, девушка не была простушкой. Она знала, что за марки-брак любители платят гораздо больше, чем за самые дервосортные. Недолго думая она взяла себе весь лист, заплатив его полную стоимость. На другой день она вспомнила, что недалеко от нее живет старик Лофтс, страстный фи-





лателист. Пат пошла к нему, и, конечно, сияя от радости, старик купил весь лист, заплатив за него в 20 раз дороже, чем он стоил самой девушке. Хитрая Пат радовалась своей удаче, но еще более радовался Лофтс. Он пустил марки в продажу, и за каждую брал больше, чем заплатила Джарвис за весь лист.

Лондонское почтовое ведомство узнало об этой сделке и сделало девушке строгое внушение: как служащая почты, она должна была изъять из продажи бракованный лист. Но наказать Пат начальство не могло, так как она уплатила за лист полную стоимость. Все стало на законные, с точки зрения «свободного» мира, места: почта получила свои деньги, Пат немного подработала, а ловкий филателист распорядился своей неприкосновенной собственностью, взяв за нее, сколько захотел.

Нельзя не удивляться, что любой марочный брак находит массу охотников платить за него, сколько ни запросят. Не увеличивайте их рядов!

Делают ошибки не только полиграфисты. Сколько ошибок — иногда потешных, иногда и серьезных — надедали те, кто создавал рисунок марок.

На чилийских марках много лет изображался Колумб с бородой. Лишь в 1900 г. обратили внимание на то, что это противоречит историческим документам. На марках 1901—1902 гг. Колумба изобразили уже без бороды. Десятки лет, с 1903 г., появлялась французская марка, где Марианна, символический образ республики, изображалась в виде сеятельницы. Каждому сельскому жителю прежних лет было известно, что семена бросают по ветру, чтобы он не относил их на сеятеля. А на марке, судя по развевающимся волосам и одежде, Марианна сеет против ветра. Не много же она насеет!

Тот, кто рисовал бельгийскую марку, посвященную Дню марки (1965), плохо разобрался в вопросах филателии. В альбоме изображенного на ней коллекционера марки расклеены на соседних страницах. Известно, что марки во избежание порчи расклеивают на одной стороне листа, оборот же остается чистым. Кроме того, нарисованный художником человек берет марку руками. Этого делать нельзя.

Но самая «классическая» ошибка оказалась на марке, посвященной Роберту Шуману (ГДР, 1956). Рядом с портретом композитора даны ноты музыкального произведения, принадлежащего... Францу Шуберту («Песнь ночного странника» на слова Гёте).

Из-за ошибки марку изъяли из продажи через четыре дня. Поэтому она стала редкостью.

Подзорная труба была изобретена в 1608 г. голландским оптиком Липперсгеом и усовершенствована великим астрономом Галилео Галилеем около 1619 г. Этот факт хорошо известен, но в 1903 г. появилась марка Сент-Киттс и Невиса, на которой Колумб всматривается в даль при помощи подзорной трубы. Марку изготовили в Лондоне. На замечания филателистов почтовое ведомство утверждало, что это не подзорная, а простая зрительная труба, известная еще в XV в. Кто прав, кто виноват, решить трудно.

Не избежали, к сожалению, ошибок и наши мастера.

Великого русского мыслителя Добролюбова звали Николай Александрович. На марке же, посвященной 100-летию со дня его рождения (1936), стоит: «А. Н. Добролюбов».

Всем, вероятно, известны замечательные слова И. С. Тургенева о русском языке: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины — ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя — как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома? Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!» Однако на марках к 125-летию со дня рождения писателя (1943) читаем: «великий, могучий, справедливый и свободный русский язык».

Список марок с ошибками можно значительно расширить.

Впрочем, ошибка может быть и мнимой. На французской марке из серии «Победителю олимпийских игр 1952 г. в Хельсинки» фехтовальщик орудует левой рукой. Так художник нарисовал его преднамеренно: Кристиан д'Ориола, завоевавший две золотые медали в фехтовании на рапирах, — левша.



ЗНАМЕНИТЫЕ И НЕЗНАМЕНИТЫЕ



Много миллионов коллекционеров было на свете. И каждый по-своему собирал марки: были среди коллекционеров свои «короли» и свои рядовые, были знаменитые коллекционеры, имена которых и сегодня еще живут в истории филателии.

Филателия родилась и возмужала в капиталистическом мире, мире денег, и «королем» мог быть только тот, у кого денег было много.

Королем среди королей, человеком, имевшим самую большую в мире частную коллекцию марок, какой ни у кого уже не может быть, по праву считают Филиппа Феррари. О нем и его коллекции рассказывают легенды.

В ней были редчайшие марки, сохранившиеся всего в нескольких и даже в одном-единственном экземпляре.

Феррари родился в 1848 г. Еще школьником он имел деньги в избытке. Ему нравились пестрые, занятные картинки, и он часто ходил с матерью по торговцам и накупал, сколько хотел, марок. Его не интересовало, дорогие они или дешевые. Беззаботно, не зная цены деньгам, совал он марки в карман. Случалось, они мялись или рвались — что за беда? Он мог купить сколько угодно новых.

Отец оставил ему наследство в 200 миллионов крон, мать прибавила к ним еще 100 миллионов.

Взрослым он продолжал свои неутомимые покупки. Его коллекция росла. В 1874 г. Феррари сделал известного парижского торговца Пьера Маэ, своего постоянного поставщика, смотрителем коллекции.

Жил Феррари в Париже. Коллекция хранилась в двух комнатах, и показывал он свои сокровища лишь небольшой группе друзей. «Короля филателистов» не удовлетворяли обычные, даже редчайшие марки. Он охотился за всякими редкостями вроде опечаток, переверток и т. д., платя за них огромные деньги. Предприимчивые фальсификаторы специально для него фабриковали всевозможные «ферраритеты». Говорят, что не брезговали этим даже некоторые почтовые ведомства.

Феррари за свою жизнь был подданным пяти государств. К началу первой мировой войны он числился германским подданным и должен был покинуть Париж, переехав в нейтральную Швейцарию. Умер Феррари в 1917 г. Свою коллекцию он завещал Берлинскому почтовому музею. Но французское правительство конфисковало ее, отказавшись от предложенных за коллекцию 15 миллионов франков, считая, что может выручить больше, распродав ее по частям. Так и было решено. Со всего мира слетались на аукционы в Париж торговцы и коллекционеры. Первая распродажа состоялась в 1921 г., последняя, четырнадцатая — в 1925. Всего было выручено почти 26 300 000 франков. За одну только пару знаменитых 2-центовых марок Британской Гвианы 1850 г. было уплачено 1 250 000 франков. Огромные деньги платили и за другие редкости. Из вырученной суммы третья с небольшим часть была засчитана в счет денег, которые Германия должна была выплатить Франции в возмещение убытков, нанесенных войной.



В коллекции Феррари было свыше 20 000 русских земских марок (основные виды и разновидности). На аукционе за них была назначена сравнительно скромная цена — 185 тысяч франков. Их купил К. К. Шмидт, интересовавшийся главным образом земскими марками.

Вместе с Фаберже (известный русский коллекционер, до революции владевший знаменитым ювелирным магазином в Петербурге) Шмидт составил на немецком языке выдающуюся монографию о земских марках. Такой же труд на русском языке, к сожалению, остался незавершенным.

Нужно отметить, что на парижских аукционах было распродано далеко не все, что имел Феррари. Ему не удалось вывезти в Швейцарию всю коллекцию, но немалую ее часть он все же захватил с собой: марки Греции, Сицилии, Сиамы и много других.

Правительство Швейцарии также захотело заработать на коллекции Феррари и обложило после его смерти вывезенную часть огромным налогом, достигавшим трех миллионов швейцарских франков. На марки было наложено запрещение, как и на все остальное имущество Феррари. В течение нескольких лет наследники и правительство не могли прийти к соглашению. Наконец обе стороны договорились, наследники вступили в свои права и продали почти все марки английской марочной фирме.

Так разлетелась по свету самая большая из собранных одним человеком коллекций. Французское буржуазное правительство из-за торгашеских интересов совершило варварский поступок. Если оно не хотело передать коллекцию Берлинскому музею, то должно было сохранить ее во Франции.

Второй в мире коллекцией была коллекция члена английского парламента Томаса К. Тэплинга (1855—1891). Начав коллекционировать еще мальчиком, он довел свое собрание до 100 000 экземпляров. Здесь были главным образом негашеные марки выпусков до 1890 г. и большинство редкостей в превосходном состоянии.

Коллекции повезло более, чем собранию Феррари: сэр Тэплинг завещал ее Британскому музею.

Третьей, уступающей лишь собраниям Феррари и Тэплинга, была коллекция русского филателиста Л. Ф. Брейтфуса (1851—1907). Отец его был ювелиром. Одно время Брейтфус служил во Франции, где ему удалось приобрести много превосходных коллекций, оставшихся после погибших в войну 1870—1871 гг. офицеров французской армии. Вернувшись в Россию, Брейтфус долго жил в Петербурге. В 1883 г. он организовал Санкт-Петербургскую секцию международного общества филателистов (Дрезден) и был ее председателем до самой смерти. Собрания секции проходили в ресторане на Невском проспекте.

Свою коллекцию Брейтфус обогатил покупкой нескольких крупных коллекций — князя Голицына, Н. Ф. Нотгафта и других собирателей. Нотгафт был одним из крупнейших филателистов России. Очень занятый служебными делами и крайне неуравновешенный, он вел замкнутый образ жизни, посвящая весь свой досуг маркам.

Известными русскими коллекционерами были Репман, Кацараки, Памфилов, Крестовников, Раевский и другие.

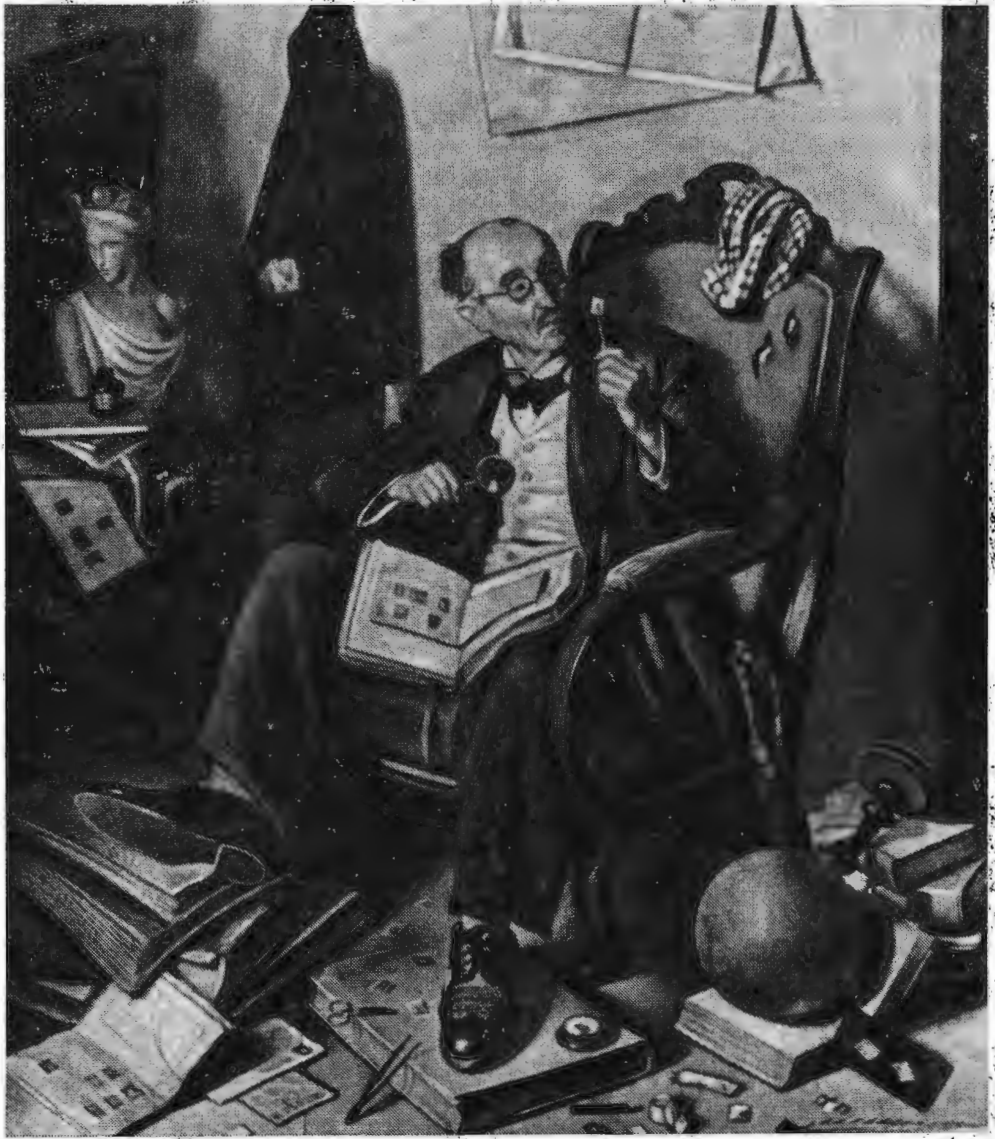
Немало было и есть в капиталистическом мире одиноких людей, для которых марки являются единственной радостью в жизни. Если они богаты, как Нотгафт, им нетрудно удовлетворять свою страсть. Но если денег не так-то много, то эта страсть нередко превращается в болезнь и толкает на такие поступки, которые, на наш взгляд, может совершить лишь ненормальный человек.

О таком маньяке рассказывает старый журнал.

В Нью-Йорке жил старик антиквар. Единственное его богатство составляла коллекция марок, где было немало редкостей. Старик жил одиноко, ни о каком живом существе ему не приходилось заботиться. Всю свою жизнь он посвятил бумажным квадратикам; он жил и трудился лишь для того, чтобы накопить их побольше. Одна марка была особенно дорога старику. Он считал, что другой такой нет на всем свете.

Но однажды старик узнал, что в Мексике имеется такая же марка. Он не поверил этому. Мало-помалу сомнения, как червь, начали точить его. Бросив все, антиквар поехал в Мексику. Но марку уже продали в Лиссабон. В Лиссабоне он узнал, что марка в Италии — ее обменяли на какую-то коллекцию. В Италии эту редкость купил маститый марочный торговец, Джузеппе Распиегли.

У антикваров и марочных торговцев хорошо налажена информация. Им заранее известно, чего ищут коллекционеры, и они не упустят случая этим воспользоваться.



Распиегли знал о покупателе еще до того, как тот пересек границы Италии, и запросил за марку очень большие деньги.

Старик чуть не упал в обморок, услышав цену. Уплатив столько денег, он будет совсем разорен.

Несколько недель не выходил старик из маленькой комнатки, которую снимал. Не отрываясь, целыми часами смотрел он на свою марку. Много лет он считал ее единственной.

Старый филателист не мог ни есть, ни спать. Он постарел еще больше, руки его стали дрожать. Но Распиегли был непреклонен. Он сразу увидел по покупателю, что рано или поздно заставит его раскошелиться. Наконец старик не мог более сопротивляться. Последняя ночь была сплошной пыткой. Он плакал, рвал на себе волосы, кусал руки. В бумажнике лежала сумма, которую назначил Распиегли. Кроме нее, оставалось только на пароходный билет до Америки.

Наутро он уже входил в лавку.

— Это все, что я имею, маэстро,— пробормотал он.

— Это доказывает только, что вы истинный филателист,— вежливо ответил торговец, считая деньги.

Из глубочайшего ящика сейфа он достал маленький квадратик карминовой бумаги.

— Вы еще на ней заработаете,— утешил Распиегли старика.

— Заработаете, заработаете! Не о прибыли я хлопочу. Мне нужно, чтобы моя марка была единственной!

С этими словами старик чиркнул спичкой, и, прежде чем торговец протянул руку, чтобы помешать, редкостная марка превратилась в пепел.

Посмотрите на картину «Филателист» Григория Шилтьяна, известного художника-реалиста, живущего в Италии. Он тщательно выписывает каждую деталь в облике своего героя, стремясь к предельной ясности выражения.

Как же изобразил художник филателиста? Неубранная, захламленная комната. Старое, рваное кресло. Усталые руки, потухший взор. В жизни осталась одна привязанность — марки, и больше ничего.

Как много их, таких филателистов, в капиталистическом мире! Нам чужды цели их собирательства. Марки не средство ухода от мира, а помощь в его познании.

Мы собираем марки не для того, чтобы укрыться от жизни, а чтобы жить более полно, более радостно, с большей пользой для себя и для других.

«Хорошая коллекция по существу является своеобразной энциклопедией, где представлено все: история страны с ее знаменательными датами, география страны, ее города, природные богатства, культура и, конечно, люди, делами которых славится страна», — пишет Герой Советского Союза, радист первой станции на Северном полюсе Э. Кренкель.

«Назвать филателию наукой было бы чересчур смело,— продолжает он,— однако серьезный филателист должен знать многое».

В 1964 г. вышла в свет книга А. Левандовского о «капитане гвардии Свободы», одном из деятелей французской революции 1789 г. — Жорже Дантоне.

«Я мог бы оказаться в Париже в дни революции, в любой период прошлого века, в наши дни и, вероятно, не заблудился бы», — рассказывает писатель. Он обладатель уникальной коллекции планов французской столицы, издававшихся на протяжении более двухсот лет.

Многотомные фолианты расположились вдоль стен его кабинета. Отличным подспорьем в познании чужой страны стали для писателя-ученого почтовые марки. Маленькие картинки с изображениями городов, зданий, знаменитых людей хорошо помогли ему «врасти» в эпоху.

«Коллекционируйте марки. Это особенно полезно для тех, кто занимается умственным трудом. Коллекционирование учит сосредоточивать память, при этом будучи само по себе отдыхом от мыслей, над которыми обычно приходится сосредоточиваться», — говорил великий ученый А. Эйнштейн.

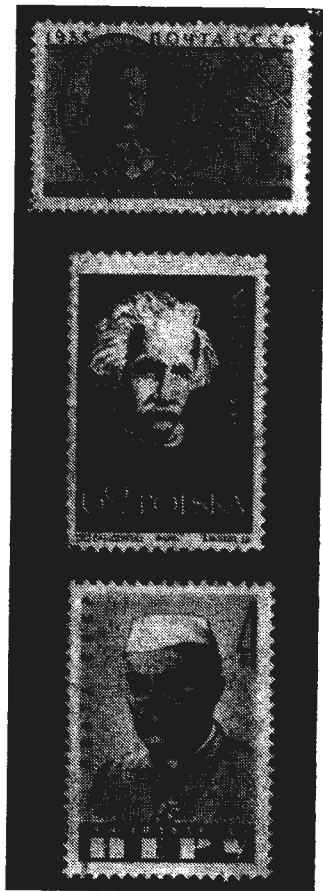
«Школой воли» называл коллекционирование академик И. Павлов, который сам был филателистом; оставившим большую коллекцию.

Большую коллекцию имел премьер-министр Индии, борец за дело мира Д. Неру. Недавно стало известно, что филателистом был и советский полководец, славный деятель нашей партии М. В. Фрунзе. Страстным филателистом был выдающийся советский дипломат М. М. Литвинов.

Одна из лучших коллекций была у Ф. Рузвельта. Рузвельт писал: «Самое важное в коллекционировании марок — энтузиазм, пробуждающийся в юности и все возрастающий, несмотря на годы. Коллекционирование марок рассеивает скуку, расширяет наши знания о странах и народах и бесчисленными путями обогащает жизнь, увеличивая ее радости».

Поэт В. Брюсов, которого М. Горький назвал образованнейшим писателем России, считал филателию «своеобразной гимнастикой ума». Он не постеснялся открыто назвать себя филателистом в первые годы революции, когда менялись оценки многих вещей и когда кое-кто считал коллекционирование делом, непригодным для трудового народа.

Брюсов одним из первых вступил во Всероссийское общество филателистов и был активным членом редколлегии журнала «Советский филателист». Молодому филателисту полезно знать, с какой серьезностью и скромностью относился всесторонне образованный, высококультурный



писатель ко всякому делу, в том числе и к филателии. 26 января 1924 г. в письме редактору «Советского филателиста» В. Я. Брюсов писал следующее:

«Что до Вашего любезного приглашения — сотрудничать в редактируемом Вами журнале, признаюсь — оно меня смущает. Разумеется, как человек, привыкший к научной дисциплине, я ознакомился со всей той филателистической литературой, которую мог получить в Москве, между прочим проштудировал все основные каталоги на разных языках, но от этого до подлинных знаний в области филателии еще весьма далеко. Как писатель, как профессор, я привык говорить только новое, и очень опасюсь, как бы мои скромные мысли по вопросам филателии (а такие мысли, конечно, у меня возникали) не оказались бы, увы! — открытием давно открытых Америк.

...Когда мне удастся связно изложить на бумаге эти свои филателистические мысли (что после Вашего письма считаю своим долгом сделать), я буду усердно просить Вас — отнестись к моей статье с самой суровой критикой. Если не окажется в ней ничего ценного и интересного для подлинных знатоков дела, мне будет неприятно ее появление в печати. Нужно будет еще поучиться, прежде чем писать статьи по филателии.

Что же до стихов, то эта задача чуть ли не еще более сложная. Стихи на сюжет из области филателии! Видал я такие (не на русском языке), но удачных еще не встречал. Однако самая трудность задачи стоит того, чтобы над ней поработать».

К сожалению, преждевременная смерть не позволила поэту выполнить свое обещание. Ни статей, ни стихов он не написал.

Членом Всероссийского общества филателистов был и М. Горький.



В МАСТЕРСКОЙ ХУДОЖНИКА



Какая красивая марка! Как тонко и умело сделан рисунок, какое красивое сочетание красок!

Часто мы забываем, что всем этим обязаны в первую очередь художнику. Не только почтовые марки, но и многие другие предметы вокруг нас созданы его талантом, его мастерством, его вкусом.

Много прекрасных картин висит в Третьяковской галерее. Это — живопись. Искусная гравюра украшает страницу книги. Это — графика.

А вот коробка с игрушкой, пакет для пластинки с музыкальной записью, обертка конфеты — и для них дал художник яркие, красивые рисунки. Это так называемая графика малых форм. Малые формы делают большое дело. Они окружают нас в повседневной жизни, приобщая к искусству. Чтобы насладиться этим искусством, не нужно идти в музей или на выставку.

Крупнейшие художники уделяют внимание оформлению предметов нашего быта. Кто не знает художников Кукрыниксов — М. Куприянова, П. Крылова, Н. Соколова. Члены Академии художеств СССР, лауреаты Ленинской премии, создавшие сотни иллюстраций, карикатур, они потрудились и над «Домиком дедушки Крылова» и «Букваринском». Что это такое? Коробки для конфет.

На коробках кондитерских изделий можно встретить работы и других известных художников.

Почетно написать хорошую картину, вырезать красивую гравюру. Они доставят радость людям. Но не менее почетно для художника нарисовать почтовую марку, которая в миллионах экземпляров разойдется по всему земному шару. Почтовая марка — зеркало искусства страны, которая ее выпустила.

Большие и сложные задачи решает искусство. Оно призвано, как говорится в Программе КПСС, «служить источником радости и вдохновения для миллионов людей, выражать их волю, чувства и мысли, служить средством их идейного обогащения и нравственного воспитания».

Без искусства люди никогда не жили и жить не могут.

Художник изображает не только то, что видит, он показывает зрителю и свое отношение к увиденному.

Посмотрите на фотографию какого-нибудь пейзажа. Вы увидите лес или реку, поле или дорогу. Посмотрите теперь на «Владимирку» Левитана: здесь не только срисован какой-то кусок земли, но и ясно выражены чувства, родившиеся в душе художника при виде дороги, по которой шли на каторгу лучшие люди России. В этом заслуга художника. Это сделало «портрет» дороги не документом, а произведением искусства.

Замечательному нашему художнику И. И. Левитану посвящено несколько марок. На одной из них воспроизведена его «Золотая осень» (1950), на другой — портрет художника работы В. А. Серова (тот же год). Воспроизведена на марке и картина «Март» (1960).

Посмотрите на всем известную картину А. К. Саврасова «Грачи прилетели». Она дана на марке, выпущенной в 1956 г. Здесь не просто изображение деревьев, грачей и церковки. Это неповторимый пейзаж Средней России, это русская природа в ее несравненной красоте и спокойном величии. Перед картиной можно стоять часами. Такова сила таланта художника. Портрет Саврасова, выполненный В. Г. Перовым, можно увидеть на одной из марок (1956).

Красота окружает человека. В поле, в лесу, на берегу реки нас охватывает чувство радости от прекрасных форм и красок, от щебета птиц, от запаха цветов и деревьев. Природа — неисчерпаемый источник красоты. Нужно только уметь ее видеть.

«Один мой знакомый путешествовал по Японии. Он остановился недалеко от Токио; в маленьком селении, в небогатой, но очень чистой хижине. Ночью он проснулся и увидел, что никто из хозяев еще не ложился спать. Все сидели у окна, глядели в светлую, зеленоватую ночь, раскачивались слева направо и говорили тихо и восхищенно:

— Ц-ц-ц-ц-ц-ц!

Мой знакомый тоже подошел к окну, но за окном не было ничего особенного — два дерева, забор и большая бочка у забора. И он спросил, что вызвало у них такое сильное восхищение.

Хозяин посмотрел на него вежливо и улыбнулся, но в узких его глазах гостю почудилась тень усмешки и сожаления. Он жалел человека, который не понял красоты, ради которой его семья не заснет до утра. И он сказал:

— Это снег. Это красиво.

За окном действительно падали редкие тощие снежинки, и для небалованных снегом японцев это был праздник прекрасного¹.

