

**Odd Gunnar Skagestad**

*Mag. art. (statsvitenskap), Universitetet i Oslo 1971*

# **Frimerkemotiver som samfunnsmessig budbærer -**

**En komparativ og dynamisk studie i politisk  
massekommunikasjon**

**Oslo, medio desember 2011.**

## *Innholdsfortegnelse*

**INNLEDNING - DEL 1: OM OPPGAVEN: PROBLEMSTILLINGER, TEORI OG METODE**

**INNLEDNING - DEL 2: FRIMERKETS SAMFUNNSMESSIGE FUNKSJON OG BETYDNING - MODERNITETENS GJENNOMBRUDD**

### **Kap. 1 - Frimerket, - hvorfor det utgis (funksjoner)**

#### **1.1 Om frimerker og utgivelser**

- 1.1.1 Frimerkets globale seiersgang
- 1.1.2 Postale funksjoner – og andre

#### **1.2 Begreper, definisjoner, kategorier**

- 1.2.1 Om frimerker og utgivelser
- 1.2.2 Frimerkesamling vs. filateli
- 1.2.3 Identifikasjon, katalogisering
- 1.2.4 Bruksfrimerker vs. særfrimerker
- 1.2.5 Metodeproblemer knyttet til definisjon, identifikasjon, kategorisering, katalogisering
  - Kronologisk nummerering
  - Nummerering av miniatyrark
  - Frimerkehefter
  - Automatmerker
  - Hoved- og undernumre

#### **1.3 Frimerkets ikke-postale funksjoner**

- 1.3.1 Fiskale funksjoner
- 1.3.2 Frimerkets funksjon som budskapsbærer og –formidler
  - Funksjonen som rikssymbol
  - Nasjonalsymbol
  - Nasjonsbyggings-funksjonen
  - Revirmarkering
  - Statens sanksjons- og legitimasjonsverktøy
  - Statens bumerke (logo)
  - Statens selvbilde og selvforståelse
  - Funksjonen som politisk (e.l.) vitnesbyrd eller programerklæring

## **Kap. 2 - Motiver**

### **2.1 Retningsgivende hensyn**

2.1.1 Postalt funksjonelle hensyn

2.1.2 Attraktivitet (estetikk)

2.1.3 Budskap (fortelling)

### **2.2. Kategorisering av motiver – praktisk/metodologiske spørsmål**

2.2.1 Mulige modeller og kriterier

2.2.2 Utvikling av relevante typologier og parametre

2.2.3 Reduksjonistisk tilnærming

2.2.4 Motiv-kategorier, utledet i henhold til tematikk og anvendelse

## **Kap. 3 - Utgivelsespolitikk**

### **3.1 Bevisst/ubevisst, herunder med hensyn til motivvalg**

3.1.1 Generelt

3.1.2 Policy-utsagn - eksempler

3.1.3 Supplerende synspunkter?

### **3.2 Utvikling over tid - Generelle betraktninger**

3.2.1 Volumutvikling (Inflasjon)

3.2.2 Bananrepublikk-syndromet

3.2.3 Knoppskyttings-utvikling av ”produkt”-typer

3.2.4 Endringer i motivsammensetning

### **3.3 Addisjonelle utviklingsfenoméner: Personfokusering på kunstnerne**

3.3.1 Generelt

3.3.2 Utviklingen for Norges vedkommende

3.3.3 Utviklingen for Syd-Afrikas vedkommende

## **Kap. 4 - De to *case studies* Norge og Syd-Afrika (dynamisk og komparativt)**

### **4.1 Sammenlignbarhet tross ulik tidsserie**

4.1.1 Sammenlignbarhet (kompatibilitet og kommensurabilitet)

4.1.1 Sammenlignbarhet med hensyn til funksjon og bruksområde

4.1.2 Sammenlignbarhet med hensyn til tidsserier

4.1.3 Sammenlignbarhet med hensyn til kategorisering/klassifisering av utgivelser

**4.2 Tese: Felles utviklingstrekk, både mht. utgivelsesvolum og mht. motivvalg**

**4.3 Metode:**

4.3.1 Klassifisering og telling

4.3.2 Kvantitativ beskrivelse

4.3.3 Det komparative perspektiv

## **Kap. 5 - Norge 1855-2009**

**5.1 Volumutvikling**

**5.2 Endringer i motivsammensetning over tid**

5.2.1 Tabellariske og grafiske oversikter

5.2.2 Hovedtrekk i tabellmaterialet

5.2.3 Øvrige utviklingstrekk

**5.3 Hovedtrekk ved utviklingsmønstrene**

5.3.1 Kronologiske faser

5.3.2 Trender

5.3.3 Mulige tolkninger – eventuelle innbyrdes sammenhenger?

5.3.4 Samspillet med det omgivende samfunn

## **Kap. 6 - Syd-Afrika 1910-2009**

**6.1 Volumutvikling**

**6.2 Endringer i motivsammensetninger over tid**

6.2.1 Tabellariske og grafiske oversikter

6.2.2 Hovedtrekk i tabellmaterialet

6.2.3 Øvrige utviklingstrekk

**6.3 Hovedtrekk ved utviklingsmønstrene**

6.3.1 Kronologiske faser

6.3.2 Trender

6.3.3 Mulige tolkninger – eventuelle innbyrdes sammenhenger?

6.3.4 Samspillet med det omgivende samfunn

## **Kap. 7 - Jevnføring Norge – Syd-Afrika**

**7.1 Volumutvikling over tid**

- 7.1.1 Tallmaterialet - og tallenes tale
- 7.1.2 Observasjoner – likheter og ulikheter
- 7.1.3 Oppsummerende jevnføring

**7.2 Endringer i motivsammensetning over tid**

- 7.2.1 Tallmaterialet – og tallenes tale
- 7.2.2 Observasjoner – likheter og ulikheter
- 7.2.3 Oppsummerende jevnføring

**7.3 Observérbare mønstre?**

- 7.3.1 Trender – mangfold og kompleksitet
- 7.3.2 Fellesnevnerne
- 7.3.3 Mulige årsakssammenhenger

**7.4 Frimerket og samfunnsutviklingen**

- 7.4.1 En målestokk på samfunnsutviklingen?
- 7.4.2 Fruktbare spørsmål vs. bastante svar
- 7.4.3 Ulik påvirkningseffekt
- 7.4.4 Effekten på samfunnet av frimerkets funksjon som normativ budskapsplattform

**7.5 Hovedtrekk ved samfunnsutviklingen i de to land**

- 7.5.1 Relevante utviklingsparametere
- 7.5.2 Norge
- 7.5.3 Syd-Afrika
- 7.5.4 Likheter og forskjeller

**Kap. 8 - Tolking av de observerte sammenhenger/korrelasjoner****8.1 Observasjoner****8.2 Læresetninger fra økonomisk teori****8.3 Andre forklaringsvariabler****OPPSUMMERENDE EPILOG****LITTERATURLISTE**

**VEDLEGG:**

VEDLEGG I	Norske frimerker 1855-2009
VEDLEGG II	Sydafrikanske frimerker 1910-2009
VEDLEGG III	Volumutvikling og motivutvikling - Tabeller
VEDLEGG IV	Volumutvikling - Diagrammer
VEDLEGG V	Motivutvikling Norge. Grafiske figurer (stolper og kurver)
VEDLEGG VI	Motivutvikling Syd-Afrika. Grafiske figurer (stolper og kurver)
VEDLEGG VII	Motivutvikling Norge og Syd-Afrika. Grafiske figurer (sammenstilte kurver)

## INNLEDNING - DEL 1:

### OM OPPGAVEN: PROBLEMSTILLINGER, TEORI OG METODE

#### *Problemstillinger*

Denne studien – eller avhandlingen, som jeg ubeskjeden kaller den – tar utgangspunkt i de forståelsesrammer som vil være kjent fra *semiotikken*, dvs. studiet av sosialt betingede tegnsystemer og den mening de kan gi, samt studiet av hvordan man sier noe og hvordan mening skapes. Mens disiplinens filosofiske grunnlag ble lagt i det 19. århundre av lingvistikeren Ferdinand de Saussure og pragmatikeren Charles S. Peirce (Peirce 1868; Peirce 1887), er studiet videreutviklet i såvidt ulike retninger som den franske “semiologiske” skole (Barthes 1964) og den vitenskapsteoretiske “evolusjonære” tilnærming som særlig kom til å prege den amerikanske retning (Popper 1972; Skagestad, P. 1981; Skagestad, P. 1993; Skagestad, P. 1998). Felles for de ulike underdisipliner er imidlertid forståelsen av henholdsvis referansen mellom “tegn” (uttrykk) og virkelighet, samt det arbitrære forhold mellom tegnet som uttrykk og tegnet som begrep (innhold), hvor begrep inngår i en konvensjonell kode. Semiotikkens aksiomatiske postulat er at kollektiv mening basert på koder er grunnlag for all kommunikasjon. I det etterfølgende vil nettopp forholdet mellom “tegn” (her representert ved frimerket og dets billedflate) og den kommunikasjon som disse inngår i, være et gjennomgående tema.

Avhandlingens tittel bærer bud om at frimerket – eller frimerker i flertall – vil bli gjort gjenstand for betydelig oppmerksomhet, hvilket medfører riktighet. Utgangspunktet er den observasjon at frimerket er et objekt som kan betraktes eller underkastes nærmere studier under ulike synsvinkler, hvor spørsmålet om *funksjoner* fremstår som særlig perspektivrikt, spennende og fruktbart.

Frimerkets *postale funksjon* er det sentrale studieobjekt i *filatelen*. Det er et tema som vi såvidt mulig skal la ligge i den foreliggende studie.

Studiens objekt og empiriske datagrunnlag - frimerkeutgivelser i Norge og Syd-Afrika - er imidlertid hentet fra filatelen. Studiens tematiske sammenheng med filatelen kan derfor - overfladisk betraktet - skape et førsteinntrykk av at dette er en filatelistisk avhandling. Så er ikke tilfelle. Forfatteren av det foreliggende skrift har ingen filatelistiske ambisjoner eller pretensjoner. Vårt tema, eller rettere sagt formål, er å avdekke om det kan sies noe meningsfylt om *frimerkemotivenes funksjon som medium for samfunnsmessig kommunikasjon*. Vi vil herunder søke å avdekke hvilke eventuelle sammenhenger, ulikheter, endringer eller utviklingstrekk som i så måte kan observeres i tid og rom, dvs. under ulike eller vekslende samfunnsmessige rammebetingelser.

Frimerkeutgivelse er en énveistrafikk, og den viktigste faste variabel i denne sammenheng er avsendernes – dvs. frimerkeutgiverens - posisjon som statsmakt og monopolist innen sine respektive jurisdiksjons- eller virkeområder. Dette er en *politisk* posisjon, og det følger av

dette at begrepet ”samfunnsmessig kommunikasjon” i den foreliggende sammenheng er å forstå som *politisk massekommunikasjon*. Vi er således interessert i å belyse den *politiske* betydning av statsmaktens énveiskommunikasjon vis-à-vis egne undersåtter såvel som overfor eksterne aktører (dvs. andre stater og deres undersåtter).

For å kunne få noen meningsfylt forståelse og eventuelt trekke fruktbare slutninger med hensyn til de sammenhenger og utviklingstrekk som her søkes avdekket, er det nødvendig å foreta en systematisk klargjøring av *arten* av de budskap som på denne måten kommuniseres, samt hvilke *funksjoner* denne kommunikasjonen tjener.

Dette er problemstillinger som ikke hører hjemme i filatelen, men i de studieområder som inngår i det *samfunnsvitenskapelige*, og fremfor alt det *statsvitenskapelige* fagfelt.

### ***Det teoretiske underskudd***

På denne bakgrunn kan det synes nærliggende å anta eksistensen av et betydelig tilfang av *statsvitenskapelig teori og metode* som burde kunne komme til anvendelse for en studie av foreliggende art. Så har imidlertid ikke vist seg å være tilfelle. Det foreligger riktignok en rikholdig statsvitenskapelig litteratur på feltet *kommunikasjonsteori*, dels med utgangspunkt i språkfilosofien (Lasswell 1948; Austin 1962), dels med utgangspunkt i forholdet mellom medium og budskap (Innis 1950; McLuhan 1964), og dels innenfor mer spesialiserte underdisipliner som *spillteori* (Midgaard 1965a; 1965b) og *forhandlingsteori*, hvorav det på sistnevnte felt i norske fagmiljøer har vært utviklet aktøranalytiske modeller med sikte på praktisk anvendelse (Underdal 1992; Skagestad, O.G. 1994; Skagestad, O.G. 1997).

Det kan synes betimelig å stille spørsmålet om det overhodet *finnes* noe slikt som en *spesifikt statsvitenskapelig informasjonsteoretisk disiplin*. Undertegnedes svar er et *betinget nei*; betinget for såvidt som det tas høyde for de terminologiske eller semantiske aspekter som spørsmål av denne karakter erfaringsmessig er beheftet med. Uansett er ikke fraværet av en slik fagspesifikk disiplin noe hinder for å kunne anlegge et statsvitenskapelig perspektiv på ulike problemstillinger hvor politisk kommunikasjon står sentralt, så lenge teoretiske forståelsesrammer og praktiske redskaper hentet fra andre beslektede fag er tilgjengelige og anvendbare. Og dette er langt på vei tilfelle for den tematikk og de tilhørende perspektiver som preger eksisterende statsvitenskapelig faglitteratur.

Det er imidlertid betegnende for hovedtyngden av den statsvitenskapelige faglitteratur at det overordnede perspektiv gjelder *toveis* eller *flerveis kommunikasjon* mellom aktører eller ”interlokutører” innen rammer definert ut ifra gitte institusjonelle kriterier (f.eks. bilaterale forhandlinger, flerparts-konferanser) eller gitte saksorienterte eller situasjonsbetingede instrumentelle kriterier (f.eks. politiske stridstemaer, konkrete interessekonflikter, *ad hoc*-pregede kampanjer osv.). Vi har således å gjøre med en faglig diskurs som, noe forenklet, kan beskrives som fokusert på *prosesser* hvor det sentrale studieobjekt er ulike former for *samhandling* (interaksjoner) hvor protagonistene forutsettes å delta med sikte på å oppnå mer eller mindre klare *mål* ved anvendelse av mer eller mindre klart definerte *strategier* (Midgaard 1993).



### ***Politisk massekommunikasjon***

Oppslagsordet “politisk massekommunikasjon” gir kun fire treff på *Google*. Det er betegnende for temaets perifere plass innen den faglige diskurs at tre av disse treffene gjelder én og samme sak: Ett av tre undertemaer oppført under spesialområde-emnet “Politisk kultur og politisk psykologi”, som er et *valgfritt* 5-vektalls emne (benevnt SV POL 346) til statsvitenskap hovedfag ved Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet.<sup>1</sup>

Massekommunikasjon i betydningen påvirkningsprosesser gjennom vedvarende eller permanent budskapsformidling (det være seg av faktisk informasjon eller av normativ propaganda) ved énveiskommunikasjon, er selvsagt ikke et ukjent landskap for *utøvere av praktisk politikk*. Tvertimot er dette en aktivitet hvor ikke minst statlige aktører i vår tid har utviklet en stadig mer bevisst holdning til de utfordringer og strategier som kan sammenfattes i begrepet “Public Diplomacy” (Leonard og Small 2003). Det er en utvikling som samtidig har medført en økende *profesjonalisering*, med fremkomsten av *kommunikasjonsrådgivning* som egen vekstnæring. I norsk sentralforvaltning (dvs. de enkelte regjeringsdepartementer samt statsministerens kontor) var det i 2011 ansatt tilsammen 145 kommunikasjonsrådgivere – dvs. mer enn en firedobling siden 1990, da antallet var 33.<sup>2</sup> Disse 145 medarbeiderne (i gjennomsnitt 8 stk. for hvert regjeringsmedlem) har som viktigste oppgave å presentere regjeringens politikk for offentligheten – en virksomhet som fremfor alt består i politisk massekommunikasjon, herunder de tilretteleggings- og formidlingsfunksjonene som inngår i denne.<sup>3</sup> Og til forskjell fra tidligere tider, da slike oppgaver gjerne var overlatt til departementale allroundere eller til innleide pressefolk med partibok, er det i dag et økende innslag av fagfolk med høyere utdanning i kommunikasjonsrådgivning.<sup>4</sup>

Både som fag (teori) og som yrke (praksis) er dette en virksomhet med en politisk dimensjon og et politisk kjerneinnhold, noe som burde tilsi aktiv interesse fra statsvitenskapelig hold. Som fagfelt som kunne betinge en særskilt teoretisk tilnærming har temaområdet imidlertid

---

<sup>1</sup> Fagplan vedtatt av kollegiet 20. november 1991 med endringer vedtatt siste gang 28. mars 2000; [http://www.ntnu.no/c/document\\_library/get\\_file?uuid=d59008cd-93d7-47d2-8485-5c6374266e51&groupId=10473](http://www.ntnu.no/c/document_library/get_file?uuid=d59008cd-93d7-47d2-8485-5c6374266e51&groupId=10473).

<sup>2</sup> Antall ifølge personelloppsett oppført i sentralforvaltningens årlige internpublikasjon *Telefonkatalogen* for hhv. 1990 og 2011. Det skal bemerkes at stillingsbetegnelsen “kommunikasjonsrådgiver” ennå ikke var tatt i bruk i departemental terminologi i 1990. Tallet 33 gjelder således medarbeidere med tilsvarende arbeidsfelt, men her oppført med andre stillingsbetegnelser så som pressetalsmann, informasjonleder, -medarbeider, -sekretær o.l.

<sup>3</sup> Her inngår også løpende informasjonsformidling av faktisk og relativt upolitisk art, men det overordnede perspektivet vil være det politiske. Dette gjelder således de ulike former for ”omdømmebygging” og ikke minst såkalt ”spin doctor”-virksomhet, hvor essensen er å omskrive et mer eller mindre traurig politisk budskap til en positiv vintersak - en gladmelding.

<sup>4</sup> Eksempelvis kan nevnes at Høgskolen i Lillehammer tilbyr et såkalt ”Årsstudium i kommunikasjonsrådgivning” (emnekoder KOM1001/1 og KOM1002/1). I studiebeskrivelsen heter det således at ”Studiet skal gi en bred og grunnleggende innføring i informasjons- og kommunikasjonsrådgiverens arbeidsoppgaver, både som fag (teori) og yrke (praksis)”; [http://hil.no/hil/layout/set/print/studiehaandbok/studiehaandboeker/2008\\_09\\_studiehaandbok/nettvisning/aarsstudium\\_i\\_kommunikasjonsraadgivning\\_kull\\_2008\\_2010](http://hil.no/hil/layout/set/print/studiehaandbok/studiehaandboeker/2008_09_studiehaandbok/nettvisning/aarsstudium_i_kommunikasjonsraadgivning_kull_2008_2010).

langt på vei vært overlatt til disiplinene mediavitenskap og markedsføringsteori (i tillegg til, som tidligere, språkfilosofi og sosialpsykologi).

Statsvitenskapelig forankrede teorier – ennsi teoretiske modeller – som kunne synes egnet til meningsfylt å belyse de typer kommunikasjon som er objekt for foreliggende studie, synes hittil å ha vært fraværende.

### *Den tverrfaglige verktøykasse*

I fraværet av anvendbar statsvitenskapelig teori, har denne studien i sin innretning hentet teoretiske forståelsesrammer fra andre disipliner, hvorav semiotikken allerede er nevnt foran. Studieobjektets tverrfaglige aspekter har gjort det nærliggende å søke teoretisk inspirasjon fra ulike samfunnsvitenskapelige fagfelter, herunder også fra tilgrensende segmenter av sosialantropologien og litteraturvitenskapen. Dette gjelder blant annet deler av det post-strukturalistiske tankegods og begrepsapparat, herunder det semiologiske perspektiv på ”bildets retorikk” (Barthes 1964), som langt på vei avspeiles i foreliggende studies forståelse av det enkelte frimerkes billedflates budbringer-funksjon. Det gjelder videre, om enn i mindre grad, deler av de epistemologiske forståelsesmåter som er nedfelt i forestillingen om ”kunnskapens arkeologi” (Foucault 1972), samtidig som forfatteren vil reservere seg mot å tas til inntekt for post-strukturalismens betoning av ”det ikke-diskursive” som (angivelig) setter rammene for den viten vi finner i diskursen. For den foreliggende oppgaves vedkommende har det tvertimot syntes fruktbart å se slike rammer som det tentative sluttprodukt av samspillet mellom (1) de vilkårlige diskursive rammer som forfatteren selv trekker opp gjennom sine postulater, og (2) den viten som avdekkes i løpet av prosessen. I en form for analogi med det ellers ikke altfor meningsfylte munnhullet ”Veien blir til mens man går”, gir det her en viss mening i å betrakte studiens diskursive rammer som en funksjon av selve studien.

Det skal videre bemerkes at de problemstillinger som spesielt formuleres og drøftes i Kap. 7.4 ”Frimerket og samfunnsutviklingen” har tatt utgangspunkt i en kritisk tilnærming til ”*Doxa*”-begrepet (Bourdieu 1991: 26) i dets gjengse betydning av sosiale og politiske oppfatninger og forestillinger som tas for gitt, og som derfor ikke underkastes kritiske undersøkelser. Spørsmålet om hvorvidt en slik effekt gjør seg gjeldende i publikums forhold til de budskap som målbæres på frimerkenes billeflater, utdypes riktignok ikke nærmere her, men kan være et interessant tema for ytterligere forskning.

For sentrale deler av oppgaven har forfatteren funnet det fruktbart å trekke inspirasjon fra reduksjonistisk teori. Dette gjelder spesielt Kap. 2.2 “Utvikling av relevante typologier og parametere”. Fremgangsmåten er her den analytisk-syntetiske, m.a.o. basert på den metodisk reduksjonistiske tilnærming, hvor helheten deles opp for å studere delene (den analytiske strategi), som deretter settes sammen for å analysere helheten (den syntetiske strategi).

Endelig skal det bemerkes at det i studiens avsluttende analytiske del (Kap. 8 “Talking av de observerte sammenhenger/korrelasjoner”) også benyttes verktøy hentet fra ulike deler av økonomisk teori.

### *De metodiske utfordringer*

Fraværet av egnede statsvitenskapelig forankrede teorier eller modeller har medført at forfatteren har måttet gå til oppgaven – trenge inn i et *Terra Incognita* - uten noe tydelig veikart, med kjente koordinater, trygge landemerker eller forståelige retningskilt. At det teoretiske underskuddet i utgangspunktet også har innebåret et metodologisk handicap, skal ikke stikkes under stol.

Denne type handicap er et forhold som stiller den seriøse forsker overfor fallgruber, hvorav det kan være særlig grunn til å være på vakt overfor fristelsen til å kamuflere ens teoretisk/metodologiske utilstrekkelighet ved å påberope seg etablerte faglige autoriteter – ut over det som stoffet eller arbeidet gir dekning for. Således vil overdrevent generøse doser ”name-dropping” i litteraturhenvisninger eller i tekst forøvrig kunne forlene arbeidet med et fikenblad av tilsynelatende akademisk legitimitet og soliditet. Det er et kjent trekk ved mange akademiske tekster at de utsmykkes med sitater av eller henvisninger til et engere utvalg prestisjetunge ”guruer” - høyprofilerte gjengangere, hvis arbeider ikke alltid nødvendigvis har like stor relevans til de temaer som angjeldende tekster omhandler.<sup>5</sup> For en forsker som setter intellektuell redelighet i høysetet kan denne type fristelse utgjøre et tankekors og en særlig utfordring med hensyn til å utvise edruelighet og ryddighet. En annen, beslektet, fallgrube er faren for å søke å kompensere for en slik eventuell teoretisk/metodologisk uformuenhet ved å bruke et i overkant pretensiøst, oppstyltet eller esoterisk språk – noe som kan mistenkes for å skulle tjene til å tilsløre et innhold av mer eller mindre kvasivitenskapelig eller uvitenskapelig art. I hvilken grad forfatteren av foreliggende skrift har evnet å styre unna slike fallgruber, får det være leserens privilegium å bedømme.

Samtidig utgjør det handicap som her beskrives et forhold som også – idéelt sett - vil kunne anspore til slik metodologisk kreativitet som gjerne ledsager erkjennelsen av å ha gitt seg i kast med et faglig spennende nybrottsarbeid. Forfatteren finner ingen grunn til å legge skjul på at dette har vært en særlig motiverende faktor i arbeidet med foreliggende avhandling.

Det skal heller ikke legges skjul på at dette arbeidet har vært opplevet som ikke bare en spennende utfordring men som et ambisiøst foretagende. Denne forfatter pretenderer riktignok ikke med dette å ha utviklet eller lagt grunnlaget for en helt ny, fagspesifikk statsvitenskapelig disiplin innen kommunikasjonsteori og -metodologi. Ambisjonen, som likevel i all beskjedenhet peker på nye, ennå ikke oppgatte spor, er imidlertid å bidra til å utvide det statsvitenskapelige perspektivet på denne tematikken til å omfatte politisk massekommunikasjon i betydningen påvirkningsprosesser gjennom vedvarende eller permanent budskapsformidling ved institusjonalisert énveiskommunikasjon.

Sammenfatningsvis kan det bemerkes at i spørsmålet om teoretisk og metodologisk forankring har oppgavens art medført at forfatteren har vært henvist til å innta en eklektisk og udogmatisk holdning til å benytte en verktøykasse med et heterogent og tildels sparsomt

---

<sup>5</sup> Det skulle være tilstrekkelig – som illustrerende eksempel – å vise til den enormt omfattende forekomst av sitater av en så høyprofilert skikkelse som Noam Chomsky, som er å finne i akademiske arbeider innen nærsagt alle tenkelige fagdisipliner.

innhold. I den grad den metodikk som anvendes likevel kan inspirere andre til kreativ forskningsinnsats, vil det selvsagt være en kjærkommen bonus.

Om studiens metodikk forøvrig, følger denne – i korte trekk – en sekvensiell (og konvensjonell) oppbygging med utgangspunkt i datainnsamling med påfølgende bearbeidelse av datagrunnlaget gjennom en serie kvantitative beskrivelser med fremstillingsform bestående av tabeller, diagrammer og grafer, og som avslutningsvis gjøres gjenstand for tolking og analyse.

### ***Budskapsfunksjonen, motiver, sammenhenger og utviklingstrekk***

Da Marshall McLuhan – sterkt inspirert av sin mentor Harold Innis (Innis 1950) - i sin tid formulerte tesen om at *mediet er budskapet* (“the medium is the message”), var det neppe frimerket han primært hadde i tankene (McLuhan 1964). Som vi skal komme tilbake til i Kap. 1.3.2, er frimerket et nær perfekt eksempel på at tesen i visse henseender kan stemme: Det finnes et sett identiske budskap som ethvert frimerke målbærer, nettopp i kraft av å være et frimerke.

Men også det motsatte kan observeres, idet ethvert frimerke (som vi likeledes skal komme tilbake til, jfr. Kap. 2.1.3) samtidig og i tillegg også målbærer sitt eget, mer eller mindre distinkte, individuelle budskap. Hva dette består i, behøver på ingen måte være en funksjon av at mediet for anledningen er hva det er.

I foreliggende studie vil vi ta utgangspunkt i frimerkets ulike, men innbyrdes beslektede, funksjoner som *rikssymbol*, som *nasjonalsymbol*, som virkemiddel i *nasjonsbyggingens* tjeneste, herunder som redskap for *revirmarkering*; videre som en stats *sanksjons-* og *legitimasjonsverktøy*, som statens *bumerke* - dens *identitetsbevis* innad og dens *visittkort* utad; frimerkets funksjon som uttrykk for statens *selvbilde* og *selvforståelse*, samt dets funksjon som medium for politisk *forkynnelse* eller *programerklæring*, fremsatt av staten på vegne av seg selv (eller på vegne av dens sittende regime), på vegne av riket som den forvalter, eller på vegne av den nasjon som den identifiseres eller identifiserer seg med.

Formålet er således i første omgang å belyse hvordan disse funksjoner har kommet til uttrykk gjennom de *motiver* som har prydet eller blitt gjengitt på frimerkenes billedflater, og derigjennom også belyse hvilke *samfunnsmessige trender* som på denne måten er blitt målbåret eller blitt gitt et iøynefallende materielt uttrykk. Denne øvelsen vil videre, som nevnt ovenfor, danne grunnlaget for et forsøk på å frembringe en meningsfylt forståelse og eventuelt kunne trekke fruktbare slutninger (dvs. slutninger med generaliserende kraft) med hensyn til de *sammenhenger* og *utviklingstrekk* som på denne måten søkes avdekket. For dette formål er studien gitt en to-dimensjonal struktur, bestående av henholdsvis et *dynamisk* aspekt (utviklingen over tid) og et *komparativt* aspekt (jvnføringen mellom Norge og Syd-Afrika).

### ***Studiens objekt og innretning***

Blant alle tenkelige land, - hvorfor nettopp Norge og Syd-Afrika? I utgangspunktet er det lett å peke på de praktiske og bekvemmelighetsmessige hensyn: Mens Norge er undertegnedes hjemland, er også Syd-Afrika et land hvor jeg har bodd i flere perioder og ellers besøkt hyppig. I tillegg har jeg i mange år vært en systematisk samler av begge lands frimerker. Dette er med andre ord to land som jeg kjenner relativt godt – både i bredere, samfunnsmessig henseende og hva spesielt angår frimerkeutgivelser.

Men det forhold som gjør disse to landene spesielt egnet for en komparativ studie, er at vi her har å gjøre med to samfunn som er omtrent så forskjellige som det er mulig å finne – både med hensyn til den geografiske og historiske kontekst og med hensyn til politiske, sosiale, økonomiske og kulturelle parametere. Gjennom den tidsperioden som er aktuell for denne studiens vedkommende, har Norge således i global sammenheng gjerne fremstått som et foregangsland på felter som menneskerettigheter, demokrati, sosial utjevning og likestilling. Tilsvarende har Syd-Afrika gjennom det meste av samme tidsepoke vært nærmest et skoleeksempel på det motsatte – et samfunn preget av undertrykkelse og fravær av borgerrettigheter og politiske rettigheter for landets flertallsbefolkning.<sup>6</sup>

I den grad foreliggende studie måtte avdekke sammenlignbare mønstre med hensyn til frimerkeutgivelser samfunnsmessige og politiske budbærer-funksjon, skulle disse ulikhetene med hensyn til studiens to objekter tilsi at vi har å gjøre med signifikante korrelasjoner herunder årsakssammenhenger av mer generell gyldighet.

**Innledning Del 2** gir en bakgrunnsbeskrivelse som tilsikter å sette avhandlingens tema inn i en samfunnsmessig og historisk kontekst, med vekt på frimerkets funksjon og betydning i et dynamisk modernitets- og moderniseringsperspektiv.

Studiens innretning er videre i grove trekk som følger:

Kap. 1 tilstreber å gi en redegjørelse for frimerkets ulike funksjoner, som et forklarende bakteppe for den videre drøftelse. Vi vil i de påfølgende kapitler søke å (Kap. 2) identifisere hvordan de ulike funksjoner har kommet til uttrykk i de valg av motiver som har prydet frimerkenes billedflater; videre foreta en operativt hensiktsmessig inndeling av de ulike grupper motivkategorier; samt (Kap. 3) beskrive de ulike typer utgivelsespolitikk som avtegner seg ut ifra parametere som utgivelsesvolum, motivvalg m.v.

Vi vil deretter (Kap. 4) presentere de to case studies – Norge og Syd-Afrika – med hensyn til de dynamiske og komparative aspekter, herunder grad av sammenlignbarhet. I dette kapitlet presenteres dessuten de hypoteser som lanseres i denne studien, og det gis en mer konkret redegjørelse for den metode som kommer til anvendelse.

Kap. 5 og Kap. 6 tar for seg henholdsvis Norge og Syd-Afrika, hver for seg, med beskrivelse av utviklingstrekk inkludert endringsmønstre over tid.

---

<sup>6</sup> At valget falt på Syd-Afrika, var likevel ikke helt opplagt: Ut i fra de samme utvelgelseskriterier kunne en slik komparativ studie like gjerne omhandlet Sovjetunionen/Russland – et land hvor forfatteren har tilbrakt til sammen syv år av sitt liv. Når så ikke er gjort, er dette først og fremst fordi Sovjetunionen/Russland som frimerkeland betraktet er en ytterst uoversiktlig og følgelig uhåndtérbar materie.

I Kap. 7 jevnføres de beskrivelser er foretatt og eventuelle konklusjoner som er trukket i kapitlene 5 og 6 for de to land enkeltvis, mens Kap. 8 vil tilstrebe en tolking av de sammenhenger eller korrelasjoner som måtte være påvist.

## INNLEDNING - DEL 2:

### FRIMERKETS SAMFUNNSMESSIGE FUNKSJON OG BETYDNING – MODERNITETENS GJENNOMBRUDD

*”Innføringen av enhetsporto og utgivelsen av vårt første frimerke for 150 år siden var en forutsetning for den utviklingen som vårt samfunn gjennomgikk på den tiden” (Frimerkeposten 2005: 12).*

Den 1. januar 1855 inntraff en tildragelse som markerer et tidsskille i norsk historie. Norge utgav sitt første frimerke: Det blå fireskillingsmerket med avbildning av riksvåpenet (katalognr. NK 1 i *Norgeskatalogen*).

Isolert sett kanskje ingen spektakulær eller sensasjonell hendelse? Så var det da heller ingen isolert begivenhet, hverken i tid eller i rom. Det var en hendelse som hang nøye sammen med en serie andre tildragelser - forutgående såvel som samtidige - som fant sted i utland og innland. En serie tildragelser med synergieffekter som i løpet av en drøy mannsalder medførte en mer omfattende samfunnsomforming, med større endringer i rammebetingelsene for folks dagligliv, enn i noe annet tidsrom av tilsvarende lengde i menneskehetens historie. Det dreiet seg fremfor alt om endringer som innebar en dramatisk utvidelse av rammene for *kommunikasjon*, hva enten det gjaldt *samferdsel* og *transport* (fysiske forflytninger av mennesker og gods) eller overføring av *informasjon*. Det gjaldt, i materiell forstand, utvidelse av de fysiske rammer, men det gjaldt også, på det psykologiske plan, en utvidelse av den menneskelige forståelse av disse rammene. Langt på vei endret disse rammene karakter fra å være statiske til å være dynamiske grenser for det menneskelige handlingsrom. Vi taler om endringer som gjorde at den tids mennesker i løpet av sin levetid måtte foreta sterkere og mer drastiske justeringer av sin virkelighetsoppfatning på flere livsområder enn hva tilfellet har vært i noen tidligere eller senere epoke. Vi taler om en serie tildragelser, forhold og fenoméner som i ettertid kan ses som den viktigste forløper for den såkalte *globalisering* som det i 1990-årene kom på moten å snakke om – herunder forestillingen om verden som ”den globale landsby” (McLuhan 1962).<sup>7</sup>

Betraktninger, formulert som påstander av ovenstående art, er lettere å fremsette enn å bevise. Noen vil mene og hevde at aldri før i menneskehetens historie har det skjedd en så rask og gjennomgripende utvikling på de felter som angår og former folks dagligliv, som nettopp i vår egen tid, - definert som den siste mannsalder. Mange av de tekniske innretninger som vi omgir oss med, som vi idag tar som en selvfølge, og som så å si definerer vårt dagligliv, eksisterte knapt for bare en generasjon (33 år) siden. Det skulle være nok å nevne PC'en,

---

<sup>7</sup> I dagliglivets kommunikasjon kan det utvilsomt være formålstjenlig med bruk av populærbegreper, inkl. kjappe merkelapper som ”globalisering”. Samtidig kan slik bruk undertiden gi inntrykk av at man taler om noe radikalt nytt, mens det i virkeligheten dreier seg om en ny og motebetont måte å omtale fenoméner som kan ha en betydelig eller mangslungen forhistorie. Så også med hensyn til globaliserings-tematikken. For nærmere fordykning i materien kan vises til St.meld. nr.19 (2002-2003) *En verden av muligheter* (<http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/dok/regpubl/stmeld/20022003/Stmeld-nr-19-2002-2003-/1.html?id=196672>).

mobiltelefonen og Internett (supplert med de såkalte ”sosiale” kommunikasjonsbærere som Facebook, LinkedIn og Twitter).<sup>8</sup>

Så kan man da spørre om de dagliglivets omskiftelser som har skjedd i løpet av den siste generasjon, - i vår egen levetid, har blitt opplevet av oss som sterkere og mer gjennomgripende, enn hvordan tidligere generasjoner opplevet de endringer som inntraff i *deres* levetid. Vi spør, for å formulere det litt annerledes, om den relative intensitet av summen (for ikke å si tverr-summene) av menneskenes subjektive opplevelser i to (eller flere) ulike tidsrom. Det skal ikke mye kløkt til for å innse at denslags ikke er målbart. Temaet har ikke desto mindre vært søkt gjort gjenstand for seriøse betraktninger. For eksempel kan nevnes at den tyske sosiolog Max Weber i sin tid formulerte en tese om at enhver generasjon vil oppleve de store, dramatiske begivenheter i sin egen samtid med samme intensitet som tilfellet vil være for enhver annen generasjon (Weber 1949; Weber 1978).<sup>9</sup> Det kan godt være at så er tilfelle - det lyder endog plausibelt - men objektivt målbart er det ikke. Dét er imidlertid tilfellet med hensyn til de epokegjørende, og i konkret forstand grensesprengende tildragelser som fant sted i den tidsalderen som, blant så mange andre ”bevissthets-utvidende” nyvinninger også brakte oss *frimerket*.

Dette bør rimeligvis utdypes nærmere, og jeg inviterer dermed leseren med på et raskt dypdykk i historien.

Det begynte i Storbritannia. Det var her den industrielle revolusjon i løpet av annen halvdel av det 18. århundre kom igang for alvor,<sup>10</sup> og beredet grunnen for det veritable paradigmeskifte som skulle inntreffe et par generasjoner senere. Det skjedde også skjellsettende ting andre steder – ikke minst i Frankrike, snart også i De Forente Stater. Men det var fremfor alt i Storbritannia at utviklingen samlet et slikt momentum over et slikt bredt felt at man i løpet av et såvidt komprimert tidsrom som en mannsalder - fra begynnelsen av 1820-årene til midten av 1850-tallet - kunne registrere mer gjennomgripende endringer i rammebetingelsene for den menneskelige daglige tilværelse enn hva tilfellet har vært i noe annet samfunn i noen annen historisk epoke.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Om det så er en allestedsnærværende nødvendighetsartikkel som *fjernsynet*, skal det minnes om at mange fortsatt oppegående mennesker var godt voksne før TV'en gjorde sitt inntog i Norge (og farve-TV kom først igang på prøve-basis i begynnelsen av 1970-årene).

<sup>9</sup> Her gjengitt i en form som reflekter den vanlige tolkning av Webers sosiologisk-historiske metode, med dens fokus på ”Verstehen”-begrepet og den såkalte ”interpretive approach” – en tilnærming (også benevnt ”subjektivismen”) som i prinsippet også er nært beslektet med premissene for populære godtkjøps-munnhell som ”enhver blir salig i sin tro” og ”lastenes sum er konstant”. De oppgitte referanser gjelder her de engelske oversettelsene av angjeldende verker, som ble utgitt først mange år etter Webers død (1920).

<sup>10</sup> Blant forløperne i så måte må særlig fremheves tidens oppfinner-pionérer, så som britene James Watt (dampmaskinen, fra ca. 1765), James Hargreaves og Richard Arkwright (spinnemaskiner, 1765 og 1769), Edmund Cartwright (den mekaniske vevstol, 1784) og amerikaneren Eli Whitney (bomullsrensemaskinen, 1793 - også kjent for å ha utviklet samlebandsteknikken i den industrielle produksjonsprosess).

<sup>11</sup> At den industrielle revolusjon også – og i motsetning til hva som ofte har vært hevdet – medførte en rask og vedvarende bærekraftig heving av levestandarden for alle samfunnslag, er også et moment som heller ikke skal glemmes og forties, selv om det ikke utgjør et hovedpoeng for den foreliggende fremstillings og drøftelses formål.



I sentrum for utviklingen stod de teknologiske nyvinninger innen *transport, kommunikasjon og informasjonsoverføring*.

Det dreiet seg om *oppfinnelser*, og - like viktig: At oppfinnelsene raskt ble omsatt i praktisk anvendelse, at de ble tatt i bruk i stor målestokk. Blant de mest kjente nyvinningene – oppfinnelser som raskt ble tatt i bruk i stort omfang, kan nevnes:

- Dampskipet, utviklet av amerikaneren Robert Fulton omkring 1807
- Damplokomotivet, utviklet av briten George Stephenson, som i 1825 tok oppfinnelsen i bruk i verdens første kommersielle jernbanelinje (Stockton-Darlington)
- Telegrafan, utviklet av amerikaneren Samuel Morse (m.fl.) fra ca. 1835
- Fotografiapparatet, utviklet av franskmannen Daguerre (m.fl.) fra ca. 1839

I tillegg var dette også et tidsrom preget av epokegjørende *vitenskapelige oppdagelser* på en rekke felter, hvorav spesielt *elektrisiteten* (engelskmannen Michael Faradays oppdagelse av den elektromagnetiske induksjon i 1831) etterhvert skulle komme til anvendelse i en grad og et omfang som med tiden kom til å sette et gjennomgripende preg på nærsagt alle samfunnets områder.

Vi taler om en utvikling som i løpet av én generasjon frembrakte et overveldende tilfang av teknologiske og vitenskapelige nyvinninger – oppfinnelser og oppdagelser – av en art og et omfang uten sidestykke tidligere i historien. Det var en utvikling så overveldende at den nye virkeligheten som derigjennom - radikalt og irreversibelt – oppstod, også forandret folks fornemmelse av virkeligheten. Det inntraff et paradigmeskifte som skulle bli innfallsporten til den epoken som på åndslivets område skulle få merkelappen *moderniteten* og som gav et frempek mot dens materielle dimensjon *maskinalderen*.

Ikke på noen felter kunne effekten på folks dagligliv av denne utviklingen merkes raskere, tydeligere eller sterkere enn når det nettopp gjaldt transport, kommunikasjon og informasjonsoverføring.

Spesielt utbyggingen av jernbanenettet i Storbritannia i årene etter 1825 skulle revolusjonere folks begreper om hva som var fysisk mulig med hensyn til forflytninger i tid og rom.

Inntil jernbanen kom, hadde menneskehetens forestillinger i så måte stått på stedet hvil i tusenvis av år, nærmere bestemt siden man i den yngre bronsealder (ca. 1500 f.Kr.) hadde tatt i bruk vogner med hjul og med hest som trekkdyr. Med vogner av den beste tekniske standard som var å oppdrive, forspent med sterke hester (som måtte skiftes på skyss-stasjoner med ikke altfor mange kilometers mellomrom), var det i 1825 mulig å befordre et begrenset antall privilegerte passasjerer (f.eks. inntil et dusin) over det som fantes av brukbare veier i en marsjfart som ikke kunne komme særlig over 20 km/t i gjennomsnitt dersom det var tale om lengre strekninger. Grensene for hvor mange personer det var mulig å frakte hvor langt og hvor hurtig, hadde knapt endret seg på over tre tusen år. Med jernbanen ble det plutselig mulig å frakte hundrevis av passasjerer over en mangedoblet strekning i en flerdoblet hastighet. Grenser som tidligere ble oppfattet som statiske og uforanderlige, ble flyttet drastisk og radikalt. Men grensene ble ikke bare flyttet hinsides alt hva man tidligere hadde

kunnet forestille seg, de antok samtidig en dynamisk og foranderlig karakter: Den forestilling slo rot, at fremtiden kunne komme til å bringe ytterligere grenseforflytninger (en forestilling som fremfor noe kom til å prege Jules Vernes forfatterskap).

Likeledes skulle dampskipet etter hvert medføre en kraftig kapasitetsøkning med hensyn til raskere befordring av større passasjer- og godsmengder over store oversjøiske avstander, samt – fremfor alt – med den reduserte avhengigheten av vær og vind, muliggjøre rutegående skipsfart med forutsigbar regularitet.

Tilsvarende skulle innføringen av telegrafene revolusjonere folks begreper om hva som var fysisk mulig å overføre av informasjon, - hvor mye informasjon som kunne overføres hvor hurtig over hvilke avstander. Heller ikke på dette området var det skjedd banebrytende nyvinninger siden oldtiden. Optisk telegraf (semafor) var fra slutten av 1700-tallet i en viss grad blitt tatt i bruk i enkelte land (særlig Frankrike). Med slikt utstyr var det teknisk mulig å overføre korte meldinger flere hundre kilometer i løpet av noen få timer – forutsatt godvær (sikt). Under gitte forutsetninger var også bruk av brevduer en mulighet. I det store og hele var man imidlertid henvist til å benytte seg av mennesker på reisefot som informasjonsbærere og kommunikasjonsformidler. Dette ble gjort innen rammen av et etablert postvesen i den grad slikt fantes. I de fleste tilfeller var man imidlertid henvist til å benytte seg av leilighetsskyss, eventuelt – for de mest ressurssterke – bruk av personlig kurér eller ordonnans. Selv innenfor et land med et såvidt begrenset areal, gunstig terreng og velutviklet veinett som Storbritannia, betydde dette for folk flest at overføring av informasjon (brev eller andre typer forsendelser) over større avstander enn noen få kilometer, medførte store kostnader eller usikkerhet og tidsspille i forbindelse med venting på at en reisende som kunne betros oppgaven å medbringe et brev skulle dukke opp. Telegrafene gjorde det mulig for et mangedoblet antall mennesker å sende eller motta et vesentlig utvidet informasjonsvolum over store avstander på en brøkdel av den tid det tidligere hadde tatt. Og ikke minst, den gjorde det mulig for *avisene* å innta rollen som *nyhetsmedia*, som formidlere av et sterkt utvidet mangfold av ferske nyheter fra fjern og nær.

Det er tale om teknologiske nyvinninger som i løpet av få år medførte en radikal utvidelse av folks persepsjon av grensene for det menneskelige handlingsrom, fysisk såvel som psykologisk. En person født i Storbritannia omkring 1810 måtte i sin barndom og oppvekst nødvendigvis ha opplevet disse grensene som statiske og uforanderlige. Innen samme person var fylt femti måtte han eller hun forlenget ha vennet seg til en annerledes virkelighet hvor de stedfunne grenseendringer ikke bare uttrykket gradforskjeller, men hvor de hadde gjennomgått et kvantesprang.<sup>12</sup> Vi taler om et kvantesprang som var konsekvensen av en serie objektivt målbare forhold som medførte objektivt målbare endringer i sentrale aspekter av den menneskelige dagligtilværelses rammevilkår. Og vi taler vel å merke om forhold som ikke bare berørte et snevert befolkningssegment som f.eks. en privilegert elite, men som på gjennomgripende vis berørte hele samfunnet.

---

<sup>12</sup> Dette uttrykket benyttes her i dets folkelige betydning, som ikke må forveksles med dets betydning innen kvantefysikken.

Slik snudde den teknologiske revolusjon opp ned på folks forestillinger på en rekke felter, fremfor alt med hensyn til mulighetene for transport av et langt større antall mennesker (eller en tilsvarende større mengde gods) over langt større avstander med en hastighet flere ganger så høy som noe man tidligere hadde kunnet forestille seg. Samtidig fant det også (og i første rekke i Storbritannia) sted en rekke strukturelle og forvaltningsmessige reformer, som skapte endrede eller nye rammevilkår for folks dagligliv. Det skjedde f.eks. en radikal modernisering av samfunnsvirksomheter som politi-, retts- og fengselsvesen, skolevesen, brannvesen og sunnhetsvesen. Det samme gjaldt infrastrukturelle anliggender som vei-, vann- og kloakkvesen osv. Som følge av en drastisk heving av befolkningens lesekyndighet i kombinasjon med trykke-tekniske fremskritt samt den revolusjon med hensyn til informasjonsoverføring som telegrafene brakte med seg, fremstod avisene - dagspressen - for første gang som et moderne massemedium. Den rollen har de bevart frem til vår egen tid, - en rolle som nå riktignok synes truet blant annet som følge av vår tids "digitale revolusjon" og fremveksten av de såkalte "sosiale medier" (*The Economist* 2011).

Det var en epoke preget av nye, sterke og samfunnsomformende synergier. I løpet av én generasjon tok Storbritannia skrittet fra en middelaldersk samfunnsorganisasjon til den samfunnsstruktur som i hovedtrekkene består den dag i dag.

For første gang i historien måtte den jevne mann og kvinne venne seg til å betrakte virkeligheten og dens mulighetsrammer som noe *foranderlig*. En såvidt radikal endring av folks forestillingsverden måtte nødvendigvis også sette store krav til mental omstilling. Denne omstillingen omfattet både tilpasning til nye fysiske (materielle) fenoméner, tilpasning til endrede strukturelle rammevilkår i samfunnsorganisasjonen og revurdering av en rekke av den dagligdagse tilværelses tilvante forestillinger. Sistnevnte gjaldt også presumptivt kjente fenoméner bl.a. på det sosio-psykologiske plan. Således skulle en begivenhet som "*Det store togrøveriet*" i 1853 slå inn med sjokkartet effekt på folks gjengse forestillinger om kriminalitetens vesen.<sup>13</sup>

Den utviklingen som her er beskrevet, gjaldt som nevnt først og fremst Storbritannia. I andre "siviliserte land", hvortil må henregnes Norge, fikk man – med varierende grad av forsinkelse og etterslep – en i hovedtrekkene noenlunde tilsvarende utvikling. Selvsagt med et visst spektrum av individuelle variasjoner, - i Norge inntraff f.eks. den industrielle revolusjon ikke i forkant av, men parallelt med eller i etterkant av introduksjonen av de foran omtalte teknologiske nyvinningene. Hva sistnevnte angår, kan man for Norges vedkommende registrere følgende milepæler:

- Kanalbyggingen tar til i 1825 (Haldenkanalen)
- Dampskipet introduseres i 1826 (hjuldamperen "Constitutionen")
- Den første jernbanelinjen (Hovedbanen Christiania-Eidsvoll) åpner i 1854

---

<sup>13</sup> Ingen steder er disse forhold, og det underliggende paradigmeskifte, bedre skildret enn i Michael Crichtons roman *Det store togrøveriet* (1975, senere også filmatisert med Sean Connery i hovedrollen). Disse forhold utgjør også en sentral del av det tematiske bakteppet i Jules Vernes klassiker *Jorden rundt på 80 dager* (utgitt 1873) hvor hovedhandlingen er bygget opp omkring de reisemessige muligheter som de teknologiske nyvinninger åpnet for, men hvor også de samme teknologiske nyvinningers kriminelle potensiale er et parallelt sekundært tema.

- Telegrafen etableres i 1855
- Landets første frimerke utgis i 1855

Og dermed er vi tilbake til utgangspunktet – lanseringen av *frimerket* som et tidsskille i Norges historie. En vilkårlig valgt påstand, slik det gjerne blir når man i historisk tilbakeblikk skal plasere merkesteiner – historiske knagger eller fastpunkter til støtte for vår forståelse av signifikante epokeskifter og skjellsettende utviklingstrekk. Og nettopp som sådan er frimerket eksepsjonelt velegnet. Mer enn noen annen konkret enkeltgjenstand avspeiler denne lille papirbiten realiseringen av de muligheter som de forutgående teknologiske landevinninger – i første rekke dampskipet og jernbanen – åpnet opp for. Mer enn noen annen konkret enkeltgjenstand reflekterer denne lille papirbiten at selve kjerneelementet i det paradigmeskiftet som de teknologiske nyvinningene brakte med seg, var *kommunikasjon*. Dette elementet bestod i de ubegrensede muligheter som åpnet seg for overføring og formidling av informasjon menneskene i mellom, over ubegrensede avstander. Mer enn noen annen konkret enkeltgjenstand var denne lille papirbiten både et produkt av, og i noen grad en forutsetning for, de omfattende samfunnsmessige reformer som fant sted parallelt med og i takt med den foran beskrevne teknologiske revolusjon. Og samtidig var denne lille papirbiten et håndfast symbol på den statsmakt som så seg selv som samfunnets øverste organ og som samfunnsutviklingens formynder. Frimerket ble på denne måten et uttrykk for statsmaktens aktive vilje til å ta ansvar for at den nye tids kommunikasjonsmessige muligheter skulle utspilles innenfor rammen av ryddige rutiner. Det var en ramme hvor staten stilte som garantist for at saker og ting skulle gå ordentlig for seg.

Som i Norge, så også i andre land som ønsket å tilhøre den ”siviliserte verden”. Og dét var, når det kom til stykket - som det stundom gjør – de aller fleste.

Atter en gang tilbake til Storbritannia, for det var der det begynte.<sup>14</sup>

Briter, det vil i denne sammenheng si engelskmenn og skotter, har i 170 år strides om hvem – Rowland Hill eller James Chalmers - som skal tildeles æren av å være ”frimerkets far”. Frimerkets tilblivelseshistorie – herunder hvilken ære, rolle eller betydning som skal tillegges henholdsvis Hill og Chalmers – er blitt fortalt og gjenfortalt utallige ganger. For en utenforstående kan det fortone seg som en temmelig ørkesløs diskusjon, for det består neppe noen vesentlig uenighet om fakta – om hvem som gjorde hva. Men ”*nasjonens ære*” kan som kjent være sensitive saker.

Sakens bakgrunn var imidlertid det behov som på 1830-tallet med stadig større styrke meldte seg for en postreform. Behovet oppstod i kjølvannet av den kommunikasjonsmessige revolusjon som dampskipet og jernbanen medførte, som la veien åpen for innføring av en

---

<sup>14</sup> En kategorisk påstand, som må forstås på det presisjonsnivå som foreliggende kontekst betinger. Som så ofte ellers, har imidlertid også denne begynnelsen en forhistorie. Som eksempel hitsettes følgende avsnitt fra artikkelen ”Fra frimerkets historie”: ”Vi vet ikke hundre prosent sikkert hvem som først kom på ideen med et frimerke. Vi vet heller ikke når det først fantes noe slikt. Det historikerne har klart å finne frem til, er at i 1653 ble det brukt et oblat som ble klebet på postforsendelsen som bevis på at porto var betalt. Dette var i Paris, men kanskje har det vært merker før den tid også” (NFT 2006a: 23).

reform i tråd med de øvrige forvaltningsreformer som inngikk i den generelle moderniseringsprosess av det britiske samfunnet.

Frimerkets tilblivelseshistorie – dets *genesis* – er imidlertid (iallfall for den foreliggende avhandlings kontekst og formål) en såvidt skjellsettende tildragelse at den fortjener en litt mer utførlig omtale. Få har, i kortfattet form, prestert dette bedre enn Odvar Johs. Witzøe i hans klassiske referanseverk *Frimerkeboka*, hvorfra innledningskapitlet ”Det første frimerke” (Witzøe 1942: 10-11) skal hitsettes *in extenso*:

Rowland Hills postreform.

*At det nettopp ble England som kom til å gjennomføre postreformen, skyldes i første rekke Rowland Hill. 13. februar 1837 utsendte han sitt berømte skrift: ”Post Office Reform, Its Importance And Practicability”. I dette skriftet, som vakte voldsom oppsikt, foreslo han at postfriheten for parlamentsmedlemmer og øvrighetspersoner skulle avskaffes, og at det skulle innføres en ensartet porto for hele landet. Portosatsen skulle være så lav at alle – ikke bare de velhavende – skulle kunne nyte godt av postvesenets fordeler. Portosatsene hadde tidligere vært avhengig av avstanden og varierte fra 4 d. til 12 d. Rowland Hill foreslo imidlertid 1 d. for hele riket. Som kvittering for at portoen var betalt, skulle det benyttes stemplede brevomslag. Rowland Hill’s skrift førte til at det ble nedsatt en kommisjon for å behandle de forslag han var kommet med, og denne kommisjonen stilte seg meget velvillig til reformforslaget. Den opprinnelige planen gikk ut på å benytte spesielle brevomslag etter utkast av Mulready, hvis kostende skulle dekke portoen.*

Frimerkets skaper.

*Kommisjonen ble imidlertid også forelagt et forslag av en skotsk boktrykker James Chalmers, som gikk ut på å benytte frimerker som kvittering for betalt porto. Hill ga forslaget sin tilslutning, og resultatet ble at det den 26. desember 1839 ble gitt ordre om å begynne framstillingen av brevomslag og frimerker. Rowland Hill’s forslag om ensartet porto for hele landet gikk også igjennom, og fra 10. januar 1840 ble portoen for brev inntil ½ ounce (ca. 15 gram) satt til 1 d., med stigende porto for høyere vekt. Den 6. mai 1840 utkom så verdens første frimerke, den sorte 1 penny med bilde av dronning Victoria. Dermed var ikke bare verdens første frimerke skapt, men grunnen var også lagt til den mest omfattende av alle hobbyer, frimerkesamlingen.*

Det var således den britiske postreform, hvor det sentrale element var konseptet om forhåndsbetalt enhetsporto, som ledet til introduksjonen av frimerket. Det var en nyskaping som etter hvert skulle slå igjennom i alle verdens land, og som skulle få en betydning langt utenfor dens opprinnelige postale funksjon.

Den idéen som skulle materialisere seg i Hills og Chalmers’ produkt, var riktignok ikke helt ny. Tidligere hadde frimerkelignende papirstrimler og brevomslag med påtrykt frankeringsverdi vært brukt sporadisk, i Paris for bypost allerede i 1653, senere bl.a. på Sardinia 1819-36 og i Syd-Amerika og enkelte australske stater i 1830-årene. I Sverige ble forutbetaling av porto ved trykte brevomslag foreslått i 1823, men forslaget falt. Den begivenhet som inntraff 6. mai 1840 representerer imidlertid konseptets moderne gjennombrudd. Det var virkeligjørelsen av en idé hvis tid var kommet.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Ordtaket ”Ingen ting (eg. ”ingen armé”) er sterkere enn en idé hvis tid er kommet” tilskrives gjerne forfatteren Victor Hugo, som angivelig skrev det i sin dagbok på dødsleiet.

Og dermed er vi, for Norges vedkommende, tilbake til den tilsynelatende bombastiske påstanden som ble fremsatt innledningsvis i dette skrift, om utgivelsen av det første norske frimerke som et tidsskille i landets historie. Nei, - begivenheten som sådan betydde ingen dramatisk omveltning. Snarere kan den betraktes som et *tidssignal*, som et prov på at Norge hadde tatt skrittet over i en ny tidsepoke, eller kanskje rettere sagt, at en kvalitativt ny tidsepoke hadde gjort sitt inntog i Norge.

Det utviklingsbilde som er skissert i det foregående, og hvor frimerket fremstår som et så iøynefallende element, er fremfor alt av *global* karakter. Her beskrives fremkomsten omkring midten av det 19. århundre av en ny tidsepoke hvor en rekke felles kjennetegn gjorde seg gjeldende – som bemerket i Norge, men også i et så vidt annerledes sted som Syd-Afrika. Sentrale hendelsers tilnærmet sammenfall i tid kan således illustreres ved det forhold at mens Norges første frimerke ble utgitt 1. januar 1855, utkom det første frimerket for det sydlige Afrikas vedkommende 1. september 1853 – mindre enn halvannet år tidligere. Dette gjaldt imidlertid den daværende britiske Kapp-kolonien – som samlet statsdannelse skulle Syd-Afrika først se dagens lys mer enn et halvt århundre senere. I mellomtiden skulle en rekke mer eller mindre etablerte territoriale myndighetsorganer utgi egne frimerker. Dette gjaldt blant andre den britiske kolonien Natal (fra 1857) og de to boer-republikkene Oranje-Fristaten (fra 1868) og Transvaal (fra 1869).

Når selve frimerke-historikken er vesentlig annerledes for Syd-Afrikas vedkommende enn hva Norge angår, reflekterer dette således ikke postale men *politiske* forhold. Utgivelsen av det første felles-sydafrikanske frimerke skulle da også fremfor alt få karakter av en *politisk markering*. Begivenheten fant sted 4. november 1910 i anledning av åpningen av landets parlament, en høyprofilert offisiell begivenhet som samtidig markerte opprettelsen av Syd-Afrika-Unionen – *the Union of South Africa* - som en selvstyrt ”dominion” innenfor Det britiske imperium.

Det store mørkeblå frimerket med valøren 2 ½ pence skulle da også få en utforming som tydelig fremhevet utgivelsens offisielle og politiske budskap om etableringen av en ny statsdannelse: I midten portrettet av kong George V – imperiets og følgelig også Syd-Afrikas statsoverhode. I billedflatens fire hjørner de respektive våpen (emblemer) som representerte de fire territoriene som nå hadde fått status som provinser innenfor den nye Unionen: Kapp-provinsen (”Cape of Good Hope”), Natal, Oranje-Fristaten og Transvaal.<sup>16</sup> Et politisk prosjekt, som medførte en ny statsdannelse, var fullbyrdet – og markert på behørig vis.

\*            \*            \*

På dette punkt kan det være på sin plass å ta en liten pust i bakken. I det foregående har vi tatt for oss det epokeskiftet som inntraff for vel halvannet århundre siden, og hvor postreformen – med innføringen av prinsippet om enhetsporto med *frimerket* som forhåndsbetalt kvittering – var et nøkkelement. Reformens betydning i den større samfunnsmessige sammenheng (i

---

<sup>16</sup> Den politiske symbolbetydning av denne billedbruken understrekes ved det forhold at disse fire provinsvåpeneogså kom til å danne de fire midtfeltene i den nye statsdannelsens riksvåpen.

Norge såvel som i andre land) kan særlig betraktes på to plan, som ledd i henholdsvis *moderniseringsprosjektet* og *nasjonsbyggingsprosjektet*. Det skal videre bemerkes at en avgjørende forutsetning – ideologisk såvel som operativt – for virkeliggjørelsen av dette reformkonseptet, var *statsmaktens rolle som monopolist*. Det skal ikke her spekuleres over hvorvidt det nødvendigvis behøvde å være slik, ei heller over hvorvidt dette nødvendigvis var av det gode, - la oss kun konstatere at slik var det.

Og slik har det, i det store og hele, vært frem til idag. Men utviklingen har ikke stått stille. Gradvis er et nytt tidsskille i ferd med å tvinge seg frem. Vi har allerede lenge kunnet observere hvordan ulike teknologiske nyvinninger har kommet i tillegg til, og tildels erstattet, frimerkefrankert kommunikasjon og korrespondanse. I en rekke land, inkl. Norge, står nå også avvikling av det statlige postmonopol på trappene. Med liberalisering av markedet for posttjenester vil også prinsippet om enhetsporto kunne stå for fall.

I en nyhetsreportasje 5. august 2004 kunne *Aftenposten* meddele at:

*”Posten ønsker fullstendig fri konkurranse på post, og bortfall av enhetsporto. Selskapet ser for seg et system der du betaler ulik porto for ulikt bestemmelsessted. Ikke bare for bedrifter, som departementet foreslår, men også for privatpersoner. Dermed går Posten i en høringsuttalelse et skritt enda lenger enn det samferdselsdepartementet har foreslått i forbindelse med avviklingen av postmonopolet. Tidligere har Posten argumentert for å følge EUs tempoplan, som betyr full liberalisering fra år 2009. Nå er Posten enig i Regjeringens forslag om å liberalisere markedet allerede fra 2007. Dermed vil Norge ligge i forkant av EU”.*

I tilknytning til sin reportasje brakte avisen en kommentatorartikkel som bl.a. inneholdt følgende betraktninger (*Aftenposten* 2004: 2):

*”Bakgrunnen er Samferdselsdepartementets høring og forslag om avvikling av Postens enerett fra 1. januar 2007. Det betyr nye aktører og økt konkurranse. Men bare i de sentrale områdene hvor postombæring gir klingende mynt i kassa, såkalt ”fløteskumming”. Ingen er interessert i å konkurrere med Posten om å bære ut brev og regninger langs fjorder og fjell til en pris som er lavere enn kostnadene. Det er et evig kommersielt tapsprosjekt. For samfunnet stiller det seg annerledes. For uten lik porto blir det dyrere å drive næringsvirksomhet i utkanten. Flytter arbeidsplassene til sentrale strøk, har ikke arbeidstagerne annet valg enn å henge seg på. Det betyr at flere lys slukkes på landet og at bilkøer og boligpriser øker i byene.*

.....

