

RAZPRAVE

SPOROČILNOST POŠTNIH ZNAMK V OBDOBJU DRUŽBENOPOLITIČNE TRANZICIJE NA OBMOČJU NEKDANJE JUGOSLAVIJE – 1. DEL

AVTOR

dr. Anton Gosar

Univerza na Primorskem, Fakulteta za humanistične študije, Titov trg 5, SI – 6000 Koper
anton.gosar@guest.arnes.si

DOI: <https://doi.org/10.3986/GV94103>

UDK: 911.3:32:656.835.11(497.1)

COBISS: 1.01

IZVLEČEK

Sporočilnost poštних znamk v obdobju družbenopolitične tranzicije na območju nekdanje Jugoslavije – 1. del
Podobe, besedila in valuta na poštних znamkah predstavljajo ter promovirajo državo. Politična oziroma ideološka usmeritev države in kulturno izrazje naroda so tako v vizualni kot verbalni obliki odtis nekega časa. V prispevku smo preverjali izrazja (podobo in besedilo) na 841. poštних znamkah, ki so bile izdane v dveh obdobjih, 1987–1991 v Jugoslaviji ter 1991–1995 v Sloveniji in na Hrvaškem. Priložnostne poštne znamke (535 znamk) smo razvrstili v pet tematskih skupin. Le-te v 315. primerih (59 %) obravnavajo politično oziroma nacionalno pomembne vsebine. Pred razpadom Jugoslavije so poštne znamke poveličevale odpor proti okupatorju, socializem in uspešno mednarodno delovanje države. Prvi motivi na poštних znamkah Slovenije in Hrvaške pa prikazujejo pomembne zgodovinske osebnosti in dogodke, predvsem iz obdobja narodnega prebujanja v 19. stoletju.

KLJUČNE BESEDE

politična geografija, poštne znamke, Jugoslavija, Hrvaška, Slovenija

ABSTRACT

Expressions of postage stamps in times of political and social transition on the territory of former Yugoslavia – part 1

Images, text and currency on postage stamps represent and promote the country. The political or ideological orientation and the cultural dominance of the nation are on stamps visual and verbal imprints of a certain time. In this paper, we've analysed expressions (image and text) on 851 postage stamps that were issued in two periods, 1987–1991 in Yugoslavia and 1991–1995 in Slovenia and Croatia. In a step further we've studied just »occasional postage stamps« (535 stamps) that have been classified into five thematic groups. We found out that in 315 cases the »occasional postage stamps« deal with political or national contents. Before the breakup of Yugoslavia, postage stamps glorified the resistance against the WW2 occupiers, socialism and the country's successful international activities. The first images on postage stamps of Slovenia and Croatia depict important historical figures and events, mainly from the period of the national awakening in the 19th century.

KEY WORDS

political geography, postage stamps, Yugoslavia, Croatia, Slovenia

Uredništvo je prispevek prejelo 29. septembra 2022.

1 Uvod

V prispevku posvečamo pozornost značilnostim poštних znamk, to je poštним vrednotnicam, ki se uporabljajo za označevanje plačila poštних storitev ter prilepljene na pisma in manjše poštne pošiljke zagotavljajo dostavo (Poštna ... 2022). Poštne znamke so v očeh uporabnikov drobni, praviloma nazobčani, motivno potiskani koščki papirja, ki jih pritrjujemo na manjše poštne pošiljke. Poštno znamko lahko nadomestijo tudi natisnjeni (samolepilni) lističi v vrednosti znamke, ki jih na pošiljko pritrди poštni urad, oziroma nam jih natisnejo samopostrežni avtomati. Poštne znamke so praviloma štirioglate, to je pravokotne ali kvadratne, že v prejšnjem stoletju so se pojavljale tudi trikotne. V Sloveniji srečujemo poleg teh tudi poštne znamke v obliki pararelograma (olimpijske igre v Albertville-u in Atlanti, 1992), kroga (svetovno prvenstvo v nogometu v Južni Afriki, 2010) in v obliki srca (vsakoletna »Voščilna znamka – gregorjevo«).

Praviloma izdajajo poštne uprave tri vrste znamk:

- a) *redne poštne znamke* (nemško *Freimarken*);
- b) *priložnostne poštne znamke* (nemško *gelegentliche Briefmarken*);
- c) *obvezne, doplačilne poštne znamke* (nemško *Zwangszuschlagsmarken* oziroma *Portomarken*).

Ob motivu so na poštних znamkah praviloma navedeni: izdajatelj, tj. država (izjemoma še poštna uprava s kraticama PTT ali PT oziroma besedo »Pošta«), valuta in vrednost znamke ter kratka razlaga na znamki prisotnega motiva (na primer ime in priimek upodobljene osebe, prikazanega mesta ali pokrajine). Besedila so na poštних znamkah izpisana v jeziku in pisavi, ki ju uporabljajo v državi izdajateljici poštne znamke, ponekod pa se uporabljajo tudi večjezični napisi (uradni jeziki in pisave ter angleška različica). Lahko sta hkrati ali izmenično uporabljeni obe pisavi. Valuta, ki označuje vrednost znamke, je praviloma ista, kot jo v državi uporabljajo, obstajajo pa tudi izjeme. Redne in priložnostne poštne znamke so poštne vrednotnice, ki jih je treba pritrđiti na vsako manjšo poštno pošiljko, k osnovni ceni pošiljke pa je v nekaterih državah ter vnaprej določenih obdobjih in za omejen čas (teden/mesec dni) treba dodati obvezne, doplačilne znamke – bodisi v podporo Rdečemu križu ali za druge, praviloma dobrodelne namene. Pošta sprejme pošiljko v dostavo s tem, da z žigosanjem oziroma žigom, ki je odtisnjen na delu znamke in pisma/pošiljke poštno znamko »razvrednoti«.

Nad izdajami oziroma tiskanjem poštних znamk bedijo poštne uprave, ki so v celoti ali v večinski lasti države. Poštne znamke potrjujejo suverenost velikih in malih držav. Slednje – na primer poštne znamke kneževine Monako, republike San Marino in ustavne monarhije Tuvalu – so še posebej priljubljene med zbiratelji.

Poštno znamko so kot plačilo za storitev pošte uvedli leta 1840 v Angliji (*Penny Black*) (Bellis 2019); na ozemlju današnje Slovenije so znamko z odtisom grba habsburške monarhije prvič uporabili leta 1850 (Ferchenbauer 1981). Motiv za prvo znamko Kraljevine Srbov, Hrvatov in Slovencev (»Verigar«) je leta 1918 oblikoval Kamničan Ivan Vavpotič (1877–1943) (Petauer 2018). V Združenih državah Amerike (ZDA) je leta 1969 monopol ameriške poštne uprave oziroma države (ZDA) nad prenosom (hitrih) pošiljk zavrla družba DHL iz San Francisca (DHL 2022), tri leta kasneje pa je tudi v Memphisu zaživel sorodno podjetje FedEx (*Federal Express*; Zippia 2022). Navedene, državni pošti konkurenčne družbe delujejo tudi v Sloveniji, dopolnjujejo pa jih po obsegu storitev tudi manjše (na primer: GLS – *General Logistic Systems* ali DPD – *Digital Product Delivery*). Tudi državne poštne uprave želijo s hitro dostavo večjih poštних pošiljk širiti dejavnost prek meja in s tem ujeti omenjeno konkurenco. To je napovedala tudi avstrijska pošta, ki za dostavo paketov v Sloveniji snuje lastno podjetje »*Express One Slovenia* (Del kolača ... 2022). V obdobju pandemije Covid-19 (od leta 2020 dalje) so se namreč nakupovanja prek spleta močno povečala.

Pošte vsaj pri posredovanju hitrih pošiljk in pošiljk večjega obsega (paketi) izgubljajo svojo poprejšnjo vlogo monopolista. Nasprotno pa njihove poštne znamke ne izgubljajo pomena. Poštne uprave jih tiskajo v različnih oblikah, z različnimi motivi in v različnih nominalnih vrednostih. Ob nakupu in pritrđitvi na pisemsko pošiljko pošiljatelj posveča pozornost nominalni vrednosti znamke, ki naj zagotovi dostavo naslovniku. Motiv oziroma izrazje znamk dojemata različno, sporočilnosti znamke posveča manj

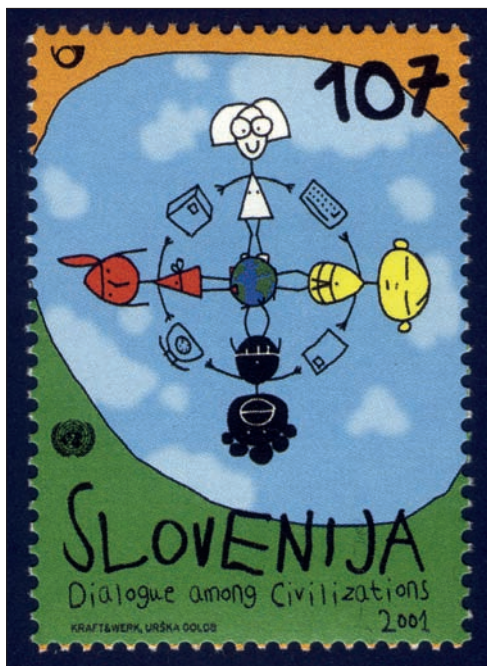
pozornosti (izjema so znamke posvečene verskim praznikom). Izdajatelji poštних znamk pa menijo, da je sporočilnost motiva pomembna tako za pošiljatelja kot prejemnika poštna pošiljke. Motivi na znamkah in s tem posredovana sporočila so namreč poučnega in promocijskega značaja. Posebno prek priložnostnih znamk posreduje poštna uprava, posredno pa država, videnje politike, zgodovine, kulture in družbe ter z njo oblikuje njej lasten odnos do mednarodne skupnosti. S tem krepi in/ali ustvarja domoljubna čustva in navzven pošilja simbole, s katerimi se identificira/promovira v razmerju do drugih držav oziroma narodov (Brunn 2011, 19). Podobno kot imena cest v mestih lahko tudi motivi na poštних znamkah izpričujejo splošno politično opredelitev države. Raento in Brunn (2005, 145) menita, da znamke »... prek motivov, ki slavijo herojska dejanja, uspehe narodove kulture in znanosti ter lepote »rudne grude« nenehno, iz leta v leto, znova in znova utrjujejo narodno zavest. Znamke ostajajo eden od dejavnikov, ki krepi identiteto posameznika in skupnosti.« Grayson (2023) ponazori povedano s tem, ko zapiše, da »... pri državljanu države izdajateljice znamke, ali osebi s koreninami v njej, lahko določeni motiv na znamki vzbudi ponos in utrjuje pripadnost narodu in/ali državi. To velja za poštno znamko z motivom športnika nosilca/nosilko olimpijske medalje, uglednega pisatelja ali pesnika, ali mednarodno uveljavljenega umetnika ali znanstvenika« (Grayson 2023, 8). Sprememba družbene ureditve v državi, njen odnos do mednarodne skupnosti in/ali zamenjava politične elite se praviloma odražajo tudi v videzu in tematiki poštних znamk, ki jih poštna uprava tiska, izdaja in posreduje na trg (Dodds 2000).