Берегите, охраняйте природу, ее красоту. «Охрану природы я считаю делом святым. Это сохранение и умножение красот Родины. Оно прямо пропорционально патриотизму: чем больше человек вложит в дело Роди-

¹ И. Уварова. Лицо вещей.

ны крови, ума, труда, таланта,— говорит писатель Л. Леонов,— тем она ему дороже. Так вырастают большие патриоты».

Искусство воспроизводит прекрасное в жизни — не только в природе, но и в человеческих отношениях.

К сожалению, в жизни было и есть много безобразного, уродливого, жестокого. И эти явления отражает искусство. Зритель невольно начинает смотреть на мир глазами художника, любить прекрасное и ненавидеть безобразное, низменное.

В руках художника могучее средство заставить зрителя оценить явления так, как этого хочет художник.

Конечно, для этого необходимо, чтобы сам художник был достоин своего времени, чтобы, изображая жизнь во всем ее многообразии, со всеми ее светлыми и темными сторонами, он прежде всего видел то новое, передовое, что сделало нашу страну надеждой всего человечества.

Это по плечу только художнику-реалисту. Русское искусство в своих лучших произведениях всегда было реалистичным. Реалистично и советское искусство.

Вряд ли произведет на зрителя большое впечатление картина, где художник изобразит какое-то единичное, случайное событие. М. Горький говорил, что, описав одного знакомого ему лавочника, чиновника, рабочего, литератор сделает более или менее удачную фотографию именно одного человека. Для создания убедительного образа художник должен отобрать наиболее характерные черты, подчеркнуть наиболее существенные стороны предмета или явления.

От художника требуется не только глубокое знание действительности, но и творческое воображение, догадка, «домысливание».

Создавая художественный образ, художник делится со зрителем своими мыслями и чувствами, своими переживаниями и размышлениями. Вот картина художника А. А. Дейнеки «Оборона Севастополя» (1962). Здесь не просто изображен эпизод Великой Отечественной войны. Зрителю ясно, как воспринимал, переживал и оценивал художник изображенное им событие, как он понимал его смысл.

Если создано подлинное произведение искусства, зритель начинает смотреть на мир глазами художника. В этом великая сила искусства, его способность строить и перестраивать человеческие души, воспитывать людей. Без могущественной помощи искусства не могла обойтись ни одна религия, ни одна политическая власть, ни один революционный класс.

Художники, работающие над нашими почтовыми марками, также стремятся создать реалистические образы.

Вы знаете марки антивоенной серии, выпущенной в 1935 г.? Это одни из лучших советских марок. Нарисовал их художник И. Ганф. В сердце



каждого честного человека они вызывают гнев и отвращение к войне, желание бороться за то, чтобы она никогда не повторилась.

Не все, однако, одинаково смотрят на цели и задачи искусства, на его связь с жизнью. Здесь сталкиваются самые различные взгляды, идет самая ожесточенная борьба. Все это находит свое отражение и на почтовых марках.

Художник может изобразить что-либо «как в жизни», со всеми подробностями, но это не будет реалистическим изображением. Такой художник равнодушно фиксирует, словно аппарат в руках фотографа-ремесленника, все, что попадает в поле его зрения. Для него пуговица на пиджаке так же значима, как сам человек. Он не видит и не хочет видеть сущности явления, дать ему свою оценку. Такое искусство носит название натурализма. Натурализм — равнодушное, безучастное отношение к жизни, внимание только к внешним ее сторонам.

Сравним две марки, посвященные одной и той же теме — донорству. Донорство — дача крови для спасения жизни больных — благородное и почетное дело (табл. IV).

На советской марке — женщина-донор, готовая дать свою кровь. Художник не рисует подробностей операции, не изображает он и одного какого-то донора. Мы видим образ советского человека, готового прийти на помощь тому, кто попал в беду. «Донорство почетно», — написано на марке. Нарисовал ее художник А. Шмидштейн (1965). На французской марке художник Декари изобразил со всеми подробностями операцию взятия крови. Такой рисунок уместен в медицинском учебнике, но произведением искусства его не назовешь. За внешним художник не увидел сущности явления. И надпись на марке бесстрастная: «Донорство».

Однако не нужно думать, что точная и подробная разработка художником деталей изображения обязательно есть натурализм. Посмотрите на портреты великих русских художников конца XVII — начала XIX в. Боровиковского, Левицкого, Рокотова или художников эпохи Возрождения. Как подробно и детально выписаны бархат и шелк, ордена и кресты, каждая пуговка на камзоле, но не они главное, они не заслоняют основного, что хотел передать художник: духовной сущности человека, изображенного на портрете. Это — подлинно реалистическое искусство. А натуралист в мелочах, которым придается самодовлеющее значение, «топит» идею. «Реализм подразумевает, помимо правдивости деталей, правдивость воспроизведения типичных характеров в типичных обстоятельствах», — писал Ф. Энгельс.

В изобразительном искусстве существуют не только реализм и натурализм. Широким потоком в зарубежном искусстве разливается формализм.

Связь содержания и формы — один из важнейших вопросов искусства. Содержание и форма неразрывно связаны друг с другом. Без формы, соответствующей содержанию, не может быть подлинного произведения искусства.

Художники-формалисты ложно и противоестественно отделяют форму от содержания. Они утверждают, что форма не только независима от содержания, но и важнее его. Форма становится самоцелью. Она нужна им не для того, чтобы выразить определенное содержание, а сама по себе. Такой художник любит «вкусной» комбинацией линий, пятен, красок, пусть даже эти линии и пятна разрушают художественный образ.

Во Франции накануне первой мировой войны, в 1908 г., возник и сложился кубизм. Французский художник Сезанн выдвинул принцип схематизации видимых форм — все предметы он пытался представить в виде простейших геометрических тел (куб, пирамида, шар).

Однако Сезанн — это не только кубизм. Мы ценим Сезанна как замечательного художника. Одна из его известных картин — «Игроки в карты» воспроизведена на французской марке.

Но некоторые последователи Сезанна перешли к изображению «чистых» форм, отрицая всякую предметность.

Так возник абстракционизм (от латинского *abstractio* — отвлечение), одно из наиболее распространенных в современных капиталистических странах нереалистических направлений в изобразительном искусстве.

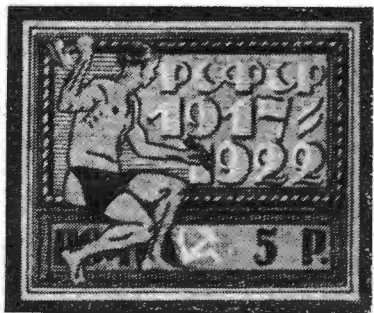
Картины абстракционистов (если можно назвать это картинами) — нагромождение линий, пятен, мазков. Одно из направлений абстракционизма так и называется — ташизм (от французского *tache* — пятно). Посмотрите на абстрактную картину, которую нарисовал художник (если можно его так назвать). Она воспроизведена на марке США (см. табл. IV). Что здесь изображено — портрет девушки, утро в городе или просто «конструкция № 25»?

К сожалению, кубистские изображения нашли место не только на марках капиталистических стран. Не избежал соблазна и югославский художник. Взгляните на спортсменов, изображенных на марках. Это не образ сильного, здорового и ловкого человека, а скорее деревянная фигурка, сложенная из кубиков. Доставит ли радость зрителю такая картинка? Вряд ли.

На чехословацкой марке художник изобразил танцующую женщину. Но как изобразил? Человеческая фигура превратилась в комбинацию зыбких линий. Вместо рук и ног — по одному толстому и по несколько тонких штрихов, кружок вместо лица.

Если бы художника спросили, зачем он превратил фигуру человека в проволоочный каркас, то, вероятно, услышали бы в ответ, что таким рисунком он хотел передать впечатление быстрого движения, динамики танца.

Однако не передана ли та же динамика движения на другой чехословацкой марке из той же спортивной серии? Вот еще одна марка с изображением спортсменки (художник Р. Житков, 1960). Художник передает стремительность движения. И все же его работа нас не удовлетворяет. Цвет на марке не играет никакой роли, изображение похоже на раскра-



пенную фотографию. Если бы марка была одноцветной, она не стала бы хуже. Марка мало чем отличается от одноцветной марки ГДР, где дана фотография.

Художник может пользоваться различными изобразительными средствами: и лаконичным, графическим рисунком, и детально разработанным красочным изображением. Но любое изображение должно быть реалистическим.

В первые годы после Октябрьской революции, при военном коммунизме, в советском искусстве были модны «левые» течения.

Революционная борьба, разрушение устоев старого мира с его нормами и законами, рождала у ряда художников мысль, что нужно разрушить, уничтожить и «старое» искусство.

«Сожжем Рафаэля!» — провозглашали «левые» мастера. Но в качестве «нового» они преподносили зрителю подражание формалистическому искусству капиталистических стран.

В 1922 г. был объявлен конкурс на марку к 5-летию Великой Октябрьской социалистической революции. Первую премию получил художник И. Дубасов. По его проекту было выпущено пять марок. Это была первая работа художника, вернувшегося с фронта и еще не снявшего красноармейской шинели. У художника не было даже красок, и для эскиза он использовал раствор марганцовки, случайно оказавшейся в аптечке его отца. Отец работал в типографии Гознака, где печатались бумажные деньги и марки. И. Дубасов стал одним из наиболее известных мастеров советской почтовой марки. За долгие годы работы он нарисовал не один десяток очень хороших марок. Его марка, посвященная памяти В. И. Ленина, считается лучшей маркой 1962 г.

Вторую премию на конкурсе получил проект художника Н. Альтмана, созданный по принципам «левого» искусства. Изображение нарочито разрушено, искажено. Художник увлечен самодовлеющей игрой черных пятен и линий.

Искусство не стоит на месте. Как все в жизни, оно изменяется, ищет новых средств для выражения идей. Но это не значит, что нужно выбросить, отместить все старое из нашей культуры.

«Красивое нужно сохранить, взять его как образец, исходить из него, даже если оно «старое». Почему нам нужно отворачиваться от истинно-

прекрасного, отказываться от него, как от исходного пункта для дальнейшего развития, только на том основании, что оно «старо»? Почему надо преклоняться перед новым, как перед богом, которому надо покориться только потому, что «это ново»? Бессмыслица, сплошная бессмыслица»¹, — так говорил В. И. Ленин.

Много прекрасных произведений искусства создало человечество за тысячелетия своего существования. Их нужно знать, они многому могут научить.

Выступая на III Всероссийском съезде РКСМ 2 октября 1920 г., В. И. Ленин говорил: «Без ясного понимания того, что только точным знанием культуры, созданной всем развитием человечества, только переработкой ее можно строить пролетарскую культуру — без такого понимания нам этой задачи не разрешить. Пролетарская культура не является выскочившей неизвестно откуда, не является выдумкой людей, которые называют себя специалистами по пролетарской культуре. Это все сплошной вздор. Пролетарская культура должна явиться закономерным развитием тех запасов знания, которое человечество выработало под гнетом капиталистического общества, помещичьего общества, чиновничьего общества»².

Немало превосходных произведений искусства создали и мастера почтовой марки за сто с лишним лет ее жизни. Многому могут научиться у них современные художники.

К числу красивейших дореволюционных марок справедливо относят русские марки, выпущенные в 1913 г. Нарисовали их превосходные художники — И. Я. Билибин и Е. Е. Лансере. Простота и строгость, графическая выразительность характерны для большинства марок этой серии.

Очень красивы и австрийские марки с портретами композиторов (1922). Жаль только, что художник слишком увлекся орнаментом.

Много прекрасного найдет коллекционер в своем альбоме, если он научится понимать искусство.

ХОРОШИЕ И РАЗНЫЕ

Русское искусство, как мы уже сказали, в лучших своих произведениях всегда было жизненно правдивым. Даже на древних иконах — в гениальных творениях Андрея Рублева и Симона Ушакова — проступает живая жизнь. Потрясающие по силе реалистические произведения созданы русскими художниками XIX в., в частности художниками-передвижниками.

¹ «В. И. Ленин о литературе и искусстве». М., 1957, стр. 583.

² В. И. Ленин и н. Полн. собр. соч., т. 41, стр. 304.





Немало произведений передвижников воспроизведено на марках: «Птицелов» и «Охотники на привале» В. Перова (1956), «Корабельная роща» И. Шишкина (1960); «По реке Оке» А. Архипова (1956); «Московский дворик» В. Поленова (1952) и др.

Художники-передвижники были представителями критического реализма. Русская действительность второй половины XIX в. заставляла прогрессивных художников разоблачать пороки и противоречия капиталистического строя, показывать красоту борьбы за освобождение народа. Они резко и прямо произносили свой приговор всему злему и жестокому.

Советские художники также обличают в своих произведениях недостатки и пороки, пережитки старого мира. Но основное в нашем искусстве, искусстве социалистического реализма — действительность во всем ее величии, основные, ведущие идеи эпохи построения коммунизма. Показать в художественных образах героизм социалистического строительства, дружбу советских народов, несокрушимую мощь нашей великой Родины — вот их задача.

Задача у всех советских художников одна и та же, одни и те же идеи их вдохновляют. Значит ли это, что и рисовать все они должны одинаково?

Задача у всех советских художников одна и та же, одни и те же идеи их вдохновляют. Значит ли это, что и рисовать все они должны одинаково?

А мне
в действительности
единственное надо —
чтоб больше поэтов
хороших
и разных.

Так написал В. Маяковский.

Каждый художник работает по-своему. У каждого свой почерк.

Созданию реалистического образа может служить любая манера, любая техника. Это очень наглядно показывают почтовые марки.

Возьмем простейший пример: изображение животного.

Посмотрите на тигра, нарисованного художником А. Н. Комаровым, которого знают многие школьники и студенты. Тысячи иллюстраций нарисовал он для учебников (табл. VI). А. Н. Комаров — художник-анималист, т. е. художник, рисующий главным образом животных. С большим знанием изобразил он на марке тигра. Целиком марка художника не ин-

тересовала, он не оформлял ее, не рисовал шрифта. Он изобразил тигра точно так же, как на иллюстрации для учебника. Оригинал во много раз уменьшили и поместили на марке (1959).

Хороша ли она? Нет.

Художник не учел сильного уменьшения, при котором уничтожается все разнообразие цвета, и изображение начинает походить на раскрашенную фотографию. Растр раздробил изображение. Пропала художественная манера автора. Цвет стал нечетким. Нет ясных отношений между различными цветовыми оттенками.

Посмотрите на другую марку (1964). Ее автор — академик А. М. Лаптев. Изображение дано в четкой манере, цветовые тона ясны и определены, нет разнообразных цветовых оттенков. Такое изображение не искажается при уменьшении. Оно решено декоративно. Декоративное решение допускает обобщение формы и цвета, устранение некоторых деталей. Изображение может быть несколько упрощенным (о декоративности подробнее мы скажем позже).

Сравните теперь три марки с изображением белого медведя: наши марки художников А. Комарова (1957) и А. Лаптева (1964) и немецкую марку (ГДР). Про две первые можно повторить то, что сказано о марках с тигром. Еще более упрощенную манеру мы видим на немецкой марке: изображение дано по существу однокрасочным на цветном фоне.

Наконец, четвертая, швейцарская марка. Здесь животные изображены схематизированно, очень обобщенно. Условен и цвет, не совсем совпадающий с реальным цветом животных. Зато основной упор сделан художником на яркое, броское сочетание условных цветов. Изображение носит исключительно декоративный характер.

Взгляните на марку, выпущенную в ФРГ (она посвящена зоопарку). Здесь еще одна изобразительная манера — черно-белая (по-французски «blanc et noir»). Это чисто графический рисунок, где нет никаких деталей, никакой штриховки — только черные и белые пятна. Рисунок предельно упрощен и обобщен, например: в портрете освещенные места — белые, теневые — черные.

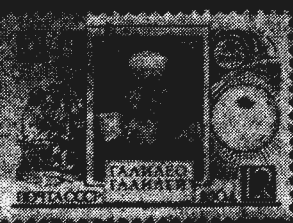
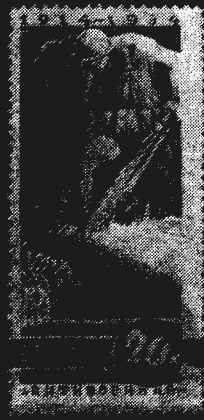
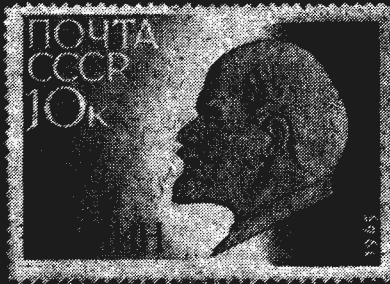
На марке ФРГ вместо белого цвета взят зеленый, но это не меняет сущности манеры.

В черно-белой манере решен художником Н. Альтманом проект марки к 50-летию Великого Октября.

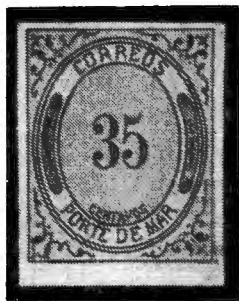
При черно-белой манере предмет может быть изображен в виде силуэта. Силуэт бывает не только черным, но иногда и белым (на черном фоне). Так изображен олень на марке Бюртемберга.

Каждый мастер выбирает те изобразительные средства, которые наиболее отвечают его художественным вкусам и позволяют лучше, по его мнению, осуществить замысел.

Различное решение художественных задач можно увидеть и на марках более сложной тематики. Художник В. Климашин изображает солдата и матроса так, что мы вряд ли отличим их от цветной фотографии







(1958). По-иному решено изображение солдата на марке, выпущенной к 20-летию победы над фашистской Германией (художник Е. Анискин, 1965).

Какая марка лучше?

Первая нас не трогает, ее рассматриваешь без волнения. Она обращается только к рассудку зрителя. Вторая вызывает у него те же чувства, которые испытывал художник и которые он передал выразительным, активным рисунком и цветом.

Язык художника

Великие идеи вдохновляют советских художников. Но чтобы отразить их в произведении искусства, от художника требуется высокое мастерство, безукоризненное умение использовать все возможности изобразительных средств.

Если бы перед многотысячной аудиторией выступил даже самый умный и знающий оратор, который, однако, был бы косноязычен или заикался, его речь наверняка не произвела бы большого впечатления. Блестящий же оратор может увлечь аудиторию даже и сомнительными идеями.

Ошибочно думать, что, выбрав нужную тему, художник уже обеспечил себе успех, что достаточно кое-как нарисовать рабочего у станка или колхозника у комбайна, чтобы получилось подлинное произведение искусства.

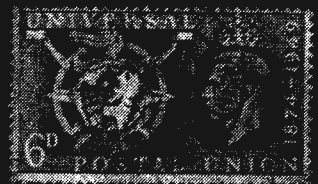
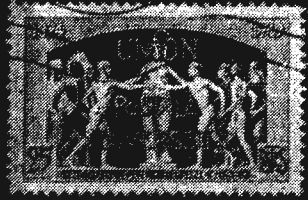
Посмотрите на марки, выпущенные различными странами мира в 1949 г. к 75-летию Всемирного почтового союза.

Всемирный почтовый союз (УРУ)¹ возник в связи с необходимостью урегулировать почтовое сообщение между различными странами. Его инициатором был Генрих Стефан (1831—1897), сын портняжного мастера, впоследствии генеральный почтмейстер Северо-германского союза. Имя Стефана занимает почетное место в истории немецкой почты.

Даже из самых маленьких, удаленных от мировых путей сообщения стран посылались письма. Послать их в далекий путь стоило не дешево. Оплата зависела от расстояния и веса письма. Каждая страна имела свой тариф. Марка сохраняла силу только до пограничной станции. На границе на письмо нужно было наклеить другую: почта государств, через которые пересылались письма, брала добавочную плату. За письмо из-за границы доплачивали при получении столько, сколько стоила его пересылка внутри страны. Иногда приходилось даже выпускать особые марки вроде *Porte de Mer* (морская почта) в Мексике для дополнительной оплаты писем, которые отправлялись за границу на иностранных кораблях.

В 1863 г. в Париже собрались представители многих стран на конференцию по вопросам международной почты. Однако к соглашению не при-

¹ УРУ — сокращение от *Union postale universelle*.





шли. В 1874 г. в Берне состоялась новая конференция. Был заключен договор Всемирного почтового союза, вступивший в силу 1 июля 1875 г. Двадцать два государства образовали как бы единую почтовую область, в которой было около 350 миллионов человек, приняв общую единообразную оплату почтовой корреспонденции.

В настоящее время во Всемирный почтовый союз входят почти все государства мира, и письмо с маркой члена Союза будет доставлено без дополнительной оплаты в любую другую страну, хотя бы на противоположной точке земного шара. Все страны, через которые лежит путь письма, и страна, куда оно адресовано, перевезут его бесплатно. Деньги за пересылку получает та страна, откуда письмо идет. Другие страны не будут в обиде, так как пользуются такими же правами.

Как по-разному выражают идею Союза различные художники!

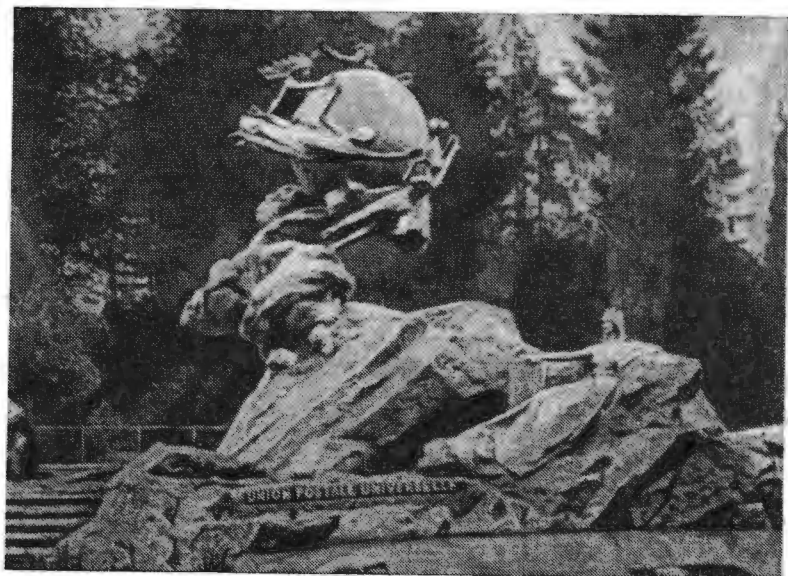
На нашей марке — земной шар, опоясанный лентой из писем, и средства их доставки — от почтовой кареты до самолета; на норвежской — стилизованный голубь с письмом в клюве; на французской — люди разных рас. На немецкой марке дан главный почтамт Берлина и портрет Стефана, инициатора организации Всемирного почтового союза; на швейцарской — деталь памятника Союзу, установленного в Берне; на южноафриканской — Меркурий, бог торговли (он же покровитель воров).

Иногда думают, что художник сразу находит нужное решение. Это большая ошибка. Огромный труд вкладывает настоящий мастер в свою работу. Сколько эскизов, сколько этюдов с натуры выполнил, например, Суриков для «Боярыни Морозовой»! Как настойчиво искал он композицию картины, каждый образ, как тщательно разрабатывал детали.

То же самое делает и художник, рисующий почтовую марку. Сначала эскизы, первые наброски решения. Затем более подробные разработки — иногда их бывают десятки.

Вот один пример. Датское почтовое ведомство заказало художнику-графику Мадс Стагу марку из серии, посвященной охране природы. Ему предложили изобразить типичный ландшафт Ютландии с рекой Каруп. Эскизы показывают, как упорно искал художник удовлетворяющее его решение.

И другой пример. Вы видите шесть вариантов одной и той же швейцарской марки. На первый взгляд кажется, что они ничем не отличаются друг от друга. Но присмотритесь, и вы заметите, как художник меняет отдельные детали пейзажа, находя наиболее выразительное, по его мнению, решение. Чуть-чуть крупнее башня, чуть-чуть правее или левее она сдвинута — и целое уже воспринимается по-иному.



В 1965 г. художники Лесегри (Б. Лебедев, Л. Сергеев и М. Гринберг) нарисовали марку в честь 20-летия Всемирной федерации демократической молодежи. Десятки набросков и законченных эскизов сделали они, прежде чем пришли к окончательному решению.

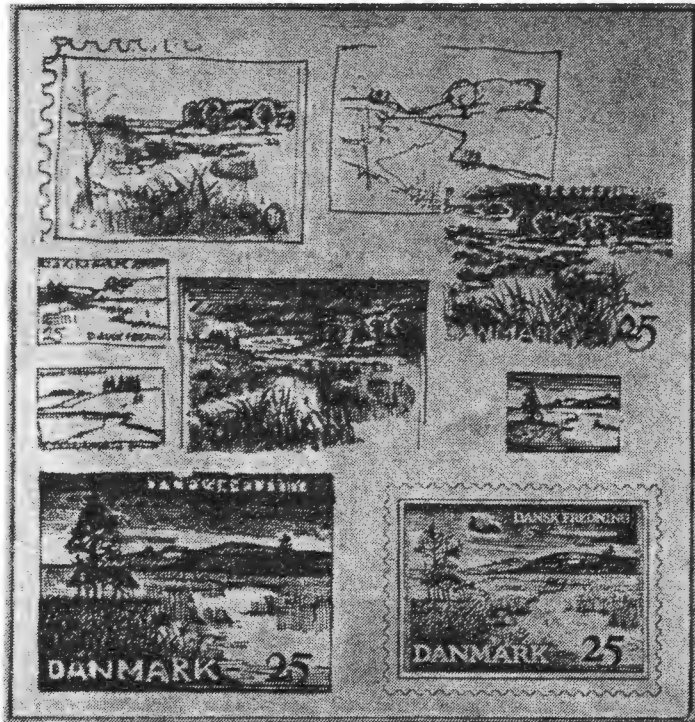
Каковы же средства, которыми пользуется художник при воплощении замысла?