*Regjeringen åpner for ulik porto på kommersielle massesendinger. Slik sett styres kommunikasjonspolitikken inn i et nytt spor. Og Posten Norge gir debatten en ekstra omdreining med ønsket om å oppheve enhetsporto også for enkeltbrev. ... Nå er det ikke all verdens penger det dreier seg om. I snitt går 0,07 prosent eller 400 kroner av husholdningsinntekten med til porto. Men symbolkraften er langt større enn kronebeløpet. Lik porto er en del av fellesskapets infrastruktur og fundament for bosettingen i et langstrakt land. Det vet politikerne, som i motsetning til Posten Norge, regelmessig stiller til valg”.*

Forfatteren av foreliggende skrift har ingen politisk eller nostalgisk motiverte synspunkter på de samfunnsmessige scenarier som *Aftenpostens* kommentator manet frem i forbindelse med

den eventuelle liberalisering av markedet for posttjenester. De bakenforliggende forhold peker imidlertid fremover mot en utvikling som vil innebære en endret virkelighet.

Vi kan i skrivende stund (desember 2011) konstatere at de perspektiver som avisen trakk opp for vel syv år siden iallfall foreløpig ikke har materialisert seg, til tross for at Stortinget allerede 15. mars 2005 fulgte opp Samferdselsdepartementets tilråding ved å vedta at Postens enerett til å formidle postsendinger skulle avvikles fra 1. januar 2007. De mest iøynefallende utslag av reformforslagene har hittil vært på det organisatoriske plan, hvor Posten nå skulle fremstå som to adskilte kommersielle aktører med de to navnene ”POSTEN” og ”BRING”, med hvert sitt operasjonsfelt og hver sin nye, minimalistiske logo skåret over samme lest. Samtidig kunne det registreres at etatens motto var blitt endret fra det noe klamt sentimentale ”Oss mennesker imellom” til det mer kommersielt spenstige ”Vi lever for å levere”.<sup>17</sup> Ved lanseringen av reformen ble det riktignok lagt vekt å få frem *kontinuiteten* i virksomheten, slik det kom til uttrykk i følgende forklaring (*Frimerkeposten* 2008: 5):

*”Postens tjenester til bedrifter skal etter lanseringen selges gjennom Bring, men det er fremdeles Posten som skal levere dem. (...) I Norge skal Posten og Bring jobbe tett sammen. Posten skal ofte levere det som Bring selger. Derfor er Postens logo modernisert, slik at man viser familielikheten med Bring. Forskjellen i markedet blir likevel tydelig. Posten skal levere til hele det norske folk, mens Bring skal tilby bedriftskundene post- og logistikk-løsninger i Norge og Norden.”*

Dessuten lanserte Posten i 2006 en nyskaping som på det visuelle plan kunne betraktes som en symbolhandling i ”privatiserende” retning, nemlig *personlige frimerker*, hvor kunden selv – mot en viss tilleggsavgift – kan velge motivet. (Et tilsvarende tilbud ble i 2001 lansert i Syd-Afrika).

I Syd-Afrika har uttrykket ”privatisering” allerede siden 1980-årene i utbredt grad kommet til å betegne organisatoriske reformer hvor statlige virksomheter endrer karakter fra å være forvaltningsorganer til å være kommersielle aktører som – i tråd med ”New Public Management”-konseptet - underlegges krav til produktivitet, konkurransedyktighet og lønnsomhet. Som illustrasjon på en slik forståelse skal hitsettes følgende utsagn fra de sydafrikanske postmyndigheter: *”Although the Post Office has been privatised since 1992, its entire share issue remains in the holding of the State”* (*Setempe* 1996a: 8).

Og mens Posten Norge ”lever for å levere”, kan det sydafrikanske Post Office i sin logo love sine kunder at *”We deliver, whatever it takes”* (*SA Post Office* 2011).

De reformer som for Norges vedkommende dels har funnet sted og som dels fortsatt er på planleggingsstadiet, fremstår ikke som særskilt dramatiske eller opprivende – selv om den politiske striden som i 2011 oppstod med hensyn til norsk implementering av EUs postdirektiv bidro til å sette enkelte trekk ved utviklingen under debatt. Å fremføre noen konkret formening om hvorhen de rådende trender i tiden vil bringe oss, vil riktignok være for spekulativt og vidløftig, og hører uansett ikke hjemme i foreliggende studie. Vi ser likevel

---

<sup>17</sup> Det kan synes fristende å reflektere over hva som monstro var i veien med det hevdvunne ”Posten skal frem”, men dette er ikke stedet for en slik digresjon.



konturene av en utvikling som innvarsler en radikal og trolig ugjenkallelig avskjed med den situasjon som i det store og hele har rådet grunnen i inn- og utland gjennom mer enn halvannet århundre. I realiteten kan vi tale om et systemskifte i forhold til den praksis som langt på vei har vært retningsgivende ikke bare for frimerkets postale funksjon, men som i enda høyere grad har utgjort premissene for frimerkets øvrige funksjoner. Som vi skal komme nærmere inn på i det etterfølgende, er dette funksjoner som er knyttet til statsmaktens selvforståelse – funksjoner som har sitt utspring i statens oppfatning av hva som er eller bør være dens oppgaver.

## Kap. 1 - Frimerket, - hvorfor det utgis (funksjoner)

### 1.1 Om frimerker og utgivelser

#### 1.1.1 Frimerkets globale seiersgang

Som det vil ha fremgått av omtale i **Innledning Del 2**, så verdens første frimerke - det såkalte "One-Penny Black" - dagens lys den 6. mai 1840. I løpet av de neste årene skulle en rekke land følge Storbritannias eksempel. Først ute var Brasil og enkelte sveitsiske kantoner i 1843, deretter kom land som USA i 1847, samme år også Mauritius, videre Bermudaøyene i 1848, Frankrike, Belgia og Bayern i 1849, Spania, Østerrike og en del australske og tyske stater i 1850, Danmark i 1851, Nederland i 1852, den sydafrikanske Kapp-kolonien i 1853. Samt ikke å forglemme, Norge 1. januar 1855. Da Verdenspostforeningen ("Union Postale Universelle", fork. U.P.U.) ble opprettet i 1874 hadde et flertall av verdens land tatt dette betalingssystemet for posttjenester i bruk.

Frimerket var dermed blitt et verdensomspennende kommunikasjonsverktøy, og samtidig det mest iøynefallende symbol på den globaliseringsprosessen som postvirksomhet i løpet av én generasjon hadde gjennomgått. I forhold til denne prosessen fremstår opprettelsen av U.P.U. i 1874 som den ultimate stadfestelse, som selve kronen på verket.

#### 1.1.2 Postale funksjoner – og andre

*"Fra tid til annen står det frem noen dommedagsprofeter og spår frimerkets død. Profetiene er slett ikke nye. Produsentene av frankeringsmaskiner krydret allerede for 80 år siden sin markedsføring med spydige karakteristikk av de små, taggede papirlappene. Men de fikk aldri rett. Frimerket lever i best velgående. De senere årene har mengden av frimerkefrankert post vært ganske stabil, men etter hvert som postbehandlingssystemene videreutvikles er det naturlig at frimerkebruken vil avta. Da er det interessant å observere en stigende bevissthet i bruken av frimerket som medium. Det er ikke lenger vilkårlig eller tilfeldig hvilket frimerke du velger til ditt brev. Av og til ønsker du at frimerket skal ha et motiv, et uttrykk eller en farge som kan forsterke brevets budskap. Da blir frimerket ikke bare et frankeringsmiddel. Det blir også et element i intelligent kommunikasjon. Det blir et kvalitetsmerke" (Berner 1997: 2).*

Det lett ha-stemte sitatet som er gjengitt i det ovenstående, legger muligens overdreven vekt på utviklingen av *publikums* bevisste bruk av frimerket som medium i den intelligente kommunikasjons tjeneste, mens *utgiverens* presumptivt like bevisste bruk av frimerket i intelligent kommunikasjon øyemed forbigås i stillhet. Sikkert er det imidlertid at forfatteren (som her uttaler seg som utgiverpartens representant) setter fingeren på noe vesentlig, både når han erkjenner at postbehandlingssystemenes utvikling vil måtte føre til avtagende frimerkebruk, og når han peker på frimerkets *medium*-funksjon. Det er ikke minst denne funksjonsendring over tid som kommer til uttrykk i de motivendringene som preger frimerkenes billedflater – med andre ord de fenoméner som er tema for foreliggende studie.

Frimerkeutgivelser tjente lenge kun postale formål. Intet merkverdig ved det; frimerkets *postale funksjoner* hadde sitt utspring i behovet for å finne en praktisk løsning på en kommunikasjonsmessig utfordring. Disse funksjoner lå til grunn for frimerkets tilblivelseshistorie - dets *genesis* - og var i utgangspunktet dets eneste *raison d'être*. Parallelt med, og tildels som en integrert del av den ovennevnte utvikling – herunder den kommunikasjonsmessige globaliseringsprosess og den milepæl som 1874 representerte – skulle frimerket imidlertid gradvis også anta nye funksjoner i tillegg til de postale.

Ved inngangen til det 21. århundres annet decennium er frimerket fortsatt i bruk i samsvar med dets opprinnelige postale funksjon. Dets betydning i så måte er imidlertid sterkt redusert, både absolutt og relativt.

Dette skyldtes i første omgang de sterkt tids-, arbeids- og og kostnadsbesparende tekniske nyvinningene som etterhvert ble tatt i bruk med hensyn til selve frankeringsoperasjonen, - henholdsvis automatproduserte frankeringsmerker og maskinfrankering. Spesielt for storbrukere av posttjenester skulle disse frankeringsmåtene langt på vei utkonkurrere bruken av frimerker. For mindre brukere - privatpersoner og mindre firmaer, organisasjoner m.v. - holdt imidlertid bruken av konvensjonelle frimerker fortsatt stand som en effektiv og hensiktsmessig frankeringsform.

Den mest revolusjonerende utfordringen til frimerkets postale funksjon er imidlertid kommet i form av nye, alternative kommunikasjonsbærere, som har innebåret en kraftig reduksjon spesielt i bruken av brevpost. *Fjernskriver (telex)* kom i bruk i Tyskland på 1930-tallet, i Norge for alvor etter 1945. I løpet av 1970-/-80-årene fikk bruken av *telex* en enorm utbredelse, mens 1990-årene så en tilsvarende eksplosiv vekst i bruken av elektroniske midler: *Internett, e-post, tekstmeldinger pr. mobiltelefon (SMS)*, samt – etter år 2000 – utviklingen av diverse øvrige såkalte *sosiale medier*. samtidig som det skjedde en rivende utvikling med hensyn til introduksjon og almen bruk av stadig mer avanserte typer multifunksjonelle kommunikasjonsverktøy ("smartphones" o.l.).

Alle disse kommunikasjonsmidlene kom dels i tillegg til, men i høy grad også til fortrenghet for bruken av den frimerkefrankerte korrespondansen.

For å rekapitulere: Frimerket har fortsatt de postale *funksjoner* som det hadde fra starten av, men dets *rolle* i så måte er dramatisk redusert.

Ikke desto mindre utgis det i vår tid år om annet flere nye frimerker enn noensinne tidligere. Hvordan skal dette tilsynelatende paradoks forklares?

Den eneste mulige forklaring er at frimerket i mellomtiden er blitt tillagt *nye funksjoner*, som har stillet de postale i skyggen.

En tidlig tilvekst som må nevnes i så henseende var de *fiskale* funksjoner, dvs. frimerkets funksjon som inntektskilde ("melkeku").

I tillegg kommer det mangefasetterte fenomen som i foreliggende studie skal gjøres gjenstand for særlig oppmerksomhet, nemlig frimerkets funksjoner som samfunnets *oppslagstavler* og

*reklamesøyler*, frimerkets rolle som *arena* for *formidling* av informasjon, for *promovering* av slike *verdinormer*, *holdninger* og *tiltak* som samfunnets toneangivende krefter anser som viktige. Vi taler om frimerkenes funksjon som *bærer og –formidler* av allehånde budskap, - budskap som har dét til felles at de er blitt velsignet med statsmaktens godkjennelse, og dermed samtidig har en (om enn mer eller mindre påtrengende) *politisk* dimensjon. Det er disse funksjonene som – i den grad de kan leses ut av motivene på frimerkenes billedflater – som vil stå i fokus for foreliggende studie.

## 1.2 Begreper, definisjoner, kategorier

### 1.2.1 Om frimerker og utgivelser

Som påpekt i forordet, er dette ingen filatelistisk avhandling. Det vil imidlertid være nyttig å rekapitulere enkelte grunnkunnskaper om begreper som har relevans for drøftelsene av de problemstillinger som dette skriftet omhandler. Dette er kunnskaper og begreper som hører hjemme i *filateli*.

### 1.2.2 Frimerkesamling vs. filateli

Frimerkesamling er en *hobby*, filateli er et *fagfelt*. En frimerkesamler *samler* på merkene sine, en filatelist *studerer* dem. Det ligger hverken noe nedsettende eller noe motsetningsfylt i denne distinksjonen. Det er intet i veien for at en samler også kan være filatelist, og det er knapt mulig å være filatelist uten også å være samler. Forskjellen dreier seg dels om fokus, dels om ambisjons- eller pretensjonsnivå. Men overgangen er flytende: Også en person som ellers måtte regne seg som rendyrket samler, vil gjennom sin hobby kunne erverve en betydelig innsikt og omfattende kunnskaper av filatelistisk karakter.<sup>18</sup>

Ordet *filateli* (fra gresk *fila-*, dvs. venn av, og *atelie*, dvs. frihet fra avgift) betegner et bredt sammensatt fagfelt som, med utgangspunkt i interesse for frimerker generelt og deres postale funksjoner i særdeleshet, omfatter både samler- og studieaspektene av såvel frimerker som alle tenkelige tilgrensende temaer – fra produksjonstekniske forhold (papirkvaliteter, trykningsmetoder m.v.) til posthistorie (inkl. postvirksomhet fra tiden før frimerker ble tatt i bruk, - såkalt *prefilateli*).

Det er ingen regler som bestemmer hva en samler skal samle, eller hvordan. Her gjelder mottoet ”*All makt til fantasien*”. Selve det enorme tilfanget av samlerbare objekter utgjør imidlertid en begrensende faktor for den som ønsker å utøve en viss systematikk. I riktig gamle dager – i frimerkets og samlerhobbyens barndom – kunne det synes mulig for en tilstrekkelig ressurssterk samler å drive sin hobby med det seriøse forsett å skaffe seg en komplett ”hele-verden-samling”. De fleste kom imidlertid etter hvert til den erkjennelse at et slikt prosjekt var u håndtérbart og uoverkommelig. Løsenet ble derfor at samleren i stedet valgte å konsentrere seg om ett eller noen få samlerområder (så som spesielle motiver, eller

---

<sup>18</sup> Som et apropos – for den interesse det måtte ha – kan nevnes at forfatteren av dette skrift betegner seg selv som samler snarere enn som filatelist.

utvalgte land).<sup>19</sup> Allerede omkring 1940 – dvs. 100 år etter at det første frimerke så dagens lys – anslo man at det på verdensbasis var blitt utgitt tilsammen ca. 90 tusen ulike frimerker (Witzøe 1942: 13).

Allerede på det tidspunkt hadde imidlertid ekspertisen forlengst mistet oversikten. Hvorfor det måtte gå slik, er ikke vanskelig å forstå: Dels oppstod det nærsagt kontinuerlig nye frimerkeland og -territorier, og fra såvel gamle som nye frimerkeland skortet det sterkt på annonsering, ennsi forhåndsannonsering (iallfall overfor et bredere publikum) av de løpende utgivelser. Trolig enda mer problematisk var – og fortsatt er – det forhold at man har manglet en almen, omforent forståelse av definatorisk art, som kunne gi et entydig grunnlag for identifikasjon, kategorisering og katalogisering. Når skal f.eks. et frimerke regnes som et ”hovednummer” (for å bruke en term hentet fra filateliens), og når skal det regnes som et ”undernummer”, en undertype, en variant eller avart av samme merke? Når er det f.eks. tale om utgivelse av et ”nytt” frimerke (som derfor må gis et nytt hovednummer), og når dreier det seg i stedet om et nytt opplag av et allerede eksisterende (som følgelig tilsier at det gis et undernummer)?

Noen forsøker likevel å følge med i flommen av nye utgivelser. Det tyske filatelistiske månedsmagasinet *Michel Rundschau*, som utgis av katalogforlaget med samme navn, offentliggjør hvert år en detaljert oversikt over nye utgivelser på verdensbasis. Det fremgår her at det hvert eneste år kommer til mange tusen nye frimerker. Gjennom en rekke årtier har det dreiet seg om et antall i størrelsesorden ti tusen eller mer. Som illustrasjon på utviklingen kan nevnes at det i årene 1976, 1985 og 1994 ble utgitt henholdsvis 7 719, 10 056 og 11 827 nye frimerker (inkl. såkalte ”miniatyrark”) på verdensbasis (*SA Stamps Monthly* 1987: 25-27; *Setempe* 1996: 6). Ved slutten av det 20. århundre (1999) var det tilsvarende tall kommet opp i rekordhøye nye 16 107 utgivelser, mens antallet i år 2000 viste en ytterligere økning til hele 17 836 stk. (*PWO* 2011). Med all respekt for det nitide kartleggingsarbeid som utføres av Michel, er det vanskelig å se for seg at det kan være mulig for noe menneske – samler eller filatelist, og knapt nok for en ressurssterk aktør av Michels kaliber – å skaffe seg noen samlet, nøyaktig og uttømmende oversikt over det totale tilfang - både av alt som år om annet utgis og av alt som også tidligere er blitt utgitt. Kunnskapen finnes, men fragmentert blant verdens tilsammen mange titalls millioner samlere, filatelister, eksperter og handlere, som hver især kan besitte en større eller mindre oversikt over fliker av helheten.

I den foreliggende sammenheng – dvs. for denne studiens formål - består det knapt noe behov for en helt presis tallfestelse av det totale antall utgitte frimerker. Å ha et iallfall tilnærmet riktig begrep om hvilken størrelsesorden det dreier seg om, er likevel nødvendig for å kunne danne seg et bilde av volumutviklingen over tid. Det skal således bemerkes at på henvendelse fra forfatteren opplyser forlaget Michel (e-post 16. august 2011) at de ikke er istand til å gi

---

<sup>19</sup> Enkelte vil være kjent med at man innen filateliens skjelner mellom begrepene ”generalsamler” og ”spesialsamler”. Disse uttrykkene betegner imidlertid et annet forhold enn det som her omtales, jfr. følgende definisjon: ”Forskjellen mellom en generalsamler og en spesialsamler er at den første bare samler et eksemplar av hvert katalognummer, mens spesialsamleren også tar med undernummer, typer, avarter osv. og i høyere grad beskjeftiger seg med studier av merkene” (Witzøe 1942: 22).

noe nøyaktig tall, men at de kan gi et estimat: "...a round number of all official stamps ever issued worldwide, which would estimatedly come to about 640 000". Til sammenligning skal videre bemerkes at Michels database nylig ble opplyst å omfatte ca. 644 tusen frimerker.<sup>20</sup> Stort mer nøyaktig er det neppe mulig å få det. Vi kan dermed registrere at det i løpet av de siste vel 70 år på verdensbasis ble utgitt – ikke altfor grovt regnet - hele fem ganger så mange frimerker som i den forutgående 100-årsperiode.

Dette reiser umiddelbart spørsmålet om hva en så voldsom økning kan skyldes? Et nærliggende svar kunne være å peke på det store antallet "nye stater" som har kommet til spesielt i løpet av de siste vel 50 år. Dette må rimeligvis bety at det samtidig er kommet til et tilsvarende antall nye "frimerkeland"? Så enkelt er det likevel ikke. Også de gamle kolonimyndighetene utgav – i stor stil - frimerker for de territoriene som senere skulle bli nye, selvstendige stater. Videre har et stort antall tidligere frimerkeland (f.eks. tyske og italienske fyrstestater samt snesevis av koloniområder) senere forsvunnet fra frimerkekartet. Den dramatiske økningen i utgivelsesvolum kan således bestemt ikke forklares ved et eventuelt sterkt øket antall utgiverstater. Hovedforklaringen må nødvendigvis være at det har skjedd en betydelig ekspansjon i de enkelte frimerkelands utgivelsesvirksomhet. Dette behøver ikke gjelde i samme grad for alle lands vedkommende – tvertimot vil det være grunn til forvente betydelige individuelle forskjeller. Tilgjengelig statistikk viser at så også er tilfelle. Som et gjennomgående og generelt forhold er likevel en ekspanderende langtidstrend noe som gjelder for de aller fleste lands utgivelsespolitikk, jfr. nærmere drøftelse i Kap. 1.3.1, Kap. 3.1.2, Kap. 3.1.3, Kap. 3.2.1 samt Kap. 3.2.2.

I dette landskapet av frimerkeutgivelser fremtrer behovet for et mest mulig ryddig og oversiktlig materiale (datagrunnlag) som særlig viktig. For en studie av frimerkeutgivelser hvor siktemålet er å kunne frembringe fruktbare generaliseringer, er det ikke minst nødvendig å ha tilgang til et datagrunnlag som er tilstrekkelig representativt, som er tilstrekkelig komplett (spesielt mht. tidsserier) og som er tilstrekkelig sammenlignbart (mellom de land som inngår i en komparativ studie). For at datagrunnlaget skal kunne undergis den nødvendige operasjonalisering, behøves et verktøy for *definisjon*, *identifisering* og *kvantifisering* av begrepet "frimerkeutgivelser". For dette formål vil *frimerkekataloger* være et uomgjengelig hjelpemiddel.

### **1.2.3 Identifikasjon, katalogisering**

For den som måtte ønske å samle på frimerker, eller fordype seg i studiet av frimerkeutgivelser fra et gitt land eller gruppe av land, finnes det uvurderlige hjelpemidler i form av en omfattende litteratur. Denne litteraturen omfatter blant annet et stort utvalg av oppslagsverker (kataloger) som gir utførlige opplysninger om hvert enkelt merke som angjeldende land har utgitt. Dette gjelder selvsagt i særlig grad for land og landområder som tradisjonelt har vært de mest populære og attraktive samlerområder. På den internasjonale arena har kataloger som den britiske *Stanley Gibbons*, den tyske *Michel* og den amerikanske *Scott*, gjennom flere generasjoner hatt en høy autoritet og prestisje som grundige og pålitelige

<sup>20</sup> [http://www.briefmarken.de/datenbank/index.php?I=EN&c=change\\_language](http://www.briefmarken.de/datenbank/index.php?I=EN&c=change_language) (nedlastet 18. august 2011).

referanseverker.<sup>21</sup> I tillegg har det i svært mange land blitt utgitt kataloger over det egne lands frimerker. Disse har undertiden, på sine respektive spesialfelter, en enda høyere detaljeringsgrad og dermed anvendbarhet og bruksverdi, enn de store internasjonale oversiktskatalogene. Enkelte kataloger utgis som ren kunnskapsformidling. De verdianslag som der presenteres er da å forstå som rent veiledende og uforpliktende takster. Andre kataloger er salgskataloger, utgitt av frimerkehandlere med sikte på å meddele markedet (kjøperne) hvilke objekter som kan tilbys og til hvilke priser. I denne katalog-kategori finner vi også et stort tilfang av prislistes av gjennomgående mer upretensiøs art hva angår tilleggsinformasjon og detaljeringsgrad.

Disse distinksjonene vil primært gjøre seg gjeldende med hensyn til art og omfang av de opplysningene som de ulike kataloger inneholder. Derimot spiller de ikke nødvendigvis noen rolle med hensyn til informasjonsverdien av de basis-opplysninger som gis, - og som er de opplysninger som er relevante for den foreliggende studies formål.

I tillegg til de opplysninger som en katalog ellers måtte gi om et gitt merke, vil katalogen for identifikasjonsformål også utstyre hvert enkelt merke med et *nummer*. Dette gjøres normalt på kronologisk grunnlag, slik at landets første frimerkeutgivelse får nr.1, mens de øvrige nummereres fortløpende i den rekkefølge som de er utgitt. Som nevnt utgis slike kataloger normalt av kommersielle foretak (filatelistiske forlag, frimerkehandlere) eller eventuelt av filatelistiske interesseorganisasjoner, - ikke av de respektive utgiver-myndigheter. Nummereringen har derfor i utgangspunktet ingen offisiell status. Den er heller ikke noe entydig identifikasjonsmiddel idet de forskjellige kataloger undertiden opererer med ulike nummerserier på de samme frimerker, - alt etter hvorvidt angjeldende katalog regner enkelte merker som hovednumre eller undertyper, varianter m.v.

De metodiske problemene som disse forhold utgjør for en studie av foreliggende art, skal omtales under et senere avsnitt.

Den foreliggende studie vil som nevnt avslutningsvis i innledningsdelen (Del 1 "Om oppgaven" m.v.) omfatte (dynamisk og komparativt) to land, hhv. Norge og Syd-Afrika.

Den katalog som er benyttet for Norges vedkommende, er *Norgeskatalogen* (2010, 62. utgave, i det følgende kalt *NK*). Dette er en publikasjon som utgis av Oslo Filatelistklubb, og som for såvidt - i utgangspunktet - ikke har noen offisiell status. Et prov på denne katalogens autoritet er imidlertid det forhold at norske postmyndigheter gjennom en lang årrekke har benyttet katalogens nummerering i sin egen presentasjon av tidligere utgitte frimerker såvel som nye utgivelser.

Hva Syd-Afrika angår, gir *Stanley Gibbons Stamp Catalogue* (British Commonwealth) en meget oversiktlig og samtidig utførlig dekning, og kunne for såvidt gjerne ha vært benyttet her. Valget har imidlertid falt på *The South African Stamp Colour Catalogue* (30. utgave, 2010, i det følgende kalt *SACC*), som frem til og med 2009 ble utgitt av forleggeren og frimerkehandleren Lutz Heffermann og hans firma International Philatelic Service i

---

<sup>21</sup> Utgis jevnlig i nye opplag, etterhvert som stadig flere frimerker kommer til.

Johannesburg.<sup>22</sup> Heller ikke denne har i sitt hjemland noen offisiell status, men har i løpet av de årene den har blitt utgitt (dvs. siden 1980) fått en innarbeidet posisjon som den mest autoritative oversikt over frimerker utgitt i Syd-Afrika (i tillegg til at den også dekker en rekke øvrige frimerkeland i det sydlige Afrika). SACC utmerker seg fremfor alt ved en stor detaljrikdom (Skagestad, O.G. 2011c; 2011e og 2011f). Spesielt i den nyeste (30.) utgaven er dette så fremtredende at det går ut over oversiktligheten, noe som har medført at den fra samlerhold er blitt kritisert for å være lite brukervennlig (*SA Philatelist* 2010: 81). For den foreliggende studies formål er detaljrikdommen et forhold som gjør katalogen krevende, men faktisk sett desto mer betryggende å bruke.

#### 1.2.4 Bruksfrimerker vs. særfrimerker

I forbindelse med identifisering og kvantifisering av frimerkeutgivelser er det nødvendig å ha en rudimentær forståelse av forskjellen mellom *bruksfrimerker* og *særfrimerker*, dette fordi det er tale om to ulike utgivelsesmønstre.

*Bruksfrimerker*, tidligere ofte kalt *kurserende* frimerker (på engelsk *definitive issues*, eller bare *definitives*) betegner frimerker som utelukkende utgis i postalt øyemed. Fra begynnelsen av var alle frimerkeutgivelser bruksmerker. Antallet ulike merker som ble produsert, avhang av hvilke portosatser som gjaldt for de ulike postforsendelser (i hovedsak vektklasser). Slik skulle man alltid (idéelt sett) kunne frankere en gitt forsendelse med ett merke, eller med en slik kombinasjon av flere merker at verdien tilsvarte den faktisk gjeldende portotakst. Frimerkene ble derfor produsert i serier, hvor alle merkene i utgangspunktet var like, men med ulik angivelse av portoverdien. Av praktiske grunner ble det også benyttet forskjellige farver for de ulike portovalører (grønt for lavporto så som for postkort, rødt for standard brevporto, blått for høye valører beregnet på tynge forsendelser). Etter hvert ble det også i noen grad vanlig med en viss variasjon i motivene på de merkene som inngikk i en og samme serie, slik at de enkelte merkene fremstod med en større grad av individuelt særpreg og gjenkjennbarhet. Fortsatt idag er det imidlertid mest vanlig at alle merkene i en bruksfrimerkeserie bærer et felles motiv. Det fornemste eksempel – på verdensbasis – på denne praksis, er som kjent de norske *posthorn*-seriene, som har vært utgitt sammenhengende siden 1872 med uforandret grunnmotiv.

Frimerkeseriene ble trykket opp i et slikt antall som markedet hadde behov for. Når det begynte å bli knapphet på ett eller flere av merkene i serien, trykket man bare opp et nytt opplag. Slik kunne man holde det gående inntil trykkplatene ble utslitt, inntil man f.eks. på grunn av portoforhøyelser fikk bruk for andre valører, eller inntil man av andre grunner ble lei av å bruke de samme merkene.

*Særfrimerker* (på engelsk kalt *commemorative stamps*, eller bare *commemoratives*, hvilket tilkjenner at slike merker fortrinnsvis ble – og fortsatt blir – utgitt *til minne* om ett eller

---

<sup>22</sup> Etter Heffermanns bortgang (som offer for et rovmord) 1. november 2009, er utgivelsen av SACC overdratt til firmaet Philimpex Philately cc.



annet) betegner, til forskjell fra bruksfrimerkene, merker som bare produseres i ett opplag, og med begrenset salgstid (i våre dager normalt tre måneder, eller så lenge opplaget rekker). Slike frimerker er – likesom bruksfrimerkene – iallfall i prinsippet ment å skulle tjene postale formål. Men hvis de postale behov hadde vært det eneste hensyn, kunne man jo i stedet med fordel ha trykket opp et nytt opplag bruksfrimerker, hvilket ville ha falt enklere og billigere. Poenget, dvs. selve hovedformålet, med utgivelse med særfrimerkene er imidlertid – som det fremgår med større tydelighet av den engelskspråklige betegnelse – at man i tillegg til å etterkomme markedets behov for postkvitteringer også hadde en eller annen *sak* (f.eks. et jubiléum) som skulle markeres, ett eller annet *budskap* som man på denne måten ønsket å spre.

Det første frimerke av denne kategori som så dagens lys, ble visstnok utgitt i 1888 av de stedlige myndigheter i den britiske kolonien New South Wales (nå en delstat i Australia) som markering av 100-årsjubiléet for koloniseringen av Australia. Det dreiet seg om hele tre serier på hhv. 18, 3 og 3 merker.<sup>23</sup> I tillegg til billedmotiver som omfattet australske landskap, flora og fauna, kart over Australia samt portretter av koloniguvernørene Arthur Philip og Lord Carrington, bar disse frimerkene også teksten ”One hundred years” (SG 1986: 501). Utgivelsen var et radikalt nyskapende initiativ som dengang angivelig brakte en viss bestyrtelse hos de imperiale myndigheter i London. Det skulle imidlertid gi støtet til en etterhvert global trend som bare har øket i styrke frem til våre dager.

For en kvantitativ beskrivelse av utviklingen mht. utgivelse av nye frimerker, har distinksjonen mellom bruksfrimerker og særfrimerker relevans for såvidt som antallet utgivelser av førstnevnte kategori (målt i hovednumre for enkeltmerker) har en tendens til å toppe seg på periodisk basis, - hver gang det utgis en ny serie med mange merker. Antallet utgivelser av særfrimerker (fortsatt målt i hovednumre for enkeltmerker) vil derimot gjennomgående utvise en jevnere utvikling. Innenfor en kort tidsserie – f.eks. en 10-årsperiode – vil dette gjerne føre til at en eller flere enkeltårganger skiller seg ut med et vesentlig høyere antall nye frimerker enn i de øvrige årene i perioden (da det ikke kom noen ny bruksfrimerkeserie). Over tilstrekkelig lange tidsserier – slik tilfellet også er i foreliggende studie – vil denne effekten fortsatt være tilstede, men gi betraktelig mindre dramatiske utslag.

I tillegg til de to hovedkategorier - bruksfrimerker og særfrimerker - har mange lands postmyndigheter kommet i vane med å utgi andre typer ”objekter” eller såkalte ”produkter” som kan anvendes postalt på samme måte som vanlige frimerker, men som har en utforming som bærer bud om at man også har hatt andre formål for øye. Det siktes her først og fremst til de såkalte ”miniatyrark”, hvor selve frimerket (som normalt også utgis som separat enkeltutgave eller som ledd i en serie) er innfelt i en større papirflate, som gjerne også er dekorert med motiver beslektet med det som pryder selve frimerket.

### ***1.2.5 Metodeproblemer knyttet til definisjon, identifikasjon, kategorisering, katalogisering***

<sup>23</sup> Oppført med katalognumrene 253-270, 271-273 og 274/275-276 i *Stanley Gibbons Stamp Catalogue, Part 1 - British Commonwealth*.

Under Kap. 1.2.3 berørte vi så vidt spørsmålet om metodeproblemer i forbindelse med identifikasjon og katalogisering av frimerkeutgivelser.

For et systematisk, objektivt og metodologisk tilfredsstillende studium av fenoméner og forhold som forutsetter grunnenheter som observeres og kvantifiseres (telles eller måles), er det maktpåliggende at en slik grunnenhet - i det foreliggende tilfelle begrepet *frimerkeutgivelser* - er en éntydig definert og identifiserbar størrelse. For å si det enkelt, hvis oppgaven er å telle epler, så må man unngå å ta med pærer i samme slengen. Både for en studie av en *dynamisk* prosess (utvikling over tid) og for en *komparativ* (sammenlignende) studie er det nødvendig at måleenheten er lik (konstant), slik at de fenoméner, sammenhenger m.v. som beskrives er *kommensurable*. For igjen å ty til fruktmetaforen: Måleenheten "ett eple" bør således ha samme betydning i 1855 som i 2009, og ordet "eple" må betegne samme slags frukt i Norge som i Syd-Afrika.

Som det ble konstatert under Kap. 1.2.2 og Kap. 1.2.3, er frimerkekataloger det uomgjengelig nødvendige verktøy for definisjon, identifisering og kvantifisering av frimerkeutgivelser. I så måte følger de ulike kataloger en tildels uensartet praksis, som spesielt kommer til uttrykk i nummereringen. For en komparativ studie gjelder det derfor å kunne benytte kataloger som ikke bare er gode – hver for seg – men som også følger en mest mulig sammenlignbar eller kompatibel praksis i så måte. At ulikheter vil forekomme, er likevel knapt mulig å unngå. For de to kataloger som her vil bli benyttet - hhv. *Norgeskatalogen* (NK) og *The South African Stamp Colour Catalogue* (SACC) - kan man således merke seg følgende:

- *Kronologisk nummerering*

NK følger gjennomgående den normale praksis med nummerering av frimerkeutgivelsene kronologisk, i den rekkefølge de ble utgitt. Unntak fra hovedregelen gjelder imidlertid et betydelig antall bruksmerker som er gruppert i serier.<sup>24</sup> Innenfor hver serie er frimerkene nummerert i stigende valør. På denne måten vil man finne merker som i katalogen er oppført, og nummerert sammen med merker utgitt i ett bestemt kalenderår, til tross for at vedkommende merke først utkom et år eller to senere - etter at nyere merker med senere numre var blitt utgitt i mellomtiden. Dette gjør katalogen tungvint og lite brukervennlig for den som har behov for en lettfattelig kronologisk oversikt. Til tross for at slike kronologibrudd er tallrike og fører til uorden på mikroplanet (dvs. innenfor korte tidsavsnitt), skaper de ikke noen vesentlige forstyrrelser i form av tidsforskyvninger med hensyn til de store trekk i utgivelsesmønsteret, idet praktisk talt alle merkene innenfor en og samme serie også vil være utgitt innenfor samme fem-års-periode. Problemet antas derfor ikke å medføre noe signifikant statistisk utslag.

Heller ikke SACC holder seg strengt til regelen om kronologisk nummerering. Som i NK finner man også her at nye utgivelser innenfor en gitt serie bruksmerker ikke har nummer i henhold til utgivelsestidspunktet, men i henhold til merkets valør innenfor angjeldende

---

<sup>24</sup> Dette gjelder i større eller mindre grad alle bruksmerkeserier frem til 1964; for merker utgitt etter den tid følger NK en strengt kronologisk nummerering.

serie.<sup>25</sup> SACC inneholder forøvrig en slik anomali som at numrene 21-24 samt nr. 84 ikke eksisterer (brudd i nummerserien).

- *Nummerering av miniatyrark*

I SACC føres alle miniatyrark opp med et særskilt hovednummer, i tillegg til at det eller de enkeltmerker som inngår i miniatyrarket også gis egen tilsvarende nummerering. Tilsvarende gjelder beslektede objekter så som de såkalte ”*sê-tenant strips*” – dvs. sammenhengende striper bestående av ulike frimerker som enkeltvis - hvert især - også har sitt eget katalognummer.

NK nummererer de enkeltmerker som inngår i miniatyrark, men ikke hele arket som noe eget nummerert objekt.<sup>26</sup>

- *Frimerkehefter*

I Norge har bruksfrimerker vært utgitt i hefter siden 1904. NK inneholder en særskilt oversikt over alle utgavene, men heftene inngår ikke i katalogens løpende nummerering av vanlige frimerkeutgivelser.

Syd-Afrika utgav frimerkehefter i perioden 1913-1951. SACC inneholder en særskilt oversikt over de ialt 21 hefter som ble utgitt i dette tidsrommet, men disse inngår ikke i katalogens løpende nummerering av vanlige frimerkeutgivelser. Siden 1987 har imidlertid landet påny utgitt frimerkehefter, og disse er i SACC oppført med egne utgivelsesnumre på linje med enkeltfrimerker, i samme løpende nummerserie. Utgiveshyppigheten har i de senere år økt meget kraftig – ofte med meget små eller knapt registrerbare variasjoner mellom de nye utgavene. Dette har slått merkbart ut på nummerantallet, - så meget mer som også de enkelte frimerker som inngår i de stadig nye hefteutgivelser tildeles egne hovednumre (til tross for at de kan være så godt som umulige å skjelne fra de tidligere tilsvarende utgivelser).<sup>27</sup>

- *Automatproduserte frankeringsmerker*

I NK katalogiseres frankeringsmerker, dvs. automatproduserte merker (såkalte ”*FRAMA labels*”) som en egen type samlerobjekt. Slike merker inngår imidlertid ikke i katalogens definisjon av ”frimerker” og de inngår følgelig heller ikke i katalogens nummerering av disse. Til forskjell har SACC fulgt den praksis at de første utgaver i de ulike serier (portoalører) av slike merker har fått status som frimerker med tilhørende plass (hovednummer) i katalogens oppføring av disse. Det dreier seg imidlertid om et meget lite antall (SACC 607 og SACC

<sup>25</sup> Dette var vanlig praksis inntil 1974; senere har man i likhet med NK fulgt en strengt kronologisk nummerering, bortsett fra et avvik i 1997 (numrene 1154, 1156 og 1157).

<sup>26</sup> Vi taler her vel å merke om objekter i hovednummerserien – katalogens løpende nummerering av vanlige frimerkeutgivelser. At miniatyrark i NK er tilgodesett med en egen nummerserie (med bokstavkoden BL), er i foreliggende sammenheng en annen sak.

<sup>27</sup> Det er åpenbart at de sydafrikanske postmyndigheters utgivelsespraksis spesielt siden 1998 i så måte også har skapt store problemer for utgiverne av SACC, med det resultat at den del av katalogen som dekker disse utgivelsene, er meget rotete og uoversiktlig.

1139-1147, tils. 10 stk.), som således ikke kan ses å gi noe statistisk utslag av nevneverdig signifikans.

- *Hoved- og undernumre*

Som nevnt under Kap. 1.2.3 opererer forskjellige kataloger med ulik praksis med hensyn til hvilke utgaver som regnes som hovednumre, og hvilke som regnes som undertyper, varianter, avarter m.v.

I og med at NK og SACC dekker hvert sitt utgivelsesunivers, er en nøyaktig jevnføring av de to katalogers praksis i så måte umulig. Et hovedinntrykk, ervervet gjennom lengre tids bruk av begge katalogene, er imidlertid at det på dette punkt dreier seg om en noenlunde likeartet praksis.

Som det fremgår av ovenstående, følger NK og SACC en noe uensartet praksis med hensyn til nummereringen av de ulike effekter og gjenstander ( gjerne benevnt ”objekter”)<sup>28</sup> som anses å kvalifisere til å omfattes av definisjonen ”frimerkeutgivelser” for såvidt som denne definisjonen kommer til uttrykk i de to katalogenes løpende hovednummer-rekker. Stort sett er SACC noe mer – men ikke påfallende mye mer - generøs enn NK med å tildele særskilte hovednumre til et større antall objekter. Noen stor forskjell kan det imidlertid ikke sies å være, bortsett fra på ett område: SACCs overhåndtagende tildeling i de senere år (spesielt etter 1998) av egne hovednumre til det sterkt økende antall nye utgivelser av frimerkehefter (samt til de enkelte merkene i disse heftene).

Hvorvidt disse forhold i foreliggende sammenheng vil utgjøre et alvorlig metodisk problem – slik at det kan føre til signifikante skjevheter eller feilslutninger grunnet et inkommensurabelt sammenligningsgrunnlag – vil man først kunne fastslå med sikkerhet etter å ha foretatt en opptelling av de konkrete tilfeller av de ulike typer innbyrdes avvik. Spørsmålet vil derfor inntil videre bli holdt under observasjon, og vil bli gjort gjenstand for fornyet drøftelse i den grad dette måtte synes påkrevet.

Som arbeidshypotese vil imidlertid i utgangspunktet det postulat bli lagt til grunn, at de to katalogenes noe ulike nummereringsstruktur *ikke* vil skape såvidt signifikante feilkilder at det vil utgjøre et alvorlig metodisk problem.

## 1.3 Frimerkets ikke-postale funksjoner

### 1.3.1 Fiskale funksjoner

Uttrykket ”fiskale funksjoner” omfatter funksjoner som har som formål å bringe penger inn i statskassen.

---

<sup>28</sup> Med hensyn til utgivelsesmyndighetenes kreative tilnærming til de terminologiske utfordringer kan bemerkes at Posten Norge AS (Frimerketjenesten) i stor utstrekning er gått over til å benytte de mer generiske - men samtidig etter denne forfatters oppfatning mer jålete - betegnelsene ”objekter” og ”produkter” i stedet for ”frimerker”.

En grunnfunksjon i så måte er bruk av frimerke som ”stempelmerke”, dvs. som kvittering for det gebyr som er innbetalt til det offentlige for legalisering av et dokument. I Syd-Afrika var således slik bruk i tidligere tider obligatorisk for at visse dokumenter skulle regnes som gyldige, en praksis som beskrives av Penelope Forrest i følgende vendinger (Forrest 1984: 43):

*”Apart from paying from postage, stamps are also issued for stamp duty on leases, receipts and various other documents. Usually revenue stamps are used for this but postage stamps were used in the old days, especially on receipts. Until 1969, in order to be valid all receipts had to have a 1 d and later a 1 c stamp affixed, cancelled with initials and dated”.*<sup>29</sup>

Denne type transaksjon kunne saktens bringe betydelige midler i statskassen, men var – iallfall primært – ment å skulle dekke det offentliges utgifter med å utføre slike tjenester, ikke å være en ren melkeku.

Betegnelsen ”melkeku” kan man imidlertid trygt bruke om en annen og etterhvert mer perspektivrik måte å utnytte frimerkenes inntektsgenererende potensiale, - nemlig å satse med velberådd beregning på utgivelser rettet mot samlermarkedet. Dette er en praksis som av konsernsjef i Posten Norge, Dag Mejdell, er blitt omtalt i følgende ordelag (*Frimerkeposten* 2006: 4):

*”Jeg tror det viktigste er at Norge viderefører en relativt konservativ utgivelsespolicy. Ikke alle land er like flinke til det og har gjort filatelitjenesten til en liten melkeku”.*

Den lille papirbiten skulle snart bli et samlereobjekt, som gav grunnlaget for fremveksten av en beskjeftigelse som er blitt betegnet som verdens mest utbredte hobby, - frimerkesamling eller *filatelen* som den gjerne benevnes i sin mer avanserte og pretensiøse form.

Hvorvidt frimerkesamling faktisk, som det er blitt hevdet (Witzøe 1942: 11), er ”den mest omfattende av alle hobbyer”, er riktignok diskutabelt. En autoritet som Kjell Germeten går så langt som til å anføre at ”Trolig er det også idag millioner av mennesker verden rundt som samler på frimerker i en eller annen form, men det er tvilsomt om frimerkehobbyen kan forsvare tittelen som verdens mest utbredte” (Germeten 1999: 28).

Det ble imidlertid en hobby som også skulle bli en interessant inntektskilde for mange utgivere. Dermed skulle frimerkeutgivelsens *fiskale funksjoner* anta en ny og selvstendig dimensjon: Utgivelse av frimerker uten at det forelå noe særskilt postalt behov, for å utnytte det marked som samlerne representerte til å skaffe staten lett-tjente penger. For store land med store økonomier ville en slik inntektskilde være rent marginal, men for enkelte ministater med tilsvarende små økonomier (f.eks. Liechtenstein, Monaco og San Marino) skulle frimerkeutgivelser beregnet på samlermarkedet i perioder bli en hovedinntektskilde.

Det kan bemerkes at forskjellige land opp gjennom årene har fulgt en ulik utgivelsespolitikk.

---

<sup>29</sup> Dette var så sent som på 1980-tallet også gjengs praksis i Nigeria, hvor forfatteren av foreliggende studie bodde i årene 1979-1981.

En generelt observérbar trend fra tidligere tider og opp til våre dager, har vært at antallet nye frimerker som år om annet utgis, har økt – om ikke eksponentialt, så dog merkbart. Enkelte stater har tradisjonelt ansett det som uheldig å utgi et altfor høyt antall nye frimerker uten at slike utgivelser kunne begrunnes i et postalt behov, og har derfor fulgt (eller påberopt seg å følge) en såkalt *konservativ* utgivelsespolitikk, subsidiært benyttet den noe mer slepphendte og mindre forpliktende benevnelse *moderat* utgivelsespolitikk. Som en ytterligere nyansering med hensyn til forsiktig apologetiske merkelapper, hadde Posten Norge i begynnelsen av det 21. århundre gått over til å hevde at man følger en *seriøs* utgivelsespolitikk (Skagestad, O.G. 2005a: 4).

Andre stater har latt slike hemninger fare, og har eksellert i stadig nye utgivelser med de mest fantasifulle foranledninger og motiver (Skagestad, O.G. 2011a). Dette gjelder både med hensyn til utgivelse av konvensjonelle frimerker, og, særlig iøynefallende, med hensyn til en stadig mer kreativ unnfangelse, produksjon og markedsføring av slike prangende objekter eller ”produkter” som de foran omtalte ”miniatyrark”.<sup>30</sup> Og de toneangivende aktører i denne utviklingen omfatter slett ikke bare ministater som nevnt ovenfor, eller suspekter operatører av bananrepublikk-arten (Skagestad, O.G. 2000: 69-70). Også en rekke av verdens ledende kulturnasjoner har vært med på galoppen, og bidratt til å gi det nedsettende uttrykket ”wallpaper stamps” et réelt innhold.

Det kan vanskelig påvises i hvilken grad fiskale fristelser og tilhørende grådighet har ligget til grunn for en slik inflatorisk utgivelsespolitikk. Iallfall for et land som USA, som i en årrekke har tronet på ”versting-toppen” i så henseende, tør inntektene fra frimerkesalg til samlere utgjøre et relativt beskjedent tilskudd til den føderale statskasse. Her er det øyensynlig andre hensyn som må ha vært utslagsgivende.

For mange lands vedkommende ligger hovedforklaringen således trolig heller på et annet (eller andre) plan – statlig/nasjonal ekshibisjonisme, dvs. trangen til å “sette landet på verdenskartet”, gjerne omtalt som ”public diplomacy” eller ”omdømmebygging” (Leonard og Small 2003: 13), nærret av påtrykket fra allskens innenlandske særinteresser om å bli bæret med den oppmerksomhet som det er å få sitt anliggende statlig sanksjonert og samtidig kringkastet til almen beskuelse fjernt og nært. Samt i neste instans, vanskeligheten med å stramme inn på en praksis som man først har latt få lov til å løpe løpsk.

Hvilket bringer oss over på det tema som i foreliggende sammenheng er det sentrale, - frimerkets funksjoner som bærer og formidler av et *budskap*.

### ***1.3.2 Frimerkets funksjon som budskapsbærer og –formidler***

*”Frimerket har mange oppgaver. Det er ikke bare et frankeringsmiddel. Som samleobjekt har det skapt verdens største hobby. Frimerket skal gjenspeile et lands historie, natur og kultur, foruten å minne om store*

---

<sup>30</sup> Mens miniatyrarkene tross alt normalt er frankeringsgyldige, er en rekke øvrige ”produkter” – så som (ferdigstemplede) førstedagsbrev, maxi-kort, ”minne-blokker” osv. - rene samlereobjekter uten postal anvendelse.

*begivenheter, personligheter og jubileer. Derfor har frimerker fått ord på seg for å være et lands visittkort” (Fasting 2006: 2).*

*”Stamps, South Africa's smallest ambassadors” (SA Post Office 2011: 21).*

Frimerkets viktigste tilleggsfunksjoner skulle bli som selvstendig massemedium, - som *budskapsbærer* og *-formidler*, uavhengig av de budskap som måtte være nedfelt i de postale objekter (brev m.m.) som frimerkene ble festet på. Med disse funksjonene siktes til de forskjellige slags budskap som utgiverne kunne målbære eller la komme visuelt til uttrykk gjennom frimerkenes utforming – fremfor alt gjennom de motiver som skulle pryde merkenes billedflate.

Av primær betydning i så måte var det forhold at postformidling i større målestokk nærsagt alle steder var et statlig monopol. Det eksisterte også tidvis eksempler på privat og kommunal postformidling, helst på lokalplanet (bypost m.v.), men i den store sammenhengen har slike foretak kun spilt en marginal rolle. Frimerkeutgivelser – likesom mynt- og seddelvesen – var gjennomgående, og i henhold til tilvante forestillinger, et prerogativ for de respektive lands og territoriers sentralmyndigheter. Utgivelse av frimerker fikk således fra starten av karakter av å være en statsakt. Frimerkenes utforming (motiv) fikk dermed samtidig karakter av et visuelt budskap fra vedkommende myndigheter til det publikum som måtte komme til å beskue merkenes billedflater. På disse små men iøynefallende og allestedsnærværende flatene, er det *staten*, med alle dens ressurser, med all dens makt og med all den legitimitet og autoritet som den måtte være forlenet med, som gir seg til kjenne.

Vi taler her om en rekke ulike, men likevel innbyrdes beslektede funksjoner, som i det etterfølgende skal identifiseres nærmere:

- Funksjonen som *rikssymbol*

Et *rikssymbol* er ikke nødvendigvis identisk eller synonymt med et *nasjonalsymbol* eller et *statssymbol*. Og forskjellene er ikke bare formelle, men består i vel så høy grad på det funksjonelle plan. Mens *nasjonen* betegner et lands befolkning, og *staten* dets politiske og forvaltningsmessige organisasjonsapparat, betegner *riket* den permanente høyere enhet som gir landet en samlet identitet ut over å være et tilfeldig stykke geografisk utmark. Riket består om enn statsapparatet skulle gå i stå eller bryte sammen. Forestillingen om Norge som ett *rike* - og ikke bare et landområde - lå som et avgjørende premiss til grunn for det rikssamlingsverk som Harald Hårfagre besørget i 872.<sup>31</sup> At den *statsdannelse* som rikssamlingen avstedkom, gjennom de påfølgende århundrer skulle lide av alvorlige mangler med hensyn til såvidt grunnleggende egenskaper som legitimitet, autoritet og koherens (og at den i en lengre periode endog gikk helt til grunne), skulle aldri komme til å rokke avgjørende ved forestillingen om Norge som en riksenhet. En forestilling av denne art vil være knyttet

---

<sup>31</sup> Det tør være vel kjent at historikere gjennom de siste halvannet hundre år har stilt seg skeptisk til tidfestingen av slaget ved Hafrsfjord, som av mange antas å ha funnet sted adskillig senere - muligens omkring år 890. I denne, likesom i de fleste andre sammenhenger, spiller dette ingen rolle, og i mangel av noen annen autoritativ kildebasert tidfesting kan årstallet 872 (Snorre Sturlason) være minst like greit som noe annet alternativ.

til, eller bli gitt uttrykk gjennom visse materielle og fremfor alt visuelle symboler, som grunnlag og medium for gjenkjennelse og identifikasjon.

Et rikes ypperste symbol er *riksvåpenet*. Det norske riksvåpen – løven i gull på rød bunn, utstyrt med Hellig Olavs øks i sølv – ble allerede benyttet av kong Magnus Barfot i slaget ved Dublin i 1103 (Skagestad, O.G. 2005h: 18). Det har senere - iallfall siden 1200-tallet - vært i sammenhengende bruk, til hverdag og (særlig) til fest, i krig og fred, i gode og onde dager, gjennom søkk og kav, gjennom brott og brann, gjennom firehundreårsnatten med en nasjonal tilværelse på sparebluss, gjennom politiske og konstitusjonelle omveltninger (Skagestad, O.G. 2005i: 6-7).<sup>32</sup>

Vårt forhold til riksvåpenet savner den nærhet som gjelder forholdet til vårt fremste nasjonalsymbol *flagget*. Det føles kan hende riktig: Riksvåpenet har en mer opphøyet status og egenart som følger av dets funksjon og bruksform.

Andre objekter vil også i større eller mindre grad kunne fungere som rikssymboler. Et eksempel i så måte vil kunne være portrettet av *statsoverhodet* når dette er gjengitt i tilstrekkelig offisiell og formell sammenheng, - f.eks. i form av en mer eller mindre stilisert men fremfor alt gjenkjennelig avbildning på mynter, pengesedler og frimerker.<sup>33</sup> Statsoverhodets portrett vil likevel nødvendigvis fremstå som et mindre permanent (og dermed også et mindre robust) symbol enn riksvåpenet. Øvrige objekter som vil kunne forlenes med en slik symbolfunksjon, kan være (avbildning av) karakteristiske byggverk, monumenter o.l. som måtte forbindes (helst i positiv forstand) med særtrekk eller epokegjørende tildragelser i landets eller riksenhetens historie. I denne kategori finner vi den kinesiske mur og Egypts pyramider, Parthenon i Athen, Frihetsgudinnen i New York, Eiffeltårnet i Paris og Brandenburger Tor i Berlin. Blant norske eksempler av denne art kan fremfor alt nevnes Eidsvoldsbygningen, - åstedet for Riksforsamlingen i 1814. Likeledes vil bildet av Akershus Slott og Festning – som en fysisk manifestasjon av riksenheten gjennom 700 år – kunne fungere som et rikssymbol i sterkere grad enn Det Kongelige Slott i Oslo. (Sistnevnte representerer først og fremst monarkiet gjennom de siste drøyt halvannet hundre år).

Likeledes kan et *lands kart*, brukt i visse visuelle sammenhenger - spesielt når det egner seg for lett gjenkjennbar gjengivelse i form av et forenklet (stilisert) kartografisk omriss - kunne tjene som et rikssymbol såvel som et *nasjonalsymbol* (jfr. nedenfor).

Et *frimerke* vil i større eller mindre grad – endog uavhengig av hvilket motiv det måtte bære på sin billedside – kunne fungere som et rikssymbol, i kraft av sin blotte eksistens. For eksempel vil ethvert norsk frimerke – likesom enhver norsk mynt eller pengeseddel - kun ved å beskues, sende følgende melding til enhver iakttager i inn- eller utland som måtte ta seg

<sup>32</sup> At nettopp riksvåpenet er det motivet som pryder Norges første frimerke (NK 1), er således knapt noen tilfeldighet.

<sup>33</sup> Som et apropos skal bemerkes at billedflaten på Syd-Afrikas første frimerke (SACC 1) inneholder statsoverhodets portrett, supplert med de fire provinsvåpnene – sistnevnte av særskilt interesse idet disse også dannet de fire feltene som utgjorde den nyetablerte statsdannelsens riksvåpen.



bryet med å identifisere det som et norsk frimerke (eller subsidiært, som en norsk mynt eller pengeseddel): ”*Jeg er utstedt av den norske stat, i kraft av de fullmakter som staten har til å handle på vegne av Kongeriket Norge*”. Det vil i så måte være et budskap beslektet med det kartesianske dictum ”*Cogito, ergo sum*”, dvs. et budskap som primært kun annonserer og stadfester sin egen eksistens. Og, lyder dets budskap, i kraft av sin eksistens er frimerket også per definisjon et rikssymbol. Samme frimerke vil også, avhengig av hvilket motiv det måtte bære på sin billedside, kunne ha andre, spennende historier å fortelle. Men dét vil være i kraft av andre kvaliteter og i kraft av andre funksjoner som disse kvaliteter måtte utløse, og ikke *qua rikssymbol*. Basis-budskapet, - at ethvert frimerke gjennom sin blotte, synbare eksistens, fremstår og definerer seg som et rikssymbol, ligger likevel i bunnen (jfr. McLuhan 1964). Og dette er et budskap som rimelig nok aksentueres i den grad frimerkets billedflate også bærer et motiv med elementer som eksplisitt synliggjør dets rikssymbol-funksjon. Som et slikt motiv kan som sagt først og fremst nevnes riksvåpenet, eventuelt andre elementer - flagget, statsoverhodets portrett, landets kart m.v. - som også i større eller mindre grad måtte synliggjøre denne funksjonen.

- *Nasjonalsymbol*

Som anført i det foregående, er et *nasjonalsymbol* ikke nødvendigvis identisk med et *rikssymbol* - heller ikke i de tilfeller (som f.eks. Norge) hvor det geografiske sammenfall mellom *land*, *rike*, *stat* og *nasjon* er tilnærmet totalt.

Mens *landet* er en fysisk, geografisk enhet, og *riket* i tillegg til den geografiske dimensjon også er en historisk og tildels metafysisk størrelse, er *staten* dets politiske og forvaltningsmessige organisasjonsapparat. *Nasjonen* er på sin side et begrep som er forankret i den befolkning som er hjemmehørende i land og rike, og som måtte anse seg som borgere av vedkommende stat. Det er også et begrep som undertiden forlenes med enda mer utpregede - og stundom ekstreme - metafysiske kvaliteter, jfr. den grumsete skapningen ”folkesjela”. Dét er et aspekt som ikke skal gjøres gjenstand for nærmere granskninger eller funderinger i foreliggende studie, ut over de forhold som studiens karakter gjør det påkrevet å konstatere:

- At visuelle symboler anvendes funksjonelt av nasjonale myndigheter (”staten”) for å markere forhold, elementer m.v. som anskueliggjør den felles nasjonale tilhørighet.
- At slik symbolbruk tildels benyttes aktivt for å styrke det nasjonale samhold, med sikte på å mobilisere befolkningens entusiasme og støtte for gitte overordnede og angivelig felles politiske (heri innbefattet eventuelle sosiale, økonomiske eller kulturelle) *mål*.<sup>34</sup>
- At slik symbolbruk også kan inngå som ledd i et mer omfattende og langsiktig historisk og politisk prosjekt, som kan sammenfattes i uttrykket *nasjonsbygging*.

---

<sup>34</sup> Som eksempler, jfr. tidl. statsminister Gro H. Brundtlands tidvise appeller til det norske folk om å delta i en ”*nasjonal dugnad*” for diverse gode formål; likeledes den massive bruk av såvel materielle som symbolske virkemidler (inkl. de olympiske ringer og den såkalte ”fakkelf stafetten”) som ble benyttet i forbindelse med de olympiske vinterleker på Lillehammer i 1994 for å mobilisere nasjonens felles entusiasme og oppslutning om dette arrangementet (Skagestad, O.G. 2011h).

En *nasjons* fremste felles og samlende symbol er *flagget*. Et lands flagg anvendes undertiden også som rikssymbol, samt i utstrakt grad som statssymbol. Men flaggets primære funksjon er som *nasjonalsymbol*, - symbolet på befolkningens felles tilhørighet. Til forskjell fra riksvåpenet, hvis anvendelse er strengt lovregulert, er flagget for alle. I den grad flagget benyttes av offentlige etater, gjelder riktignok visse lovfestede bruksregler, - regler som i visse henseender også oppfattes som normgivende av private brukere. Hevdvunne normer for skikk og bruk og høvisk adferd tilsier videre at flagget bør behandles med et modicum av respekt (f.eks. ikke tråkkes på, tilsøles eller brennes – eller, for Norges vedkommende, ikke la henge ute om natten ), men forøvrig er anvendelsesområde og -art kun begrenset av brukernes fantasi og ressurser.

Som visuelt nasjonalsymbol er flagget uovertruffent, både i kraft av dets formelle status, som følge av de sterke sinnbildene som dets historiske assosiasjoner og konnotasjoner gir,<sup>35</sup> og ikke minst på grunn av dets høye gjenkjennelighet. Flagget er imidlertid langt fra enerådende med hensyn til denne anvendelsesfunksjon. Et ubegrenset antall visuelle elementer - fra landskapsmotiver (så som Nordkapp under midnattssolen) til byggverk (Holmenkollbakkens tårn i profil), folkekulturelle objekter (hardingfele, bunader), motiver fra skipsfartsnæring (fra vikingskip til oljerigger, jfr. også diktstrofen "*Vår ære og vår makt har hvite seil oss brakt*"), profilering av personer (idrettsutøvere, polfarere, komponister osv.) som har utført bragder som nasjonen kan sole seg i gjenskinnet av - kan alle fremstilles som *nasjonale ikoner*: Objekter som forlenes med et gjenkjennbart nasjonalt symbolinnhold.

Og likesom et *frimerke* i seg selv fremstår som et rikssymbol, så vil det også langt på vei kunne ha karakter av et nasjonalsymbol. Dog ikke i samme grad, for funksjonen som nasjonalsymbol forutsetter en vesentlig sterkere grad av følelsesmessig nærhet, identifikasjon og fellesskap. Frimerkets blotte eksistens er således bare en del (nødvendig, men ikke tilstrekkelig...) av den habitus som behøves for å fylle funksjonene som nasjonalsymbol. Desto viktigere i så måte vil det derfor være om merket også har en tematisk utforming (motivflate) som gjengir lettoppfattelige nasjonale hønneobjekter eller -markører.

- *Nasjonsbyggings-funksjonen*

Det er en utbredt og hårdnakket feiloppfatning at *nasjonalstater* - og derfor den nasjonalfølelse eller de nasjonale for ikke å si nasjonalistiske forestillinger som har ligget til grunn for etableringen av nasjonalstater - er fenoméner som først for alvor oppstod omkring år 1800, under Napoleonskrigene, i kjølvannet av den franske revolusjon og de idéer som den frembrakte. Et vell av historisk kildemateriale forteller oss noe annet. Forestillingen om et folkeferds felles nasjonale identitet, bl.a. definert gjennom motsetningene mellom "oss" og "dem", er et tema som går igjen en rekke steder i Det Gamle Testamente. Og om det så gjelder Norge, så kan man knapt finne noe mer eklatant vitnesbyrd om nasjonalfølelsens politiske potens enn i den dialog som historikeren Snorre Sturlason (1179-1241) la i munnen

---

<sup>35</sup> Som eksempel skulle det være nok å minne om den ekspressive kraft som utstråles i Nordahl Griegs diktstrofe "*Idag står flaggstangen naken blant Eidsvoll's grønnende trær...*"

på kong Olav Trygvason og hans adjutanter foran slaget ved Svolder (år 1000).<sup>36</sup> At tidligere tiders statsdannelser i større grad hadde preg av å være *dynasti*-stater, er selvsagt korrekt. Det forhindrer likevel ikke at nasjonale forestillinger fra de tidligste tider også har vært en mektig inspirasjon og stundom en retningsgivende struktur-ressurs for de riksbyggings- og statsdannelsesbestrebelse som de ulike tiders fyrster og kongsemner så seg beføyet til å stille seg i spissen for.