Izrazja na poštних znamkah so vsebine, ki jim geografija ni posvečala pozornosti. Z obravnavo vizualnih podob na poštних znamkah se ukvarjajo predvsem zgodovinarji in sociologi. Kot primer navedimo analizo pogostosti pojavnosti Brandenburških vrat na nemških znamkah (Lauritzen 1988), despotov (na primer Lenina, Tita) ali monarhov v kraljevinah. Filatelistične revije so podobe poštних znamk razlagale v kontekstu zgodovinskih dogodkov (Smolarski in Vetter-Schultheiß 2019). Geolog in seizmolog Peter Suhadolc se je z razpravo *Potres – vzroki in posledice, opisani s pomočjo filatelističnega gradiva* v Sloveniji prvi lotil strokovne analize tega vira oziroma informacij (Suhadolc 2011). Razprava o motivih na znamkah se je med geografi pojavila v povezavi z vsebinsko, to je politično, družbeno in/ali ozemeljsko preobrazbo posameznih držav (Dodds 2000; Raento 2006; Miller 2020a; 2020b; Gosar 2022). V kontekstu politične geografije so se, vzporedno z analizo promocijskih dejavnosti posameznih držav na medmrežju (Brunn in Cottle 1997; Purcell 1999), pričele pojavljati razprave o sporočilnostih poštних znamk na začetku 21. stoletja. Povod takšne in sorodnih raziskav bi lahko geografom ponudil že motiv na poštni znamki »Dialog med civilizacijami« (slika 1a) avtorice Urške Golob, katere poštna znamka je bila v okviru natečaja Organizacije združenih narodov *The Year of Dialogue Among Civilizations* leta 2001 izbrana za poštno znamko leta (Brunn in Gosar 2019). Zanimive bi bile tudi analize prepletenosti motivov na slovenskih poštних znamkah s konkretnimi geografskimi pojavi (na primer pokrajinske podobe, okoljske vsebine) in/ali osebam, ki so promovirale geografsko misel oziroma bile njene nosilke. Takšen primer ponuja znamka s podobo kartografa in geografa Blaža Kocena (slika 1b).

2 Viri, raziskovalna metoda in izrazja

V prispevku obravnavamo motive oziroma izrazja na *priložnostnih poštних znamkah* in prek njih ugotavljamo sporočilnost izdajatelja. Pozornost namenjamo vsebinam, ki so izrazito *domoljubna in/ali družbenopolitično* angažirana. Redne in obvezne doplačilne znamke smo iz analize izločili, saj so le v redkih primerih (na primer Josip Broz - Tito na rednih znamkah jugoslovanske pošte) omenjenim sporočilom blizu. Zato v pričujočem besedilu na osnovi na znamki prisotnega kompleksa vizualnih vsebin in namena izida ločujemo med naslednjimi izrazi:

- a) *motiv* opredeljuje **podobo/sliko**, ki je osrednji vizualni izraz znamke;
- b) *izrazje* vključuje, ob motivu, še opredelitev do **vzporednih sestavin** znamke, to je: uporabljene pisave in jezika, denarne enote in vrednosti ter morebitne razlage motiva na njej;



a)



b)

Slika 1:

- a) *Dialog med civilizacijami (Dialog among Civilisations, 2001)*. Po letu 1960 Organizacija združenih narodov (OZN) zaznamuje določena leta po vnaprej določenem humanitarnem cilju. Leto 1967 je bilo proglašeno za »Mednarodno leto turizma«, leto 2002 za »Leto kulturne dediščine«, itd. Predlog za proglasitev »Leta dialoga med civilizacijami« je v OZN podal nekdanji iranski predsednik Mohamed Hatami. Nastal naj bi kot odgovor na knjigo »The Clash of Civilisations and the Remaking of World Order« (Trk civilizacij in (po)ustvarjanje nove svetovne ureditve), ki jo je napisal harvardski politolog Samuel P. Huntington (1996). Na javni natečaj, ki ga je objavila tudi Pošta Slovenije, se je odzvala mlada likovna umetnica Urška Golob. Svoja dela so v oceno posredovali ustvarjalci iz 28-ih držav, v ožji izbor pa so prišla dela iz Indije, Irana, Poljske in Slovenije. Izbran je bil slovenski motiv z otroki različnih ras, ki med seboj komunicirajo s sodobnimi elektronskimi napravami. Med 84-imi državami, ki so obeležile omenjeno tematiko OZN, jih je 60 prevzelo motiv, ki ga je posredovala slovenska umetnica.
- b) *Blaž Kocen (Blasius Kozenn, 2021)* je spadal med prve geografe in kartografe avstrijskega cesarstva. Rojen je bil na Hotunju pri Ponikvi leta 1821, umrl pa je 50 let pozneje na Dunaju. Slovni po izjemnih kartografskih delih, ki so bogatili tri učbenike in številne atlase. Njegov »Kozzen Atlas« založbe Hölzel iz Olomouca na Češkem, kjer so ga najprej tiskali, je postal sinonim za kakovostno kartografsko delo (Bratec Mrvar in sodelavci 2011). Izšel je v 18. jezikih, v 300 različnih izdajah in na tiskarnah, ki so presegle milijon izvodov. Na ozemlju Slovenije se je v Avstro-Ogrski uporabljal njegov v slovenščino prevedeni učbenik »Zemljepis za narodne šole« (1879), med obema vojnama pa so se uporabniki na Slovenskem naslonili na posodobljenega, ki ga je preuredil geograf Valter Bohinec (1898–1984).

c) *sporočilnost* vključuje motiv in izrazje znamke ter namenja pozornost še **namenu izida znamke** oziroma naslovu znamke, s katerim jo napovedujejo v promocijskih brošurah in jo pod tem imenom zavedejo v filatelističnih katalogih.

Izrazja na priložnostnih poštah Jugoslavije (Socialistične federativne republike Jugoslavije – SFRJ) med letoma 1987 in 1991 ter Slovenije (Republika Slovenija) in Hrvaške (Republika Hrvaška) med letoma 1991 do 1995 smo poskušali analizirati iz zornega kota politične geografije. Redne poštne znamke in obvezne doplačilne poštne znamke smo upoštevali le v seštevku vseh izdanih znamk. Raziskava temelji na preglednem katalogu poštah nemške založbe Michel za južno Evropo (Südeuropa ... 2019). V kontekstu pričujoče razprave smo za navedeni obdobji upoštevali prikaze za Hrvaško (str. 851–953), Jugoslavijo (str. 623–823) in Slovenijo (str. 1333–1422) (Südeuropa ... 2019). Vsebinsko kataloga dopolnjujejo zloženke s podatki in opisi motivov znamk, ki so bili priloženi vsaki nanovo izdani poštni znamki v Jugoslaviji in bilteni slovenskih znamk, ki so izhajali četrtletno (Katalog ... 1994; Slovenika 2002). Posamezna poglavja ilustrirajo primerki iz avtorjeve lastne zbirke jugoslovanskih in slovenskih poštah; dopolnjujejo jih hrvaške znamke, ki jih je v ta namen posredoval zagrebški kolega Mladen Klemenčič (2021).

V tej razpravi smo deloma sledili metodologiji, ki sta jo v članku *Visualizing Finland: Postage Stamps as Political Messengers* (Videnje Finske: poštne znamke kot politični glasniki) razvila finska antropologinja Paulina Raento in ameriški geograf Stan Brunn (Raento in Brunn 2005). Slednji jo je s člankom *Znamke kot glasniki politične tranzicije* preveril še v *Geographical Review* pri analizi motivov na poštah Sovjetske zveze med letoma 1989 in 1994, torej ob njenem razpadu in prehodu (tranziciji) v drug družbeni, politični in ekonomski sistem. V njem preverja 312 motivov na sovjetskih (pogosti motivi Lenina in sovjetskih državnikov) in ruskih (narodnobuditeljska sporočila) znamkah (Brunn 2011). Brunn citira tudi Rick Miller (2020a) v članku o poštah z motivi svetnikov, zaščitnikov vzhodnoevropskih narodov, kot tudi v razpravi o državnih grbih na poštah Slovaške in Slovenije (Miller 2020b). Brunn in avtorji, ki so povednost slikovnega/fotografskega materiala analizirali v revijah, denimo v *National Geographic* (Lutz in Collins 1993), ugotavljajo, da je izraznost posamičnega motiva lahko večplastna in je njegova umestitev v vnaprej pripravljen nabor vsebinskih kriterijev lahko predmet različnih ocen, odločujoč pa je avtorjev kriterij (Brunn 2011). Kot primer nam lahko služi kar prva slovenska znamka, Slovenci smo jo poimenovali »Neodvisnost«. Zaradi njene vizualne podobe bi jo zlahka umestili v vsebinski razdelek »umetnost, kultura in znanost«, a jo avtor tega prispevka, glede na preroško sporočilnost Plečnikovega videnja prihodnjega slovenskega parlamenta, uvršča v kategorijo »politična sporočila« (slika 3a).