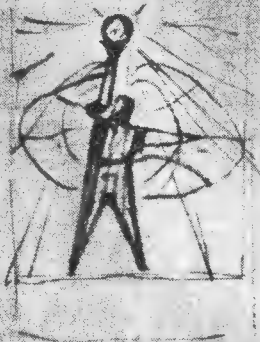
Это, во-первых, композиция. Слово *compositio* по-латыни значит сложение, сопоставление, соединение частей, приведение в порядок. Но композиция — это не просто сложение, это превращение отдельных частей в нечто единое, неразрывное. Ведь художественное произведение так же целостно, как и живой организм.

Примеры того, как отдельные части сливаются в единое целое, дает нам природа. Взгляните на дерево. Листья, ветви, ствол. Но все эти отдельные части воспринимаются нами как нечто целостное: береза или дуб, липа или клен. Их не спутаешь — каждый имеет собственное, ярко выраженное лицо.

В хорошо скомпонованном произведении искусства — будь то картина, рисунок или марка — ни убавить, ни прибавить ничего нельзя. И наоборот, если произведение композиционно слабо, рыхло, тогда можно удалить или добавить ту или иную часть.

Однажды нидерландский художник Иоахим Бейкелар (жил в XVI в.) писал по заказу натюрморт, т. е. изображение предметов неживой природы. Заказчик во время работы приносил все новые и новые фрукты и про-







сил поместить их на картине. Он считал композицию собранием отдельных предметов, художник же видел их все как нечто целое.

Посмотрите на марку, выпущенную в 1921 г. (художники А. Разумовская-Шемурина и Н. Качура). Она очень плохо скомпонована. Закройте любую фигуру или предмет, добавьте их еще несколько — ничто не изменится в художественном качестве марки, потому что изображение дробно, каждый предмет зрительно изолирован.

Сравните эту марку с другой, где также дана сложная многофигурная композиция. Это — марка Греции, посвященная английскому поэту лорду Байрону, принимавшему участие в освободительной войне греков. Попробуйте убрать хотя бы одну фигуру, хотя бы одно действующее лицо — художественное качество марки станет хуже.

Основная задача композиции — раскрыть идейный замысел одновременно всеми средствами и приемами изобразительного искусства. Посредством композиции художник определяет или уточняет характеристику действующих лиц, выявляет их отношение друг к другу и к окружающей обстановке. Он группирует фигуры, находит нужные позы и движения, отделяет существенное от второстепенного.

Рассматривая произведения искусства, мы можем различать два наиболее часто встречающиеся композиционные начала — симметрию и асимметрию. Их же находим мы и в природе.

Симметрия — соответствие левой и правой части предмета, разделенного осью посередине. Конечно, это





не геометрическая точность. Посмотрите на бабочку, на колос ржи, на большинство цветов — они симметричны. Симметрично и тело человека.

Симметрия воспринимается как спокойное равновесие. Многие живописцы Возрождения для создания определенного впечатления сознательно выбирали симметричную композицию, например композицию по треугольнику.

Так, в «Сикстинской мадонне» Рафаэля все фигуры образуют как бы пирамиду. Второстепенные фигуры картины расположены симметрично по отношению к центральной — матери с ребенком, — и этим достигается особая идейная значимость изображения матери и всего сюжета.

Геометрическая точность при симметричной композиции может быть (и то далеко не всегда) в орнаменте.

Изумительное мастерство в использовании симметрии характерно для искусства древней Греции. На фронтоне храма, который вы видите на рисунке, гениальный мастер не дает полного соответствия правой и левой стороны, и вместе с тем разнородные по движению группы фигур в треугольном поле фронтона образуют ясно выраженное художественное целое.

По-иному действует на зрителя асимметричная композиция, где центральная ось делит изображение на две неравные части разной «тяжести». Асимметричная композиция более динамична, она подчеркивает действие, порыв, ей чуждо спокойствие, неподвижность.

Асимметричная композиция часто строится по диагонали. Диагональная композиция получила широкое распространение в живописи XVII в. Она вытеснила симметричную композицию в виде пирамиды живописцев XV и XVI вв. Такие великие мастера, как Рубенс, умело использовали диагональное построение для убедительного осуществления своего замысла.

Изучая Рубенса, крупнейший французский художник Делакруа говорил об «огромном значении основных линий в композиции». В своих произведениях, драматических по сюжету и полных стремительного движения, Делакруа широко использовал диагональную композицию.

Диагональное построение, особенно движение в глубину картины или из ее глубины вперед, как бы связывает зрителя с изображением, делает участником события.





В картинах эпохи Возрождения зритель лишь наблюдал величественное событие. Но посмотрим картину Делакруа на библейский сюжет: Иаков борется с ангелом. Напряженность действия, подчеркнутая диагональной композицией, захватывает зрителя.

Вот картина другого французского художника, Жерико «Офицер конных егерей, идущих в атаку». Конь, по диагонали пересекающий плоскость картины, подчеркивает стремительную скачку всадника.

Обе картины построены по диагонали, но между ее использованием, а значит, и воздействием на зрителя есть разница.

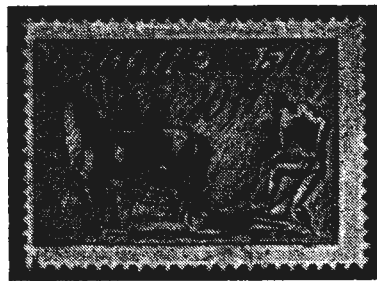
У Делакруа диагональ идет справа налево, у Жерико — слева направо. Попробуйте провести на листе бумаги линию слева направо (снизу вверх). Это сделать очень легко одним движением кисти руки. А справа налево? Гораздо труднее. Нужно привести в движение всю руку, и это вызывает большое напряжение. Поэтому в произведении Жерико скачка всадника кажется стремительной и легкой. У Делакруа мы, напротив, чувствуем напряжение борьбы, огромное усилие Иакова.

Не следует, однако, думать, что композиции по диагонали достаточно, чтобы картина уже выглядела динамичной. Ведь общее впечатление от произведения искусства рождается всем сюжетом, воплощающим ее идею. Вот диагональное изображение лежащей дамы. Однако на картине нет движения. Картина принадлежит французскому художнику Э. Мане. Он был родоначальником того направления в живописи, которое носит название импрессионизма (от французского слова *impression* — впечатление).

Импрессионисты главной задачей живописи ставили передачу самого непосредственного впечатления художника от пейзажа, жанровой сцены, человеческого лица. Они стремились передать световые эффекты, подчеркивая игру цветовых контрастов. Признавался только этюд с натуры. Непосредственное общение с природой, правдивость передачи видимого мира делали произведения импрессионистов, особенно в раннюю пору их деятельности, хорошими реалистическими этюдами. Как никому до них, им удалось средствами живописи передать солнечный свет и воздух. В этом заслуга импрессионизма перед изобразительным искусством.

Среди французских марок, воспроизводящих в цвете произведения изобразительного искусства (они впервые появились в 1961 г.), есть марка с картиной живущего во Франции художника М. Шагала.

На картине М. Шагала изображение построено по двум диагоналям — слева направо и справа налево. Это делает движение замедленным, как бы застывшим. Все остановилось. Такая композиция нужна художнику для лучшего выражения общего смысла-настроения картины: мир стал нереальным, законы перспективы искажены, предметы, относя-





щиеся к разным местам (Эйфелева башня в Париже и домики польского местечка), хаотически смешались. Картина М. Шагала принадлежит к так называемому модернистскому искусству, произведения которого проникли на почтовую марку после мировой войны 1914—1917 гг.

Первой маркой с чертами «нового» искусства считают немецкую марку, изображающую пахаря (1921).

Сводить композицию художественного произведения к построению формальных геометрических схем никак нельзя. Композиция для великих мастеров была не самоцелью, а одним из слагаемых всего художественного образа.

Существенный момент художественной композиции — размер и пропорции картины. Художник выбирает размер и формат в соответствии со своим замыслом, с теми идеями, которые он хочет выразить в своем произведении.

«Композиция для сохранения выразительности должна видоизменяться в зависимости от заполняемой ею поверхности. На листе бумаги данного размера я намечаю рисунок относительно формату листа. Я не повторяю рисунок на другом листе, если его пропорции отличны от предыдущего, если, скажем, он прямоугольный вместо квадратного. Но я не удовольствуюсь также и простым увеличением рисунка, если мне предстоит перенести его на лист той же формы, но вдесятеро больший... Художник, желающий перенести композицию с меньшего холста на больший, должен для сохранения выразительности продумать всю композицию заново, видоизменить ее, а не просто увеличить картину, разбив ее

на квадратике». Эти слова принадлежат известному французскому художнику А. Матиссу. В своем творчестве Матисс стремился к декоративной упрощенности изображения, выполненного яркими плоскостями локального цвета. Локальный цвет — цвет, характерный для самого предмета, однородное или почти однородное цветовое пятно, лишенное цветовых оттенков. Одно из произведений Матисса дано на французской марке.

Легко заметить, насколько теряют в своей художественной выразительности репродукции живописных произведений на марках. Особенно нет смысла помещать репродукции на маленьких марках, как это сделали с картиной Д. Н. Кардовского «Декабристы на Сенатской площади» (1925). Марка имеет размер всего 18×24 миллиметров, и разобрать что-либо здесь вообще трудно. Также неубедительно выглядел бы и рисунок на марке обычного размера, если бы его сильно увеличили.

Посмотрите на несколько марок различных пропорций; каждый формат выбран художником не случайно, он наиболее соответствует сюжету композиции. Вытянутый вверх прямоугольник повышает впечатление монументальности и вместе с тем придает фигурам некоторую нереальность, бесплотность. Недаром оно так характерно для готического искусства с его подчеркнутым стремлением вверх, к небу. Это стремление ярко выражала архитектура готических соборов.

Взгляните на картину М. Врубеля «Сидящий Демон». Вытянутый по горизонтали прямоугольник, срезающий часть фигуры, как бы придавливает к земле этого мятежного ангела.

Много марок komponуется в треугольнике. Мы говорили о треугольной композиции в искусстве Возрождения. Там треугольник подсказывал-





ся творческим замыслом художника. Но на многих марках треугольник — заранее определенная схема, в которую врисовывают тот или иной сюжет. Поэтому рисунок часто не связан органически с формой изобразительной плоскости. Ясно видно, например, как механически втиснуто изображение в треугольное пространство на марке Ньясы. От изображения зебры пришлось отрезать половину. Посмотрите, насколько приятнее этот рисунок на прямоугольной плоскости.

Композиционно неубедительна и первая треугольная советская марка, выпущенная в 1965 г. (художник П. Бендель). Здание Большого театра стиснуто треугольником. Добавленные сбоку деревца не делают композицию более убедительной. Это лишний раз показывает, что форма не внешняя оболочка, не сосуд, в который можно влить что угодно.

Треугольные марки выглядят убедительнее в том случае, если на них помещаются несложные сюжеты, например отдельные предметы, как на венгерских марках с птицами или собаками.

Выбор формы, соответствующей художественному замыслу, как мы уже говорили, — важнейшая и сложнейшая задача искусства.

Формальные приемы композиции во всех подлинных произведениях искусства теснейшим образом связаны с основным идейным замыслом художника, со всей его творческой сущностью, с его характером. Работа художника над композицией не холодное соблюдение заранее установленных

правил и технических приемов. Композиция — сознательное решение, в каждом отдельном случае зависящее от поставленных задач. Недостаточное внимание к форме жестоко мстит художнику. Самая великая идея может быть загублена непродуманным, неверным ее воплощением.

В ГДР в 1958 г. была выпущена марка к 40-летию ноябрьской революции в Германии (9 но-



ября 1918 г.). На ней изображен сражающийся на баррикаде рабочий и солдат национальной народной армии. И тот и другой даны очень неубедительно, их натуралистический, случайный облик не соответствует героической теме. Марка столь неудачна, что ее изъяли из продажи в день выпуска, и она стала большой редкостью.

Композиция — важнейшее выразительное средство в умелых руках художника. Не менее выразителен может быть цвет.

Основной источник света для нас — солнце. Если пропустить тонкий солнечный луч сквозь призму, то он разложится на семь цветов: красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий и фиолетовый. Синий и голубой иногда считают за один цвет. Цветная полоска разложенного солнечного луча называется спектром. То, что солнечный луч состоит из некоторого числа различных по длине световых волн, впервые установил Ньютон (1643—1727).

Лента спектра, согнутая кругообразно, образует так называемый цветовой круг (табл. III).

Три краски — желтая, красная и синяя — не могут быть получены из других красок. Их называют основными. Путем их смешения можно получить краски производных цветов: желтая и красная дадут оранжевую, красная и синяя — фиолетовую, синяя и желтая — зеленую. В зависимости от количества каждой из двух красок могут быть получены оттенки цвета: желто-оранжевый или красно-оранжевый, красно-фиолетовый или сине-фиолетовый, сине-зеленый или желто-зеленый.

Как мы уже говорили, при трехцветной печати из трех основных красок могут быть получены почти все оттенки других цветов.

Если поделить цветовой круг пополам, то в одной половине будут красные, оранжевые, желтые и желто-зеленые цвета. Они называются теплыми. В другой половине будут холодные цвета: голубо-зеленые, голубые, синие, сине-фиолетовые. Теплые цвета вызывают представление о цвете нагретых тел, огня, солнечного света; холодные — о цвете воды, льда, металла.

Для каждого основного цветового тона имеется дополнительный. Он получается из двух оставшихся.

Основной — дополнительный

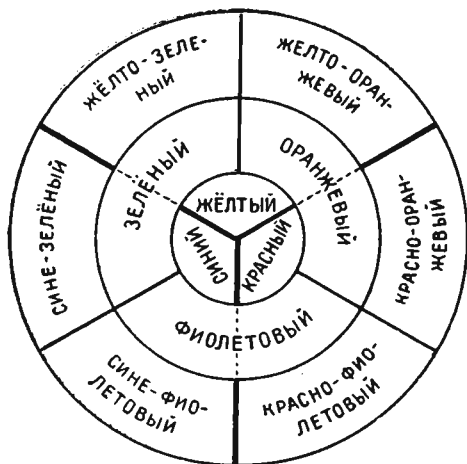
Желтый — фиолетовый (синий + красный)

Красный — зеленый (желтый + синий)

Синий — оранжевый (красный + желтый)

Глаз человека в состоянии различать 200 чистых красочных тонов. При смешении число их возрастает до 15 000.





Все цветовые тона, имеющиеся в спектре (а также не имеющийся в спектре пурпуровый цвет), называются хроматическими (цветными). Имеются и ахроматические (бесцветные) тона — все оттенки серого, состоящего из белого и черного. Ахроматические тона отличаются друг от друга только по светлоте.

Черная, белая и серая краски, добавляемые к другим краскам, дают большое количество затемненных и осветленных тонов. Так, красная и черная краски дают коричневые тона; желтая и черная — оливковые. Красная и белая дадут розовый цвет и т. д.

В филателистических таблицах,

выпущенных в ГДР, дано 160 цветов, встречающихся на почтовых марках.

Во всяком произведении искусства художник решает вопросы не только линейной, но и цветовой композиции. По словам К. Маркса, чувство цвета — самая популярная форма эстетического чувства.

В произведении живописи мы встречаемся обычно с большим количеством цветовых оттенков. Художник-живописец работает над колоритом своей картины, т. е. над согласованием отдельных цветов. Его задача сводится не к подысканию наилучших цветов вообще, а наилучших отношений между ними.

Для колориста нет ни абсолютно прекрасных, ни абсолютно неприятных цветов. Он заботится о создании прекрасных отношений одного цвета к другому, их обоих к третьему и всех вместе друг к другу.

Не так обстоит дело в прикладном искусстве и в графике, в том числе и в малых формах — в искусстве почтовых марок. Здесь очень часто используются два-три цвета, а иногда даже один.

Как выбирать эти цвета? Как сделать, чтобы они были приятны для глаза? Можно ли найти такие правила, такие законы, которые позволили бы художнику действовать наверняка? Таких законов нет.

Мы знаем, что в музыке существуют диссонансы, т. е. сочетания звуков, неприятные для слуха. Есть такие диссонансы и в изобразительном искусстве — сочетания красок, не дающие полного удовлетворения нашему зрению.

Нужно сказать, что суждение о том, красиво или некрасиво сочетание тех или иных цветов, зависит в первую очередь от того, что эти цвета изображают. Содержание произведения искусства — основной момент и в суждении о гармоничности цветовых сочетаний. Прекрасно сказал Э. Делакруа: «Цвет сам по себе — ничто, если он не соответствует сюжету и если он не усиливает воздействие картины на воображение».

Зеленое дерево на голубом небе очень красиво. А зеленое человеческое лицо с синими губами, как это нередко изображают художники-формалисты, может быть отвратительным.

Иногда нам кажется, что в определенных случаях, особенно в орнаменте, цвет действует на нас независимо от содержания. Например, багровые полосы на черном фоне вызовут в нас тревожное чувство, а золотистые точки на голубом фоне — радостное. Почему? Потому что и в этом случае эмоциональное воздействие цвета объясняется нашим практическим опытом.

Чернота ночи и голубое утреннее небо, цвет крови и огня, зелень весенней листвы и ядовитая зелень гниения — все это вызывает у человека совершенно определенные ощущения. В результате некоторые цветовые отношения оцениваются нами как красивые или некрасивые.

Попытаемся сделать хотя бы общие наброски в вопросе гармонического сочетания цветов.

Не все цвета одинаково легко согласовать друг с другом. Так, яркий, ясно выраженный цвет легче согласовать с белым, черным или серым, чем с другим ясно выраженным цветом. Трудно, например, интенсивный красный зрительно объединить с интенсивным синим, ярко-желтый — с ярко-зеленым.

Яркие, броские сочетания получаются при соседстве дополнительных цветов. Такое сочетание часто используется в рекламных рисунках. Однако оно выглядит резко. Поэтому, если хотят сделать его более спокойным, один из цветов берут затемненным или осветленным, т. е. с примесью черной или белой краски.

Более интенсивного цвета обычно следует брать меньше, чем осветленного или затемненного.

Сочетание выглядит более гармоничным, если светлота цветов соответствует светлоте их в спектре, например: если желтый дан светлее зеленого, зеленый — светлее синего и т. д.

Красивые сочетания нередко получаются, если какой-нибудь интенсивный цвет берется вместе с тем же цветом, но осветленным или затемненным. Такие сочетания называются производными одного цвета. Они в этом случае могут быть не только хроматическими, но и ахроматическими, например сочетание черного с серым. Такое цветовое решение может быть очень красивым, но выглядит мрачно. Его часто используют как траурное. Например, чехословацкая марка, посвященная селению Лидице (которое сожгли фашисты, расстреляв всех мужчин, а детей и женщин отправив в Германию), выдержана в черном и сером тонах. Такое цветовое решение соответствует взятому сюжету — на марке изображено лицо страдающей женщины.

На таблице VII показаны три марки, выпущенные к Национальной филателистической выставке (ГДР, 1964). На каждой использованы два



цвета. Какое сочетание цветов, по-вашему, самое удачное? Менее всего, пожалуй, приятно сочетание желто-оранжевого и зеленого. В круге между ними находится еще один цвет — желтый. Такие два цвета образуют так называемый средний интервал. Цвета, расположенные в круге рядом, образуют малый интервал, а если между ними находятся еще два или более цвета — большой интервал.

В большинстве случаев сочетание цветов более приятно, если они даются по малому или большому интервалу. Менее приятно, как правило, сочетание цветов по среднему интервалу.

Следует помнить, что в графике цветовые сочетания выглядят гораздо убедительнее, если в них участвует черный или какой-либо другой темный цвет. В отдельных случаях это может быть черный контур или фон, черные буквы шрифта и т. д. Скажем, желтые цветы на красном фоне могут быть красивыми на ситце или на кувшине, на марке же это вряд ли будет убедительно. Посмотрите, например, как энергично дан контур на швейцарской марке с животными, которую мы уже упоминали. Подчеркнуты контуром цветовые пятна и на этнографических марках Анголы, и на многих других марках.

Активность и выразительность цветовой композиции придали черный шрифт и черная линия музыкального инструмента на нидерландской марке. Желтый и желто-коричневый цвета выглядят как-то ярче и энергичнее от соседства черного. А швейцарская марка, на которой даны лишь желтый, оранжевый и оливковый цвета, выглядит блеклой, вялой. Ее мягкая цветовая композиция имеет свои достоинства, но едва ли такое решение соответствует призывной тематике марки — борьбе с голодом.

И нидерландская и швейцарская марки художниками решены декоративно.

Декоративное решение в графике, в том числе и на марках, часто очень целесообразно.

При нем отбрасывается все малозначащее, несущественное. Рисунок сводится исключительно к типичным для него главным формам, а цвет — к основному цвету предмета. Увлекаясь точной передачей цвета предметов, художник нередко перестает думать о нем как о выразителе основной идеи произведения, сводит на нет силу его воздействия на зрителя.

Декоративность дает больше возможностей гармонического цветового решения. Это не значит, однако, что художник может любому предмету присвоить любой цвет.

Декоративное красочное оформление требует сохранения цвета, существующего предмету в натуре, или цвета, возможного при каком-либо цветном освещении.

Чем объяснить, например, наполовину зеленую, наполовину белую фигуру спортсмена на польской марке, его руки и ноги в виде заостренных палок.

Видимо, декоративность тут стала самоцелью, поводом для смакования «красивого» сочетания красок, оторванных от реальности.

Более выразительна румынская марка со стилизованной по рисунку и предельно упрощенной по цвету композицией. Такой рисунок воспринимается как рекламный плакат. В рекламе такое решение, броское и видимое издалека, более оправдано.

В графике нередки случаи, когда используется не сочетание двух или нескольких цветов, а один-единственный цвет. Здесь задача художника — дать цвет ярким, активным, приятным для глаза. На марке ФРГ, посвященной зоопарку, активно действует только один цвет — зеленый, а соседство черного служит лишь для того, чтобы зеленый казался более ярким и чистым, чтобы он «громче звучал». Такое цветовое решение иногда называют эстетикой изолированного цвета.

На марка, как и вообще в искусстве, цвет решается в связи с той или иной тематикой. Но могут быть случаи, когда композиция состоит только из сочетания красочных пятен.

Посмотрите на швейцарскую марку — на ней лишь красный квадрат на зеленом фоне. Красный и зеленый — дополнительные цвета, поэтому по соседству они кажутся наиболее яркими. Марка очень броская. Но раскрывает ли эта броскость идею марки? Ведь это не рекламный плакат, а призыв к борьбе против страшной болезни — рака (табл. X).

Сравните швейцарскую марку с французской на ту же тему. Может быть, не очень убедительно символическое изображение рака в виде змеи, но все же рисунок будит определенные чувства.

Бывают случаи, когда стремление художника к декоративности приводит к назойливой пестроте, к крикливости цвета. Такова серия марок государства Израиль, посвященных социальному обеспечению. Художник превратил людей в деревянные куколки, состоящие из квадратиков, треугольников и шариков. Не такого решения требует эта важная тема. Марка скорее говорит о желании укрыться от острых социальных проблем за внешней занимательностью, о стремлении придать юмористический характер серьезным вопросам. Такая художественная направленность — одна из характерных особенностей искусства капиталистических стран...

Видите, как много вопросов поставили перед нами почтовые марки, вопросов, которые приходится решать и живописи, и «большой» графике, и другим видам искусства.

А ЗАЧЕМ МНЕ ИСКУССТВО!

Такой вопрос слышишь довольно часто. «Я буду инженером или агрономом, математиком или врачом — зачем мне искусство?» — говорят некоторые юноши и девушки.

Какую бы специальность ни избрал человек, без искусства он не проживет. Это будет скучная, неполноценная жизнь.

Искусство — важнейшая часть человеческой культуры. Оно учит понимать и любить жизнь, помогает найти в ней прекрасное, бороться со злом. Искусство духовно обогащает и воспитывает человека.

Человек познает мир не только разумом. Наука может лишь рассказывать, что и как происходит в мире, но не может затронуть наши чувства. Их формирует искусство.

«Яблоко — плод яблони, обычно шаровидной формы. Основная часть яблока — мякоть образуется из сильно разрастающегося мясистого цветоложа» — так рассказывает о яблоке учебник ботаники.

А вот как увидел его А. Пушкин:

...Оно
Соку спелого полно,
Так свежо и так душисто,
Так румяно, золотисто,
Будто медом налилось!
Видны семечки насквозь.

Вместе с тем искусство имеет и большое познавательное значение. Многочему могут научить нас произведения великих мастеров искусства. Искусство самым убедительным образом воздействует на сознание людей.

Наука, изучающая законы красоты и их действие в жизни и искусстве, называется эстетикой.

Каждый человек в нашей стране должен быть эстетически воспитан, т. е. должен воспитать в себе способность чувствовать и понимать прекрасное и творить мир по законам красоты. Это необходимое условие формирования коммунистического общества.

Духовное богатство, моральная чистота и физическое здоровье — необходимые качества человека коммунистического общества. Так сказано в Программе КПСС.

В одной из математических школ учащиеся избрали себе такой девиз: «Хотим быть не только программистами, но и людьми». Они правы.

Глубоко ошибочна точка зрения, что искусство, литература — это только лишь «ветка сирени», приятное дополнение, отдых после работы. Без искусства нет гармонического развития человеческой личности. Более того, искусство и подлинное научное творчество тоже не оторваны друг от друга. А. Эйнштейн, которого В. И. Ленин назвал великим преобразователем естествознания, писал: «В научном мышлении всегда присутствует элемент поэзии. Настоящая наука и настоящая музыка требуют однородного мыслительного процесса».