Nasjonsbygging handler imidlertid om å skape vilkår for fremveksten av slike nasjonale holdninger som kan styrke samholdet og den felles tilhørighet blant befolkningen i et gitt samfunn, dvs. fortrinnsvis innen rammen av en statsdannelse som allerede er etablert eller som noen anser det for ønskelig å etablere (det videre formål er således å forlene angjeldende statsdannelse med en legitimitet, autoritet og stabilitet som den eventuelt anses for å mangle). Dette er et fenomen som særlig karakteriserer de mange "nye nasjoner" som bl.a. oppstod som følge av utviklingen av koloni-imperiene på 1950-60-tallet, samt i forbindelse med rekonstruksjon av stater som av ulike grunner har havarert (f.eks. Afghanistan etter 2001, Irak etter 2003). Elementer av nasjonsbygging har også stått på dagsordenen i de mange tilfeller som man opp gjennom tidene har hatt av gjenopplivning eller re-etablering av fordums statsdannelser som i kortere eller lengre tid har vært ute av funksjon (f.eks. Norge etter 1814, de baltiske stater etter 1991). Nasjonsbygging omfatter et vell av virkemidler, hvor aktiv, holdningsskapende bruk av nasjonalsymboler står sentralt. Et stykke på vei handler det også om å gjenopplive, eventuelt dikte opp nasjonale myter, å gjenskape forestillinger om en presumptiv gloriøs nasjonal fortid, befolket av helter og pionérskikkelser som kan tillegges egenskaper, dåder og bragder som gjør dem anvendelige som nasjonale ikoner.

Myter, symboler, ikoner, fortellinger..., - for at potensialet som virkemiddel i nasjonsbyggingens tjeneste skal kunne realiseres, behøves *budbærere*, - medier for formidling av den virkelighetsoppfatning og de verdier som her søkes fremmet.

I en slik kontekst vil frimerkets funksjon som bærer og formidler av et budskap, som medium for å fortelle en historie - sann eller oppdiktet - komme til sin rett.

- *Revirmarkering*

Som nevnt foran, var organisering av et lands postvesen, og følgelig også utstedelse av frimerker, i henhold til hevdvunnen oppfatning et prerogativ for de respektive lands og territoriers sentralmyndigheter. Dermed fikk frimerkeutgivelser også nødvendigvis karakter av å være en *statsakt*. Ved å utstede frimerker og la disse bli tatt i bruk innenfor et gitt

---

<sup>36</sup> Ifølge Snorre forløp det slik: "*Kong Olav stod i løftingen på Ormen, han stod høyt over de andre. Han hadde et forgylt skjold og rød gullhjelm, han var lett å kjenne fra de andre; utenpå brynjen hadde han en kort rød kjortel. Da kong Olav så flokkene ordnet seg, og merkene kom opp foran høvdingene, spurte han: "Hvem er høvding for den hæren som er rett imot oss?" De sa ham at der var kong Svein Tjugeskjegg med danehæren. Kongen svarte: "De blautingene er jeg ikke redd for, det er ikke noe mot i danene. Men hva er det for en høvding som følger merket der ute på høyre hånd?" De svarte at det var kong Olav med sveahæren. Kong Olav sa: "Det var bedre for svearne om de satt hjemme og slikket blotbollene sine, enn at de går her mot Ormen under våpnene til dere. - Men hvem eier de store skipene som ligger der til babord for danene?" "Der", sa de, "der er Eirik Håkonsson jarl". Da svarte kong Olav: "Han synes vel han har god grunn til å møte oss, og der kan vi vente oss en kvass strid. De er nordmenn som vi selv".*

geografisk territorium, annonserte utgiveren - dvs. staten - samtidig at angjeldende territorium falt inn under samme stats jurisdiksjon.

I områder med avklart og alment aksepterte jurisdiksjonsforhold, innebar ikke dette mer enn en ytterligere stadfestelse av tingenes eksisterende tilstand.

I områder med uklare eller omtvistede suverenitets- eller jurisdiksjonsforhold, er bildet et annet. Vi kan her skjelve mellom områder som blir gjenstand for erobring eller kolonisering,<sup>37</sup> områder som er eller har vært gjenstand for mellomstatlige kriger og konflikter, områder som separatistiske myndigheter har søkt å løsrive fra eksisterende eller tidligere statsdannelser,<sup>38</sup> samt nyervervede eller nyoppdagede områder hvor ulike staters ekspansjonstrang eller deres ulike prinsipper for landnåm har skapt uoverensstemmelser.

Uansett er det slik at grenselinjer trukket opp på et frimerkes billedflate er et *politisk budskap* fra utstederstaten – og slik blir det også oppfattet fra omverdenen.

Hvor sensitivt dette kan være, og hvor sterkt virkemiddel frimerkeutgivelser kan være, kan illustreres med et eksempel som også viser hvilken signifikans som kan tillegges et endog helt utilsiktet budskap: I anledning av Det Internasjonale Geofysiske År utgav Norge 1. juli 1957 en frimerkeserie, hvorav ett av merkene (NK 450) viste et kart over Antarktis, hvor det norske biland (kravsområde) Dronning Maud Land var inntegnet som en *sektor* med grenselinjer trukket helt inn til Sydpolen, - øyensynlig i klar motstrid mot etablert norsk politikk i spørsmål av denne karakter. Dette førte til at det norske utenriksdepartement mottok en henvendelse fra USAs ambassade med spørsmål om det var så at Norge hadde skrinlagt sin tidligere motstand mot bruk av det såkalte ”sektorprinsippet” for regulering av suverenitetsforhold i polarområdene (Skagestad, O.G. 2005f: 343).

I alle tilfeller som gjelder områder med uklare eller omtvistede suverenitets- eller jurisdiksjonsforhold vil en stats utgivelse av frimerker for området (hva enten det dreier seg om frimerker som tas fysisk og praktisk i bruk ved opprettelse av posttjenester i området, eller det dreier seg om slik symbolmarkering som ligger i at frimerkets billedflate forsynes med territoriets navn, kart, eller andre elementer som har en visuelt oppfattbar tilknytning til territoriet), innebære det klare budskap: *”Her er det vi som styrer!”* En slik revirmarkering vil ikke bare fremstå som en statisk meningsytring fra angjeldende statsmyndigheters side. I henhold til tradisjonell folkerettslig forståelse vil en slik handling også innebære en form for aktiv, *de facto* jurisdiksjonsutøvelse av dynamisk karakter, dvs. være en handling og en virksomhet som over tid - med mindre den utfordres med tilstrekkelig kraft fra annet hold - vil få presedensvirkende og hevd-skapende effekt.

---

<sup>37</sup> Klassiske eksempler i så måte er de omfattende frimerkeutgivelser som fant sted i de ulike delene av de verdensomspennende koloniimperier som hadde sin store vekstperiode i annen halvdel av det 19. århundre.

<sup>38</sup> Jfr. f.eks. de frimerkeutgivelser som ble foretatt av slike separatistiske og senere aborterte statsdannelser som Sydstats-konføderasjonen under borgerkrigen i USA (1861-65) og Biafra under borgerkrigen i Nigeria (1967-70).

Slik revirmarkering er også et vanlig fenomén når det gjelder nyervervede territorier hvor suverenitets- og jurisdiksjonforholdene ikke lenger nødvendigvis er omstridte. Et eksempel i så måte er utgivelsen av Svalbard-serien (NK 137-140) i anledning av Norges overtagelse av Svalbard 14. august 1925.

- *Statens sanksjons- og legitimasjonsverktøy*

Frimerkets anvendelighet som redskap for *revirmarkering* er langt på vei en konsekvens av dets funksjon som *sanksjons- og legitimasjonsverktøy*. Om selve *utgivelsen* av frimerker kan betraktes som en *statsakt*, vil *bruken* av merket fremstå som statens *offisielle godkjenning* av at en gitt postforsendelse ekspederes, og innebærer samtidig statens *garanti* for at dette vil skje på foreskrevne vis. Ved kansellering (stempling) av frimerket på en postforsendelse, utsteder staten en *kvittering* som stadfester at oppdragsgiver har betalt for den tjenesten som staten har forpliktet seg til å utføre.

Dette er en kvittering med dobbelt status. For det første er det en kvittering som staten utsteder i egenskap av kommersiell aktør i forhold til brukeren av den tjenesten som leveres. Men i tillegg - fordi staten ikke bare er en tilfeldig monopolist i markedet, men er den overordnede utøver av de relevante samfunnsmessige reguleringsfunksjoner - er det også en kvittering som stadfester at staten har gjort jobben sin også i denne egenskap, at staten har gjort sin jobb *qua stat*. Vi sikter her til statens rolle som samfunnslivets *sanksjonerende og legitimerende* instans. Vi sikter til de oppgaver som tilligger staten i kraft av denne rollen, og de funksjoner og handlinger som denne rollen fører med seg.

Det er kanskje ikke så lett å se den helt store forskjellen når det gjelder et såvidt trivielt anliggende som bruken av frimerket som postkvittering. Den prinsipielle distinksjon kommer tydeligere til syne om vi betrakter den bruk som i andre land og særlig i tidligere tider har vært gjort av frimerket som "*stempelmerke*" ved legalisering eller tinglysning av ulike typer dokumenter av privatrettslig og offentligrettslig viktighet.<sup>39</sup> Frimerket, behørig kansellert med notarius' egenhendige signatur, fremstod således som statens kvittering for det gebyr som kunden hadde betalt for å få statsmaktens godkjenning av at angjeldende dokument nå - i kraft av statens generelle legaliserende prerogativer - var blitt gitt en offisiell status.

- *Statens bumerke (logo)*

Betegnelsen *bumerke* (også kalt *logo* eller *emblem*) vil her snevert forstås som et *identitetstegn*, mao. et fysisk symbol som i seg selv ikke innebærer noen forpliktelser, pretensjoner eller krav. Det er et visuelt symbol som hverken stadfester, legitimerer eller sanksjonerer noe som helst - ut over det forhold at bumerket fremstår som en påstand om at dets innehaver er den som vedkommende gir seg ut for å være.

---

<sup>39</sup> Jfr. også omtale foran under Kap. 1.3.1. Det kan videre nevnes at i tidligere tider var således mange frimerker som ble utgitt i Storbritannia og andre deler av det britiske imperium forsynt med teksten "postage – revenue", som uttrykk for at frimerkene ble produsert med denne dobbeltbruk for øye.

Et estetisk velutformet og iøynefallende logo eller emblem vil kunne tjene såvel forfengelighetshensyn som praktiske behov. I så måte er det tale om samme type funksjon som blant kommersielle aktører ivaretas ved bruken av registrerte (mønsterbeskyttede) *varemerker*, og som blant individer, firmaer og organisasjoner forøvrig ivaretas ved bruken av *visittkort* (Skagestad, O.G. 2005g: 10).

Bruksområdet vil være retningsgivende mht. hva slags objekter som kan benyttes som bumerke. Det vil også gjøre seg gjeldende begrensede faktorer pga. praktiske forhold, design- eller layoutmessige hensyn, samt hensyn til slikt regelverk som måtte være relevant. Eksisterende riks- eller nasjonalsymboler er således ikke nødvendigvis direkte anvendbare. F.eks. er bruken av det norske *riksvåpen* underlagt såvidt strenge lovfestede krav og restriksjoner at det ikke kan plaseres i hytt og vær, i hvilken som helst sammenheng eller på hvilke som helst steder hvor staten måtte ønske å sette sitt bumerke. *Flagget* er heller ikke alltid spesielt velegnet i så måte, men da snarere av den motsatte grunn – at den omfattende og mangslungne private anvendelse av flagget i allskens sammenhenger har fratatt det den eksklusivitet og dermed det umiddelbare *særskilte gjenkjennelsespreg* som et bumerke bør ha for å kunne fylle sin funksjon.

Den norske stat har håndtert denne utfordringen gjennom det såkalte *designprogram* som ble utviklet på begynnelsen av 1990-tallet til bruk bl.a. på de mange statlige trykksaker (f.eks. alt fra sentralforvaltningens konvolutter, brevhoder og invitasjonskort til offentlige utredninger og andre publikasjoner) m.v. som av praktiske grunner søkes utstyrt med statens bumerke. Blant de elementer som inngår i dette designprogrammet finner vi også en blått-hvitt og kreativt forvridt variant av riksvåpenet, som her fremstår til forveksling lik det franske bilmerke *Peugeot's* logo (Skagestad, O.G. 2000: 48; Skagestad, O.G. 2005h: 18).

*Frimerkets* funksjon som statens bumerke er relativt beskjedne på det innenrikske bruksområde. Borgeren møter statsmakten i dens allehånde manifestasjoner i en lang rekke sammenhenger, og behøver knapt frimerket i dens eventuelle rolle som en ytterligere påminnelse om statens eksistens. I allfall må den tilleggseffekt som frimerket måtte bibringe i så måte, antas å være sterkt begrenset. Synet av et norsk frimerke kan saktens minne en norsk borger om at det er noe som heter *Kongeriket Norge*, det kan endog muligens gi vibber i retning av at ”*Vi ere en nasjon, vi med*”, men vil neppe gi fornemmelser av at her formidles budskapet ”*Staten, det er jeg*”.

Annerledes vil det fortone seg overfor omverdenen. Her vil frimerkets funksjon som statens bumerke tilsvare samme funksjon som et *visittkort* – en kort presentasjon av hvem eller hva man er. Med sin massedistribusjon, sitt globale nedslagsfelt og sin visuelt iøynefallende konstruksjon, utforming og plassering (samt attraktivitet som samlingsobjekt), er frimerket enestående vel egnet for dette formål. Denne visittkort-funksjonen forutsetter blant annet *gjenkjennelighet*. Viktigste element i så måte er statens *navn*, lesbart plassert på merkets billedflate.<sup>40</sup> Dette forsterkes i den grad merket er forsynt med et motiv som forøvrig bringer

<sup>40</sup> Et unntak i så måte er Storbritannia. På det første britiske frimerke – som også var verdens første (jfr. foran) – figurerte ikke landets navn, kun statsoverhodets (dronning Victorias) portrett i profil. Dette er en praksis landet har fulgt ved alle senere utgivelser – også i de tilfeller hvor hovedmotivet er et helt annet og dekker det aller

assosiasjoner til det land og den nasjon som staten fremstår på vegne av (f.eks. riksvåpen eller flagg, jfr. den foranstående drøftelse av funksjonene som *rikssymbol* og *nasjonalsymbol*).

- *Statens selvbilde og selvforståelse*

Fordi frimerket har en såvidt høyprofilert funksjon som statens *visittkort* mao. som dens egenpresentasjon, så vil dets utforming også reflektere statens *selvforståelse* og *selvbilde*. De kan hende uuttalte, men like fullt underliggende spørsmål som derfor må tas stilling til ved planlegningen av nye frimerkeutgivelser, vil derfor være:

*Hvordan ønsker vi å presentere oss selv?*

*Hvordan ønsker vi å fremstå i andres (omverdenens) øyne?*

*Hvilke sider ved vår identitet ønsker vi å fremheve?*

Disse spørsmålene forutsetter igjen at man tar stilling til ytterligere et sett enda mer grunnleggende spørsmål:

*Hvordan oppfatter vi oss selv?*

*Hvordan ønsker vi å oppfatte oss selv?*

Forfatteren av dette skrift har intet nærmere kjennskap til i hvilken grad det som ledd i den kortsiktige eller langsiktige planlegningen av nye frimerkeutgivelser – det være seg i Norge eller i andre land – faktisk foregår en bevisst prosess som omfatter en systematisk vurdering med utgangspunkt i ovennevnte spørsmålstyper. Det er heller ikke av vesentlig betydning for den beskrivelse og analyse som inngår i foreliggende studie. Uansett om spørsmålene måtte være eksplisitt stilt eller ei, så ligger svarene oppe i dagen, i form av de beslutninger som faktisk er blitt fattet og som har materialisert seg i form av de frimerkeutgivelser som påviselig er blitt foretatt. De motiver som er benyttet på frimerkenes billedflater, og de budskap som kan leses ut av motivvalg og -utforming, gir også svar på spørsmålene om hva slags selvbilde og selvforståelse som utgiverstaten har ønsket å formidle overfor omverdenen.

- *Funksjonen som politisk vitnesbyrd eller programerklæring*

Siden tidenes morgen har statsmakter (også i land som, til forskjell fra Norge, aldri har gått til det skritt å opprette en *Verdikommisjon*) hatt en notorisk tendens til å opptre – overfor egne borgere såvel som overfor omverdenen – med normative budskap om hvordan individer og stater burde forholde seg til saksområder og enkeltspørsmål.

Alt avhengig av budskapets art, herunder dets eventuelle opphøyede eller sektorovergripende karakter, har staten i denne sin forkynner-, oppdrager- og reformatorrolle kunnet fremsette ulike slag vitnesbyrd og programerklæringer. Dette er en rolle som staten utøver primært på vegne av seg selv *qua* stat, men derigjennom implisitt også på vegne av det *rike* som den forvalter, eller på vegne av den *nasjon* og det *samfunn* som den identifiseres eller identifiserer seg med.

---

meste av merkets billedflate, har man inkludert statsoverhodets portrett om enn i helt diminutiv og stilisert form, - samt utelatt landets navn.

De *saker* som profileres, blir også et mål på hvilke *verdier* staten hyller. Og fordi staten ikke eksisterer i et samfunnsmessig vakuum, blir disse også et uttrykk for hvilke verdier som har - eller anses å ha - bred oppslutning og støtte i samfunnet som helhet. I den grad en stats myndigheter skulle ønske å konfrontere sine undersåtter eller borgere med et kontroversielt eller særlig provoserende budskap, synes ikke frimerkeutgivelser å peke seg ut som en spesielt gunstig arena. Unntaket vil i så fall være om man nettopp ønsker å presentere den kontroversielle saken på en måte som kan få den til fremstå som *mindre kontroversiell*, - i en form som kan få saken (og de verdier som denne fremmer eller er bygget på) til å fremstå som *samlende* i stedet for *splittende*. Frimerkets egnethet i så måte springer ut av det forhold at vi her har å gjøre med et objekt som i ekstremt høy grad har karakter av å være almenhetens *fellesinstitusjon*, et objekt som vi alle - mann og kvinne, ung og gammel, høy og lav - har et felles eierforhold til. En sak som bæres med å profileres på et frimerke, vil derfor allerede i utgangspunktet fremstå som høyverdig, eller i det minste som *verdig*.

Også på denne måten har frimerket i sin budbringerfunksjon fremstått som et effektivt, eller iallfall som et intenst og hyppig brukt (eller misbrukt) medium i Den Gode Saks tjeneste. Dette gjelder fremfor alt for stater med totalitære trekk, men trolig like meget for stater hvor "godhetsregimet" i dets ulike varianter (jfr. "den terapeutiske stat" m.v.) inngår i målestokken for statens selvbilde. Eller for å snu på det: Det finnes vel knapt noen stat – iallfall i moderne tid - hvor ikke myndighetene en gang i mellom utgir frimerker med billedflater som bærer bud om en God Sak som på denne måten skal anerkjennes.

I og med at denne budbringerfunksjonen i dens ulike aspekter og fasetter fremfor alt er en funksjon av *statens* virksomhet i dens ulike roller, er frimerkets budbringerfunksjon også pr. definisjon av *politisk* art. Og fordi frimerket når frem i alle samfunnets avkroker, synlig for alle, taust men likevel talende, jfr. det semiologiske perspektiv på "bildets retorikk" (Barthes 1964), er frimerket også en budskapsplattform for politisk massekommunikasjon.

Av de foregående avsnitt kan videre trekkes den slutning at de motiver eller fenoméner (saker, verdier m.v.) som tematiseres på frimerkenes billedflate, ikke bare bærer bud om *statens* selvbilde, men også reflekterer – i videre forstand – hele *samfunnets* selvforståelse. I dette begrepet inngår blant annet elementer som hevdvunne eller toneangivende oppfatninger av statens rolle (*hva* denne består i - art og omfang), *hvordan* staten og dens mangfold av organer utøver sine roller (jfr. dikotomien regelstyring vs. målstyring, samt "New Public Management"-konseptet), og videre forholdet mellom ulike samfunnsinstitusjoner (øvrigheter, formyndere, tjenesteleverandører eller brukerstøtter) og borgerne (brukere, klienter eller kunder?).

For såvidt som denne slutningen viser seg å holde stikk, vil vi også – med bred penn – kunne konstatere at frimerkeutgivelser gir en målestokk på selve samfunnsutviklingen.

\*            \*            \*

Som bebudet avslutningsvis i innledningsavsnittet om oppgaven, vil i de påfølgende kapitler søke å (Kap. 2) identifisere hvordan de ulike funksjoner har kommet til uttrykk i de valg av motiver som har prydet frimerkenes billedflater; videre foreta en operativt hensiktsmessig



inndeling av de ulike grupper motivkategorier; samt (Kap. 3) beskrive de ulike typer utgivelsespolitikk som avtegner seg ut ifra parametere som utgivelsesvolum, motivvalg m.v.

Vi vil deretter (Kap. 4) presentere de to case studies – Norge og Syd-Afrika – med hensyn til de dynamiske og komparative aspekter, herunder grad av sammenlignbarhet. I dette kapitlet presenteres dessuten de hypoteser som lanseres i denne studien samt den metode som kommer til anvendelse.

Kap. 5 og Kap. 6 tar for seg henholdsvis Norge og Syd-Afrika, med beskrivelse av utviklingstrekk inkludert endringsmønstre over tid. I Kap. 7 jevnføres de beskrivelser er foretatt og eventuelle konklusjoner som er trukket i kapitlene 5 og 6 for de to land enkeltvis, mens Kap. 8 vil tilstrebe en tolking av de sammenhenger eller korrelasjoner som måtte være påvist.

## Kap. 2 - Motiver

### 2.1 Retningsgivende hensyn

Det store mangfold av motiver som er å finne på all verdens frimerker, bærer bud om at her er det ulike hensyn som har vært gjort gjeldende eller vært retningsgivende.

#### 2.1.1 Postalt funksjonelle hensyn

I den grad frimerkets *postale funksjoner* legges til grunn, vil det viktigste hensyn i så måte være *gjenkjennelighet*.

Såvel leverandør som bruker samt det bredere publikum forøvrig må uten altfor store vanskeligheter kunne *se* at dette er et frimerke. Det må fremgå at det faktisk *er* et frimerke, det må ligne på et frimerke. Dette betyr bl.a. at merkets billedflate må inneholde de to grunnelementer *landets navn* og merkets *portovalør*.<sup>41</sup> I tillegg har det tradisjonelt vært sett som en fordel at også billedflaten forøvrig gjengir et motiv som har elementer av gjenkjennelighet. Dette vil - i sin enkleste form - kunne oppnås ved at utsteder dvs. staten påfører objektet sitt *bumerke* (så som riksvåpen, statsoverhodets portrett o.l.), som på en iøynefallende og lettfattelig måte kan fortelle iakttageren hva det er man har å gjøre med. Også andre motiver vil, når det blir innarbeidet og helst gjentatt, kunne oppnå en høy grad av gjenkjennelighet (omvendt vil en altfor ekstrem, radikal og kreativ utforming kunne avstedkomme reaksjoner som ”Hva!? Skal nå de greiene der forestille et frimerke, også, nå da?!”).

#### 2.1.2 Attraktivitet (estetikk)

*”Norske frimerker er som kjent verdens flotteste”*  
(*Frimerkeposten* 1996: 4).

Et annet hensyn vil være *attraktivitet*. Hva enten det måtte bunne i utgiverens forfengelighet, ekshibisjonisme, estetisk sans, perfeksjonisme, virketrang eller teft for de kommersielle konkurransefortrinn, vil hensynet til attraktivitet - bevisst eller ubevisst - spille inn ved valg av det motiv som skal pryde et frimerkes billedflate. Om ikke alle med like høy troverdighet vil kunne hevde at ens egne frimerker er ”verdens flotteste”, vil dette like fullt fremstå som et attråverdig mål å strekke seg etter. Hverken oppdragsgiveren (de statlige myndigheter) eller utøveren (kunstneren) vil normalt være interessert i å anvende ressurser på å fremstille et produkt som i innhold og utforming må antas å ville fremstå som ekkelt og frastøtende.

---

<sup>41</sup> Sistnevnte krav er ikke lenger så opplagt som det i sin tid kunne syntes: Siden 1990-tallet har skikken med å operere med såkalte ”valørløse” frimerker, med utsalgspris tilsvarende de portosatser som postmyndighetene til enhver tid måtte fastsette, grepet om seg i mange land (inkl. Norge og Syd-Afrika).

Hva som oppfattes som attraktivt, kan variere, - f.eks. fra ett land til et annet, og fra én tidsepoke til en annen. I så måte vil motetrender spille inn. At dette kommer til uttrykk i en bevisst holdning fra utgiverens side, kan belyses ved følgende sitat fra en programerklæring fra det norske postverket (*Frimerkeposten* 1997c: 2).

*”Frimerkeprogrammet for 1998... inneholder temaer som bærer bud om fornyelse i utgivelsespolitikken. I forhold til tidligere års programmer har vi blant annet lagt større vekt på å gjenspeile vår egen tids begivenheter. Vi har også bragt inn flere kunstnere. Sammen med de etablerte skal de skape variasjon i utgivelsene og befeste norske frimerkers posisjon i verdenstoppen”.*

### 2.1.3 Budskap (fortelling)

*”... every stamp is a work of art in its own right, it also tells its own story. Each new issue with its special theme has a unique history,... South African stamps have many and varied stories to tell...”* (Van Niekerk 1996: 2)

*“At Philatelic Services we like to remind our clients that there is a story behind every stamp”* (Setempe 1996: 4).

Når hensynene til gjenkjennelighet og attraktivitet er ivaretatt, gjenstår - som den styrende faktor - hvilket eller hvilke *budskap* man ønsker å målbære.

Ethvert frimerke har en historie å fortelle. Dette gjelder uansett om utgiveren har hatt et bevisst ønske om det eller ei, og det gjelder selv de mest minimalistisk utformede eksemplarer av arten.

For å illustrere hva dette betyr, vil vi som eksempel ta for oss et par frimerker som representerer en ekstrem, tilnærmet rendyrket minimalisme i form og budskap: De to norske bruksmerkene NK 1009 og NK 1010 (utgitt 12. februar 1987).

De to merkenes billedflater bærer et ensartet utformet motiv, bestående av landnavnet med to stavemåter ”Norge Noreg” og portoalørene ”350” og ”450” (underforstått ”øre” - noen myntenhet er ikke angitt). Ingen øvrige motivelementer kan observeres, bortsett fra at farvesammensetningen (det ene merket med gule tall på rød og blå bunn, det andre med gule tall på blå og grønn bunn) fremstår som et selvstendig dekorelement. Bokstavene i landnavnet og tallene i portoalørene er gitt en enkel og nøktern utforming, uten tilløp til dekor-attributter. Stort enklere kan det knapt gjøres. Likevel fremstår billedflatens komposisjon - tallenes og bokstavenes størrelse og plassering - i samspill med farvebruken, som et iøynefallende *estetisk* budskap, hvor essensen er at utgiveren ønsker å presentere seg selv og sin smak på en måte som – om man ønsker å legge inn en positiv fortolkning - kan karakteriseres som ”ubeskjeden minimalistisk eleganse”. Alternativt kan man, som Ivar Sundsbø (hovedforfatter av Postens jubiléumbok *Norge komplett 150*) velge å nøye seg med å konstatere at ”*Tall i farger (NK 1009-1010) fra 1987 bør etter min mening forbigås i stillhet*” (Sundsbø 2004: 144).

Videre kan bemerkes at selve farvevalget og -bruken fremstår som såvidt kontrasterende at det gir en helhetseffekt som trolig også kan oppfattes som ”*dristig*” eller endog ”*modernistisk*” i sitt estetiske uttrykk.

Samtidig bærer farvevalget også bud om et element av *konvensjonalitet*, ved at man viderefører tidligere tiders tradisjon med bruk av rødt som bunnfarve i det frimerket i en serie som har den valør som tilsvarer vanlig brevporto.

Og det var det hele? Nei, i tillegg kan det tas til etterretning at utgiveren ved å benytte de to stavemåtene ”Norge Noreg” må ha ment å tilkjenne en nidkjær iver etter å virkeliggjøre det krav som *Lov nr.5 av 11. april 1980 om målbruk i offentlig teneste* stiller om likestilling av de to offisielle målformer.<sup>42</sup> Merkets billedflate bærer med andre ord også et *språkpolitisk* budskap.

Og som om ikke dét var nok: Ved hjelp av en lupe vil man i underkant av merkenes billedflate kunne lese årstallet ”1987” samt ordet ”anisdahl”, hvor sistnevnte representerer kunstnerens navn (Leif F. Anisdahl). Intet oppsiktsvekkende i det, men 100 år – eller for den saks skyld kun 30 år – tidligere, ville det ha vært regnet som upassende for ikke å si uhørt å profilere kunstnerens person på denne måten: Et frimerke skulle representere staten, og skulle ikke besudles med tilleggsfunksjonen som en privatpersons visittkort eller reklamesøyle! Frimerket bærer med andre ord også bud om at det hadde funnet sted en *norm-endring* i så henseende, både generelt i retning av en lavere terskel for hva slags elementer som det ble regnet for akseptabelt å inkludere på frimerkets billedflate, og mer spesielt i retning av en større tilbøyelighet til personfokusering.

På denne måten kan man dissekere og analysere ethvert frimerke for å avdekke hvilken historie det har å fortelle. En slik eksersis vil i de aller fleste tilfeller bringe for dagen en adskillig mer sammensatt og rikholdig fortelling enn hva man kunne lese ut av ovennevnte ”minimalistiske” eksempel.

Det er imidlertid ikke hva vi skal gjøre i foreliggende studie. Her er det ikke de mange interessante enkelt-fortellingene som vil stå i fokus, men de hovedtyper av fortellinger – de *typologier* - som avtegner seg i så måte.

## **2.2 Kategorisering av motiver - praktisk/metodologiske spørsmål**

### **2.2.1 Mulige modeller og kriterier**

Det foreligger ingen ferdig utprøvet, ennsi *selvinnlysende* modell for hvordan man skal gå frem ved kategorisering av frimerkemotiver, eller nærmere bestemt, *motiv-typologier*. Dette betyr at det må det foretas vilkårlige valg med hensyn til hvilke kriterier som skal legges til grunn. I så måte foreligger det et mangfold av opsjoner. Noen uttømmende presentasjon av

---

<sup>42</sup> At bruken av den private stoveformen ”Noreg” i offentlig øyemed beror på en misforståelse, og strider mot såvel *Grunnlovens* § 1 som mot *Lov nr.11. av 18. mai 1990 om stadnamn* (en lov som forøvrig også er selvmotsigende på dette punkt), må i foreliggende sammenheng betraktes mer som en kuriositet.

disse er det ikke behov for her. Spørsmålet er likevel av såvidt retningsgivende betydning for foreliggende studie at det berettiger en nærmere drøftelse. Spesielt vil det være nyttig, for ikke å si påkrevet, å tydeliggjøre enkelte av de hensyn som bør tas i betaktning ved valg av tilnærming.

En nærliggende mulighet kunne være å ta utgangspunkt i *filatelian*, - dette omfattende og mangefasetterte fagfeltet hvor nettopp *motivsamlingen* er en av de mest sentrale og høyest utviklede disipliner. For samlerformål er antallet motivkategorier i prinsippet nærmest ubegrenset, - samlerområdet og hvilken kategorisering som måtte komme til anvendelse, defineres av samleren selv. En viss innarbeidet og – et stykke på vei - alment akseptert systematikk kan likevel observeres. En oversiktlig og systematisk redegjørelse for den gjengse motiv-kategoriseringen innen filatelian finner vi således i referanseverket *Frimerker som hobby* (Hagen 1955: 151-170) som til tross for at det ble utgitt allerede i 1955 gir en fremstilling av temaet som er like aktuell mer enn et halvt hundre år senere.

Det trekkes her et hovedskille mellom såkalte ”gamle” og ”moderne” frimerkemotiver.

”Gamle motiver” – som var totalt dominerende gjennom hele det 19. og stykke inn i det 20. århundre – omfatter tre typer hovedmotiver, henholdsvis (1) utgiverlandets våpen eller annet symbolsk nasjonalmotiv, (2) landets ”regent”, dvs. statsoverhode, samt (3) et nøytralt motiv, i alminnelighet kun et tall som viste at merket var kvittering på den avgift som var forhåndsbetalt til den postbefordrende statsinstitusjon.

”Moderne” frimerkemotiver (som etter hvert skulle bli de antallsmessig dominerende) fikk en gradvis større utbredelse fra tiden omkring første verdenskrig, i takt med utgivernes økende erkjennelse av hvilket ypperlig middel frimerkene var til å ”kunne henlede oppmerksomheten på utgiverlandets historie, næringsliv, kultur og andre forhold som man var interessert i å spre kunnskap om” (Hagen 1955: 155). Blant moderne motiver er særskilt omtale og drøftelse viet fem hovedkategorier: ”Næringslivet”, ”Samferdselsmidler”, ”Berømte menn”,<sup>43</sup> ”Religiøse motiver” og ”Sportsfrimerker”. I tillegg gis en opprøpning av et drøyt tredve-talls spesialkategorier - øyensynlig basert på motivenes utbredelse og popularitet såvel fra et filatelistisk som fra et utgivelsesståsted. Disse er følgende:

Arkeologi	Håndverk	Mytologi
Arkitektur	Industri	Religion
Astronomi	Ingeniørarbeider	Samferdsel
Barnehjelp	Jernbaner	Sjøfart
Blomster	Kart	Sjøer og elver
Broer	Kirker og katedraler	Skip
Dyr	Kunst	Sport
Fjell	Litteratur	Velgjørenhet og Røde Kors
Fly	Medisin og helsevesen	Videnskap og oppfinnelser

<sup>43</sup> Ordet ”menn” må forstås ut ifra datidens gjengse terminologi, og må i foreliggende kontekst åpenbart tolkes i utvidet, tvekjønnet betydning (dette så meget mer som flere av de eksempler som gjengis i boken under angjeldende avsnitt er kvinner...).

Geografi	Menneskeraser	Zoologi
Heraldikk	Monumenter	
Historie	Musikk	

Bokens liste foregav ikke å være utømmende eller endelig. To spesielt populære motivkategorier som glimrer ved sitt fravær, er således ”Olympiske leker” og ”Polarmotiver”. I tillegg er adskillige populære motivkategorier (så som ”Romfart” og ”Miljøvern”) kommet til i løpet av de siste 50 år, mens det ved en utbeidelse av en tilsvarende liste idag ville synes mindre opplagt å inkludere en kategori som ”Menneskeraser”. I det store og hele gir imidlertid listen et greit inntrykk av et representativt utvalg temaer som ville være aktuelle for motivsamlere.

En hovedfordel ved en kategorisering med et utgangspunkt inspirert av motivsamlings-filatelien er at den gir adgang til et tilfang av empirisk informasjon karakterisert ved et spennende mangfold og med et velforberedt presisjons-potensiale.

Ulempen ligger i at man knapt vil kunne unngå å bli fascinert av og fokusert på en detaljrikdom som skygger for helheten, så man knapt kan ”se skogen for bare trær”. Hertil kommer problemet med *operasjonaliserbarhet*, jfr. angjeldende avsnitt i det etterfølgende.

Dette problemet gjør seg også gjeldende med den bruk av motivkategorier som man finner i det nyere referanseverket *Norge komplett 150* (Sundsbo og Hegge 2004). Beskrivelser av ulike frimerkemotiver – herunder utviklingstrender over tid - står sentralt i fremstillingen, som inneholder mange observante betraktninger. Fremstillingen bærer imidlertid samtidig preg av en tildels springende begrepsbruk samt fraværet av et systematisert og noenlunde stringent kategori-sett. Under avslutningskapitlet ”Frimerkemotiver” finner vi således blant annet følgende formuleringer (Sundsbo og Hegge 2004: 189-199):

*”Ser vi tilbake på de 150 årene som har gått siden NK 1 dukket opp, er det en del meget klare tendenser i valg av motiv: Konger og kongelige er selvskrevne (...). Riksvåpenet og posthornet har gått igjen i store mengder (...). Ser man ytterligere på valg av motiver, er det to store hovedgrupper som leder klart i antall utgaver. Det er nemlig kirke/ religion og sport. Fra merket til 900-årsminnet for slaget på Stiklestad og til dagens utgaver hvor Landstad-merket fra november 2002 er det siste, er 70 religiøse motiver kommet på frimerke. (...) Det er utgitt omtrent like mange sportsmerker som merker med religiøse motiver. Av andre motiver i fellesskap kan nevnes at kunst og kultur dominerer sterkt, vi har omkring 50 merker i tilknytning til litteratur, omtrent tilsvarende i klassen norske malerier og grafisk kunst, mens musikk er noe mer stemoderlig behandlet. Derimot har Posten vært svært opptatt av våre vitenskapsmenn og -kvinner. Noe som ellers overrasker, er det høye antall merker som er knyttet til sosialdemokratiet og arbeider-bevegelsen. Omkring 50 merker er utgitt i denne gruppen. Men den aller største gruppen sett under ett utgjøres av det vi med et samlenavn kan kalle for ”det norske”: norsk historie, norske kulturtradisjoner, i det hele tatt det man forbinder med Norge som nasjon. Her har Posten bidratt til å skape et bildespråk for det norske, gjenkjennelig og forståelig for alle”.*

Her er det som man ser benyttet motivgrupper og –kategorier som flyter fritt over i hverandre - på tvers såvel som mellom overordnede og underordnede nivåer. Dette fungerer noenlunde greit i bokens egen indre sammenheng. For foreliggende studies formål vil imidlertid en tilnærming basert på denne form for kategorisering være lite anvendbar.

### 2.2.2 *Utvikling av relevante typologier og parametere*

En alternativ angrepsvinkel kunne være å ta utgangspunkt i de budbringerfunksjoner som ble nevnt avslutningsvis under Kap. 1.1.2 og utdypet nærmere under Kap. 1.3.2. Men dét ville være å begynne i feil ende, for disse betegner *funksjoner av motivene* - identifisert gjennom betrakterens abstraherende *tolkning* av motivene, og ikke motivene selv. Vår tilnærming må være den motsatte, nemlig å ta utgangspunkt i de konkrete objekter dvs. motivene selv slik de kan observeres på frimerkenes billedflater, jfr. semiotikkens forståelsesrammer for forholdet mellom “tegn” og kommunikasjon (**Innledning, Del 1**) og mer spesielt det semiologiske perspektiv på “bildets retorikk” (Barthes 1964). Siden antallet faktiske og potensielle enkeltmotiver i prinsippet er ubegrenset, vil det dernest være nødvendig med en viss gruppering i innbyrdes mer eller mindre beslektede motiv-kategorier, eller *typologier*, for å oppnå en meningsfylt systematikk og for at ikke materialet skal bli fullstendig u håndterlig.

Fremgangsmåten for å utvikle hensiktsmessige typologier, er – som det fremgår av det etterfølgende – den analytisk-syntetiske, basert på den metodisk reduksjonistiske tilnærming, hvor helheten (dvs. typologi-universet) deles opp for å studere delene (den analytiske strategi), som deretter settes sammen for å studere helheten (den syntetiske strategi). Dette er en fremgangsmåte som nødvendigvis tilsier et betydelig element av vilkårlige valg, som dog må foretas innen rammen av mer ufravikelige hensyn og krav. Omsatt til klartekst dreier disse seg om følgende:

Et hensyn som i denne forbindelse må vektlegges, er *operasjonaliserbarhet*. Dette er et hensyn som innebærer at typologiene må tilfredsstille *fem krav*; for det første

- (1) må de ikke være altfor mange; dernest
- (2) må de ha en rimelig grad av koherens i betydningen indre tematisk sammenheng; samtidig som de
- (3) må være vide/rommelige nok til å fange opp samtlige enkeltmotiver som inngår i det foreliggende univers; videre
- (4) må de fremstå med en rimelig grad av innbyrdes balanse bl.a. med hensyn til logisk nivå; og endelig
- (5) må de ikke være så vide/rommelige at hensynet til presisjon blir altfor skadelidende.

Om disse fire kravene skal bl.a. følgende bemerkes:

- (1) Et altfor stort antall kategorier kan lett gå på bekostning av oversiktighet og håndtérbarhet. Samtidig får man en detaljeringsgrad som en skaper en uheldig illusjon av høyt presisjonsnivå, mens forholdet snarere vil være at presisjonen svekkes, idet man vil oppleve at:

- Jo flere kategorier, desto større grad og hyppighet av overlapping mellom kategoriene; og
- Ett og samme merke vil kunne rubriseres under en rekke ulike kategorier.

Begge deler skaper metodisk uklarhet, og bør unngås. I realiteten vil vi da måtte ha å gjøre med en rekke tilfeller av glidende overganger, både mellom kategoriene innbyrdes og mellom de motivene som skal kategoriseres. Et verktøy som i utgangspunktet er ment å bibringe en finstemt presisjon, vil således føre til den motsatte situasjon.

(2) Koherens i betydningen indre tematisk sammenheng gjør at materialet blir lettere å håndtere. Med mindre tematisk sprik mellom de motiv-kategorier som inngår i en felles typologi vil det være enklere å identifisere et gitt merke-motiv som tilhørende én bestemt typologi. Motsatt vil en typologi som er sammensatt av flere tilfeldig sammenraskede motiv-elementer vanskeliggjøre en slik identifisering. Og, ikke minst, vil den føre til at de observasjoner som gjøres – og de slutninger man vil trekke på dette grunnlaget – vil få en tvilsom utsagnskraft.

(3) Hvis ikke typologiene gjøres rommelige nok til å fange opp alle relevante enkeltmotiver – og en del av de objekter (frimerkeutgivelser) som skal identifiseres derfor faller utenfor, har man et åpenbart dobbeltproblem: For det første vil det utvalget som fanges opp av typologiene ha en mangelfull representativitet, som imidlertid kan delvis avbøtes ved at man innfører en uspesifisert samlekategori (sekkepost) ”andre”. For det annet vil en slik mangelfull representativitet medvirke til å så tvil om validiteten av de øvrige kategorier (typologier) hvor slik spesifisering er foretatt.

(4) Kravet om at typologiene må fremstå med en rimelig grad av innbyrdes balanse bl.a. med hensyn til spesifiseringsgrad og logisk nivå, kan illustreres med følgende eksempel: Dersom man velger å formulere to typologier, (a) og (b), benevnt henholdsvis ”*Stavkirker*” og ”*Arbeidsliv/næringsliv/teknologi/vitenskap/utdanning/samferdsel/kommunikasjon*”, vil førstnevnte fremstå som enkel og konkret, med attributter som høyt presisjonsnivå og lav spesifiseringsgrad, mens sistnevnte vil fremstå som sammensatt, bestående av abstraherte elementer, som samlet gir et lavere presisjonsnivå men en høyere spesifiseringsgrad. Dette vil i tilfelle føre til at de observasjoner som foretas og klassifiseres i henhold til slike typologier, vil bli vanskelig jevnførbar innen én og samme referanseramme.

(5) Dersom typologiene gjøres altfor vide/rommelige (“sektor-overgripende”), vil presisjonsnivået bli så lavt at de observerte sammenhenger blir trivielle eller utydelige. For eksempel ville en tenkt typologi som “*Åndsliv*” kunne favne det aller meste, men den ville samtidig usynliggjøre en rekke andre interessante kategorier.

Ingen av disse fem kravene kan innfris fullt ut, uten at det går på bekostning av ett eller flere av de øvrige. Utfordringen består i å kunne foreta en avveining som i mest mulig rimelig grad ivaretar det overordnede hensynet til operasjonaliserbarhet.

### **2.2.3 Reduksjonistisk tilnærming, - og håndgripelighet**



Ovenstående betraktninger tilsier at det for foreliggende formål vil være hensiktsmessig å velge en reduksjonistisk tilnærming til spørsmålet om valg og formulering av klassifiseringskategorier (typologier). Som nevnt innledningsvis i dette kapittel, betyr dette at det må foretas vilkårlige valg med hensyn til hvilke kriterier som skal legges til grunn. Vilkårigheten og reduksjonismen kan imidlertid ikke strekkes for langt, - til dette er det faktiske mangfold i motiver altfor overveldende.

Det kan derfor allerede i utgangspunktet konstateres at oppgaven tilsier at det her må søkes en kompromiss-løsning, dvs. at det må benyttes samle-kategorier samtidig som disse må utformes slik at de ikke blir så vidtfaevnende og utflytende at mangfoldet tar overhånd.

Utfordringen vil således bestå i å makte å kondensere dette mangfoldet ned til et noenlunde håndgripelig nivå, uten at altfor mange meningsfylte nyanser i helhetsbildet går tapt.

#### **2.2.4 Motiv-kategorier, utledet i henhold til tematikk og anvendelse**

Jeg har søkt å takle dette dilemmaet ved å stille opp 10 samle-kategorier som vil bli brukt til å identifisere, klassifisere og rubrisere de frimerkeutgivelser som inngår i foreliggende studie, på grunnlag av de motiver som kan observeres på merkenes billedflater.

Tallet 10 er vilkårlig valgt. Valget er delvis inspirert av triviell konvensjonalitet, hensett til at vi har et desimalbasert tallsystem, men er i hovedsak valgt i lys av nedenstående betraktninger:

Det kan lett argumenteres med at 10 kategorier er i meste laget. Ut ifra hensynet til eleganse i fremstillingen (vakre, oversiktlige grafer, matriser m.v.) samt ut ifra hensynet til å kunne trekke klare og lettfattelige konklusjoner, burde ca. 3 til 5 kategorier være det optimale. Men den observérbare virkelighet er ikke alltid slik at den oppfyller våre ønsker til ryddighet, orden og enkle sammenhenger. I det foreliggende kasus er tallet 10 fremkommet ved at det faktiske motiv-mangfold er stuert sammen gruppevis så tett som det har syntes mulig. De kriterier som er lagt til grunn for denne operasjonen, er for det første at det er tilstrebet en så høy grad av saklig sammenheng som mulig, innbyrdes mellom de elementer som er stuert sammen i hver av samle-kategoriene. Dernest er det tilstrebet en kategorisering som såvidt mulig tilfredsstillter de ovennevnte krav som må stilles til operasjonaliserbarhet.

På dette grunnlag fremkommer følgende 10 motiv-kategorier (typologier):

1. Rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler
2. Postale symboler/postale motiver/postvirksomhet
3. Markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver
4. Hedring av prominente personer/jubiléer
5. Natur/flora & fauna/landskap/turisme
6. Byggverk/kulturseverdigheter/minnesmerker/turisme m.v.
7. Kunst/kultur/folklore/dekor/ornamentikk m.v.
8. Arbeidsliv/næringsliv/teknologi/vitenskap/utdanning/samferdsel/kommunikasjon
9. Sport/idrett/underholdning/aktuelle mediabegivenheter/fritidssystemer/trivia

## 10. Velledighet/gode saker<sup>44</sup>/internasjonalt samarbeid/kampanjer

At en slik inndeling vil være beheftet med visse ufullkommenheter, er formodentlig innlysende. En kritisk iakttager vil kunne bemerke at viktige (i filatelistisk eller samlermessig henseende) motivkategorier mangler. Det gjelder f.eks. kategorier som ”Religiøse motiver”, ”Musikk” og ”Heraldikk”, jfr. den oversikt som er gjengitt under Kap. 2.2.1. I vårt skjema vil de to førstnevnte gjennomgående være ivaretatt under kategoriene 3, 4, 6 og 7, mens sistnevnte vil kunne subsumeres under 1, 2, 3 eller 7, - alt etter hvilke attributter som forøvrig karakteriserer motivene, eller avhengig av i hvilken kontekst motivene presenteres. Tilsvarende gjelder populære motivkategorier som ”Olympiske leker” og ”Polarmotiver”, hvor førstnevnte i hovedsak kan rubriseres under kategori 9, mens sistnevnte kan ivaretas under en rekke av ovennevnte 10 kategorier – alt avhengig av hvilke(t) aspekt(er) som forøvrig er de(t) mest fremtredende. Dette betyr at i noen grad vil skjemaets mangler kunne være mer tilsynelatende enn reelle. At det likevel består et problem, kan neppe bortforklares. Dette er imidlertid først og fremst et praktisk problem for forfatteren av foreliggende undersøkelse, heller enn et feilkildeproblem som eventuelt kunne svekke validiteten av de funn som undersøkelsen måtte frembringe.

Et annet – og potensielt mer suspekt – problem ved denne kategoriseringen, er vanskelighetene med å få et gitt frimerkes motiv til å passe inn i én enkelt rubrikk. Her er det kryssende hensyn som spiller inn. Ut ifra hensynet til fremstillingsmessig eleganse, tematisk ryddighet og formell presisjon, burde hvert enkelt frimerke idéelt sett henhøre under én – og kun én eneste – motivkategori. Men slik er ikke den virkelighet som vi har å gjøre med. Til tross for at vi her tar i bruk relativt vidtfavnende samle kategorier, vil likevel det enkelte frimerkes motiv ofte være såvidt sammensatt at det lett vil synes å høre hjemme i to eller flere kategorier. Dette gjelder i særlig grad nyere merker, hvor sammensatte motiver er regelen snarere enn unntaket. For klassifiseringen står man således overfor et dilemma – skal man holde seg strengt til å klassifisere hvert merke i kun én kategori, eller skal det klassifiseres i flere kategorier? Som det vil fremgå av klassifiseringstabellene (VEDLEGG I og VEDLEGG II), er det her valgt en mellomløsning, hvor hovedregelen har vært såvidt mulig å plasere hvert merke i kun én – den presumptivt mest representative – kategori. I de tilfeller hvor det ville gi et altfor misvisende bilde å holde strengt på hovedregelen – dvs. først og fremst i de tilfeller hvor ingen enkeltkategori har pekt seg klart ut som den som burde foretrekkes, er imidlertid klassifiseringen splittet opp på to eller (unntaksvis) flere kategorier. Noen ganger har valget mellom flere mulige kategorier vært rimelig enkelt. Dette gjelder f.eks. NK 1 og senere utgivelser med avbildning av Norges riksvåpen, som jo forestiller en løve med øks i forlabbene og kongekrone på hodet. Løven er et dyr, og kunne for såvidt høre hjemme i kategori 5 (fauna m.v.). I sin stiliserte form på riksvåpenet er løven imidlertid primært et rikssymbol, og er derfor kun oppført som kategori 1 i vårt skjema.

---

<sup>44</sup> For ordens skyld: At kategorien ”Gode saker” her benyttes uten at ”Gode” settes i anførselstegn innebærer ikke at det fra forfatterens side er foretatt noen normativ vurdering eller gitt noen positiv aksept av angjeldende sakstyper – her er utgangspunktet de subjektive vurderinger som utgiverne må forutsettes å ha lagt til grunn.

Andre ganger har grenseoppgangen måttet gjøres gjenstand for vanskelige og tildels subtile avveininger. Når det f.eks. gjelder det sydafrikanske nasjonaldyr – den grasiøse gasellen *springbok* – er denne avbildet på en rekke av landets frimerker. På enkelte av de tidlige merkene, så som SACC 29, er gjengivelsen såvidt stram og tilnærmet stilisert at motivet fremstår som et rikssymbol snarere enn et dyremotiv. Dette merket, og de senere gjentatte utgivelser av det samme motivet (SACC 42, 55, 125) er derfor kun oppført som kategori 1. På andre merker (f.eks. SACC 146, 159 og 193) fremstår springbok'en mer som et dyremotiv enn som et rikssymbol, og er følgelig kategorisert som 5. I begge tilfeller har det vært behov for anvendelse av en viss porsjon vilkårlig skjønn, hvor kontekstuelle hensyn såvel som formale aspekter ved fremstillingen har spilt inn og påvirket kategori-valg.

## Kap. 3 - Utgivelsespolitikk

### 3.1 Begrepet utgivelsespolitikk – definisjon og egenforståelse

#### 3.1.1 Generelt

Ordet ”utgivelsespolitikk” er såpass innarbeidet i vår tids begrepsbruk at det er fristende nærliggende å ta for gitt at det har et réelt meningsinnhold, samt at det like meningsfylt kan benyttes i omtale og drøftelse av tidligere tiders tilstander.

Hvilket sikkert også er riktig, iallfall dersom vi selv har et bevisst forhold til hva vi mener med dette lett pompøse uttrykket. Som ofte ellers når det er tale om en ”politikk”, er uttrykket ”utgivelsespolitikk” (med tanke på frimerkeutgivelser) såpass løst at det unndrar seg en stringent operasjonalisering.

Innen statsvitenskapen blir begrepet ”politikk” definert som ”den offentlige beslutningsprosess”. Men så snart ordet forsynes med et kvalifiserende eller spesifiserende foranstilt ledd (prefiks), betegner det ikke lenger prosessen som sådan, men både det program som en aktør i prosessen søker å realisere, og de virkemidler som vil bli anvendt for dette formål. ”Utgivelsespolitikk” hva frimerker angår, vil følgelig være et samlebegrep som omfatter de formål som utgivelsesmyndighetene vil søke å realisere, og de overveielser, forholdsregler og konkrete valg og beslutninger – herunder på detaljplanet - som treffes i så måte. En mulig formell innvending mot en slik definisjon er at den er ”teleologisk” for såvidt som den forutsetter en *bevisst hensikt* bak de valg som foretas. Dette kunne eventuelt ha vært unngått hvis vi i stedet hadde valgt å benytte det tilnærmet synonyme, men noe mindre pretensiøse uttrykket ”*utgivelses-praksis*”. Ordet ”utgivelsespolitikk” er imidlertid som ovenfor nevnt vel innarbeidet i den begrepsbruk som her er aktuell, samtidig som hensiktsaspektet er et relevant element i vår sammenheng.

For ordens skyld skal det derfor presiseres at for foreliggende studies formål vil begrepet ”utgivelsespolitikk” også bli brukt for å beskrive forhold hvor det ikke nødvendigvis er påvist at det har ligget noen bevisst hensikt til grunn for de valg som utgivelsesmyndighetene har truffet – eller, om man vil, til grunn for den utgivelsespraksis som disse har fulgt.

Vi postulerer med andre ord at enten (1) har en slik bevisst hensikt alltid vært tilstede, eller (2) at det ikke spiller noen rolle for denne studies formål hvorvidt det alltid har foreligget noen slik bevisst hensikt eller ei.

Når vi først har lagt ovenstående betraktninger bak oss, er det enkelt å regne opp en del sentrale elementer som inngår i begrepet ”utgivelsespolitikk”:

- Utgiveshyppighet, - uttrykkes normalt i antall nye utgivelser pr. år, gjerne i gjennomsnitt over tid (uttrykt ved sammelignbare årrekker).
- Opplag, dvs. hvor mange eksemplarer av hvert merke som produseres og bringes i salg.

- Salgstid – hvor lenge et gitt frimerke vil være å få kjøpt.
- Nominelle verdier på de enkelte frimerker.
- Omfanget av ulike typer ”produkter”.
- Motivvalg.

Alle disse elementene uttrykker interessante aspekter ved et lands utgivelsespolitikk. Foreliggende studie vil imidlertid i hovedsak rette søkelyset på endringer over tid hva angår førstnevnte og sistnevnte av disse – henholdvis utgiveshyppighet og motivvalg.

Ovennevnte elementer vil i foreliggende sammenheng kunne beskrives som *variable parametere* på et lands utgivelsespolitikk. I den grad det for de enkelte parameteres vedkommende kan observeres avvik fra det mønster som ville følge av de rent postale behov, må vi kunne slutte at andre hensyn – bevisst eller ubevisst – har spilt inn.

Hvilke hensyn?

I mange tilfeller åpenbart spekulative beveggrunner – først og fremst ønsket om å cashe inn på samlermarkedet. At fiskale fristelser og tilhørende grådighet vil kunne ligge til grunn for en inflatorisk utgivelsespolitikk, ble drøftet foran under Kap. 1.3.1. Stor utgiveshyppighet, lave opplag, kort salgstid, høy andel særfrimerker, høye nominelle verdier samt bredt produktutvalg er således karakteristiske tiltak i så henseende.

I andre tilfeller vil den praksis som følges, kunne være utslag av noe så prosaisk som generell geskjeftighet eller ekstravagans, hvor tilvante tilbøyeligheter snarere enn bevisste strategiske valg kommer til uttrykk.

I den grad utgiverlandets praksis med hensyn til ett eller flere av ovennevnte parametere utviser et mønster preget av en viss stabilitet over tid, vil man imidlertid kunne tale om at landet følger en viss *utgivelsespolitikk*, presumptivt også en *bevisst* sådan.

Det er i hovedsak – grovt regnet – to typer kilder til kunnskap om et lands utgivelsespolitikk. Den ene er hva de respektive utgivelsesmyndigheter *sier at de gjør*, eller hva de sier at de *vil gjøre*. Den andre er hva de *faktisk gjør*. Om førstnevnte kan vi skaffe oss kunnskap ved å studere *policy-utsagn*, med hensyn til sistnevnte er oppgaven å innhente *empiriske data* – fortrinnsvis kvantifiserbare – som kan systematiseres og underkastes nærmere analyse.

Datagrunnlaget for en kvantitativ analyse bør idéelt sett være uttømmende (fullstendig), alternativt mest mulig representativt (f.eks. ved bruk av randomiserte stikkprøve-metoder). I den foreliggende studie er underlagsmaterialet i så henseende uttømmende, for såvidt som det er foretatt en systematisert gjennomgang inkl. kategorisering av samtlige frimerkeutgivelser (hovednumre) i de to land i de tidsrom som undersøkelsen omfatter, dvs. 1855-2009 for Norges vedkommende og 1910-2009 for Syd-Afrikas vedkommende.

En kvalitativ vurdering av policy-utsagn vil måtte basere seg på et mykere, dvs. mer selektivt og vanskelig kvantifiserbart datagrunnlag, hvor man må ta høyde for at det ikke nødvendigvis har vært mulig å fange opp all slik informasjon som måtte være relevant eller ønskelig – samt for at den informasjonen som fanges opp, kanskje heller ikke er representativ for helheten. I

prinsippet vil forskeren i en viss grad kunne ta regien i denne prosessen ved å benytte spørreundersøkelse med ”skreddersydde” intervjuer, som ville ha frembrakt et mer systematisert – og dermed også mer operasjonalisérbart - underlagsmateriale. Grunnet begrensede ressurser – samt det forhold at vi her har å gjøre med en tidshorisont som innebærer at mange aktører som ellers ville ha vært relevante respondenter, ikke lenger er tilgjengelige - har noe slikt ikke vært aktuelt for den foreliggende studie. Forfatteren har her i stedet måttet nøye seg med å vurdere slike policy-utsagn som er fanget opp gjennom lesning og mer eller mindre systematiske observasjoner over tid.<sup>45</sup> Hvorvidt dette innebærer at datagrunnlaget er svakere, er mindre representativt og har mindre utsagnskraft osv. enn hva tilfellet ville ha vært med en mer systematisert metodologi, får det stå leseren fritt selv å bedømme.

Uansett er hensynet til *objektiv verifiserbarhet* det hovedkrav som er benyttet som kriterium for det datagrunnlag/underlagsmateriale som anvendes i denne studien.

### 3.1.2 Policy-utsagn - eksempler

De norske utgivelsesmyndigheter, dvs. Postverket eller ”*Posten Norge AS*” som i de senere år har vært etatens offisielle navn, har utviklet et fortrolig og aktivt forhold til uttrykket ”utgivelsespolitikk” – uten at det derved alltid har syntes like klart hvilket begrepsinnhold som legges i uttrykket.

Postens Frimerketjenestes direktør Halvor Fasting foretok i 2005 en nyttig og autoritativ klargjøring i så måte i en avisartikkel, hvorfra følgende skal hitsettes (Fasting 2005b):

*”Posten mottar hvert år en rekke forslag om nye frimerkeutgivelser. Forslagene behandles i et offentlig oppnevnt utvalg, Programutvalget for nye frimerker. På grunnlag av Programutvalgets innstilling beslutter Posten det endelige frimerkeprogrammet. I Samferdselsdepartementets retningslinjer for Programutvalget (og dermed norsk frimerkepolitikk), heter det bl.a.: ”Utgivelse av særfrimerker er et velegnet middel til å markere nasjonale historiske minner, skape oppmerksomhet omkring våre samtidige begivenheter og til å øke kjennskapet til vårt lands natur, kultur og næringsliv”. Posten har i de siste ti årene utgitt mellom 10 og 15 nye frimerkeserier pr. år. Det utgis normalt flere frimerker i hver serie, slik at antallet pr. år har ligget på 28-44 frimerker”.*

Ovensiterte linjer vitner om at det for norske utgivelsesmyndigheters vedkommende er tale om en bevisst og systematisert praksis med veletablerte mekanismer for de prosesser som inngår i begrepet ”utgivelsespolitikk”.

I det nedenstående følger en del eksempler på øvrige policy-utsagn som også illustrerer etatens egen forståelse av denne politikkenes retning og innhold.

---

<sup>45</sup> Kildegrunlaget i så måte omfatter offentlige uttalelser av Postens talspersoner, fremsatt i etatens egne informasjonspublikasjoner (hvorav særlig skal fremheves informasjonsbulletinen *Frimerkeposten*) samt i media forøvrig. For Syd-Afrikas vedkommende har det vist seg vanskelig å fremskaffe et tilsvarende bredt kildetilfang. Her er man m.a.o. mer henvist til å la fakta tale for seg selv, inspirert av munnhallet ”På fruktene skal treet kjønnnes”.

*”Posten i Norge har vært aktverdig tilbakeholden med å feire seg selv med frimerker, om vi sammenligner oss med andre land” (Frimerkeposten 1995: 22).*

*”Frimerkeprogrammet for 1998... inneholder temaer som bærer bud om fornyelse i utgivelsespolitikken” (Frimerkeposten 1997c: 2) .*

*”Vi har alltid lagt vekt på å føre en moderat utgivelsespolitikk, og har definert dette til normalt å utgjøre ca. 30 nye frimerker pr. år” (Frimerkeposten 2001: 2).*

*”Gjennom en ryddig utgivelsespolitikk, høyt kunstnerisk nivå og kontinuerlig produktutvikling skal vi gjøre vårt ytterste for å befeste interessen for norske frimerker” (Frimerkeposten 1999: 5).*

*”Interessen for norske frimerker øker stadig. Dette skyldes trolig at Norge er kjent for sin moderate utgivelsespolitikk, relativt små opplag og en god kunstnerisk og teknisk utførelse” (Posten 1986).*

Det fremgår av ovenstående at honnørordet ”moderat utgivelsespolitikk” blant annet betyr at man legger et visst bånd på seg når det gjelder antallet nye utgivelser pr. år. Dette inntrykket bestyrkes av annen omtale hvor uttrykk som ”utgivelsestakt”, ”frimerkeutgivelser”, ”frimerkepolitikk” eller ”utgivelsespolicy” figurerer, som i følgende utsagn:

*”Posten i Norge er svært forsiktig med å utgi maksimumskort... Det er de offisielt utgitte maksimumskortene som primært samles, og den forsiktige utgivelsestakten i Norge betyr at dette blir et interessant samlerområde” (Frimerkeposten 1997a: 16).*

*”Å samle norske frimerker er spesielt spennende, fordi Norge er høyt anerkjent for sin moderate frimerkepolitikk. Det betyr relativt få frimerkeutgivelser pr. år...” (Posten 1996: 26).*

*”Relativt få og moderate frimerkeutgivelser gjør det dessuten rimelig å samle norske frimerker” (Posten 1994: 4).*

*”Det norske postverket er anerkjent for sin moderate frimerkepolitikk, dvs. at antallet utgivelser pr. år ikke er for høyt og at opplagene ikke er for små” (Posten 1990).*

*”I Norge har vi i alle år hatt det vi kaller en seriøs utgavepolitikk. Dette betyr at vi utgir relativt få frimerker tilpasset det postale behov, og med en høy kunstnerisk og trykkteknisk kvalitet” (Fasting 2005a: 3).*

*”Et årlig antall nye frimerkeutgivelser omtrent på nivå med det vi har utgitt de siste årene er hva vi vil kalle en moderat og seriøs frimerkepolitikk” (Fasting 2005b).*

*”Jeg tror det viktigste er at Norge viderefører en relativt konservativ utgivelsespolicy. Ikke alle land er like flinke til det og har gjort filatelitjenesten til en liten melkeku” (Mejdell 2006: 4).*

Samme tema og budskap målbæres i varianten ”edruelig frimerkepolitikk”, som i følgende eksempel, hentet fra Postens etatsblad *Oss mennesker imellom*. Her gis det også en kort redegjørelse for såvel begrunnelsen for som konsekvensene av den politikk som angivelig føres (*Posten* 2004: 28):

” – Vi fører en edruelig frimerkepolitikk. Norge er et forholdsvis lite land, og vi vet omtrent hvor mange frimerker vi kommer til å selge hvert år. Derfor ser vi ingen grunn til å øke antallet årlige utgivelser. Vår utgivelsespolitikk betyr at nåløyet er trangt for organisasjoner, jubileer og andre store og små begivenheter som ønsker å bli beåret med en frimerkeutgivelse, sier frimerkedirektør Halvor Fasting i *Posten Norge*”.