Pri preverjanju motivov, celostnega izrazja in sporočilnosti poštah smo preverili 841 znamk, ki so bile izdane v SFRJ (48 %), Republiki Sloveniji (16 %), v Republiki Hrvaški (30 %) in v Republiki

Preglednica 1: Število poštah Jugoslavije (SFRJ), Slovenije in Hrvaške (Südeuropa ... 2019).

znamke	Jugoslavija (SFRJ) (1987–1991)	Slovenija (1991–1995)	Hrvaška (1991–1995)	Hrvaška, Srbska krajina (1993–1995)	Hrvaška, Sremsko- Baranjska oblast (1995)
priložnostne	282	96	147	8	2
redne	40	31	38	32	5
obvezne doplačilne	81	10	68	1	–
skupaj	403	137	253	41	7

Srbski krajini – RSK (6 %) (preglednica 1). Posledično smo posvetili pozornost 535. priložnostnim poštnim znamkam (64 %), ki smo jih glede na motiv, izrazje in sporočilnost razvrstili v:

- a) *politična sporočila*, kjer so izrazja znamk odraz videnja političnega trenutka skozi prizmo državne in družbene ureditve;
- b) *domoljubna (patriotska) sporočila* oziroma posredna politična izrazja, kjer znamke izpostavljajo zgodovinske dogodke in osebnosti, dosežke v umetnosti, kulturi in znanosti ter verskem izrazju, športne uspehe in okoljsko problematiko pomembno za narodno zavest in pripadnost tej skupnosti;
- c) *indiferentna (apolitična) sporočila*, ki so do osrednjih vsebin razprave ravnodušna in neopredeljena oziroma, ki podporno vlogo (državni) politiki ali patriotizmu ne posvečajo večje pozornosti.

Priložnostne poštne znamke z neposrednimi *političnimi sporočili*, ki naslavljajo notranjo in zunanjo politiko države ter z njo neposredno povezane sodobne in zgodovinske dogodke, je bilo lahko identificirati (primer: srečanje voditeljev neuvrščenih držav v Beogradu (1989) (slika 2h)). V to kategorijo smo uvrstili tudi znamke, ki so bile posledica mednarodnih dogovorov, na primer vsakoletni par znamk z oznako »Europa«.

Tako kot pri drugih avtorjih (Brunn 2011) pa se je zataknilo pri opredelitvi *domoljubnih sporočil*, ko smo, denimo, hoteli motive, ki so zaznamovali športne prireditve in dosežke športnikov na priložnostnih poštnih znamkah tehtati glede na za narod in državo pomembno sporočilnost. Pri teh priložnostnih poštnih znamkah, kjer smo identificirali njihov *patriotski, narodnobuditeljski ali ozaveščevalski značaj* (na primer zaščita in varovanja okolja/narave), smo le-te – na osnovi izkušenj iz poprej omenjenih študij – uvrstili v štiri vnaprej določene kategorije le, če so:

- prikazovale zgodovinske dogodke in osebe, ki so z vsebino in/ali motivom delovali/e domoljubno, buditeljsko oziroma izkazujejo s svojim delovanjem nacionalno in/ali mednarodno izjemnost (primer: škof Anton Martin Slomšek (1800–1962, narodni buditelj na Štajerskem in Koroškem (slika 3h) in misijonar Marko Anton Kappus (1657–1717) v Mehiki na znamki izdani ob 500. letnici odkritja Amerike (1992)) (slika 3g);
- domači in tuji javnosti izpostavljale izjemne kulturne, umetniške in znanstvene dosežke ter verska izrazja (primer: znamka izdana ob 100. obletnici rojstva vesoljskega pionirja Hermana Potočnika - Nordunga (1892–1929) (1992)(slika 3d);
- obeležile mednarodno prireditev doma in izpostavljale dosežke športnikov na prireditvah v tujini (primer: znamka posvečena medaljam Mateje Svet na svetovnem prvenstvu v alpskem smučanju v Crans-Montani (1987));
- predstavile naravo/okolje v smislu promocije kulturne zgodovine in identitete naroda, v Sloveniji na primer s podobo Triglava in panoramo slovenskih alpskih vršacev, kranjske čebele »sivke«, človeške ribice, risa (primer: lipov list – znamka izdana ob prvi obletnici slovenske neodvisnosti (1992)) (slika 3c).

Kot povedano v uvodu poglavja, smo iz konteksta obravnave izločili redne poštne znamke in obvezne doplačilne poštne znamke; v tej fazi postopka pa smo motive oziroma izrazja apolitičnih, indiferentnih oziroma do državnih in narodnostno neopredeljenih vsebin na priložnostnih poštnih znamkah še dodatno izločili iz analize. Poglobljene obravnave je bilo zaradi tega deležnih le 311 priložnostnih poštnih znamk (60 % vseh priložnostnih znamk): 163 jugoslovanskih, 62 slovenskih in 86 hrvaških (vključno s priložnostnimi znamkami Republike Srbske krajine).

V razpravi spremljamo sporočilnost priložnostnih znamk v obdobju razpada Jugoslavije (SFRJ; 1987–1991) in času nastajanja novih entitet oziroma držav na njenem ozemlju (1991–1995). V tem obdobju gre za ukinitve socialistične ureditve, ki se je na tem ozemlju obdržala 45 let. Nadomestili sta jo parlamentarna demokracija in tržna ekonomija. Pričakovati je, da so se izrazja in sporočilnost na poštnih znamkah, ki so jih poštne uprave izdajale po letu 1991, od izdanih v letih pred tem, bistveno razlikovale (preglednica 2).

Preglednica 2: Časovnica razpada Jugoslavije (Socialistična federativna republika Jugoslavija – SFRJ) (Timeline ... 2008; World ... 2022).

država	plebiscit o neodvisnosti	proglášena neodvisnost	mednarodno priznanje	članstvo v OZN	prva znamka
JUGOSLAVIJA (Socialistična federativna republika Jugoslavija)	–	–	–	24. 10. 1945	1. 4. 1931 Kraljevina Jugoslavija/ Кралевина Југославија; 1. 9. 1931 Jugoslavija/Југославија
SLOVENIJA (Republika Slovenija)	23. 12. 1990	25. 6. 1991	15. 1. 1992	22. 5. 1992	26. 6. 1991
HRVAŠKA (Republika Hrvaška)	19. 5. 1991	25. 6. 1991	15. 1. 1992	22. 5. 1992	10. 12. 1991
SEVERNA MAKEDONIJA (Republika Severna Makedonija od 2018) – Nekdanja jugoslovanska republika Makedonija (FYRM)/Makedonija	8. 9. 1991	17. 9. 1991	7. 4. 1992	7. 4. 1993	8. 9. 1992
BOSNA in HERCEGOVINA (Bosna in Hercegovina – BiH)	1. 3. 1992	3. 3. 1992	14. 12. 1995	22. 5. 2002	27. 10. 1993
JUGOSLAVIJA (Federativna republika Jugoslavija – FRJ)	–	27. 4. 1992	29. 6. 2000	1. 11. 2000	5. 5. 1992
KOSOVO (Republika Kosovo)	7. 9. 2000	17. 2. 2008	22. 7. 2010 119 držav	–	15. 3. 2000
SRBIJA in ČRNA GORA (Zveza Srbije in Črne gore)	–	4. 2. 2003	sprememba imena iz FRJ	4. 2. 2003	3. 4. 2003
SRBIJA (Republika Srbija)	–	5. 6. 2006	naslednica FRJ	naslednica FRJ	30. 6. 2006
ČRNA GORA (Republika Črna gora)	21. 5. 2006	3. 6. 2006	12. 6. 2006	28. 6. 2006	15. 12. 2005

3 Sporočilnost priložnostnih poštnih znamk

3.1 Znamke Jugoslavije (SFRJ), 1987–1991

Med januarjem 1987 in decembrom 1991 je v SFRJ izšlo 282 priložnostnih, 40 rednih in 81 obveznih doplačilnih poštnih znamk. Izdaje rednih poštnih znamk letno niso presegle števila 10, a so jih dopolnjevali s prenatisi vrednosti. Spreminjalo se je tudi število izdaj obveznih doplačilnih znamk. Te so bile v prvem letu naše analize najbolj številčne (31 %), v zadnjem letu pa so se temu številu (le) približale (preglednica 1). Politična in domoljubna sporočila smo, po naši oceni, zaznali na 163. priložnostnih znamkah (58 % vseh priložnostnih znamk) in v vseh petih vnaprej opredeljenih vsebinskih kategorijah. V 53. primerih (19 % priložnostnih znamk) je poštna uprava izdala znamke z motivi, ki so bili izraz politične volje države in veljavnega družbenega reda. Med znamkami s domoljubnim izrazjem izstopajo z 48 primerki (17 % priložnostnih znamk) znamke, ki poveljujejo športne dosežke in športne prireditve. Sledijo jim izrazja iz področja vere ter dosežkov kulture in znanosti (11 % priložnostnih znamk) ter okoljske vsebine (7 % priložnostnih znamk). Za relativno slabo zastopanost kategorije »zgodovinski dogodki in osebnosti« (6 % priložnostnih znamk) gre kriviti dejstvo, da so pri njih izstopale vsebine, ki smo jih prišteli k političnim sporočilom (na primer vsakoletni porteti Josipa Broza - Tita) (preglednica 3).

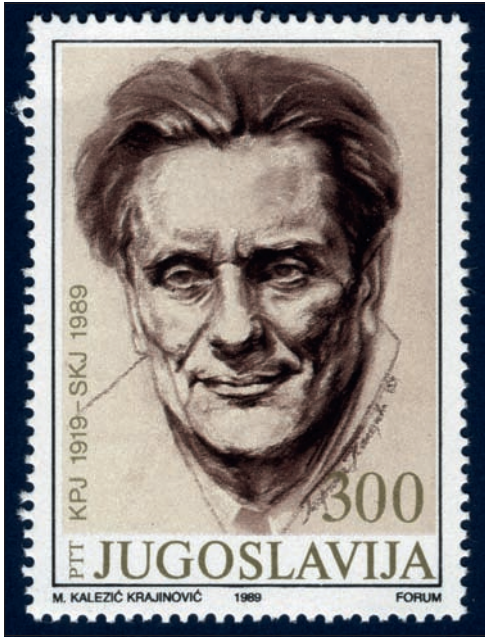
Uspehe SFRJ prikazujejo znamke, ki zaznamujejo: 50. obletnico Komunistične partije Slovenije in Hrvaške, Slovenske akademije znanosti in umetnosti (SAZU), Jugoslovanske ljudske armade (JLA) ter vstaje jugoslovanskih narodov proti okupatorju. Na znamkah je bil zabeležen tudi pomemben 14. izredni kongres Komunistične partije Jugoslavije (slika 2: d1–d3). Z izjemo leta 1991 so redno izhajale tudi vsakoletne znamke s portretom preminulega Josipa Broza - Tita (slika 2: c1–c4). Mednarodno vpetost

Preglednica 3: Politična in domoljubna sporočila na priložnostnih poštnih znamkah Jugoslavije (SFRJ), 1987–1991 (Südeuropa... 2019, 728–747).