Многие из вас в дальнейшем, в практической работе, встретятся с проблемами эстетики. Не только при создании предметов быта — посуды, одежды, мебели, — но и при конструировании машин решается вопрос, как их сделать красивее. Машина должна быть не только технически совершенна, экономична, но и красива.

В чем красота машины, автомобиля или самолета?

Если мы разисуем автомобиль разноцветными квадратиками или даже цветочками, если мы облепим его марками, он не станет от этого красивее. Красота машины в том, что форма наиболее удачно отражает ее техническую конструкцию, практическое применение. Чем совершеннее конструкция машины, тем совершеннее и ее форма. Посмотрите на марки с изображениями самолетов. Какой из них, по-вашему, самый красивый?

Вряд ли можно спорить, какой автомобиль красивее — примитивная машина на марке Монако или современная на нашей марке.

В Московском художественно-промышленном училище (бывшее Строгановское) создан факультет промышленного искусства, готовящий художников-конструкторов промышленного оборудования и таких же художников по предметам культурно-бытового назначения. На многих заводах уже имеются отделы технической эстетики.

Новые машины теперь создает не только инженер-конструктор, но и художник-конструктор, основательно знающий техническое устройство и действие механизма машины.

Вот что писал авиаконструктор Н. П. Поликарпов: «...в семинарии я учился живописи, много помогающей при проектировании, так как самолет — объемное сооружение, видимое со всех сторон, а законы воздуха совпадают с законами эстетики: что красивее на наш взгляд, то оказывается выгодным в летном отношении, имеет минимальное сопротивление и т. д. А сверх того известно, что на красивом самолете охотнее летают, красивый самолет лучше берегут, за ним лучше ухаживают» (Л. Гумилевский. Крылья Родины).





Огромное значение имеет красота рабочих помещений. На заводах станки стали красить не серой, а голубой, светло-зеленой или бледно-желтой краской. Подвижные части, места смазки, рукоятки управления красят в яркие тона — желтый, красный, черный. Такое зрительное выделение облегчает работу. Стены цехов окрашивают мягкими, спокойными тонами. Такая окраска повышает производительность труда на 2—4%.

Тот из вас, кто посвятит себя врачебной деятельности, тоже может столкнуться с вопросами эстетики. В одном из санаториев Абхазии успешно применяется эстетикотерапия — использование красоты природы в лечебных целях. Ряды пирамидальных тополей, уголки с плакучими ивами, раскидистый дуб, стоящий в одиночестве, или пальмовая аллея

способны вызвать бодрое настроение, придать силы.'

Великий русский композитор П. И. Чайковский, находясь во Флоренции, писал в Россию: «Цветов на улице множество, есть даже мои любимцы ландыши... Один вид этих милых цветов, красующихся в эту минуту на столе моем, уже достаточен, чтобы внушить любовь к жизни».

Искусство — вопрос не только эстетики. Оно тесно связано и с этикой — с наукой о нравственности, о нормах общественного поведения. «Красота — родная сестра нравственности», — сказал В. Белинский.

Не может быть подлинно художественного произведения, которое пропагандировало бы безнравственное. Слово «прекрасный» значит не только красивый, приятный для глаза. «Прекрасный человек» — это значит также «высоконравственный», отличающийся лучшими человеческими качествами.

Понимание прекрасного дается не сразу. Ему нужно учиться. Чтобы отличить хорошее произведение от посредственного, нужно знакомиться с работами художников, как мастеров прошлого, так и современных, знать хотя бы основные их работы.

Но недостаточно только смотреть на произведения искусства. Часто считают, что художник рисует, а зритель только ходит на выставки и смотрит. Это неверно. Восприятие художественного произведения требует и от зрителя не только внимания, но и затраты сил. Понять художника — тоже своего рода творчество.

Равнодушный зритель смотрит на картину и видит только то, что на ней изображено. Если все на ней «как настоящее», значит хорошо. Если картина более сложная, он прочтет этикетку под ней, узнает, что здесь изображено, и на том успокоится.

Но, как мы говорили, художник не только изображает то, что видит, но и раскрывает свои мысли, свои чувства, свое отношение к изображаемому. Нужно научиться чувствовать и понимать произведение искусства, творчески находить в нем прекрасное и благодаря этому лучше узнавать жизнь. Нужно быть зрителем-творцом.

Конечно, не всегда существует единое мнение о том, что хорошо и что плохо, если речь идет о произведении искусства. Здесь нет точных, непреложных мерок. Нам известны основные требования, предъявляемые к подлинному искусству, но это не значит, что все будут равнодушны в оценке картины, рисунка или марки.

Многие советские филателисты признали одной из худших марок 1962 г. марку, изданную к 125-летию со дня смерти А. С. Пушкина. Справедливо ли это? Выполненный гравюрой на дереве, портрет лаконичен, декоративен, дан в чисто графической манере, имеющей своеобразные черты. Шрифт и изображение композиционно увязаны, за исключением строки «1962», которая смотрится изолированно. Уберите эту строку, и марка, вероятно, станет лучше. Почему же марка не всем понравилась? Может быть, потому, что больше привыкли к таким маркам, где дается детально разработанное объемное изображение.

Хуже всего, если человек не старается развивать свои эстетические вкусы. Не умея найти прекрасное и оценить его, не видя настоящего искусства, он окружает себя грубыми поделками, не имеющими никакой художественной ценности, вроде гипсовых кошечек и русалок. Мы знаем, что некоторые выигрыши по художественной лотерее, превосходные произведения прикладного искусства, форма которых отличалась от привычной, неохотно принимались обладателями счастливых билетов.

Недаром сказал К. Маркс: «Если ты хочешь наслаждаться искусством, то ты должен быть художественно образованным человеком».

Тем, кто, столкнувшись с великими ценностями искусства, твердит «не понимаю, не понимаю», М. Горький сказал сурово, но справедливо: «Казалось бы, если не понимаешь, то попытайся понять; понимание — это очень хорошее человеческое дело».

Мало пользы принесут марки вашей коллекции, если они будут для вас только картинками, которые так красиво выглядят на странице альбома.







Марки дают возможность широкой практики в понимании произведений искусства.

Рассмотрите внимательно марку сначала простую по сюжету, а потом и более сложную. Какую идею хотел выразить художник? Как она воплощена в замысле? Какие образы им созданы? Как использовал художник изобразительные средства — композицию, цвет? Какова художественная манера мастера? Соответствует ли эта манера воплощению идеи произведения? В чем удача и неудача художника?

Не один еще вопрос возникнет у вас при взгляде на почтовую марку — миниатюрное произведение искусства, которое является (а если нет, то должно являться) результатом большого, напряженного труда художника.

Попробуйте и вы свои силы: нарисуйте марку на какую-нибудь тему. Учтите, что на советской марке должно стоять: «Почта СССР», указан номинал и год выпуска.

Посмотрите, как интересно решены некоторые проекты марок, посвященных Дню детей. Их нарисовали школьники Германской Демократической Республики.

Посмотрите также, как выглядит одна из государственных марок, выпущенных к этому дню. На ней художник использовал популярный персонаж радиопередач для детей. Марка признана второй из трех лучших марок, выпущенных в ГДР в 1964 г.

Марки — хорошее пособие для ознакомления с искусством, для его изучения.

Величайшие художественные ценности — от первобытного искусства до наших дней — запечатлены на марках. Нет почти ни одного направления в изобразительном искусстве, которое не нашло бы здесь отражения. Марки дают возможность составить в одном альбоме как бы целую картинную галерею.

На наших марках широко представлено русское и советское искусство. Из таких марок можно составить интереснейшую коллекцию.

Как говорит Программа партии, «партия будет неустанно заботиться о расцвете литературы, искусства, культуры, о создании всех условий для наиболее полного проявления личных способностей каждого человека; об эстетическом воспитании всех трудящихся, формировании в народе высоких художественных вкусов и культурных навыков. Художественное начало еще более одухотворит труд, украсит быт и облагородит человека».

Много внимания уделяется эстетическому воспитанию. В ряде школ преподается эстетика, расширяется преподавание музыки и рисования. Многие из вас участвуют в школьной самодеятельности.

Но никакая школа не сделает вас эстетически образованными людьми, если вы сами не будете работать над собой. Используйте же для этого и ваши коллекции. Тогда собирание марок не будет пустой тратой времени.



Что собирать и как собирать? Такой вопрос возникает у каждого коллекционера.

В прежние времена задача была проста: собирали все, что появлялось во всех странах, выпускавших почтовые марки.

Марок было немного, и можно было себя не ограничивать.

Теперь марок стало столько, что ни один человек не в состоянии собрать их все. Кроме того, многие марки настолько редки и дороги, что рядовому коллекционеру о них не приходится и мечтать. Поэтому каждый филателист ограничивает круг своих интересов.

Различают несколько видов коллекций.

Старше всех по возрасту — хронологические коллекции. Их собирали еще первые филателисты более сотни лет назад. В таких коллекциях помещали почтовые марки и «цельные вещи» всех стран, без разновидностей.

Цельными вещами называются почтовые карточки с напечатанными марками, штемпельные и маркированные (также с напечатанными марками) конверты. Почтовые карточки были предложены генеральным почтмейстером Г. Стефаном на конференции Германо-австрийского почтового союза в 1865 г. Однако его проект был отклонен из-за «неприличной формы пересылки сообщений на открытом почтовом листке». Четыре года спустя в австрийской газете «Neue Freie Presse» появилась статья проф. Э. Германа, который предлагал ввести в почтовый обиход открытку. Предложение Германа нужно рассматривать как самостоятельное, так как он ничего не знал о предложении Стефана.

1 октября 1869 г. в Австрии появилась первая в мире почтовая открытка, которая официально называлась «карточка для корреспонденции». В России она появилась с 1 января 1872 г.

В хронологических коллекциях марки располагаются в порядке их выпуска.

Такие коллекции могут иметь ограниченный характер — собирают марки какой-либо части света, группы стран, например марки английских колоний, стран Африки, Скандинавских стран. Далее идут коллекции марок одной страны.

К хронологическим коллекциям относятся так называемые генеральные коллекции, где помещаются марки со всеми разновидностями, пробные отпечатки, марки на конвертах и т. д. Обычно здесь представлены марки одной страны. У нас самое распространенное коллекционирование — марки России и Советского Союза, а также социалистических стран.

С конца 20-х годов количество марок непрерывно возрастает. Выпускаются не только марки, но блоки, художественные конверты и почтовые карточки с напечатанными марками. Все труднее становится составлять хронологические коллекции даже одной страны.

Филателисты ищут новые формы коллекционирования, которые, с одной стороны, были бы доступны каждому, даже начинающему, и, с другой, давали бы возможность глубже использовать историческую, эстетическую и общекультурную ценность почтовых марок. Так возникло сюжетное коллекционирование: марки располагаются не систематически по странам, годам выпуска и номиналам, а основным элементом является сюжет изображения, помещенного на марке.

Наиболее простой вид сюжетной коллекции — мотивная коллекция. Для нее собирают марки только по внешним признакам: спорт, фауна, флора, архитектура, медицина и т. д.

Более сложной и более интересной является тематическая коллекция. В ней путем подбора марок и соответствующего их расположения разрабатывается определенная тема исторического, географического, культурного или научного характера. Здесь могут быть использованы не только марки всех стран и всех времен, но и цельные вещи, вырезки из конвертов, штемпеля гашения и т. д. Используются благотворительные марки-виньетки, рекламные и рождественские марки. На листах тематической коллекции можно и рисовать.

Наиболее серьезными и глубокими по содержанию могут быть тематические коллекции, носящие название документальных. Их темой обычно служат исторические события. Филателистический материал здесь дополняется нефилателистическим: вырезками из газет, листовками, письмами, фотографиями, рисунками, репродукциями и т. д.

Интереснейшую тематическую разработку представлял, например, на ряде выставок коллекционер и автор книги «Спутник филателиста» Я. Озолинь. Его коллекция «Об этом забывать нельзя» включает и подлинные письма узников фашистских концлагерей. Она была награждена на 1-й Всемирной филателистической выставке «Прага — 1962» серебряной медалью.

На выставке в ГДР, организованной в честь открытия памятника жертвам концлагеря Заксенгаузен, коллекция Озолинья «Жертвы фашизма» получила почетный приз.

Однако необходимо помнить, что основа документальной коллекции — марки. Весь остальной материал нужно использовать очень осторожно. Не надо увлекаться сопутствующим материалом: марки в нем тонут, и коллекция теряет филателистический характер.

На листах тематической коллекции должны быть поясняющие надписи, которые раскрывают содержание темы.

Тематическая коллекция дает неисчерпаемые возможности. Можно разработать и выполнить при помощи своего коллекционного материала любую самую нужную, острую, интересную тему.

В мотивной коллекции «Фауна» будут лишь расклеены марки с изображениями животных. В тематической же могут быть разработаны такие нужные и интересные темы, как «Зоогеографические области», «От простейших до человека» и т. д.

Интереснейшие тематические коллекции можно выполнить на исторические темы: «Революционное движение в России», «Великая Октябрьская социалистическая революция и ее мировое значение», «Герои Великой Отечественной войны» и многие, многие другие. Мы разберем с вами позже несколько примерных тематических коллекций, которые могут служить прекрасными наглядными пособиями по учебным предметам.

Тематические коллекции не сразу получили признание. Долгие годы велись во всем мире жаркие споры об их закономерности. Филателисты старого толка, воспитанные на классических хронологических собраниях, считали тематические разработки несерьезными, недостойными называться коллекцией.

Первым, кто выступил на выставке в Люксембурге с тематическим экспонатом, был известный филателист Бернард Феттер. Это произошло в 1928 г., а лишь в 1954 г. V конгресс Международного союза конструктивной филателии (FIPCO) утвердил положение о тематических коллекциях. Сегодня их принимают на все международные выставки.

Перечисленные виды коллекций еще далеко не исчерпывают возможностей коллекционера. Существуют специализированные, исследовательские и иные коллекции.

Специализированные коллекции более детально разрабатывают какую-либо определенную область знаков почтовой оплаты. Марки, как мы уже говорили, отличаются разновидностями: печать, бумага, различия в зубовке, водяных знаках и т. д. Текст специализированной коллекции должен ясно и подробно описывать материал. Здесь могут быть представлены марки, выпущенные полосами, совместной печатью, тет-беш, квартблоки, цельные вещи.

Специализированной будет коллекция, рассматривающая все буквенные комбинации на английской марке в 1 пенни 1858—1864 гг.

Исследовательская коллекция также специализированная, но изучающая более детально какой-нибудь вопрос, в частности такой, который еще не был освещен в литературе. Например, исследуют время использования какого-либо выпуска, те области, где он имел хождение.



Перед каждым филателистом неизменно встает вопрос: собирать гашеные или негашеные марки? Об этом до сих пор идет жаркий спор.

Когда-то коллекционеры признавали только гашеные марки. Считали, что знак почтовой оплаты только тогда является таковым, когда он выполнил свое назначение — был наклеен на конверт и погашен почтовым штемпелем. Тогда торговцы марками в коммерческих целях прибегали даже к

фальсификации: сами гасили чистые марки фальшивыми штемпелями.

Помимо фальшивых штемпелей, в филателии известны так называемые «штемпеля одолжения», которые почтовые работники по просьбе коллекционеров ставят на марках, причем нередко штемпеля несут дату, намного отличающуюся от времени фактического использования марки. Такие штемпеля не имеют филателистического значения и особо отмечаются в каталогах.

И сегодня многие коллекционеры собирают только гашеные марки.

Однако с появлением коммеморативных марок, знаки почтовой оплаты становились все сложнее в художественном отношении, все более и более расценивались как произведение искусства. Поэтому их стали коллекционировать именно как произведение государственной графики (к которой относятся и денежные знаки) наряду с гравюрами, с произведениями графики промышленной (спичечные и другие этикетки), графики личной (экслибрисы¹).

Разумеется, здесь преимущество было на стороне чистых, негашеных марок.

Для ваших коллекций пригодятся и гашеные и негашеные марки. Нужно только, чтобы штемпель гашения не портил рисунка. К сожалению, штемпель нередко так загрязняет марки, что они теряют всякую коллекционную ценность. За рубежом существуют даже специальные наклейки, взывающие к почтовому работнику: «Гасите, пожалуйста, чисто!»

Гашеные марки стоят гораздо дешевле, поэтому их легче приобрести. Правда, бывают случаи (об этом мы уже упоминали), когда гашеная марка стоит во много, иногда в десятки раз дороже чистой. Понятно, например, что марка ГДР, которая была изъята из обращения в день ее вы-

¹ Экслибрисы (латинское ex libris — из книг) — наклейка с именем владельца книги, помещается на внутренней стороне переплета или обложки. Многие художники, в том числе самые известные, рисовали или гравировали экслибрисы.

пуска, гашенная на конверте, будет большой редкостью. Нужно только помнить, что, согласно правилам Международного союза филателии (FIP), в тематических коллекциях для международных выставок на одном листе не рекомендуется давать и гашенные и негашенные марки.

Кому из коллекционеров не хочется показать результаты своего любимого занятия на выставке как у себя на родине, так и за рубежом?

Первую выставку почтовых марок организовал в 1870 г. один из «отцов филателии» — доктор А. Мошкау. Выглядела она очень скромно — единственным участником был ее устроитель, показавший 6000 марок.

А вот что можно было прочитать в немецком журнале в 1877 г.: «Выставка большого собрания в Берлине. Господин Павел Литцов, наиболее значительный торговец столицы, выставил в пользу раненых русской армии находящееся в больших альбомах собрание, состоящее из 6200 марок, карт, конвертов всех стран, среди которых 1300 цельных вещей. Выставка открыта с 20 июня ежедневно с 12 до 2, вход 1 марка. Выставка находится на Унтер-ден-Линден, № 30.

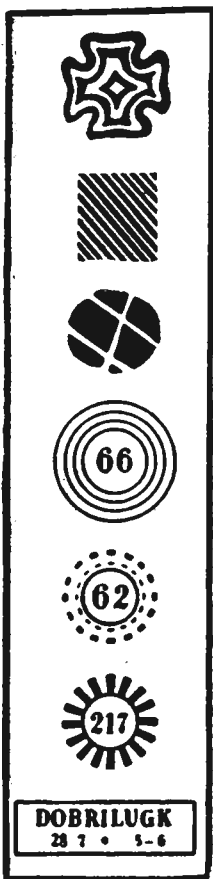
Независимо от благородной цели, выставка эта имеет значение и для нашего дела, так как некоторые неколлеционеры посмотрят выставленные марки и заинтересуются этим. Мы желаем устроителям успеха».

Несколько позже журнал писал: «Выставку посетило 150 человек, сбор 121 марка. К ним Литцов великодушно добавил 106 марок 50 пфенигов, так что раненым русским в Петербурге был переведен 91 рубль. Г-н Литцов получил благодарственное письмо русской императрицы».

В 1892 г. в Париже была открыта Первая интернациональная выставка с 112 участниками (из них 7 почтовых ведомств). В первый день ее посетило 1500 зрителей. Выставка охранялась двумя полицейскими.

Иначе обстоит дело в наши дни. В 1962 г. в Праге состоялась выставка, наиболее крупная за все 122 года существования почтовых марок. В ней участвовало 86 стран, было представлено 73 государственные экспозиции, 400 частных коллекций. Отдельные коллекции состояли более чем из 50 альбомов. Было представлено также много литературных работ и исследований по филателии. Общая площадь выставки «Прага — 1962» занимала 10 000 квадратных метров. Посетило ее свыше 4 миллионов человек. Часть своей коллекции выставила даже английская королева. Охраняли выставку не два полицейских, как в 1892 г. Особо ценные экспо-





наты были оборудованы телевизионным устройством, по которому велось непрерывное наблюдение.

В 1965 г. проводилась Венская международная выставка знаков почтовой оплаты. Под усиленной охраной американских детективов Атлантический океан пересекли металлические ящики. На них адрес: Вена.

Шотланд-Ярд взял на себя охрану таких же сейфов в Лондоне, доставил их на броневиках на аэродром, а потом на самолете — в Вену. Сюда из разных стран стекались редкие коллекции. Для охраны выставки были стянуты значительные силы полиции. Самые редкие марки размещались в специальной сокровищнице. Общая стоимость собранных в Вене на выставке коллекций достигала миллиарда шиллингов...

Первоначально марки гасили, перечеркивая их пером. Затем появились немые, без какого-либо текста штемпеля гашения. В Англии в 40-х годах прошлого века использовался для гашения так называемый мальтийский крест.

Многие штемпеля первых лет, в частности английские, таковы, что рисунка марки из-за них совсем не видно. Гасили марку, что называется, на совесть.

Штемпеля состояли из точек, линий, окружностей или украшений различной формы. Позже появились штемпеля с цифрами или буквами и, наконец, с указанием места.

Интересны так называемые рамочные штемпеля, например на марках Сицилии, — считали недопустимым ставить штемпель на физиономию правителя.

Одним из первых в Европе календарных штемпелей был штемпель, предложенный в 1661 г. в английском городе Ярмуте главным почтмейстером Г. Бишопом.

Первый календарный штемпель России, дошедший до нас, гласит: «Санкт-Петербург — 3 апреля 1786 года».

Имеются, однако, штемпеля с обозначением городов, которые появились за тысячелетия до почтовой марки.

Как оказывается, филателия началась именно со штемпелей. Вот что можно прочесть в журнале «Советский коллекционер» (1931, № 2).

«Фараон-филателист. Если верить английскому египтологу Темпельтгау, выступившему со специальной статьей в «L'Echo de la Timbrologie», начало собрания почтовых марок надо отнести за три тысячелетия до нашей эры и дополнить список всемирно известных филателистов фараоном Цозером Аменописом, первым египетским царем

из четвертой династии. Он царствовал около 2575 г. до н. э., когда Египет, впервые объединенный под единою властью, достиг замечательного развития и процветания. Тогда в нем была организована и почта в виде скороходов и верховых, обслуживающих разные военные дороги до самой Ливии, а также в Аравии и Абиссинии.

По повелению фараона, египетские «почтмейстеры» обязаны были накладывать на корреспонденцию особые штемпеля с обозначением городов отправления.

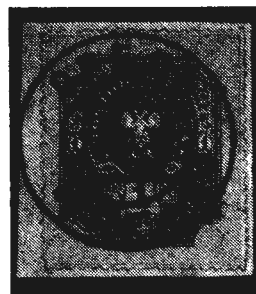
Штемпельгамом в том самом зале, где покоится мумия фараона, т. е. среди самых ценных сокровищ царя, найдено полное собрание египетских почтовых знаков того времени в количестве 186. Каждый штемпель наложен на особое письмо главным образом синей, а иногда красной краской, и каждый папирус заключен в медный цилиндр с герметической крышкой. В 1919 г. эта «филадельфическая коллекция» была перевезена в Британский музей. Все штемпеля изумительно сохранились, несмотря на пятидесятилетний возраст.

Свежо предание, а верится с трудом. Если бы пять тысяч лет тому назад египтяне додумались бы до штемпелей с обозначением городов, то они, наверное, пошли бы дальше и изобрели книгопечатание».

Как вы думаете, могли ли египтяне во времена фараонов оказаться такими изобретателями? И появилось ли книгопечатание потому, что кто-то до него «додумался»? Вспомните, как изобретали паролод.

Немые штемпеля гашения применялись и после того, как появились штемпеля с указанием места, например во время первой мировой войны, — чтобы скрыть, откуда пришло письмо.

Не всегда просто поместить на штемпеле наименование пункта, где находится почтовое отделение. Самое короткое название населенного пункта состоит из одной буквы. Это — местечко «Y» во Франции. Здесь, правда, нет почтового отделения, так как живет в нем всего 150 человек. Зато в Северном Уэльсе (Великобритания) есть населенный пункт, название которого состоит из 58 букв: Llanfairpwllgwyngyllgogerychwyrudrobwill — Pantyasiliogogoch. В переводе это значит: «Церковь Марии пустой белый орешек вблизи быстрого водоворота — церковь святого имени Красной пещеры». Почтовый штемпель ограничивается только первыми двенадцатью буквами, но на обратной стороне каждого письма ставится второй штемпель с полным названием. И все же это не самое длинное название населенного пункта. В Новой Зеландии есть название из 83 букв: Taumatawhakatangihangakoauotamateaturipukakapikimaungahoronukupokaiwhenuakitanatahu. Переводится это так: «Холм, где великий спутник небес Тане наигрывал на своей флейте печальные мелодии, чтобы подняться к своей любимой». Тане (полностью Таматеа Покаи Ветуа) — выдающийся вождь маорийцев.



К счастью, там нет почтового отделения.

В настоящее время широко применяются машинные штемпеля. На них нередко даются дополнительно различные тексты — рекламные, инструкционные, агитационные.

Особым видом являются штемпеля предварительного гашения (англичане их называют *prescancels*). Применяются они в Бельгии, Франции, в Соединенных Штатах Америки.

Клиенты, которые отправляют большое количество писем, получают от почты марки, заранее погашенные специальным штемпелем. Такие марки продаются только в большом количестве и используются при массовой сдаче почтовых отправлений. Почта освобождается от необходимости ставить штемпеля на огромное количество писем.

В США штемпеля предварительного гашения — одна из излюбленных областей специализированного коллекционирования.

Учреждения, организации и предприятия, имеющие обширную переписку, пользуются франкировальными (маркировальными) машинами, которые делают ненужным применение марок. Машина наносит на конверт знак, заменяющий почтовую марку, календарный штемпель, адрес отправителя, а иногда и порядковый номер. Общая сумма стоимости всех отправлений за определенный срок (ее подсчитывает сама машина) вносится в почтовое учреждение.

Помимо обычных штемпелей гашения, за последние годы широко распространились специальные памятные календарные штемпеля.