Og som en besvergelse blir samme erklæring gjentatt tre kvart år senere av samme blad – tilnærmet ordrett, om enn i en annen målform (*Posten* 2005: 18):

” – Vi fører ein edrueleg frimerkepolitikk. Nålauget er trongt for organisasjonar, jubileum og andre store hendingar som ønskjer å bli gjort ære på med ein frimerke-utgjeving, sier frimerkedirektør Halvor Fasting i *Posten Norge*”.

Så langt de norske utgivelsesmyndigheters egenforståelse av den ”politikk” som de bedriver. Som det fremgår, er de siterte uttalelser i hovedsak hentet fra en rekke utgaver av Postens informasjonsbulletin *Frimerkeposten* i tidsrommet 1995-2006. Det skal bemerkes at i senere utgaver av denne publikasjonen er tilsvarende eller lignende uttalelser fraværende.

Er dette en forståelse som har et sydafrikansk motstykke?

Til dette er først og fremst å bemerke at tilfanget av dokumentarisk materiale inneholdende policy-utsagn er påfallende sparsomt. De informasjonsbulletiner som sydafrikanske utgivelsesmyndigheter sender ut i forbindelse med nye utgivelser, er rene fakta-ark (foldere) som inneholder nøkterne, presise og tildels også detaljerte opplysninger – herunder tekniske data og motivbeskrivelser – om de frimerker og beslektede ”produkter” som skal slippes ut på markedet. Til forskjell fra *Posten Norges Frimerkeposten* kan man her knapt finne normative uttalelser ennsi noe tekstinhold av policy-messig karakter.

Noen sydafrikansk publikasjon som i så måte er direkte sammenlignbar med *Frimerkeposten*, foreligger ikke. Det nærmeste man kommer i retning av denne type offisielt talerør er *Setempe* – et bredt anlagt, informativt og rikholdig filateli-tidsskrift som siden 1996 er blitt utgitt av S.A. Post Office, Philatelic Services, dvs. de sydafrikanske utgivelsesmyndighetene, tilsvarende *Frimerketjenesten* hos *Posten Norge*.<sup>46</sup> Det er således først og fremst i denne publikasjonen at man eventuelt ville kunne forvente at det gis uttrykk for etatens egenforståelse av den virksomhet man utøver, herunder policy-utsagn i betydningen programerklæringer, vurderinger eller normativ informasjon som står for de ansvarlige instansers regning.

---

<sup>46</sup> I likhet med *Frimerkeposten* utgis også *Setempe* på bi-månedlig basis, dvs. med seks utgaver i året.



I foreliggende studies øyemed har forfatteren spesielt gjennomgått *Setempe* i tidsrommene f.o.m. juli 1996 t.o.m. september 1999 (Vol. 1-4); samt f.o.m. juli 2007 t.o.m. desember 2011 (Vol. 12-17).

De første utgavene av *Setempe* inneholdt enkelte utsagn som målbar en bevisst holdning til frimerkenes funksjon og hva som var utgivelsesmyndighetenes policy i så henseende. Fra lederartikkelen i bladets første nummer kan således følgende hitsettes (Van Niekerk 1996a: 2):

*"...every stamp is a work of art in its own right, it also tells its own story. Each new issue with its special theme has a unique history, (...). South African stamps have many and varied stories to tell..."*

Det understrekes samtidig klart at det ikke er hensynet til samlerne, men den *postale funksjon* som er hovedsaken (*Setempe* 1996a: 6):

*"...the issue of commemorative stamps is not a collector-driven activity. It is part of a functional process within the Post Office of topping up its stamp stocks and ensuring that certain values are always available to meet the public's postage needs"*.

Utgivelsesmyndighetenes særegne forståelse av "privatiseringen" av postetaten kommer til uttrykk i følgende vendinger (*Setempe* 1996a: 8):

*"Although the Post Office has been privatised since 1992, its entire share issue remains in the holding of the State"*.

I de sydafrikanske postmyndighetenes egen programerklæring kommer likeledes frimerkenes nasjonale propagandafunksjon klart til uttrykk (*Setempe* 1996b: 9):

*"Stamps are an acknowledged medium for the national propaganda of a country and should, wherever possible, present its broad spectrum of cultures, concerns and achievements in a positive light"*.

Dette er et syn som postmyndighetene målbærer også i annen sammenheng, som for eksempel i følgende passus (*Philatelic Services* 2010: 33):

*"Stamps are tiny ambassadors of our country as they reflect the beauty of our flora and fauna, the vibrancy of our culture, the triumphs of our people, the riches of our land and significant national and international events"*.

Philatelic Services' Senior Manager Johan van Wyk omtaler frimerkenes funksjon som budskapsplattform som følger (Van Wyk 2011: 5):

*"Stamps are, of course, a very subtle way of promoting a particular image or message. (...) There are many themes that could be used for promotions in this manner, including (...) stamps with political themes."*

I en større artikkel i 1996 tok *Setempe* for seg utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum i et internasjonalt perspektiv på bakgrunn av to dengang nylig foretatte omfattende komparative

undersøkelser – henholdsvis *"The Michel-Rundschau survey"* og *"The Winwick Philatelic Bureau Product Study"*. Disse avdekket at det gjorde seg gjeldende sterke fellestrekk internasjonalt ("strong common trends do exist in the international philatelic new-issue market"), samt at en hovedtrend i så måte var et vedvarende inflasjonspress. Med støtte i tabeller som viste rangeringen av land etter antall nye utgivelser henholdsvis i 1994 og 1996, mente *Setempe* her å kunne konstatere at Syd-Afrika førte en relativt samlervennlig utgivelsespolitikk (*Setempe* 1996b: 6-10).

### 3.1.3 *Supplerende synspunkter*

Policy-utsagn som uttrykker en aktørs egenforståelse av den virksomhet som den utøver, deles ikke nødvendigvis av enhver utenforstående observatør, aktør eller mer eller mindre selvbestaltet "stakeholder". Når det gjelder temaet utgivelsespolitikk, kan det være grunn til å undersøke om utgivelsesmyndighetenes egne oppfatninger kan belyses, suppleres, stadfestes eller eventuelt utfordres av utsagn som måtte fremkomme fra annet hold. Relevante kilder i så måte vil i første rekke være filatelistiske publikasjoner, herunder publikasjoner rettet mot samlerssegmentet såvel som handler- og auksjonsmarkedet.

Noen bredt anlagt eller dyptgående undersøkelse i så måte er ikke foretatt for denne studies vedkommende. Enkelte betraktninger kan en observatør likevel danne seg ved gjennomlesning av et vilkårlig men formodentlig representativt utvalg tekster.

For Norges vedkommende har forfatteren således spesielt tatt for seg boken *Norge Komplet 150* samt et utvalg numre av *Norsk Filatelistisk Tidsskrift*.

Førstnevnte er et referanseverk som gir en systematisk og kronologisk fremstilling av norsk frimerkehistorie gjennom 150 år. Det rikholdige billedmaterialet omfatter blant annet gjengivelser i god kvalitet av samtlige utgitte norske fimerker, og tekstene har overtoner av tradisjonell folkeopplysning med høy "feelgood"-faktor. Boken har undertittel "Fra betalingsmiddel til kunsthåndverk", noe som opplyses å "avspeile hvordan frimerket etter hvert kommer til å befinne seg i en vid historisk, aktuell og estetisk kontekst" (Sundsbo og Hegge 2004: 6). I den grad utgivelsespolitikk i det hele tatt har vært gjenstand for debatt, bør man således kunne vente å se dette reflektert – eller iallfall på en eller annen måte tematisert – i et referanseverk av denne art. Boken fremstår gjennomgående som en panegyrisk og langt på vei ukritisk hyldest av de norske utgivelsesmyndigheter og deres mange vakre, spennende og interessante produkter. De eneste ansatser til en avvikende tone kommer til uttrykk i omtalen av utviklingen i 1980-årene, hvor blant annet følgende står å lese (Sundsbo og Hegge 2004: 128-129):

*"Hele 228 frimerker ble utgitt i tiåret 1980-1990. Samtidig endret Postverket sin produksjon ganske vesentlig. Det ble innført en rekke nye tjenester. Maskinell behandling av post ble mer og mer benyttet, og frimerker var ikke alltid en del av det hele. Databehandling kom til å prege posthverdagen mer og mer. Frankeringsmaskiner økte i antall. Maskinelle frankeringer i form av datautskriften ved innbetalinger på blanketter på postkontoret var mer regel enn unntak. Til tross for dette vokste frimerkeproduksjonen i antall utgaver, og det i en slik grad at det blant filatelister var en*

*smule misnøye med den galopperende utgivelsespolitikken.*

.....

*Noen samlere syntes det ble for dyrt å følge med på alle utgavene.*

.....

*Noe av grunnen til økt mengde utgivelser var vel også at Posten ikke lenger fungerte som en totalenhet, men var underlagt økonomiske forpliktelser der hver enhet skulle være selvbærende, altså tjene penger. Dermed dukket det opp en god del produkter fra PFT, Postens Filatelitjeneste, til samlere.*

.....

*En tydelig kommersialisering var på gang. Men kvaliteten på frimerkene steg.*

.....

*Posten greide faktisk å holde en hårfin balanse mellom litt for mange utgivelser og det å ta vare på samlerne. Land i Øst-Europa hadde fra tidlig på 50-tallet i mange år pøst ut mengder av frimerkeutgaver, og slik gravd sin egen grav rent samlermessig. Posten Norge har unngått dette. Vi er fortsatt et meget ansett frimerkeland blant samlere”.*

Den ”smule misnøye” som det her ble referert til, utdypes i et senere avsnitt (Sundsbo og Hegge 2004: 137).

*”I 1988 kom et merke i valør 25 kr der en kampanje om samarbeid nord-sør i Europa var temaet. Filatelistene murret; var det virkelig nødvendig å gi ut slike høye valører, det ble altfor dyrt å samle. Det er en kjensgjerning at det ble utgitt en mengde høyvalører på hele 80-tallet med pålydende fra 5 til 50 kroner. Debatten blusset opp i filatelistiske tidsskrifter. Posten ble sterkt kritisert for sin utgivelsespolitikk. Men ingenting skjedde, og tilstandene er ganske rolige igjen i dag”.*

Det fremgår her at den misnøyen som kom til uttrykk, *ikke* primært var rettet mot den sterke økning i utgivelsesvolum som sådan (og slett ikke mot økningen i retning av stadig nye motivkategorier), men dreiet seg om noe så prosaisk som den overhåndtagende utgivelse av høyvalørmerker – noe som virket sterkt fordyrende på samlermarkedet. Den smule debatt det her er tale om, dreiet seg altså om graden av fiskal grådighet fra utgivelsesmyndighetenes side – altså nærmest et moralsk spørsmål om hvor høyt skatte- og avgiftsnivå myndighetene med rimelighet og anstendighet kan påføre sine undersåtter. Bokens konklusjon er éntydig i sin ros til norsk utgivelsespolitikk (Sundsbo og Hegge 2004: 196):

*”Så langt har Posten gjort en meget god jobb. Norges frimerker har oppnådd anerkjennelse omkring i verden. Posten har maktet å tilpasse seg systemendringer, nye produksjonsbetingelser og grafiske teknikker, og de fører en ryddig utgivelsespolitikk. Det siste blir veldig tydelig når man tar en titt på hva andre land driver med”.*

Norsk Filatelistisk Tidsskrift (NFT) utgis av Norsk Filatelistforbund med åtte numre i året. Innholdet er gjennomgående fyldig og variert, med vekt på å informere om utstillinger, auksjoner og aktiviteter i forbundets medlemsklubber, i tillegg til artikler på høyt teknisk nivå vedrørende filatelistiske spesialfelter. Bladet inneholder fyldig informasjon om nye frimerkeutgivelser samt mer historisk pregede artikler om tidligere tiders utgivelser i inn- og utland. Dessuten har bladet en leserbrev-seksjon, hvor innsendere kan komme til orde med spørsmål eller luften sine meninger om dette eller hint. Ved gjennom søking av to årganger – f.o.m. nr.5, 2005 t.o.m. nr.4, 2007 (samt et mindre utvalg senere utgaver) – kan det enkelt konstateres at spørsmål vedrørende utgivelsespolitikk ikke er et prioritert tema-område. Som

et enslig eksempel på ytringer hvor dette i det hele tatt berøres, skal hitsettes følgende (Kverme 2006: 6):

*”I siste nummer av NFT etterlyses meninger og tanker om de nye såkalte personlige frimerkene. Som frimerkesamler i over 60 år, er dette enda et eksempel på de siste års mer og mer tydelige trend som kun er vridd en vei – nemlig mot samlernes pengebøker. Det flommer over av frimerker. Dette PF-stuntet er et glimrende eksempel på dette. Hvorfor dilter Posten etter de mer useriøse utgiverland av frimerker og på denne måten ødelegger ryktet Norge har som seriøst frimerkeland? Jeg synes grensen er nådd med denne tulleutgaven. Den er vel den som gir meg det siste puffet som skal til for å slutte med frimerkesamling. Nei, nå må de ansvarlige for frimerkeflommen stramme betydelig inn”.*

Ovensiterte linjer er vel å merke hentet fra tidsskriftets leserbrev-sider, som vel må anses å være en naturlig arena for mer personlig pregede ytringer, det være seg av typen ”sure oppstøt” eller ”hjertesukk”. På redaksjonelt hold i NFT synes imidlertid spørsmål av denne art å være noe henimot et ikke-tema.

Ved gjennomlesning av sydafrikanske filateli- og frimerketidsskrifter fremkommer heller ikke noe særlig omfattende tilfang av tekster som berører slike spørsmål. For denne studies formål har forfatteren spesielt gjennomført to av de mest sentrale publikasjoner i så måte, henholdsvis

- *The South African Philatelist* (Vol. 62 - 74, for tidsrommet f.o.m. april 1986 t.o.m. februar 1998; Vol. 84 - 86, for tidsrommet f.o.m. februar 2008 t.o.m. desember 2010; samt Vol.87 f.o.m. oktober 2011).
- *SA Stamps Monthly* (for tidsrommet f.o.m. juli 1986 t.o.m. august 1989).

*The South African Philatelist* har siden 1923 blitt utgitt av The Philatelic Federation of South Africa, og er organ for organiserte filatelister og samlere. I organisasjonens styre (“management committee”) er landets utgivelsesmyndigheter (S.A. Post Office) representert med ett av i alt fire styremedlemmer. Bladets redaksjonelle profil og stoffsammensetning følger i hovedsak samme mønster som ble beskrevet foran for *Norsk Filatelistisk Tidsskrifts* vedkommende.

*SA Stamps Monthly* ble utgitt i årene 1979-1989 av firmaet International Philatelic Service, Johannesburg (frimerkehandleren Lutz Heffermann),<sup>47</sup> og reflekterte likeledes et bredt perspektiv – inkl. handleraspektet - på filateli.

Utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum vies sparsom oppmerksomhet i begge de to ovennevnte publikasjoner. Ett av de ytterst få eksemplene på hvordan disse spørsmål tematiseres, stod i 1989 å lese i en artikkel i *SA Stamps Monthly*, hvor forfatteren besværet seg over den inflatoriske utgivelsespolitikk. Denne ble her beskrevet som en verdensomspennende trend, som også hadde hjemmøkt Syd-Afrika (*SA Stamps Monthly* 1989: 9-10).

---

<sup>47</sup> Likeledes utgiver t.o.m. 2009 av SACC, jfr. Kap. 1.2.3.

I de senere år kan man også notere fremveksten av web-baserte nyhetsbulletiner som utgis av frimerkehandlere og auksjonshus, dvs. samlermarkedets kommersielle aktører. Disse kan innimellom – *en passant* - inneholde lett kommenterende betraktninger over utviklingen og tingenes tilstand, jfr. følgende eksempel (*Philatelic Newsletter* 2010): ”...the constant proliferation of new issues since around the 1970’s is slowly but surely killing the goose that laid the golden egg”.

*The South African Philatelist* er den desidert mest sentrale av de publikasjonene som her er omtalt. Det kan være verdt å notere at i det materialet som er gjennomgått, har forfatteren ikke kunnet registrere én eneste artikkel – det være seg redaksjonelt eller i form av leserbrev e.l. – som stiller kritiske spørsmål ved utgivelsespolitikken. Dette må sies å være påfallende. Forklaringen kan selvsagt, i all enkelhet, være at det innenfor bladets nedslagsfelt består en høyst réell – og total – mangel på engasjement i så måte. En så enkel forklaring synes likevel å ha formodningen mot seg. Kan fraværet av kritiske spørsmål ha sammenheng med at de sydafrikanske utgivelsesmyndighetene er representert i styret for Philatelic Federation og derigjennom – om enn indirekte – kan ha øvet en form for sensur av uønskede ytringer? Tanken er nærliggende, og bekreftes i utsagn fra sentralt hold innen sydafrikansk organisert filateli i privatkorrespondanse med forfatteren av foreliggende studie.<sup>48</sup>

Om det i det hele tatt er mulig å trekke noen meningsfulle konklusjoner på grunnlag av et såvidt spinkelt kildegrunnlag som er referert i det foregående, må det være at utgivelsespolitikk er et tema som påkaller et beskjedent – eller tilnærmet ikke-eksisterende – engasjement, det være seg i samler- og handlermarkedet eller blant ”folk flest” herunder observatører forøvrig. En nærliggende konklusjon må videre være at dette beskjedne engasjementet må tilskrives enten (1) en gjennomgående aksept for eller tilslutning til den egenforståelse som utgivelsesmyndighetene selv målbærer; eller (2) en resignert erkjennelse av at økningen (inflasjonen) i utgivelsesvolum er noe som skjer uansett, og derfor må aksepteres som et faktum som man ikke kan gjøre noe med eller på annen måte gidder å forholde seg aktivt til.

### 3.2 Utvikling over tid - Generelle betraktninger

Vi bemerket i **Innledning, Del 1** (oppgavebeskrivelsen) at formålet med foreliggende studie er å belyse hvordan frimerkenes ulike funksjoner har kommet til uttrykk gjennom de *motiver* som er blitt gjengitt på frimerkenes billedflater, og derigjennom også belyse hvilke *samfunnsmessige trender* som på denne måten er blitt målbåret eller blitt gitt et iøynefallende materielt uttrykk. Målet er videre å søke å frembringe en meningsfylt forståelse og eventuelt kunne trekke fruktbare slutninger med hensyn til de *sammenhenger* og *utviklingstrekk* som på denne måten søkes avdekket.

---

<sup>48</sup> Hensynet til diskresjon (personvern) tilsier at navn ikke nevnes her. Kopi av e-post-korrespondanse av oktober 2011 beror i forfatterens privatarkiv.

For dette formål er studien gitt en to-dimensjonal struktur, bestående av henholdsvis et *dynamisk* aspekt (utviklingen over tid) og et *komparativt* aspekt (jævnføringen mellom Norge og Syd-Afrika).

Foreliggende kapittel vil handle om det dynamiske aspekt – hvilke typer endringer over tid som kan registreres med hensyn til frimerkeutgivelser.

### 3.2.1 Volumutvikling (Inflasjon)

Forskjellige land har opp gjennom årene fulgt en ulik utgivelsespolitikk. En generelt observérbar trend fra tidligere tider og opp til våre dager, har imidlertid vært at antallet nye frimerker som år om annet utgis, har økt – om ikke eksponentialt, så dog merkbart, til dels i aksellererende tempo. Enkelte stater har tradisjonelt ansett det som uheldig å utgi et altfor høyt antall nye frimerker uten at slike utgivelser kunne begrunnes i et postalt behov, og har derfor fulgt (eller påberopt seg å følge) en såkalt *konservativ* utgivelsespolitikk, subsidiært benyttet den noe mer slepphendte og mindre forpliktende benevnelse *moderat* utgivelsespolitikk (se Kap. 1.3.1 ”Fiskale funksjoner”). Som eksempler på en ytterligere nyansering med hensyn til forsiktig apologetiske merkelapper, skal vises til den foran refererte serien av policy-uttalelser fra Posten Norge (jfr. Kap. 3.1.2 ”Policy-utsagn – eksempler”). Som det her fremgår, gikk Posten Norge i begynnelsen av 2000-tallet gradvis over til å hevde at man følger en *seriøs* eller *edruelig* utgivelsespolitikk.

Mange stater har latt slike hemninger fare, og har eksellert i stadig nye utgivelser med de mest sære påskudd og de mest fantasifulle foranledninger. Dette gjelder både med hensyn til utgivelse av konvensjonelle frimerker, og - særlig iøynefallende - med hensyn til en stadig mer kreativ unnfangelse, produksjon og markedsføring av ulike typer prangende objekter eller ”produkter”. Vi skal komme tilbake til dette fenomenet i det etterfølgende (Kap. 3.2.3).

Årsakene til eller motivene bak en slik inflatorisk utgivelsespolitikk er delvis berørt i det foregående under Kap. 1.3.1 ”Fiskale funksjoner”. At fiskale fristelser og tilhørende grådighet undertiden – kan hende ofte - har vært et motiverende hensyn ved utgivelser av frimerker uten noe særskilt postalt behov, er hevet over tvil. Et tidsbilde av hvordan de enkelte land plasserer seg innbyrdes med hensyn til utgivelsesvolum ble presentert i artikkelen ”The Writing on the Wall. More and more stamps every year” (*SA Stamps Monthly* 1987: 25-27). At denne type hensyn over tid også vil være inflasjonsdrivende, har formodningen for seg. Som eneforklaring er dette likevel ikke tilfredsstillende. For det første er det nok av eksempler på land som tradisjonelt har ført en temmelig løssluppen utgivelsespolitikk, uten at dette uten videre kan tilskrives noe åpenbart behov eller ønske om å ”skumme fløten av samlersmarkedet”. Når det eksempelvis gjelder et land som USA, som i en årrekke har tronet på ”versting-toppen” i så henseende, tør inntektene fra frimerkesalg til samlere utgjøre et relativt beskjedent tilskudd til den føderale statskasse. Dernest er ikke et stabilt høyt utgivelsesvolum det samme som en økende utgivelsestakt (volumutvikling) over tid, selv om det i seg selv vil kunne befordre et merkbart inflasjonspress.

Undertegnede tese - som skal belyses i de etterfølgende kapitler - er at fiskal grådighet nok i utgangspunktet (i tidligere tider) kan ha vært den førende drivkraft bak inflatorisk utgivelsespraksis, men at tilleggsfaktorer etter hvert i økende grad har kommet til å spille inn. Som postulert i Kap. 1.3.1, vil en slik faktor være statlig (nasjonal) ekshibisjonisme, næret av påtrykket fra allskens innenlandske særinteresser om å bli beæret med den oppmerksomhet som det er å få sitt anliggende statlig sanksjonert og samtidig kringkastet til almen beskuelse fjernt og nært. Samt i neste instans, vanskeligheten med å stramme inn på en praksis som man først har latt få lov til å løpe løpsk.

Inflasjonen med hensyn til frimerkeutgivelser – volumutviklingen over tid – er et fenomén som enkelt lar seg kvantifisere og anskueliggjøre. Dette skal omhandles og demonstreres nærmere i henholdsvis Kap. 5 (Norge 1855-2009) og Kap.6 (Syd-Afrika 1910-2009).

### **3.2.2 *Bananrepublikk-syndromet***

*En bananrepublikks kjennetegn (i tillegg til en antatt tilbøyelighet til dyrking av bananer) har tradisjonelt vært en svak og upålitelig myntenhet, samt overstadig produksjon av frimerker uten påviselig postalt behov (i gjengs internasjonal terminologi "Mickey Mouse currency & wallpaper stamps")*  
(Skagestad, O.G. 2000: 69-70).

Ønsket om å spekulere i og skumme fløten av et inflatert samlermarked er omtalt foran (se Kap. 1.3.1 og Kap. 3.2.1). Vi har her å gjøre med et ikke altfor respektabelt motiv, som uvegerlig bringer utgiverlandet i dårlig selskap. Overstadig produksjon av frimerker uten påviselig postalt behov er noe som tidligere helst kjennetegnet såkalte "operette-fyrstendømmer", psevdostatler og land som har fått den lite smigrende betegnelsen "bananrepublikker". Intet respektabelt land vil være bekjent av å utgi frimerker som man bare kan tapetsere veggene med.

Ja, så skulle man kanskje tro. I virkelighetens verden - iallfall hva frimerkeutgivelser angår - synes et slikt skille mellom useriøse og de presumptivt mer ansvarlige stater å være langt på vei opphevet.

Som påpekt foran har mange stater latt slike "pripne" hensyn eller hemninger fare, og har eksellert i stadig nye utgivelser med de mest sære påskudd og de mest fantasifulle foranledninger og motiver. Dette gjelder både med hensyn til utgivelse av konvensjonelle frimerker, og - særlig iøynefallende - med hensyn til en stadig mer kreativ unnfangelse, produksjon og markedsføring av ulike typer prangende objekter eller "produkter". Og de toneangivende aktører i denne utviklingen omfatter slett ikke bare operette-aktige eller obskure ministater, eller suspekterte operatører av bananrepublikk-arten. Også en rekke av verdens ledende kulturnasjoner har vært med på galoppen, og bidratt til å gi det nedsettende uttrykket "wallpaper stamps" et reelt innhold. Samtidig er dette et stempel som utgiverland med et mer eller mindre berettiget seriøst selvbilde bestreber seg på å ta avstand fra. Under henvisning til tallmateriale som dokumenterer at de fleste europeiske land i perioden 2000-2003 utgav enda flere nye frimerker per år enn Norge, kunne således Postens frimerkedirektør

Fasting fremholde at: *”Vi vil derfor på det sterkeste avvise at vi er noen ”operettestat” eller ”bananrepublikk” i denne sammenhengen”* (Fasting 2005b).

Vi ser her for oss en utvikling over tid, hvor det fenomenet som tidligere – med en viss snert - kunne kalles ”bananrepublikk-syndromet”, etter hvert har grepet om seg og satt sitt preg på stadig flere av de ordinære (og i andre sammenhenger høyst respektable) aktørers adferdsprofil hva frimerkeutgivelser angår.

Og mens fiskal grådighet (jfr. Kap. 1.3.1 ”Fiskale funksjoner”) også her i utgangspunktet må gis status som hovedmistenkt som drivkraft bak den geskjeften som inngår i dette spesielle ”syndromet”, vil det tilsvarende kunne oppstilles et lignende postulat som når det gjelder den inflatoriske volumutvikling: Statlig (nasjonal) ekshibisjonisme, som forsterkes gjennom vanskeligheten ved å stramme inn på en praksis som man først har latt få lov til å løpe løpsk.

### **3.2.3 Knoppskytings-utvikling av ”produkt”-typer**

VEDLEGG I og II inneholder en samlet kronologisk oversikt over samtlige frimerker (katalogførte hovednumre) som er utgitt i de to land i de tidsrom som denne studien dekker. En egen kolonne angir med forenklet bokstavkode hva slags type frimerke det i hvert enkelt tilfelle dreier seg om, så som bruksfrimerke (B), særfrimerke (S), miniatyrark (M), samt – for Syd-Afrikas vedkommende – frimerkehefte (H).<sup>49</sup>

Her har vi vel å merke kun å gjøre med hovedtypene av de frimerkeobjekter som etterhvert har kommet på markedet, og som inngår i det bredere spektrum av ”produkter” som utgivermyndighetene i vår tid kan tilby samlere, filatelister og andre interesserte. Begrepet ”produkter” kan - i denne sammenheng - foruten frimerke-objekter omfatte allslags parafernalier fra frimerkealbummer med tilhørende monteringsutstyr, til kataloger og andre håndbøker, pinsetter, vannmerkesøkere, filatelirelaterte pyntegenstander m.v. Foreliggende kapittel skal imidlertid spesielt ta for seg de ulike typer frimerkeobjekter som i økende grad har satt sitt preg på landenes utgivelsesprofil og på samlermarkedet. Den etterfølgende oversikt er ikke ment å være uttømmende, men har som formål å anskueliggjøre utviklingen over tid med hensyn til mangfoldet av frimerketyper og frimerkerelaterte objekter som i vår tid utgjør en såvidt iøynefallende del av det produkt-sortiment som landenes utgivelsesmyndigheter forsyner samlermarkedet med.

#### *Helsaker.*

Går vi tilbake til frimerkets barndom, var et frimerke kun et frimerke. Og en frimerkesamler var en person som kun samlet på frimerker, - punktum. Men slik kunne det jo ikke fortsette. Som vi bemerket i Kap. 1.2.2 (”Frimerkesamling vs. filateli”), er det ingen regler som bestemmer hva en samler skal samle, eller hvordan. Her gjelder mottoet ”All makt til fantasien”. Det lå derfor nærmest i sakens natur at frimerkesamlernes fantasi etter hvert ville

<sup>49</sup> I den sydafrikanske katalogen (SACC) er heftene gitt egen nummerering, hvilket ikke er tilfellet for Norgeskatalogen (NK). For en nærmere presentasjon av de ulike hovedkategorier, se Kap. 1.2.4 ”Bruksfrimerker vs. særfrimerker”.



generere en viss etterspørsel etter et større mangfold av objekter enn kun frimerket som sådant – blott og bart. Allerede i utgangspunktet lå det et variasjonselement i forskjellen mellom ubrukte og brukte (kansellerte eller stemplede) frimerker. Og stemplingen åpnet for en rekke ulike innfallsvinkler eller spesialiseringsmuligheter for en samler: Den forskjelligartede utforming av stempler fra forskjellige poststeder, stemplenes angivelser av poststedenes navn eller nummer, samt ikke minst stemplingenes dato-/tidsangivelser. For å utnytte de samlermulighetene som stemplingene frembød, ble det imidlertid behov for ikke bare å ta vare på selve frimerket, men også det underlaget (papiret) som merket var festet på – normalt et omslag (så som en konvolutt) til en postsending, til nød et utklipp eller en del av omslaget på en postsak. Vi har her å gjøre med det som i filatelen kalles en *helsak*.

#### *Førstedagsbrev.*

Helsaker hvor frimerket var avstemplet på den første utgivelsesdagen for vedkommende frimerke, skulle etter hvert komme til påkalle en spesiell interesse blant mange samlere, som anså det som særlig gjevt å være i besittelse av et brev(-omslag) som bar et frimerke med *førstedagsstempel*. Slike førstedagsbrev, som de kaltes, var fra begynnelsen av helt enkle, ordinære brev – konvolutter hvor kunden (samleren) selv hadde troppet opp på postkontoret angjeldende utgivelsesdag og kjøpt de(t) nye frimerket eller frimerkene, klistret disse på et brevomslag og sørget for å få det hele pent og tydelig avstemplet, - for påfølgende postlegging eller for selv å ta det med seg hjem. I den grad slike førstedagsbrev fra denne epoken ikke har et fullstendig anonymt utseende, vil de undertiden ha et hjemmelaget og individuelt – gjerne også amatørmessig - preg.

Særskilte førstedagskonvolutter utgitt av vedkommende postmyndigheter ble imidlertid ikke vanlig før nærmere midten av det 20. århundre, og da også temmelig sporadisk – helst i forbindelse med utgivelser som skulle markere spesielle begivenheter som myndighetene ønsket å skape ekstra stor blest om. Etter hvert skulle slike utgivelser – rutinemessig - bli en mer systematisk og profesjonalisert virksomhet hvor utgiverne kunne tilby sine kunder godt illustrerte og påkostede konvolutter – gjerne med tekst (på omslaget eller i et kort inne i konvolutten) med nærmere informasjon om foranledningen for utgivelsen eller om det motivet som pryder angjeldende frimerke(r). Dette er ferdigproduserte og prangende objekter som utgis uten noen pretensjoner om å skulle dekke noen form for postalt behov. Slike objekter glir i vår tid inn i den vide sekke-kategorien av ”produkter” som utgivelsesmyndighetene ynder å benevne de gjenstandene som de tilbyr samlermarkedet.

#### *Frimerkehefter.*

I Norge har bruksfrimerker vært utgitt i *hefteform* siden 1904, i Syd-Afrika i perioden 1913-1951 og påny siden 1987. Disse tjente i utgangspunktet et rent postalt behov, og formålet med en slik utgivelsesform var de praktiske hensyn – for forbrukeren å ha det antall frimerker man hadde bruk for tilgjengelig på en ryddig måte.

Etter hvert skulle imidlertid også selve heftene – helst med komplett innhold i uanbrukt stand – bli et eget samlerområde. I nyere tid har dermed disse heftene i økende grad fått en forseggjort utforming, gjerne med lekre dekorasjoner og informative tekster – det hele

åpenbart med henblikk på å inngå i det økende og stadig mer sofistikerte produkt-sortiment som utvikles for å tilfredsstille samlermarkedet.

*Sammenhengende par/striper/blokker hvor merkene har forskjellige motiver*

*Striper og blokker* er i utgangspunktet betegnelsene på flere sammenhengende frimerker som er revet løs fra det arket som de opprinnelig var en del av – striper når det dreier seg om merker som henger sammen i én rekke, blokker når de henger sammen i flere retninger som tilsammen danner et rektangel. Slike striper og blokker kan imidlertid også produseres som særskilte enheter, undertiden forsynt med marger langs én eller flere sider. En slik stripe eller blokk vil være frankeringsgyldig, som en helhet eller (dersom man skulle ønske å ”slakte” den) ved frimerkene hvert for seg. Denne type objekter har en postal funksjon, selv om den litt forseggjorte utformingen gir grunn til å stille spørsmålet om akkurat dét har vært hovedformålet ved utgivelsen.

En særlig type blokker er slike som utgis for å markere en spesiell sak som man ønsker å profilere eller en begivenhet som presumptivt fortjener å minnes for ettertiden. Som blokker forøvrig vil de normalt bestå av et begrenset antall frimerker som henger sammen, men innrammet av en ytre marg med tekst som forteller noe om hvilken begivenhet som på denne måten blir markert. Margene kommer i forskjellige utforminger med hensyn til bredde eller lengde, tekster, dekor eller illustrasjoner, slik at de fremstår som selvstendige objekter i forhold til de enkelte frimerker som inngår i objektet. Frimerker kan undertiden være identiske, eller det kan – oftere - dreie seg om en serie merker med ulike valører eller motiver.

Også slike blokker vil være frankeringsgyldige, selv om den postale funksjon åpenbart ikke har vært formålet ved utgivelsen. At slike utgivelser kun er beregnet på samlermarkedet, fremgår også av det forhold at slike blokker vil være priset vesentlig høyere enn summen av de enkelte frimerkenes pålydende. Dette gjaldt eksempelvis også de mange sydafrikanske spesialutgavene – blokker i hefteform – som ble utgitt i 1987-88 med tilleggsverdier til inntekt for flomkatastrofe-ofre.

Det tidligste eksempel på denne type blokker for Syd-Afrikas vedkommende, er de to blokkene, hver med seks like (og overtrykte) merker, som ble utgitt i anledning av frimerkeutstillingen JIPEX i Johannesburg i 1936. Disse er gitt katalognumrene SACC 68a og 69a (etter de respektive hovednumre for angjeldende enkeltmerker).

Fra midten av 1980-tallet ble det i Syd-Afrika utgitt et stadig økende antall enkeltstående striper og blokker, i mange tilfeller forsynt med marger med kommersielt budskap. Et iøynefallende eksempel er det betydelige antallet såkalte ”*sê-tenant strips*”, som ble utgitt etter bestilling av *Readers' Digest*. Disse omfattet gjengse bruksfrimerker i en stripe med en marg påført selskapets logo.

Utgivelse av de typer objekter som vi her taler om, fant for Norges vedkommende første gang sted i 1978 med serien NORWEX 80 – en blokk med 8 ulike merker utgitt i et hefte. Mens frimerkene enkeltvis har katalognumre NK 823 - NK 830, innførte *Norgeskatalogen* for anledningen en ny nummerserie med kodebokstaven S. Senere gjennom 1980/90-tallet ble

det vanlig med utgivelse av bruksfrimerker som objekter bestående av parvis sammenhengende ulike merker i blokker à 10 stk. (frimerkehefter). Som de mest spektakulære objekter av denne kategori skal spesielt nevnes de tre seriene, hver på 8 frimerker, som Postverket utgav i 1995, 1996 og 1997 for å feire sitt eget 350-årsjubiléum ("Posten 350", henholdsvis NK 1238 - NK 1245; NK 1267 - NK 1274; samt NK 1295 – NK 1302 – i tillegg til at de i *Norgeskatalogen* også ble tildelt egne numre i S-serien). I tidsrommet t.o.m. 2001 (hvoretter de gikk av bruk) ble det utgitt ialt 56 objekter som ble utstyrt med S-numre (i tillegg til at angjeldende frimerker enkeltvis også har egne numre i NK-serien).

### *Cinderellas*

Marger med et kommersielt budskap som nevnt ovenfor, blir – sammen med annet vedheng eller løse papirbiter med tilknytning til frimerker, så som postetiketter - i fagterminologien benevnt Cinderellas. En nærmere presisjon av begrepet "Cinderellas" står å lese i artikkelen "De der rare merkene... Hva skal barnet hete?", hvor man blant annet finner definisjoner som "Ethvert frimerke og frimerkelignende merke som ikke er tillatt å stille ut i F.I.P.-godkjente utstillinger", samt "...alle de merker og ting som man ikke kan finne i katalogene, og som ingen vet hva de skal gjøre med" (NFT 2006b: 16-19). Slike Cinderellas finnes i mange varianter – både som firmareklame og av annet slag, og utgjør et eget samlerområde om enn kanskje primært for spesielt interesserte.

### *Blokker/miniaturark/småark*

Et *miniaturark* er som produkt betraktet – såvel i sin fysiske utforming som med hensyn til funksjon – nært beslektet med de foran beskrevne blokker. Miniaturarket består normalt av ett enkelt eller flere frimerker som henger sammen med (er innfelt i) en ytre marg eller ramme – et papirark med tekst og illustrasjon i tilknytning til frimerkets/-merkens motiv, foranledning eller formål. Når det dreier seg om et ark med flere frimerker, vil disse normalt – om enn ikke nødvendigvis - være de ulike merkene som inngår i én og samme utgivelsesserie. Innrammingen kan variere i størrelse fra en smal og beskjeden marg til et stort ark med plass til prangende tekster og illustrasjoner.

I likhet med hva tilfellet er for de foran beskrevne blokker, har også miniaturark – det være seg som hele enheter eller oppstykket - en i prinsippet postal funksjon, samtidig som det er åpenbart at slike utgivelser kun er beregnet på samlermarkedet. Likeens er det også her tale om objekter som fra utgivers side prises vesentlig høyere enn summen av de enkelte frimerkenes pålydende.

I Norge kom den første miniaturark-utgivelsen i 1972 med NK 686, i anledning av 100-årsjubiléet for det klassiske posthorn-motivet. Neste gang det skjedde var i 1979 – de fire merkene i serien Norwex 80 (NK 850-853). Senere, dvs. etter 1986, har omfang og hyppighet økt betraktelig, samtidig som arkene har fått en stadig mer avansert og overdådig utforming. En ny grense ble i så måte brutt 8. mai 1987 med utgivelsen av fellesutgaven Norge-Somalia – et miniaturark med frimerket NK 1016 (Skagestad, O.G. 2005d: 22-23). I tillegg er det i

Norge fra slutten av 1990-tallet blitt vanlig å utgi såkalte småark: Blokker uten marger (med eller uten hefte/omslag) bestående av en rekke forskjellige merker fra samme serie.

Felles for slike utgivelser i Norge er at de i NK, til forskjell fra hva tilfellet er for tilsvarende sydafrikanske utgivelser med hensyn til SACC-nummereringen, ikke er oppført med egne numre i samme nummerserie som de ordinære frimerker, men er tilgodesett med særskilt nummerserie med bokstavkode BL. Frem til og med år 2009 ble det i Norge utgitt ialt 37 miniatyrark i BL-nummerserien, hvorav ett (ovennevnte NK 686) i tidsperioden 1955-74, 19 stk. i perioden 1975-94 og 17 stk. i perioden 1995-2009.

Syd-Afrikas første miniatyrark ble utgitt i 1975 (SACC 388, motiv maleren Thomas Baines). Deretter utkom det gjennomgående 1 à 2 nye miniatyrark pr. år frem til 1995, hvorefter det inntraff en kraftig økning i slike utgivelser.

For et mer presist inntrykk av den volumøkning som for Syd-Afrikas vedkommende her omtales i såvidt kortfattet og overfladisk form, skal vises til den oversikt som er gitt i VEDLEGG II, hvor bokstavkoden M langt på vei fanger opp utgivelsene av miniatyrark, småark ("sheetlets") o.l.

Dette gjelder i mindre grad i den oversikt som er gitt i VEDLEGG I for Norges vedkommende, da norske miniatyrark (bortsett fra ovennevnte NK 686 fra 1972) ikke er blitt tildelt egne katalognumre i NK – ut over de numre som gjelder de respektive enkeltmerker som inngår i vedkommende blokk/ark (jfr. også den presentasjon og drøftelse som er foretatt i Kap. 1.2.5 av de metodiske problemer som denne manglende symmetrien medfører). Ovennevnte omtale av utgivelsene med bokstavkoden BL tør likevel gi et inntrykk av den utvikling (les: volumøkning) som har funnet sted gjennom det siste kvartsekel.

I tillegg til utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum, skal det også påpekes at det dreier seg om en utvikling med hensyn til motiv-bredde og nyanse-mangfold. Når det således gjelder de ulike typer av sammenhengende par/striper/blokker/miniatyrark/småark m.v., er den beskrivelse som er gitt i det foregående, nærmest for en grov-inndeling å regne. Her vil man med letthet kunne operere med ytterligere nye varianter og under-varianter (f.eks. med eller uten hefte eller omslag, med eller uten særskilt presentasjons-folder m.v.).

### *Maxi-kort*

Et maxikort er i utgangspunktet et postkort, gjerne noe overdimensjonert (hvorav navnet), og med frimerket/frimerkene (herunder evt. varianter som miniatyrark e.l.) plassert på kortets billedside istedenfor – som vanlig er – på tekstsiden. Maxikortets billedside gjengir selve frimerkets motiv, fortrinnsvis i form av en eller annen artistisk utformet variant av eller parafrase over dette motivet. I tillegg vil et såkalt "offisielt" maxikort være stemplet (kansellert) med et for anledningen fremstilt spesialstempel som inneholder tekst- eller illustrasjonselementer med referanse til frimerket eller til den anledning som utgjør bakgrunnen for utgivelsen av dette.

Maxikortet er i realiteten en pyntegjenstand uten noe seriøst postalt bruksområde. Avhengig av utformingen kan det imidlertid være forlenet med en viss estetisk attraktivitet, og den medfølgende tekst (som helst bør være anbrakt på kortets bakside) kan gi interessant informasjon om utgivelsen og dens bakgrunn, frimerkets motiv m.v. Hvem som helst kan i prinsippet konstruere/komponere sitt eget maxikort, men i tillegg til de hjemmelagede sådanne har en rekke lands utgivelsesmyndigheter kommet i vane med å utgi egne ”offisielle” maxikort – som vel knapt har noen interesse utenfor samlermarkedet. Dette gjelder også Norge såvel som Syd-Afrika.

Slike maxikort er ikke katalogført i NK, men av de bestillingslistene som medfølger som bilag til de løpende utgaver av Postens informasjonsbulletin *Frimerkeposten* fremgår at samlere kan bestille slike objekter (her kalt ”maksimumskort”) i abonnement fra Posten Norge Frimerketjenesten. En tilsvarende tjeneste opereres i Syd-Afrika av Philatelic Services, men heller ikke SACC katalogfører maxikort.

#### *Personlige frimerker*

Som den nyeste tilvekst til floraen av objekt-typer skal også nevnes kategorien *personlige frimerker*, dvs. frimerker hvor utgivermyndighetene lar den enkelte kunde få bestemme motivet som presenteres på frimerkets billedside. En slik tjeneste, basert på internett-bestilling, ble lansert av Posten Norge 22. august 2006, og har t.o.m. 2009 omfattet ialt 6 (seks) utgivelser. Disse inngår ikke i NKs ordinære nummerserie. Syd-Afrika utgav 1. oktober 2001 et tilsvarende produkt (”Create your own stamps”, SACC 1451), men det skulle foreløpig bli med denne ene utgaven. Denne objekt-kategorien vil ikke bli drøftet nærmere her, men fremstår som et ytterligere eksempel på den generelle ”knoppskyting” som omtales.

#### *”Siste nytt” på produktmarkedet*

Som eksempel på det stadig økende utbud av nye ”produkt”-varianter kan nevnes at Posten Norge i april 2010 introduserte et tilbud benevnt ”Samlerblad FDC”, omtalt som ”en ny måte å samle førstedagsbrev på”. I annonseringsteksten ble publikum meddelt følgende detaljer om nyheten (*Posten* 2010):

*”Hver gang det utgis nye frimerker utgir vi også Samlerblad med førstedagsbrev (FDC). Samlerbladet er designet av samme kunstner som har laget frimerkene, og på samlerbladets forside er det en illustrasjon som er relatert til utgivelsen. På baksiden av samlerbladet finner du tekst om utgivelsen på norsk og engelsk. Førstedagsbrevet er montert i klemme på samlerbladets forside. Samlerblad FDC er satt inn i en gjennomskiktig plastlomme som passer til Vario oppbevaringsperm”.*

Her har vi åpenbart å gjøre med et objekt som primært vil være av interesse for samlere som ”bare må ha” en slik type fancy gjenstand for å beholde følelsen av å opprettholde sin samlings preg av å være ”komplett”.

\* \* \*

*Oppsummering; mulige årsaksmønstre*

Helhetsbildet av de fenoméner som er beskrevet i foreliggende kapitel kan fremstå som broket og uoversiktlig, dette så meget mer som fremstillingen er langt fra uttømmende. I tillegg kommer vanskeligheten med å trekke helt klare grenser mellom de kategorier som beskrivelsene knyttes an til, samt at vi har å gjøre med et betydelig tilfang av objekter som vanskelig lar seg plassere éntydig innenfor de kategorier som her blir benyttet for dette formål.

For både Norges og Syd-Afrikas vedkommende er det imidlertid to iøynefallende hovedtrekk som trer frem når det gjelder utgivelsesmønsteret; for det første (1) en volumutvikling som utviser sterk (og stadig sterkere) *økning*; dernest (2) et stadig økende mangfold og en variasjonsbredde som utviser en tilsvarende sterk *spredning*.

For å gjenta det uttrykket som ble brukt i kapitel-overskriften: Det har skjedd – og skjer – en knoppskytingslignende utvikling av produkt-typer. Mens et frimerke i frimerkets barndom kun var et frimerke, er det nå blitt et bredt spekter av fantasifulle produkter. Og dette har skjedd parallelt med at det postale behov for bruken av frimerker har utvist en etter hvert aksellererende nedgang.

Noen endelig, éntydig eller bastant forklaring på årsaken(e) til at dette har kunnet skje, skal ikke lanseres i denne omgang. Som foreløpig og tentativ tese kan følgende mulige delforklaringer postuleres:

- Fiskal grådighet.
- Utgiverens ønske om å vekke oppmerksomhet ("Se-på-meg-syndromet").
- Utløp for kreativitet og skapertrang.
- Utviklingens egendynamikk.

Denne antydningen av mulige årsaksfaktorer eller -mønstre har i denne omgang kun status av "generelle betraktninger" – fremsatt i stikkords form - innen rammen av foreliggende kapitel. En nærmere drøftelse vil bli foretatt fra og med Kap. 4 og i de påfølgende kapitler.

### **3.2.4 Endringer i motivsammensetning**

Det materialet som her er presentert, gir også grunnlag for – likeledes på foreløpig grunnlag – å målbære enkelte tilsvarende "generelle betraktninger" vedrørende slike endringer eller trender som kan observeres med hensyn til frimerkeutgivelsenes *motivsammensetning*. Enkelte hovedmønstre i så måte kan leses nærmest rett ut av VEDLEGG I og VEDLEGG II. Disse gir en samlet kronologisk oversikter over samtlige frimerker (katalogførte hovednumre) som er utgitt i de to land i de tidsrom som denne studien omfatter. Som tidligere påpekt (innledningsvis i Kap. 3.2.3) angir en egen kolonne med forenklet bokstavkode hva slags type frimerke det i hvert enkelt tilfelle dreier seg om. Dernest kommer en kolonne som angir hvilken eller hvilke av de 10 motiv-kategoriene (oppstilt i Kap. 2.2.4, og utledet i henhold til tematikk og anvendelse) som her er benyttet for å klassifisere hvert enkelt frimerke.

Det forhold at mange merker er oppført med mer enn én motiv-kategori (i enkelte tilfeller hele 4) bidrar trolig til å gjøre beskrivelsen mindre oversiktlig enn hva idéelt sett kunne ha vært ønskelig. Til gjengjeld bidrar dette forhåpentligvis til at beskrivelsen gir et riktigere helhetsbilde enn hva tilfellet ville ha vært dersom man skulle ha holdt seg til en streng klassifisering med kun én motiv-kategori pr. merke.

Selv ved en overfladisk gjennomgang av VEDLEGG I og II fremtrer følgende endringer i motivsammensetning som særlig iøynefallende:

- Gjennom de første nesten 60 år ble det i Norge utelukkende utgitt bruksfrimerker (bokstavkode B). De første særfrimerkene (S) utkom i 1914. Også senere utgjorde bruksfrimerkene lenge tyngdepunktet i utgivelses-massen. Gradvis ble imidlertid særfrimerkene (S) en relativt mer tallrik kategori. Øvrige spesialobjekter så som de ulike typer par, striper, blokker samt miniatyrark (M) kom ikke i vanlig bruk før i det siste kvartal av det 20. århundre, men slike utgivelser fikk deretter raskt stor utbredelse.
- For Syd-Afrikas vedkommende er det innledende tidsrom med utgivelser kun av bruksfrimerker vesentlig kortere – rimelig nok, hensett til at tidsserien her starter opp 55 år senere enn i Norge. For øvrig kan man her langt på vei observere de samme trender og det samme hovedbildet som når det gjelder Norge.
- Frem til 1925 finner man for Norges vedkommende kun motivkategoriene 1 (rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler) og 2 (postale symboler og motiver). Den senere tids utvikling, frem til inn i det 21. århundre, utviser en gradvis økning i retning av et stadig større mangfold og en stadig større variasjonsbredde i så måte.
- Økningen i mangfold og variasjonsbredde betyr samtidig en motivsammensetning som i stadig større grad omfatter elementer som må betraktes som perifere i forhold til utgivermyndighetenes kjernefunksjoner og –oppgaver. Motivsammensetningen har – for å si det enklere – fått et stadig mindre *offisielt preg*. Det betyr også en motivsammensetning som kan avspeile endringer (i utvidende retning) med hensyn til de formål og hensikter som frimerkemotivene antas å skulle målbære, jfr. de forhold som ble drøftet i Kap. 1.3.2 (”Frimerkenes funksjon som budskapsbærere og –formidlere”).

Ovenstående observasjoner gir ikke på dette stadium grunnlag for å trekke noen bastante konklusjoner. Det kan likevel være grunn til å fremsette en antagelse om at de observerte trender blant annet fører med seg at det skjer en tiltagende *trivialisering* av motivsammensetningene, i den forstand at mange av motivene enten fremstår som mer eller mindre tilfeldig valgt uten at det synes å ligge noen bevisst ”policy” til grunn, eller – alternativt – at det tvertom er en bevisst politikk å produsere/levere et utvalg objekter som nettopp *ikke* har et offisielt preg eller målbærer noe budskap som måtte profilere objektets betydning eller utgiverens betydningfullhet. I begge tilfeller vil vi ha å gjøre med noe som visuelt fremstår som en *nedtoning* av frimerket status som *offisielt dokument*, - et dokument som representerer en definert funksjon på vegne av utgiverstaten. Vi vil således ha å gjøre med et fenomen som her beskrives med betegnelsen *trivialisering*.

Dette er et tentativt postulat som skal underkastes nærmere vurdering i de senere kapitler, hvor vi også skal drøfte de mulige eksterne effekter – på samlermarkedet såvel som i en noe bredere samfunnsmessig kontekst - av en slik utvikling .

### 3.3 Addisjonelle utviklingsfenoméner: Personfokusering på kunstnerne

#### 3.3.1 Generelle betraktninger

I tillegg til de typer utviklingstrender eller endringer over tid som kan registreres – og som det er redegjort for i det foregående - med hensyn til selve frimerkeutgivelsene som sådanne, vil det også kunne foreligge eksterne fenoméner hvor ledsagende (addisjonelle) trender vil kunne observeres. Dette vil kunne være trender som ikke nødvendigvis har noen påviselig sammenheng med de forhold som forøvrig preger utviklingsbildet med hensyn til frimerkeutgivelsene, men som likevel kan utgjøre et interessant supplement til helhetsbildet. Som et iøynefallende eksempel i så måte skal her nevnes den personfokusering som i nyere tid i økende grad er blitt frimerkekunstnerne til del.

Vi erindrer at skotten James Chalmers fikk æren av å formgi det første frimerket som så dagens lys – det britiske såkalte ”One Penny Black” fra 1840 (jfr. omtale i **Innledning, Del 2**). Fra begynnelsen av var det likevel gjengs praksis ved frimerkeutgivelser at kunstneren (herunder medregnet designeren eller gravøren) som hadde tegnet eller utformet produktet, var anonym. At kunstneren skulle få sitt navn eller signatur gjengitt på merkets billedflate, var i realiteten uhørt. Frimerket var *Statens* visittkort, bumerke og emblem – ikke visittkortet til en eller annen privatperson som tilfeldigvis hadde fått i oppdrag å delta i produksjonen. Frimerket var – og skulle være – et *offisielt dokument*, og ikke en tumleplass, oppslagstavle eller reklameplakat for pr-kåte operatører om de var aldri så mye kunstnere eller eminente kunsthåndverkere.

#### 3.3.2 Utviklingen for Norges vedkommende

Dette var en fast praksis internasjonalt såvel som i Norge. For norske frimerkeutgivelers vedkommende, var dette en situasjon som vedvarte i over hundre år. Det verserte riktignok forlydender om at enkelte kunstere i visse høve hadde sett sitt snitt til å påføre verket sin signatur, så å si innvevd i motivet (billedflaten) og i så mikroskopisk format at det ikke kunne ses med det blotte øye.<sup>50</sup> I hvilken grad dette faktisk har forekommet, er forfatteren av denne studie ikke i stand til å verifisere – og det er da også i foreliggende sammenheng en digresjon av kun kuriositetsmessig interesse.

Den første norske frimerkeutgivelse hvor billedflaten med hensikt ble forsynt med kunstnerens navn eller initialer, kan tidfestes til 20. oktober 1956, nemlig serien ”Norden I” (NK 443-444). Dette var da heller ikke noe ”rent norsk” frimerke, men en fellesnordisk utgivelse hvor samme motiv prydet alle de fem deltagende lands frimerker. Og initialene VB

<sup>50</sup> Noe slikt skulle visstnok ha skjedd med NK 180 fra 1930 (30-øresmerket i serien om Olav den hellige og slaget på Stiklestad), hvilket forfatteren av foreliggende studie bestemt ikke er i stand til å verifisere.



og SE tilhørte henholdsvis en dansk kunstner (Viggo Bang) og en svensk gravør (Sven Ewert).

At en barrière dermed var brutt, utløste ingen umiddelbar flodbølge, men opp gjennom 1960-tallet ble det gradvis mer vanlig å se slike initialer dukke opp på nye frimerker. Den første ”rent norske” utgaven i så måte var de fem merkene i skipsmotiv-serien 27. august 1960 (NK 485-489). Her finner man initialene AEH, for kunstneren Arne E. Holm.

Ytterligere én ”internasjonal fellesutgave” kom senere samme år: Det såkalte ”Europa CEPT - I”-merket (NK 490), hvor den finske kunstneren Pentti Rahikainen hadde fått sitt navn påført (etternavnet skrevet fullt ut).

Fra og med 1962 utkom den første norske bruksfrimerke-serie hvor anonymitets-prinsippet var forlatt. Dette var motivserien med henholdsvis helleristninger, fisk/aks, båtsmannsknop og stavkirke, en serie som startet med NK 517 og som omfattet en rekke nye utgivelser frem til midten av 1970-tallet. På disse figurerte kunstnerne Arne E. Holm og Knut Løkke-Sørensen såvel som gravøren Henry Welde – alle med initialer.

Løkke-Sørensen og Welde fikk likeledes sine initialer på ”Norges Bank”-serien (NK 577-578) 14. juni 1966. I tillegg kan nevnes at kunstnerne Guttorm Guttormsgaard og M. Ottar Michelsen – begge, sammen med gravør Welde og samtlige i form av initialer – dukket opp på to utgivelser i 1965-66: Henholdsvis de to ”Norges Røde Kors”-merkene fra 4. juni 1965 (NK 564-565), og de fire merkene som ble utgitt 8. februar 1966 i anledning av VM på ski i Oslo (NK 571-574).

Det som kjennetegner dette fenomenet i denne perioden, er at eksemplene – iallfall hva særfrimerkene angår – er forholdsvis få og sporadiske. I tillegg noteres at utførelsen fremstår som forholdsvis diskret – gjennomgående i form kun av initialer, og i beskjedent format. Ved slutten av 1960-tallet synes det ennå ikke å ha utkrystallisert seg noen ”offisiell policy” med hensyn til hvorvidt kunstnerne skulle bæres med å få sin identitet tilkjennegitt eller ei på frimerkenes billedflater. Det kan muligens – om enn ytterst formalistisk - anføres at så fortsatt er tilfelle. Realiteten er imidlertid at det har skjedd en gjennomgripende – først gradvis, senere eksplosjonsartet - utvikling i retning av en kraftig og iøynefallende eksponering av ”frimerkekunstnerne” – på selve billedflatene såvel som i slik informasjon og omtale som bekjentgjøres i forbindelse med utgivelsene.

Fra midten av 1960-årene kan vi observere en stadig økende hyppighet av utgivelser hvor kunstnerens navn (fortrinnsvis angitt ved initialer, men stadig oftere med fullt navnetrekk) figurerer på billedflatene. Fra midten av 1970-tallet er dette blitt hovedregelen, og etter midten av 1980-tallet gjelder dette så å si samtlige utgivelser. De få unntak som kan observeres, dreier seg i hovedsak om gjengivelser av fotografier og lignende i de ulike ”Norsk natur”- og ”Norden”-seriene, samt – fremfor alt – nye utgivelser med det klassiske posthorn-motivet (som har vært i nærmest sammenhengende bruk siden 1872).

Øvrig eksponering av frimerkekunstnerne er å finne fremfor alt i de etter hvert stadig mer rikt utstyrte informasjonsbulletiner som utgis av Posten (Frimerketjenesten), så som

*Frimerkeposten*. Som et høydepunkt i så måte kan nevnes en anledning hvor publikasjonen omsvøpsløst omtalte gravøren Sverre Morken og grafisk designer Enzo Finger til “Norges to fremste frimerkekunstnere” (Berner 1997: 2). I Postens informasjonspublikasjoner finner man detaljerte reportasjer om kunstnerne på det personlige såvel som på det faglige plan, - informasjon om deres bakgrunn, arbeidsteknikk, tilnærming til de utfordringer som oppgavene innebærer, samt om deres visjoner med hensyn til hvordan billedflatene skal bære de budskap som motivene skal målbære og formidle. Interessant informasjon for filatelister såvel for et bredere publikum – dog av en slik karakter og presentert på en slik måte at det undertiden kan skapes et inntrykk av at hovedformålet med de mange prangende frimerkeutgivelsene er å gi kunstnerne en arena for å få vist seg frem i det offentlige rom. Et fortjenstfullt formål, vil noen kan hende mene, men utvilsomt fjernt fra frimerkenes opprinnelige primærfunksjon.

Én konsekvens av den utviklingen som her er beskrevet, er iallfall at frimerke-design er blitt en egen og tydelig profilert gren innen billedkunsten. En rekke av de kunstnerne (her medregnet designere og gravører) som har påtatt seg denne type oppdrag,<sup>51</sup> er således blitt kjent for almenheten primært som *frimerke*-kunstnere, heller enn for annet kreativt arbeid som de måtte ha utført.

### 3.3.3 Utviklingen for Syd-Afrikas vedkommende

Gjennom de første mer enn 60 år forekom ikke kunstnerens navn eller initialer på noen sydafrikanske frimerker. Første gang dette skjedde var 4. mars 1972 på de tre særfrimerkene SACC 312-314 (serien Hendrik Verwoerd Dam, kunstnerne C. Bridgeford og Clive Lindsey). Den 15. mai samme år kom det første bruksfrimerke hvor dette var tilfelle, - SACC 322 (Merino-sau, kunstneren Kobus Esterhuysen).<sup>52</sup>

For senere sydafrikanske frimerkeutgivelser har dette vært regelen heller enn unntaket, både for særfrimerker og bruksfrimerker.

I likhet med hva tilfellet er i Norge, har også de sydafrikanske utgivelsesmyndigheter i de senere år lagt for dagen økende tendens til aktiv og positiv eksponering av landets frimerkekunstnere.<sup>53</sup>

Bortsett fra en tidsforskyvning på noen få år, hvor Norge – noe tidligere enn Syd-Afrika, og noe mer gradvis – innledet en slik praksis, kan vi altså observere et tilnærmet likt utviklingsbilde for de to landene i denne henseende.

<sup>51</sup> Dette gjelder f.eks. navn som Leif F. Anisdahl, Bruno Oldani, Sverre Morken, Enzo Finger, Arild Yttri m.fl.

<sup>52</sup> Det kan bemerkes at i motsetning til NK gir SACC ingen opplysninger om navn på de kunstnere som har utformet de enkelte frimerkeutgivelser.

<sup>53</sup> Se f.eks. kapitlet ”South Africa’s philatelic artists”, i Philatelic Services’ publikasjon *Exploring the Fascinating World of Stamps* (<http://www.sapo.co.za/philately/images/ExpStamp.pdf>), side 28.

## **Kap. 4 - De to *case studies* Norge og Syd-Afrika (dynamisk og komparativt)**

### **4.1 Sammenlignbarhet tross ulik tidsserie?**

#### ***4.1.1 Sammenlignbarhet (kompatibilitet og kommensurabilitet)***

Foreliggende studie omfatter to separate case studies – separate i den forstand at de hver for seg kunne stå på egne ben hva angår temaet *utvikling over tid* av de forhold som beskrives, analyseres, belyses og søkes forklart. I denne henseende er det dynamiske perspektiv det sentrale. I tillegg er forfatterens formål å sammenfatte de to separate studier i én integrert studie, hvor det *komparative* perspektiv er det overordnede.