leto	priložnostne poštne znamke število	delež političnih sporočil (%)	delež domoljubnih sporočil (= posredna politična izrazja)				delež političnih in domoljubnih sporočil letno (%)
			zgodovinski dogodki in osebnosti (%)	dosežki v umetnosti, kulturi in znanost ter versko izrazje (%)	športni dosežki in prireditve (%)	narava, zaščita okolja, rastje/ živalstvo (%)	
1987	47	15	4	17	11	8	55
1988	59	18	4	7	37	7	73
1989	64	29	6	8	16	8	67
1990	55	20	8	16	25	8	76
1991	56	17	8	11	3	6	43
skupaj/ povprečje	282	19	6	12	17	7	61

SFRJ so poprle znamke, ki opozarjajo na ustanovno članstvo v OZN, Jugoslavijo pa številne znamke izpostavljajo kot iniciatorke 120-članskega Gibanja neuvršenih držav in organizatorke 9. kongresa vlad »Neuvršenih« v Beogradu leta 1989 (slika 2: h1–h5) in kot pomembno članico regionalnih združenj kot sta Balkanska in Donavska konferenca (slika 2g). V kontekst promocije državnih aktivnosti sodita tudi znamki posvečeni odprtju Karavanškega tunela, ki sta bili izdani 25 dni pred razglasitvijo slovenske neodvisnosti in »evropski znamki«, ki sta promovirali evropsko preučevanje veselja (slika 2: f1–f2). Realno politično dogajanje so dopolnjevali še motivi iz zmag in porazov, predvsem srbskega in črnogorskega naroda: na primer bitka na Kosovem polju (1389) (slika 2a), portreta Petra II. Petroviča Njegoša in Mihaila Obrenovića, zgodovinskih voditeljev obeh narodov, ter motivi črnogorskih vojaških praporjev in odlikovanj za hrabrost (preglednica 3).





c3)



c4)



c)



d1)





h1)



h2)



h3)



h4)



h5)

Slika 2 (str. 55–58): Znamke Socialistične federativne republike Jugoslavije (SFRJ):

- a) Bitka na Kosovem polju (1389), 1989. Združene slovanske krščanske sile je premagala turška muslimanska vojska; bitko Srbi dojemajo kot nacionalno tragedijo, ki se skozi zgodovino odraža v izjemnem domoljubju;
- b) Sveti Sava, srbski pravoslavni svetnik; v ozadju je srbski pravoslavni samostan Mileševa, ki ga je ustanovil kralj Štefan Vladislav I. (1236) (1990);
- c) (1–4) Josip Broz - Tito, 1892–1980 – znamke izdane vsakoletno 25. maja ob obletnici njegovega rojstnega dne: (c1) na sojenju leta 1928, tako imenovanem »bombaškem procesu« v Zagrebu, na katerem ni priznal odločitve sodišča (1988), (c2 in c3) fotografija in slika Marice Kalezić Krajanović (Josip Broz - Tito kot predsednik Jugoslavije (1945–1980) in vodja jugoslovanske komunistične partije (1936–1980)) (1988, 1989), (c4) Josip Broz - Tito v vojaški uniformi, spomenik na Titovem trgu v Velenju, delo kiparja Antona Avgustinčiča (1990);
- č) Devica Marija z detetom – »Gospa Trsatska«, slika neznanega avtorja iz 12. stoletja; znamka je bila izdana 10. maja 1991 ob 700. obletnici frančiškanskega samostana na Reki (1991); tistega leta tradicionalna znamka posvečena rojstnemu dnevu Josipa Broza - Tita ni bila izdana;
- d) (1–3) 14. izredni kongres Zveze komunistov Jugoslavije v Beogradu: (d1) utripajoča rdeča zvezda, (d2) zvezda repatica na rdeče-rumeno-zelenem traku, (d3) srp in kladivo na računalniškem zaslonu ter tipkovnica (vse 1990);
- e) »Eurobasket 1989«, evropsko košarkarsko prvenstvo v Zagrebu, kjer je Jugoslavija četrtrič zapored osvojila naslov evropskega prvaka (1989);
- f) (1–2) znamki »Europa«: (f1) satelit in parabolna antena, (f2) satelit v vesolju nad našim planetom;
- g) Zasedanje skupnosti podonavskih držav v Beogradu leta 1991 (1991);
- h) (1–5) 9. vrh Gibanja neuvrščenih držav, v Beogradu leta 1989. Josip Broz - Tito in jugoslovanska diplomacija so leta 1961 ob sodelovanju Jawaharlala Nehruja (Indija), Gamala Abdel Naserja (Egipt), Kwameja Nkrumaha (Gana) in Kusna/Ahmeda Sukarna (Indonezija) oblikovali zavezništvo držav, ki ni bilo vezano na vojaška zavezništva, nastala v obdobju hladne vojne (Varšavski pakt, NATO): (h1) 9. konferenca neuvrščenih v Beogradu leta 1989: zemljevid sveta z državami, udeleženkami konference, (h2) konferenci v Beogradu leta 1961 in Kairu leta 1964, (h3) konferenci v Lusaki leta 1970 in Alžiru leta 1973, (h4) konferenci v Kolombu leta 1976 in Havani leta 1979, (h5) konferenci v New Delhiju leta 1983 in Harareju leta 1986 (vse 1989).

Domoljubno noto pripisujemo 115 priložnostnim znamkam (41 %). Kot nakazano, v motivih prednjačijo olimpijske igre (Calgary, Seul), sredozemske igre in svetovno nogometno prvenstvo (Rim) ter mednarodne športne prireditve v domovini: košarka (slika 2e), alpsko smučanje (»Zlata lisica«), atletika, veslanje, dresurno jahanje, šah in streljanje (v Sarajevu). Izpostavljeni so uspehi smučarke Mateje Svet (Crans-Montana) in alpinista Toma Česna (Lhotse v Nepalju). Verske vsebine so bile izražene praviloma z ikonostasami in ikonami (slika 2b) ali freskami in verskimi podobami (slika 2č) (preglednica 3).

Na znamkah so se izmenjevali napisi »Jugoslavija« v latinici in cirilici, a razlaga motiva je bila brez izjeme zapisana v latinici, uporabljali pa so se izrazi v srbsčini (na primer v bloku znamk »Starodavne obrti«: *samarđžija* (usnjar), *bačvar* (sodar), *vinogradar* (vinogradnik), *tkalja* (tkalka)). Inicialno je bila vrednost na jugoslovanskih poštnih znamkah označena z dinarji (din) in parami (100 par = 1 din). V začetnem obdobju naše raziskave se je vrednost standardnih znamk gibala med 30 in 150 dinarji, ob 14. izrednem partijskem kongresu leta 1990 srečujemo znamke v vrednosti 10.000, 50.000 in 100.000 dinarji. Dinar se je v istem letu preimenoval v novi dinar – ND (10.000 din = 1 ND), posledično so leta 1991 kupovali znamke v vrednosti 2 do 10 ND; prva slovenska znamka je bila izdana v vrednosti 5 ND (čeprav denarna enota na znamki ni izpisana). Poštne znamke SFRJ nakazujejo, da se je Jugoslavija v obravnavanem obdobju spopadala s političnimi, gospodarskimi in fiskalnimi težavami (Südeuropa ... 2019, 728–747).

3.2 Znamke Slovenije, 1991–1995

V Sloveniji je med letoma 1991 in 1995 izšlo 137 znamk, med njimi je bilo 96 % ali 70 % priložnostnih; poštna uprava je izdala še 31 rednih znamk (23 %) in 10 obveznih, doplačilnih znamk (preglednica 1). Prva znamka Republike Slovenije, izdana ob razglasitvi neodvisnosti, v vrednosti 5,00 (s pretiskom in brez navedbe valute) prikazuje slovenski parlament, ki ga je idejno upodobil arhitekt Jože Plečnik, znan po svojih arhitekturnih stvaritvah v Pragi, na Dunaju, v Ljubljani in drugod (slika 3a). Znamke so od 1. 10. 1991 do 1. 1. 2007 imele vrednosti izražene v slovenskih tolarjih – SIT (1 novi dinar = 1 tolar) in stotinih (100 stotinov = 1 tolar), ob prevzemu skupne evropske valute je na slovenskih znamkah vrednost označena v evrih – EUR (240 SIT = 1 EUR) oziroma centih (100 centov = 1 EUR).

Priložnostne poštne znamke so obravnavale 96 vsebin (24 % v seriji dveh ali več znamk), motive s političnimi oziroma domoljubnimi izrazi najdemo na 65. priložnostnih znamkah (68 %). Prek njih je slovenska pošta državljanom v domovini in prejemnikom poštних pošiljk po svetu sporočala o državni suverenosti in domoljubni kulturi, znanosti in veri (15 znamk), za njimi se po številu razvrščajo priložnostne znamke z neposrednimi političnimi sporočili (13 znamk), ki izpostavljajo nacionalne simbole (na primer grb, zastava, lipov list). Zgodovinske osebnosti in dogodki ter motivi, ki predstavljajo naravna bogastva države, tem vizualnim sporočilom sledijo. Šport in prireditve so manj zastopane, kot so bile v Jugoslaviji (preglednica 4). Tudi na rednih poštних znamkah najdemo politična sporočila: v prvih dveh letih je bilo izdanih 14 rednih poštних znamk z grbom Slovenije.