В Европе подобный штемпель впервые появился в 1862 г. в Англии по случаю международной выставки. На нем был текст: *International Exhibition*. В России памятный штемпель первый раз был использован на Нижегородской ярмарке в 1865 г. Первый советский штемпель с памятной датой появился 19 августа 1922 года в День филателии. Памятные штемпеля бывают разных цветов.

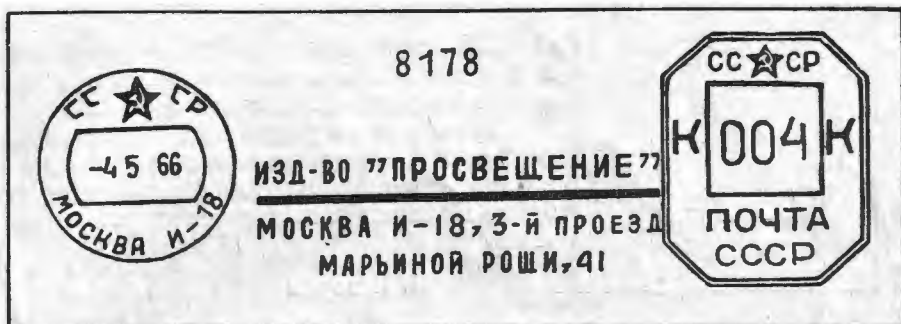
От памятных календарных штемпелей следует отличать памятные штампы. Они не служат для гашения марок, а помещаются рядом со штемпелем.

Отски почтовых штемпелей также коллекционируются в виде вырезок или на целых конвертах. Такие конверты интереснее, если они действительно прошли через почту, а не заштемпелеваны специально для коллекционеров.

В связи со специальными памятными штемпелями распространилось коллекционирование «конвертов первого дня»¹. Эти художественно оформленные конверты выпускаются в тот же день, что и коммеморативные марки.

¹ Они обозначаются буквами FDC — от английского *First Day Cover*.





Марки гасятся соответственным памятным штемпелем. Рисунок на конверте часто повторяет рисунок марки. Таким образом, рисунок, марка и штемпель составляют, так сказать, филателистический ансамбль.

Коллекционируют и так называемые карт-максимум (карточки-максимум), т. е. почтовые карточки, на лицевой стороне которых наклеена марка, наиболее соответствующая изображению на карточке. Марку гасят календарным почтовым штемпелем, желательным специальным. Дата штемпеля или обозначенное на нем место дается в соответствии с темой карточки — юбилейная дата, место деятельности художника и т. д.

Можно по образцу карточки-максимум получить интересные документальные материалы для коллекции. Например, марка, посвященная выходу человека в космос, погашена специальным штемпелем на номере «Правды», вышедшем в тот же день.

Видите, какое обилие коллекционного материала в распоряжении филателиста. Умейте лишь выбрать то, что нужно.

Гашеные и негашеные марки. Какие собирать? Об этом спорят филателисты.

А поэту В. Шефнеру это дало повод для стихотворения «Почта», полного глубокого смысла.

Здесь гасят, гасят марки,
 Не зная сожаленья.
 Ложится штемпель маркий
 На их изображенья.
 Их гасит штемпель строгий,
 Зато права дает им
 На дальние дороги,
 На дальние полеты.
 Он стоймость их губит,
 Но одаряет властью
 Быть вестниками судеб,
 Помощниками счастья.
 Ты скажешь, что почтенней
 Негашеным и чистым

Улечься на хранение
 В альбом филателиста?
 — Нет! лучше уж движенье,
 Ведущее к забвенью,
 Чем самосбереженье
 И тихое нетленье!
 Что с ними будет после —
 Никто гадать не может,
 А времени компостер
 Бессмертия дороже.
 Гаси их, штемпель маркий,
 Нарядных и красивых!
 Погашенные марки
 Ценнее негасимых.



...Наметим несколько тем, которые связаны с вашей учебой. Они помогут глубже и полнее усвоить многое из того, что имеется в учебниках.

Темы можно разработать на материале советских марок. Могут быть использованы и марки стран народной демократии. Для некоторых тем нужны будут и марки капиталистических стран. Вот эти темы.

I. История

1. Первая мировая война и победа Великой Октябрьской социалистической революции.
2. Иностранная военная интервенция и гражданская война (1918—1920).
3. Великая Отечественная война Советского Союза.
4. Герои Великой Отечественной войны.
5. Союз Советских Социалистических Республик.
6. XXIII съезд КПСС — съезд строителей коммунизма.

II. География

1. Электрификация и индустриализация СССР.
2. Африка сегодня.
3. Зоогеографические зоны.
4. Этнография мира.

III. Зоология

1. Классификация животного мира.
2. Полезные животные — промысловые рыбы, птицы, пушные звери.
3. Позвоночные — классы рыб, земноводных, пресмыкающихся, птиц и млекопитающих.
4. От простейших до человека.

IV. Ботаника

1. Дикорастущие и культурные растения. Изменение растений человеком.
2. Основные группы растений.
3. Многообразие цветковых растений.

V. Литература и искусство

1. Русские писатели XIX в.
2. Русская живопись и музыка 60-х годов. Передвижники и «Могучая кучка».
3. Советское искусство.
4. Советская литература.



ВЕЛИКАЯ ОКТЯБРЬСКАЯ СОЦИАЛИСТИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

„ГЕНЕРАЛЬНАЯ РЕПЕТИЦИЯ“ ОКТЯБРЯ—1905 год.



3-Е ЯНВАРЯ



РЕВОЛЮЦИОННЫЙ
МИТИНГ



ВАРШКАДНЫЙ
ВОИ



ВРОНЕНОСЕЦ
„ПОТЕМКИН“

ВЕЛИКИЙ ОКТЯБРЬ



ЛЕНИН ВЫСТУПАЕТ
У ФИКАЯНЦКОГО
ВОКЗАЛА



ЛЕНИН В ПАЗДНИК



ЛЕНИН ЗА ЧТЕНИЕМ
„ПРАВДА“



БИСТРЕЦ „АВРОРА“



СТУДЫ ЗИМНЕГО



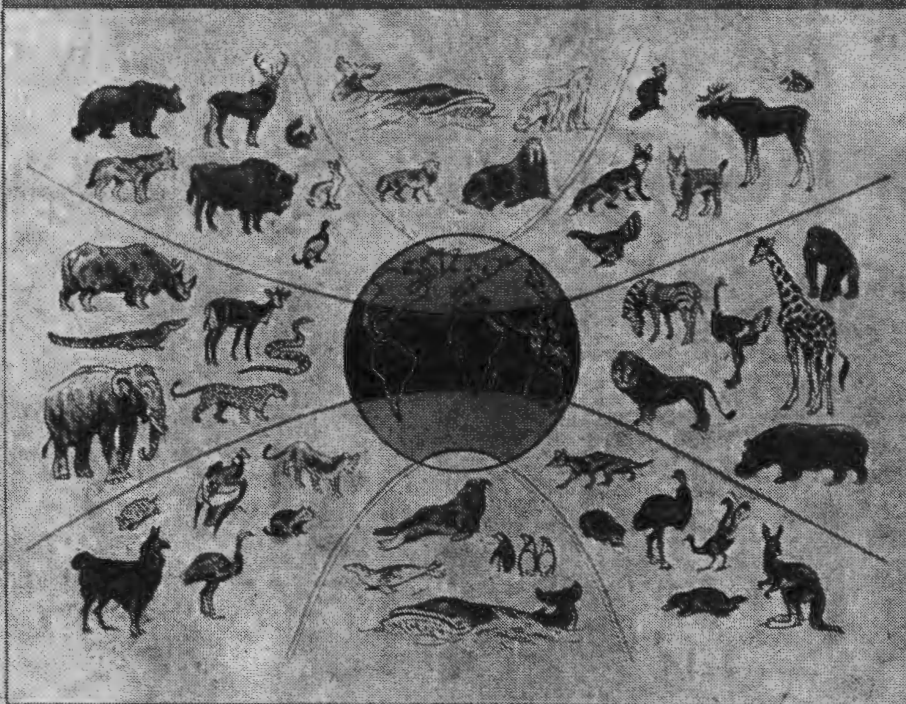
ЛЕНИН В СИДЯЧНОМ
ОБРАТНОМ К ЗАДАЧКЕ



ХОДКИ К ЛЕНИНУ
ОБРАТНО К СЕРГИЮ

ЗООГЕОГРАФИЯ МИРА

из КОЛЛЕКЦИИ
Ю.В. АРИСТОВА



ПЛОСКАЯ ПЕЧАТЬ

ЛИТОГРАФИЯ

ОДНОКРАСОВУМЯ



На волнистой бумаге.



На простой бумаге.



На меловой бумаге.



На тонкой бумаге.



На бумаге с водными
знаком "говер".



На бумаге с водными
знаком "ромон".



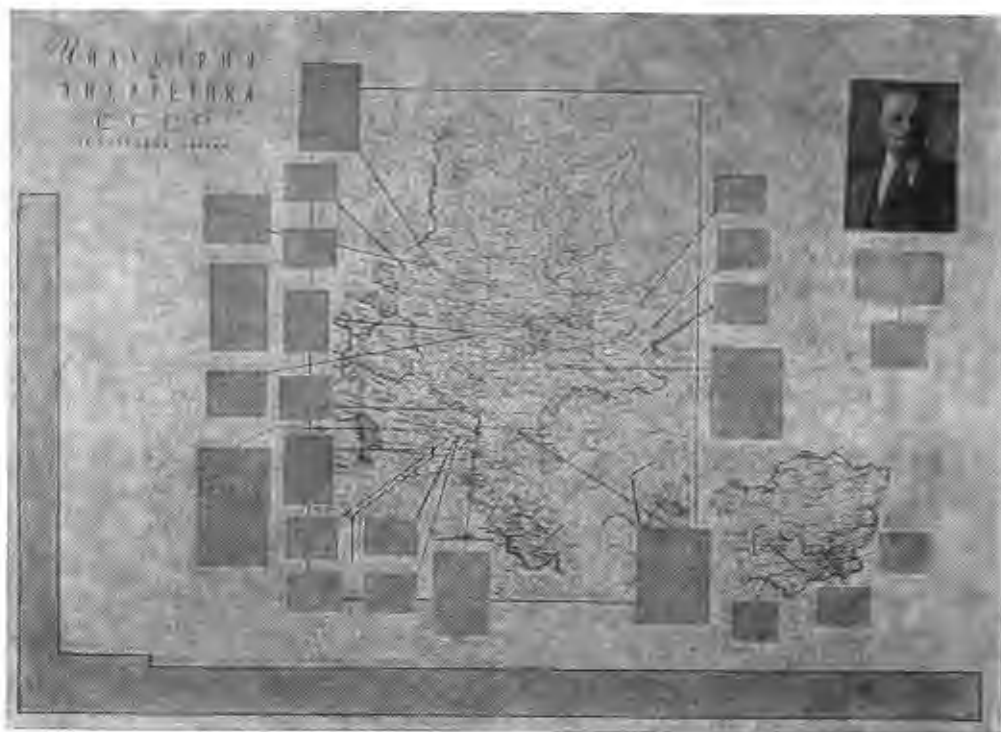
На меловой кремовой бумаге.



На бумаге с желтым фоном.



На плотной бумаге.



VI. Наука и техника

1. От крыльев до ракеты.
2. Человек выходит в космос.
3. Знаменитые ученые.
4. Электричество на службе человеку.

Число тем может быть во много раз увеличено. Можно смело сказать, что нет почти ни одного раздела ваших учебников, для иллюстрирования которого нельзя было бы использовать почтовые марки.

Вот несколько примеров тематических коллекций.

1. Великая Октябрьская социалистическая революция.

На рисунке дан первый лист коллекции.

2. Африка сегодня.

Вначале дается карта, показывающая лицо Африки прежде и теперь. Используются марки прежних колониальных стран и стран независимой Африки.

Для более наглядного оформления коллекции можно использовать флаги новых африканских государств и флаги колонизаторов. Флаги ис-

пользуются во многих тематических коллекциях. В книге имеется таблица флагов большинства стран мира. По ней вы можете нарисовать нужный флаг.

3. Зоогеографические зоны.

Зоны изображены на карте. Возле каждого животного поставлены цифры. Под теми же цифрами даны марки с животными.

Тематические коллекции располагаются не только на альбомных листах, их оформляют и в виде настенных таблиц. Это удобно для коллективной работы. Настенную таблицу можно оформить к определенной дате. Через некоторый срок таблицу можно размонтировать. Желательно ее предварительно сфотографировать.

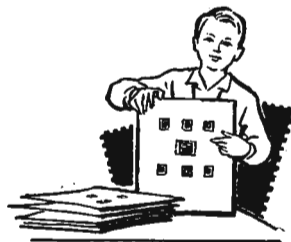
На рисунке показана таблица, посвященная теме «Индустриализация и электрификация СССР». Для нее использованы марки с изображением фабрик, заводов, электростанций. От каждой марки идет линия к соответствующему пунсону (кружочку, обозначающему населенный пункт) на карте. Слева и снизу в виде бордюра даны марки на индустриальные темы.

Сверху, возле портрета В. И. Ленина, даны марки, характеризующие развитие нашей науки: с изображением ракеты и атомного ледокола.

Таблица получила премию на филателистической выставке «Наша Родина» в 1958 г.

Посмотрите на страницу исследовательской коллекции «Техника воспроизведения советских почтовых марок». Коллекция также была удостоена премии на выставке, посвященной 40-летию советской марки (1961). Демонстрировалась коллекция и на международных выставках «Polska — 1960» и «Praha — 1962».





Выбрана интересная тема, подобран нужный, хороший материал. Но этого еще недостаточно. Необходимо красивое, убедительное оформление коллекции.

Как в отдельной марке важно не только «что» сказано, но и «как» сказано, так и размещение марок на странице альбома — композиционная задача, которую не всегда легко решить. Правда, существуют альбомы с заранее определенными местами для каждой марки. Задача легка — только расклеивать марки.

Если филателисту приходится самому компоновать страницу, то в хронологических коллекциях последовательность расположения марок облегчает задачу. Обычно вполне удовлетворяет спокойная, симметричная композиция.

Не так обстоит дело в тематических коллекциях. Разнородность материала, необходимость четко, ясно и доходчиво выявить основную идею коллекции требуют самых различных, иногда сложных решений.

Оформителю нужно организовать страницу альбома так, чтобы отдельные ее элементы — марки, подписи, заголовки — воспринимались как единое целое. Для этого придется решать задачи как линейной, так и тональной композиции. Первое, что придется установить, — располагать ли марки симметрично или асимметрично?

Симметрия проще. Отдельные элементы здесь легче объединяются. Ясно выраженная центральная ось служит как бы позвоночным столбом композиции. Лист выглядит несколько статично и настраивает зрителя на спокойное разглядывание.

Асимметричная композиция динамичнее, настраивает на активное рассматривание. Здесь труднее уравновесить отдельные части, но зато легче выделить основное, сделать каждую часть различной по зрительной, а тем самым и по смысловой значимости. Это очень важно в документальных коллекциях, где наравне с марками имеются объекты большего размера — конверты, открытки, вырезки из газет.

Выбор расположения марок на листе также не должен быть случайным, он вытекает из самой сущности темы. Ясно, например, что коллекцию «Курорты СССР» нужно оформлять иначе, чем «Спорт», и совсем иначе, чем «Герои Великой Отечественной войны Советского Союза».

Во всех случаях страница альбома должна выглядеть гармоничной. Нельзя располагать марки по заранее установленной схеме. В одном случае придется поместить в ряду шесть марок, в другом — только две или даже одну: ведь каждая марка имеет свою величину и свой цвет, она может быть зрительно «тяжелой» или «легкой». Марка черного цвета будет «тяжелее», чем розовая, а из двух марок одинакового цвета будет «тяжелее» та, которая больше.

Конечно, не всегда марки можно менять местами, особенно при хронологическом расположении. Но иногда можно заменить одну марку другой. Например, марку с изображением крейсера «Аврора» можно взять как советскую (1963), так и болгарскую. Они различны по композиции, зрительной тяжести и цвету. Цвет марки также очень важен: приходится думать не только о линейной композиции, но и о цветовой, т. е. о том, чтобы марки на странице гармонизировали по цвету.

Нередко один и тот же сюжет повторяется на марках разного цвета, например: марка с портретом Чапаева есть красно-оранжевая (1949) и коричневая (1948). Есть марки, на которых рисунок одинаковый, а цвет разный. Так, авиамарка ФРГ со стилизованным изображением птицы имеется в четырех цветах: лиловом, сине-зеленом, синем и красном.

Это дает возможность выбрать такой цвет, который будет наиболее гармонизировать с соседними.

Нужно ли брать в тематической коллекции все марки одного и того же сюжета, если таких марок несколько? Это зависит от характера коллекции.

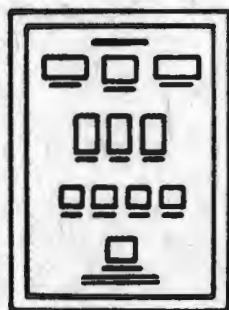
Возьмем хотя бы коллекцию «Русские писатели». Если вы хотите показать картину развития русской литературы, даты жизни писателя, то нет смысла давать более одной марки определенного сюжета.

Если же располагать марки в зависимости от времени их выпуска, т. е. дать не только тематическую (вернее, мотивную), но и хронологическую коллекцию, показывающую, какие марки, посвященные русским писателям, выпущены в Советском Союзе, придется дать все марки одинакового сюжета.

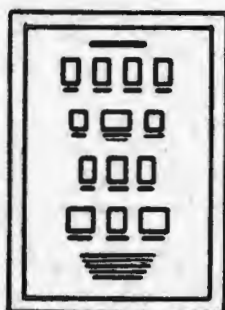
При оценке полноты тематической коллекции принимается во внимание не количество марок, а количество сюжетов.

Количество марок на странице должно быть не слишком большим, не слишком малым. Страницу нельзя перегружать, нельзя оставлять ее и почти пустой. Посмотрите на приведенные примеры¹, вы увидите, как по-разному может выглядеть страница.

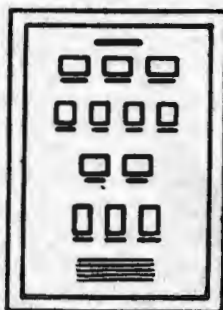
¹ Примеры заимствованы из книги W. Poser. Wie gestalte ich meine Motivsammlung? (В. П о з е р. Как я оформляю свою тематическую коллекцию?).



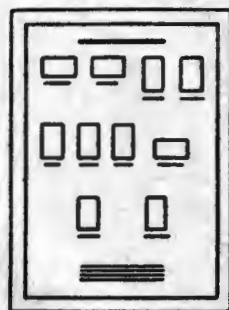
1



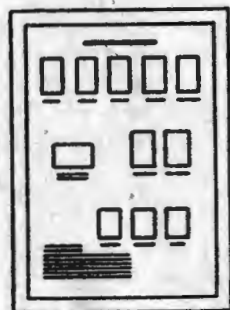
2



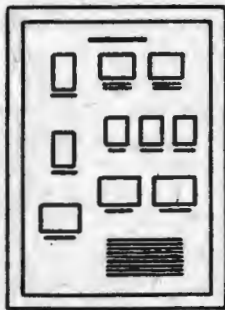
3



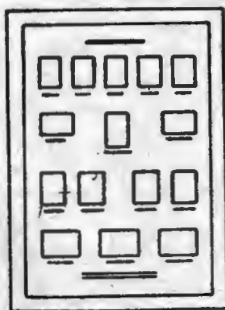
4



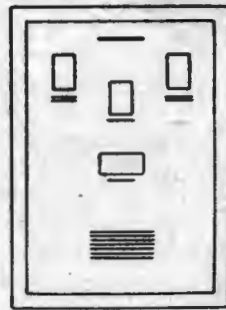
5



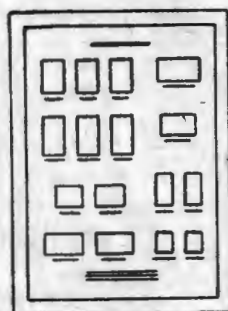
6



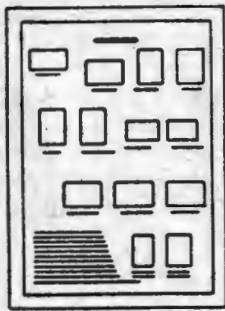
7



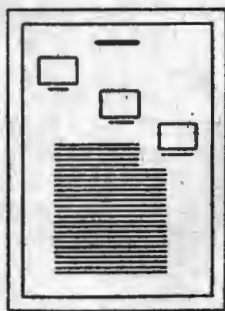
8



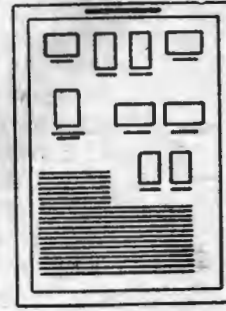
9



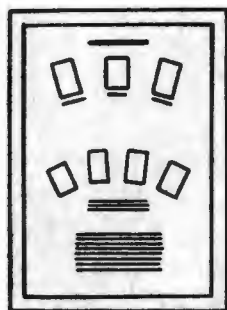
10



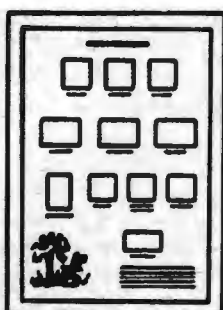
11



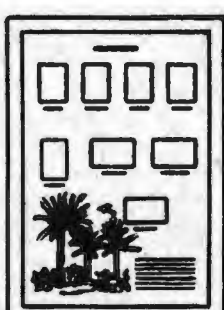
12



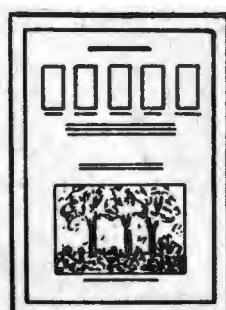
13



14



15



16

Эти примеры помогут вам, но не считайте их образцами, которым обязательно нужно следовать. Каждый лист вы можете организовать так, как захотите, как сочтете нужным. Ищите такую форму, которая наилучшим образом раскроет содержание темы.

Количество марок зависит от их величины, зрительной «тяжести» и, конечно, от размера страницы. Как мы уже говорили, нефилателистические объекты (фото, рисунки, вырезки и т. д.) должны как бы отступать на задний план и не забивать основного — марок.

Для листов берут обычно белую бумагу или с легким кремовым оттенком. Пользуются и серой. В практике немецких филателистов широко применяется черная бумага, на которой текст пишут белой краской.

Марки располагаются только по прямым линиям, параллельно краям листа. Наклеивать марки дугообразно не следует. Каждая марка помещается или внутри тонкой рамки, вычерченной на странице, или на темной подкладке. Рамка проводится на расстоянии 1,5—2 миллиметров от наружного края марки. Предварительно рамки вычерчиваются карандашом (не слишком жестким или мягким). Чтобы линии были параллельными, пользуются линейкой и угольниками. Темная подкладка не должна превышать более чем на 1—1,5 миллиметра размер марки, иначе рамка фона кажется траурной.

Прямоугольник подкладки вырезайте аккуратно и наклеивайте на прямоугольный, вычерченный на листе. Затем наклейте марку. Со всех сторон темная рамка фона должна быть одинакова. Нельзя делать фон двухцветным, например черную бумагу наклеить еще на серую.

Очень большое значение для качества оформления коллекции имеет шрифт. Его пишут от руки или печатают на пишущей машинке.

Шрифт доставляет немало труда оформителю! Он должен быть ясным, удобочитаемым, чисто и красиво написанным. Рисунок шрифта должен соответствовать теме. Тема технического или политического характера потребует более строгого шрифта, чем тема по вопросам литературы или искусства.

**АБВГДЕЖЗИКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЬЬЭЮ
Я 1234567890 №**

**абвгдежзиклмнопрст
уфхцчшщьвьэюя**

**АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРС
ТУФХЦЧШЩЪЬЬЭЮЯИ**

**абвгдежзиклмнопрс
туфхцчшщъььэюяй**

Наиболее простой и распространенный шрифт в наших коллекциях — нормальный. Подробно о нем вы можете узнать в книжке Н. А. Медеянского «Выполнение надписей стандартным шрифтом» (М., Учпедгиз, 1955).

Буквы не должны быть больше 2—3 миллиметров. Заголовки даются крупнее — 6—7 миллиметров. Если есть промежуточные заголовки, они даются размером 4—5 миллиметров. Пишется текст обычно черной тушью. Расстояние между строчками $\frac{2}{3}$ размера букв.

При использовании пишущей машинки лучше печатать текст непосредственно на листе. Наклейки очень портят страницу. Чтобы правильно поместить заголовок или подпись под маркой,

нужно отпечатать на машинке предварительно «счетчик» текста. Он поможет, подсчитав количество букв, узнать, какова будет ширина строки. Напечатайте предварительно и столбик, показывающий количество строк.

Вот как выглядит счетчик подписей и заголовков:

12345678901234567890 1234567890 1234567890 1234567890
10 20 30 40 50

Счетчик строк (он помещен в положении лежа):

— 2 3 4 5 6 7 8 9 10 — 2 3 4 5 6 7 8 9 20 — 2 3 4 5 6 7 8 9 30

Для более легкого отсчета от середины листа можно сделать еще и такую шкалу:

.....
25 20 15 10 5 0 5 10 15 20 25

Для удобства пользования все подсобные линейки печатают на толстой бумаге.

Симметрично расположенные подписи дают точно по центру марки, иначе они выглядят некрасиво.

Как правило, под маркой не должно быть более трех строк. Весь текст на листе должен быть краток и содержать только необходимые сведения.