En slik eksersis forutsetter et minstemål av *kompatibilitet*, dvs. at de to case studies omfatter sammenlignbare (kommensurable) størrelser, herunder datagrunnlag og parametere.

For et systematisk, objektivt og metodologisk tilfredsstillende studium av fenoméner og forhold som forutsetter grunneheter som observeres og kvantifiseres (telles eller måles), er det maktpåliggende at en slik grunnenhet - i det foreliggende tilfelle begrepet *frimerkeutgivelser* - er en éntydig definert og identifiserbar størrelse. For å si det enkelt, hvis oppgaven er å telle epler, så må man unngå å ta med pærer i samme slengen. For at en studie som den foreliggende skal gi mening, er det således nødvendig at begrepene *frimerker* og *frimerkeutgivelser* betyr det samme i henholdsvis Norge og Syd-Afrika.

Både for en studie av en *dynamisk* prosess (utvikling over tid) og for en *komparativ* (sammenlignende) studie er det videre nødvendig at måleenheten er lik (konstant), slik at de fenoméner, sammenhenger m.v. som beskrives er *kommensurable*.

Ved jevnføring av det materiale som inngår i de to studier, fremkommer blant annet følgende forhold av relevans:

#### ***4.1.2 Sammenlignbarhet med hensyn til funksjoner og bruksområder:***

Såvidt det har kunnet observeres, har frimerker – og dermed også *utgivelser* av disse – i alt overveiende grad hatt samme funksjoner og bruksområder i Syd-Afrika som i Norge gjennom den tidsserie som vi her har å gjøre med. At frimerker i Syd-Afrika tidligere også hadde en viktig tilleggsfunksjon som *stempelmerker*, kan ikke ses å rokke med dette sammenfallet av funksjoner forøvrig. Det synes ellers vanskelig å se på hvilken måte eventuelle øvrige ulikheter i så måte kan tenkes å ha spilt inn når det gjelder forhold som volumutvikling, motivsammensetning eller andre forhold av relevans for foreliggende studie.

#### ***4.1.3 Sammenlignbarhet med hensyn til tidsserier:***

For Norges vedkommende dekker studien hele tidslinjen f.o.m. den første frimerkeutgivelsen i 1855 t.o.m. året 2009, altså hele 155 år.

For Syd-Afrika omfatter studien tidsrommet f.o.m. 1910 t.o.m. 2009, dvs. en vesentlig kortere periode på ialt 100 år. Dette skyldes at selv om det ble utgitt frimerker i det sydafrikanske geografiske og administrative rom i mer enn et halvt århundre forut for 1910, dreiet disse seg om et heterogent utvalg utgivelser foretatt av britiske kolonimyndigheter, diverse boer-republikker m.v., m.a.o. utgivelser som ville være uegnet som sammenligningsgrunnlag i foreliggende tilfelle.<sup>54</sup>

Selv om de to tidsseriene har ulik lengde, er de sammenfallende for mesteparten av tiden. For tidsrommet 1910-2009 er det således tale om to parallelle utviklingsbilder av samme varighet, dvs. med full sammenlignbarhet hva kronologien angår. Det kan heller ikke ses at denne sammenlignbarheten forstyrres på noen signifikant måte eller grad av det forhold at det for Norges vedkommende forelå et forutgående kontinuum.

#### **4.1.4 Sammenlignbarhet med hensyn til kategorisering/klassifisering av utgivelser:**

Hovedredskapene som er benyttet i disse øyemed, er de to frimerkecatalogene *Norgeskatalogen* (NK) og *The South African Stamp Colour Catalogue* (SACC). Ulikhetene mellom disse er beskrevet foran i Kap. 1.2.5 ("Metodeproblemer knyttet til definisjon, identifikasjon, kategorisering, katalogisering"). Her ble det gitt en inngående beskrivelse av den uensartede praksis som de to katalogene følger, og spørsmålet om de problemer som dette måtte medføre for en komparativ studie som den foreliggende, ble underkastet en nærmere drøftelse.

Blant de spesielle (og potensielt problematiske) forhold som her ble fremhevet, var at SACC stort sett har vært mer – men ikke påfallende mye mer – generøs enn NK med å tildele særskilte hovednumre til et større antall objekter. Blant annet gir SACC – i motsetning til NK – egne hovednumre til miniatyrark, i tillegg til de numre som er gitt hvert enkelt merke som inngår i disse arkene. Dette er i den komparative del av foreliggende undersøkelse (Kap. 7) søkt kompensert ved at de miniatyrark som i NK er oppført med en særskilt nummerserie (bokstavkoden BL, tilsammen 36 stk.), her er plussset på det tallmateriale som inngår i VEDLEGG I, og som for Norges vedkommende utgjør studiens rådata.<sup>55</sup> Noen store forskjeller forøvrig har imidlertid ikke å gjort seg gjeldende, bortsett fra på ett område: SACCs overhåndtagende tildeling i de senere år (spesielt etter 1998) av egne hovednumre til det sterkt økende antall nye utgivelser av frimerkehefter (samt til de enkelte merkene i disse heftene).

<sup>54</sup> Først ute var Kapp-kolonien (Cape of Good Hope) i 1853. Natal utgav sitt første frimerke i 1857, Oranje-Fristaten i 1868 og Transvaal i 1869. I tillegg ble det tidvis utgitt frimerker av øvrige, mindre etablerte territoriale myndighetsorganer .

<sup>55</sup> Denne påplussingen gjelder 19 utgivelser i perioden 1975-94 og 17 utgivelser i perioden 1995-2009, og omfatter ikke det første norske miniatyrarket fra 1972, da de to frimerkene i dette arket inngår i NKs ordinære nummerserie.

Det ble videre lagt til grunn at man først etter å ha foretatt en opptelling av de konkrete tilfeller av de ulike typer innbyrdes avvik, vil kunne fastslå med noen grad av sikkerhet hvorvidt disse forhold i foreliggende sammenheng vil utgjøre et alvorlig metodisk problem – slik at det kan føre til signifikante skjevheter eller feilslutninger grunnet et inkommensurabelt sammenligningsgrunnlag. Det ble med dette utgangspunkt konkludert med at dette spørsmålet inntil videre ville bli holdt under observasjon, og ville gjøres gjenstand for fornyet drøftelse i den grad dette måtte synes påkrevet.

Som arbeidshypotese ble samtidig det postulat bli lagt til grunn, at de to katalogenes noe ulike nummereringsstruktur *ikke* ville skape såvidt signifikante feilkilder at det ville utgjøre et alvorlig metodisk problem.

En potensiell feilkilde som eventuelt kunne oppstå på grunnlag av det store og inflaterte (sammenlignet med NK) antall hovednumre i SACC, ville være om denne inflasjonen samtidig medførte skjevheter i motivsammensetningen. Ved en (om enn noe kursorisk) gjennomgang av de objekter det her er tale om, synes noe slikt ikke i merkbar grad å ha forekommet: Det inflaterte antall hovednumre viser ingen slagside i så måte, men synes å fordele seg noenlunde jevnt på de ulike motivtypene.

Konklusjonen på dette punkt er således at den opprinnelige arbeidshypotese fastholdes.

## **4.2 Tese: Felles utviklingstrekk, både med hensyn til utgivelsesvolum og med hensyn til motivvalg**

Beskrivelsene i Kap. 3 omfatter en rekke aspekter av de to lands utgivelsespolitikk. Det er beskrivelser som for de ulike aspekters vedkommende også målbærer en del observasjoner av en art som gir grunnlag for å formulere enkelte antagelser og postulater, - her kalt *hypoteser*, som skal vurderes og testes i de påfølgende kapitler.

Mer eksplisitt uttrykt har vi her å gjøre med beskrivelser og observasjoner som avdekker følgende mønstre og sammenhenger:

- Det dynamiske aspekt: For hvert av de to landene kan det beskrives en utgivelsespolitikk eller –praksis som avtegner klare og tydelige utviklingstrekk (endring over tid), både med hensyn til utgivelsesvolum og med hensyn til motivvalg.
- Det komparative aspekt: Jevnføring av de to land avdekker en rekke *likheter* med hensyn til de utviklingstrekk som her beskrives.

De likhetene som observeres, bør neppe være direkte overraskende, all den tid det jo dreier seg om ett og samme studieobjekt, om enn i to ulike settinger – geografisk, historisk, kulturelt, økonomisk, politisk og sosialt. Men dette reiser ikke desto mindre spørsmålene om *hva* disse likhetene bunner i, og om *hvordan* og *hvorfor* det har seg slik.

På grunnlag av forannevnte observasjoner og de spørsmål som disse reiser, vil vi i foreliggende studie søke å teste følgende tre hypoteser:

- Det består *felles utviklingstrekk* mellom de to lands rulleblad - tidligere og nåværende – når det gjelder frimerkeutgivelser, både når det gjelder utgivelsesvolum og når det gjelder hva slags motiver som har fått pryde frimerkenes billedflater.
- Disse felles utviklingstrekk kan langt på vei tilskrives *evolusjonære trekk* ved *samfunnsutviklingen* forøvrig.
- Nettopp ulikhetene forøvrig mellom de to settinger, er et forhold som gir grunn til å anta at disse felles utviklingstrekk ikke er særegne for henholdsvis Norge og Syd-Afrika, men tvertom er uttrykk for én eller flere grenseoverskridende, *globale trender* som påvirker de enkelte land på samme vis.

### 4.3 Metode

Enkelte aspekter ved metodeproblematikken er allerede blitt foregrepet i det foregående, se spesielt Kap. 2.2 ”Kategorisering av motiver – praktisk/metodologiske spørsmål”, som også beskriver hvordan disse spørsmålene er håndtert og forklarer hvorfor den valgte fremgangsmåte anses som formålstjenlig. De etterfølgende avsnitt gir en kort introduksjon til de konkrete undersøkelser og drøftelser som presenteres i de påfølgende kapitler f.o.m. Kap. 5 t.o.m. Kap. 8.

Ved valg av metode vil to hensyn være styrende; for det første (1) *oppgavens art*, og for det annet (2) hvilket *kildegrunnlag*, - i foreliggende sammenheng les hvilket *datagrunnlag* som er tilgjengelig.<sup>56</sup>

Et tilleggshensyn, som også vil kunne være viktig, er hvilken (om noen) relevant metodikk som allerede måtte foreligge for formålet. Også metoder kan være hyllevare, og utifra bekvemmelighetshensyn kan det stundom være fristende for en forsker å velge sin metode ved å plukke fra nærmeste hylle. Dette er ikke situasjonen når det gjelder de spørsmål som undersøkes i foreliggende studie. Her har det tvertom vært nødvendig å utvikle en metode tilpasset oppgavens egenart, en tilpasning som også har måttet foretas i forhold det tilgjengelige datagrunnlag.

Dette betyr likevel ikke at det har vært behov for å utføre et avansert eller sofistisert metodisk nybrottsarbeid. Som det fremgår av det etterfølgende, er de teknikker som er benyttet, relativt primitive. Det genuint originale i metodikken ligger ikke i teknikkene *per se*, men i den måten de anvendes for å belyse den type problemstillinger som oppgaven reiser.

---

<sup>56</sup> Kildegrunnlaget vil selvsagt normalt også omfatte *relevant faglitteratur*, herunder spesielt materiale som omhandler tidligere undersøkelser som måtte ha vært foretatt av angjeldende eller beslektede problemstillinger. For foreliggende studies del er forholdet at slike undersøkelser tidligere ikke har vært publisert – og presumptivt heller ikke vært foretatt. Som det fremgår av noteapparatet, har forfatteren imidlertid hatt anledning til å trekke på annet faglig relevant stoff, som nyttig bakgrunnsinformasjon eller som belysning eller illustrasjon av de problemstillinger som drøftes.

Konkret dreier det seg om en tre-trinns operasjon, henholdsvis *klassifisering og telling*; *kvantitativ beskrivelse*; og *komparativ jevnføring*:

#### **4.3.1 Klassifisering og telling**

De samlede antall frimerkeutgivelser i de tidsrom som her undersøkes, er 1776 stk. for Norges vedkommende (utgivelsesperioden 1855-2009) og 1986 stk. for Syd-Afrikas vedkommende (utgivelsesperioden 1910-2009). Hva denne delen av oppgavens kildegrunnlag angår, er det her tale om et datagrunnlag som er komplett.

For å få best mulig sammenlignbarhet mellom det norske og det sydafrikanske underlagsmaterialet, omfatter antallet for Norges vedkommende (som bebudet og forklart i Kap. 4.1.4) både de 1740 hovednumrene i NK og 36 miniatyrark (oppført i NK med bokstavkoden BL), utgitt i tidsrommet 1979-2009.

Samtlige utgitte merker er blitt tallet, og blitt individuelt forsynt med:

- (1) katalognummer i henhold til NK og SACC;
- (2) en bokstavkode som angir hva slags utgivelser det dreier seg om;
- (3) en kortfattet beskrivelse av merkemotiv;

De enkelte frimerker er deretter blitt:

- (4) klassifisert i henhold til én eller flere (opp til fire) av de ialt 10 motiv-kategorier (typologier) som er blitt utviklet spesielt for dette formål, jfr. Kap. 2.2.4 ("Motiv-kategorier, utledet i henhold til tematikk og anvendelse").

Resultatet av denne operasjonen er presentert i VEDLEGG I og II i form av kolonnevise oppstillinger. Stoffet er her ordnet kronologisk i kompakt og oversiktlig, men forøvrig ubearbeidet form – bortsett fra at kolonnene for å oppnå bedre oversiktliggheit er visuelt inndelt (ved horisontale linjer) i 5-årsbolker.

Disse oppstillingene inneholder det alt vesentlige av denne studiens datagrunnlag ("rådata").

#### **4.3.2 Kvantitativ beskrivelse**

Neste skritt i prosessen er *bearbeidelsen* av datamaterialet, med formål å legge dette til rette for å kunne analyseres og tolkes. Denne bearbeidelsen tar form av en serie med *kvantitative beskrivelser*, hvor hovedparametrene er henholdsvis volumutvikling over tid (inflasjon), samt utviklingen av fordelingen på de ulike motivkategorier (mangfold og spredningsmønster). Fremstillingen foretas her separat for hvert av de to land, med egne parallelle kapitler for Norge (Kap. 5) og Syd-Afrika (Kap. 6).

I begge tilfeller skjer fremstillingen ved utstrakt bruk av *tabeller*, *diagrammer* og *grafer*, som tilsikter å gi de observerte trender en form som kan visualisere de dynamiske mønstre som måtte avtegne seg.

### ***4.3.3 Det komparative perspektiv***

Det komparative perspektiv ivaretas i Kap. 7, ved sammenholdelse av de funn som er presentert og forklart i kapitlene 5 og 6. Også her vil metoden være den form for kvantitativ beskrivelse som er omtalt i det foregående, dvs. ved bruk av *tabeller, diagrammer* og *grafer*. I tillegg vil det være nødvendig med skjønnsmessige vurderinger av de kvalitative aspekter som de kvantitative beskrivelser måtte la komme til uttrykk.

Dette vil også være tilfelle med den avsluttende (Kap. 8) *tolkning* av de observerte sammenhenger og korrelasjoner.



## Kap. 5 - Norge 1855-2009

### 5.1 Volumutvikling

Utviklingen av utgivelsesvolumet hva norske frimerker angår er anskueliggjort i nedenstående tabeller, hhv. **Tabell 1** og **Tabell 2**, jfr. også VEDLEGG III.

**Tabell 1** viser volumutviklingen ordnet kronologisk over 5-årsperioder (venstre kolonne) samt aggregert på tilsvarende 20-årsperioder (høyre del av tabellen).

Venstre kolonne gir angjeldende tallmateriale i relativt ubearbeidet form, bortsett fra at tallene er lagt sammen (summert for hver 5-årsperiode) slik at de representerer ialt 31 fortløpende og sammenlignbare 5-årsperioder. Materialet til høyre er presentert på tilsvarende måte, som gir oss 7 (syv) 20-årsperioder, samt én avsluttende 15-årsperiode. Tallmaterialet her er i tillegg videre bearbeidet for å fremvise det gjennomsnittlige antallet utgivelser pr. år innen hver enkelt 20-årsperiode, samt innen den ene 15-årsperioden.

### Tabell 1

#### Norske frimerkeutgivelser – volumutviklingen 1855-2009

1855-59 - 5 stk.	20-årsperioden 1855-1874:
1860-64 - 5	Tils. 20 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 1,0 utgivelser pr. år.
1865-69 - 5	
1870-74 - 5	
1875-79 - 15	20-årsperioden 1875-1894:
1880-84 - 11	Tils. 40 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 2,0 utgivelser pr. år.
1885-89 - 8	
1890-94 - 6	
1895-99 - 18	20-årsperioden 1895-1914:
1900-04 - 4	Tils. 52 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 2,6 utgivelser pr. år.
1905-09 - 14	
1910-14 - 16	
1915-19 - 5	20-årsperioden 1915-1934:
1920-24 - 11	Tils. 81 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 4,05 utgivelser pr. år.
1925-29 - 48	
1930-34 - 17	
1935-39 - 36	20-årsperioden 1935-1954:
1940-44 - 106	Tils. 231 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 11,55 utgivelser pr. år.
1945-49 - 47	
1950-54 - 42	
1955-59 - 47	20-årsperioden 1955-1974:
1960-64 - 88	Tils. 318 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 15,90 utgivelser pr. år.
1965-69 - 81	
1970-74 - 102	
1975-79 - 115	20-årsperioden 1975-1994:
1980-84 - 110	Tils. 497 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 24,85 utgivelser pr. år.
1985-89 - 128	
1990-94 - 144	
1995-99 - 161	15-årsperioden) 1995-2009:
2000-04 - 179	Tils. 537 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 35,80 utgivelser pr. år.
2005-09 - 197	

Tallene viser her en uavbrutt og konsekvent kronologisk stigning fra én periode til den neste. Mens utgivelseshyppigheten i den første 20-årsperioden (1855-74) således lå på et gjennomsnitt på **1,0** nye frimerkeutgivelser pr. år, var det tilsvarende gjennomsnittet for den siste perioden (15-årsperioden 1995-2009) kommet opp i hele **35,8**.

**Tabell 2** inneholder det samme tallmaterialet som **Tabell 1**, også her fordelt på 5-årsperioder, men det er her i tillegg fremstilt i en mer komprimert form, med intervaller i 3 (tre) 50-årsperioder.

Stigningen kommer her til uttrykk ved gjennomsnittstallene **1,64** nye frimerkeutgivelser pr. år over den første 50-årsperioden (1855-1904), **6,84** pr. år for den neste (1905-54), og **23,10** pr. år for den tredje perioden (1955-2004). I tillegg til de tre 50-årsperiodene inneholder tabellen også den avsluttende 5-årsperioden 2005-09. I denne perioden er gjennomsnittet kommet opp i **39,40** utgivelser pr. år.

---

## Tabell 2

### Norske frimerkeutgivelser – volumutviklingen 1855-2009

1855-59 - 5 stk.	1905-09 - 14	1955-59 - 47
1860-64 - 5	1910-14 - 16	1960-64 - 88
1865-69 - 5	1915-19 - 5	1965-69 - 81
1870-74 - 5	1920-24 - 11	1970-74 - 102
1875-79 - 15	1925-29 - 48	1975-79 - 115
1880-84 - 11	1930-34 - 17	1980-84 - 110
1885-89 - 8	1935-39 - 36	1985-89 - 128
1890-94 - 6	1940-44 - 106	1990-94 - 144
1895-99 - 18	1945-49 - 47	1995-99 - 161
1900-04 - 4	1950-54 - 42	2000-04 - 179
		2005-09 - 197

*De tre 50-årsperiodene 1855-1904; 1905-54 og 1955-2004; samt 5-årsperioden 2005-09:*

1855-1904:  
Tils. 82 utgivelser, dvs.  
gjennomsnittlig 1,64 pr. år.

1905-1954:  
Tils. 342 utgivelser, dvs.  
gjennomsnittlig 6,84 pr.år.

1955-2004:  
Tils. 1155 utgivelser, dvs.  
gjennomsnittlig 23,10 pr. år.

Deretter 5-årsperioden 2005-09:  
Tils. 197 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 39,40 pr. år.

---

De to tabellene fremviser med all ønskelig tydelighet en volumøkning som trygt kan karakteriseres som formidabel.

Men hvordan fordeler veksten seg langs tidslinjen?

Svaret på dette spørsmålet kan leses ut av de nedenstående **Diagram 1 a** (stolpediagram) og **Diagram 1 b** (kurvediagram), jfr. også VEDLEGG IV.

I **Diagram 1 a** viser hver stolpe det gjennomsnittlige antallet utgivelser i kronologiske 20-årsperioder f.o.m. 1855 t.o.m. 1994, mens den avsluttende stolpen tilsvarende gjelder 15-årsperioden f.o.m. 1995 t.o.m. 2009.

**Diagram 1 b** viser det samme utviklingsbildet fremstilt som en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder f.o.m. 1855 t.o.m. 1994, mens det siste punktet tilsvarende gjelder 15-årsperioden f.o.m. 1995 t.o.m. 2009.

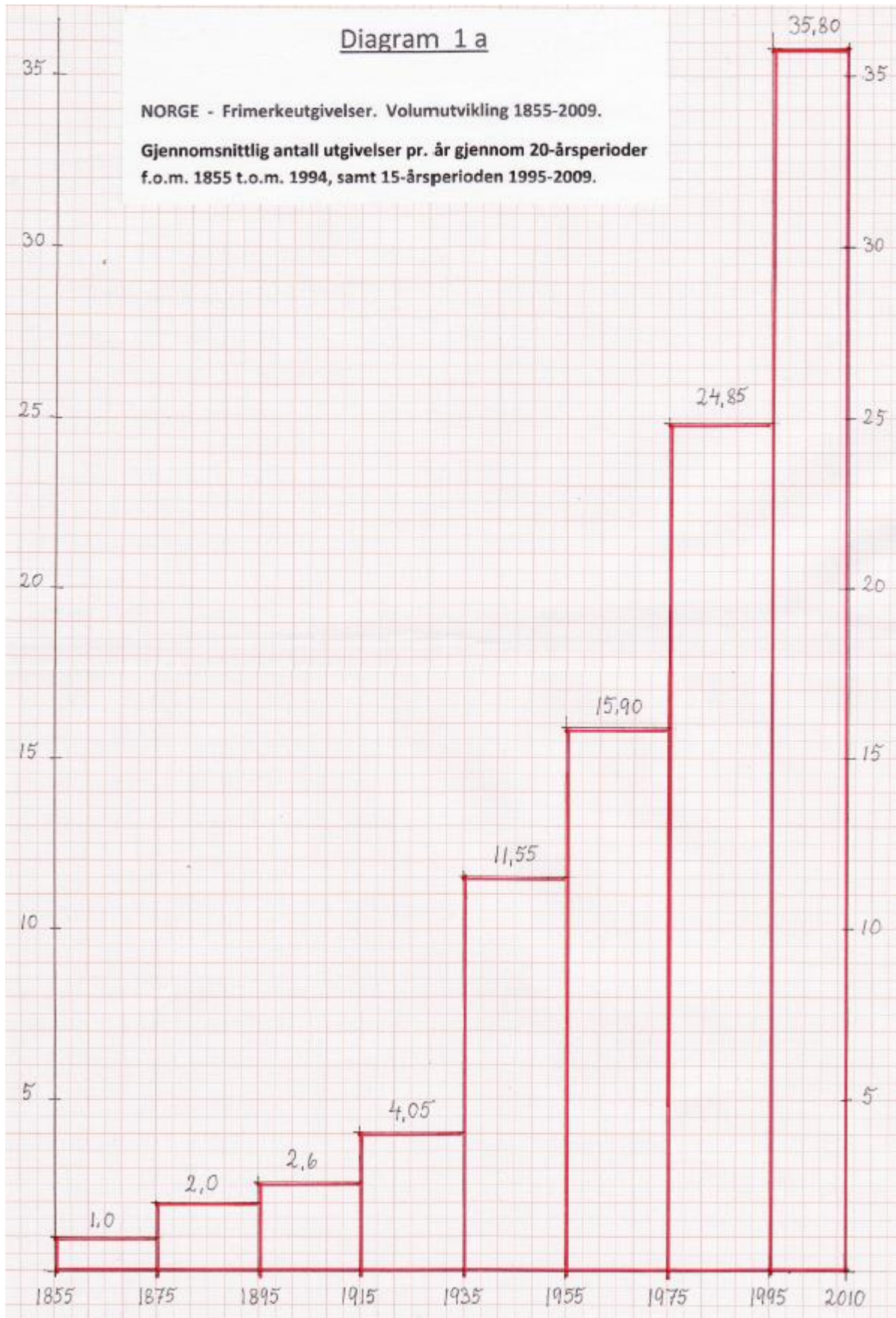
Som det fremgår, er ikke veksten (volumøkningen) jevnt fordelt over hele 155-årsperioden. Det er imidlertid tale om en ubrutt og konsekvent vekst. Svingninger som kan ha forekommet fra ett år til det neste, har således ikke gitt seg utslag i noen nedgang eller betydelig vekststagnasjon i noen av de tidsintervaller som vi her opererer med.

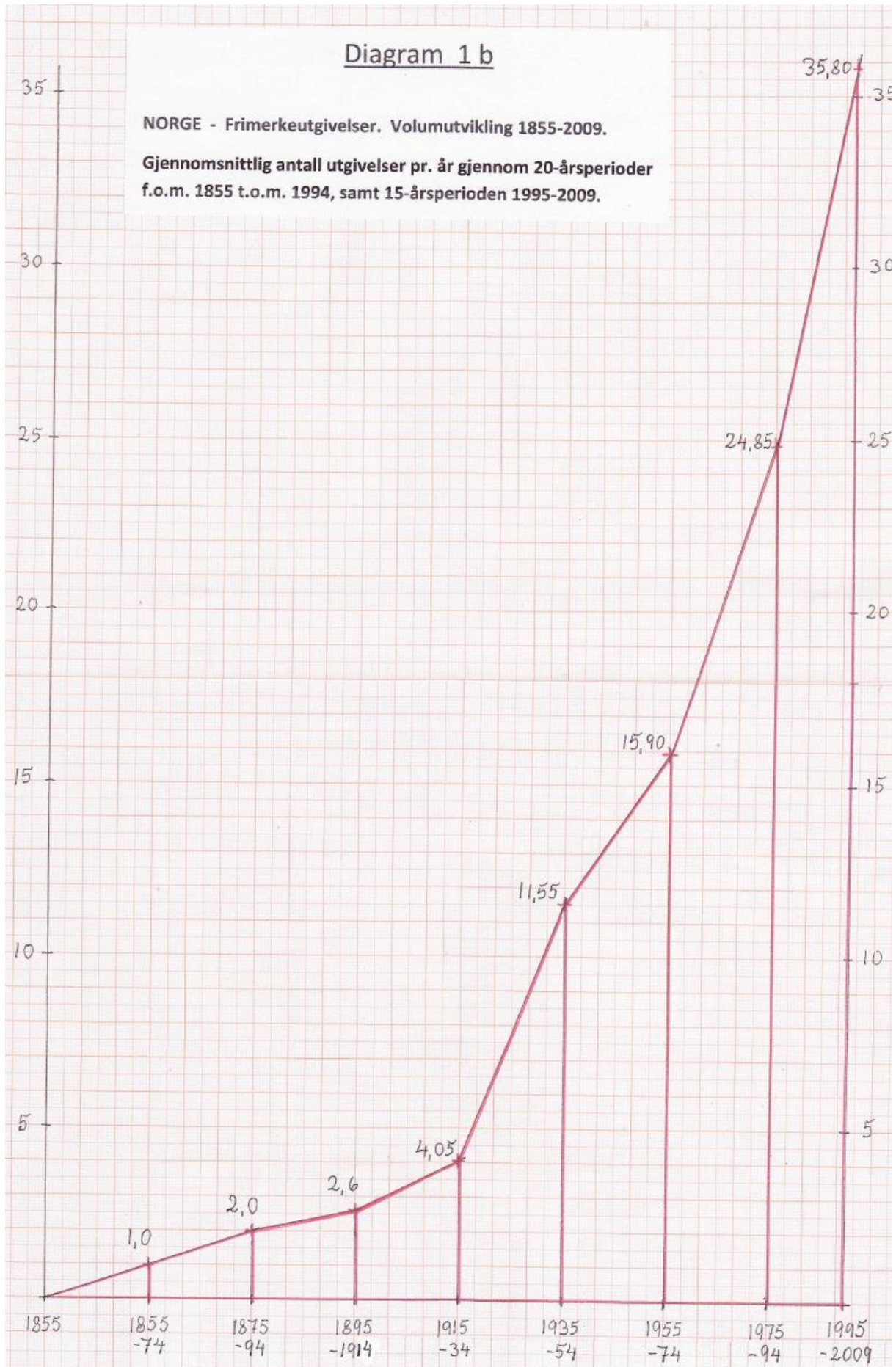
Kortere intervaller, f.eks. tidsperioder på fem (5) år, ville ha gitt en vesentlig mer ujevn utviklingskurve, jfr. venstre tallkolonne i **Tabell 1**. Med de 20-årsintervaller som er lagt inn i **Diagram 1 a** og **1 b**, vil slike svingninger nødvendigvis absorberes og jevnes ut (en effekt av ”De store talls lov”). Dette skjer her i så stor grad at enhver eventuell nedgang forsvinner, og vi får en kurve som kun peker oppover.

Ikke desto mindre fremviser kurven klare endringer i vekstraten over tid. Til og med 1894 er veksten jevn og uendret. Den påfølgende periode t.o.m. 1914 viser en noe svakere vekstrate, men øker påny i perioden t.o.m. 1934, for deretter å øke enda kraftigere i perioden t.o.m. 1954. Etter en viss (om enn beskjeden) svekkelse i perioden t.o.m. 1974 inntreer en ytterligere sterk økning i vekstraten, og kurven er på sitt aller bratteste i den avsluttende 15-årsperioden f.o.m. 1995 t.o.m. 2009.

Et hovedinntrykk er at vi kan observere en stadig sterkere økning etter hvert som vi nærmer oss vår egen tid – vel å merke når vi taler om økning i absolutte tall (hvis man tenker prosentvis eller eksponentielt, vil bildet kunne bli noe annerledes). Med økningen uttrykt ved en aritmetisk kurve (som i **Diagram 1 b**), avtegner det seg et hovedmønster hvor det fremtredende trekk er at det har funnet sted en etter hvert aksellererende økning i utgivelsesvolumet for norske frimerker.

\* \* \*





Vi merker oss at denne økningen i særlig grad har funnet sted samtidig med (dvs. spesielt gjennom de siste årtier) som vi har sett en dramatisk *nedgang* i behovet for frimerkefrankering av postsendinger, som jo nettopp var frimerkets opprinnelige (dets postale) funksjon. Denne nedgangen er en observasjon og en antagelse som ble fremsatt - strengt tatt kun som et postulat - i Kap. 1.1.2 ("Postale funksjoner – og andre").

I *hvilken grad* denne observasjonen faktisk holder stikk, er av de forhold som i foreliggende studie ikke gjøres gjenstand for noen inngående testing, basert på noe omfattende empirisk materiale. For denne studiens formål må det anses tilstrekkelig å basere seg på hva som logisk kan sluttes fra det faktum at det har foregått en slik enorm vekst i bruken av nye, alternative kommunikasjonsbærere, - et forhold som, supplert med slik "anecdotal evidence" som måtte registreres, gir grunnlag for å danne seg et klart utviklingsbilde.

Som illustrasjon på sistnevnte type underbyggende materiale, skal vises til et presseoppslag fra april 2010 med opplysninger om en halvering av salget av norske frimerker i løpet av den siste 10-årsperiode.<sup>57</sup> Det ble her blant annet meddelt at:

*"Mens det i 2000 ble solgt over 226 millioner frimerker, ble det ifjor solgt ca. 114 millioner slike frankeringsbevis. I samme periode sank antallet postforsendelser med 25 prosent. Mail og tekstmeldinger gjør brev og frimerker overflødig. Også frankeringsmaskiner er blitt en trussel mot de tradisjonelle frimerkene, ofte til samlernes store fortvilelse. Postens nye satsing på frimerker til Norge, Europa eller Verden, uten verdiangivelse, har også redusert behovet for antallet frimerker".*

Når det gjelder forholdet mellom på den ene side den aksellererende økning i utgivelsesvolumet for norske frimerker, og på den annen side den like dramatiske nedgang i salget (dvs. bruken) av disse objektene for postale formål, ser man umiddelbart at det er tale om to diametralt motsatte utviklingsbilder – en klar og sterk *negativ korrelasjon*. Dette er et forhold som stadfester den derav følgende påstand som også ble fremsatt i Kap. 1.1.2.:

*"Frimerket har fortsatt de postale funksjoner som det hadde fra starten av, men dets rolle i så måte er dramatisk redusert. Ikke desto mindre utgis det i vår tid år om annet flere nye frimerker enn noensinne tidligere. Hvordan skal dette tilsynelatende paradoks forklares? Den eneste mulige forklaring er at frimerket i mellomtiden er blitt tillagt nye funksjoner, som har stillet de postale i skyggen".*

## 5.2 Endringer i motivsammensetningen over tid

### 5.2.1 Tabellariske og grafiske oversikter

Nedenstående **Tabell 3** viser sammensetningen over tid – fordelt over kronologiske 20-årsperioder – for de 10 motivkategorier som inngår i totaloversikten over samtlige utgitte norske frimerker, jfr. VEDLEGG I.

<sup>57</sup> Artikkelen "Frimerkesalget halvert", artikkel/reportasje i *Aftenposten*, 24. april 2010 (journalist Ole Magnus Rapp).

## NORGE

Tabell 3.

		Kategori 1		Kategori 2		Kategori 3		Kategori 4		Kategori 5	
1855-74	20	20	100	6	30,0	0	0	0	0	0	0
1875-94	40	40	100	37	92,5	0	0	0	0	0	0
1895-1914	52	52	100	40	76,9	3	5,8	0	0	0	0
1915-34	81	49	54,3	23	28,4	15	18,5	16	19,8	3	3,7
1935-54	231	111	47,8	44	19,0	13	5,6	53	22,9	15	6,5
1955-74	318	55	17,3	44	13,8	95	29,8	54	17,0	16	5,0
1975-94	497	45	9,1	98	19,7	67	13,5	65	13,1	66	13,3
1995-2009	537	28	5,2	52	9,7	64	11,9	80	15,0	96	17,9

		Kategori 6		Kategori 7		Kategori 8		Kategori 9		Kategori 10	
1855-74	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1875-94	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1895-1914	52	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1915-34	81	1	1,2	0	0	1	1,2	0	0	3	3,7
1935-54	231	5	2,2	4	17,3	20	8,7	3	1,3	59	25,5
1955-74	318	7	2,2	71	22,3	50	15,7	17	5,3	85	26,7
1975-94	497	28	5,6	118	23,7	99	19,9	80	16,1	85	17,1
1995-2009	537	38	7,1	96	17,9	78	14,5	131	24,4	56	10,4

For forståelsen av tabellen skal følgende forklares:

De 7 (syv) 20-årsperiodene f.o.m. 1855 t.o.m. 1994, samt den avsluttende 15-årsperioden 1995-2009 er oppført i vertikal orden i tabellens venstre kolonne. Kolonnen til høyre for denne angir det samlede antallet utgivelser innenfor hver av disse tidsperiodene. Deretter følger én dobbelt kolonne for hver motivkategori.

**NB:** Av plasshensyn er hele tabellen delt i to deler; den øverste for motivkategoriene 1-5, den nederste for motivkategoriene 6-10.

Hver kategorikolonne er todelt: Den venstre delen inneholder antallet utgivelser av angjeldende motivkategori innen de respektive tidsperiodene; til høyre er oppført (røde tall) den prosentandelen som disse utgjør av det totale antall utgivelser i angjeldende tidsperiode.

Ved å lese tabellens røde tall ovenfra og nedover for hver motivkategori, vil man således få et kvantifisert bilde av utviklingen over tid når det gjelder i hvilken grad angjeldende kategori har preget den totale motivsammensetningen.

Enkelte mønstre avtegner seg umiddelbart:

- Mens **Kategori 1** (rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler) går igjen i samtlige utgivelser gjennom de tre første 20-årsperiodene, faller prosentandelen senere dramatisk, og er i den avsluttende 15-årsperioden kommet ned i 5,2 prosent.
- En lignende utvikling – om enn ikke fullt så markert – kan observeres med hensyn til **Kategori 2** (postale symboler/motiver/postvirksomhet).
- Samtlige resterende kategorier er fraværende gjennom de to første 20-årsperiodene, men utviser forøvrig et uensartet utviklingsmønster, hvor bl.a. følgende kan bemerkes:
- **Kategori 3** (markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver) gjør – såvidt det er - sin entré i den tredje 20-årsperioden (1895-1914), når senere sin topp i perioden 1955-74 med over 30 prosent, men synker senere sterkt.
- **Kategori 4** (hedring av prominente personer/jubiléer) kommer for fullt inn i tabellen i perioden 1915-34, når sin topp den påfølgende perioden 1935-54 med godt over 20 prosent, men synker senere betydelig – dog med en liten oppgang på slutten.
- **Kategori 5** (natur/flora & fauna/landskap/turisme) kommer likeledes inn i tabellen i perioden 1915-34, og øker senere betydelig – om enn noe ujevnt – og når en topp mot slutten med såvidt under 18 prosent.
- **Kategori 6** (byggverk/kulturseverdigheter/minnesmerker/turisme m.v.) kommer såvidt inn i tabellen i perioden 1915-34, og øker siden noenlunde frem til drøyt 7 prosent i den avsluttende 15-årsperioden.
- **Kategori 7** (kunst/kultur/folklore/dekor/ornamentikk m.v.) kommer inn i tabellen i perioden 1935-54 med drøyt 17 prosent, øker siden noe med topp på nærmere 24 prosent i perioden 1975-94, for siden å synke til under 18 prosent i sluttperioden.
- **Kategori 8** (arbeidsliv/næringsliv/teknologi/forskning/vitenskap/utdanning/samferdsel/kommunikasjon) kommer såvidt inn i tabellen i perioden 1915-34, øker



deretter til nesten 20 prosent i perioden 1975-94, for så å synke til under 15 prosent i sluttperioden.

- **Kategori 9** (sport/idrett/underholdning/aktuelle mediabegivenheter/ fritidssysler/trivia) kommer såvidt inn i tabellen i perioden 1935-54, og øker siden kraftig frem til over 24 prosent i sluttperioden.
- **Kategori 10** (veldigighet/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/kampanjer) kommer inn i tabellen i perioden 1915-34, øker deretter kraftig frem til en topp på over 27 prosent i perioden 1955-74, for deretter å synke markant til vel ti prosent i sluttperioden.

De etterfølgende grafiske figurer **Kategori 1-10 NORGE** (hhv. stolper og kurver) gir en fremstilling av utviklingen over tid (20-årsperioder) av den prosentvise andel av hver av de ti motivkategoriene (prosent-tallene fra **Tabell 3**), jfr. også VEDLEGG V.

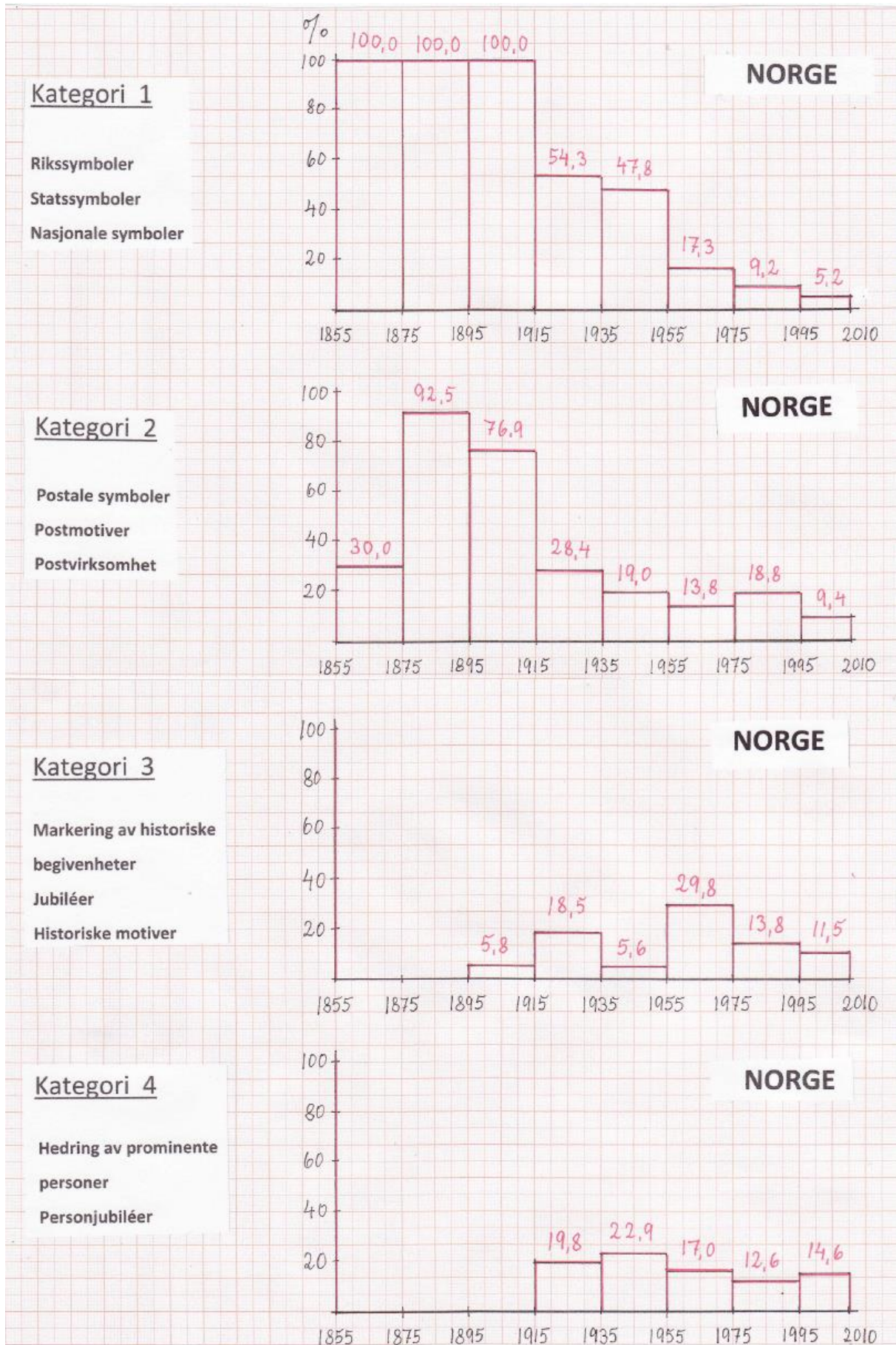
Ved rangering av de enkelte kategoriene innenfor hver kronologiske tidsperiode fremkommer nedenstående tabell (jfr. også VEDLEGG III):

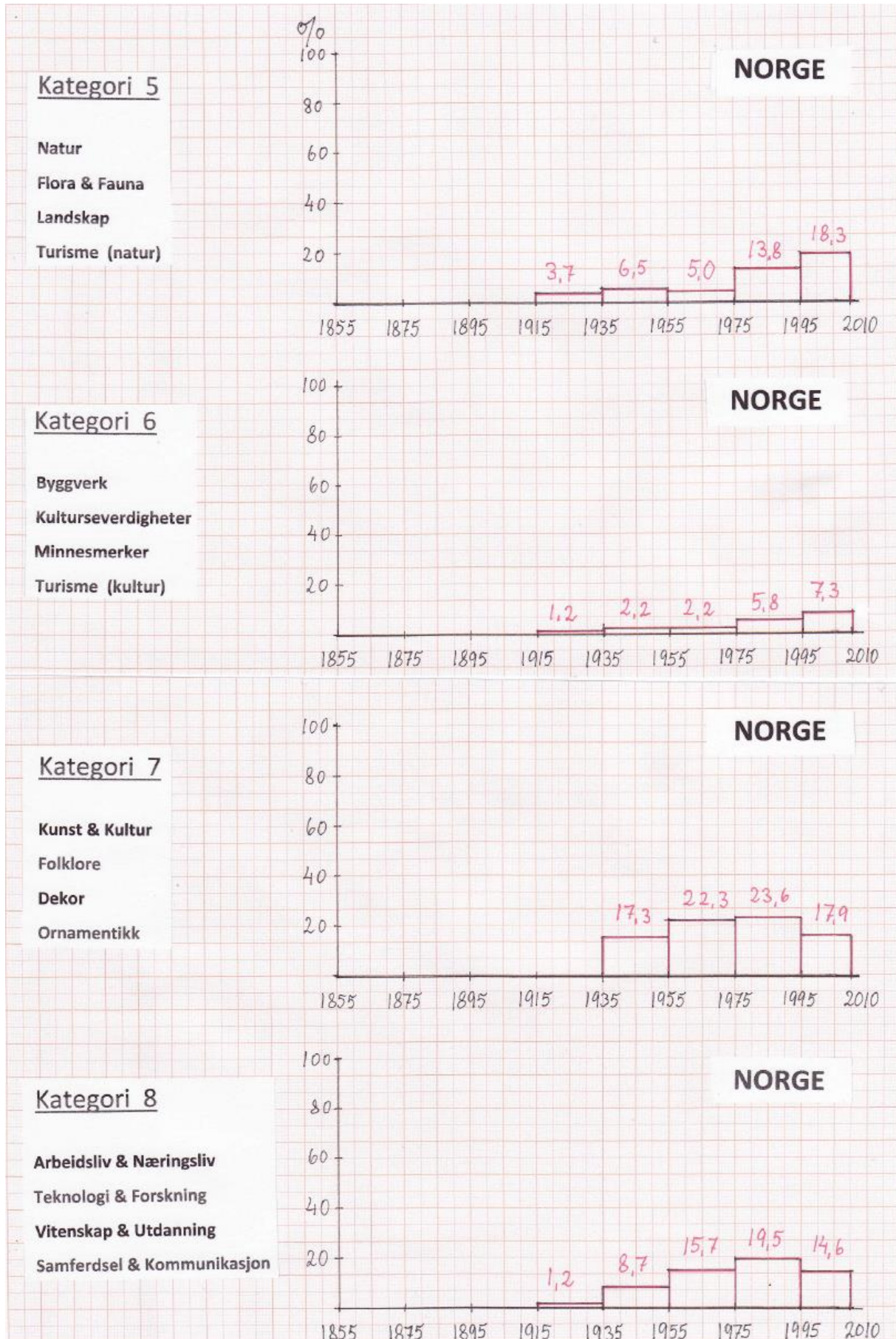
---

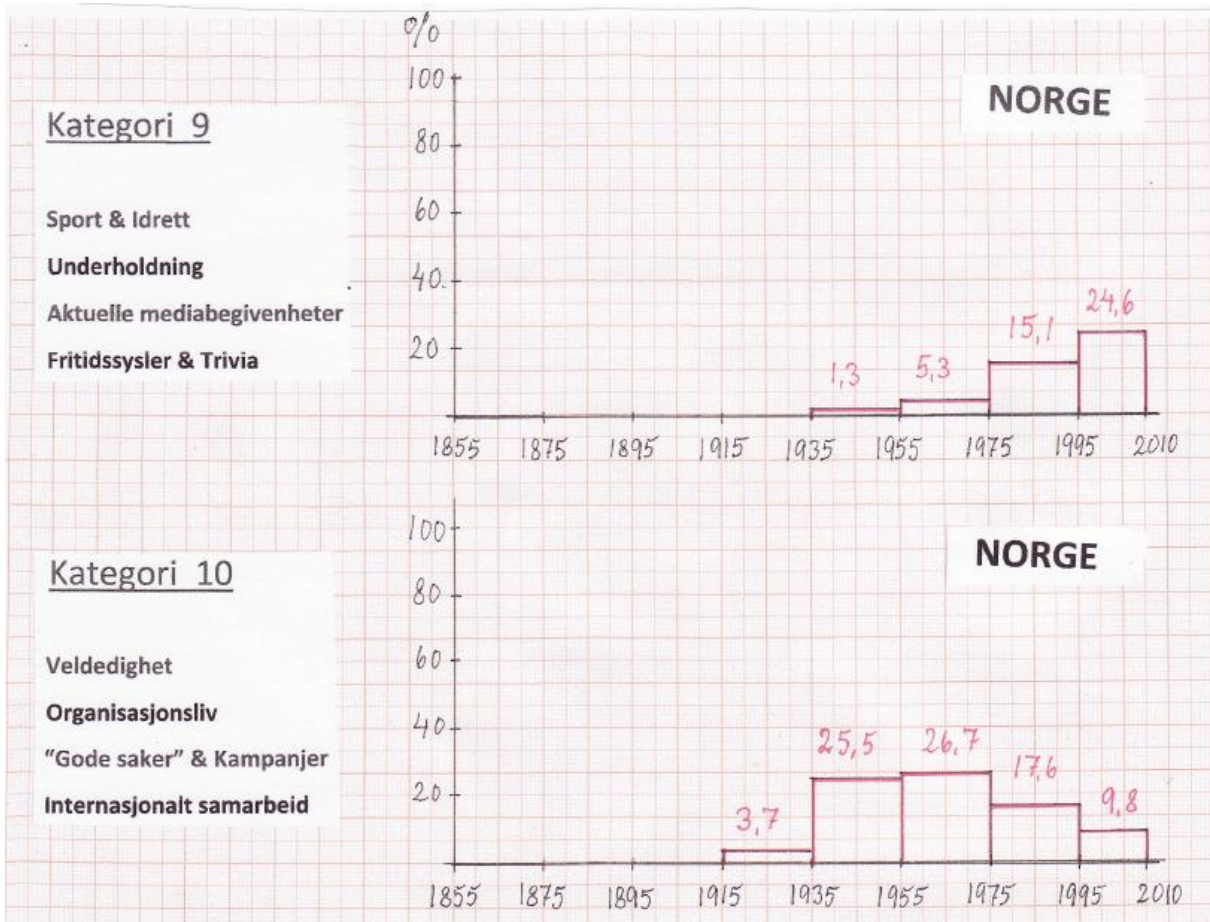
### Tabell 4

<b>1855-74</b>	-	<b>1</b>	-	<b>2</b>																
<b>1875-94</b>	-	<b>1</b>	-	<b>2</b>																
<b>1895-1914</b>	-	<b>1</b>	-	<b>2</b>	-	<b>3</b>														
<b>1915-34</b>	-	<b>1</b>	-	<b>2</b>	-	<b>4</b>	-	<b>3</b>	-	<b>5 / 10</b>	-	<b>6 / 8</b>								
<b>1935-54</b>	-	<b>1</b>	-	<b>10</b>	-	<b>4</b>	-	<b>2</b>	-	<b>7</b>	-	<b>8</b>	-	<b>5</b>	-	<b>3</b>	-	<b>6</b>	-	<b>9</b>
<b>1955-74</b>	-	<b>3</b>	-	<b>10</b>	-	<b>7</b>	-	<b>1</b>	-	<b>4</b>	-	<b>8</b>	-	<b>2</b>	-	<b>9</b>	-	<b>5</b>	-	<b>6</b>
<b>1975-94</b>	-	<b>7</b>	-	<b>8</b>	-	<b>2</b>	-	<b>10</b>	-	<b>9</b>	-	<b>3</b>	-	<b>5</b>	-	<b>4</b>	-	<b>1</b>	-	<b>6</b>
<b>1995-2009</b>	-	<b>9</b>	-	<b>5 / 7</b>	-	<b>4</b>	-	<b>8</b>	-	<b>3</b>	-	<b>10</b>	-	<b>2</b>	-	<b>6</b>	-	<b>1</b>		

---





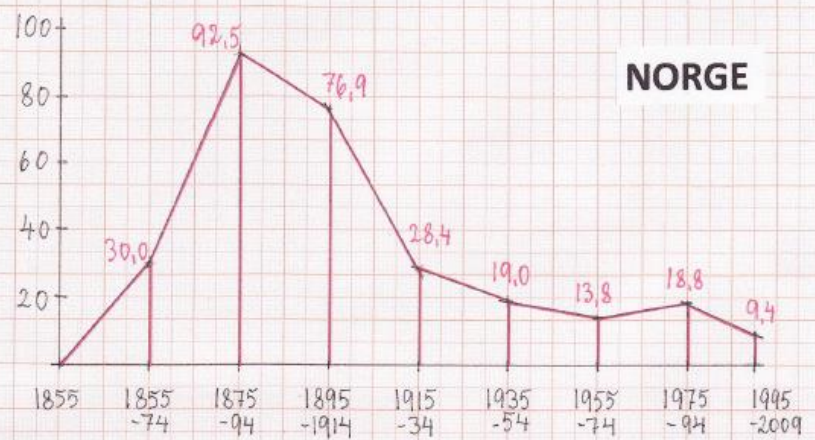


Kategori 1

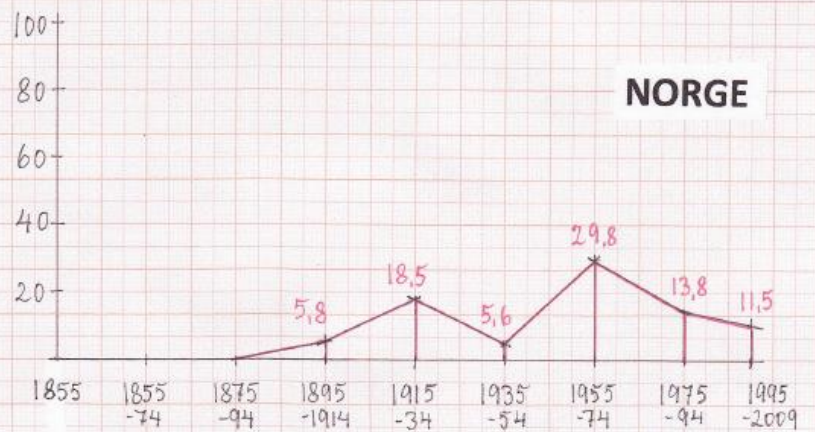
Rikssymboler  
Statssymboler  
Nasjonale symboler

Kategori 2

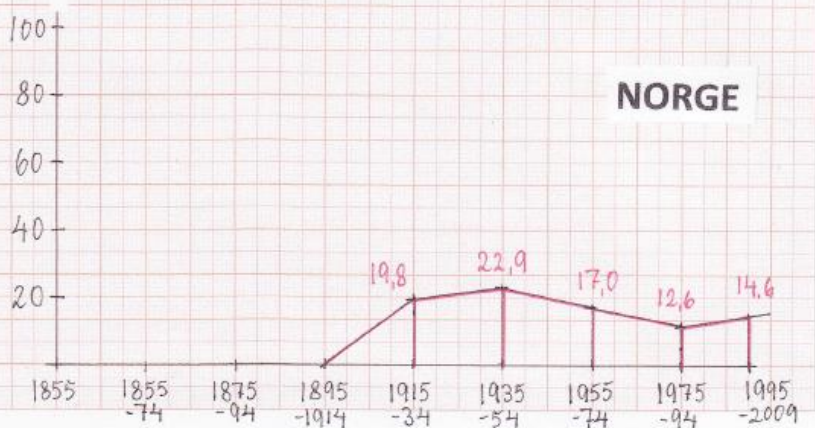
Postale symboler  
Postmotiver  
Postvirksomhet

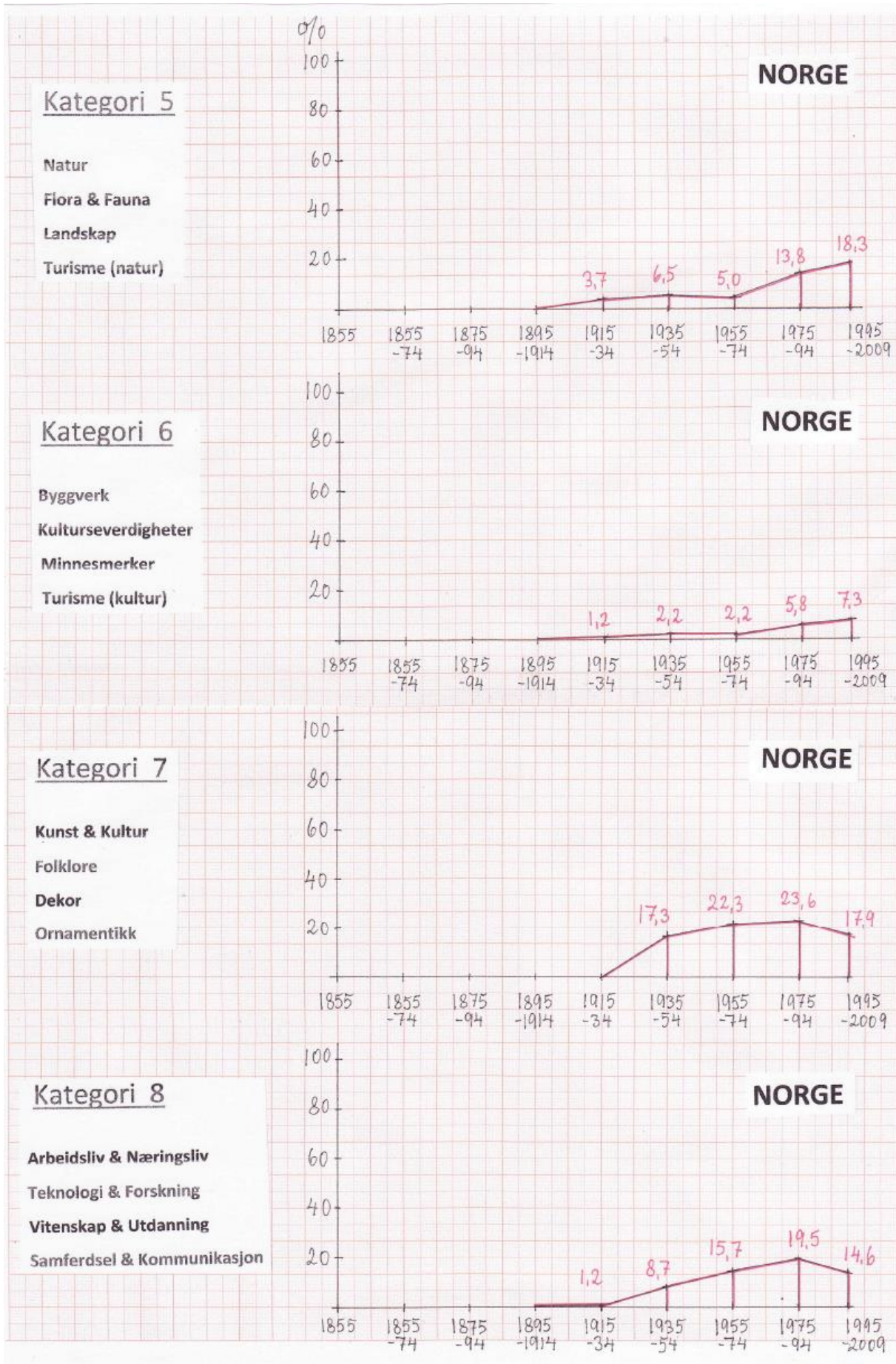
Kategori 3

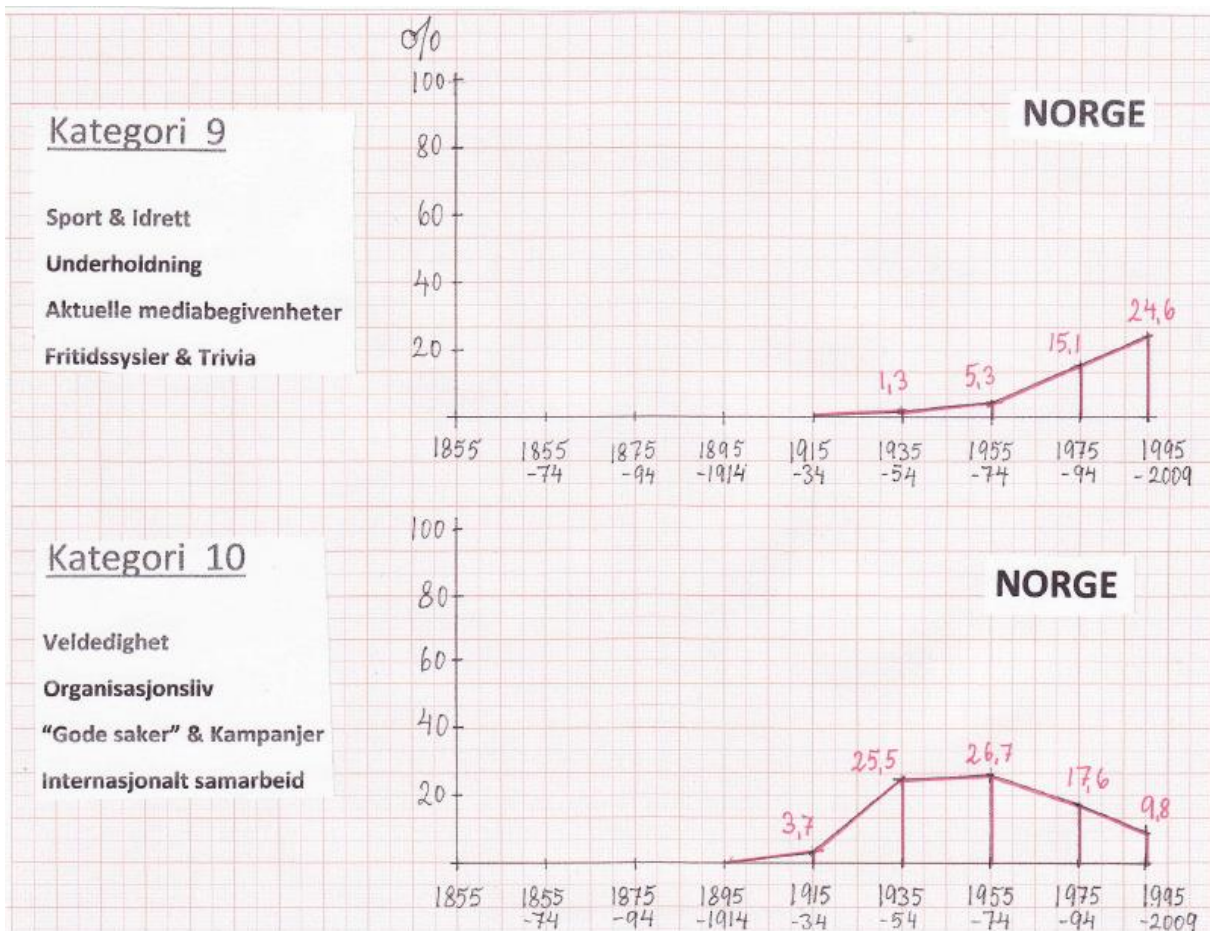
Markering av historiske  
begivenheter  
Jubiléer  
Historiske motiver

Kategori 4

Hedring av prominente  
personer  
Personjubiléer







### 5.2.2 Hovedtrekk i tabellmaterialet

**Tabell 4** gir en komprimert og sterkt forenklet fremstilling av hovedinnholdet i det detaljerte materialet som ble presentert i **Tabell 3** og i de grafiske figurene **Kategori 1-10 NORGE**. Det mest iøynefallende ved **Tabell 4**, er det økende *mangfold* og den tiltagende *spredning* med hensyn til motivkategorier. Mens kun 2 av kategoriene er representert i de første to 20-årsperiodene (t.o.m. 1894), finner vi samtlige 10 i de siste fire tidsperiodene (f.o.m. 1935).

Et videre iøynefallende trekk er hvordan den dominerende kategori gjennom de første tidsperiodene – **Kategori 1** – etterhvert taper terreng: Fra en klar førsteplass t.o.m. perioden 1935-54, for deretter å falle ned på fjerdeplass, så videre ned til niendeplass, for så å ende på tiende og siste plass i sluttperioden.

En lignende – men ikke fullt så dramatisk, og samtidig mer ujevn – utvikling kan observeres med hensyn til **Kategori 2**.