Na priložnostnih poštних znamkah je osamosvojitve Slovenije obravnavana na dveh – na že omenjeni, z idejnim osnutkom parlamenta (slika 3a) in na znamki z lipovim listom, ki je zaznamovala prvo obletnico osamosvojitve (slika 3b). V istem letu je slovenska poštna uprava pozdravila še sprejem Slovenije v OZN, tri leta kasneje pa je zaznamovala 50. obletnico te pomembne mednarodne ustanove ter sestrške

*Preglednica 4: Politična in domoljubna sporočila priložnostnih poštних znamk Slovenije, 1991–1995 (*tudi štiri redne znamke posredujejo politična sporočila (državni grb); **tudi deset rednih znamk posreduje politična sporočila (državni grb) (Südeuropa ... 2019, 1333–1341).*

leto	priložnostne	delež	delež domoljubnih sporočil				delež
	poštne	političnih	(= posredna politična izrazja)				političnih in
	znamke	sporočil					domoljubnih
	število	(%)	zgodovinski	dosežki	športni	narava,	(%)
			dogodki in	v umetnosti,	dosežki in	zaščita	
			osebnosti	in znanost	prireditve	okolja,	
			(%)	ter versko	(%)	rastje/	
				izrazje (%)		živalstvo	
						(%)	
1991	1	100*	–	–	–	–	100
1992	30	3**	7	20	17	10	57
1993	36	11	11	8	6	11	47
1994	32	6	13	9	13	3	44
1995	25	20	8	8	-	16	52
skupaj/ povprečje	96	14	13	15	11	13	65



a)



b)



c)



č)



d)



f)



e1-2)



g1-2)





Slika 3 (str. 61–64): Znamke Republike Slovenije:

- a) Neodvisnost – idejni osnutek stavbe slovenskega parlamenta v obliki piramide, avtorja Jožeta Plečnika (1972–1957) (1991);
- b) 1. obletnica osamosvojitve (25. junij 1991): lipov list, slovenski nacionalni simbol (1992);
- c) identiteta Slovenije: vrh Ojstrice, 2350 m (1994);
- č) »Voščilna znamka – gregorjevo«: lectovi srčki – priložnostna znamka, izdana za gregorjevo (in valentinovo) (1994);
- d) 100. obletnica rojstva Hermana Potočnika (1892–1929), slovensko-avstrijskega pionirja načrtovanih vesoljskih poletov: podoba Zemlje in osnutek vesoljske postaje, ki kroži okrog Zemlje (1992);
- e) (1–2) znamki »Evropa«: (e1) Janez Puhar (1814–1864), izumitelj fotografiranja na steklo, (e2) Jurij Vega (1754–1802), matematik, ki je opredelil funkcijo naravnega logaritma (1994);
- f) 100 let Mednarodnega olimpijskega komiteja (MOK): planet Zemlja, viden z Lune, v petih barvah olimpijskega gibanja (1994);
- g) (1–2) 500 let odkritja Amerike: (g1) raziskovalec, jezuit in slovenski misijonar Marko Anton Kappus (1657–1717) krsti staroselce v mehiški pokrajini Sonora, (g2) Kolumbova jadrnica, karavela »Santa Maria« pred Srednjo Ameriko oziroma Karibskim otočjem (1992);
- h) 130. obletnica smrti škofa Antona Martina Slomška (1800–1862), škofa in narodnega buditelja, ki je leta 1859 s prenosom sedeža Lavantinske škofije v Maribor ustanovil Mariborsko škofijo in s tem utrdil slovenstvo na Štajerskem; med drugimi knjižnimi izdajami je leta 1842 v Vuzenici izšel prvi priročnik za osnovnošolske učitelje »Blaže in Nežica v nedeljski šoli« (1992);
- i) Matevž Langus (1702–1855), avtoportret slovenskega baročnega slikarja, znanega po portretih meščanov, tudi Prešernove muze Julije Primic;
- j) Giuseppe Tartini (1692–1770), portret skladatelja, znanega po delih za violino, posebno po Sonati v G molu »Vražji trilček« (1992);
- k) 17. kongres svetovnega dizajna (ICSID): fotografija stola Rex (1992);
- l) priložnostna božična znamka »Ljubljanske jaslice« (1992).

Mednarodne organizacije za kmetijstvo in prehrano (FAO). Priložnostne znamke z napisom »Evropa« so leta 1993 predstavile slovensko moderno umetnost (s slikama Marija Pregla (1913–1967) in Gabrijela Stupice (1913–1990)), leta 1995 sta se z grafikama Rudija Španzela dve zavzemali za mir in svobodo, leto dni poprej pa so bili v paru znamk slavljene dosežki Janeza Puharja in Jurija Vege (slika 3: e1–e2). K uspehom v znanosti, ki so jih ovekovečil »evropske« poštne znamke sodi tudi motiv na znamki, ki je predstavil dosežke Hermana Potočnika - Nordunga, idejnega pionirja vesoljskih poletov (slika 3d).

V okviru štirih kategorij priložnostnih poštnih znamk z domoljubnimi/patriotskimi vsebinami izstopata znamki posvečeni 500. letnici odkritja Amerike (1492). Na njih je upodobljena Kolumbova karavela

»Santa Maria« in misijonar Marko Anton Kapus ob krščevanju staroselcev v Mehiki (slika 3: g1–g2). Posredno povezana s krščanstvom je tudi znamka posvečena vojaškemu spopadu in zmagi leta 1593, v kateri se je pri Sisku junaško boril Andrej Turjaški, poveljnik štajerskih in kranjskih čet, ki so porazile turško vojsko. O utrjevanju krščanstva govori tudi motiv na znamki posvečeni bitki pri Vipavi izpred 1600 let. Krščanski cesar Teodozij, ki je vladal v Konstantinoplu (današnji Istanbul), je takrat porazil vojsko rimskega, nanovo ustoličenega, poganskemu verovanju naklonjenega cesarja Evgenija. V ta okvir sodi tudi za slovenski narod pomembna osebnost, namreč škof Anton Martin Slomšek, ki mu je bila posvečena znamka ob 130. obletnici smrti (slika 3h). Pripadnost krščanstvu izpričujejo še: znamka s podobo brezjanske Device z detetom (Leopold Layer, 1752–1828), znamka z napovedjo praznovanja 500-letnice novomeškega Kapitlja, znamka izdana ob 700. obletnici romanja v Loretto in znamka posvečena 25. obletnici nadškofije v Ljubljani. Tudi božični znamki sta leto za letom zaznamovali enega najpomembnejših praznikov v krščanstvu (slika 3l). Praznovanja je na pomlad dopolnila in popestrila tudi vsakoletna »Voščilna znamka – gregorjevo«, z variacijami srčkov v motivu in obliki znamk (slika 3č).

Z izdajami priložnostnih znamk je bila pozornost usmerjena tudi k slovenskim nadnacionalno pomembnim institucijam in združenjem, na primer obletnicam ljubljanske operne hiše in univerze ter *Academie Operosorum* (podobe njenih častnih članov Brahmsa, Beethovna, Haydna, Dvořaka in Paganinija). Podobno so priložnostne znamke opozorile na skladatelja in violinista Giuseppeja Tartinija (slika 3j) in slikarja Matevža Langusa (slika 3i) ter na poprej pozabljene, nacionalno pomembne, a poprej prezrte slovenske umetnike in kulturnike. Znamka izdana ob Mednarodnem kongresu dizajna (1992) prikazuje »slovenski ponos«, oblikovalski presežek stol Rex (slika 3k). Identiteto naroda utrjujejo še znamke z motivi gora in z njimi povezanim planinstvom: panorama Triglava in spomenik posvečen »štirim srčnim možem«, ki so se leta 1778 prvi povzpeli nanj (1993), oziroma s priložnostnimi znamkami izdanimi ob: 100. obletnici Slovenskega planinskega društva (1993), 100. obletnici postavitve Aljaževega stolpa (1993), 100. obletnici rojstva alpinista Jože Čopa (1893–1975) in 80. obletnici Gorske reševalne službe (1992). To tematiko zaokroža panorama Kamniško-Savinjskih Alp z Ojstrico v ospredju (1994) (slika 3c).

O vpetosti slovenskega športa v mednarodne športne organizacije sporoča znamka, ki izpostavlja 100. obletnico Mednarodnega olimpijskega komiteja – MOK (1994) (slika 3f). Med športnimi dogodki pa so slovenske priložnostne znamke ovekovečile predvsem olimpijske igre v Albertvillu, Lillehammerju in Barceloni. Slednje je v paru z znamko v barvah slovenske zastave zaznamoval portret trikratnega olimpijskega prvaka, telovadca, takrat 94-letnega Leona Štuklja (1898–1999). Na pomembno obletnico v športu je opozorila tudi znamka izdana ob 60. obletnici planiške »Bloudkove velikanke« (1994). O mednarodni vpetosti slovenskega športa priča tudi znamka posvečena Evropskemu prvenstvu v dresurnem jahanju v Lipici (1993) (Südeuropa ... 2019, 1333–1341).

3.3 Znamke na Hrvaškem, 1991–1995

V obdobju naše analize je znamke poleg državne izdajala še poštna uprava ene oziroma dveh (1995) uporniških entitet. Na ozemlju s prevladujočim srbskim prebivalstvom, v vzhodnem in jugozahodnem delu Hrvaške, je bila ustanovljena paradržava Republika Srbska krajina – RSK. Organizirala je poštno službo na 10.400 km² ozemlja Republike Hrvaške (18 %). Avgusta 1995 so hrvaške sile v vojni za domovino (hrvaško *domovinski rat*) premagale upornike, ozemlja RSK so se za tem postopoma vključevala pod okrilje suverene hrvaške države (Magaš in sodelavci 2021). Prekinjene cestne in železniške povezave so pogojevale, da so leta 1991 izšle (redne) poštne znamke namenjene letalski dostavi poštnih pošiljk do oddaljenih hrvaških krajev (Dubrovnik, Split in Pulj). Ob koncu tega leta sta bili izdani dve priložnostni poštni znamki posvečeni razglasitvi hrvaške neodvisnosti (slika 4a) in božiču (preglednica 5). RSK je lastne znamke začel izdajati na pomlad 1993. Na njih je bila entiteta v cirilici zapisana kot *Република Српска Крајина*. Tej se je pri izdaji lastnih znamk, med letoma 1995 in 1997, pridružila še Sremsko-Baranjska oblast (*Сремско-Бараньска област*), kratkotrajni protektorat OZN.

V časovnem okviru raziskave je bilo na ozemlju Republike Hrvaške izdanih 309 znamk. Državna poštna uprava je izdala 253 znamk: 58 % priložnostnih, 15 % rednih in 27 % obveznih doplačilnih znamk. Republika Srbska krajina in Sremsko-Baranjska oblast sta v istem času izdali 56 znamk: 38 % priložnostnih, 61 % rednih in 2 % obveznih doplačilnih znamk. S tiskanjem obveznih doplačilnih znamk je Hrvaška nadaljevala jugoslovansko tradicijo (preglednica 2). Naša pozornost je veljala 147 priložnostnim znamkam, h katerim smo priključili izjemoma nekaj rednih znamk, ki so imele očiten domoljubni značaj (promocija narave v turistične namene) (preglednica 5). Politična in domoljubna sporočila smo tako zaznali na 80. priložnostnih znamkah. Po številu izdaj prednjačijo znamke s političnim izrazjem (18 %), pred domoljubnimi, ki opozarjajo na dosežke v umetnosti, kulturi in znanosti (14 %); tem sledijo domoljubna sporočila, ki povečujejo zgodovinske dogodke in osebnosti (11 %). Šport in okoljske vsebine so v kontekstu »domoljubja« redkeje zastopane (preglednica 5). Belo-rdeča šahovnica je izstopajoči miniaturni motiv na skoraj vseh znamkah Republike Hrvaške. V kolikor šahovnice na znamki ni, jo nadomešča pas rdeče-belo-modre hrvaške zastave. Samostojno se grb Republike Hrvaške na znamkah redkeje pojavlja (slika 4c). Na hrvaških znamkah je bila do 30. maja 1994 vrednost znamke opredeljena v hrvaških dinarjih (din), kasneje pa v nacionalni valuti Kuni (1000 din = 1 kuna) in v manjših vrednostih – Lipah (100 lip = 1 kuna).