АБВГДЕ
ЖЗИКЛ
МНОП
РСТШФ
УХЦЧЩ
ЫЭЮЯЬ

абвгдеж
зиклмн
опрсту
фцчшьх
щыэюя
Шрифт

Если нужен более подробный текст, его дают отдельно в виде приложения. Здесь вы можете поместить даже целое исследование.

Для коллекции можно сделать титульный лист. На нем пишется название темы, иногда какой-нибудь эпиграф. Можно сделать и рисунок или наклеить открытку, репродукцию.

Должны быть указаны имя и фамилия коллекционера.

Когда листы готовы, стирают мягкой резинкой разметочные карандашные линии и пометки. Нумерацию листов дают в левом углу, обычно карандашом. Если вы намерены показать коллекцию на выставке, то на обороте листов ставьте свои инициалы.

В оформлении коллекции все зависит от художественного вкуса и умения автора. Бесспорно лишь одно — составить и оформить тематическую коллекцию не просто. Требуется не только умение набрать побольше марок. Нужно хорошо знать тему, хорошо знать марки. Приходится подчас прочитать немало книг, изучить немало материалов.

Ценность коллекции не в количестве марок, не в наличии редкостей. Ее достоинство — глубина замысла, полнота его выражения, художественное оформление. В этом интерес филателии. Только серьезный коллекционер испытывает радость от своего увлечения. Только к нему относятся слова Гёте: «Коллекционеры — счастливые люди».

ОСТОРОЖНО, МАРКИ!



Мы рассказали, как собирать и оформлять коллекцию.

Поговорим теперь о том, как обращаться с марками и какое «оснащение» нужно коллекционеру.

С маркой нельзя обращаться кое-как. Она требует самого бережного отношения. Прежде всего ее нельзя брать руками — на них всегда есть жир, может оказаться и влага.

Марку легко смять, легко попортить зубцы. Поэтому брать ее нужно пинцетом. Не всякий пинцет пригоден: концы пинцета не должны быть острыми или рифлеными, так как можно повредить бумагу. Лучше всего пользоваться специальным филателистическим пинцетом, металлическим или пластмассовым.

Необходима также лупа с увеличением до четырех крат. Для определения вида печати и других тонких деталей пользуются более сильным стеклом, например текстильной лупой (10-кратное увеличение).

Необходимым предметом является зубцемер. Его нетрудно приобрести. В крайнем случае можно пользоваться зубцемером, напечатанным в этой книжке.

Чтобы увидеть водяной знак, нужно пользоваться черной пластинкой. Можно использовать и черную фотографическую ванночку. При пользовании бензином необходимо помнить, что он легко воспламеняется. Марку нельзя сильно увлажнять, достаточно одной-двух капель бензина. Пользуйтесь для этого пипеткой. Лучше вторично накапать пару капель, если бензин испарился, а разглядеть водяного знака как следует не удалось.

Марки, выполненные гравюрой на металле, а также отпечатанные высокой печатью, за малыми исключениями не боятся бензина. Наоборот, краски на марках растровой глубокой печати часто растворяются, особенно краски красных тонов, включая фиолетовые и пурпурные.

Анилиновые краски, применяемые при офсетной печати, при литографии и растровой глубокой печати, также не стойки по отношению к бензину.

Зеленая краска марок Великобритании и ее колоний от бензина разлагается.

Обращайте внимание на указания в каталоге. В некоторых из них указаны марки с нестойкими красками.

Хранить марки можно по-разному: в альбомах, специально выпускаемых для этой цели или самодельных; в папках, куда вкладываются отдельные листы; в тетрадах; в классерах.

На страницах многих альбомов даются изображения марок. Это облегчает расклейку и освобождает коллекционера от заботы о композиционном размещении марок на странице, однако тем самым ограничиваются творческие возможности.

В других альбомах на страницы нанесена только сетка. Марки можно располагать по своему усмотрению, по любой композиции.

Альбомы могут быть сшиты как книга. Это неудобно. Лучше альбомы на винтах или на пружинах. Они позволяют добавлять по мере надобности новые страницы или заменять их. Кроме того, можно вкладывать в корешке картонные полоски, чтобы альбом не топорщился.

Хорошо, когда отдельные листы помещаются в папку. Их удобно рассматривать, без труда перемещать, вкладывать новые. Каждый лист следует прикрыть приклеенной к нему калькой, чтобы марки не портились от трения.

Листы для альбомов, выпускаемые Главной филателистической конторой, имеют размер 272×303 миллиметров, в альбоме Ка-Ве — 275×310 миллиметров, в альбоме Шаубек — 275×290 миллиметров. В самодельных альбомах можно придерживаться этих же размеров. Размер выпускаемых у нас выставочных листов — 200×306 миллиметров. Делают листы и меньшего размера: 245×275 или 250×295 миллиметров.

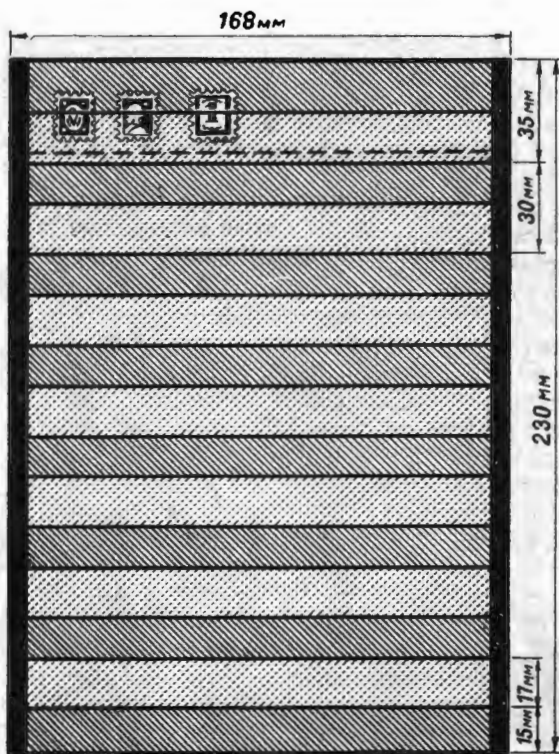
Рамку проводят на расстоянии 1,5—2 сантиметров от краев листа, обычно черной или синей тушью. За пределами рамки не следует помещать ни марок, ни текста. Если предполагают, что коллекция будет храниться не на отдельных листах в папке, а в виде альбома, то левое (внутреннее) поле дают равным 6—6,5 сантиметрам. Это позволит скрепить листы переплетом на винтах или пружине.

Если нет специального альбома, можно расклеить марки в альбом для рисования с плотным переплетом или же в тетрадь с плотной обложкой из картона или клеенки.

Марки расклеивают только с одной стороны листа, иначе они будут портиться от соприкосновения.

Для предварительного хранения марок пользуются классером. В нем имеются полоски из прозрачного материала — целофана, целлулоида или бумаги. Классеры бывают маленькие, карманного размера, и большие, как альбом. Многие филателисты хранят марки, особенно негашеные, вместо альбомов в классерах.

Листы классера можно сделать и самому. На не очень толстую картонную страницу наклеивают прозрачные полоски, равные по ширине



странице. Нижний край полоски на 2 миллиметра покрывают клеем. Чтобы полоски как следует приклеились, лист помещают под пресс. Мазать клеем нужно негусто, иначе под давлением к листу может приклеиться вся полоска. Затем боковые края оклеиваются прочной бумагой или коленкором. К листу приклеивается калька или лист тонкой бумаги. Листы самодельного классера хранятся в папке.

Вкладывать марки под прозрачные полоски нужно очень осторожно. Если полоски прилегают плотно, не пытайтесь втиснуть марку — можно повредить зубцы или полоску. Ее надо осторожно приподнять острием перочинного ножа. Если под полоской уже находится марка, то новую марку подсовывают под нее, а затем продвигают на свободное место.

Необходима коллекционеру и линейка с миллиметровыми

делениями. Нередко видоизменения марки отличаются только размером рисунка, например марки, отпечатанные высокой или плоской печатью.

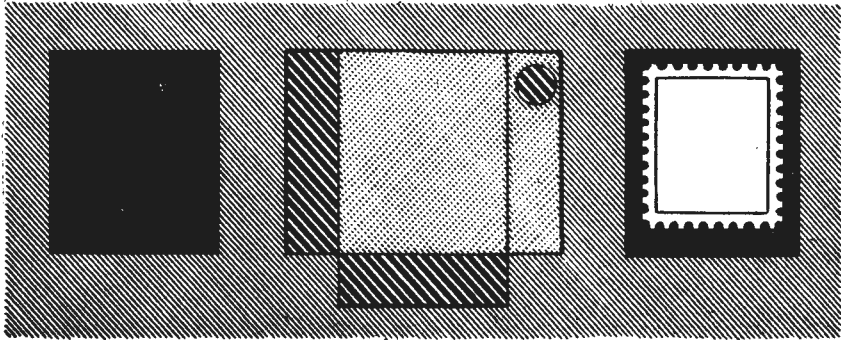
На свете имеется множество марок, и разобраться в них не так-то просто. Поэтому филателисту, если он собирается заниматься коллекционированием всерьез, не обойтись без каталога.

В 1958 г. вышел каталог «Почтовые марки СССР». В нем описаны марки, выпущенные с 1921 по 1957 г. В 1965 г. вышел второй каталог, охватывающий марки с 1958 по 1963 г. В каталоге даются все сведения о марках — способ печати, бумага, зубцовка, водяной знак и т. д. Даны изображения марок.

Советские коллекционеры пользуются также каталогами Lipsia, выпущенными в ГДР.

Эти каталоги описывают все марки Европы и внеевропейских стран. Есть отдельные каталоги для Ближнего и Среднего Востока, Северной и Центральной Америки, Африки.

Ежегодно выходит несколько дополнений, в которых сообщается о вновь выпущенных марках.



Каталог издается на немецком языке.

Из каталогов торговых фирм у нас наиболее известен каталог Ивера (Iver et Tellier, на французском языке) и Цумштейна (Zumstein, на немецком языке, — только марки Европы).

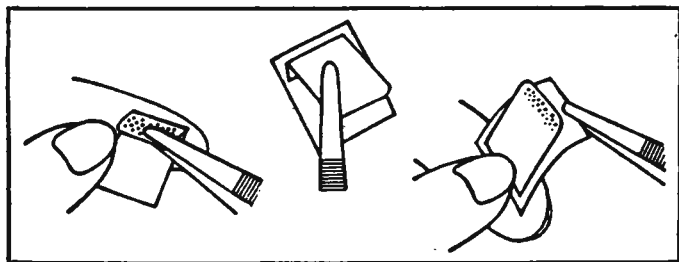
Прежде чем пользоваться каталогом, необходимо ознакомиться с предисловием. Здесь дается и объяснение всех встречающихся в каталоге знаков и сокращений.

Для прикрепления марки к странице нужно пользоваться только тонкими наклейками-шарнирами (фальцами) с хорошим, не содержащим кислоты клеем.

Нельзя, как это часто делают, заменять фальцы клейкими полями марочных листов или полосками, приспособленными для других целей, например для наклейки фотографий. Бумага таких заменителей слишком толста, поверхность марок может деформироваться. Ни в коем случае нельзя приклеивать марки к страницам каким бы то ни было клеем.

Много редких старых марок погибло, так как в прежние времена их приклеивали декстрином или другими клейкими веществами наглухо к страницам или пользовались коричневыми клейкими полосками.

Особенно осторожным нужно быть при наклейке негашеных марок, чтобы клеевой слой был минимально поврежден. Если вы не хотите портить клеевого слоя негашеных марок, можно прикреплять их к странице при помощи кармашков (клеммташей). На кусочек черной бумаги (например, от конвертов фотобумаги) приклеивают прозрачную пленку, осторожно покрывая ее отогнутые на обратную сторону края слева и снизу клеем при помощи заостренной палочки. Справа пленку приклеивают только небольшой частью. Если приклеить ее наглухо со всех сторон, она может деформироваться и испортить марку. В такой кармашек вкладывают негашеную марку и фальцем прикрепляют его к странице. На рисунке показано, как сделать клеммташи. Существуют и специальные кармашки с более плотной прозрачной пленкой. Размеры кармашков могут быть различны в зависимости от величины марок.



При наклейке фальц сгибается, как показано на рисунке. Его приклеивают к верхнему краю марки так, чтобы сгиб лежал несколько ниже зубцов. Фальц ни в коем случае не должен выступать за зубцовку. Низко помещенный фальц не позволяет перевернуть наклеенную марку. Этому же мешает и слишком короткий фальц.

Увлажнять фальц нужно очень осторожно.

Марку кладут лицевой стороной книзу. Фальц берут пинцетом и увлажняют справа небольшую часть поверхности, которая будет приклеена к марке.

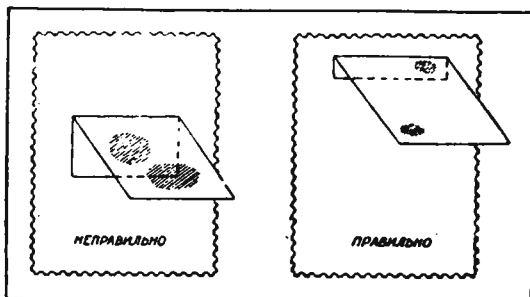
При наклейке негашеных марок хорошо для этой цели пользоваться тонкой волосистой кистью и резиновой канцелярской подушечкой. Кисть слегка увлажняют от подушечки. Избыток воды на кисти может так увлажнить клеевую сторону марки, что она прилипнет к странице. Когда фальц приклеен к марке, увлажняют небольшую часть той стороны, которая будет приклеена к странице (см. рисунок). Затем марку с приклеенным фальцем накладывают на соответствующее место страницы и слегка прижимают.

Если наклеить фальц так, как сказано, можно в случае необходимости переклеить марку на новое место и даже не один раз.

Чтобы фальц держал марку небольшой своей частью, его клеевой слой, конечно, должен быть очень хорошего качества.

Гашеные марки часто поступают к коллекционеру на бумажных вырезках или же имеют на обратной стороне остатки бумаги.

Ни в коем случае нельзя отдирать марку. Ее легко порвать или содрать часть бумаги самой марки — на ней образуются заметные на просвет тонкие места, обесценивающие экземпляр. Чтобы отделить марки от бумаги, их погружают в воду. Для отмачивания можно использовать фотографиче-



скую ванночку с гладким дном или тарелку. Ванночки с рифленным дном не годятся, так как в желобках будет скапливаться клей.

Вода должна иметь температуру 36—37°. Если в такую воду опустить палец, он не почувствует ни холода, ни тепла. Водой заполняют сосуд примерно наполовину. Марки погружают одну за другой, следя за тем, чтобы на них не осталось сухих мест. Это может произойти, если сразу опустить в воду много марок. В зависимости от размера сосуда можно положить в него 20—25 марок на 10—15 минут. Можно растворить в воде немного соли (1 чайная ложка на $\frac{1}{4}$ литра). Это помогает сохранить яркость красок.

Марки следует держать в воде как можно меньше. Бумага марок особенно рыхлая, размокает, легко рвется, а иногда и расползается. Как только увидите, что марки отделяются, вынимайте их.

Затем их кладут лицевой стороной вниз на газетную бумагу и, если есть необходимость, тупой стороной ножа или костяной пластинкой очень осторожно, чтобы не порвать марку, удаляют остатки клея и бумаги. После этого марки прополаскивают в чистой воде. Окончательно отмытые марки кладут на промокательную или рыхлую, не глянцевиую бумагу (только белую, цветная может окрасить марки!). Пока они влажны, их можно очень осторожно разгладить и распрямить.

Просушенные марки раскладывают на белые листы и помещают под тяжелые книги или под пресс. Когда марок много, лист с разложенными марками покрывают другим листом, на нем снова раскладывают марки и т. д. Листы помещают между двумя картонками.

Если при отмачивании бумага отделилась не ото всех марок, их оставляют в воде еще на некоторое время. Не пытайтесь отдирать неотмокшую бумагу, можно повредить марку. Помните, что нужно отделять бумагу от марки, а не марку от бумаги.

Прежде чем класть марки в воду, отберите наклеенные на цветную или жирную бумагу, а также на бумагу со следами чернил или чернильного карандаша. Такие марки следует отмачивать отдельно, чтобы не окрасить другие марки, лучше не в воде, а на нескольких слоях увлажненной бумаги. Марку кладут лицом вверх. Когда бумага, на которую наклеена марка, станет влажной, бумагу осторожно отделяют.

Помните, что не все марки можно погружать в воду.

Зеленые, красные и фиолетовые марки, особенно все зеленые марки Великобритании и ее колоний, чувствительны к воде. Они могут полинять, или с них совсем сойдет краска. Сойдет она и с некоторых марок индийских княжеств, напечатанных водяными красками. О нестойких красках мы уже говорили, когда шла речь о бензине при определении водяных знаков.

Если есть опасение, что марка от воды испортится, ее кладут так, чтобы она плавала на поверхности воды лицевой стороной вверх. Как только бумага увлажнится, нужно попытаться ее отделить. Таким образом отмачивают и редкие, дорогие марки.

Никоим образом нельзя опускать в воду марки, отпечатанные на меловой бумаге — меловой слой может сползти вместе с рисунком. Марки с меловым слоем отмачиваются также на увлажненной бумаге, как марки на бумаге со следами чернил. Так же осторожно нужно отмачивать марки с рельефной печатью. Кроме того, при просушке их нельзя помещать под пресс или под тяжелые предметы.

Если хотят отделить марку от конверта или открытки не вырезая, берут несколько кусочков бумаги по размеру марки. Кусочки опускают в воду, чтобы они хорошо пропитались, затем накладывают на марку, следя за тем, чтобы влажная бумага не попала на чернильные строки — чернила могут расплыться и испортить марку.

Если марка не отклеивается, нужно снова намочить бумагу. Никогда не торопитесь вырезать марку, если она попала к вам наклеенной на конверте. Во многих случаях марка представляет большую историческую и культурную ценность только на конверте, а сама по себе она обычна. Может иметь значение штемпель гашения, адресат и т. д. Особенно ценны на конвертах классические марки старых выпусков. Всегда советуйтесь с опытным коллекционером.

Если конверт не представляет ценности, вырезая марку, оставляйте достаточно широкие поля, чтобы не повредить саму марку или зубцов. Часто встречаются марки, у которых отрезаны зубцы или даже край. Такие марки — погибшие для коллекции.

Английские коллекционеры при оценке негашеных марок не обращают особого внимания на состояние клеевого слоя или на его отсутствие. Иногда клей даже смывают, чтобы марки не приклеивались к страницам. Кроме того, клей является благоприятной средой для различных бактерий, могущих испортить марку. Однако большинство филателистов очень ревностно относится к сохранению клея неповрежденным.

Различают четыре основных состояния марки, не имеющей гашения:

1) «почтовая свежесть» (Postfrisch) — марка в таком состоянии, в каком она продается в почтовом учреждении, и на клеевом слое нет ни фальца, ни повреждений;

2) марка с первым фальцем, который можно употребить, чтобы снова ее наклеить;

3) марка с остатками удаленных фальцев (одного или нескольких) или поврежденным клеем;

4) марка со смытым клеем.

Конечно, портить без нужды клеевой слой не следует. Но нельзя понять и тех коллекционеров, которые из-за боязни повредить клей не решаются наклеить марку в тематическую композицию, если даже из-за этого тема будет решена не так полно, не так хорошо. Такие коллекционеры напоминают людей, которые покупают книги не для того, чтобы их читать, а лишь для того, чтобы роскошные переплеты красовались на застекленных полках. Не берите с них примера. Не превращайте марку

в недотрогу, которую можно созерцать лишь за прозрачными полосками кляссера, или в товар, имеющий большую или меньшую цену.

Если с негашеной марки нужно удалить наклейку (например, наклейку из толстой бумаги марочных листов), ее кладут лицевой стороной вниз на два-три слоя влажной пропускной бумаги. Когда клей отсыреет, пинцетом осторожно удаляют наклейку или ее остатки. Если имеется несколько слоев наклеек, их отделяют по одной. Пропускная бумага не должна быть слишком влажной, чтобы не смылся клей. Марку затем просушивают и помещают между листами бумаги под тяжелый предмет.

Приходится иметь дело и с марками, которые склеились одна с другой. Не допускайте, чтобы клей отсыревал. Это происходит, в частности, от того, что марки переносят из холодного в теплое место или наоборот. Не рекомендуется носить марки в кармане, особенно если их затем будут рассматривать в холодном помещении или на холодном воздухе.

Если марки склеились, на их лицевую сторону кладут влажную пропускную бумагу. Необходимо следить, чтобы влага не прошла между зубцами и не повредила клеевого слоя, оставив на нем пятна. Можно подержать склеенные марки над паром (лицевой стороной).

Отделять марки нужно очень осторожно, не применяя силы, чтобы их не повредить. Лучше разлепить сначала в виде опыта простые, недорогие марки. Если отделить марки при помощи влажной пропускной бумаги не удастся, приходится отмачивать их в воде, смывая клеевой слой.

Клеевой слой негашеных марок иногда слегка припудривают тальком во избежание склеивания. Особенно важно это при пересылке их в письмах.

Жирные пятна удаляют ваткой, смоченной бензином или эфиром. Смачивать марку нужно с обратной стороны. Можно на жирное пятно насыпать немного магнезии и смочить ее бензином или эфиром. Через некоторое время магнезию осторожно счищают ножичком.

Еще раз напоминаем, что бензин и эфир легко воспламеняются, обращаться с ними надо очень осторожно.

Иногда на марках появляется ржавчина. Удалить ее не удастся. Храните такие марки отдельно: ржавчина может перейти на другие марки.

Во время мировых войн погибли неопределимые сокровища человеческой культуры — памятники архитектуры, книги, картины, и многое другое. Погибло и немало марок, в том числе ценнейших. Встречаются поэтому марки, которые пострадали от близости огня — приобрели коричневый оттенок. Иногда его можно удалить или ослабить погружением в соленую воду. Затем марки прополаскивают в чистой воде. Но такие марки не всегда удастся спасти — они очень хрупки и могут рассыпаться.

Альбомы с марками следует хранить только в положении стоя и время от времени перелистывать для проветривания.

Если альбомы хранятся лежа, марки от давления портятся.

Нельзя держать альбомы возле печки или труб парового отопления. Нельзя их держать и на подоконнике или рядом с окном.

ПОСЛЕСЛОВИЕ

Вот и кончилась наша беседа. Я старался рассказать самое главное о маленьких привлекательных картинках, на которых, как в зеркале, отразилось все многообразие мира, заботы, радости и чаяния человечества.

Почтовые марки — пестрые вехи на извилистых дорогах Времени. Одно свое стихотворение я так и назвал:

ВЕХИ ВРЕМЕНИ

Профиль королевы на старинной марке.
Северные скалы или остров жаркий?
Через какие рифы, через какие волны,
По морям носились вы странницей невольной?
Юная и гордая, в золотой короне...
Замарашка-штемпель вас почти не тронул.
И совсем как новая, и совсем цветистая,
Вы в альбоме спрятаны у филателиста.
В чопорном величии, без любви и гнева,
Пребывать изволите тоже с королевами.
Короли и принцы, папы и султаны,
Ордена и ленты, мантии, сутаны...
На страницах ладных тихо и спокойно.
Не ворвется ветер в пыльные покои.
Отчего ж волнуется царственное общество?
Что это за новости, что это за новшество —
Рядом с их коронами, мишурой и золотом
На незваных марках серп с тяжелым молотом,
И сурово смотрят властелинам в очи
Сквозь узоры рамок пахарь и рабочий.
Отойдите в сторону, королевы разные!
Над землю взвезаны ввысь знамена красные.
Над землей, над крышей,
Над альбомной крышкой.

Мне хочется, чтобы собрание марок стало для вас не только приятным времяпрепровождением, не только удовлетворением свойственной многим страсти что-нибудь коллекционировать, но и помогло бы стать трудолюбивыми, знающими и честными людьми, достойными своей родины.

Многое, о чем здесь рассказано, я узнал из других книг, журналов и газет. Пришлось прочитать их не одну сотню, но это лишь малая часть написанного о почтовых марках. В библиотеке немецкого министерства почты и телеграфа в 20-х годах книг и журналов по филателии и родственным ей вопросам было более чем 8000 томов. А сколько еще написали за сорок с лишним лет! Наверное, столько же, если не больше.

Если хотите подробнее узнать о марках, прочитайте, что сможете, из указанной в конце этой книги литературы.

Я перечислил, конечно, не все материалы, которыми пользовался, — список получился бы слишком длинным. Да и далеко не все стоит читать.

К сожалению, большинство книг написано на иностранных языках, видите, как полезно их знать. На русском языке книг по филателии вышло очень мало, а журналов вообще не выходило более тридцати лет.

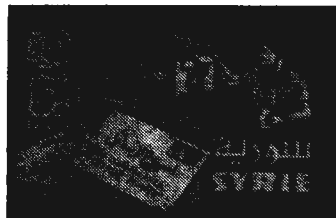
Кое о чем пришлось сказать впервые. Может быть, я что-то пропустил, может быть, о чем-то сказал не совсем точно.

Напишите, что вам хотелось бы еще узнать, какие у вас замечания.

Буду рад, если мой труд поможет вам стать вдумчивыми, серьезными коллекционерами. Доброго пути, друзья, в странствиях по дорогам и тропинкам необъятной Страны Филателии.

Москва, 1965 г.

Автор.





ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО ФИЛАТЕЛИИ

- В. А. Алексеев. Говорят марки. Харьков, 1962.
- М. С. Апчарова. От ямщика до самолета. М., 1949.
- Л. Берман. Марка с острова св. Маврикия. М., 1930.
- Р. Бершадский. О чем рассказывают марки. М., 1959.
- Г. Брендики. Коллекционер почтовых марок. Берлин, 1924.
- К. Валероп. Графика и тематика советских марок. М., 1929.
- М. Н. Василевский. Собиратель марок (филателист). Руководство к собиранию почтовых марок, штемпелей и т. п. СПб.—М., (1890).
- М. Н. Виташевская. Старинная русская почта. М., 1962.
- В. Граллгерт. Путешествие без виз. М., 1965.
- А. И. Волк. Собиратель марок для коллекций. СПб., (1914).
- Ф. Гурьев. Молодой филателист. Собиратель почтовых марок. СПб., 1907.
- И. И. Дайхес. Как собирать почтовые марки. М., 1958.
- И. И. Дайхес. Рассказ о советской почтовой марке. М., 1955.
- «Земские почтовые марки». Под ред. Ф. Г. Чучина. М., 1925.
- «Каталог советских специальных почтовых штемпелей». М., 1963.
- Л. Ю. Мюллер. Филателист. Руководство по общему коллекционированию знаков почтовой оплаты. Л., 1925.
- «Несколько слов в защиту собирания почтовых марок». М., 1909.
- Я. Озолиць. Спутник филателиста. Рыга, 1964.
- П. М. Ольхин. Альбом редких марок. СПб.—М., 1914.
- «По поводу первого десятилетия со дня основания Московского общества собирателей почтовых марок». М., 1894.
- В. В. Попов. Иллюстрированный каталог и описание почтовых марок старой России, республик Федерации на ее территории и различных выпусков периода гражданской войны. Киев, 1922.
- В. И. Рябинин. Основы коллекционирования знаков почтовой оплаты. Руководство для русских филателистов. Самара, 1919.
- В. Саксонов, В. Колков. В портовом городе. М., 1963.
- «Советский коллекционер». Сборник. Вып. 1. М., 1963.
- «Советский коллекционер». Сборник. Вып. 2. М., 1964.
- «Советский коллекционер». Сборник. Вып. 3. М., 1965.
- П. Соломко. Спутник филателиста. СПб., 1908.
- «Сто лет русской почтовой марки». М., 1958.
- «Твоя коллекция. Монеты, марки, этикетки, открытки». М., 1963.
- В. А. Трубачев. Возникновение и развитие русских знаков почтовой оплаты. (СПб.), (1900).
- Л. и М. Уильямс. Почтовая марка, ее история и признание. М., 1964.
- А. Чачиков. Филателия в школе. М., 1930.
- Д. М. Чудовский. Описание русских земских марок. Киев, 1888.
- А. С. Чумаков. Консультация для начинающего филателиста. М., 1948.
- М. Шатров. Синий Маврикий. Днепропетровск, 1961.
- В. Хохлачов. Мисливці за діамантами. Киев, 1964.

Л. К. Наумов. Наръчник на марколюбителя. София, 1946.

«Защо събирам пощенски марки». София, 1946.

Г. К. Цоневски. Българска филателна енциклопедия. София, 1948.

Ф. Агнау. Lexikon der Philatelie. Frankfurt, 1957.

А. Бандини Бутти. Storia della posta e del francobollo. Milano, 1946.

В. Боггс. The foundation of philately. Toronto, 1955.

Н. М. Буртон. Stamps and stamp collecting. London, (1959).

М. Бютнер. Was die Briefmarke erzählt. Berlin, 1933.

В. Клауснер. Wettlauf mit der Zeit vom Postreiter zum Kosmvision. Leipzig, 1964.

Р. Курлл. Stamp collecting. London, (1945).

Д. Еастон. British postage stamp design. London, 1943.

Д. Еастон. Postage stamp in the making. London, 1949.

Е. Еванс. Stamps and stamp collecting. London, 1894.

Д. Франек. Uvod do filatelie. Praha, 1957.

В. Граллert. Einführung in die Briefmarkenkunde. Leipzig, 1957.

В. Граллert. Erdball ohne Grenzen. Leipzig, 1958, 1963.

В. Граллert, Д. Роланд. Kleines ABC der Briefmarke. Leipzig, 1960.

С. Гроссман. The stamp collectors handbook. New York, 1957.

М. Халлгрэн. All about stamps. New York — London, 1940.

Д. Хамилтон. A hundred years of postage stamps. London, 1940.

Н. Хансен. Alte Briefmarken. Hamburg, /1959/.

Н. Хардт. Kleine Welt der Briefmarke. Berlin, 1954.

Т. Хаас. Lehrbuch der Briefmarkenkunde. Leipzig, 1905.

Н. Хилле. Frankreich. Vorphilatelie, Abstempelungen und andere Besonderheiten. Leipzig, 1961.

В. Хлинка, Д. Сперк. Sbiráme známky a nálepky. Praha, 1964.

М. Юхл. The United States commemorative stamps. New York, 1947.

С. Джонстон. British postage stamps. London, 1944.

Л. Кемпе, Шмидт. Aller hundert Jahre. Berlin /1948/.

М. Краусе, К. Вейдманн. Sport auf Briefmarken (Motivkatalog). Leipzig, 1961.

А. Легранд. Manuel de l'amateur de timbres. Paris, 1894.

А. Мосчкау. Geschichte der Briefmarken und der Philatelie. Leipzig, 1878.

А. Мосчкау. Handbuch für Postmarken-Sammler, Berlin, 1884.

А. Мосчкау. Zur Geschichte der Philatelie. Leipzig, 1879.

Л. Неандер. Die Welt auf der Briefmarke. Bd. I, Lübeck, /1956/.

Н. Неунер. Luftpost der Deutschen Demokratischen Republik. Leipzig, 1960.

Л. Новотный. Filatelie. Praha, 1957.

Д. Патрик, М. Патрик. The international guide to stamps and stamp collecting. New York, 1962.

«Penny postage centenary». London, /1940/ «Philatelistische Farbentafeln». Leipzig, 1960.

С. Филлипс. Stamp collecting. London, 1933.

В. Посер, Ф. Себауер. Theorie und Praxis der Motivphilatelie. Leipzig, 1962.

В. Поснер. Wie gestalte ich meine Motivsammlung. Leipzig, 1958.

«Postage stamps of the United States». Washington, 1950.

В. Шлехтрейм. Das Postverzeichnis als Kulturdokument. Potsdam, 1922.

Е. Спире. Stamp collecting. London — Glasgow, 1962.

A. Stollberg. Die UdSSR im Bild ihrer Briefmarken. Berlin, 1964.

N. Stoken. Stamps of great price. Bath, 1932.

H. Strom. Tiere auf Briefmarken (Motivkatalog). Leipzig, 1959.

V. Suppantsehsch. Grundzüge der Briefmarkenkunde. Leipzig, 1895.

R. Sutton. Stamp curiosities. London, /1957/.

«The soldier and his stamp». London, 1918.

T. Todd. A History of British postage stamps. London, /1949/.

E. Vaillé. Histoire de timbre-poste. Paris, 1959.

A. Vogt. Was die Briefmarken der DDR erzählen. Leipzig, 1956.

M. Walter. Der Briefmarken-Sammler. Bern, /1956/.

B. Warhurst. A colour dictionary. London, 1899.

J. Watson. The story of the stamp. London, /1957/.

J. Watson. Stamps and music. London, /1962/.

L. N. Williams, M. Williams. Forged stamps of two world wars. London, 1954.

H. Winkler. Astronomie für Briefmarken-Sammler. Leipzig, 1961.

W. Winter, M. Zobel. Pflanzen auf Briefmarken. Leipzig, 1961.

ЖУРНАЛЫ

Марки и коллекционер. Первый русско-немецкий филателистический журнал, 1903.

Северокавказский коллекционер, 1929.

Советский филателист, 1922—1924.

Советский коллекционер, 1925—1932.

Филателия. Ежемесячный иллюстрированный журнал. Пг., 1914.

Illüstriertes Briefmarken-Journal, 1874-1914.

Der Philatelist, 1880—1901.

Philatelie populaire.

Sammler-Express.

Филателия преглед.

ИСПОЛЬЗОВАНЫ ТАКЖЕ СЛЕДУЮЩИЕ КНИГИ

С. С. Алексеев. О цвете и красках. М., 1964.

М. Алпатов. Композиция в живописи. М., 1940.

Г. Апресян. Человеку быть художником. М., 1965.

В. Бродский. Как машина стала красивой. М., 1965.

Л. Гумилевский. Крылья Родины. М., 1956.

В. П. Иванцев. От рисунка до азбуки. М., 1957.

А. Ивич. Приключения изобретений. М., 1930.

М. Каган. Начало эстетики. М., 1964.

М. Каган. О прикладном искусстве. М., 1964.

Е. И. Кацпржак. История письменности и книги. М., 1955.

А. Конан Дойль. Затерянный мир. М., 1956.

«Краткий словарь терминов изобразительного искусства». М., 1965.

В. Н. Кочергина. Краткий очерк истории письма. М., 1955.

Ф. Лангер. Дети и кинжал. М., 1950.

И. Масеев. Что такое эстетика. М., 1965.

Е. Немировский, Б. Горбачевский. Рождение книги. М., 1957.

В. Скатерщиков. Эстетическая культура советского человека. М., 1964.

Э. Сетон-Томпсон. Маленькие дикари. М., 1960.

И. Уварова. Лицо вещей. М., 1963.

М. Флекель. Искусство и полиграфия. М., 1963.

Я. Б. Шницер. Иллюстрированная всеобщая история письмен. СПб., (1903).

«Юный художник». М., 1961, М., 1964.



ПОЯСНЕНИЯ К ИЛЛЮСТРАЦИЯМ

На таблицах марки перечисляются слева направо и сверху вниз. Все марки даны в натуральную величину, уменьшенные или увеличенные марки указаны (*ум.* — уменьшение, *ув.* — увеличение). Жирная цифра в начале указывает страницу книги. Цифры в скобках — год выпуска. Цифры в квадратных скобках обозначают даты жизни.

Не торопитесь заглядывать в пояснения, старайтесь сами определять, что за марки воспроизведены в книге: какая страна, время выпуска, кто и что изображается. На воспроизведенных марках вы увидите много лиц и событий — узнайте о них все, что сможете.

2. СССР (блок — 1965, 1939, 1958).

4. 1. Судан (1898). Доставка почты на верблюде; интересные подробности об этой марке см. на стр. 138. 2. СССР (1963). 3. США (1965). 4. Мавритания (1965). 5. Камерун (1946). 6. Япония (1958). 7. Центрально-Африканская Республика (1960—1961). 8. Сингапур (1964). 9. Северное Борнео (1909—1911). 10. Югославия (1957). 11. Испания (1930). Каравелла Колумба «Святая Мария». 12. Польша (1956). 13. Греция (1933). Дедал и Икар готовят крылья для полета. 14. Италия (1930). 15. Испания (1930). Колумб и его спутники. 16. Швейцария (1845). Марка городской почты города Вазеля. 17. СССР (1933). Этнографическая серия. Русские. 18. Болгария (1958). 19. Италия (1957). Поэт Овидий Назон. 20. СССР (1962). Ху-

дожник И. Н. Крамской. 21. США (1965). «Дискобол» Мирона. 22. Австрия (1949). Св. Гебгард. 23. Италия (1954). Америго Веспуччи. 24. СССР (1956). Воздушный шар Крякутного. 25. Новая Зеландия (1935). 26. США (1918). 27. ОАР (1964). 28. Франция (1962). 29. СССР (1964). Иван Федоров.

5. 1. СССР (1950). 2. СССР (1925). Декабристы на Сенатской площади. С картины Д. Н. Кардовского [1866—1943]. 3. Польша (1962). Крейсер «Аврора». 4. СССР (1943). 5. Польша (1960). Памятник в честь битвы при Грюнвальде.

6. СССР (1965). 7. Франция (1965). Герои Сопротивления. 8. Венгрия (1965). А. Леонов в космосе. 9. СССР (1963). А. Ф. Можайский, создатель первого в мире самолета.

6. 1. Италия (1957). Цицерон. 2. Венгрия (1919). Петефи. Марка Венгерской советской республики. 3. Франция (1959). Ж. Жорес. 4. СССР (1951). Ф. Э. Дзержинский. 5. США (1954). А. Линкольн. 6. СССР (1963). К. С. Станиславский. 7. Бельгия (1958). Э. Изаи. 8. СССР (1949). В. И. Чапаев. 9. СССР (1963). М. Н. Тухачевский. 10. Италия (1938). Леонардо да Винчи. 11. СССР (1958). С. Есенин. 12. Запад. Берлин (1949). Гете. 13. СССР (1948). М. Горький. 14. СССР (1963). В. Я. Брюсов.

8. 1. Румыния (1952). И. П. Павлов. 2. СССР (1940). А. П. Чехов. 3. СССР (1956). А. А. Блок. 5. СССР (1958). В. Ф. Руднев, командир крейсера «Варяг».

9. 1. СССР (1924). Ув. 2. Греция (1945). Ф. Рузвельт.

10. 1. Испания (1931—1932). 2. Египет (1953).

11. 1. Австрия (1914). Первая марка с изображением боевого самолета. 2. Босния и Герцоговина (1917). Кронпринц Фердинанд, убийство которого послужило поводом к первой мировой войне. 3. Эфиопия (1936). Итальянская оккупация. 4. СССР (1964). 5. СССР (1965). 6. СССР (1927). Смольный в октябре 1917 г. 7. Йемен (1963). Годовщина революции 1962 г. 8. СССР (1961). 9. Вьетнам (1965). 10. ОАР (1957). Оборона Порт-Саида во время тройственной агрессии 1956 г. 11. США (1960). Агрессивный военно-политический блок СЕАТО. Лицемерная надпись: единство, мир, прогресс. 12. Гвинея (1958). Годовщина провозглашения независимости 2 октября 1958 г. 13. США (1952). Агрессивный блок НАТО.

13. Малайя (1906—1922). Ув.

16. Н. К. Рерих [1874—1947]. Гонец.

17. 1. Монако (1949). Живопись эпохи палеолита (пещера Альтамира, Испания). 2. Рисунок первобытного человека.

18. Египетские иероглифы.

19. Происхождение алфавита.

20. Болгария (1955). Кирилл и Мефодий.

21. Болгария (1963). V конгресс славистики.

22. Польша (1962).

23. Греческая ваза с изображением Беллерофона.

24. 1. Франция (1963). 2. Австрия (1959). Римские почтовые повозки.

25. 1. Перу (1936). Гонец инков. 2. Мексика (1934). Гонец ацтеков.

26. 1. Караваджо [1573—1610]. Письмо-носец. 2. Франция (1956). Франц Тассис.

27. 1. А. Дюрер [1471—1528]. Конный гонец. 2. Ш. Верне [1789—1863]. Английская почтовая карета (литография).

28. 1. Польша (1963). 2. Марка почты

Турн и Таксис (1852). 3. Чехословакия (1959). А. С. Попов и первая радиостановка.

29. Австрия (1947). Столетие телеграфа.

31. А. Н. Ордин-Нащекин.

32. СССР (1957). К 100-летию русской почтовой марки.

33. Русский почтальон и дворник гоголевских времен.

34. Марки земской почты. 1. Бугульма (1899). 2. Красный (1912). 3. Устьсысольск (1887—1888). 4. Егорьевск (1868). 5. Рязань (1874—1875). 6. Котельнич (1892—1895). 7. Одесса (1878). 8. Мелитополь (1871). 9. Нолинск (1915). 10. Касимов (1875). 11. Луга (1869). 12. Острогжск (1871). 13. Ирбит (1880).

35. Марки земской почты. 1. Петрозаводск (1901). 2. Вятка (1912). Ардатовский тип. 3. Арзамас (1902). 4. Бахмут (1901). 5. Лебедин (1887—1898). Островский тип. Г. Г. Мясоедов [1835—1911]. Земство обещает.

36. Последняя марка земской почты (1918).

37. Ленинградские почтальоны. Фото В. Мартынова («Известия»).

41. Марка Pony Express (1860).

42. 1. Сен-Пьер и Микелон (1938). Отправка почты на собаках. 2. США (1960). К 100-летию Pony Express. 3. Гвинея (1949). Перевозка почты.

44. Первая английская марка (1840). Ув.

45. На лондонском почтамте в первый день продажи марок. Современная карикатура.

46. США (1865). Р. Фултон и первый пароход.

48. 1. Эскиз Хилла. 2. Пробный оттиск с портретом принца Альберта, мужа королевы Виктории. Пробный оттиск носит название эссе (essay).

49. Карикатура из журнала «Punch» («Петрушка», 1864).

50. 1. Проекты Чалмерса. 2. Югославия (1948). Л. Кошир.

51. 1. Штемпель оплаты Бишопа. 2. Рекламный штемпель. 3—4. Штемпеля Докрея.

52. 1. Генеральный почтмейстер Бишоп. 2. Штамп почтовой бумаги Сардинии. 3. Италия (1964).

54. Первые марки. 1. Швейцария. Кантон Цюрих (1843). 2. Бавария (1849). 3. США (1847). 4. Франция (1849). 5. Бразилия (1843). 6. Греция (1861). 7. Бельгия (1849). 8. Мыс Доброй Надежды (1853). 9. Испания (1850). 10. Индия (1854). 11. Египет (1866). 12. Баден (1851). 13. Аргентина (1858). 14. Персия (1870). 15. Нидерланды (1852). 16. Виктория (1850). 17. Болгария (1879). 18. Абиссиния (1894). 19. Китай (1878).

55. 1. Штемпельный конверт С.-Петербурга. Ув. 2. Общеперский штемпельный конверт. 3. Штемпельный конверт Финляндии. 4. Штемпельный конверт Москвы. Ув. 5. Первая марка Финляндии. 6. Первая русская марка. Ув. 7. Контрольная марка сберкассы. 8. Марка сберкасс. 9. Марка, отпечатанная Временным правительством. 10—13. Первые марки, выпущенные Советским правительством.

56. Эскизы марок художника Зарина.

57. СССР (1962). В. Н. Подбельский, первый нарком почт и телеграфов.

60. 1. Чили (1853). Колумб. 2. США (1893). Высадка Колумба. 3. Польша (1963). 4. Канада (1851). 5—7. Нью-Фаундленд (1866—1871, 1876—1879, 1887). 8. Перу (1873). 9. Австралия Западная (1854—1857). 10. Либерия (1892). 11. Северное Борнео (1894). 12. Гватемала (1878—1881). 13. Северное Борнео (1897—1900). 14. Либерия (1896). 15. Греция (1906). 16. Сен-Пьер и Микелон (1909—1917). 17. Испания (1905). Сервантес и Дон-Кихот. 18. Румыния (1906). 19. Кедах (1912).

61. 1. Мексика (1895). Почтальон. 2. Германия (1921—1922). 3. СССР (1927).

62. 1. Тонга (1963). 2. Нью-Брансуик (1851). 3. Тува (1935). 4. Фессалия (1898). 5. Виктория (1874—1881). 6. Тува (1936). 7. Тонга (1964). 8. Бамбра, индийское княжество (1890). 9. Бразилия (1844—1846). 10. Монако (1955). Доктор А. Швейцер. 11. Тонга (1964). 12. Сьерра-Леоне (1963).

63. 1. Восточная Африка (1947). 2. Королевство Бурунди (1965). 3. Полинезия (1958). 4. Венгрия (1962). 5. Монако (1955). Жюль Верн. 6. СССР (1965). 7. Япония (1958). 8. СССР (1959). 9. Сен-Пьер и Микелон (1957). 10. Чехословакия (1957).

64. США (1865) и Колумбия (1952).

65. Мекленбург-Шверин (1864). Четыре марки.

68. 1. Великобритания (1858—1864). 2. Перу (1871). 3. РСФСР (1921).

69. 1. Марки Зеебека: Никарагуа (1891), Гондурас (1892, 1890).

71. 1. Швейцария (1949). 2. Новая Зеландия (1897). 3. Германия (1936). 4. СССР (1924). 5—6. Россия (1905). 7. СССР (1922).

72. Италия (1917).

73. 1. США (1885). 2. СССР (1932). 3. Италия (1903). 4. США (1902—1914). 5. США (1954—1957). 6. ФРГ (1955). 7. Босния и Герцоговина (1916). Марка спешной военной почты. 8. США (1918). 9. ГДР (1957). 10—11. РСФСР (1922).

74. Газетные марки: 1. Австрия (1854—1858). 2. США (1895). 3. Австрия (1853—1872). 4. Никарагуа (1900). Телеграфная марка.

75. 1. Панама (1914). 2. Колумбия (Антиохия) (1899). Заказное письмо. 3. США (1920). Марка возврата. 4. Черногория (1906). Письмо с уведомлением о получении. 5. Канада (1875). 6. Канада (1905). Марка возврата. «Мертвое письмо». 5. Греция (1902). Марка предназначалась вначале для почтовых пакетов, позднее и для оплаты писем. Продавалась только за во-

лотую валюту. 8. США (1873). Военное министерство. 9. США (1873). Министерство внутренних дел. 10. СССР (1925). 11. Виктория (1855). Текст: «Слишком поздно». Марка запоздания. 12. Северное Борнео (1904—1905). Порто-марка. 13. ГДР (1954). 14. Югославия (1919). 15. Франция (1901—1904). Солдатская марка. 16. Германия (1905). Счетная марка. 17. Словакия (1862). 18. Германия (Бавария) (1862). Порто-марка. Текст: «Оплачивается получателем».

76. 1. Бандерольная марка Русского Леванта (1863—1865). 2. Босния и Герцоговина (1913). Газетная марка. 3. РСФСР (1922).

78. Германия (1923). Инфляционные марки.

79. Лабуан (1883). Уг.

80. 1. Болгария (1913). 2. Крит. Ретимон (1899). 3. Ирак (1917). Британская оккупация. 4. Польша (1940). 5. Перу (1882). Герб Чили. 6. Перу (1894). Портрет генерала Бермудеца. 7. Британская оккупация Батума (1919). 8. Русский Левант (1909—1910). 9. Германия (1915). «Генерал-губернатор. Варшава». 10. Германия (1916). «Бельгия». 11. Великобритания (1901—1902). 12. Кипр (1880). 13. Индия (1874—1882). 14. Пакистан (1948). 15. Аргентина (1877). 16. Сербия (1903). 17. Украина (1919). 18. Италия (1890). Марка для почтовых пакетов. Надпечатка: «Годна для печатных материалов». 19. Австрия (1820). «Наводнение». 20. РСФСР (1922). 21. Сербия (1916). Австрийская оккупация.

81. 1. СССР (1959). 2. СССР (1945). 3. ГДР (1956). «Помогите Египту».

82. Благотворительные и агитационные марки. 1. Норвегия (1918). 2. Португалия (1915). «На бедных». 3. Рождественская марка (1956). 4. Западный Берлин (1948). Благотворительная марка обязательного характера. 5. Московское общество друзей

воздушного флота. 6. Марка «В пользу почтальона». 7. Деткомиссия при ВЦИК. 8. «Боже, покарай Англию». 9. «Одолжите пять шиллингов вашей стране и сокрушите немца». 10. Общество друзей воздушного флота. 11. Марка в память визита французских кораблей в Кронштадт в 1891 г. и русских кораблей в Тулон в 1893 г. 12. Боритесь против лесных пожаров. 13. Всероссийский Комитет помощи инвалидам.

83. Рекламные марки. 1. Парижская ярмарка. 2. Выставка «Забота о здоровье, социальное обеспечение и физкультура». (Одновременно с Дюссельдорфской художественной выставкой). 3. Филателистическая выставка (Франция). 4. XIV Международная выставка собак (Италия). 5. «Употребляйте кофе Коста-Рики, лучшее в мире». 6. Выставка в Брюсселе. 7. Филателистическая выставка в Монте-Карло. 8. IX Интернациональный конгресс зубных врачей в Вене. 9. Выставка ковров в Гамбурге. 10. «Почтовая марка». Ведущий филателистический журнал на немецком языке». Вена. 11. Эсперанто — международный язык. Портрет д-ра Заменгофа, составившего эсперанто.

85. 1. РСФСР (1922). Уж. 2—3. Агитационные марки. 4. Венгрия (1919).

86. Марка С.-Петербурга (1863). 2. Первая марка Польши (1860). 3. Бермудские острова (1849—1856).

87. Марки местной почты. 1. Швейцария. Кантон Женева (1843). 2. Северогерманский почтовый союз (1868). 3. Германия. Гамбург (1859). 4. Финляндия (1866—1870). (Обратите внимание на просечку.) 5. Колумбия. Департамент Антиохия (1899). 6. То же. Департамент Боливар (1872). 7. Индия. Княжество Сирмур (1879—1880). 8. Индия. Кашмир (1878). 9. Индия. Сирмур (1895—1899). 10. США. Конфедеративные штаты (1862—1864). 11. США. Почтмейстерская марка. Штат Виргиния. Пе-

тербург (1864). 12. То же. Штат Флорида, Новая Смирна (1861).

88. 1. Марки пароходных компаний. 1) «Леди Мак-Леод». 2) Перу (1857). PSNC «Pacific Steam Navigation Company» («Пароходная компания Тихого океана»). Были выпущены компанией до выпуска государственных марок и служили для оплаты писем с 1/XII 1857 до 28/II 1858. Гашенные марки на конвертах — редчайшие. 3) Компания Суэцкого канала. 4) Дунайское пароходное общество.

2. Марки Леванта. 1) Россия, РОПШТ (1865). 2) Австрия (1890—1892). 3) Россия (1913). 4) Германия (1905). 5) Великобритания (1905).

89. 1. Воздушная почта «Борк-Брюк». 2. «Воздушная почта на Рейне». 3. ФРГ (1962). Современный самолет и контур самолета «Желтый собака». Уг.

90. 1. США (1863). Марка городской почты. 2. США (1963). Столетие городской почты. 3. США (1958). Столетие трансконтинентальной почты. Почтальон отстреливается от нападающих.