For de resterende kategorier avtegner det seg ikke umiddelbart noen klart observerbare mønstre, bortsett fra **Kategori 9**: Her har det vært et sterkt og jevnt avansement siden denne først kom inn i tabellen med en tiende og sisteplass i perioden 1935-54; først til en

åttendeplass, dernest til en femteplass, for så å ende på førsteplassen i sluttperioden. I tillegg kan bemerkes at både **Kategori 7** og **Kategori 8** scorer relativt høyt i de siste tre periodene, uten at utviklingsmønstrene her er like tydelige.

### 5.2.3 Øvrige utviklingstrekk

Som et supplerende utviklingstrekk ved frimerkenes billedflater – i tillegg til de forhold som er fanget opp av de ovennevnte kategorier – skal minnes om den etterhvert stadig mer prominente profilering av *frimerkekunstneren*, som det ble redegjort for i Kap. 3.3.2.

Videre skal nevnes et utviklingstrekk som *ikke* fanges opp av tabellene 3 og 4, men som må leses ut av underlagsmaterialet, nærmere bestemt *motivbeskrivelses-kolonnen* i VEDLEGG I, og da spesielt hva angår utgivelser innenfor **Kategoriene 3 og 4**, tildels også **Kategori 10**:

**Kategori 3** gjelder *markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver* uten at det skjelves nærmere mellom arten av begivenheter som markeres. Her kan det imidlertid observeres en klar forskyvning over tid: Mens det fra begynnelsen av var tale om førsterangs, sentrale nasjonale eller rikspolitiske begivenheter (jfr. Grunnlovsjubiléet i 1914, Svalbard- og Polmerkene i 1925, Hellig Olav/Stiklestad i 1930), fikk man etterhvert et økende innslag av andre hendelser av fortsatt betydelig, om enn ikke nødvendigvis førsterangs, historisk/samfunnsmessig interesse (Folkemuséet i 1945, Postvesenet i 1947, Skogselskapet i 1948, Oslo byjubiléum i 1950, Jernbane- og Telegrafjubiléene i 1954, Frimerkejubiléet i 1955). Utviklingen opp mot vår egen tid har så brakt et noe større innslag av hendelser av aktverdig men samfunnsmessig tildels mer perifer interesse.

En lignende utvikling kan observeres med hensyn til utgivelser innenfor **Kategori 4**: Hedring av prominente personer/jubiléer. De første utgivelsene av denne kategori gjaldt skikkelser med ikonisk status i Norges historie, kultur- og samfunnsliv: Henrik Ibsen i 1928, Niels Henrik Abel i 1929, Bjørnstjerne Bjørnson i 1932, Ludvig Holberg i 1934 og Fridtjof Nansen i 1935. Utviklingen senere har gått i retning av å hedre et stadig større antall mer eller mindre velkjente personer, fra et stadig bredere spektrum av samfunnslivet. Inntil 1989 hadde den uskrevne regel hadde vært at kun avdøde personer – bortsett fra kongelige – skulle kunne avbildes på frimerker. I og med den første utgaven i serien ”Norske OL-vinnere” (NK 1076-1079, 6. oktober 1989) var denne barrièren definitivt brutt. Siden dengang har persongalleriet på norske frimerker blitt stadig utvidet med både ”nasjonsbyggere” i konvensjonell forstand, idrettspersonligheter og et økende utvalg av øvrige aktører fra diverse mer eller mindre folkelige underholdningsarenaer. Et nylig eksempel på sistnevnte er serien Norske Rocke-artister (NK 1729-32) i 2009.<sup>58</sup> Et enda ferskere eksempel – som er så nytt at det ikke omfattes av tidsrammen for foreliggende studie – er utgivelsen 18. mai 2010 av ”Melodi Grand Prix”-serien (NK 1755-58).

<sup>58</sup> Nærmere omtalt og analysert av Odd Gunnar Skagestad i artikkelen ”Rocken er død – leve rock’n’ roll!?” i tidsskriftet *Historie*, nr. 3/09, side 22-28 (Skagestad, O.G. 2009); <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/RockHistorieSep09.pdf>.



**Kategori 10** – veldedighet/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/kampanjer – er en relativt uensartet og ”vanskelig” kategori. Før 1940 ble det kun utgitt noen ganske få serier med tilleggsverdier til inntekt for gode formål. Under krigen (1940-45) kunne man så observere at nazi-myndighetene foretok en rekke utgivelser i propaganda-øyemed. Senere utvikling utviser et mønster preget av stadig større spredning på motiver av stadig mer uensartet karakter – først med hovedvekt på saker/virksomheter av bred nasjonal eller av samfunnsmessig samlende (”sektor-overgripende”) karakter, senere med stadig større innslag av sektor- eller særinteresser.

## 5.3 Hovedtrekk ved utviklingsmønstrene

### 5.3.1 Kronologiske faser

For analyse- og forklaringsformål vil en normal fremgangsmåte være å ordne observerte mønstre på formålstjenlig måte.

Så også i foreliggende tilfelle: På grunnlag av de foregående kvantitative beskrivelser kan de utviklingsmønstre som avtegner seg, sorteres og ordnes – vilkårlig og skjønnsmessig - i kronologiske faser, som stikkordmessig beskrevet nedenfor. Det følger, om ikke av sakens natur, så iallfall av den strukturelle kontinuitet for de utgivende myndigheters vedkommende (dog med et avbrudd i perioden 1940-45), at det her vanskelig kan opereres med skarpe skiller, men at det heller er tale om gradvise overganger som glir sømløst over i hverandre. Med dette forbehold vil vi her identifisere fem slike faser:

1. **Forskyvning** fra en tilstand hvor det utelukkende benyttes motiver som symboliserer **Kongeriket** og **Staten** (herunder den statlige riksdekkende virksomhet Postvesenet) til også å omfatte motiver av bredere **nasjonal** karakter, herunder motiver som (i tillegg til eventuelle andre karakteristika) også har et **ikonisk** anstrøk av å være **nasjonale identifikasjons-markører**.
2. Et **økende motiv-mangfold**, med økende innslag av motiver som markerer **jubiléer/åremål** for hedring av prominente eller fortjenstfulle **samfunnsborgere, historiske personer og begivenheter** m.v.
3. Fortsatt økende **motiv-mangfold**, etter hvert med sterkere innslag av motiver forbundet med **norsk natur** (flora, fauna, landskap) og **kunst/kultur** m.v.
4. Fortsatt stadig utvidet motiv-krets, etter hvert med stadig større innslag av motiver hentet fra **arbeidsliv, næringsliv** og **organisasjonsliv**.
5. Utviklingen i retning av **stadig større mangfold** holder frem, med en bredde som rommer et stadig mer merkbart innslag av dels mer **perifere motiver** fra **naturmiljø og dagligliv**, etter hvert også med et stadig større innslag av motiver hentet fra **sport, underholdning** og **fritidssysler** samt ulike former for **trivia**.

### 5.3.2 Trender

Sett under ett avspeiler disse fasene en rekke parallelle og tildels dikotomiske **trender**, hvor følgende aspekter ved frimerkenes motivsammensetning trer frem i relieff:

- Stadig mindre preg av å være et offisielt dokument – nedtoning av frimerkenes formelle funksjon som statens ”visittkort”
- Fra det ikoniske til det hverdagslige
- Fra det homogene til det heterogene uttrykk
- Fra det uniformerte og ensrettede til det løsslupne
- Fra det høytidelige og opphøyde til det folkelige og trivielle
- Fra det monokulturelle enhetlige uttrykk til mangfold
- Fra det umiddelbart gjenkjennelige til det mer esoteriske
- Fra et fåtall referanserammer av høy gjenkjennelighet til uttrykk med diffus/lav referansialitet
- Fra felles identifikasjonsmarkører til nisje-temaer
- Fra tverrsektorielle verdier til særinteresser
- Stadig større vekt på å speile samfunnslivet i stadig bredere forstand
- Systematisk forskyvning i retning av dagligdagse motiver, inkl. underholdning, fritidssysler og rene trivia
- Fra funksjonell entydighet til å være alt for alle
- Fra det reserverte og tilknappe til det mer ekshibisjonistiske (”se-på-meg-effekten”, jfr. personprofileringen av kunstneren samt motebegrepet ”intimitetstyranniet”)

Vi taler her om et større knippe tildels komplekst sammensatte trender. Det dreier seg blant annet om trender som er delvis sammenfallende uten dermed å være helt eller tilnærmet identiske. Det dreier seg også om trender som tildels kan synes sprikende eller innbyrdes motsetningsfylte – ikke ulikt hva tilfellet stundom er i det ytre samfunn forøvrig.

I den grad disse trendene kan sies å ha noen fellesnevner, kan et stikkord være *den systematiske trivialisering*.

Et neste stikkord kan være *utvanning* av den opprinnelige éntydighet av begrepet ”frimerke”.

En ytterligere fellesnevner, som kanskje ikke umiddelbart synes like opplagt, er *nasjonsbyggings-funksjonen*. Nasjonsbygging må denne forbindelse forstås som et vedvarende prosjekt, hvor også innholdet gjennomgår endringer over tid – jfr. tidligere tiders profilering av nasjonale symboler og ikoner til forskjell fra vår tids toneangivende retorikk med vektlegging av inkluderende integrering (”alle skal med”) og beslektede verdier.<sup>59</sup>

### 5.3.3 Mulige tolkninger – eventuelle innbyrdes sammenhenger?

Hvordan kan disse mønstrene og trendene *tolkes*? Hva bærer de bud om?

Før vi går nærmere inn i disse spørsmålene må det rekapituleres at vi har å gjøre med mønstre og trender som gjelder *tre separate dimensjoner* eller problemstillinger hva frimerkeutgivelser angår:

---

<sup>59</sup> Forfatteren vil samtidig advare mot å overdrive betydningen av en slik forskjell mellom ”før” og ”nå”, jfr. vår tids tidvis sterke offentlige engasjement i såkalt ”omdømmebygging” på vegne av Kongeriket, samt den stadige bruk av retorikk som ”å sette Norge på (verdens-)kartet”.

- Vi har tidligere sett på utviklingen over tid når det gjelder **bruken** av frimerket i dets opprinnelige **funksjon**, dvs. bruken for **postale formål**. I så måte registreres en **kraftig nedgang**.
- Vi har videre sett på utviklingen over tid når det gjelder **utgivelsesvolum**, dvs. antallet nye frimerkeutgivelser. Med hensyn til denne dimensjonen registreres en **kraftig økning**.
- Dernest har vi i de umiddelbart foregående avsnitt beskrevet utviklingen over tid med hensyn til **motivsammensetning**. (Her finner vi på underordnet nivå et utviklingsbilde som er sammensatt og mangefasettert, men som på overordnet nivå fremstår som klart og éntydig, jfr. de fem foran beskrevne faser og fellesnevne.

Kan det sies noe meningsfylt om forholdet mellom disse trendene?

Er det noen innbyrdes sammenheng her, og hva består eventuelt denne i?

Spørsmålet om mulige **årsakssammenhenger** er – iallfall for foreliggende studies formål – i høy grad interessant, og kan gis flere mulige vinklinger:

- Det er for eksempel – som et tankeeksperiment - ikke vanskelig å forestille seg at nettopp den vedvarende nedgangen med hensyn til det postale behov har ansporet utgivelsesmyndighetene til å kompensere for denne utviklingen ved å søke etter andre alternative bruksområder (funksjoner), og som et virkemiddel i så henseende å satse på stadig flere utgivelser av stadig mer kreativt utformede objekter.
- At det motsatte skulle være tilfelle – at utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning – skulle resultere i et redusert behov for frimerker til postale formål, ligger hinsides det sannsynlige.
- At det imidlertid kan foreligge en eller annen form for vekselvirkning mellom de to utviklingstrendene som gjelder henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning, er en tanke som meget vel kan ha formodningen for seg.

Vanskeligheten ligger i å finne noe egnet verktøy for å kunne påvise slike årsakssammenhenger, og hva de eventuelt består i. I mangel av slikt analyseverktøy vil antagelser om eventuelle årsakssammenhenger og –mønstre lett få preg av ren spekulasjon, og temaet skal derfor ikke forfølges nærmere her. Det må imidlertid med desto større grunn kunne påpekes at vi her har å gjøre med et tema som frembyr en interessant utfordring for fremtidig forskning.

#### **5.3.4 Samspillet med det omgivende samfunn**

For en videre drøftelse av utviklingsmønstrene kan det likevel være hensiktsmessig å betrakte de to dimensjonene utgivelsesvolum og motivsammensetning i sammenheng - ikke fordi vi har noen bastant eller presis oppfatning av hva de eventuelle innbyrdes årsakssammenhenger består i, men fordi vi har å gjøre med to sentrale dimensjoner ved fenomenet ”frimerke” hvor vi for hver især - parallelt over tid – har å gjøre med utviklingsbilder (trender) som vi har kunnet beskrive tydelig og objektivt (dvs. etterprøvbart), gjennom kvantifiserte kategorier.

Hovedfokus vil samtidig fortsatt være på det som er selve undersøkelsesobjektet: Utviklingen over tid med hensyn til motivsammensetning.

Én tilnæringsmåte er å ta utgangspunkt i det forhold at vi har å gjøre med et objekt – frimerket – som i ekstremt høy grad har karakter av å være almenhetens *fellesinstitusjon*, et objekt som vi alle har et felles eier- og bruksforhold til. En sak som bæres med å profileres på et frimerke, vil derfor allerede i utgangspunktet fremstå som høyverdig, eller i det minste som verdig.

I Kap. 1.3.2 ("Frimerkets funksjon som budskapsbærer og –formidler") ble det på denne bakgrunn postulert at de motiver eller fenomener (saker, verdier m.v.) som tematiseres på frimerkenes billedflater, ikke bare bærer bud om *statens* selvbilde, men også reflekterer – i videre forstand – hele *samfunnets selvforståelse*.

I dette begrepet inngår blant annet elementer som hevdvunne eller toneangivende oppfatninger av statens rolle (*hva* denne består i – art og omfang), *hvordan* staten og dens mangfold av organer (inkl. kvasi-offisielle institusjoner, såk. "quangos") utøver sine roller (jfr. dikotomien regelstyring vs. målstyring, samt "New Public Management"-konseptet), og videre forholdet mellom ulike samfunnsinstitusjoner (herunder deres diverse roller som øvrigheter, tjenesteleverandører, brukerstøtter eller støttekontakter) og borgerne (i egenskap av med-aktører, brukere, klienter eller kunder?). Hvordan frimerkeutgivelser reflekterer endringer i så måte, reflekterer samtidig en utvikling med hensyn til de toneangivende identitets-referanser.

Ovenstående gir et meningsfylt grunnlag for å konstatere at frimerkeutgivelser – kvantitativt med hensyn til volumutvikling, såvel som kvalitativt med hensyn til sammensetningen av de motiver (saker, fenomener) som tematiseres - gir en *målestokk på selve samfunnsutviklingen*.

Hvordan arter dette seg? Hvordan kan en slik målestokk-effekt konkretiseres?

Noen meningsfylt drøftelse av disse spørsmålene – ennsi noe klart svar i så måte – er det knapt mulig å gi uten en klar forestilling om hvordan samme samfunnsutvikling har artet seg og/eller består i. Dette er et tema som vi vil komme tilbake til (se Kap. 7.4 og Kap. 7.5), men inntil videre skal la ligge.

I denne omgang vil vi i stedet ta for oss det mer beskjedne perspektiv som gjelder effekten av de to forannevnte dimensjonene – utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning - på det omgivende samfunn. Én mulig innfallsvinkel i så måte kan være å stille spørsmålet om på hvilke(n) måte(r) – om noen – disse faktorene påvirker almenhetens (publikums) forhold til frimerkeutgivelser?

Her kan vi skissere opp flere innbyrdes dikotomiske sett med motsatte mulige effekter:

- *Bevisstgjørende vs. u-engasjerende eller bevissthets-sløvende:*
- Bidrar utgivelsespolitikken til å skape større eller mindre grad av bevissthet hos publikum med hensyn til hva et frimerke eller en frimerkeutgivelse er? Større eller

mindre interesse for eller oppmerksomhet rettet mot de motiver som pryder frimerkenes billedflater?

- Er det store utgivelsesvolum, de mange nye og ulike motiver (samt, for den saks skyld, den sterke profilering av frimerkekunstnerne) forhold som virker inspirerende på publikum? Er dette forhold som fører til en høynet bevissthet og en styrket interesse for frimerker blant ”folk flest”?
- Eller er det tvertom slik at flommen av nye og stadig mer forskjelligartede utgivelser virker så trivialiserende at det undergraver bevisstheten og interessen for frimerker?
- Dette er forhold som kan slå begge veier, og et éntydig svar – om noe slikt finnes – er slett ikke opplagt.

• *Inkluderende eller fremmedgjørende:*

- Kan det sies noe om hvordan de her beskrevne forhold subjektivt oppleves av almenheten? Noe tilforlatelig svar er det knapt mulig å gi, men spørsmålet kan like fullt stilles:
- På den ene side kan man se for seg den demokratiserende ”alle-skal-med”-effekten. Dette er forestillingen om hvordan de stadig flere og forskjelligartede frimerker - med motiver som omfatter en stadig større tematisk bredde – vil virke inkluderende for et stadig større segment av publikum, som vil oppleve å støte på stadig flere motiver som de kan relatere til sitt eget dagligliv – eller endog identifisere seg med.
- På den annen side kan man like gjerne se for seg den motsatte effekt: At det økte utgivelsesvolum og den medfølgende tiltagende trivialisering svekker den gjenkjennelses-, tilhørighets- og trygghetseffekt som man tidligere kunne oppleve i møtet med frimerket. I tillegg til at dette som ovenfor anført kan undergrave bevisstheten og interessen for frimerker, kan det også føre til en bevisst ”dette-angår-ikke-meg”-opplevelse, at en med andre ord fremmedgjøres i forhold til disse papirbitene som man ikke lenger har noen tilhørighetsfølelse for.
- Heller ikke her finnes det noe opplagt svar, kun en problemstilling som med fordel burde kunne utforskes nærmere.

Ikke alle deler av publikum (almenheten) får sitt forhold til frimerkene påvirket på samme måte eller i samme grad.

Det største publikumssegmentet – *brukerne* av frimerker for *postale formål* – omfatter praktisk talt oss alle, selv om bruksbehovet og –hyppigheten er markant redusert for manges vedkommende. Som individer av denne kategori er vi interessert i – og vår adferd og holdninger påvirkes av – forhold som portosatser, tilgjengelighet på frimerker og posttjenester forøvrig, samt det eventuelle utbud av alternative kommunikasjonsbærere. I vår her beskrevne egenskap av brukere av frimerker som frankeringsmidler påvirkes vi knapt av økningen i antallet utgivelser eller mangfoldet av nye motiver. Når frimerkefrankering er en konkurransedyktig løsning, velger vi denne, uten å bry oss om hvorvidt antallet utgivelser har steget eller ei, og uten hensyn til hvilke(t) motiv(er) som pryder billedflatene.<sup>60</sup>

<sup>60</sup> Det siste kan i ekstreme tilfeller være en sannhet med modifikasjoner. Under okkupasjonstiden 1940-45 var gode nordmenn (”jössinger”) gjerne påpasselige med ikke å bruke frimerker som bar Vidkun Quislings portrett.

Det segmentet av av almenheten som kan oppleve – mer eller mindre bevisst - å få sitt forhold til frimerker påvirket av utviklingen med hensyn til volum og motivsammensetning, er *samlersmarkedet* - heri inkludert filatelistene og samlere forøvrig, samt de tilhørende kommersielle aktørene dvs. frimerkehandlerne. Dynamikken i denne effekten ble for noen år siden beskrevet i relativt dystopiske vendinger av forfatteren av foreliggende studie i en aviskronikk, jfr. følgende utdrag:<sup>61</sup>

*”Frimerket har alltid hatt tilleggsfunksjonen som et lands visittkort – eller kanskje helst som statens visittkort. For Norge som i praktisk talt alle andre land har postvirksomhet i halvannet århundre vært et statlig monopol. Dette har gjenspeilt seg i frimerkenes billedflater, som fra begynnelsen av helst var gjengivelser av rikssymboler, statsoverhodets portrett eller postmyndighetenes emblem. Senere kom også andre motiver til – f.eks. til minne om viktige nasjonale begivenheter. Terskelen skulle imidlertid stadig bli lavere, og etterhvert er det gått fullstendig inflasjon på området. Nå er det ikke bare ”historie, natur og kultur” eller ”store begivenheter, personligheter og jubiléer” som gjelder. Nå benyttes alskens tenkelige billedmotiver – fra de mest sære til de mest intesigende – som påskudd på nye frimerkeutgivelser. Alt fra strikkeluer og bladvotter, brevandrere og brennmaneter, til tegneseriefigurer, OL-vinnere, revyskuespillere, opprevne olabukser, samt Valentin-hjerter, benyttes som påskudd for å produsere stadig nye utgivelser av disse små papirbitene som presumptivt skal gjøre tjeneste som Fedrelandets og nasjonens visittkort, jo som symbol på statsmaktens autoritet.*

*Man kan saktens undres hvordan det vil gå dersom denne utviklingen fortsetter. Men det kommer den ikke til å gjøre. For frimerket – i den funksjon som vi hittil har kjent det – vil om få år være en saga blott. Her er det flere forhold som spiller inn. Dels er frimerkenes særpreg – det som gjøre dem til attraktive samlereobjekter eller til troverdige statssymboler – i ferd med å viskes ut som følge av en inflatorisk utgivelsespolitikk. Når et nytt frimerke blir omtrent like interessant som en tapetbit, vil samlereinteressen tørke inn. Dermed vil formodentlig også utgivelseskåtskapen dabbe av. Men i tillegg står postvirksomhet – i Norge såvel som i global sammenheng – overfor de mest radikale utfordringer med hensyn til omstilling som man har hatt siden frimerkets tidligste barndom. Hovedsaken i så måte er at statsmonopolet står for fall. Den 15. mars i år bestemte Stortinget at Postens enerett til å formidle postsendinger skal avvikles fra 1. januar 2007. I tillegg vurderer Posten nå å følge Finlands eksempel og introdusere bedriftsfrimerker samt personlige frimerker hvor kunden selv – mot en viss tilleggsavgift – kan velge motivet. Vi står demed foran en utvikling hvor forskjellene mellom hva som er og hva som ikke er frimerker, blir utvisket. Og når folk frankerer sin brevpost med feriebilder fra hytta eller foto av bikkja til naboen, blir det vanskelig å opprettholde fiksjonen om Fedrelandets eller statens visittkort”.*

I tilbakeblikk er det lett å konstatere at ovenstående spådommer foreløpig ikke har materialisert seg i den grad som de siterte spissformuleringer bærer bud om. Det betyr imidlertid ikke at selve den underliggende analyse er feil. Samlerinteressen har riktignok

---

I nyere tid har det likeledes forekommet kritiske ytringer mot bruk av frimerker hvor Kongerikets navn er bokstavert ”Noreg”. Slike eksempler er imidlertid lite hyppige og i foreliggende sammenheng knapt statistisk signifikante.

<sup>61</sup> Odd Gunnar Skagestad, artikkelen ”Frimerket for Fall”, kronikk i *Aftenposten*, 22. april 2005, side 4; <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1023504.ece>, samt <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/FrimAftenApril05.pdf>.

ennå ikke - på langt nær – tørket inn, og utgivelseskåtskapen har fortsatt å aksellerere mot nye høyder. Men frimerket – slik man i over halvannet hundre år har kjent det – har ugjenkallelig endret funksjon, relevans, karakter og egenart. Å samle på nye frimerker er idag i ferd med å bli en annen idrett enn den som tidligere generasjoner kunne drive med.

Som bevisst samler har forfatteren av foreliggende studie fra tid til annen merket seg uttalelser som ”Jeg har en komplett klassisk samling av frimerker fra land xxxx til og med år yyyy. Men med den flommen av Mikke Mus-merker som utgis nå, så gidder jeg ikke lenger.” Slike uttalelser, som primært må anses som ”anecdotal evidence” (jfr. også leserbrevet fra *Norsk Filatelistisk Tidsskrift* som er gjengitt i Kap. 3.1.3), illustrerer et poeng som ikke bør ignoreres: Angjeldende samler har gjennomskuet utgivernes strategi for å berike seg på samlernes ”avhengighets-syndrom”, dvs. hangen til ”bare *må* ha det” når det kommer nye utgivelser. Budskapet er at det blir for dyrt å fortsette med disse greiene, hensett til at det dreier seg om materiale som i stigende grad oppleves som uinteressant (jfr. ”Loven om avtagende grensenytte”, se Kap. 8.2). Men her taler vi om subjektive opplevelser av riktignok objektivt beskrivbare forhold, og ikke alle vil nødvendigvis oppleve det slikt.

Mennesket har alltid samlet på de mest forskjelligartede ting, og det finnes et marked for det meste. Nye kategorier samlere som kommer til, vil kunne ha andre tilnærminger til sin hobby enn slike som hittil har vært toneangivende. Det er derfor grunn til å anta at utgivelsesmyndighetene også i fremtiden vil kunne fortsette å finne – og å skape – et marked for sine ”produkter”. I så måte vil vi kunne forvente å observere et utslag av ”*supply-side*”-effekten, - at tilbudet som sådant (og effektivt markedsført) kan være *behovs-* og *etterspørselskapende* (jfr. ”Says lov”, se Kap. 8.2).

Så kan man saktens som frimerkedirektør Fasting erklære at ”*I Posten tror vi at det vil være behov for frimerker i mange år til tross for at enkelte har spådd både brevets og frimerkets snarlige død i konkurranse med elektroniske alternativer*” (Fasting 2005a: 3). Kan hende får han rett – kan hende er frimerkets død likevel ikke snarlig forestående. Men om det overlever, så blir det ikke i den form og med den funksjon og den relevans som vi har vært vant til gjennom over halvannet århundre.

## Kap. 6 - Syd-Afrika 1910-2009

### 6.1 Volumutvikling

Utviklingen av utgivelsesvolumet hva sydafrikanske frimerker angår kan anskueliggjøres på tilsvarende tabellarisk måte som det i det foregående (Kap. 5.1) ble gjort for norske frimerkeutgivers vedkommende. På samme måte som angjeldende tallmateriale der ble ordnet i **Tabell 1** og **Tabell 2**, er det også gjort i nedenstående tabeller, hhv. **Tabell 5** og **Tabell 6**, jfr. også VEDLEGG III.

**Tabell 5** viser volumutviklingen ordnet kronologisk over 5-årsperioder (venstre kolonne) samt aggregert på tilsvarende 20-årsperioder (høyre del av tabellen).

Venstre kolonne gir angjeldende tallmateriale i relativt ubearbeidet form, bortsett fra at tallene er lagt sammen (summert for hver 5-årsperiode) slik at de representerer ialt 20 fortløpende og sammenlignbare 5-årsperioder.

Materialet til høyre er presentert på en tilsvarende måte, som gir oss 5 (fem) 20-årsperioder. Tallmaterialet her er videre bearbeidet for å fremvise det gjennomsnittlige antallet utgivelser pr. år innen hver enkelt 20-årsperiode.

Tallene viser her en uavbrutt og konsekvent kronologisk stigning fra én periode til den neste. Mens utgiveshyppigheten i den første 20-årsperioden (1910-29) således lå på et gjennomsnitt på **1,9** nye frimerkeutgivelser pr. år, var det tilsvarende gjennomsnittet for den siste 20-årsperioden (1990-2009) kommet opp i hele **63,6**.

### Tabell 5

#### Sydafrikanske frimerkeutgivelser – volumutviklingen 1910-2009

1910-14 -	15 stk.	<b>Tidsrommet (20-årsperioden) 1910-29:</b>
1915-19 -	1	<b>Tilsammen 37 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 1,9 utgivelser pr. år.</b>
1920-24 -	4	
1925-29 -	17	
1930-34 -	14	<b>Tidsrommet (20-årsperioden) 1930-49:</b>
1935-39 -	26	<b>Tilsammen 82 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 4,1 utgivelser pr. år.</b>
1940-44 -	21	
1945-49 -	21	
1950-54 -	36	<b>Tidsrommet (20-årsperioden) 1950-69:</b>
1955-59 -	11	<b>Tilsammen 166 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 8,3 utgivelser pr. år.</b>
1960-64 -	68	
1965-69 -	51	
1970-74 -	86	<b>Tidsrommet (20-årsperioden) 1970-89:</b>



1975-79 - 97	Tilsammen 430 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 21,5 utgivelser pr. år.
1980-84 - 114	
1985-89 - 133	
1990-94 - 173	
1995-99 - 363	
2000-04 - 446	Tidsrommet 1990-2009:
2005-09 - 290	Tilsammen 1272 utgivelser, dvs. gjennomsnittlig 63,6 utgivelser pr. år.

Nedenstående **Tabell 6** inneholder det samme tallmaterialet som **Tabell 5**, også her fordelt på 5-årsperioder, samt med intervaller i 5 (fem) 20-årsperioder, m.a.o. de samme data som i foregående tabell – kun oppstillet og tydeliggjort på en litt annen måte.

Stigningen kommer til uttrykk ved gjennomsnittstallene **1,9** nye frimerkeutgivelser pr. år over den første 20-årsperioden (1910-29), **4,1** pr. år for den neste (1930-49), **8,3** pr. år for den påfølgende (1950-69), **21,5** pr. år for den fjerde 20-årsperioden (1970-89), samt **63,6** pr. år i den avsluttende 20-årsperioden (1990-2009).

## Tabell 6

### Sydafrikanske frimerkeutgivelser – volumutviklingen 1910-2009

1910-14 - 15 stk.	1930-34 - 14 stk.	1950-54 - 36 stk.	1970-74 - 86 stk.	1990-94 - 173 stk.
1915-19 - 1	1935-39 - 26	1955-59 - 11	1975-79 - 97	1995-99 - 363
1920-24 - 4	1940-44 - 21	1960-64 - 68	1980-84 - 114	2000-04 - 446
1925-29 - 17	1945-49 - 21	1965-69 - 51	1985-89 - 133	2005-09 - 290

<u>1910-1929:</u>	<u>1930-1949:</u>	<u>1950-1969:</u>	<u>1970-1989:</u>	<u>1990-2009:</u>
Tils. <u>37</u> utgivelser, dvs. gjennomsnitt <u>1,9</u> pr. år.	Tils. <u>82</u> utgivelser, dvs. gjennomsnitt <u>4,1</u> pr. år	Tils. <u>166</u> utgivelser, dvs. gjennomsnitt <u>8,3</u> pr. år	Tils. <u>430</u> utgivelser, dvs. gjennomsnitt <u>21,5</u> pr. år	Tilsammen <u>1272</u> utgivelser, dvs. gjennomsnitt <u>63,6</u> pr. år.

De to tabellene fremviser med all ønskelig tydelighet en volumøkning som ikke bare er formidabel, men som nærmest kan karakteriseres som eksplosiv (Skagestad, O.G. 2011a; Skagestad, O.G. 2011b).

Volumøkningen har samtidig vært ujevn: Oppdelt i 20-årsperioder er det tale om en ubrutt vekst. Oppdelt i 5-årsperioder er bildet et annet, med betydelige svingninger innenfor hver

enkelt 20-årsperiode med unntak av perioden 1970-89, hvor veksten har vært ubrutt. Et iøynefallende trekk er at den ekstremt bratte vekstkurven frem t.o.m. 2004 deretter er blitt avløst av en merkbart svakere vekst frem t.o.m. 2009, - fra 446 til 290 nye utgivelser i angjeldende to 5-årsperioder. Dette endrer imidlertid ikke på det forhold at perioden 1990-2009 under ett utviser den klart sterkeste veksttakt av samtlige 20-årsperioder i vår oversikt.

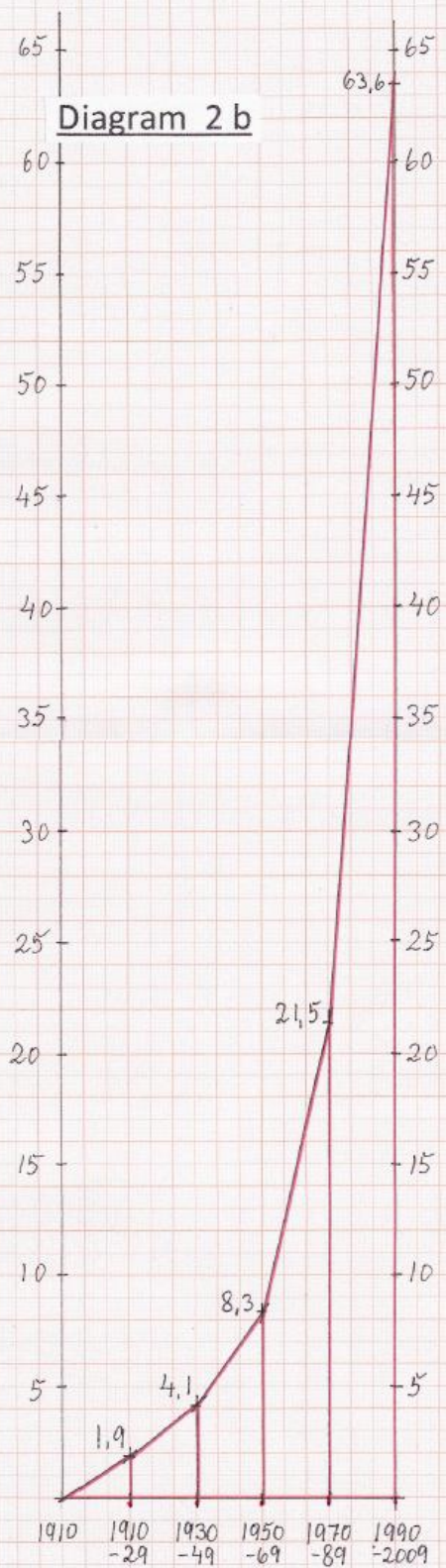
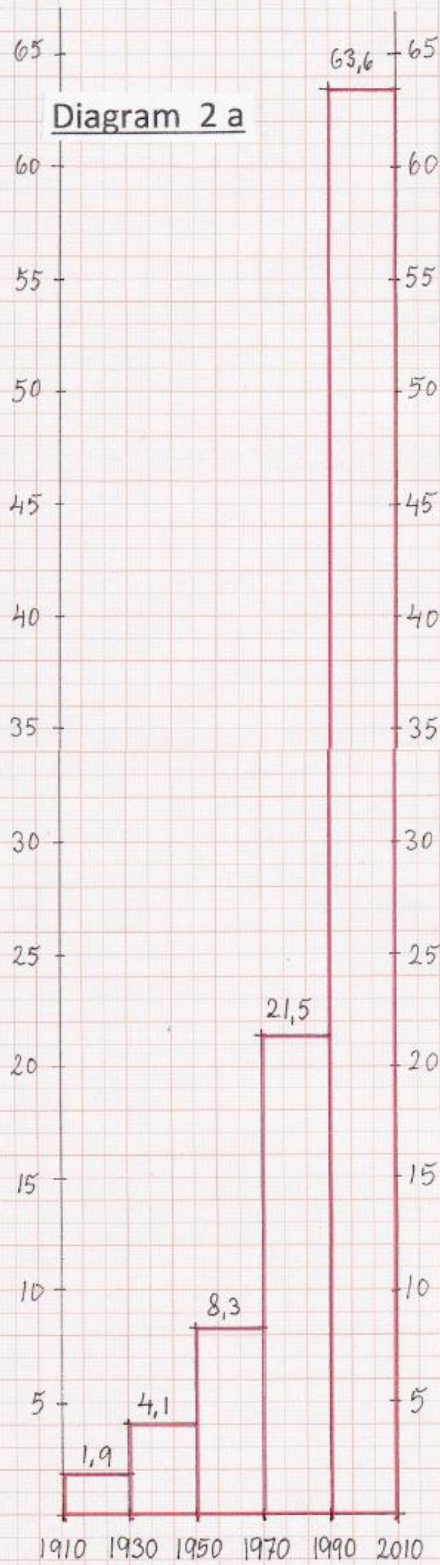
Hvordan veksten fordeler seg langs tidslinjen kan leses ut av nedenstående **Diagram 2 a** (stolpediagram) og **Diagram 2 b** (kurvediagram).

I **Diagram 2 a** viser hver stolpe det gjennomsnittlige antallet utgivelser i kronologiske 20-årsperioder f.o.m. 1910 t.o.m. 2009.

**Diagram 2 b** viser det samme utviklingsbildet fremstilt som en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder f.o.m. 1910 t.o.m. 2009.

## SYD-AFRIKA - Frimerkeutgivelser. Volumutvikling 1910-2009.

Gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år gjennom 20-årsperioder f.o.m. 1910 t.o.m. 2009.



## 6.2 Endringer i motivsammensetningen over tid

### 6.2.1 Tabellariske og grafiske oversikter

Nedenstående **Tabell 7** viser utviklingen av sammensetningen over tid – fordelt over kronologiske 20-årsperioder – for de 10 motivkategorier som inngår i totaloversikten over samtlige utgitte sydafrikanske frimerker, jfr. VEDLEGG II.

På samme måte som for **Tabell 3** i Kap. 5.2. skal følgende bemerkes for forståelsen av nedenstående tabell:

De 5 (fem) 20-årsperiodene f.o.m. 1910 t.o.m. 2009 er oppført i vertikal orden i tabellens venstre kolonne. Kolonnen til høyre for denne angir det samlede antallet utgivelser innenfor hver av disse tidsperiodene. Deretter følger én dobbelt kolonne for hver motivkategori.

**NB:** Av plasshensyn er hele tabellen delt i to deler; den øverste for motivkategoriene 1-5, den nederste for motivkategoriene 6-10.

Hver kategorikolonne er todelt: Den venstre delen inneholder antallet utgivelser av angjeldende motivkategori innen de respektive tidsperiodene; til høyre er oppført (røde tall) den prosentandelen som disse utgjør av det totale antall utgivelser i angjeldende tidsperiode.<sup>62</sup>

Ved å lese tabellens røde tall ovenfra og nedover for hver motivkategori, vil man således få et kvantifisert bilde av utviklingen over tid når det gjelder i hvilken grad angjeldende kategori har preget den totale motivsammensetningen.

De mønstre som avtegner seg, kan – noe forenklet – sammenfattes i klartekst som følger:

- Mens **Kategori 1** (rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler) er den klart dominerende med nær 60 prosent av samtlige utgivelser i den første 20-årsperioden, faller prosentandelen senere markant, og er i den avsluttende 20-årsperioden kommet ned i 2,7 prosent.
- Et flertall av de øvrige kategorier er fraværende gjennom den første 20-årsperioden, men utviser forøvrig et uensartet utviklingsmønster, hvor bl.a. følgende kan bemerkes:
- **Kategori 2** (Postale symboler/motiver/postvirksomhet) kommer inn med vel 6 prosent i den andre 20-årsperioden (1930-49), og utviser videre en ujevn utvikling med en topp på vel 8 prosent i den siste 20-årsperioden.
- Mens **Kategori 3** (markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver) såvidt kommer inn i tabellen med 2,7 prosent i den første 20-årsperioden, når den derpå en topp på 28 prosent i perioden 1930-49, og faller deretter jevnt ned til 5,7 prosent i sluttperioden.

<sup>62</sup> Ved summering av prosentandelene innenfor hver tidsperiode vil man lett observere at disse summene ligger tildels betydelig høyere enn 100 prosent. Dette skyldes at en rekke utgivelser er oppført i VEDLEGG II med mer enn én motivkategori.

- **Kategori 4** (hedring av prominente personer/jubiléer) er fraværende gjennom de to første 20-årsperiodene, kommer opp i 10-11 prosent gjennom de to påfølgende perioder, for så å synke ned til under 5 prosent i sluttperioden.
- **Kategori 5** (natur/flora & fauna/landskap/turisme) viser en sterkt stigende utvikling fra drøyt 10 prosent i den første 20-årsperioden til nærmere 48 prosent i perioden 1950-69, for deretter først å synke kraftig, men igjen stige til over 40 prosent i sluttperioden.
- **Kategori 6** (byggverk/kulturseverdigheter/minnesmerker/turisme m.v.) viser en gjennomgående ujevn ("sik-sak-preget") utvikling, med topp på henimot 20 prosent i perioden 1930-49 og bunn på 3,5 prosent i perioden 1990-2009.
- **Kategori 7** (kunst/kultur/folklore/dekor/ornamentikk m.v.) kommer såvidt inn i tabellen i perioden 1930-49 med en drøy prosent og når en topp i perioden 1970-89 med vel 12 prosent, for så å synke litt under 12-tallet i sluttperioden.
- **Kategori 8** (arbeidsliv/næringsliv/teknologi/forskning/vitenskap/utdanning/samferdsel/kommunikasjon) nådde en topp på nesten 19 prosent i den første perioden (1910-29), sank deretter kraftig til 6 prosent i påfølgende periode, for så øke til et relativt jevnt stabilt nivå på 13-15 prosent gjennom de tre siste periodene.
- **Kategori 9** (sport/idrett/underholdning/aktuelle mediabegivenheter/fritidssysler/trivia) kommer inn i tabellen med en topp på nær 16 prosent i perioden 1930-49, synker deretter ned til knapt 5 prosent i perioden 1970-89, men øker igjen til drøyt 14 prosent i sluttperioden.
- **Kategori 10** (veldigdom/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/kampanjer) kommer inn i tabellen med en topp på vel 34 prosent i perioden 1930-49, synker deretter kraftig i den neste perioden, men øker senere påny og når drøyt 19 prosent i sluttperioden.

## SYD-AFRIKA

Tabell 7.

Kategori 1    Kategori 2    Kategori 3    Kategori 4    Kategori 5

1910-29	37	22	59,5	0	0	1	2,7	0	0	4	10,8
1930-49	82	15	18,3	5	6,1	23	28,0	0	0	12	14,6
1950-69	166	12	7,2	4	2,4	38	22,9	17	10,2	79	47,6
1970-89	430	24	5,6	5	1,2	50	11,6	50	11,6	136	31,6
1990-2009	1272	34	2,7	103	8,1	72	5,7	58	4,6	517	40,6

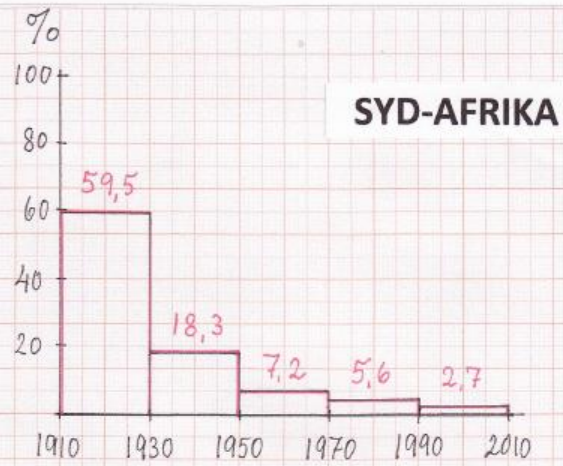
Kategori 6    Kategori 7    Kategori 8    Kategori 9    Kategori 10

1910-29	37	4	10,8	0	0	7	18,9	0	0	0	0
1930-49	82	16	19,5	1	1,2	5	6,1	13	15,9	28	34,1
1950-69	166	13	7,8	6	3,6	22	13,3	11	6,6	6	3,6
1970-89	430	52	12,1	52	12,1	64	15,1	21	4,9	58	13,5
1990-2009	1272	45	3,5	147	11,6	181	14,2	183	14,4	245	19,2

De etterfølgende grafiske figurer **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA** (hhv. stolper og kurver) gir en fremstilling av utviklingen over tid (20-årsperioder) av den prosentvise andel av hver av de to motivkategoriene (prosent-tallene fra **Tabell 7**), jfr. også VEDLEGG VI.

Kategori 1

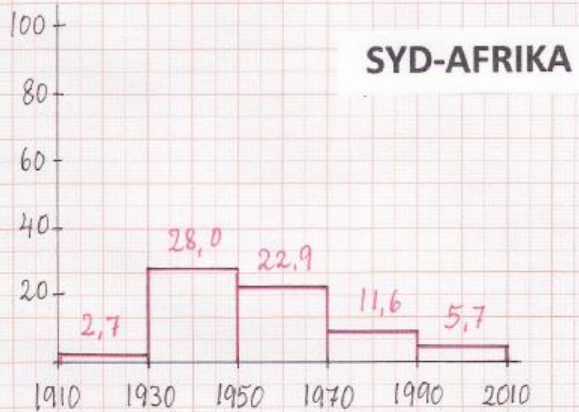
Rikssymboler  
Statssymboler  
Nasjonale symboler

Kategori 2

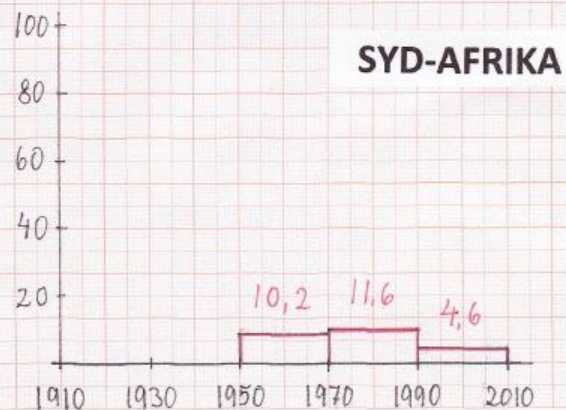
Postale symboler  
Postmotiver  
Postvirksomhet

Kategori 3

Markering av historiske  
begivenheter  
Jubiléer  
Historiske motiver

Kategori 4

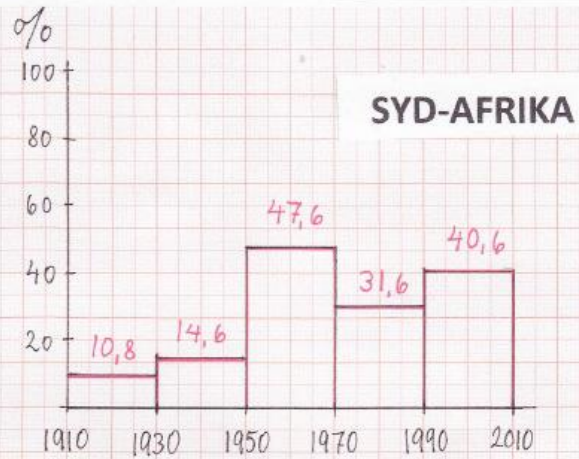
Hedring av prominente  
personer  
Personjubiléer



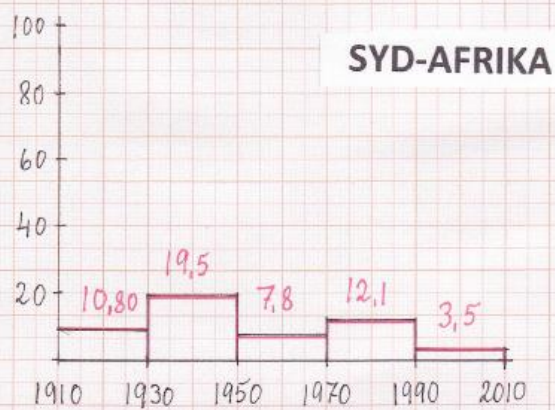


Kategori 5

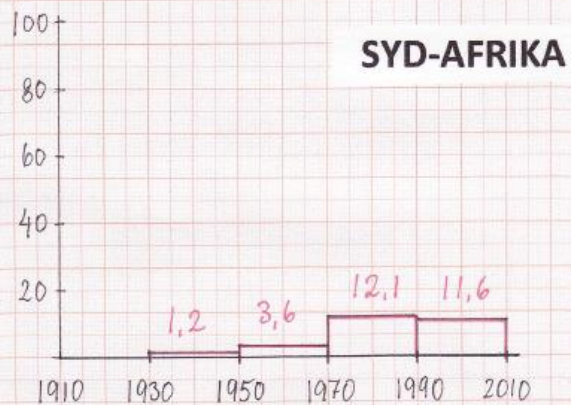
Natur  
Flora & Fauna  
Landskap  
Turisme (natur)

Kategori 6

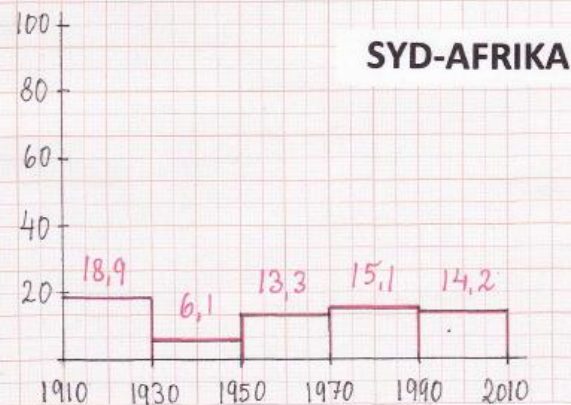
Byggverk  
Kulturseverdigheter  
Minnesmerker  
Turisme (kultur)

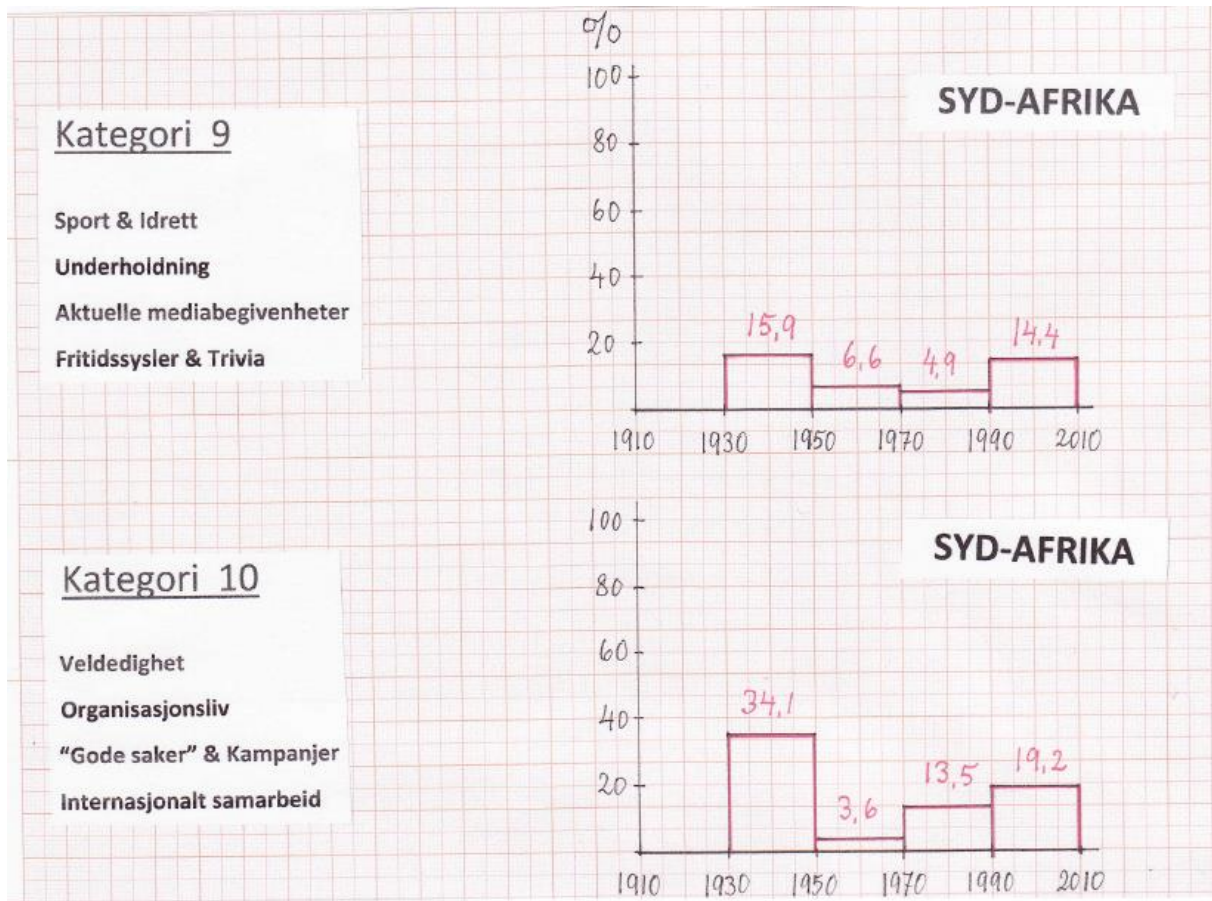
Kategori 7

Kunst & Kultur  
Folklore  
Dekor  
Ornamentikk

Kategori 8

Arbeidsliv & Næringsliv  
Teknologi & Forskning  
Vitenskap & Utdanning  
Samferdsel & Kommunikasjon



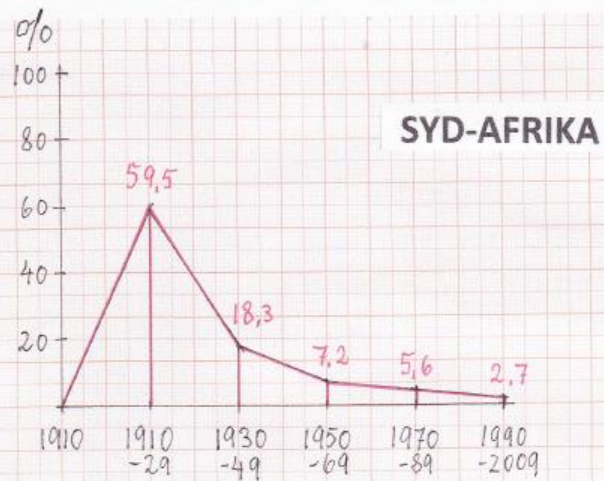


Kategori 1

Rikssymboler

Statssymboler

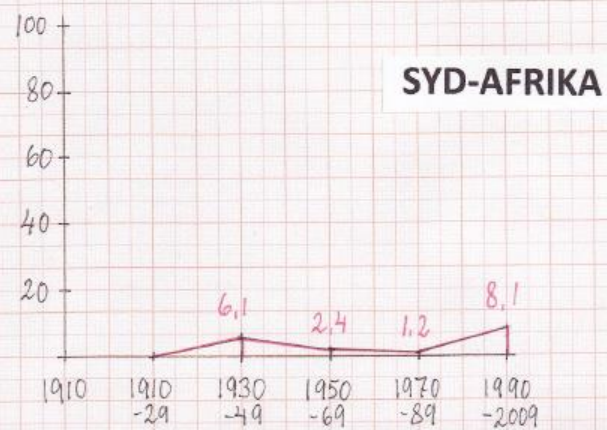
Nasjonale symboler

Kategori 2

Postale symboler

Postmotiver

Postvirksomhet

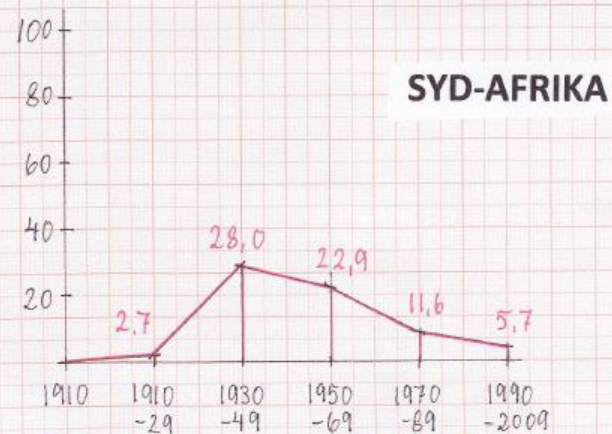
Kategori 3

Markering av historiske

begivenheter

Jubiléer

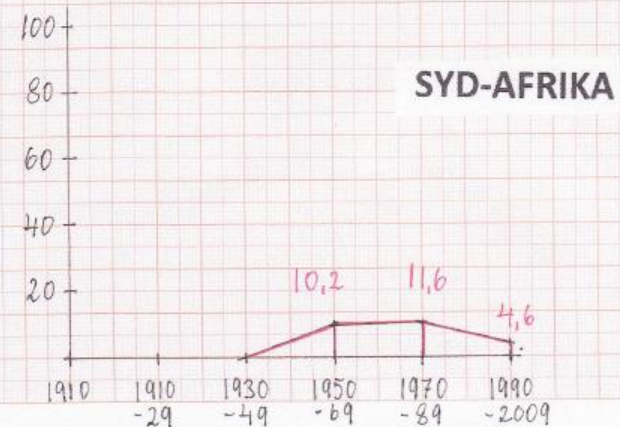
Historiske motiver

Kategori 4

Hedring av prominente

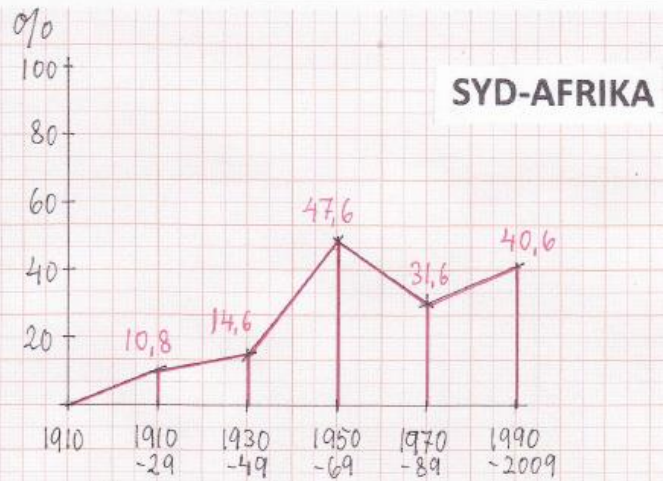
personer

Personjubiléer

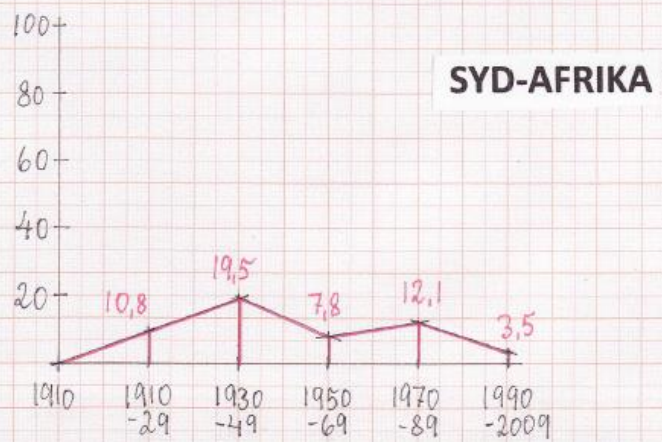


Kategori 5

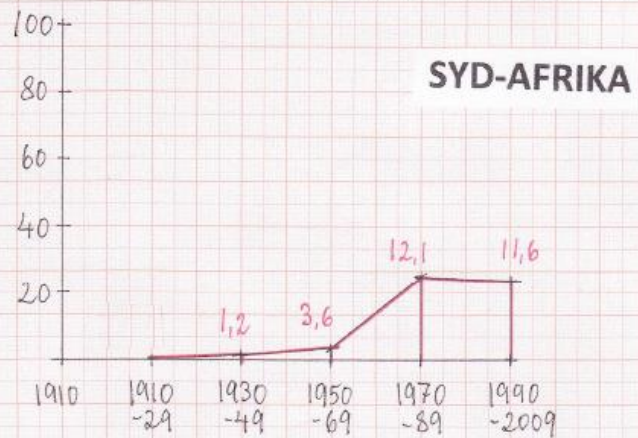
Natur  
 Flora & Fauna  
 Landskap  
 Turisme (natur)

Kategori 6

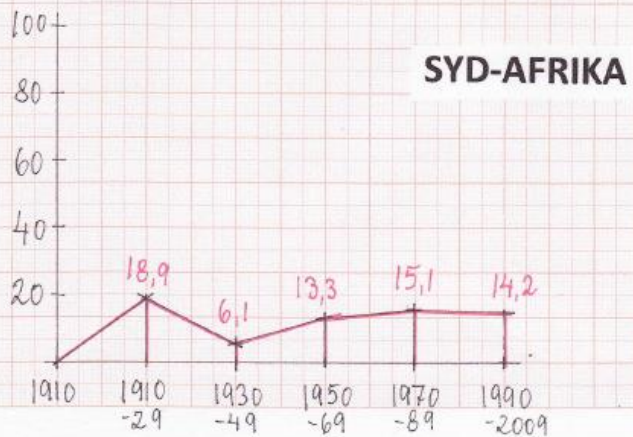
Byggverk  
 Kulturseverdigheter  
 Minnesmerker  
 Turisme (kultur)

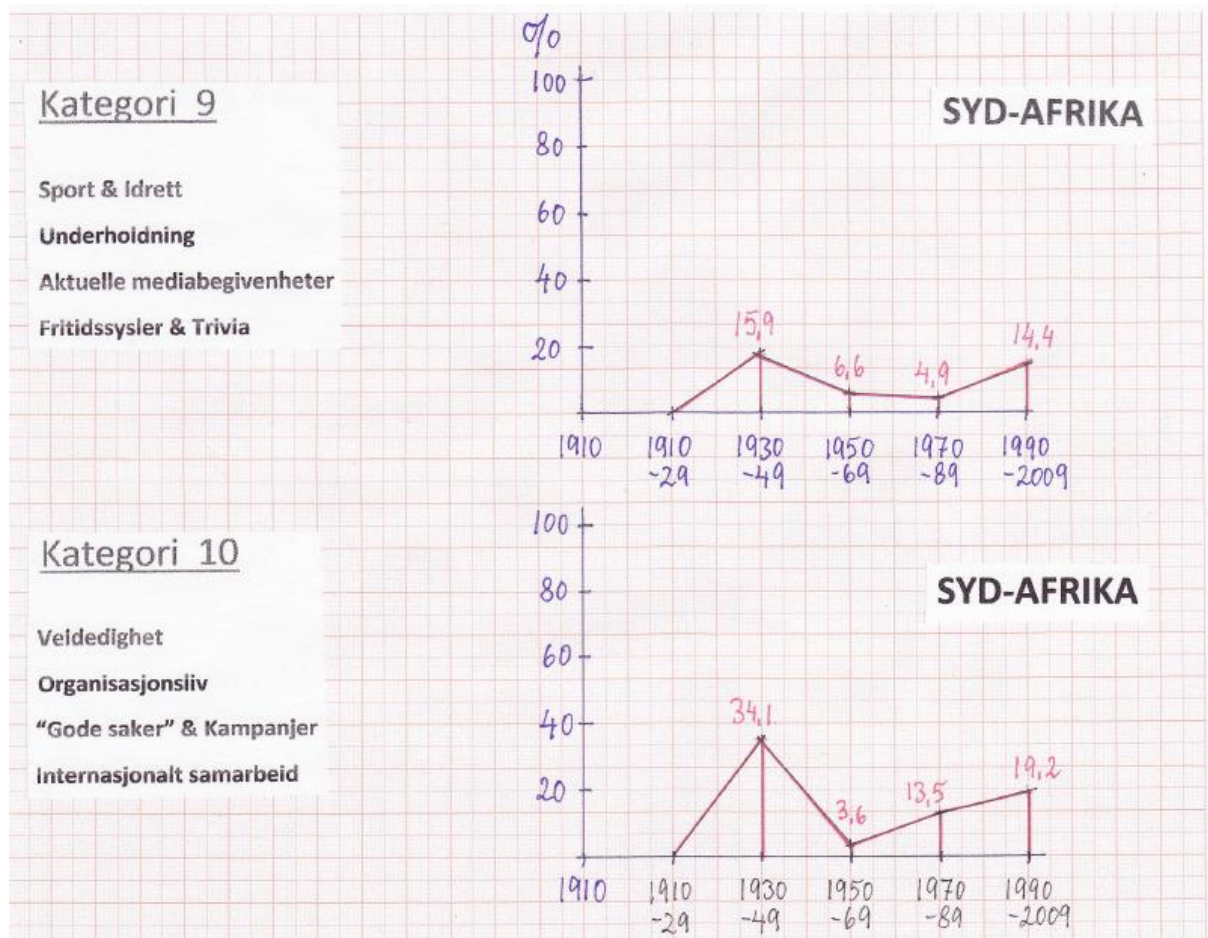
Kategori 7

Kunst & Kultur  
 Folklore  
 Dekor  
 Ornametikk

Kategori 8

Arbeidsliv & Næringsliv  
 Teknologi & Forskning  
 Vitenskap & Utdanning  
 Samferdsel & Kommunikasjon





Ved rangering av de enkelte kategoriene innenfor hver kronologiske tidsperiode fremkommer nedenstående tabell:

---

### Tabell 8

<b>1910-29</b>	-	<b>1 - 8 - 5 / 6 - 3</b>
<b>1930-49</b>	-	<b>10 - 3 - 6 - 1 - 9 - 5 - 2 / 8 - 7</b>
<b>1950-69</b>	-	<b>5 - 3 - 8 - 4 - 6 - 1 - 9 - 7 / 10 - 2</b>
<b>1970-89</b>	-	<b>5 - 8 - 10 - 6/7 - 3 / 4 - 1 - 9 - 2</b>
<b>1990-2009</b>	-	<b>5 - 10 - 9 - 8 - 7 - 2 - 3 - 4 - 6 - 1</b>

---

#### 6.2.2 Hovedtrekk i tabellmaterialet

**Tabell 8** gir en komprimert og sterkt forenklet fremstilling av hovedinnholdet i det detaljerte materialet som ble presentert i **Tabell 7** og i de grafiske figurene **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA**. Det mest iøynefallende ved **Tabell 8** er det økende *mangfold* og den tiltagende *spredning* med hensyn til motivkategorier. Mens kun 5 av kategoriene er representert i den første av 20-årsperiodene (t.o.m. 1929), finner vi samtlige 10 i de 3 siste av tidsperiodene (f.o.m. 1950). Etter den første av tidsperiodene er det således ikke tale om noen særlig sterk økning.