Najbolj pogosto so bila politična in domoljubna sporočila na znamkah posredovana v letu pred dokončno zmago v »domovinski vojni« leta 1995. V okviru herojskih dogodkov je hrvaška pošta, tako kot slovenska, na znamkah pozornost namenila tudi drugim zmagam, denimo v bitkah s Turki (Sisak, 1593; Krbavsko polje, 1493; Petrinja, 1595). Ob 125. obletnici, še v Avstro-Ogrski monarhiji ustanovljenih hrvaških domoljubnih vojaških sil (*Domobrani*), je bila leta 1993 izdana priložnostna znamka.

*Preglednica 5: Politična in domoljubna sporočila priložnostnih poštних znamk Republike Hrvaške, 1991–1995 (*vključujoč tri poštne znamke za letalsko dostavo: Zagreb–Dubrovnik, Zagreb–Split in Zagreb–Pulj; **vključujoč eno redno poštno znamko za dostavo z letalom: Zagreb–Osijek; ***vključujoč 7 rednih poštних znamk posvečenih 150. obletnici hrvaškega turizma (naravne lepote Hrvaške) (Südeuropa ... 2019, 859–871).*

leto	priložnostne poštne znamke število	delež političnih sporočil (%)	delež domoljubnih sporočil (= posredna politična izrazja)				delež političnih in domoljubnih sporočil letno (%)
			zgodovinski dogodki in osebnosti (%)	dosežki v umetnosti, kulturi in znanost ter versko izrazje (%)	športni dosežki in prireditve (%)	narava, zaščita okolja, rastje/ živalstvo (%)	
1991	5*	50	–	50	–	–	100
1992	28**	11	14	14	11	7	57
1993	38	24	5	11	3	–	42
1994	33	18	3	18	6	27***	73
1995	46	15	20	11	2	–	48
skupaj/ povprečje	147	18	11	14	5	8	54

Petdeseto obletnico priključitve Istre je Hrvaška proslavila (že) leta 1993 z znamko in motivom zemljevida Istre in Kvarnerja iz leta 1620. Hrvaške znamke, ob vseh zmagah, opozarjajo tudi na tragedije, ki so jih doživele njihove vojaške enote: ena izmed znamk obuja spomin na zajetje vojaških enot NDH (Neodvisne države Hrvaške) in njihovih družinskih članov maja 1945 na Pliberškem polju v Avstriji ter na njihovo posledično povojno likvidacijo v Jugoslaviji; spet druga opozarja na nemško, brutalno zatrtje upora hrvaških, NDH nabornikov v francoskem Villefranche-de-Rouerge, kjer so bili leta 1943 na vojaškem urjenju. Želja po spravi v tem etničnem konfliktu se na motivih znamk nakazuje v zadnjem letu spopadov. Poštna uprava Hrvaške je takrat izdala tudi znamko, kjer pred hrvaškim grbom roka (sprave) ponuja (nekomu) vrtnico. Istočasno sta bili v okviru projekta »Europa« izdani tudi znamki, ki nakazujeta ozdravljenje in pomiritev (etničnih nesoglasij) (slika 4: j1–j2). Hrvaške »evropske znamke« so izpostavljale še: 500. obletnico odkritja Amerike (1992) (slika 4: i1–i2), moderno umetnost hrvaških slikarjev (1993) in v letu za tem iznajdbe hrvaških izumiteljev Slavoljuba Penkale (1871–1922), ki je patentiral nalivno pero in Fausta Vrančića (1551–1617), ki je izumil padalo (preglednica 5).

Uspehe politike v prvih letih samostojnosti in v takratnih vojnih razmerah zaznamujejo znamke, ki opozarjajo na obletnice sprejema Hrvaške v OZN (slika 4č), organiziranje 59. svetovnega kongresa pisateljev (PEN) v Dubrovniku (slika 4g) in Mednarodnega kongresa krščanske arheologije v Splitu in Poreču. Kot članica mednarodnih organizacij je Hrvaška s priložnostnimi znamkami proslavila še vstop v: Svetovno poštno zvezo – UPU (1993), 75. obletnico Mednarodne delavske organizacije – ILO (1994) in 50. obletnico OZN (UN) ter Organizacije za kmetijstvo in prehrano – FAO (slika 4: h1–h2). Hrvaške znamke niso posvečale pozornosti političnim osebnostim in dogodkom, ki bi bili politično umeščeni in kraljevino ali socialistično Jugoslavijo. Izjemo predstavlja le znamka s podobo vodje Hrvaške kmečke stranke Stjepana Radića, ki je leta 1928 pod streli atentatorja preminil v jugoslovanskem parlamentu (slika 4: d4). Zato pa je bolj osvetljeno obdobje dosežkov meščanskih in katoliških veljakov 19. stoletja. Poštne znamke so izpostavile bana Josipa Jelačića (1801–1859), ki je na Hrvaškem odpravil tlačanstvo in bil v Saboru leta 1848 oklican za Bana, to je kraljevega namestnika in vrhovnega vojaškega poveljnika habsburških enot (kot vojaški poveljnik je sodeloval pri zatrtju revolucij na Dunaju in v Budimpešti), škofa Jurija Strossmayerja (slika 4: d1), ustanovitelja Akademije znanosti in umetnosti ter zagovornika združitve katoliške in pravoslavne cerkve, pa tudi pesnika Ante Starčevića (slika 4: d2), »očeta naroda«, zagovornika suverenosti narodov in tvorca hrvaškega nacionalizma ter Eugena Kvaternika (slika 4: d3), vodjo upora proti avstro-ogrskim oblastem, ki je, skupaj s Starčevićem, ustanovil Hrvaško stranko prava in Stjepana Radića (slika 4: d4), vodjo Hrvaške kmečke stranke, ki je nasprotovala združitvi Hrvaške s Kraljevino Srbijo in Črno goro. Repertoar za državnost in narodno samostojnost pomembnih ljudi se je kasneje širil ter na znamkah osredotočal na osebnosti v kulturi in umetnosti, posebno z zaznavo obletnic mednarodno uveljavljenih pisateljev, glasbenikov in slikarjev. Z znamkami so se na Hrvaškem spominjali tudi narodnostno večplastnih oseb, kot sta to bila Marko Polo (ob 700. obletnici vrnitve iz Kitajske) in Nikola Tesla (ob 50. obletnici izumiteljeve smrti) ter kralja Tomislava (slika 4b). Med z verskim predznakom opredeljenimi znamkami velja, poleg božičnih, omeniti še znamko posvečeno obisku papeža Janeza Pavla II. leta 1993, znamko namenjeno 800. obletnici rojstva Antona Padovanskega in znamko posvečeno 700. obletnici romanja v Loreto (tako kot v Sloveniji). Redne in priložnostne znamke potrjujejo, da temelji identiteta hrvaškega naroda na katoliški veri. V obdobju naše analize se to ne odraža le na znamkah s prikazi verskih in kulturnih ustanov ter slavljanih buditeljev – duhovnikov 19. stoletja, temveč tudi v obisku papeža Janeza Pavla II. (1920–2005), ki je v času »domovinske vojne«, leta 1993, obiskal Hrvaško. K utrjevanju domoljubja je veliko pripomogla tudi hrvaška diaspora, posebno ameriška *Hrvatska narodna zajednica*, ki so ji posvetili znamko ob 100. obletnici ustanovitve (1994). Za hrvaško identiteto je tudi pomembno, da se na znamkah (3) ohranja tudi legenda/zgodba o (hrvaški) kravati (1995).

Tako kot slovenske so tudi hrvaške priložnostne poštne znamke zaznamovale mednarodne športne dogodke, predvsem olimpijske igre v Albertville-u (slika 4e) in Barceloni (1992) ter Lillehamerju (1994), a tudi Sredozemske igre v Franciji (1993) in svetovno prvenstvo v rokometu na Islandiji (1995).







e)



f)



g)



h1-2)



i1)



i2)



j1-2)

Slika 4 (str. 68–71): Znamke Republike Hrvaške:

- a) prva priložnostna znamka Republike Hrvaške: Razglas neodvisnosti – odprta Zlata knjiga s šahovnico (1991);
- b) spomenik kralju Tomislavu, legendarnemu knezu Primorske Hrvaške (v 10. stoletju je vodil bitke z Madžari);
- c) hrvaški državni grb (1991);
- č) prva obletnica sprejema Republike Hrvaška med članice Organizacije združenih narodov (OZN) – upodobitev ranjenega goloba miru (v obdobju spopadov z vojaškimi enotami paradržave RSK) (1992);
- d) (1–4) narodni buditelji: (d1) škof Josip Juraj Stepinac (1815–1905), ustanovitelj Hrvaške akademije znanosti pred 125. leti (1992), (d2) Ante Starčević (1823–1896), predsednik Stranke prava, pobudnik združevanja ozemelj s hrvaškim življem in privrženec samoodločbe narodov (»oče naroda«) (1992; na sliki je ponovljena izdaja 1996), (d3) Eugen Kvaternik (1825–1871), vodja upora proti avstro-ogrski monarhiji (»Rakovička buna«, 1871) (1992; na sliki je ponovljena izdaja 1996), (d4) Stjepan Radić (1871–1928), vodja Hrvaške kmečke stranke, ki je nasprotovala združitvi Hrvaške s Kraljevino Srbijo in Črno goro, v Narodni skupščini kraljevine SHS ga je leta 1928 smrtno ranil črnogorski atentator Puniša Račić (1992; na sliki je ponovljena izdaja 1996);
- e) zimске olimpijske igre 1992 v Albertville-u, Francija;
- f) Dražen Petrović (1964–1993), »košarkarski Mozart«, član jugoslovanske reprezentance (zlata medalja na Evropskem prvenstvu leta 1989 in Svetovnem prvenstvu leta 1990), član ekip NBA (National Basketball Association) Portland Trail Blazers in New Jersey Nets, ki je tragično preminil v avtomobilski nesreči (1993);
- g) 59. kongres pesnikov in pisateljev PEN (Poets-Essayists-Novelists) v Dubrovniku (1993);
- h) (1–2) Mednarodne politične organizacije: (h1) 50. obletnica OZN (UN), ustanovljene v San Franciscu (1995), (h2) 50. obletnica svetovne Organizacije za hrano in kmetijstvo (FAO – Food and Agriculture Organization), ustanovljene v Rimu z namenom odpraviti lakoto po svetu (1995);
- i) (1–2) 500. obletnica odkritja Amerike (1492–1992): (i1) dubrovnška karavela (1992), (i2) »Lokostrelec« – ponosni indijanski poglavar na konju – kip Ivana Mestrovića (1883–1962) v Grant parku, sredi Chicaga (1992);
- j) (1–2) znamki »Evropa« – Mir in svoboda: (j1) »nevihta se umika, nebo se jasni« (fotomontaža) (1995), (j2) »Angel miru polaga roke na človeško telo« – fotografski izsek s kipa Francesca Robbe (1698–1757) v zagrebški cerkvi Sv. Katarine (1995).