91. 1. Бельгия. (1912—1914). Железнодорожная марка. 2—3. Марки Парижской коммуны (1871). 4—5. Марки частной почты США. 6. Марка отеля Бельальп. 7. Марка острова Ланди. На ней указана денежная единица паффин и изображена птица того же названия. 7. Польша (1962). Картина «Отравленный источник» Я. Мальчевского [1855—1929]. На купоне: «Филателия сближает людей разных стран». 8. Бельгия (1912). На купоне: «Не доставлять в воскресенье». 9. СССР (1958). На купоне сообщение о запуске третьего искусственного спутника Земли.

92. Марки отелей.

94. 1. Марка Котельнической земской почты (1870). 2. Ю. Ганф. Разоружение «высшей марки».

95. 1. Блок в ознаменование пушкинской выставки в Москве (1937). Уж.

2. Филателистическая поправка. Ржс. Ю. Ганфа.

97. Агитационная марка. Ф. Лассаль и графиня фон Хатцфельд.

100. 1. Остров Св. Маврикия (1847 и 1848—1858). 2. США (1845).

101. Саксония (1850).

102. Британская Гвьяна (1850, 1851, 1856). *Damus petimusque vicissim* («Мы даем и берем взаимно»).

103. Нью-Бравсуик (1861, 1860—1863).

104. Городская марка Тифлиса (1857).

105. 1—3. РСФСР (1923, 1922, 1922—1923).

4. СССР (1939).

106. 1—2. СССР (1935).

107. 1. Румыния, Молдавия (1858). 2.

США. Браттлеборо (1846).

109. Сербия (1904).

110. 1. Турция (1914). 2. Деталь марки: с орнаментом под строкой *Postes ottomanes* и без орнамента (переиздание).

111. 1. Никарагуа (1900). 2. Доминиканская Республика (1900).

113. Фальшивые марки: 1. Индия (1854). 2. Италия (Сардиния) (1851).

114. 1. Австрия (1910) — ввиду *Facsimile*. 2. США (1873), служебная марка государственного департамента. Крупная надпечатка *Facsimile*. 3. США (1875—1885), газетные марки — ввиду *Falsch*.

115. Деталь марки *Facsimile* и *Falsch*.

116. Марка «Королевства Седанг».

117. Марка «Республики Малуку-Селатан», посвященная 75-летию Всемирного почтового союза. Обратите внимание, как убедительно осуществил свой замысел художник: земной шар, вокруг которого вьются хоромы люди разных стран, воспринимается как огромный футбольный мяч.

118. 1—2. Фантастические марки: Одесский помгол, Белорусская республика (БНР).

119. 1. Надпечатки на марках Кубы

(1883) и Ирана (1899). 2. Карикатура из журнала «Sammler Express» (1965).

120. Гавай (1851—1852).

124. Фальшивые марки Германии.

126. Фантастическая марка Черногории.

128. Румыния (1958).

129. 1. Схема высокой печати. 2. Растр высокой печати.

130. 1. Острова Кука (1892). 2. Литва (1919). 3. Земская марка Устьсысольского уезда (1878).

131. 1. Схема плоской печати. 2. Схема глубокой печати. 3. Растр глубокой печати.

133. Рифление.

135. 1. Румыния (1958). 2. Виды зубцовки: 1) гребенчатая, 2) рамочная, 3) линейная.

136. 1. Обозначение зубцовки. 2. Зубецмер (одонтометр).

137. 1. СССР (1932). 2. Виды просечки: 1) линейная, 2) дугообразная, 3) гребневидная (на швейной машине), 4) пилообразная, 5) змеевидная, 6) зубчатая, 7) волнообразная.

138. 1. Латвия (1920). 2. Водяные знаки: 1) Бельгия (1849). 2) Мыс Доброй Надежды (1853). 3) Нью-Брансуик (1952). 4) Британские колонии (1855). 5) Австралия Западная (1854). 6) Ионические острова (1859). 7) Италия (1863). 8. Исландия (1873). 9. Испания (1876). 10) Новый Южный Валлис (1860). 11) Ямайка (1860). 12) Китай (1885). 13) Куба (1899). 14) Сальвадор (1898). 15) Великобритания (1867). 16) Германия (1905). 17) Венгрия (1909). 18) Япония (1914). 19) Аргентина (1920). 20) Аргентина (1919). 21. Великобритания (1855). 22) Уругвай (1923). 23) Люксембург (1928). 24) Германия (1930). 25) Мальдивские острова (1933). 26) Ватикан (1933).

139. Водяные знаки советских марок. 1. Серп и молот. 2. Ковер. 3. Квадраты и углы. 4. Теневые квадраты. 5. Ромбы.

140. 1. Водяные знаки Судана (1898 и 1903—1922). 2. Пакистан (1948 и 1950).

141. 1. Первая советская марка на фольге (1961). 2. Италия (1956). Стереоскопическая печать.

142. 1. Уганда (1896). Пишущая машинка. 2. США (1861). Почтмейстерская марка — Лебанон, штат Теннесси. 3. Новая Каледония (1859). Гравюра на литографском камне. 4. Лонг-Эйланд (1916). Пишущая машинка. (Остров в Эгейском море Макронисос. По-английски Лонг-Эйланд — длинный остров, назван так из-за его формы. 5. СССР (1963).

143. СССР (1959).

145. 1. Марка земской почты Лохвицкого уезда (1911—1912). 2. ГДР (1953). 3. Та же, что 1, но без второй краски. 4. ГДР (1949). 5—6. ГДР (1956). 7. РСФСР (1922—1923). 8. Австралия Западная (1854—1857). 9—10. СССР (1955). 11. США (1918). 12. Россия (1889—1904). 13. США (1962). 14. Великобритания (1952—1954). 15. Франция (1960). 16. Чехословакия (1957). Девушка стреляет из лука без тетивы. 17. Франция (1953).

146. 1. Земская марка Золотоношского уезда (1892). 2. Бельгия (1965). 3. СССР (1943). 4. СССР (1936).

147. Эпир (1914). Печать каучуковым штампом. Текст: «Автономный греческий Эпир. Победа или смерть за отечество».

149. Филипп ля Ренотьер фон Феррари. Фото.

151. Г. Шилтъян. Филателист.

153. 1. СССР (1935). 2. Польша (1965). А. Эйнштейн. 3. СССР (1964).

154. Рузвельт-филателист. Монако (1947).

157. СССР (1962). А. А. Дейнека [род. 1899]. «Оборона Севастополя».

160. 1. РСФСР (1922). 2. Эскиз худ. Н. Альтмана [род. 1889].

161. СССР (1962).

162. 1. СССР (1960). И. И. Шишкин [1831—1898]. «Корабельная роща». 2. СССР

(1952). В. Д. Поленов [1844—1927]. «Московский дворик».

164. СССР. 1. А. С. Даргомыжский (1963). 2. 95-я годовщина со дня рождения В. И. Ленина (1965). 3. Танки агрессоров на дно! По рисунку Б. Пророкова (1961). 4—7 и 9. Антивоенная серия. Худ. И. Ганф (1934). 8. Галилео Галилей (1964). 10. В. Шекспир (1964). 11. Фритьоф Нансен (1961). 12. П. Н. Нестеров, основоположник высшего пилотажа (1963).

165. 1 и 3. Россия (1913). Худ. Е. Е. Лансере [1875—1946]. 2. Венгрия (1956). Борец за свободу И. Бем. 4. Австрия (1922). И. Гайдн. 5. Франция (1945). Людовик XI, создатель государственной почты во Франции. 6. Австрия (1922). Л. Бетховен. 7. Польша (1957). 8. Венгрия (1959). 9. Франция (1945). Сарра Бернар. 10. Венгрия (1956). Ф. Лист и Ф. Шопен (сценка). 11. Нидерланды (1956). Рембрандт.

166. Мексика (1875). Марка морской почты.

167. Марки к 75-летию Всемирного почтового союза (1949). 1. СССР. 2. Норвегия. 3. Франция. 4. ФРГ. Портрет Г. Стефана. 5. Южная Африка. 6. Австралия. 7. Швеция. 8. ГДР. 9. Нидерландские Антиллы (Нидерландская Вест-Индия). 10. Швейцария. 11. Чили. 12. Великобритания.

168. 1. Германия (1947). Г. Стефан. 2. ФРГ (1963). 100-летие почтовой конференции. Гербы стран-участников.

169. Памятник в честь Всемирного почтового союза в Берне.

170. 1. Эскиз Мадс Стага. 2. Два эскиза Г. Штауфа и марка (ГДР, 1959). 3. Пять эскизов швейцарской марки (1938—1948) и сама марка.

171. Марка, эскизы и наброски худ. Лесгри.

172. 1. РСФСР (1922). 2. Греция (1924). Байрон среди греков. 3. ГДР (1955). «Сикстинская мадонна» Рафаэля [1483—1520]. Уа.

173. 1. Фронтон храма Дианы. 2. ОАР (1959).

174. Франция (1961—1963). 1. П. Сезанн [1839—1906]. 2. Э. Мане [1832—1883]. 3. Т. Жерико [1791—1824]. 4. Э. Делакруа [1798—1863]. 5. М. Шагал [род. 1887]. 6. А. Матисс [1869—1954]. 7. Ж. Брак [род. 1882].

175. Германия (1921—1922).

176. М. А. Врубель [1856—1910]. «Демон».

177. 1. Западный Берлин (1957). 2. Бельгия (1959). Иоганн Баптист фон Тассис приносит присягу. 3. Польша (1962). 4. СССР (1960).

178. 1—2. Ньяса (1924, 1921—1923). 3. Венгрия (1956). 4. СССР (1965).

179. ГДР (1958).

180. Схема цветового круга.

181. Чехословакия (1947). Память о Лидице.

185. 1. Сан-Марино (1961). 2. СССР (1960). 3. Австралия (1961). 4. СССР (1937). 5. Чехословакия (1957).

186. В. Ван-Гог. Письмоносец Рулен.

187. 1—2. Аргентина (1950). Художник и гравер, работающие над маркой.

188. 1. ГДР (1959). Древнеегипетская скульптура. 2. Дагомея (1963). Народное искусство. 3. Сирия (1965). Древняя скульптура. 4. ФРГ (1952). «Джоконда» Леонардо да Винчи [1452—1519]. 5. Италия (1960). Кулачный боец. Античная статуя. 6. Испания (1960). «Мадонна с венком из роз» Мурильо [1618—1682]. 7. Франция (1939). П. Сезанн. 8. СССР (1965). П. А. Федотов [1815—1852]. «Сватовство майора». 9. Франция (1965). В. Ван-Гог [1853—1890]. 10. СССР (1956). А. Е. Архипов [1862—1930]. «По реке Оке». 11. СССР (1956). Портрет В. В. Стасова работы И. Е. Репина [1844—1930]. 12. СССР (1950). Портрет И. И. Левитана работы В. А. Серова [1865—1911].

189. Эскизы марок ко Дню детей (ГДР), присланные детьми, и марка (1964). По-

пулярный персонаж детских телевизионных передач. Худ. В. К. Лемке.

194. Эскибрис работы В. А. Фаворского [1886—1964].

195. Эскибрис работы М. Л. Фрама [род. 1903].

196. 1. Штемпеля гашения. 2. Рамочное гашение Сицилии (1859).

197. Россия (1909—1917).

198. Штемпеля предварительного гашения. 1. Бельгия (1921—1927). 2. Франция (1953—1959). 3. США (1938).

199. Штамп маркировочной машины.

200. Первый советский памятный штемпель.

201. 1. СССР. Конверт первого дня. 2. Карт-максимум (Франция).

202. Страница тематической коллекции «Русское искусство». Существенный недостаток оформления — небрежно написанный шрифт, данный на наклейках. Подписи не везде расположены по центру марок. Сравните со шрифтовым оформлением коллекции «Великая Октябрьская социалистическая революция» (стр. 203).

204. Титульная страница тематической коллекции.

205. Страница исследовательской коллекции «Полиграфическое воспроизведение советских почтовых марок».

206. Таблица «Индустриализация и электрификация СССР».

207. Франция (1964).

210. Схемы размещения марок на странице. Удачное размещение марок и целесообразное распределение надписей при симметричной композиции (1—3) и при асимметричной композиции (4—6). 7. Лист перегружен (симметричная композиция). 8. Слишком мало материала на листе. 9. Лист перегружен (асимметричная композиция), марки и текст не скомпонованы. 10. Лист перегружен. Марки и текст композиционно плохо согласованы. 11. Мало марок, много текста. 12. Слишком много

текста. Заголовок выходит за рамку.

13. Марки не следует располагать наклонно или полукругом. 14. Рисунок в правильном соотношении с филателистическим материалом и текстом. 15. Рисунок велик. 16. Слишком много нефилателистического материала.

212. 1. Нормальный шрифт. 2. Более сложный шрифт.

213. Шрифт, написанный пером, сделанным из тростинки.

216. Страница кляксерра.

217. Изготовление клеммтаща.

218. 1—2. Схемы приклейки фальца.

223. Сирия (1957).

224. 1. Франция (1962). Письмоносек средневековья. 2. СССР (1959). 3. Франция (1961). Письмоносек 1760 г. 4. Швейцария (1960). Городской письмоносек XVI в. 5. Саар (1955). 6. Бельгия (1964). Почтальоны середины XIX в. Ус. 7. Швейцария (1960). Перевозка почтового груза на муле. 8. Конный почтальон. 9. Швейцария (1949). 10. Швеция (1936). Почтальон XVII в. 11. Франция (1950). 12. Бельгия (1965). Почтмейстер начала XIX в. Ус. 228. Голубиная почта. Древняя сирийская миниатюра.

Табл. I. Гвинея (1965). Печать в три краски. 1. Желтая. 2. Красная. 3. Желтая и красная. 4. Синяя. 5. Желтая, красная и синяя.

Табл. II. Увеличенные оттиски видов печати: 1) штриховое цинковое клише, 2) ксилография, 3) растровая автотипия, 4) резцовая гравюра на металле, 5) ракепельная глубокая печать, 6) фототипия.

Табл. III. 1. Германия. Бавария (1851). 2. Босния и Герцеговина (1879—1893). 3. Данциг (1924—1933). 4. Франция (1932—1933). 5. Франция (1957—1959). 6. Португалия (1933). 7. Германия (1946). 8. Франция (1955—1959). 9. Индия (1957—1958). 10. Германия (англо-американская зона) (1948). 11—12. Данциг (1924—1933).

Табл. IV. 1 и 3. СССР (1963). 2. Франция (1959). 4. ГДР (1959). 5. США (1965). 6. Чехословакия (1965). 7. Югославия (1962). 8. Чехословакия (1964). 9. СССР (1960). 10. ГДР (1961). 11. Польша (1962).

Табл. VI. 1—2. СССР (1959, 1964). 3. ГДР (1956). 4—5. СССР (1964, 1957). 6. Швейцария (1959). 7. ФРГ (1958). 8. Вюртемберг (1920). 9—11. СССР (1962, 1965, 1958).

Табл. VII. 1—3. ГДР (1964). 4. Ангола (1957). 5. Швейцария (1960). 6. Нидерланды (1964). 7. Румыния (1962). 8. Венгрия (1960). 9. Югославия (1960).

Табл. X. 1. ФРГ (1965) и 3. Польша (1952). Обе марки посвящены дню Первого мая, причем марка ФРГ — 75-летию этого рабочего праздника. Обратите внимание, как на первой марке затуманена сущность события: дан букет цветов, к тому же зеленые ленточки в центре образуют как бы крест. Сравните с сюжетом польской марки. 2. Израиль (1964). 4. Швейцария (1960). 5. Франция (1941). 6. СССР (1962). 7. Монголия (1964). Декоративное пятно вишневого цвета лишило рисунок натуралистичности, придало ему живость. 8. СССР (1937). 9. Куба (1963). Композиция марки напоминает на первый взгляд живопись абстракционистов — круг, треугольник. Но здесь такие геометрические формы связаны с содержанием: марка посвящена конгрессу Международного союза архитекторов, и изображение элементарных геометрических форм, по замыслу художника, должно вызвать представление о современном стиле в архитектуре. 10. США (1965). 11. Италия (1957). Посмотрите, как по-разному действует одно и то же сочетание красного и зеленого цветов. На американской марке большое красное пятно на черном фоне по соседству с дополнительным зеленым цветом очень активно, цвет «кричит». На итальянской марке маленькое красное пятно на осветленных зеленых тонах маловыража-

тельно. На обеих марках сигнал «стоп!».

Табл. V, VIII, IX. Флаги даны по состоянию на 1 июля 1966 г. Государство Гайана (бывш. Британская Гвиана), флаг которого помещен в конце, получило независимость 26 мая 1966 г.

Оттенки цветов флагов приведены к основным цветам, и все флаги даны в одном размере, хотя в действительности они различны по пропорциям: есть флаги квадратные, есть вытянутые по горизонтали.

В таблице даны сокращенные названия государств. Полностью некоторые государства называются следующим образом:

А. Австралия — Австралийский Союз. Австрия — Республика Австрия. Албания — Народная Республика Албания (НРА). Алжир — Алжирская Народно-Демократическая Республика (АНДР). Аргентина — Аргентинская Республика.

Б. Бельгия — Королевство Бельгия. Берег Слоновой Кости — Республика Берег Слоновой Кости. Бирма — Бирманский Союз. Болгария — Народная Республика Болгария (НРБ). Боливия — Республика Боливия. Бразилия — Соединенные Штаты Бразилии. Бурунди — Королевство Бурунди.

В. Ватикан — Государство города Ватикан. Великобритания — Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии. Венгрия — Венгерская Народная Республика (ВНР). Венесуэла — Республика Венесуэла. Верхняя Вольта — Республика Верхняя Вольта. ДРВ — Демократическая Республика Вьетнам.

Г. Гаити — Республика Гаити. Гана — Республика Гана. Гватемала — Республика Гватемала. Гвинея — Гвинейская Республика. ГДР — Германская Демократическая Республика. Гондурас — Республика Гондурас. Греция — Королевство Греция.

Д. Дагомея — Республика Дагомея. Дания — Королевство Дания.

3. Замбия — Республика Замбия.

И. Израиль — Государство Израиль. Индия — Республика Индия. Индонезия — Республика Индонезия. Ирак — Иракская Республика. Иордания — Хашимитское королевство Иордания. Исландия — Республика Исландия. Италия — Итальянская Республика. Йемен — Йеменская Арабская Республика (ЙАР).

К. Камерун — Федеративная Республика Камерун. Кипр — Республика Кипр. КНР — Китайская Народная Республика. Колумбия — Республика Колумбия. Конго (Браззавиль) — Республика Конго, столица Браззавиль. Конго (Леопольдвиль) — Республика Конго, столица Леопольдвиль (ныне Киншаса). КНДР — Корейская Народно-Демократическая Республика. Коста-Рика — Республика Коста-Рика. Куба — Республика Куба.

Л. Либерия — Республика Либерия. Ливан — Ливанская Республика. Ливия — Королевство Ливия. Люксембург — Великое Герцогство Люксембург.

М. Мавритания — Мавританская Исламская Республика. Мали — Республика Мали. Мексика — Мексиканские Соединенные Штаты. МНР — Монгольская Народная Республика.

Н. Нигер — Республика Нигер. Нигерия — Федеративная Республика Нигерия. Нидерланды — Нидерландское Королевство. Никарагуа — Республика Никарагуа. Норвегия — Королевство Норвегия.

О. ОАР — Объединенная Арабская Республика.

П. Пакистан — Исламская Республика Пакистан. Панама — Республика Панама. Парагвай — Республика Парагвай. Перу — Перуанская Республика. Польша — Польская Народная Республика (ПНР). Португалия — Португальская Республика.

Р. Руанда — Республика Руанда. Румыния — Социалистическая Республика Румыния (СРР).

С. Сальвадор — Республика Сальвадор. Сан-Марино — Республика Сан-Марино. Сенегал — Республика Сенегал. САР — Сирийская Арабская Республика. СССР — Союз Советских Социалистических Республик. Судан — Республика Судан. США — Соединенные Штаты Америки.

Т. Танзания — Объединенная Республика Танзания. Того — Тоголезская Республика. Тунис — Тунисская Республика. Турция — Турецкая Республика.

У. Уругвай — Восточная Республика Уругвай.

Ф. ФРГ — Федеративная Республика Германии. Франция — Французская Республика.

Ч. Чад — Республика Чад. Чехословакия — Чехословацкая Социалистическая Республика (ЧССР). Чили — Республика Чили.

Ш. Швеция — Королевство Швеция.

Э. Эквадор — Республика Эквадор.

Ю. Югославия — Социалистическая Федеративная Республика Югославия (СФРЮ). ЮАР — Южно-Африканская Республика.

Переплет. 1. РСФСР (1923). 2. Мыс Доброй Надежды (1861). 3. Афганистан (1874—1875). 4. ГДР (1950) — на задней стороне.

Форзац. В начале книги: 1. ГДР (1955). 2. СССР (1951). Текст Стокгольмского воззвания Постоянного комитета Всемирного конгресса сторонников мира: «Мы требуем безусловного запрещения атомного оружия...» (Постарайтесь найти эту марку и прочитайте текст.) 3. СССР (1961).

В конце книги: СССР (1957, 1961, 1963, 1965). Рисунок А. Соколова.

По техническим причинам на таблицу цвет некоторых марок изменен, а таблицы флагов объединены.



ОГЛАВЛЕНИЕ

Чудесная страна	5
Коллекционеры	7
Немного истории	14
Письмоносец выходит на дорогу	22
Письмоносец продолжает путь	30
«Черный пенни»	43
Лицо почтовой марки	58
Большое семейство	66
Семейство разрастается	77
Редкости	98
Марки с подвохом	108
Работают машины	127
Знаменитые и незнаменитые	148
В мастерской художника	155
Твоя коллекция	191
«Что» и «как»	208
Осторожно, марки!	214
Послесловие	222
Использованная литература по филателии	225
Пояснения к иллюстрациям	228

*




Кисин Б.

К 44 Страна Филателия. М., «Просвещение», 1969.
240 с. с илл. и вкл. 100 тыс. 88 к.

8-3
443-67

379.4



Борис Моисеевич Кисин

СТРАНА ФИЛАТЕЛИЯ

*

Оформление выполнено по макету автора.

Обложку выполнил *Б. Рябышев*.
Рисунки на заставках *Л. Снежова*.

*


Редакторы *В. Недзвецкий, Э. Куницкая*.
Художественный редактор *А. Овчинников*.
Технический редактор *М. Колловская*.
Корректор *О. Захарова*.

Сдано в набор 4/III 1967 г. Подписано к печати
27/XI 1968 г. 70×90^{1/16}. Бум тип. № 1. Печ. л.
17,55 (15) + вкл. 0,73 (0,625). Уч.-изд. л. 16,97 +
+ вкл. 1,05. Тираж 100 тыс. экз.
(Тем. пл. 1967 г. № 443). А 03733.

Издательство «Просвещение» Комитета по пе-
чати при Совете Министров РСФСР. Москва,
3-й проезд Марьиной рощи, 41

Полиграфический комбинат им. Я. Коласа
Государственного комитета Совета Министров
БССР по печати. Минск, Красная, 23.
Заказ № 387.

Цена без переплета 73 к., переплет 15 к.







ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФЛАГИ



Австралия.



Австрия.



Албания.



Алжир.



Андорра.



Аргентина.



Афганистан.



Бельгия.



Берег Слоновой Кости.



Бирма.



Болгария.



Боливия.



Бразилия.



Бурунди.



Ватикан.



Великобритания.



Венгрия.



Венесуэла.



Восточная Восток.



ДРВ.



Габон.



Гаити.



Гамбия.



Гана.



Гватемала.



Гвинея.



ГДР.



Гондурас.



Греция.



Дагомея.



Дания.



Доминиканская Республика.



Замбия.



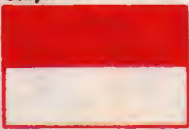
Западное Самоа.



Израиль.



Индия.



Индонезия.



Иордания.



Ирак.



Иран.







Ирландия.



Исландия.



Испания.



Италия.



Ямен.



Камбоджа.



Камерун.



Канада.



Кения.



Кипр.



КНР.



Колумбия.



Конго (Браззавиль).



Конго (Леопольдвил).



КНДР.



Коста-Рика.



Куба.



Кувейт.



Лаос.



Либерия.



Ливан.



Ливия.



Лихтенштейн.



Люксембург.



Мауритания.



Малави.



Мали.

Малагасийская
Республика.Мальдивские
острова.

Мальта.



Марокко.



Мексика.



Монако.



МНР.



Непал.



Нигер.



Нигерия.



Нидерланды.



Никарагуа.



Новая Зеландия.



Норвегия.



ОАЭ.



Пакистан.



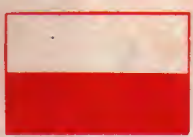
Панама.



Парагвай.



Перу.



Польша.



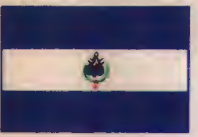
Португалия.



Руанда.



Румыния.



Сальвадор.



Сан-Марино.



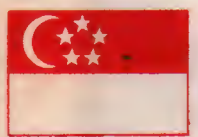
Саудовская Аравия.



Сенегал.



САР.



Сингапур.



Сомали.



СССР.



Судан.



США.



Сьерра-Леоне.



Тайланд.



Танзания.



Того.



Тринидад и Тобаго.



Тунис.



Турция.



Уганда.



Уругвай.



ФРГ.



Филиппины.



Финляндия.



Франция.



Цейлон.



Центрально-Африканская Республика.



Чад.



Чехословакия.



Чили.



Швейцария.



Швеция.



Эфиопия.



Эквадор.



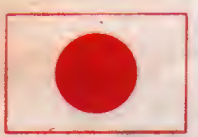
Югославия.



ЮАР.



Ямайка.



Япония.



ООН.



Гайана.

X



88 к.