Et videre iøynefallende trekk er hvordan den dominerende kategori gjennom den første av tidsperiodene – **Kategori 1** – etterhvert taper terreng: Fra en klar førsteplass i perioden t.o.m. 1929, for deretter å falle ned på fjerdeplass, så videre ned til sjetteplass, for så å ende på tiende og siste plass i sluttperioden.

For de resterende kategorier avtegner det seg ikke umiddelbart noen klart observerbare mønstre, bortsett fra **Kategori 5**: Denne har vært representert i samtlige av tidsperiodene, i de første to med relativt beskjedne plasseringer, men har i de tre siste periodene f.o.m. 1950-69 ligget på klar førsteplass. I tillegg kan bemerkes at **Kategori 8** og **Kategori 10** scorer relativt høyt i de to siste periodene, uten at utviklingsmønstrene her er like tydelige.

#### 6.2.3 Øvrige utviklingstrekk

Som et supplerende utviklingstrekk ved frimerkenes billedflater – i tillegg til de forhold som er fanget opp av de ovennevnte kategorier – skal minnes om den etterhvert stadig mer prominente profilering av *frimerkekunstneren*, som det ble redegjort for i Kap. 3.3.3.

Videre skal nevnes et utviklingstrekk som *ikke* fanges opp av tabellene 7 og 8, men som må leses ut av underlagsmaterialet, nærmere bestemt *motivbeskrivelses-kolonnen* i VEDLEGG II, og da spesielt hva angår utgivelser innenfor **Kategoriene 3 og 4**, tildels også **Kategori 10**:

**Kategori 3** gjelder *markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver* uten at det skjelnes nærmere mellom arten av begivenheter som markeres. Her kan det observeres en viss om enn moderat forskyvning over tid: Mens det blant de tidlige utgivelser var tale om førsterangs, sentrale nasjonale eller rikspolitiske begivenheter (f.eks. Jan van Riebeecks skip i 1926, Voortrekker-minnesmerket i 1933, 1936 og 1938, Hugenott-innvandringsjubiléet i 1939, Verdenspostforeningen i 1949), fikk man etterhvert et økende innslag av andre hendelser av fortsatt betydelig, om enn ikke nødvendigvis førsterangs, historisk/ samfunnsmessig interesse (Pretoria byjubiléum 1955, Jernbanejubiléum i 1960, Røde Kors-jubiléum i 1963, Kringkastingsjubiléum i 1974). Utviklingen opp mot vår egen tid har så brakt et noe større innslag av hendelser av aktverdig men samfunnsmessig tildels mer perifer interesse. Noen dramatisk forskyvning eller perspektivendring i så måte kan det imidlertid ikke være riktig å tale om.

En noe mer markant utvikling kan observeres med hensyn til utgivelser innenfor **kategori 4**: *Hedring av prominente personer/jubiléer*. De første utgivelsene av denne kategori gjaldt Kapp-kolonniens grunnlegger Jan van Riebeeck og hans hustru Maria de la Quellerie i 1952, videre i 1955 de forlenget henfarne Boer-presidentene Kruger og Pretorius, mens landets 6 første statsministre (inkl. den dengang fortsatt levende Hendrik Verwoerd) prydet en utgivelse i 1960. De påfølgende tiårene brakte et stadig større antall utgivelser som hedret et stadig større antall mer eller mindre velkjente personer fra et stadig bredere spektrum av samfunnslivet – ikke minst fra kulturlivet. At kun avdøde personer (bortsett fra statsoverhodet – samt som nevnt med unntak av Verwoerd i 1960) skulle kunne avbildes på frimerker, hadde vært den uskrevne regel inntil 1969, da hjertekirurgen Christiaan Barnard ble hedret på denne måten. Det samme skjedde med golfspilleren Gary Player i 1976, men senere finner man kun få eksempler (en serie med sydafrikanske Nobelprisvinnere i 1996 og en serie med olympiske mestre i 2000). Unntaket er den nærmest eksplosive persondyrkelsen som er blitt Nelson Mandela til del også *etter* hans periode som landets statssjef.

**Kategori 10** – *veldedighet/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/kampanjer* – er en relativt uensartet og ”vanskelig” kategori. Før 1940 ble det utgitt ialt 3 serier (1933, 1936 og 1938) – alle til inntekt for Voortrekker-minnefondet. Under 2. verdenskrig (1940-45) ble det utgitt et større antall frimerker med tilleggsverdier til inntekt for krigsinnsatsen. Fra 1960-tallet (Røde Kors 1963) har det skjedd en utvikling som utviser et mønster preget av stadig større spredning på motiver av stadig mer uensartet karakter – først med hovedvekt på saker/virksomheter av bred nasjonal eller av samfunnsmessig samlende (”sektor-overgripende”) karakter, senere med stadig større innslag av sektor- eller særinteresser.

### 6.3 Hovedtrekk ved utviklingsmønstrene

### 6.3.1 *Kronologiske faser*

Som påpekt foran (Kap. 5.3.1) vil en normal fremgangsmåte for analyse- og forklaringsformål være å ordne observerte mønstre på formålstjenlig måte.

Så også i foreliggende tilfelle: På grunnlag av de foregående kvantitative beskrivelser kan de utviklingsmønstre som avtegner seg, sorteres og ordnes – vilkårlig og skjønnsmessig – i kronologiske faser, som stikkordmessig beskrevet nedenfor. Det følger, om ikke av sakens natur, så iallfall av den strukturelle kontinuitet for de utgivende myndigheters vedkommende, at det her vanskelig kan opereres med skarpe skiller, men at det heller er tale om gradvise overganger som glir sømløst over i hverandre.

Dette er et postulat som utvilsomt kunne problematiseres nærmere. Innenfor den 100-årsperioden som foreliggende studie omfatter, kan det pekes på to viktige politiske tidsskiller: Overgangen til republikk i 1961 (forberedt gjennom innføringen av apartheid-regimet etter 1948) og overgangen i 1994 til flertallsbasert styresett. Dette – og særlig sistnevnte - er hendelser av samfunnsmessig såvidt gjennomgripende art at de også i noen grad må påregnes å ha blitt reflektert i landets frimerkeutgivelser.

Med et visst forbehold for den effekt som eventuelt kan utledes av disse politiske tidsskillene, kan det likevel observeres en slik grad av strukturell kontinuitet for de utgivende myndigheters vedkommende at det ikke vesentlig rokker ved grunnlaget for å identifisere kronologiske utviklingsfaser med hensyn til frimerkenes motivsammensetning. Grovt skissert dreier det seg om fem slike faser, tilnærmet sammenfallende med dem som ble oppstilt for Norges vedkommende (jfr. Kap. 5.3.1):

1. **Forskyvning** fra en tilstand hvor det kun benyttes et motiv (monarkens portrett) som symboliserer **Imperiet** og **Staten** til også å omfatte motiver av bredere **nasjonal** karakter, herunder motiver som (i tillegg til eventuelle andre karakteristika) også har et **ikonisk** anstrøk av å være **nasjonale identifikasjons-markører** (herunder landets krigsinnsats).
2. Samtidig og senere et **økende motiv-mangfold**, med økende innslag av motiver som markerer **jubiléer/åremål** for **historiske begivenheter**, senere også hedring av prominente **historiske personer** inkl. fortjenstfulle **samfunnsborgere** m.v.
3. Fortsatt økende **motiv-mangfold**, etter hvert med sterkere innslag av motiver forbundet med **sydafrikansk natur** (flora, fauna, landskap) og **kunst/kultur** m.v.
4. Fortsatt stadig utvidet motiv-krets, etter hvert med stadig større innslag av motiver hentet fra **forskning/vitenskap**, **arbeidsliv**, **næringsliv** og **organisasjonsliv**.
5. Utviklingen i retning av **stadig større mangfold** holder frem, med en bredde som rommer et stadig mer merkbart innslag av dels mer **perifere motiver** fra **naturmiljø** og **dagligliv**, etter hvert også med et stadig større innslag av motiver hentet fra **sport**, **underholdning** og **fritidssysler** samt ulike former for **trivia**.

### 6.3.2 *Trender*



Disse fasene glir gradvis over i hverandre, uten noen distinkte ”paradigmeskifter” eller skarpe skiller. Det gjelder også den antatte effekt av de ovennevnte politiske tidsskifter. I så måte er riktignok de trekk som karakteriserer fase nr.5 særlig fremtredende med hensyn til perioden som tok til med det regimeskiftet som fant sted i og med overgangen til flertallsbasert styresett, men det kan likevel observeres at denne utviklingen var forlengst godt i gang også før 1994.

Sett under ett avspeiler disse fasene en rekke parallelle og tildels dikotomiske **trender**, hvor en rekke aspekter ved frimerkenes motivsammensetning trer frem i relieff. For forfatteren av foreliggende studie har det ikke vært mulig å observere et mønster som på noen måte adskiller seg fra det bilde som ble gjengitt for Norges vedkommende i Kap. 5.3.2, og som følgelig gjentas her:

- Stadig mindre preg av å være et offisielt dokument – nedtoning av frimerkenes formelle funksjon som statens ”visittkort”
- Fra det ikoniske til det hverdagslige
- Fra det homogene til det heterogene uttrykk
- Fra det uniformerte og ensrettede til det løsslupne
- Fra det høytidelige og opphøyde til det folkelige og trivielle
- Fra det monokulturelle enhetlige uttrykk til mangfold
- Fra det umiddelbart gjenkjennelige til det mer esoteriske
- Fra et fåtall referanserammer av høy gjenkjennelighet til uttrykk med diffus/lav referansialitet
- Fra felles identifikasjonsmarkører til nisje-temaer
- Fra tverrsektorielle verdier til særinteresser
- Stadig større vekt på å speile samfunnslivet i stadig bredere forstand
- Systematisk forskyvning i retning av dagligdagse motiver, inkl. underholdning, fritidssysler og rene trivia
- Fra funksjonell entydighet til å være alt for alle
- Fra det reserverte og tilknappede til det mer ekshibisjonistiske (”se-på-meg-effekten”, jfr. personprofileringen av kunstneren samt motebegrepet ”intimitetstyranni”)

For fortsatt å gjenta de betraktninger som ble målbåret under Kap. 5.3.2: Vi taler altså om et større knippe tildels komplekst sammensatte trender, som er delvis sammenfallende uten dermed å være helt eller tilnærmet identiske. De kan også tildels synes sprikende eller innbyrdes motsetningsfylte – ikke ulikt hva tilfellet stundom er i det ytre samfunn forøvrig.

I den grad disse trendene kan sies å ha noen fellesnevner, kan det stikkordmessig antydes følgende:

- Gradvis omsegripende **trivialisering**.
- Gradvis **utvanning** av den opprinnelige éntydighet av begrepet ”frimerke”.
- **Nasjonsbyggings-funksjonen**. Nasjonsbygging må denne forbindelse forstås som et vedvarende prosjekt, hvor også innholdet gjennomgår endringer over tid – jfr. tidligere

tiders profilering av imperiale/statsbyggende symboler, etterhvert supplert med og profileringen av boerfolkets nasjonale symboler og ikoner til forskjell fra vår tids toneangivende retorikk med vektlegging av anerkjennelse av afrikanske kulturuttrykk, ”empowerment” av landets sorte flertallsbefolkning, anti-rasisme, integrering (”The Rainbow Nation”) og beslektede verdier.

### 6.3.3 Mulige tolkninger – eventuelle innbyrdes sammenhenger?

Spørsmålet om hvordan disse mønstrene og trendene kan *tolkes* - hva de bærer bud om – ble for Norges vedkommende drøftet inngående under Kap. 5.3.3. Da det dreier seg om et likeartet emnetilfang og tilnærmet identiske problemstillinger, behøver denne drøftelsen ikke gjentas her.

Det skal imidlertid rekapituleres at vi har å gjøre med mønstre og trender som gjelder *tre separate dimensjoner* eller problemstillinger hva frimerkeutgivelser angår:

- Utviklingen over tid når det gjelder *bruken* av frimerket i dets opprinnelige *funksjon*, dvs. bruken for *postale formål*. I så måte registreres en *kraftig nedgang*.
- Utviklingen over tid når det gjelder *utgivelsesvolum*, dvs. antallet nye frimerkeutgivelser. Med hensyn til denne dimensjonen registreres en *kraftig økning*.
- Utviklingen over tid med hensyn til *motivsammensetning*: På underordnet nivå et utviklingsbilde som er sammensatt og mangefasettert, men som på overordnet nivå fremstår som klart og éntydig, jfr. de fem foran beskrevne faser og fellesnevnerne.

Spørsmålet om mulige innbyrdes *årsakssammenhenger* kan gis flere mulige vinklinger:

- Kan f.eks. nettopp den vedvarende nedgangen med hensyn til det postale behov ha ansporet utgivelsesmyndighetene til å kompensere for denne utviklingen ved å satse på alternative bruksområder (funksjoner) og stadig flere utgivelser av stadig mer kreativt utformede objekter?
- Det omvendte – at utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning skulle resultere i et redusert behov for frimerker til postale formål – ligger hinsides det sannsynliges grenser.
- Kan det tenkes en mulig vekselvirkning mellom de to utviklingstrendene som gjelder henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning?

Spørsmålet om å utvikle et egnet verktøy for å kunne påvise slike årsakssammenhenger - og hva disse eventuelt består i - frembyr en interessant utfordring for fremtidig forskning.

### 6.3.4 Samspillet med det omgivende samfunn

For en videre drøftelse av utviklingsmønstrene kan det likevel være hensiktsmessig å betrakte de to dimensjonene utgivelsesvolum og motivsammensetning i sammenheng - ikke fordi vi har noen bastant eller presis oppfatning av hva de eventuelle innbyrdes årsakssammenhenger består i, men fordi vi har å gjøre med to sentrale dimensjoner ved fenomenet ”frimerke” hvor vi for hver især - parallelt over tid – har å gjøre med utviklingsbilder (trender) som vi har

kunnet beskrive tydelig og objektivt (dvs. etterprøvbart), gjennom kvantifiserte kategorier. Hovedfokus vil samtidig fortsatt være på det som er selve undersøkelsesobjektet: *Utviklingen over tid med hensyn til motivsammensetning.*

For en drøftelse av mulige tilnæringsmåter til denne oppgaven skal vises til Kap. 5.3.4 og Kap. 6.3.4, hvor følgende aspekter påpekes:

- Objektets karakter av å være almenhetens *fellesinstitusjon*, hvilket innebærer at en sak som bæres med å profileres på et frimerke, allerede i utgangspunktet vil fremstå som høyverdig, eller i det minste som verdig.
- De motiver eller fenoméner som tematiseres på frimerkenes billedflater, reflekterer derfor – i videre forstand – hele *samfunnets selvforståelse*.
- Frimerkeutgivelser – kvantitativt med hensyn til volumutvikling, såvel som kvalitativt med hensyn til de motiver som tematiseres – gir derfor også en *målestokk på selve samfunnsutviklingen*.

Som påpekt i Kap. 5.3.4, vil spørsmålet om hvordan denne målestokk-effekten arter seg og hvordan den kan konkretiseres, knapt kunne besvares uten noen klar forestilling om hvordan samme samfunnsutvikling har artet seg og/eller hva den består i. Dette temaet skal vi komme tilbake til senere, og i denne omgang i stedet peke på det mer beskjedne perspektiv som gjelder effekten av de forannevnte faktorer – de to dimensjonene utgivelsesvolum og motivsammensetning – på det omgivende samfunn.

En mulig innfallsvinkel i så måte er å undersøke på hvilke(n) måte(r) – om noen – utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og med hensyn til motivsammensetning påvirker almenhetens (publikums) forhold til frimerkeutgivelser? Som det fremgår av Kap. 5.3.4 vil vi her kunne skissere opp en rekke innbyrdes dikotomiske sett med motsatte mulige effekter, gruppert omkring to hovedakser:

- *Bevisstgjørende/inspirerende vs. u-engasjerende eller bevissthets-sløvende.*
- *Inkluderende eller fremmedgjørende:*

Dette er forhold som det er fullt mulig å utforske systematisk og målbart, f.eks. gjennom en bredt anlagt tradisjonell spørre-undersøkelse med tilstrekkelig målrettet formulerte svaralternativer og med et tilstrekkelig representativt respondent-univers. Dette er samtidig ressurskrevende. Forfatteren av foreliggende studie har ikke kunnet påta seg noe slikt, men vil ikke legge skjul på at dette kan være en interessant forskningsoppgave for eventuelle andre interesserte.

Dette er spørsmål som i noen grad (særlig for Norges vedkommende) har kunnet belyses gjennom et visst tilfang av utsagn – inkl. offisiøse uttalelser fra utgivelsesmyndigheter såvel som leserbrev og debattinnlegg fra publikum - som er fremkommet i det offentlige rom, jfr. eksempler gjengitt i Kap. 3.1.2, Kap. 3.1.3 og Kap. 5.3.4. I relasjon til de spørsmål som her stilles må dette likevel regnes som ”anecdotal evidence” heller enn solid empiri. For Syd-Afrikas vedkommende er slikt materiale uansett ytterst sparsomt. Det er ingen grunn til å

stikke under stol at vi her har å gjøre med kunnskapshull som foreliggende studie ikke pretenderer å kunne fylle. Som sagt med andre ord over, står vi her overfor problemstillinger som kunne fortjene å forfølges og utforskes nærmere.

## Kap. 7 - Jevnføring Norge - Syd-Afrika

### 7.1 Volumutvikling over tid

#### 7.1.1 Tallmaterialet – og tallenes tale

Som det fremgår av VEDLEGG I og VEDLEGG II, ble det i Norge i tidsrommet 1855-2009 utgitt ialt **1776** frimerker, mens det i Syd-Afrika i tidsrommet 1910-2009 ble utgitt **1986** frimerker.

For begge lands vedkommende har utviklingen gått fra få til stadig flere utgivelser pr. år.

For Norges vedkommende kan volumutviklingen over tid leses ut av **Tabell 1** og **Tabell 2** samt visualisert i **Diagram 1 a** og **Diagram 1 b**. For Syd-Afrikas vedkommende kan det tilsvarende utviklingsbilde leses ut av **Tabell 5** og **Tabell 6** samt visualisert i **Diagram 2 a** og **Diagram 2 b**.

**Tabellene 1** (Norge) og **5** (Syd-Afrika) gir et detaljert tallmateriale – antall utgivelser kronologisk over 5-årsperioder såvel som aggregert over tilsvarende 20-årsperioder.<sup>63</sup>

**Tabell 2** presenterer det samme tallmateriale for Norges vedkommende som aggregert over tre kronologiske 50-årsperioder pluss én avsluttende 5-årsperiode, samt omregnet i gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år innenfor de samme tidsbolker.

**Tabell 6** presenterer det tilsvarende tallmateriale for Syd-Afrikas vedkommende som aggregert over fem kronologiske 20-årsperioder, samt omregnet i gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år innenfor de samme tidsbolker.

Av **Tabell 2** kan det leses at av de tilsammen utgitte 1776 norske frimerker, ble kun 82 – dvs. ca. 4,6 prosent – utgitt i løpet av den første 50-årsperioden. Til sammenligning ble hele 1305 frimerker – dvs. over 73 prosent av totalen – utgitt i løpet av den siste 50-årsperioden (1960-2009).

**Tabell 6** fremviser et lignende bilde for Syd-Afrikas vedkommende: Av de tilsammen 1986 utgitte frimerker ble kun 119 – dvs. ca. 6 prosent – utgitt i løpet av den første 40-årsperioden (1910-49), mens hele 1702 stk. – dvs. drøyt 80 prosent - ble utgitt i løpet av den siste 40-årsperioden (1970-2009).

For både Norges og Syd-Afrikas vedkommende finner vi de desidert høyeste utgivelsesantall i de siste 5-årsperiodene. For Norge er økningen konsistent fra hver 5-årsperiode til den påfølgende, f.o.m. 1980 t.o.m. 2009. For Syd-Afrika ser man en tilsvarende ubrutt økning fra hver 5-årsperiode til den neste f.o.m. 1965 t.o.m. 2009.

<sup>63</sup> For Norges vedkommende (Tabell 1) syv 20-årsperioder pluss én avsluttende 15-årsperiode.

De fire **diagrammene** gir oversiktsbilder, basert på tabellenes tallmateriale, men fremstilt i forenklet (mindre detaljert) form som henholdsvis stolpediagrammer og grafiske kurver. Av den informasjon som diagrammene formidler, er den mest iøynefallende (og for foreliggende formål viktigste) de innbyrdes relative forhold mellom gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år for de respektive 20-årsperioder – disse oppstilt i kronologisk rekkefølge.

Den mest håndgripelige jevnføring av Norge og Syd-Afrika med hensyn til volumutviklingen over tid, vil vi således kunne foreta ved å sammenholde de to **Diagrammene 1 a** og **1 b** (Norge) med de tilsvarende **Diagrammene 2 a** og **2 b** (Syd-Afrika).

Vi har foran (Kap. 4.1.2) problematisert det forhold at vi har å gjøre med to tidsserier av ulik lengde: For Norges vedkommende en tidslinje på 155 år (1855-2009), for Syd-Afrikas vedkommende et tidsrom på 100 år (1910-2009). Selv om de to tidsserier har ulik lengde, er de sammenfallende for mesteparten av den samlede tidslinje, og for tidsrommet 1910-2009 er det to parallelle utviklingsbilder av samme varighet og med full sammenlignbarhet hva kronologien angår. Vårt postulat har vært at denne sammenlignbarheten ikke forstyrres på noen signifikant måte eller grad av det forhold at det for Norges vedkommende forelå et forutgående kontinuum.

Dette reiser imidlertid samtidig spørsmålet om utviklingen for Norges vedkommende i perioden 1855-1909 heller ikke har noen relevans for den jevnføring som gjelder den påfølgende 100-årsperiode? Eller gir det tvertimot adskillig mening i å jevnføre de to 20-årsperiodene 1855-1895 for Norges vedkommende med de to 20-årsperiodene 1910-1950 for Syd-Afrikas vedkommende? Sistnevnte øvelse skulle i tilfelle begrunne en antagelse om et parallellforskjøvet utviklingsbilde.

### **7.1.2 Observasjoner – likheter og ulikheter**

Uansett hvilken av de to tilnæringsvarianter som måtte velges, vil betrakteren – med det større bilde for øye - kunne observere to meget merkbare likheter mellom volumutviklingen over tid for de to lands vedkommende:

- Først og fremst ser man for begge lands vedkommende en kurve som viser ubrutt økning fra hver enkelt 20-årsperiode til den neste. Likheten i så måte er så sterk og så éntydig at den uten videre må karakteriseres som påfallende.
- Dernest kan det for begge lands vedkommende observeres at volumøkningen ikke er jevn, men utviser en forsterket stigningstrend, slik at begge kurvene er langt brattere ved slutten enn ved begynnelsen av de respektive tidsperioder.

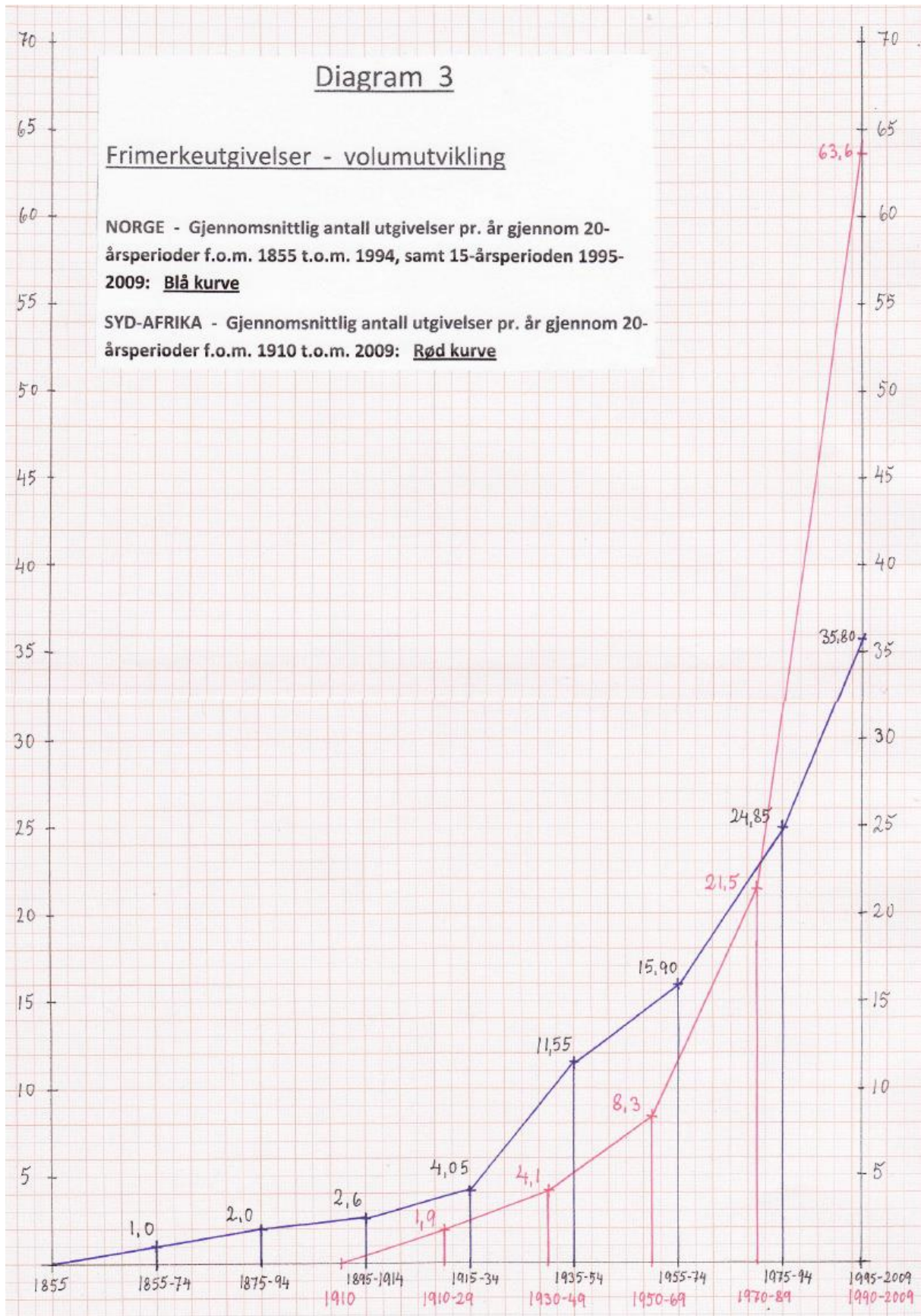
Forflyttes betrakterens perspektiv til de nærmere detaljer, fremkommer enkelte nyanser og dermed også enkelte ulikheter mellom de to kurvediagrammer – nemlig når det gjelder forskjeller i stignings- eller bratthetsgraden mellom fra det enkelte 20-årspunkt til det neste:

- For Norges vedkommende ser vi således en relativt jevn stigning frem til 1935, deretter en markert sterkere økning frem til 1955,<sup>64</sup> etterfulgt av en litt mer moderat stigning, men fra 1975 igjen en enda sterkere økning, som ytterligere forsterkes etter 1995.
- For Syd-Afrikas vedkommende ser vi en tilnærmet eksponentiell kurve, hvor økningen for hver 20-årsperiode forsterkes i aksellererende tempo i forhold til den foregående slik at kurven etter 1995 peker nesten rett til værs.

Utviklingsbildene for de to lands vedkommende er sammenstilt i nedenstående **Diagram 3**. Her gjengis kurvene som i det foregående er vist med hensyn til Norge i **Diagram 1 b** (her tegnet med blå kurve) og med hensyn til Syd-Afrika i **Diagram 2 b** (rød kurve).

---

<sup>64</sup> Det kan neppe utelukkes at kurvens bratthetsgrad i denne tidsperioden avspeiler den høye utgivelseshyppighet som nazi-myndighetene – tildels i propagandaøyemed – besørget i årene 1940-45.





### 7.1.3 Oppsummerende jevnføring

Hovedtrekkene i en jevnføring av utviklingen av utgivelsesvolumet for frimerker gjennom hele tidsperioden under ett (Norge 1855-2009, Syd-Afrika 1910-2009) kan utledes fra **Diagram 3**, hvor spesielt to forhold bemerkes:

For det første avdekkes for begge vedkommende en sterk, i hovedsak jevn, og etterhvert en stadig mer **aksellererende vekst**. Dette er for begge lands vedkommende det mest iøynefallende trekk – og er også det fremste (og i foreliggende sammenheng det mest interessante) **fellestrekk**.

Dernest bemerkes at nettopp dette fellestrekket også fremviser den mest iøynefallende (og mest interessante) **ulikhet**; nemlig den relative **forskjellen i aksellerasjonsgrad**. Selv om stigningskurven for Norges vedkommende blir stadig brattere, er dette mønsteret langt mer utpreget for Syd-Afrikas vedkommende: Mens Norge utviser et sterkt og stadig økende utgivelsesvolum gjennom en 155-årsperiode, utviser Syd-Afrika en enda sterkere økning i utgivelsesvolumet gjennom den vesentlig kortere perioden på 100 år. Det er en gradforskjell så markert at den nærmer seg en vesensforskjell.

## 7.2 Endringer i motivsammensetning over tid

### 7.2.1 Tallmaterialet – og tallenes tale

For Norges vedkommende kan endringene i motivsammensetning over tid leses ut av **Tabell 3** samt visualisert ved de grafiske figurer **Kategori 1-10 NORGE** (hhv. stolper og kurver, jfr. VEDLEGG V) for hver enkelt av de 10 motivkategoriene som inngår i totaloversikten over samtlige utgitte norske frimerker (jfr. VEDLEGG I).

For Syd-Afrika kan det tilsvarende utviklingsbilde for hver enkelt av de tilsvarende 10 motivkategorier som inngår i totaloversikten over samtlige utgitte sydafrikanske frimerker (jfr. VEDLEGG II), leses ut av **Tabell 7** samt visualisert ved de tilsvarende grafiske figurene **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA** (stolper og kurver, jfr. VEDLEGG VI).

**Tabellene 3 og 7** gir et detaljert tallmateriale, med to kolonner ordnet i kronologiske 20-årsperioder for hver enkelt av de 10 motivkategoriene,<sup>65</sup> slik at den ene kolonnen (til venstre, med blå tekst) gir de absolutte tallverdiene for antall utgivelser av angjeldende kategori, mens den andre kolonnen (til høyre, med rød tekst) angir den prosentandelen som disse utgjør av det totale antall utgivelser i angjeldende tidsperiode.<sup>66</sup>

De grafiske figurene **Kategori 1-10 NORGE** og **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA** viser de respektive prosentandeler fremstilt henholdsvis som stolper i diagrammer hvor hver stolpe

<sup>65</sup> For Norges vedkommende (Tabell 3) syv 20-årsperioder pluss én avsluttende 15-årsperiode.

<sup>66</sup> Ved summering av prosentandelene innenfor hver tidsperiode vil man lett observere at disse summene ligger tildels betydelig høyere enn 100 prosent. Dette skyldes at en rekke utgivelser er oppført med mer enn én motivkategori i VEDLEGG I og VEDLEGG II.

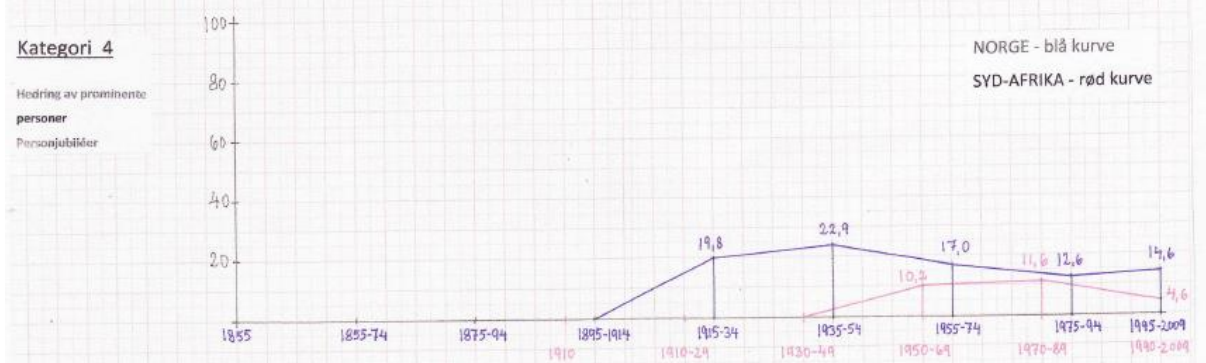
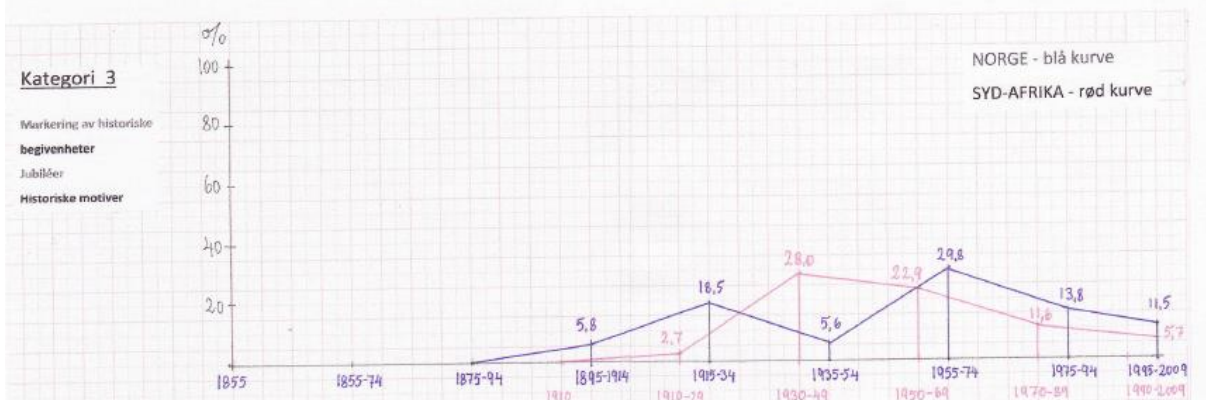
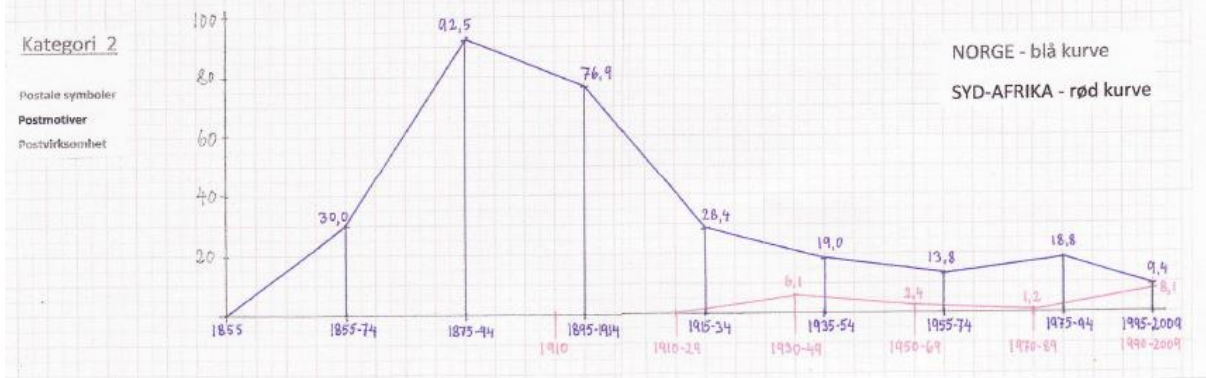
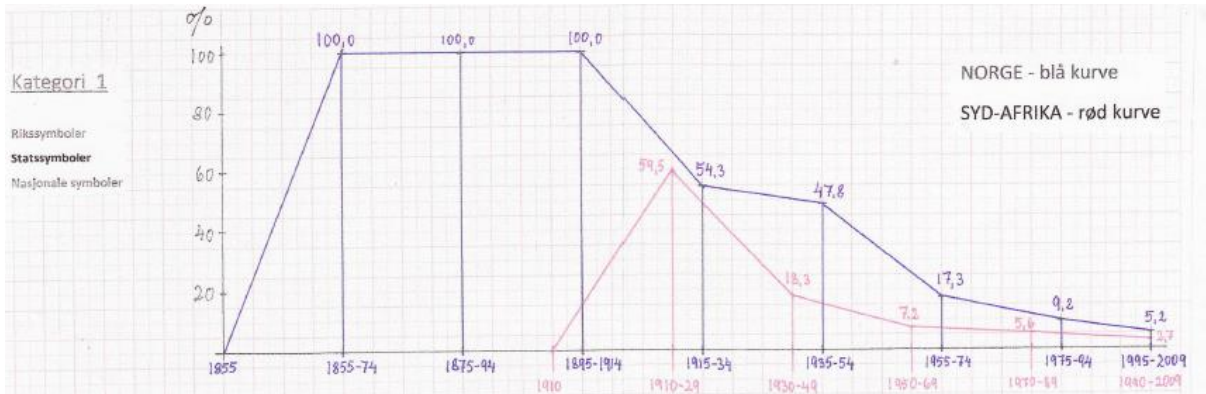
representerer kronologisk fortløpende 20-årsperioder, og som kurver trukket gjennom punkter i diagrammer hvor hvert punkt representerer tilsvarende 20-årsperioder.

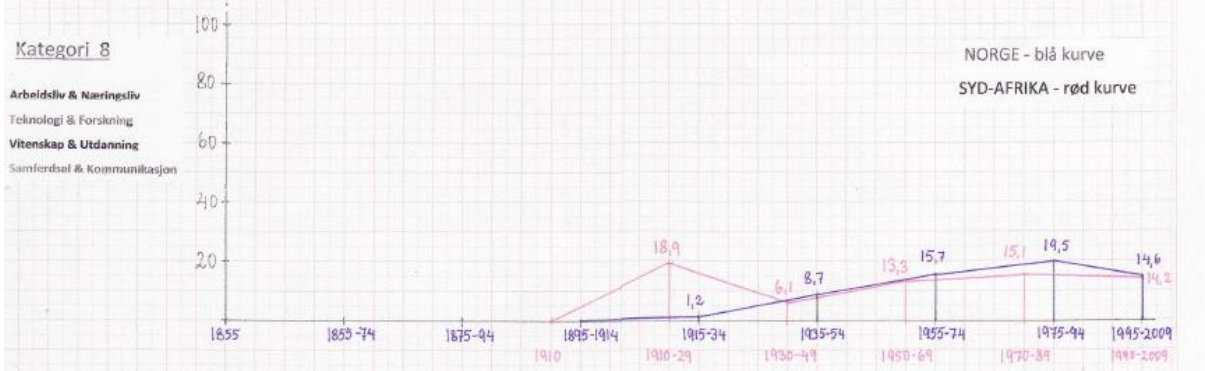
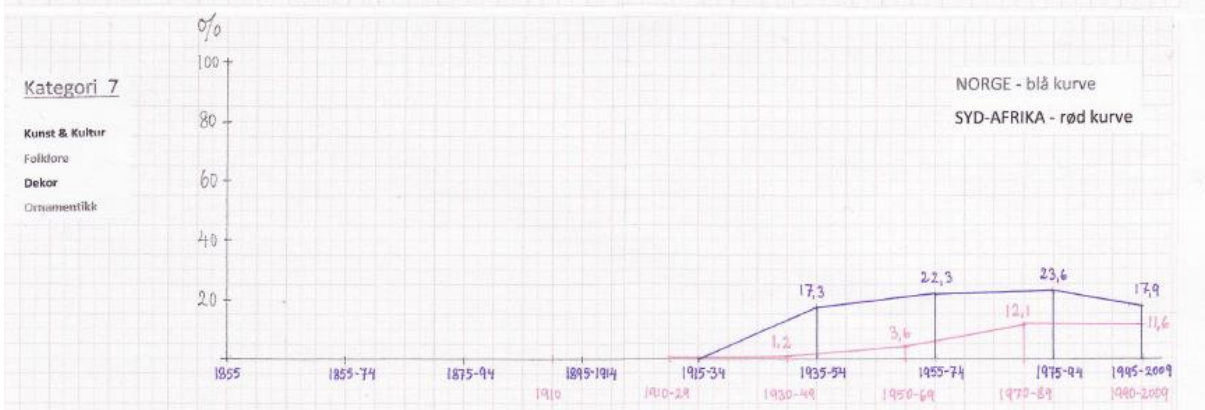
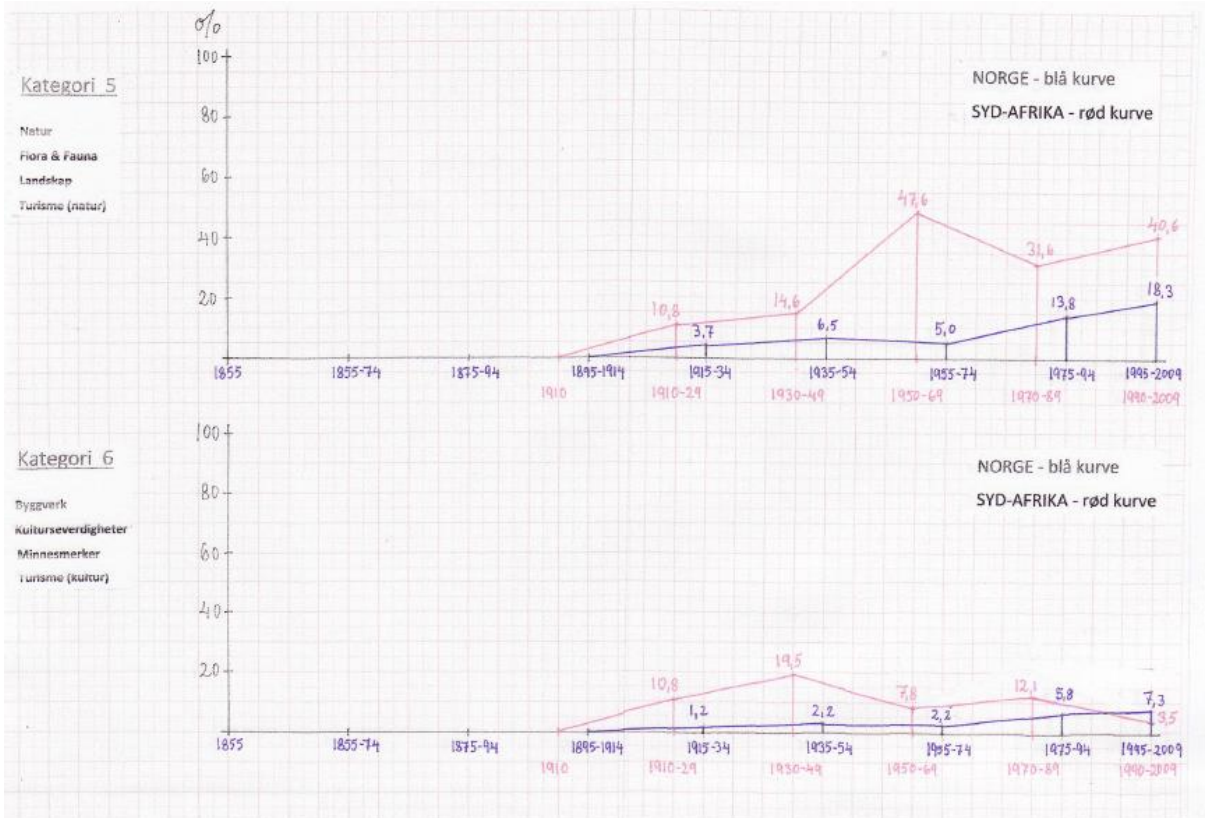
**Tabellene 4 og 8** gir en komprimert og sterkt forenklet fremstilling av hovedinnholdet i det detaljerte materialet som ble presentert i **Tabell 3** og i de grafiske figurene **Kategori 1-10 NORGE**, samt i **Tabell 7** og i de grafiske figurene **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA**. Dette materialet er ordnet slik at tabellene viser rangeringen av de enkelte motivkategorier, basert på deres respektive prosentandeler, innenfor hver kronologiske tidsperiode.

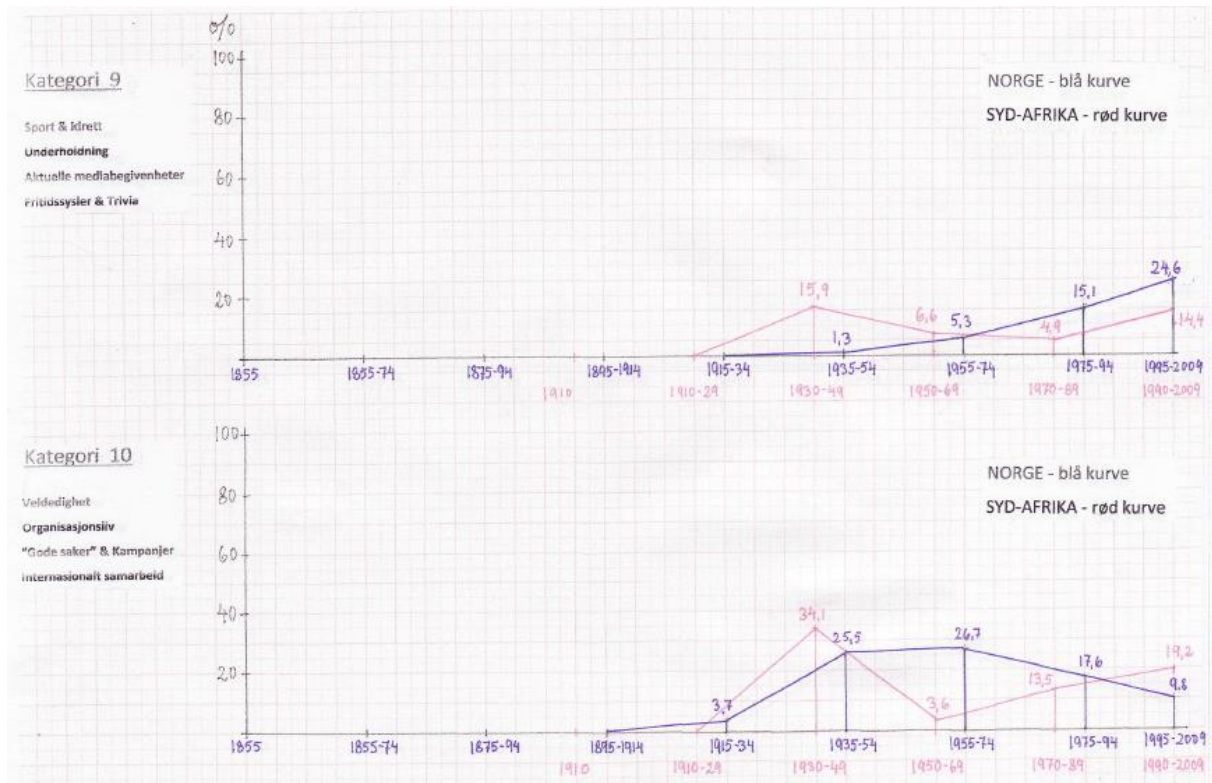
Den mest forenklete jevnføring av Norge og Syd-Afrika med hensyn til endringer i motivsammensetningen over tid, vil vi således kunne foreta ved å sammenholde de to **Tabellene 4 og 8**.

En mer detaljert og tydeligere visualisert jevnføring foretas i det etterfølgende ved **sammenstilling** av de 10 kurvediagrammene **Kategori 1-10 NORGE** og de tilsvarende 10 kurvediagrammene **Kategori 1-10 SYD-AFRIKA**. Her er kurvene for Norges vedkommende inntegnet med blå farve og for Syd-Afrikas vedkommende med rød farve. For en gjengivelse av de sammenstilte diagrammene i **større målestokk**, se VEDLEGG VII.

Det forhold at vi har å gjøre med tabeller som dekker to tidsserier av ulik varighet, er drøftet i det foregående (Kap. 4.1.2 og Kap. 7.1.1), og tilsier at de betraktninger som der ble gjort gjeldende, også har relevans i foreliggende sammenheng – uten at disse gir grunnlag for å trekke noen bastante konklusjoner som i signifikant grad eller måte kan antas å forstyrre den videre drøftelse.







## 7.2.2 Observasjoner – likheter og ulikheter

Eventuelle likheter eller ulikheter mellom de to land hva angår endringer i motivsammensetningen over tid vil kunne leses ut av de sammenstilte kurvedigrammene, hvor utviklingsbildene for de to lands vedkommende er tegnet inn med henholdsvis blå farge for Norge og rød farge for Syd-Afrika. Det sentrale spørsmål vil her være om det avtegner seg noe mønster som eventuelt vil kunne tillegges signifikans – f.eks. hvorvidt de to kurvene utviser noen grad av sammenfall eller tvertimot noen påfallende mangel på samme.

En overfladisk observasjon av de 10 sammenstilte diagrammene synes ikke umiddelbart å frembringe noen spesielt iøynefallende forhold. Ved en mer systematisk gjennomgang, kategori for kategori, kan følgende bemerkes:

**Kategori 1:** For Norges vedkommende er kurven helt på topp gjennom de tre første periodene i tidsserien, for deretter å falle hele veien videre til og med den avsluttende tidsperioden. For Syd-Afrikas vedkommende er også kurven på maksimumsnivå gjennom den første av tidsseriene, for så å falle først sterkt og deretter jevnt hele veien videre. Da tidsseriene har ulik startpunkt, utviser mønsteret en viss parallellforskyvning, men **hovedtrekket er det samme for begge land:** En overveldende dominans av denne kategorien i den første (venstre) del av diagrammene, og en tilsvarende nedgang gjennom de senere tidsperiodene som inngår i diagrammenes høyre del.

**Kategori 2:** For **Norges** vedkommende en sterkt stigende kurve t.o.m. den andre perioden i tidsserien, for deretter stort sett å falle t.o.m. den avsluttende tidsperioden, bortsett fra en mindre økning i den nest siste perioden. For **Syd-Afrikas** vedkommende viser denne kategorien seg først i den andre tidsperioden, hvoretter kurven fluktuerer på et lavt (tilnærmet flatt) nivå, med en lite topp i sluttperioden. For Norges vedkommende ligger således hovedtyngden fortsatt i diagrammets venstre del, mens den beskjedne tyngden som kategorien i det hele tatt utviser for Syd-Afrikas vedkommende, her er forflyttet lengre i retning av de senere tidsperiodene (diagrammets høyre del).

**Kategori 3:** For **Norges** vedkommende en viss stigning frem t.o.m. den fjerde tidsperioden, deretter en viss nedgang før det inntreer en topp i den sjette (tredje siste) perioden, hvoretter kurven påny synker. For **Syd-Afrikas** vedkommende når kurven en topp i den andre tidsperioden, for deretter å synke jevnt. For **begges** vedkommende ligger hovedtyngden i diagrammets midtre til høyre del – dog med en fallende tendens i de siste tidsperiodene (diagrammets ytterste høyre del).

**Kategori 4:** For **begge lands** vedkommende viser kurvene en viss stigning fra de midtre til de senere tidsperiodene (diagrammets midtre til høyre del) med en påfølgende utflatning eller viss nedgang.

**Kategori 5:** For **Norges** vedkommende stiger kurven svakt men relativt jevnt med topp i den siste tidsperioden. For **Syd-Afrikas** vedkommende en kraftig stigning frem til et maksimum i den tredje siste tidsperioden, for deretter fortsatt å ligge på et høyt nivå. For **begge lands** vedkommende ligger hovedtyngden klart i diagrammets høyre del.

**Kategori 6:** For **Norges** vedkommende viser kurven en jevn og svak stigning frem til et beskjedent toppnivå i den siste tidsperioden. For **Syd-Afrikas** vedkommende når kurven topp i den andre tidsperioden. Her viser kurvene kun liten grad av sammenfall mellom de to land.

**Kategori 7:** For **begges** vedkommende stiger kurvene mot høyre og flater deretter ut mot sluttperiodene – her viser kurvene et langt på vei likeartet utviklingsmønster.

**Kategori 8:** For **Norges** vedkommende stiger kurven jevnt frem til en topp i neste siste tidsperiode. For **Syd-Afrikas** vedkommende inntreer en topp allerede i den første tidsperioden, men forøvrig ligger kurven tett opp mot den norske.

**Kategori 9:** Mens kurven for **Norges** vedkommende starter på et lavt nivå i midtperiodene for deretter å stige jevnt og nå toppen i sluttperioden, viser kurven for **Syd-Afrika** en topp i den andre perioden, for deretter å synke før den igjen stiger i den siste perioden.

**Kategori 10:** For **Norges** vedkommende stiger kurven fra midtperiodene og når et toppnivå gjennom de tredje og fjerde siste periodene, for deretter å synke igjen. **Syd-Afrikas** kurve når toppen i den andre perioden, synker så kraftig, for deretter å stige jevnt frem til den siste perioden.

Noen klart likeartede tendenser for de to lands vedkommende kan ikke umiddelbart leses ut av de 10 sammenstilte kurvene. Flere interessante forhold vil likevel kunne bemerkes.

Uansett hvilken vekt man måtte tillegge den eventuelle signifikans av tidsseriens ulike varighet, vil betrakteren – med det større bilde for øye – kunne observere betydelige likheter mellom utviklingen i motivsammensetning over tid for de to lands vedkommende:

- Den mest iøynefallende likheten er det økende **mangfold** og den tiltagende **spredning** med hensyn til motivkategorier. Dette er dessuten en likhet som kommer særlig tydelig frem dersom man for Norges vedkommende ser bort fra de første to eller tre 20-årsperiodene, slik at de to tidsseriene blir tilnærmet sammenfallende.
- Dernest kan bemerkes hvordan den motivkategorien som for begge vedkommende dominerer i starten – **Kategori 1** – etterhvert taper terreng, og havner på tiende og siste plass i sluttperioden. Denne endringen skjer imidlertid raskere for Syd-Afrikas enn for Norges vedkommende. Kategori 1 ligger således på topp gjennom de fem første 20-årsperioder i Norge, men bare i den første tilsvarende periode i Syd-Afrika.
- Ved nærmere synfaring av fordelingen av motivkategorier fremgår det dessuten at **innslaget av høye kategori-numre (5 - 10) øker blant de relativt dominerende kategorier i de to siste tidsperiodene.**  
 For Norges vedkommende finner vi således fire av de høye numrene (7, 8, 10 og 9) blant de fem første i perioden 1975-94, og likeledes fire (9, 5, 7 og 8) blant de fem første i perioden 1995-2009.  
 For Syd-Afrikas vedkommende er bildet enda klarere: Fem av de høye numrene (5, 8, 10, 6 og 7) figurerer blant de fem første i perioden 1970-89, og likeledes fem (5, 10, 9, 8 og 7) blant de første fem i perioden 1990-2009.

Den eventuelle signifikans av sistnevnte forhold vil **bero på om det består noen kvalitative ulikheter mellom kategoriene med numre fra 5 og oppover, i forhold til kategoriene med de lavere numre.** Og dette er definitivt tilfelle:

Mens kategoriene 1 og 2 (hhv. riks-/stats-/nasjonalsymboler og postale symboler/-motiver/postvirksomhet) historisk sett har vært de mest sentrale frimerkemotiver, og kategoriene 3 og 4 (markering/hedring av hhv. historiske begivenheter og prominente personer) likeledes langt på vei målbærer sentrale og relativt éntydige identifikasjonsmarkører, gjerne med nasjonalt tilsnitt, er de påfølgende motivkategorier gjennomgående mer sammensatte, og bærer i økende grad preg av mangfold og tiltagende spredning.

Forflyttes betrakterens perspektiv til de nærmere detaljer, synes det forøvrig ikke å avtegne seg noen klart observérbare mønstre hva angår eventuelle likheter mellom de to land.

### **7.2.3 Oppsummerende jevnføring**

Ved jevnføring av utviklingen i motivsammensetningen for frimerker gjennom hele tidsperioden under ett (Norge 1855-2009, Syd-Afrika 1910-2009) avdekkes for begge vedkommende et gradvis økende **mangfold** og en tiltagende **spredning** med hensyn til motivkategorier. Dette gjelder ikke bare i **kvantitativ** henseende – dvs. således at et stadig større antall motivkategorier er representert i de senere enn i de tidligere tidsperioder – men

også i **kvalitativ** henseende, forsåvidt som **de senere tidsperioder i økende grad domineres av motivkategorier som i seg selv er stadig mer sammensatte og representerer en stadig større kvalitativ spredning.**

Det er således symptomatisk også for endringene i kvalitativ henseende at **Kategori 1** fra første til siste tidsperiode faller fra **førsteplass** til **sisteplass** for begge lands vedkommende.

Et likhetstrekk som ikke fremgår av det tabellariske materiale, men som er et karakteristisk felles utviklingstrekk ved frimerkenes billedflater, er den etterhvert stadig mer prominente profilering av **frimerkekunstneren** som er observert og beskrevet i det foregående (jfr. Kap. 3.3.2, Kap. 3.3.3, Kap. 5.2.3 og Kap. 6.2.3).

Et ytterligere kvalitativt utviklingsaspekt som heller ikke er fanget opp av tabellmaterialet, gjelder **holdningen til avbildning av ikke-avdøde personer**. At kun avdøde personer (bortsett fra statsoverhodet eller kongelige) skulle kunne avbildes på frimerker, var en uskreven regel i Norge frem til 1989 og i Syd-Afrika frem til 1969. I så måte har imidlertid den senere utvikling vært noe ulik: Mens Syd-Afrika har ført en relativt restriktiv praksis, har Norge tvertimot lagt seg på en nærmest påfallende mer løssluppen linje.

Den informasjon som kan leses direkte ut av det kvantitative tabellmateriale, sammenholdt med de kvalitative ulikheter som kan observeres både mellom og innenfor våre 10 motivkategorier, avtegner utviklingsmønstre som vi i det foregående (jfr. Kap. 5.3.1 og Kap. 6.3.1) har kunnet sortere og ordne – vilkårlig og skjønnsmessig – i kronologiske faser. For begge de to lands vedkommende ble det understreket at det ikke dreier seg om faser med skarpe skiller, men med gradvise og sømløse overganger mellom tilstander hvor visse særtrekk fremtrer som mer eller mindre definerende karakteristika ved de enkelte respektive faser. Ved videre jevnføring av de beskrivelsene som ble gjort gjeldende for hvert av de to land, finner vi et tilnærmet sammenfallende bilde, som følger:

1. **Forskyvning** fra en tilstand dominert av motiver som symboliserer **statsmakten** (herunder den statlige riksdekkende virksomheten Postvesenet) til også å omfatte motiver av bredere **nasjonal** karakter, herunder motiver som (i tillegg til eventuelle andre karakteristika) også har et **ikonisk** anstrøk av å være **nasjonale identifikasjons-markører**.
2. Samtidig og senere et **økende motiv-mangfold**, med økende innslag av motiver som markerer **jubiléer/åremål** for **historiske begivenheter** og/eller hedring av prominente **historiske personer** inkl. fortjenstfulle **samfunnsborgere**.
3. Fortsatt økende **motiv-mangfold**, etter hvert med stadig sterkere innslag av motiver forbundet med **landets natur** (flora, fauna, landskap) og **kunst/kultur** m.v.
4. Fortsatt stadig utvidet motiv-krets, etter hvert med stadig større innslag av motiver hentet fra **forskning/vitenskap, arbeidsliv, næringsliv** og **organisasjonsliv**.
5. Utviklingen i retning av et **stadig større mangfold** holder frem, med en bredde som rommer et stadig mer merkbart innslag av dels mer **perifere motiver** fra **naturmiljø** og **dagligliv**, etter hvert også med et stadig større innslag av motiver hentet fra **sport, underholdning** og **fritidssysler** samt ulike former for **trivia**.



## 7.3 Observerbare mønstre?

### 7.3.1 *Trender – mangfold og kompleksitet*

Som foran bemerket, glir disse fasene gradvis over i hverandre, uten noen distinkte ”paradigmeskifter” eller skarpe skiller. Dette gjelder – interessant nok - også den antatte effekt av slike politiske tidsskifter som måtte ha inntruffet underveis.

For Norges vedkommende har vi således sett at nazimyndighetene under okkupasjonstiden 1940-45 førte en utgivelsespolitikk som ikke bare innebar et merkbart større utgivelsesvolum, men som også medførte at det ble utgitt et betydelig antall frimerker med mer eller mindre propagandistiske motiver. Vi ser da også at det i angjeldende tidsperiode 1935-54 også fant sted en utvikling med sterkt preg av de elementer som beskrives under foran omtalte fase nr.2. Men dette var en utvikling som allerede var igang før 1940 og som fortsatte i uforminsket takt etter 1945.

Likeledes for Syd-Afrikas vedkommende: Her er riktignok de trekk som karakteriserer fase nr.5 særlig fremtredende med hensyn til perioden som tok til med det regimeskiftet som fant sted i og med overgangen til flertallsbasert styresett (”post-apartheid-perioden”), men det må likevel bemerkes at denne utviklingen var forlengst godt i gang også før 1994.

Sett under ett avspeiler disse fasene en rekke parallelle og tildels dikotomiske **trender**, hvor en rekke aspekter ved frimerkenes motivsammensetning trer frem i relieff. For forfatteren av foreliggende studie har det ikke vært mulig å observere noen klare innbyrdes ulikheter mellom de trend-mønstre som i så måte avtegner seg for de to lands vedkommende, jfr. Kap. 5.3.1 og Kap. 6.3.2, og som følgelig nok en gang gjentas her:.

- Stadig mindre preg av å være et offisielt dokument – nedtoning av frimerkenes formelle funksjon som statens ”visittkort”
- Fra det ikoniske til det hverdagslige
- Fra det homogene til det heterogene uttrykk
- Fra det uniformerte og ensrettede til det løsslupne
- Fra det høytidelige og opphøyde til det folkelige og trivielle
- Fra det monokulturelle enhetlige uttrykk til mangfold
- Fra det umiddelbart gjenkjennelige til det mer esoteriske
- Fra et fåtall referanserammer av høy gjenkjennelighet til uttrykk med diffus/lav referansialitet
- Fra felles identifikasjonsmarkører til nisje-temaer
- Fra tverrsektorielle verdier til særinteresser
- Stadig større vekt på å speile samfunnslivet i stadig bredere forstand
- Systematisk forskyvning i retning av dagligdagse motiver, inkl. underholdning, fritidssysler og rene trivia
- Fra funksjonell entydighet til å være alt for alle

- Fra det reserverte og tilknappe til det mer ekshibisjonistiske (”se-på-meg-effekten”, jfr. personprofileringen av kunstneren samt motebegrepet ”intimitetstyranniet”)

For fortsatt å gjenta de betraktninger som ble målbåret under Kap. 5.3.2 og Kap. 6.3.2: Vi taler altså om et større knippe tildels komplekst sammensatte trender, som er delvis sammenfallende uten dermed å være helt eller tilnærmet identiske. De kan også tildels synes sprikende eller innbyrdes motsetningsfylte – ikke ulikt hva tilfellet stundom er i det ytre samfunn forøvrig.