Preglednica 6: Sporočilnost priložnostnih poštних znamk paradržave Srbska krajina (Република Српска Крајина) in protektorata OZN Sremsko-Baranjska oblast (Сремско-баранјска област) na ozemlju Republike Hrvaške, 1991–1995 (Südeuropa ... 2019, 949–951).

leto	vse izdane poštne znamke	priložnostne poštne znamke	delež političnih sporočil (%)	delež domoljubnih sporočil (= posredna politična izrazja)	delež političnih in domoljubnih sporočil letno (%)
leto	število	število	(%)	narava, zaščita okolja, raste/živalstvo (%)	(%)
1993	20	–	–	–	–
1994	13	7	43	–	43
1995	14	3	33	66	100
skupaj/ povprečje	47	10	40	30	60

Tako kot v Sloveniji so se z motivom na znamki spomnili stoletnice Mednarodnega olimpijskega komiteja (1994). Izšla je tudi priložnostna znamka ob tragični smrti košarkarskega zvezdnika Dražena Petrovića, ki je nastopal (tudi v ameriški ligi NBA (slika 4f) (Südeuropa ... 2019, 859–871).

Za Republiko Srbsko krajino (RSK) je značilno, da priložnostnim znamkam niso posvečali večje pozornosti (preglednica 6). V treh letih izhajanja poštних znamk, je izšlo le 10 priložnostnih znamk (21 %) in med njimi so le štiri v motivu izražale politična ali narodnoubuditeljska sporočila. Poleg treh, ki prikazujejo tradicijo in kulturo srbskega naroda (Sv. Simeon, grb kraljevine Srbije, vučedolska golobica – 2000 let pred našim štetjem), je bila izrazito »politična« znamka izdana v počastitev 50. obletnice zaključka 2. svetovne vojne – z motivom, ki prikazuje spomenik (»Drevo življenja«), ki je posvečen žrtvam taborišča NDH v Jasenovcu. Za znamke izdane v RSK je značilno, da so povsem ignorirale hrvaško stvarnost oziroma obstoj mednarodno priznane Republike Hrvaške (v nasprotju z ravnanjem sorodnih paradržav v Bosni in Hercegovini): v napisih se je uporabljala izključno cirilica, vrednost znamke je bila vseskozi označena v novih dinarjih – ND (tudi po maju leta 1994, ko je Hrvaška uvedla nacionalno valuto kuno), njihove poštne znamke pa so izhajale vse do leta 1998, ko obeh entitet Republike Srbske Krajine in Sremsko-Baranjske Oblasti že zdavnaj ni bilo več.

4 Sklep

Pri preverjanju motivov in izrazja poštних znamk smo upoštevali 841 znamk, ki so bile med letoma 1987 in 1991 izdane v SFRJ (403 znamke) ter med letoma 1991 in 1995 v Republiki Sloveniji (137 znamk), v Republiki Hrvaški (253 znamk) in v Republiki Srbski krajini – RSK (47 znamk). Pozornost smo posvetili 535. priložnostnim poštним znamkam (SFRJ 53 %, Slovenija 18 %, Hrvaška 28 % in RSK 1 %), ki smo jih glede na njihovo izrazje oziroma motiv razvrstili v:

- politična sporočila* in v ta segment uvrstili 97 oziroma 18 % vseh izdanih priložnostnih poštних znamk: iz SFRJ 54 (56 %), iz Slovenije 13 (13 %), iz Hrvaške 26 znamk (27 %) in iz RSK 4 znamke (4 %);
- domoljubna (patriotska) sporočila*, kjer so motivi izpostavljali za narod/nacijo pomembne zgodovinske dogodke in osebnosti, dosežke v umetnosti, kulturi in znanosti ter verskem izrazju, športne

dosežke in okoljsko problematiko. S takimi sporočili naslavlja uporabnike 214 oziroma 40 % vseh priložnostnih poštних znamk: iz SFRJ 109 (51 %), iz Slovenije 49 (23 %), iz Hrvaške 54 znamk (25 %) in iz RSK 2 znamki (1 %);

- c) *indiferentna (apolitična) sporočila* in izrazja z vsebinami, ki niso izražala narodu ali državi bistvene podporne vloge. V tej kategoriji smo registrirali 224 priložnostnih znamk (42 %), ki jih, glede na cilj raziskave, ki se je osredotočala na politično in domoljubno izrazje v vnaprej opredeljenih vsebinskih kategorijah, nismo upoštevali in njihove sporočilnosti nismo podrobneje analizirali. Iz obravnave smo jih izločili, podobno kot smo to storili že poprej pri izdajah rednih poštних znamk in obveznih, doplačilnih poštних znamk (preglednice 2–6).

Med vsemi v obravnavanem obdobju izdanimi znamkami, smo v raziskavi pozornost namenili predvsem izrazjem na znamkah štirih entitet, ki vsaka zase utrjuje domoljubje in poskuša politično profilirati državo v mednarodnem okolju. Večina v desetletnem obdobju izdanih priložnostnih znamk ima namreč politični ali domoljubni značaj. Še najbolj očitno je to zaznati pri znamkah Slovenije, kjer je v obeh kategorijah uvrščenih 65 % vseh izdanih priložnostnih znamk, torej več kot pri jugoslovanskih (58 %) in hrvaških znamkah (54 %). Uvrstitev Slovenije na prvo mesto ne gre pripisati toliko znamkam s političnimi sporočili (le 21 % jih sodi v to skupino), temveč znamkam z domoljubnim izrazjem, s poudarkom na umetnosti, kulturi in znanosti, ki (so)oblikujejo slovensko identiteto. V Jugoslaviji tretjina znamk poudarja herojsko polpreteklo zgodovino in promovira družbeno ureditev, državo in njen mednarodni ugled. Podoben delež političnih sporočil izkazujejo tudi priložnostne znamke izdane na Hrvaškem, kjer motivi, poleg državnih simbolov (šahovnica), v ospredje postavljajo narodno in versko identiteto, zamolčano zgodovino in uspešno uvrstitev suverene države v mednarodne organizacije.

Vzporednice Hrvaške s Slovenijo bi lahko s pomočjo znamk dokazovali na številnih področjih. Tako kot slovenske so tudi hrvaške priložnostne poštne znamke zaznamovale mednarodne športne dogodke, predvsem olimpijske igre; obenem sta obe suvereni državi na znamki obeležili stoletnico Mednarodnega olimpijskega komiteja (1994). Za Plečnikovega antipoda bi lahko šteli Ivana Meštrovića (1883–1962) (1992), podobno bi za antipoda Karlu Destovniku - Kajuhu (1922–1944) lahko veljal, na hrvaški znamki leta 1993 upodobljeni Ivan Goran Kovačić (1913–1943). Vzporednice bi lahko potegnili tudi na z znamkama proslavljenima škofoma Antonom Martinom Slomškom (1880–1962) (1992) in Jurijem Strossmayerjem (1815–1905) (1992) ter mnogimi drugimi buditelji obeh narodov.

Sporočilnost na poštних znamkah obravnavanih entitet na nekdanjem ozemlju socialistične Jugoslavije lahko, na podlagi navedenih ugotovitev, (raz)delimo v tri skupine:

- a) *socialistično federalno*, kjer država, v zatonu socializma, poskuša z motivi in celostnim izrazjem na priložnostnih znamkah poudariti njeno mednarodno veljavo, ohraniti zaupanje v skozi trpljenje in revolucijo pridobljeno družbenopolitično ureditev in *utrditi* ideološko hegemonijo kot edino zveličavno multietnično vezivo ter preko športnih uspehov podčrtati uspehe narodov, ki jo sestavljajo;
- b) *demokratsko nacionalno*, kjer poštni upravi držav, ki sta se odločili za odcepitev in samostojno politično pot, dajeta prednost motivom, ki narodnoubuditeljskim dogodkom in osebam 19. stoletja namenjata ustrezno težo ter izpostavljata verska izrazja kot hrbtnico naroda in utemeljmeta lastno suverenost prek naravnih (gore oziroma morje) in socialnih dejavnikov (narodni preporod), ki so (so)oblikovali nacionalno identiteto;
- c) *prezirajočo* poprejšnje referendumske in politične odločitve, kjer so se na znamkah (obeh) paradržav na hrvaških tleh ohranjala izrazja poprejšnje federativne države (pisava in valuta) ter so ignorirala mednarodno priznana državo Hrvaško; motivi so izključno poudarjali srbsko nacionalno identiteto in trpljenje.

V motivih, izrazju in sporočilnosti poštних znamk na tleh nekdanje Jugoslavije spremljamo preobrazbo oziroma popoln zasak od multietničnosti in ideološkega enoumja k pluralnosti ter v okviru na novo začrtanih meja, nastajanju nove demokratične in nacionalno ozaveščene družbe. Večina politikov, ki so se v 20. stoletju zavzemali za vzpostavitev/ohranitev Jugoslavije v kateri koli obliki – kraljevini ali socialistični federaciji – je na motivih priložnostnih poštних znamk izostala. Namesto teh so stopili

v ospredje motivi z osebami, institucijami in dogodki, ki slavijo vojaške, politične in kulturne uspehe posameznega naroda v multietnični državi Avstro-Ogrski in razumljivo, dogodki in osebe, ki so zaznamovali kratko obdobje neodvisnosti. Kmalu po propadu ideje o skupnem sobivanju južnoslovanskih narodov, je med narodi v regiji vzniknila nova sanjska multietnična entiteta – Evropska unija (EU), ki sta se ji Slovenija v prvem in Hrvaška v drugem desetletju 21. stoletja tudi pridružili.

5 Viri in literatura

- Bellis, M. 2019: The History of Postage Stamps. ThoughtCo. Medmrežje: <https://www.thoughtco.com/history-of-stamps-1992419> (1. 12. 2022).
- Bratec Mrvar, R., Birsak, L., Fridl, J., Kladnik, D., Kunaver, J. 2011: Kocenov srednješolski atlas kot didaktična prelomnica. Geografija Slovenije 22. Ljubljana. DOI: <https://doi.org/10.3986/9789612545864>
- Brunn, S. D. 2011: Stamps as messengers of political transition. Geographical Review 101-1. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.2011.00070.x>
- Brunn, S. D., Cottle, C. D. 1997: Small states and cyberboosterism. Geographical Review 87-2. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1931-0846.1997.tb00073.x>
- Brunn, S. D., Gosar, A. 2019: Visualizing the United Nations' 2001 »Year of dialogue among civilizations« through postage stamp issues. Handbook of the Changing World Language Map. Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-02438-3_189
- Del kolača na trgu dostave paketov bi tudi sosedje. Delo, 28. 7. 2022. Medmrežje <https://www.delo.si/novice/slovenija/del-kolaca-na-trgu-dostave-paketov-bi-tudi-sosedje/> (20. 9. 2022).
- DHL 2022: Our story, our network. Medmrežje: <https://www.dhlexpress.be/en/our-story/> (1. 12. 2022).
- Dodds, K. 2000: Geopolitics in a Changing World (Insights into Human Geography). Dallas.
- Huntington, S. P. 1996: The Clash of Civilisations and the Remaking of World Order. New York.
- Ferchenbauer, U. 1981: Österreich 1850 bis 1918. Spezialkatalog und Handbuch 4. Wien.
- Gosar, A. 2022: Sporočilnost poštnih znamk v obdobju družbenopolitične tranzicije na območju nekdanje Jugoslavije – 2. del. Geografski vestnik 94-2. DOI: <https://doi.org/10.3986/GV94204>
- Grayson, J. H. 2023: Images, semiotics and political transition: Case studies of the first issues from eight nations. Stamps, Nationalism and Political Transition. London. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003048886>
- Katalog poštnih znamk 1993/1994. Ljubljana, 1994.
- Klemenčič, M. 2021: Hrvatske poštanske marke (izbor). Zagreb.
- Lutz, C. A., Collins, J. L. 1993: Reading National Geographic. Chicago.
- Lauritzen, F. 1988: Propaganda art in the postage stamps of the Third Reich. Journal of Decorative and Propaganda Art 10. DOI: <https://doi.org/10.2307/1504019>
- Magaš, D., Klemenčič, M., Nazor, A., Vukosav, B. 2021: Velika geografija Hrvatske, knjiga 1. Zagreb.
- Miller, R. 2020a: An introduction to stamps commemorating patron saints of Eastern European countries. Linn's Stamp News, 24. 8. 2020.
- Miller, R. 2020b: Slovenia and Slovakia: twin daughters of different mothers. Linn's Stamp News, 5. 6. 2020.
- Petauer, B. 2018: Sto let prve slovenske znamke. Svet kapitala, 9. 11. 2018. Medmrežje: <https://svetkapitala.delo.si/trendi/sto-let-prve-slovenske-znamke/> (1. 12. 2022).
- Poštna znamka 2022. Medmrežje: https://sl.wikipedia.org/wiki/Poštna_znamka (1. 12. 2022).
- Purcell, D. 1999: The Slovenian State on the Internet. Ljubljana.
- Raento, P. 2006: Communicating geopolitics through postage stamps: The case of Finland. Geopolitics 11-4. DOI: <https://doi.org/10.1080/14650040600890750>
- Raento, P., Brunn, S. D. 2005: Visualizing Finland: Postage stamps as political messengers. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography 87-2. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00188.x>
- Slovenika 2002: Katalog poštnih znamk. Ivančna Gorica.

- Smolarski, R., Smolarski, P., Vetter-Schultheiß, S. (ur.) 2019: *Gezähnte Geschichte: Die Briefmarke als historische Quelle*. Göttingen. DOI: <https://doi.org/10.14220/978373700937>
- Suhadolc, P. 2011: *Potres – vzroki in posledice, opisani s pomočjo filatelističnega gradiva*. *Idrijski razgledi* 61-1.
- Südeuropa 2018: *Michel-Europa-Katalog Band 3*. München, 2019.
- Timeline of the Breakup of Yugoslavia 2008. Medmrežje: https://en.wikipedia.org/wiki/Breakup_of_Yugoslavia (1. 12. 2022).
- World Population Review 2022. Medmrežje: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/countries-that-recognize-kosovo> (1. 12. 2022).
- Zippia 2022: *FedEx history: founding, timeline and milestones*. Medmrežje: <https://www.zippia.com/fedex-careers-4259/history/> (1. 12. 2022).

6 Summary: Expressions of postage stamps in times of political and social transition on the territory of former Yugoslavia – part 1

(translated by the author)

When determining expressions on postage stamps, we've checked 841 stamps that were issued between 1987 and 1991 in the Socialist Federal Republic of Yugoslavia – SFRY (403 stamps) and between 1991 and 1995 in the Republic of Slovenia (137 stamps), in the Republic of Croatia (253 stamps) and in the Republic of Srpska Krajina – RSK (48 stamps). We devoted our attention to 535 occasional postage stamps (SFRY 53%, Slovenia 18%, Croatia (28%) and RSK 1%), which we've classified according to their motif and expression into:

- a) *political messages*, which openly promote symbols of the state and its government's achievements and where 97 stamps (18% of all occasional stamps issued) were identified: SFRY 54 stamps (56% of all stamps in this segment), Slovenia 13 (13%), Croatia 26 (27%) and RSK 4 stamps (4%);
- b) *patriotic/nationalistic messages* where motifs highlighted historical events and personalities, achievements in art, culture and science as well as in religious expressive art, sports achievements and environmental issues. Within this segment we've identified 214 stamps (40% of all occasional stamps issued): SFRY 109 stamps (51%), Slovenia 49 stamps (23%), Croatia 54 stamps (25%) and RSK 2 (1%);
- c) *indifferent (apolitical) messages* with contents that did not express essential support for the nation or the state. In this category, we've registered 224 occasional stamps (42% of all occasional stamps). As regular postage stamps and mandatory, surcharge stamps they also were eliminated from further analyses (Tables 2– 6).

As noted, we've paid attention to expressions on stamps of entities which are reinforcing nation's patriotism on their national stamps and therewith profile the country politically in the international environment. This is evident in Slovenia where 65% of all issued occasional stamps are classified as such, even more than in former Yugoslavia (58%) and Croatia (54%). The ranking of Slovenia cannot be attributed so much to stamps with nation-state's political messaging (just 21% of in this segment) but to stamps with patriotic/nationalistic expressions which are (co)shaping Slovenian identity. In Yugoslavia, a third of occasional stamps emphasize the heroic immediate past (WW2), promote the social order (communism), and the country's international reputation. Occasional stamps issued in Croatia show a similar share of political messages, where, in addition to state symbols (a checkerboard on most stamps), the motifs emphasize national and religious (catholic) identity, silenced history and the successful inclusion of the sovereign state into international organizations.

Parallels between occasional stamps of Croatia and Slovenia could be demonstrated in many areas. Like Slovenian the Croatian occasional postage stamps favour international sports, especially the Olympic Games; both sovereign nation-states mark the centenary of the International Olympic Committee (1994)

as well. The Croatian sculptor Ivan Meštrović (1883–1962) (1992) could be considered Slovenian architects' Jože Plečnik's (1991) antipode, the poet Ivan Goran Kovačić (1913–1943), depicted on a Croatian stamp in 1993, could be considered the antipode to the Slovenian poet and resistance fighter Karl Destovnik - Kajuh (1922–1944). Parallels on stamps and in reality of their work could also be drawn between bishops of the 19. century - Slovenian Anton Martin Slomšek (1880–1962) (1992) and Croatian Juraj Strossmayer (1815–1905) (1992) and between many other revivalists of both nations.

The above findings lead us to the conclusion that expressions of postage stamps, of entities in question, can be divided into three groups:

- a) *multinational socialist*, where the state, in the die-off phase of socialism, tries with motifs and expressions of stamps to emphasize its:
 - international status,
 - maintain trust in the socio-political order obtained through the revolution during WW2,
 - to consolidate the ideological hegemony (communism) as the only possible multi-ethnic bond, and
 - with accomplishments in sports underline the successes of nations that are integrated in the contemporary multi-ethnic society;
- b) *democratic nationalist*, where postal administrations of countries that have decided to secede and pursue an independent political path give priority to:
 - motives that give due weight to the national awakening in the 19th century, including nation's spiritual and cultural leaders,
 - expressions that highlight Christianity as the backbone of the nation and,
 - statements which justify sovereignty through natural (mountains or the sea) and/or social and cultural elements (national rebirth) that (co)shaped people's national identity;
- c) *contemptuous*, where on stamps of the parastate of the Republic of Serb Krajina:
 - the internationally recognised country of Croatia is not recognised neither in regard of the name, alphabet (use of Cyrillic) nor currency (use of Dinar),
 - the motifs on occasional stamps emphasised solely the culture of the Serb nation and their sufferings during WW2.

In the motifs, expression and messages of postage stamps on the soil of the former Yugoslavia, we are witnessing a transformation or a complete turn from multi-ethnicity and ideological unanimity to plurality and, within the framework of newly drawn borders, the emergence of several democratic and nationalistic societies (and exceptions). Most of the politicians who in the 20th century advocated for the establishment/preservation of Yugoslavia in any form – a kingdom or a socialist federation – are absent from motives on contemporary postage stamps. Instead, motifs with persons, institutions and events that celebrate the military, political and cultural successes of an individual nation in an earlier existent multinational state (Austro-Hungary) came to the fore. Shortly after the collapse of the idea of the coexistence of the South Slavic nations, a new dream multi-ethnic entity emerged among the nations of the region – the European Union – which Slovenia joined in the first decade of the 21st century and Croatia in the second.