### 7.3.2 *Fellesnevnerne*

I den grad disse trendene kan sies å ha noen fellesnevnerne, kan det stikkordmessig antydes følgende:

- Gradvis omseggripende *trivialisering*.
- Gradvis *utvanning* av den opprinnelige éntydighet av begrepet ”frimerke”.
- Endringer i frimerkenes funksjon som *nasjons-* og *samfunnsbyggings-markør*.  
Nasjonsbygging må denne forbindelse forstås som et vedvarende prosjekt, hvor også innholdet gjennomgår endringer over tid – jfr. tidligere tiders profilering av nasjonale symboler og ikoner (Norge) eller imperiale/statsbyggende symboler, etterhvert supplert med profileringen av boerfolkets nasjonale symboler og ikoner (Syd-Afrika), til forskjell fra vår tids toneangivende retorikk med vektlegging av sosiale og politiske mål og verdier: For Norges vedkommende formulert i honnørord som solidaritet, integrering og inkludering og i slagord som ”alle skal med” og ”det nye vi”; for Syd-Afrikas vedkommende et sosialt og politisk prosjekt som omfatter avvikling av apartheid-systemet og dets konsekvenser, anerkjennelse av afrikanske kulturuttrykk, ”empowerment” av landets sorte flertallsbefolkning, anti-rasisme, integrering (”The Rainbow Nation”) og beslektede verdier.

### 7.3.3 *Mulige årsakssammenhenger*

Spørsmålet om hvordan disse mønstrene og trendene kan *tolkes* - hva de bærer bud om – ble for Norges vedkommende drøftet inngående under Kap. 5.3.3. Tilsvarende betraktninger ble likeledes gjort gjeldende for Syd-Afrikas vedkommende under Kap. 6.3.3.

Oppsummeringsvis skal rekapituleres at vi har å gjøre med mønstre og trender som – for begge de to lands vedkommende - gjelder *tre separate dimensjoner* eller problemstillinger hva frimerkeutgivelser angår:

- Utviklingen over tid når det gjelder *bruken* av frimerket i dets opprinnelige *funksjon*, dvs. bruken for *postale formål*. I så måte registreres en *kraftig nedgang*.
- Utviklingen over tid når det gjelder *utgivelsesvolum*, dvs. antallet nye frimerkeutgivelser. Med hensyn til denne dimensjonen registreres en *kraftig økning*.

- Utviklingen over tid med hensyn til *motivsammensetning*: På underordnet nivå et utviklingsbilde som er sammensatt, mangefasettert og flertydig, men som på overordnet nivå fremstår som klart og éntydig, jfr. de fem foran beskrevne faser og fellesnevnerne.

For foreliggende studies formål er spørsmålet om mulige innbyrdes *årsakssammenhenger* av særlig interesse. Det er et spørsmål som kan gis flere mulige vinklinger:

- Kan nettopp den vedvarende nedgangen med hensyn til det postale behov ha ansporet utgivelsesmyndighetene til å kompensere for denne utviklingen ved å satse på alternative bruksområder (funksjoner) og stadig flere utgivelser av stadig mer kreativt utformede objekter?
- Den omvendte eventualitet – at utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og motivsammensetning skulle resultere i et redusert behov for frimerker til postale formål – ligger hinsides det sannsynliges grenser, og vil ikke bli underkastet noen videre drøftelse her.
- Kan det tenkes en mulig vekselvirkning mellom de to utviklingstrendene – dvs. på den ene side økningen i utgivelsesvolum og på den annen side økningen i motivsammensetning (herunder også forskyvningene med hensyn til motivenes tematiske innhold)?

Som anført foran (Kap. 5.3.3 og Kap. 6.3.3) mangler forfatteren av foreliggende studie et egnet verktøy for å kunne påvise slike årsakssammenhenger - og hva disse eventuelt består i. I mangel av slikt analyseverktøy vil antagelser om eventuelle årsakssammenhenger og årsaksmønstre lett får preg av ren spekulasjon, og temaet skal derfor ikke forfølges nærmere her. Det må imidlertid med desto større grunn kunne påpekes at vi her har å gjøre med et tema som frembyr en interessant utfordring for fremtidig forskning.

For en videre drøftelse av utviklingsmønstrene kan det likevel være hensiktsmessig å betrakte de to dimensjonene utgivelsesvolum og motivsammensetning i sammenheng - ikke fordi vi har noen bastant eller presis oppfatning av hva de eventuelle innbyrdes årsakssammenhenger består i, men fordi vi har å gjøre med to sentrale dimensjoner ved fenomenet ”frimerke” hvor vi for hver især - parallelt over tid – har å gjøre med utviklingsbilder (trender) som vi har kunnet beskrive tydelig og objektivt (dvs. etterprøvbart), gjennom kvantifiserte kategorier. Hovedfokus vil samtidig fortsatt være på det som er selve undersøkelsesobjektet, nemlig: (1) *Utviklingen over tid med hensyn til motivsammensetning*, samt (2) *Hva denne utviklingen kan fortelle oss om frimerkenes funksjon som medium for samfunnsmessig kommunikasjon*.

## 7.4 Frimerket og samfunnsutviklingen

### 7.4.1 En målestokk på samfunnsutviklingen?

Vi har i det foregående flere ganger berørt begrepskomplekset “frimerkeutgivelser som målestokk på samfunnsutviklingen”, uten å definere eller forklare hva denne målestokken består i – ut over å være et sinnbilde på hvordan den metafysiske konstruksjonen

“samfunnsutviklingen” antas å reflekteres i mengden og utformingen av de frimerker som utgis. I foreliggende og etterfølgende Kap.7.4 og Kap. 7.5 vil de spørsmål og observerte sammenhenger som inngår i dette temaet bli gjort gjenstand for nærmere analyse.

For en drøftelse av mulige tilnæringsmåter til denne oppgaven skal i utgangspunktet vises til Kap. 5.3.4 og Kap. 6.3.4, hvor følgende aspekter ble påpekt:

- Objektets karakter av å være samfunnets og almenhetens *fellesinstitusjon*, hvilket innebærer at en sak som bæres med å profileres på et frimerke, allerede i utgangspunktet vil fremstå som høyverdig, eller i det minste som verdig.
- De motiver eller fenoméner som tematiseres på frimerkenes billedflater, reflekterer derfor – i videre forstand – hele *samfunnets selvforståelse* (jfr. *postulat fremsatt i Kap. 1.3.2*).
- Frimerkeutgivelser – kvantitativt med hensyn til volumutvikling, såvel som kvalitativt med hensyn til de motiver som tematiseres – gir derfor også en *målestokk på selve samfunnsutviklingen*.

Som det ble påpekt i Kap. 5.3.4 og igjen i Kap. 6.3.4, er det knapt mulig å foreta noen meningsfylt drøftelse av spørsmålet om hvordan denne målestokk-effekten arter seg og hvordan den kan konkretiseres, uten at man har en klar forestilling om hvordan samme samfunnsutvikling har artet seg og/eller består i.

Dette spørsmålet skal utdypes nærmere i Kap. 7.5, idet vi i denne omgang i stedet vil peke på det mer beskjedne perspektiv som gjelder effekten av de forannevnte faktorer – de to dimensjonene utgivelsesvolum og motivsammensetning – på det omgivende samfunn. En mulig innfallsvinkel i så måte er å undersøke på hvilke(n) måte(r) – om noen – utviklingen med hensyn til henholdsvis utgivelsesvolum og med hensyn til motivsammensetning påvirker almenhetens (publikums) forhold til frimerkeutgivelser? Som det fremgår av Kap. 5.3.4 vil vi her kunne skissere opp en rekke innbyrdes dikotomiske sett med motsatte mulige effekter, gruppert omkring to hovedakser:

- *Bevisstgjørende/inspirerende vs. u-engasjerende eller bevissthets-sløvende.*
- *Inkluderende eller fremmedgjørende:*

Dette er forhold som det er fullt mulig å utforske systematisk og målbart, f.eks. gjennom en bredt anlagt tradisjonell spørre-undersøkelse med tilstrekkelig målrettet formulerte svaralternativer og med et tilstrekkelig representativt respondent-univers. Dette er samtidig ressurskrevende. Forfatteren av foreliggende studie har ikke kunnet påta seg noe slikt, men vil ikke legge skjul på at dette kan være en interessant forskningsoppgave for eventuelle andre interesserte.

Dette er spørsmål som i noen grad (særlig for Norges vedkommende) har kunnet belyses gjennom et visst tilfang av utsagn – inkl. offisiøse uttalelser fra utgivelsesmyndigheter såvel som leserbrev og debattinnlegg fra publikum - som er fremkommet i det offentlige rom, jfr. eksempler gjengitt i Kap. 3.1.2, Kap. 3.1.3 og Kap. 5.3.4. I relasjon til de spørsmål som her

stilles må slike eksempler regnes som ”anecdotal evidence” heller enn solid empiri. Det er ingen grunn til å stikke under stol at vi her har å gjøre med kunnskapshull som foreliggende studie ikke pretenderer å kunne fylle. Som sagt med andre ord ovenfor, står vi her overfor problemstillinger som kunne fortjene å forfølges og utforskes nærmere.

#### **7.4.2 Fruktbare spørsmål vs. bastante svar**

Vår drøftelse bør imidlertid ikke stoppe her. Mangel på solide, robuste og representative data samt fravær av strukturerte analyseverktøy eller finkalibrerte forklaringsmodeller bør ikke være til hinder for at man kan gå inn i en åpen, upretensiøs og fordomsfri diskusjon hvor formålet er å stille *fruktbare spørsmål* snarere enn å forlange *bastante svar*. Av spørsmål som kan skisseres langs ovennevnte to hovedakser, har vi således tidligere (Kap. 5.3.4) spesielt bemerket følgende:

#### **Bevisstgjørende vs. u-engasjerende eller bevissthets-sløvende:**

- Bidrar utgivelsespolitikken til å skape større eller mindre grad av bevissthet hos publikum med hensyn til hva et frimerke eller en frimerkeutgivelse er? Større eller mindre interesse for eller oppmerksomhet rettet mot de motiver som pryder frimerkenes billedflater?
- Er det store utgivelsesvolum, de mange nye og ulike motiver (samt, for den saks skyld, den sterke profilering av frimerkekunstnerne) forhold som virker engasjerende eller inspirerende på publikum? Er dette forhold som fører til en høynet bevissthet og en styrket interesse for frimerker blant ”folk flest”?
- Eller er det tvertom slik at flommen av nye og stadig mer forskjelligartede utgivelser virker så trivialiserende at det undergraver bevisstheten og interessen for frimerker?
- Dette er forhold som kan slå begge veier, og et éntydig svar – om noe slikt finnes – er slett ikke opplagt.

#### **Inkluderende eller fremmedgjørende:**

- Kan det sies noe om hvordan de her beskrevne forhold subjektivt oppleves av almenheten? Noe tilforlatelig svar er det knapt mulig å gi, men spørsmålet kan like fullt stilles.
- Hva betyr f.eks. gjenkjennelses-effekten? Hva betyr et innarbeidet og umiddelbart gjenkjennbart billedmotiv – så som riksvåpen eller posthorn – med hensyn til publikums opplevelse av eierskap til (eller identifisering med) et objekt som umiddelbart fremstår som en av samfunnets fellesinstitusjoner?
- Hva betyr, til forskjell, det fravær av slik gjenkjennelses-effekt som ledsager møtet med en papirbit som ikke har en billedflate som umiddelbart kan fortelle betrakteren hva dette er for noe?
- På den ene side kan man se for seg den demokratiserende ”alle-skal-med”-effekten. Dette er forestillingen om hvordan de stadig flere og forskjelligartede frimerker - med motiver som omfatter en stadig større tematisk bredde – vil virke inkluderende for et

- stadig større segment av publikum, som vil oppleve å bli møtt av stadig flere motiver som de kan relatere til sitt eget dagligliv – eller endog identifisere seg med.
- På den annen side kan man like gjerne se for seg den motsatte effekt: At det økte utgivelsesvolum og den medfølgende tiltagende trivialisering svekker den gjenkjennelses-, tilhørighets- og trygghetseffekt som man tidligere kunne oppleve i møtet med frimerket. I tillegg til at dette som ovenfor anført kan undergrave bevisstheten og interessen for frimerker, kan det også føre til en bevisst ”dette-angår-ikke-meg”-opplevelse, at en med andre ord fremmedgjøres i forhold til disse papirbitene som man ikke lenger har noen tilhørighetsfølelse for.
  - Heller ikke her finnes det noe opplagt svar, kun en problemstilling som med fordel burde kunne utforskes nærmere.

### 7.4.3 Ulik påvirkningseffekt

Vi har tidligere (kap. 5.3.4) fremholdt at ikke alle deler av publikum (almenheten) får sitt forhold til frimerkene påvirket på samme måte eller i samme grad. I foreliggende sammenheng kan almenheten i grove trekk deles opp i to hovedgrupper, henholdsvis *brukerne* av frimerker for *postale formål* og *samlersmarkedet*.

Det største publikumssegmentet – *brukerne* av frimerker for *postale formål* – omfatter praktisk talt oss alle, selv om bruksbehovet og -hyppigheten er markant redusert for manges vedkommende. Som individer av denne kategori er vi interessert i – og vår adferd og holdninger påvirkes av – forhold som portosatser, tilgjengelighet på frimerker og posttjenester forøvrig, samt det eventuelle utbud av alternative kommunikasjonsbærere. I vår egenskap av brukere av frimerker som frankeringsmidler påvirkes vi knapt av økningen i antallet utgivelser eller mangfoldet av nye motiver. Når frimerkefrankering er konkurransedyktig, velger vi dette, uten å bry oss om hvorvidt antallet utgivelser har steget eller ei, - normalt også uten hensyn til hvilke(t) motiv(er) som pryder billedflatene.

#### ***Frimerkesamlerne og samlersmarkedet:***

Det segmentet av almenheten som – mer eller mindre bevisst - kan oppleve å få sitt forhold til frimerker sterkest påvirket av utviklingen med hensyn til volum og motivsammensetning, er *samlersmarkedet* - heri inkludert filatelistene og samlere forøvrig, samt de tilhørende kommersielle aktørene dvs. frimerkehandlerne. Hva kan den galopperende inflasjon i utgivelsesvolum samt den systematiske trivialisering med hensyn til motiver ha å bety for samlers subjektive opplevelse av sin hobby?

Dynamikken i denne effekten ble av forfatteren av foreliggende studie beskrevet i relativt dystopiske vendinger i kronikken ”Frimerket for fall” (Skagestad, O.G. 2005a), jfr. utdrag gjengitt i Kap. 5.3.4.

Forfatterens spissformulerte spådommer om at den inflatoriske utgivelsespolitikk vil forårsake samlersmarkedets undergang, har såvidt vites ennå ikke slått til. Det betyr likevel ikke at den underliggende analyse er feil. Samlernes interesse for å skaffe seg stadig flere – herunder nye – frimerker, er ennå ikke - på langt nær – tørket inn, og utgivelseskåskapen har

fortsatt å aksellerere mot nye høyder. Men frimerket – slik man i over halvannet hundre år har kjent det – har ugjenkallelig endret funksjon, relevans, karakter og egenart. Å samle på nye frimerker er idag i ferd med å bli en annen idrett enn den som tidligere generasjoner kunne drive med.

Et betydelig etterslep av tidligere tiders samleradferd vil utvilsomt fortsatt gjøre seg gjeldende, ut ifra de samme beveggrunner som alltid har motivert denne hobbyen og dens ledsagende aktiviteter. Blant disse har vi tidligere særlig pekt på det såkalte ”avhengighets-syndromet”, hvor en sentral psykologisk drivkraft er hangen at man ”bare *må* ha det” når det kommer nye utgivelser – i og med av at man allerede har investert så mye tid, penger, oppmerksomhet og ikke minst følelsesmessig engasjement i å vedlikeholde samlingen ”komplette” karakter. Selv om den bevisste samler vil oppleve de nye, stadig mer inflatoriske utgivelser som stadig mindre interessante og verdifulle – og følgelig mindre attraktive – vil mange føle at terskelen er høy for å trekke den konklusjon at ”dette gidder jeg ikke lenger”. Andre vil raskere nå det stadium hvor man like gjerne kutter ut en syssel som faller stadig mer kostbar samtidig som den synes stadig mindre meningsfylt (jfr. også ”Loven om avtagende grensenytte”, Kap. 8.2).

Her taler vi om subjektive opplevelser av riktignok objektivt beskrivbare forhold, og ikke alle vil nødvendigvis oppleve utviklingen på samme måte. At dynamikken er fattbar, betyr ikke nødvendigvis at fasiten er gitt. Mennesket har alltid samlet på de mest forskjelligartede ting, og det finnes et marked for det meste. Nye kategorier samlere som kommer til, vil kunne ha andre tilnærminger og forventninger til sin hobby enn slike som hittil har vært toneangivende. Det er derfor grunn til å anta at utgivelsesmyndighetene også i fremtiden vil kunne fortsette å finne – og å skape – et marked for sine ”produkter”. I så måte vil vi kunne forvente å observere et utslag av ”*supply-side*”-effekten, - at tilbudet som sådant (og effektivt markedsført) kan være *behovs-* og *etterspørselskapende* (en effekt også kjent som *Says lov*, jfr. Kap. 8.2).

#### **7.4.4 Effekten på samfunnet av frimerkets funksjon som normativ budskapsplattform**

Vi har i de foregående avsnittene (Kap. 7.4.2 og 7.4.3) betraktet publikums (almenhetens) forhold til frimerkeutgivelser under ulike perspektiver som har det til felles at de dreier seg om hvordan publikum opplever den stadig økende mengden av nye frimerker med en stadig bredere motivsammensetning. Dette bringer oss videre til spørsmålet om hvorvidt – og eventuelt hvordan – frimerkeutgivelsene også påvirker almenhetens forhold ikke bare til frimerket, men også til det samfunnet som de lever i og som hvert enkelt individ også er en del av.

Mer konkret formulert: Påvirker utviklingen med hensyn til frimerkeutgivelser folks holdninger, tankesett og adferd? Og i så tilfelle, på hvilken måte og i hvilken grad?

Denne studien er ikke stedet for en prinsipiell diskusjon av hva som er eller bør være statens kjerneoppgaver. For foreliggende formål skal det her påpekes at staters forkynner-, oppdrager- og reformatorroller kommer til uttrykk ved at de undertiden (det være seg hyppig,

jevnlig eller sporadisk) opptrer med normative budskap om hvordan individer (stundom også andre stater) burde forholde seg til saksområder og enkeltspørsmål i samfunnet. Funksjonen som medium for politisk (e.l.) vitnesbyrd eller programerklæring er beskrevet i oversikten i Kap. 1.3.2 over frimerkets ulike funksjoner.

Bruken av frimerkeutgivelser i slik budbringerfunksjon (dvs. i propaganda-øyemed) vil langt på vei være betinget av i hvilken grad de verdier som målbæres allerede har – eller anses å ha – oppslutning og støtte i samfunnet forøvrig. I den grad en stats myndigheter skulle ønske å konfrontere sine undersåtter eller borgere med et kontroversielt eller særlig provoserende budskap, vil det være et spørsmål om bruk av frimerke som budskapsplattform vil kunne virke mot sin hensikt. På den annen side vil dette nettopp kunne være et middel til å presentere den kontroversielle saken på en måte som kan få den til å fremstå som mindre kontroversiell – i en form som kan få saken og de verdier som denne fremmer eller er bygget på til å fremstå som samlende i stedet for splittende.

I Kap. 1.3.2 ble dette aspektet ved frimerkeutgivelser omtalt i følgende ordelag: *”Også på denne måten har frimerket i sin budbringerfunksjon fremstått som et effektivt, eller iallfall som et intenst og hyppig brukt (eller misbrukt) medium i Den Gode Saks tjeneste. Dette gjelder fremfor alt for stater med totalitære trekk, men trolig like meget for stater hvor ”godhetsregimet” i dets ulike varianter (jfr. ”den terapeutiske stat” m.v) inngår i målestokken for statens selvbylde.[...] Det finnes vel knapt noen stat [...] hvor ikke myndighetene en gang i mellom utgir frimerker med billedflater som bærer bud om en God Sak som på denne måten skal anerkjennes”.*

Selv om denne omtalen i Kap. 1.3.2 er formulert som en konkluderende faktabeskrivelse, var den i utgangspunktet primært å forstå som et postulat. At beskrivelsen er dekkende, fremgår imidlertid klart av de funn som presenteres i Kap. 5 (se spesielt Kap. 5.2.2), Kap.6 (se spesielt Kap. 6.2.2) samt Kap. 7.2, jfr. også Tabell 4 og Tabell 8. Som det her fremgår, må en gjennomgående høy andel av de utgitte frimerker i de to land klassifiseres under Kategori 10, som stikkordmessig omfatter temaene *”veldedighet/organisasjonsliv/gode saker/ internasjonalt samarbeid/kampanjer”*.

Ut ifra de foregående betraktninger er det nærliggende å anta for det første at utgivelsesmyndighetene generelt vil utvise en tendens til å være tilbakeholdende med å benytte frimerker til å fremme et spesielt kontroversielt eller provoserende budskap, samt dernest, at i den grad dette likevel skjer, vil man også kunne registrere negative reaksjoner blant publikum. Dette reiser spørsmålet om hva man har av empiri som eventuelt kunne bekrefte eller avkrefte en slik antagelse?

For Norges vedkommende har vi tidligere (Kap. 5.2.3 og Kap. 5.3.4, inkl. **footnote nr.60**) bemerket det mishag som under krigen (okkupasjonstiden 1940-45) gjorde seg gjeldende med hensyn til enkelte av de propagandistiske utgivelsene, spesielt de såkalte ”Quisling-merkene” (hhv. NK 300-301, NK 306 og NK 309-310). Likeledes har det senere sporadisk fremkommet kritiske ytringer mot navneformen ”Noreg”, som siden 1951 har figurert på et stadig større antall frimerker. De tilfeller av negative reaksjoner på frimerkemotiver som har



forøvrig har kommet til uttrykk i det offentlige rom, har gjennomgående vært få, perifere, lite intense – og hovedsakelig vært knyttet til frimerkenes estetiske utforming,<sup>67</sup> snarere enn til det normative (ideologiske) budskap. Enkelte unntak kan likevel bemerkes. Et iøynefallende eksempel var NK 968 med pålydende kr. 3,50, utgitt i 1985 i anledning av 40-årsmarkeringen av frigjøringen fra den nazi-tyske okkupasjon: Billedflaten viste kronprins Olav i åpen bil, gjengitt etter Dagblad-journalisten Sverre Heibergs velkjente fotografi. Men på frimerket var kronprinsens sikkerhetsvakt – krigshelten Max Manus – retusjert bort, så å si i gjengs sovjethistoriker-stil. Publikums reaksjon var sterk, sjelden har postverket fått så mye pepper for en frimerkeutgivelse. Så må det dog tilføyes at Posten rehabiliterte seg i 2005, da samme motiv atter en gang prydet et frimerke, denne gang sekskronersmerket NK 1572 i serien ”Hundreårets øyeblikk” – og denne gang, *notabene*, med sikkerhetsvakten behørig gjeninnsatt i bilens høyre forsete (Skagestad, O.G. 2005b). Som et annet, mer beskjedent eksempel kan nevnes NK 1043 - 25-kroners-frimerket som ble utgitt i 1988 i anledning av den såkalte ”Nord-Sør-kampanjen” – hvor jordkloden ble stilisert fremstilt som to kontrasterende halvkuler. Enkelte fremholdt at dette gav et motsetningsfylt og dermed uheldig (”politisk ukorrekt”) verdensbilde, og at budskapet heller burde være at vi har ”én verden”. Noen stor sak ble dette imidlertid ikke. I denne sammenheng hører det videre med å nevne utgivelsen i 2009 av to frimerker (NK 1711-1712) med det i vitenskapelig forstand høyst kontroversielle temaet ”Global oppvarming”. Til tross for temaets tvilsomme status, samt at motivet ovenikjøpet var gitt en krass visuell utforming, vakte utgivelsen knapt reaksjoner i det hele tatt.

For Syd-Afrikas vedkommende har ikke forfatteren kunnet registrere eksempler på frimerkemotiver som har vakt kontroverspreget offentlig debatt, bortsett fra ved én anledning i 1987 – da man ganske så utilsiktet kom i skade for å utgi et frimerke som utløste protester fra jødisk-religiøst hold (SACC 638). Frimerket, som viste en bibeltekst på hebraisk, ble da også umiddelbart trukket tilbake fra sirkulasjon. Denne nærmest kuriositetspregede saken må kalles et rent arbeidsuhell, og var på ingen måte uttrykk for noen overlatt policy. Under apartheid-perioden (1948-90) ble det utgitt en rekke frimerker som med ideologiske overtoner målbar boer-nasjonalistiske ikoner og verdier (Skagestad, O.G. 2011d; Skagestad, O.G. 2011e; Skagestad, O.G. 2011g), dog ikke på en måte som måtte virke direkte eller påfallende krenkende på landets ikke-hvite flertallsbefolkning.<sup>68</sup>

Det overveiende inntrykk for Norges såvel som for Syd-Afrikas vedkommende er at publikum i ytterst liten utstrekning har latt seg merkbart provosere av frimerkemotiver i funksjonen som budskapsplattform. Hvorvidt dette utelukkende er et tegn på positiv oppslutning om de verdier som formidles, eller også reflekterer et element av ensrettet indoktrinering eller apati i befolkningen, skal være usagt.

<sup>67</sup> Som et eksempel i så måte kan nevnes de to merkene (NK 658 og NK 659) som ble utgitt i 1970 i anledning av at FN rundet 25 år, hvor motivet – jordkloden som løftes opp av avkuttete armer – ble gjenstand for en viss latterliggjøring (“Fært som ‘n far vaker i kveld!”).

<sup>68</sup> Det bortses her fra at det i denne perioden også – som ledd i apartheid-politikken – ble utgitt særskilte frimerker for de såkalte ”homelands” Transkei, Bophuthatswana, Venda og Ciskei - dvs. nærmest reservater opprettet for å skape en illusjon av egne, suverene hjemland for enkelte av landets sorte befolkningsgrupper. Disse frimerkene inngår ikke i det materialet som foreliggende studie omhandler.

Det må uansett konstateres som et faktum at frimerkeutgivelser – gjennom de motiver som pryder billedflatene – benyttes av makthaverne (inkludert i de land som vi her studerer) for å påvirke folks holdninger, tankesett og adferd. At dette også må påregnes å ha en viss effekt dvs. virke etter sin hensikt, har likeledes formodningen for seg, og bør uten videre kunne legges til grunn som et rimelig postulat. Hva vi imidlertid ikke vet, er hvor sterk denne effekten er, samt på hvilken måte den arter seg – det være seg for den enkelte eller aggregert på samfunnsnivå.

Forfatteren av disse linjer er ikke i besittelse av analyseverktøy eller forklaringsmodeller som eventuelt kunne bidra til å frembringe bastante svar i så måte, men vil understreke at vi nettopp her står overfor spørsmål som i høy grad ville fortjene å gjøres gjenstand for mer inngående forskning.

#### ***7.4.5 Effekten av frimerkets funksjon som normativ budskapsplattform på utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum og motivmangfold***

Frimerkeutgivers funksjon som samfunnsmessig budbærer gir seg til kjenne i samtlige av de 10 motivkategorier som denne studien opererer med. Det samme er i større eller mindre grad også tilfellet om vi snevrer inn perspektivet til å gjelde funksjonen som normativ budskapsplattform.

Hvis vi mer spesifikt retter søkelyset mot frimerkemotivenes funksjon som medium for politisk massekommunikasjon, må bildet nyanseres. For de enkelte motivkategoriers vedkommende kan følgende kortfattede kvalitative beskrivelse gi et inntrykk av anvendelsespotensialet:

**Kategori 1** (Rikssymboler/ statssymboler/ nasjonalsymboler): Dette er en motivkategori som klart formidler et politisk budskap, som imidlertid normalt forutsettes å være ukontroversielt og samlende – og forøvrig relativt verdinøytralt. Unntaket er når det dreier seg om en stat eller et statsoverhode med svak legitimitet, som følgelig søkes styrket ved frimerkeutgivelser med denne kategori oppbyggelige motiver. Men dette vil som nevnt være unntakstilfeller, ellers vil frimerkemotiver av denne kategori i praksis oppleves som upolitiske av utsteder såvel som av publikum.

**Kategori 2** (Postale symboler/ postvirksomhet): En utpreget “upolitisk” motivkategori, dog med visse utnyttelsesmuligheter hva spesielt angår omdømmebygging.

**Kategori 3** (Markering av historiske begivenheter/ jubiléer/ øvrige historiske motiver): Eksempler på motiver som kan ha politiske overtoner eller som kan romme et implisitt politisk budskap finnes – avhengig av utgivers tilbøyelighet til å utvise selektivitet i valg av hva som skal markeres. Dette synes imidlertid ikke i påfallende høy grad å være gjengs praksis.

**Kategori 4** (Hedring av prominente personer/ jubiléer): Samme som foregående.

**Kategori 5** (Natur/ flora & fauna/ landskap/ turisme): En relativt “upolitisk” motivkategori, dog med innslag av aktiv bruk for å fremme turistnæring og folkeopplysning.

**Kategori 6** (Byggverk/ kulturseverdigheter/ minnesmerker/ turisme m.v.): Likeledes relativt upolitisk, men med budskapsfunksjon egnet til fremme av folkeopplysning og turistnæring.

**Kategori 7** (Kunst/ kultur/ folklore/ dekor/ ornamentikk m.v.): Kategori som er egnet som medium til å fremme kulturpolitikk herunder folkeopplysningsformål.

**Kategori 8** (Arbeidsliv/ næringsliv/ teknologi/ vitenskap/ utdanning/ samferdsel/ kommunikasjon): Kategori som gjennom å formidle bilder av disse sider av samfunnslivet også tjener omdømmebygging-funksjonen.

**Kategori 9** (Sport/ idrett/ underholdning/ aktuelle mediabegivenheter/ fritidssysler/ trivia): Motiver som formidler verdier som inngår i et kulturpolitisk konsept med fokus på det såkalte “utvidede kulturbegrep”.

**Kategori 10** (Veldedighet/ gode saker/ internasjonalt samarbeid/ kampanjer): Denne kategorien peker seg ut som en eksplisitt og nærmest éntydig eksempel på frimerkeutgivelsers funksjon som normativ budskapsplattform i en grad og med en type innhold som gir dekning for bruk av begrepet politisk massekommunikasjon.

Vi har tidligere registrert:

- 1) Den enorme økning som over tid har funnet sted (for både Norges og Syd-Afrikas vedkommende) med hensyn til både utgivelsesvolum (jfr. Kap. 7.1.3) og motivmangfold (jfr. Kap. 7.2.3);
- 2) At et merkbart trekk ved utviklingen over tid er at de senere tidsperioder i økende grad er en overvekt (dominans) av motivkategoriene fra nr.5 til og med nr.10. Dette er samtidig motivkategorier som i seg selv er stadig mer sammensatte og representerer en stadig større kvalitativ spredning (Kap. 7.2.3).

Sammenholdt med ovenstående beskrivelse av de enkelte motivkategorier avtegner det seg et utviklingsbilde preget av et stadig **økende antall frimerkeutgivelser** – absolutt såvel som relativt – med stadig større **anvendelsespotensiale som normativ budskapsplattform**.

Dette betyr ikke nødvendigvis at disse utgivelsene har politisk massekommunikasjon som hovedfunksjon, men det betyr at denne funksjonen er et aspekt som utgiverne dvs. i siste instans de respektive politiske myndigheter må antas å ha et mer eller mindre bevisst forhold til. Uansett synes det å foreligge et tilstrekkelig robust observasjonsgrunnlag til at det kan påvises en korrelasjon, som kan uttrykkes i følgende enkle og nærmest trivielle konklusjon:

**Økningen i utgivelsesvolum og økningen i motivmangfold innebærer også en økning i frimerkets funksjon som medium eller redskap for politisk massekommunikasjon.**

Med ”innebærer” menes her at det består en åpenbar **korrelasjon**. Dette sier imidlertid ikke noe éntydig om **kausaltet** - hvilke årsaks/virkning-sammenhenger vi har å gjøre med. Kan

det uten videre fastslås at anvendelsen (potensiell eller faktisk) av frimerket i en slik funksjon har vært en (hoved-)drivkraft bak den utviklingen som kan spores med hensyn til utgivelsesvolum og motivmangfold? Eller kan det tvertom tenkes at det motsatte er tilfelle: At det er volum- og motivmangfoldøkningen som er årsak til økningen i frimerkets funksjon som redskap for politisk massekommunikasjon?

Eller er det kan hende heller tale om en vekselvirkning, - en gjensidig påvirkning hvor årsakssammenhengene går begge veier?

Forfatteren av disse linjer kan ikke påberope seg noe empirisk grunnlag for å kunne trekke noen klar konklusjon i så måte. Vanlig logisk tenkning tør imidlertid tilsi at begge de to speilvendte årsaksfaktorene vil kunne gjøre seg gjeldende. For å benytte en primitiv analogi: Har man et verktøy, så vil det bli brukt – og omvendt, hvis man har bruk for et verktøy, så vil det også bli utviklet. Eller for å uttrykke det med en enda mer reduksjonistisk metafor: Dette tilsvarer spørsmålet om den innbyrdes kausalrekkefølgen mellom høna og egget.

Inntil videre kan det være grunn til å nøye seg med å konstatere at disse problemstillingene rommer utfordringer med hensyn til videre forskning.

## **7.5 Hovedtrekk ved samfunnsutviklingen i de to land**

### **7.5.1 Relevante utviklingsparametere**

“Samfunnsutviklingen” er et komplekst samlebegrep som særlig omfatter endringer av politisk, sosial, kulturell og økonomisk art, og hvordan slike endringer (eller evt. mangel på slike) virker inn på folks dagligliv – generelt og på det overordnede plan (makronivå). I disse kategoriene inngår også mer spesifikke forhold som samfunnsmessige konsekvenser av religiøse, ideologiske og verdimessige strømninger samt av den teknologiske utvikling. Relevante utviklingsparametere vil således være:

- *Politikk*
- *Sosiale forhold*
- *Kultur*
- *Økonomi*

Langt på vei har vi her å gjøre med forhold som glir over i hverandre, griper inn i hverandre og skaper vekselvirkninger av mer eller mindre klar art. Foreliggende studie er imidlertid ikke primært en sosiologisk avhandling. I denne sammenheng ville det derfor være både kunstig og pretensiøst – og uansett føre for langt – å foreta en dyptgående komparativ samfunnsanalyse som betinger at disse parameterene behandles innbyrdes isolert. For det foreliggende analyseformål vil slike parametere i hovedsak gjøre tjeneste som deskriptive referanserammer, historiske knagger eller hjelpemidler for å kunne identifisere generelle trender samt eventuelle skjellsettende tildragelser - forhold som har medført avgjørende kursendringer eller paradigmeskifter.

### 7.5.2 Norge

Kort fortalt har samfunnsutviklingen i Norge gjennom tidsrommet 1855-2009 fremfor alt vært preget av *politisk kontinuitet og stabilitet*, diverse ansatser til et *kulturelt hamskifte*, en kraftig øket *materiell velstand* og en vidtrekkende *sosial utjevning*.

- *Politiske utviklingstrekk*

Landets *politiske system* har i hovedsak bestått *uendret* gjennom hele perioden. Mindre justeringer har funnet sted – her kan nevnes forhold som den gradvise utvidelse av stemmeretten, knesettelsen av parlamentarismen fra 1884, unionsoppløsningen i 1905, diverse grunnlovsendringer m.v. Intet av dette kan imidlertid rokke ved helhetsbildet av kontinuitet og stabilitet. Det er en 155-årsperiode hvor utviklingen har foregått i samsvar med lovformelige og/eller sedvanefestede spilleregler, uten dramatiske omveltninger, revolusjoner, brå, irregulære eller voldelige regimeskifter.

Dette helhetbildet forstyrres riktignok av én iøynefallende diskontinuitet: Perioden 1940-45, da Norge var underlagt nazi-tysk okkupasjon og Terboven/Quisling-styre, og landets lovlige myndigheter befant seg i eksil. At dette også skulle få følger med hensyn til frimerkeutgivelser, er bemerket foran hhv. i Kap. 5.2.3 og Kap. 7.3.1. I forhold til perioden 1855-2009 som helhet må dette imidlertid betraktes som et interregnum eller et parentes, og rokker ikke ved det forhold at perioden etter 1945 i politisk henseende fremstår som en direkte videreføring av landets styringssystem frem til 1940.

Det norske politiske landskap fremstår idag som vesentlig annerledes enn i 1855, men dette har skjedd som resultat av gradvise, evolusjonære prosesser som i hovedsak har kommet direkte eller indirekte som følge av samfunnsutviklingen forøvrig – ikke som følge av radikale systemendringer.

- *Sosiale utviklingstrekk*

De *sosiale forhold* har gjennomgått betydelige endringer som kan sammenfattes i stikkordene *vekst og velstand* og som kommer til uttrykk i en almen *levestandard* langt hinsides hva noen kunne påregne i 1855. Blant elementer som har preget utviklingen kan særlig nevnes *strukturelle endringer* innen *næringsliv* og *arbeidsliv*. Videre inngår *demografiske* forhold som *befolkningsveksten* (en drøy tredobling, fra 1.490 mill. i 1855 til 4.858 mill. i 2010), *urbaniseringen* (herunder fraflytting fra utkantdistrikter), økningen i folks *levealder* og – spesielt i de siste tiår – en sterkt øket *innvandring*. Andre faktorer som har påvirket utviklingen med hensyn til de sosiale forhold, er et *utdanningsvesen* som har kommet til å omfatte stadig større deler av befolkningen og som har bidratt til en *større sosial mobilitet*, *likestilling* mellom kjønnene innen stadig flere samfunnssektorer, fremskritt innen *medisin og helsevesen*, samt en etterhvert omfattende *sosiallovgivning* (inkl. ordningen med Folkepensjon siden 1967) og et *sosialvesen*, hvor det offentlige har påtatt seg stadig mer omfattende *velferdsoppgaver*. I det store og hele kan imidlertid den sosiale utvikling ikke forstås isolert fra den generelle samfunnsutvikling forøvrig. Hvis én enkelt faktor skal fremheves i så måte, må det nødvendigvis være den *økonomiske utvikling*, som har frembrakt

den materielle vekst som har muliggjort den generelle velstandsøkning og den medfølgende sosiale utjevning.

I sammenligning med 1855 fremstår Norge idag i sosial henseende som et mer egalitært og urbanisert samfunn, med en gjennomgående langt høyere levestandard og en høyt utdannet befolkning bestående i overveiende grad av lønnsmottagere, som for en stor del er sysselsatt i offentlig sektor. På samme måte som med hensyn til det politiske landskap, er det tale om endringer som har skjedd gradvis – dels i rykk og napp, dels stykkevis og delt, dels umerkelig, dels gjennom høyprofilerte og stundom kontroversielle reformer – men ikke som følge av radikale systemendringer.

- *Kulturelle utviklingstrekk*

Den *kulturelle* dimensjon ved samfunnsutviklingen i Norge utviser en rekke iøynefallende aspekter, som følger:

- Fremveksten av *utdanningssamfunnet*.
- Fremveksten av *sivilsamfunnet* inkl. *fritidssamfunnet* - særlig representert ved de *frivillige organisasjoner* (f.eks. idrettsbevegelsen, religiøse/idéelle/humanitære organisasjoner) og senere (særlig fra annen halvdel av det 20. århundre) den økende offentlige (statlig/kommunale) finansiering av disse.
- Fremveksten av en *populærkultur* (popmusikk, klesmoter m.v.) med sterkt innslag av internasjonale impulser.
- Utviklingen innen *media* (presse, kringkasting m.v.) – Stikkord: papiravisenes fremvekst og senere tilbakegang; statlig kringkastingsmonopol, etterhvert (siden 1980-tallet og som følge av teknologisk utvikling, globalisering samt politisk liberalisering) supplert med et mangfold i eteren; fremveksten av digitale (herunder “sosiale”) media.
- Generelle trender: Stikkord *sekularisering*; *offentlig finansiert kulturliv* inkl. et “*utvidet kulturbegrep*” med øket status for ulike “*folkelige*” *kulturuttrykk*, til forskjell fra tradisjonell (“borgerlig”) “*finkultur*”; *multikulturalismen* (innvandring og globalisering); grenseflytting (herunder delvis oppløsning) mht. toneangivende *moralnormer og -verdier* og mht. grenser for “*sosialt akseptabel*” *adferd*.

I kulturell henseende fremstår Norge anno 2009 som et samfunn radikalt annerledes enn det var i 1855. I den grad det norske samfunnet kan sies å ha gjennomgått ett eller flere kulturelle paradigmeskifter, har dette imidlertid i det store og hele skjedd via gradvise endringer – ikke som følge av brå, radikale brudd med fortiden. Også i så måte utmerker Norge seg ved en samfunnsutvikling preget av en relativt høy grad av stabilitet og kontinuitet.

- *Økonomiske utviklingstrekk*

Utviklingen på det *økonomiske* område kan sammenfattes med de samme stikkord som hva gjelder de sosiale forhold: *Vekst og velstand*. Fra midten av 1800-tallet skjedde overgangen fra selvberging og naturalhusholdning til moderne arbeidsdeling og pengeøkonomi. Videre kan man skjematisk beskrive faser som utviklingen fra agrarsamfunn til industrisamfunn og senere til en delvis postindustriell kunnskapsbasert økonomi, som i begynnelsen av det 21. århundre kjennetegner det som populært - mer eller mindre tilforlatterlig - omtales som

“verdens rikeste land”. Utviklingen har skjedd jevnt og trutt, hjulpet frem av forhold som teknologisk utvikling og innovasjon, menneskelige faktorer som arbeidsomhet og nøysomhet, utnyttelse av komparative fortrinn, skipsfart og utenrikshandel (globalisering), naturressurser inkl. energi (vannkraft, senere olje/gass) samt tildels gunstige internasjonale og politiske rammebetingelser. Samlet har dette vært en utvikling som også har skapt det materielle grunnlag for og muliggjort mye av den utviklingen som har funnet sted på de sosiale og kulturelle områder, jfr. ovenfor.

Samtidig – og spesielt gjennom det siste halve århundre – har det skjedd en tilnærmet eksplosiv vekst i den offentlige sektor av landets økonomi. Dette har særlig kommet til uttrykk i vekstraten i statens budsjetter (og deres andel av nasjonalinntekten) og i økningen i andelen sysselsatte i offentlig sektor, samt i en omfattende omfordeling i offentlig regi av samfunnets ressurser. Dette er en utvikling som har vært muliggjort gjennom de store statlige inntekter fra olje/gass-virksomheten (som i senere år også har medført store overskudd i statsfinansene), samtidig som staten har opprettholdt et høyt skatte- og avgiftsnivå.

- *Veksten i offentlig sektor og det offentlige byråkrati*

Et forhold som springer en i øynene når man betrakter samfunnsutviklingen i Norge siden 1855 under ett – politisk, sosialt, kulturelt og økonomisk – er den store vekst som har funnet sted i den offentlige sektor og i det offentlige byråkrati. Dette er et fenomen som kan observeres på nærsagt alle samfunnsområder.

### 7.5.3 Syd-Afrika

Til forskjell fra Norge har samfunnsutviklingen i Syd-Afrika gjennom årene 1910-2009 vært preget av flere markant skjellsettende endringer.

- *Politiske utviklingstrekk*

*Politisk* ble perioden innledet med etableringen i 1910 av en ny statsdannelse – Syd-Afrika-Unionen (“Union of South Africa”) – med status som selvstyrt “dominion” innenfor det britiske imperium. Unionen ble opprettet ved sammenslåing av de britiske koloniene Kappkolonien (“Cape of Good Hope”) og Natal samt de to tidligere boer-republikkene Oranjerestaten og Transvaal. Allerede i utgangspunktet bestod politiske motsetninger mellom landets to europeisk-ættede befolkningsgrupper – hhv. de engelskspråklige og de afrikaansspråklige (“boer-folket”, som hadde vært taperne i boerkrigen få år tidligere). Disse to gruppene tilsammen (landets hvite befolkning) utgjorde 22 % av landets totale befolkning, mens det ikke-hvite flertallet på 78 % manglet stemmerett og stod således i praksis utenfor politikken. Systemet med politisk diskriminering/undertrykkelse av landets ikke-hvite folkeflertall skulle vedvare lenge, og ble ytterligere skjerpet og systematisert etter at det boer-nasjonalistiske Nasjonalistpartiet i 1948 kom til makten på et program med slagordet “apartheid” (afrikaans for “adskilthet”).

I 1960 bannlyste regjeringen de største ikke-hvite politiske organisasjonene ANC og PAC, og i 1961 innførte regjeringen en grunnlovsendring hvor Unionen ble avløst av Republikken

Syd-Afrika, samtidig som man meldte landet ut av det britiske samvelde. Dette, sammen med landets rasepolitikk, førte etterhvert til en stadig mer merkbar internasjonal isolasjon herunder handelspolitiske sanksjoner m.v. fra omverdenen. Samtidig innledet regjeringen en eksperimentering med opprettelse av såkalte “Homelands” – dvs. reservater med begrenset indre selvstyre, også kalt “bantustans” - for landets sorte befolkning, uten at disse vant reell suverenitet eller internasjonal anerkjennelse.

1970-80-årene ble preget av omseggripende uroligheter og politiske protestaksjoner, som regjeringen reagerte på med arrestasjoner og fengslinger (samt i 1985 med unntakstilstand). En forfatningsreform fra 1983 tilsiktet å opprette egne politiske folkevalgte organer for enkelte ikke-hvite befolkningsgrupper (“farvede” og “indiske”, mens landets sorte befolkningsflertall ble holdt utenfor). Denne reformen ble ingen suksess. Det var samtidig blitt stadig klarere for makthaverne at apartheid-programmet var praktisk ugjennomførbart og moralsk forkastelig, etterhvert også at utestengingen av det sorte befolkningsflertall fra politisk deltagelse var uholdbar. I 1990 opphevet regjeringen forbudet mot ANC og PAC, og innledet forhandlinger med deres tidligere bannlyste eller fengslede ledere om en ny forfatning, basert på prinsippet om almene politiske rettigheter.

En slik forfatning kom på plass i 1994, og medførte avslutningen på epoken med den hvite mindretallsbefolkningens politiske herredømme. Det politiske landskap i Syd-Afrika ser således vesentlig annerledes ut i 2009 enn i 1910, og det er her tale om endringer som har skjedd ved radikale og tildels dramatiske kursendringer.

- *Sosiale utviklingstrekk*

I *sosial* henseende har Syd-Afrika vært beskrevet som et “første-verden-samfunn” (dvs. landets hvite befolkning) omgitt av en “tredje-verden-virkelighet” (befolkningen forøvrig). Den sosiale utvikling gjennom perioden 1910-2009 har båret sterkt preg av den politiske utvikling gjennom samme tidsrom. Samtidig har det skjedd enorme *demografiske* endringer: Folketallet, som i 1910 utgjorde 5.842 mill., var i 2010 øket til hele 49.109 mill., dvs. en nidobling. Samtidig sank den hvite befolkningsandel fra 22 % til 9,2 %. I 1910 hadde *urbaniseringen* kommet igang, likeledes en omfattende rekruttering av sort arbeidskraft til gruvedriften m.v. Mesteparten av den sorte befolkningen levet imidlertid på tradisjonelt vis på landsbygden. Hundre år senere hadde det funnet sted en massiv urbanisering, ledsaget av visse strukturelle endringer innen næringsliv og arbeidsliv. Samtidig utgjorde den systematiske rasediskrimineringen (som ble skjerpet ved knesettelsen av apartheid-programmet) en nærmest uoverstigelig hindring for flertallsbefolkningens *sosiale mobilitet*. Kort fortalt kom apartheid-systemet med bl.a. rasedelte bo-områder til å medføre levekår som fortsatt preger samfunnet.

Under apartheid-regimet ble det etablert generøse *sosiale velferdsordninger* for landets hvite befolkning, noe som bidrog til å opprettholde store sosiale ulikheter langs de rasemessig definerte skillelinjer. Generelt fant det sted en ujevn og skjev utvikling med hensyn til *levestandard*, likeledes hva angår utdannings-nivå og helsevesen.



En aktiv sosial utjevningpolitikk (bl.a. såkalt “black empowerment”) i perioden etter regimeskiftet i 1994 har kun vært en begrenset suksess, for såvidt som den har bidratt til å skape en sort overklasse uten å komme det store sorte befolkningsflertall til gode. Utviklingen siden 1994 har muliggjort større sosial mobilitet, men i det store og hele er Syd-Afrika et samfunn som fortsatt er preget av dype sosiale forskjeller og skillelinjer.

- *Kulturelle utviklingstrekk*

På det *kulturelle* område bærer Syd-Afrika preg av landets komplekse historie og de mange, sammensatte elementer som landets mange ulike – og ulikt sammensatte - befolkningsgrupper har bidratt med opp igjennom historien, spesielt etter at den européiske koloniseringen ble innledet i 1652. Impulsene fra de européisk-ættede hersker-klasser skulle i så måte bli dominerende, blant annet med hensyn til landets to offisielle *språk* engelsk og afrikaans, på det *religiøse* området (bl.a. gjennom kristen misjonsvirksomhet), samt mht. fremveksten av *utdanningssamfunnet*, *sivilsamfunnet* inkl. *frivillige organisasjoner*, *nyhetsmedia* og generelt i bredden av kulturelle uttrykk forøvrig.

Samtidig skulle de politiske rammebetingelsene - herunder knesettelsen av apartheid-programmet etter 1948 – også medføre kulturell segregering og undertrykkelse av den ikke-hvite flertallsbefolkning (Welsh 1972), og en viss kulturell isolasjon både befolkningsgruppene imellom og utad overfor omverdenen. Spesielt *populærkulturen* (popmusikk m.v.) skulle imidlertid mot slutten av det 20. århundre ta opp i seg stadig flere impulser fra ikke-hvit kultur, men fremfor alt bli gjenstand for internasjonal påvirkning.

Etter regimeskiftet i 1994 har kulturuttrykk (tradisjonelle såvel som moderne) fra landets sorte befolkningsflertall blitt aktivt promovert og profilert fra myndighetenes side – noe som ikke minst har kommet til uttrykk i de motiver som pryder landets svært mange frimerkeutgivelser. Et trekk i samme retning har vært oppgraderingen av elleve av landets afrikanske språk til offisiell status. Samtidig har myndighetene lagt vinn på å fremstå som bredt inkluderende i forhold til de ulike befolkningsgruppenes bidrag til den sydafrikanske felleskultur. Et eksempel på dette er hvordan boer-folkets “nasjonalidrett” rugby er blitt omfavnet og opphøyet til hele nasjonens felles stolthet og kulturarv.

Betegnelsen “The Rainbow Nation” henspiller således ikke bare på de ulike befolkningsgruppenes ulike hudfarve, men like mye på det kulturelle mangfold som disse representerer og bidrar med. Ikke desto mindre er Syd-Afrika idag fortsatt et samfunn som bærer preg av dype kulturelle gruppemessige skiller.

- *Økonomiske utviklingstrekk*

Utviklingen på det *økonomiske* område har vært nært knyttet til utviklingen på det sosiale område – også i så måte har man kunnet snakke om en “første-verden-økonomi” (som har omfattet den hvite befolkning) omgitt av en “tredje-verden-virkelighet” (samfunnet forøvrig).

Oppdagelsen av de rike diamantforekomster i 1860-årene og enda rikere gullforekomster i 1880-årene gav støtet til omformingen av et tradisjonelt agrarsamfunn til et samfunn hvor

gruvedriften ble grunnlaget for en stor verdiskapning med enorme eksportinntekter, etter hvert også en betydelig industrialisering. Den økonomiske veksten kunne næres av en tilnærmet ubegrenset tilgang på billig ufaglært sort arbeidskraft. Samtidig skulle lovfestede begrensninger på eiendomsrett til land og til utøvelse av yrker som krevde fagutdannelse, bli en vidtgående hindring for den sorte befolknings deltagelse i økonomien. Denne delen av rasepolitikken skulle dermed indirekte også bli en vesentlig hemsko for landets økonomiske vekst og utvikling. Spesielt under Nasjonalistpartiets regjeringstid ble det også ført en sterkt dirigistisk politikk, med omfattende statlige inngrep i næringsliv og arbeidsliv (Skagestad, O.G. 1974).

Den tiltagende internasjonale isolering inkl. investeringstørke og økonomiske og handelspolitiske straffetiltak, medførte gjennom 1970-80-årene en gradvis svekkelse av landets økonomi (som samtidig antok karakter av beleiringsøkonomi) - noe som igjen trolig bidro til avviklingen av den hvite mindretallsbefolkningens politiske maktmonopol.

Tidsrommet etter 1994 har vært preget av en liberalisert markedsøkonomi, som sammen med en ryddig håndtering av statens finanser har bidratt til å skape ny økonomisk vekst og muliggjort en større sosial mobilitet. Samtidig består fortsatt dyptgående økonomiske problemer, blant annet vedvarende stor arbeidsløshet. Sammen med de store sosiale ulikheter, den kraftige befolkningsvekst, stor innvandring fra andre fattigere afrikanske land og en betydelig utvandring av den gjennomgående høyt kvalifiserte yrkesaktive del av landets hvite befolkning, skaper dette en situasjon med store økonomiske utfordringer.

- *Veksten i offentlig sektor og det offentlige byråkrati*

Et forhold som springer en i øynene når man betrakter samfunnsutviklingen i Syd-Afrika siden 1910 under ett – politisk, sosialt, kulturelt og økonomisk – er den store vekst som har funnet sted i den offentlige sektor og i det offentlige byråkrati. Dette er et fenomen som kan observeres på nærsagt alle samfunnsområder.

#### **7.5.4 Likheter og forskjeller**

For begge lands vedkommende kan det konstateres at det har funnet sted en utvikling som har medført en sterk omforming av de to lands samfunn, som pr. 2009 fremstod som vesentlig annerledes enn hva tilfellet var hhv. i 1855 og 1910. Mest radikale har kan hende endringene vært for Syd-Afrikas vedkommende, iallfall utviser selve utviklingsforløpet en større grad av dramatik og skarpe kursendringer enn hva forholdet har vært for Norges vedkommende, hvor utviklingsforløpet utviser en større grad av kontinuitet med gradvise og skrittvis endringer. Det er således ikke tale om noen åpenbart parallelle utviklingsbilder.

Det er heller ikke tale om to (innbyrdes ulike) utviklingslinjer som har ført frem til to samfunn med markert tydeligere innbyrdes likheter. Fortsatt fremstår Norge og Syd-Afrika som to markert ulike samfunn – politisk, sosialt, kulturelt og økonomisk.

Samtidig er det enkelte dimensjoner ved samfunnslivet hvor utviklingen har medført mer klart observérbare *likhetstrekk*, hvor særlig følgende skal bemerkes:

- Øket folkelig deltagelse i samfunnslivet, inkl. i politikk og i sivilsamfunn
- Større sosial mobilitet, svekkelse av klasseskiller og hierarkisk sosial lagdeling
- Høynet status for “folkelige” kulturuttrykk
- Utvidede grenser for moralske og verdimeslige normer inkl. sosialt akseptable adferdsnormer
- Et generelt sterkere innslag av populærkulturelle uttrykk (så som popmusikk og motetrender) som bærer preg av internasjonal påvirkning – hva man kan kalle en “globalisert felleskultur”
- En generelt sterkt utvidet offentlig sektor, med tilhørende sterk vekst i det offentlige byråkrati og et aktivt offentlig engasjement på nærsagt alle samfunnsområder – politisk, sosialt, kulturelt og økonomisk

Dette er dimensjoner ved samfunnsutviklingen som også avspeiles i utviklingen med hensyn til motivsammensetningen i de to lands frimerkeutgivelser, jfr. Kap. 7.3, herunder spesielt kap. 7.3.2.

***Dette er et forhold som samtidig umiddelbart synes å underbygge den tesen som ble fremlagt i Kap. 4.2 hva spesielt angår sammenhengen mellom samfunnsutvikling og utviklingen med hensyn til motivsammensetning.***

Hvorvidt det samme gjelder for sammenhengen mellom samfunnsutvikling og utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum, er kanskje ikke umiddelbart like opplagt?

Her har vi å gjøre med en sammenheng av mer indirekte art, men som ikke desto mindre er like reell: *Det vil i praksis knapt være mulig å frembringe en vesentlig øket motivsammensetning uten samtidig å øke utgivelsesvolumet.* Nettopp den sterkt økte bredden i motivsammensetning (som vi altså har fastslått at korrelerer med samfunnsutviklingen) må nærmest med naturnødvendighet også være en drivkraft som forårsaker den store økningen i utgivelsesvolum.

***Dette er et forhold som likeledes kommer til uttrykk på samme måte i begge de to land, og som følgelig vil anses å bekrefte den tesen som ble fremlagt i Kap. 4.2 hva spesielt angår sammenhengen mellom samfunnsutvikling og utviklingen med hensyn til utgivelsesvolum.***

Vi har imidlertid tidligere (Kap. 6.1, se **Diagram 1 a** og **1 b** og **Diagram 2 a** og **2 b**, samt mer spesielt Kap. 7.1.2 og 7.1.3, se **Diagram 3**) også notert en iøynefallende *ulikhet* mellom økningen i utgivelsesvolumet i de to land, nemlig at denne økningen utviser en vesentlig brattere stigningskurve i Syd-Afrika enn i Norge, og at dette fremfor alt gjelder den siste 20-årsperioden 1990-2009. Jevnført med det som ovenfor er anført vedrørende samfunnsutviklingen i Syd-Afrika, er det nærliggende å trekke den slutning at både motiv- og volumutviklingen etter 1993 reflekterer et oppdemmet eksponeringsbehov med hensyn til sider av samfunnslivet som landets nye makthavere kan ha ment at ikke ble viet tilstrekkelig oppmerksomhet under apartheid-regimet.

## Kap. 8 - Tolking av de observerte sammenhenger/ korrelasjoner

### 8.1 Observasjoner

- I det foregående har vi observert – og påvist – hvordan de samme generelle trender (sterk, tildels aksellererende økning i nye frimerkeutgivelser til tross for et tilsvarende redusert postalt behov, kombinert med en samtidig sterk – tildels aksellererende – økning i bredde og mangfold av frimerkemotiver) har funnet sted i to samfunnsmessig svært ulike land.
- Vi har videre observert – og påvist - hvordan disse generelle trendene samtidig viser en klar korrelasjon med generelle og sentrale trekk ved samfunnsutviklingen, samt at disse trekkene utviser vesentlige innbyrdes likheter mellom de samme to land.

Hvordan kan disse sammenhengene eller korrelasjonene forstås?

Foreliggende studie pretenderer ikke å gi noe(n) endelig(e) svar i så måte, men vil uten videre legge til grunn at slike svar *ikke* vil kunne være å finne i snevre forklaringsmodeller – dertil er helhetsbildet altfor sammensatt og mangefasettert. Dette betyr blant annet at det har formodningen mot seg at disse sammenhengene eller korrelasjonene utelukkende eller hovedsakelig vil være forårsaket av forhold eller faktorer som er unike for våre to kasus – Norge og Syd-Afrika. Vi vil med andre ord *se bort bort fra at våre funn kan forklares ved aktør-spesifikke egenskaper* alene. Her vil derfor nøkkelen til en nærmere forståelse måtte ligge i mer *almene* samfunnsmessige lovmessigheter og sammenhenger med et mer eller mindre uttalt sosialpsykologisk tilsnitt.

Hvilke lovmessigheter og sammenhenger dette kan dreie seg, er ikke umiddelbart innlysende. Et rimelig trygt postulat tør være at vi har å gjøre med forhold som fruktbart vil kunne beskrives, analyseres og forklares under flere, ulike samfunnsfaglige innfallsvinkler og forståelsesrammer. De tolkninger som målbæres i det etterfølgende, foregir således ikke å være uttømmende eller ekskluderende i forhold til andre mulige paradigmer, men er i sin essens et uttrykk for en eksplorativ tilnærming til materien.

### 8.2 Læresetninger fra økonomisk teori

Nyttige verktøy til forståelse av disse korrelasjonene kan hentes fra den flora av lover, regler, paradokser og teoremer som er formulert innen økonomisk teori – spesielt hva angår slike som opererer i grenseflaten mot samfunnsvitenskapene forøvrig. Således kan særlig følgende – gjengitt i popularisert kortform - nevnes (Dedekam 2008):

- *Adam Smiths lov om egeninteresse*: ”Produsentene i en markedsøkonomi vil i egeninteresse justere sin produksjon slik at den er i overensstemmelse med konsumentenes ønsker”.
- *Greshams lov*: ”Dårlige penger fortrenger gode”.
- *Loven om avtagende grensenytte*: ”Konsumerer du mer av et gode, øker din totale nytte, men etter hvert som du konsumerer mer og mer av godet, øker din totale nytte mindre og mindre”.
- *Loven om stigende tilbud*: ”Når prisen på et gode stiger samtidig som alt annet er likt (*ceteris paribus*), stiger også tilbudet av godet”.
- *Loven om tilbud og etterspørsel*: ”I et fritt marked vil prisen bevege seg mot et nivå hvor det kjøperne etterspør akkurat svarer til det selgerne tilbyr, slik at likevektsprisen bestemmes av skjæringen mellom tilbudskurven og etterspørselskurven”.
- *Marshall's lov*: ”Når prisen på et gode stiger samtidig som alt annet holdes konstant (*ceteris paribus*), etterspørres mindre av godet”.
- *Says lov*: ”Tilbudet skaper sin egen etterspørsel”.
- *Parkinsons lov*: ”Ethvert arbeid fyller den tiden som er satt av til å utføre det”.
- *Den tredje økologiske lov*:<sup>69</sup> ”Det finnes ingen gratis lunch” (alternativt ”Alt har sin pris”).

Den umiddelbare relevans for det foreliggende kasus av slike økonomiske læresetninger vil riktignok variere. Mer spesielt kan man således merke seg at både *Adam Smiths lov om egeninteresse* og *Loven om tilbud og etterspørsel* uttrykkelig forutsetter et fritt marked. Dette er åpenbart en forutsetning som definitivt ikke er tilstede med hensyn til frimerkeutgivelser, hvor de statlige utgivelsesmyndighetene har fullkomment monopol i vedkommende land. Det betyr likevel ikke at de underliggende prinsipper eller årsakssammenhenger som er nedfelt i disse to lovene, er ugyldige. Tvertimot må nettopp disse to lovene – slik de populært (og som gjengitt ovenfor) er formulert – med fordel kunne betraktes som spesialtilfeller av mer almene årsakssammenhenger hva angår årsaks- og virkningsrelasjoner i mellommenneskelige interaksjoner, hvor nettopp forholdet mellom tilbud og etterspørsel av et gode (det være seg en vare, en tjeneste eller immaterielle verdier) alltid vil være en sentral drivkraft. I et slikt bilde vil likeledes *Loven om avtagende grensenytte*, *Says lov* og (i visse henseender) *Greshams lov* og *Parkinsons lov* bidra til å gi nyttig tilleggsforståelse av den dynamikken som vil gjøre seg gjeldende.

Anvendt på fenomenet frimerkeutgivelser (hva angår veksten i utgivelsesvolum og motivsammensetning) ser vi således følgende faktorer i virksomhet:

- *Loven om tilbud og etterspørsel*

Fraværet av et fritt marked betyr at lovens forutsetning med hensyn til prisdannelse er satt ut av spill, - prisen dikteres av monopolisten. Prisen vil imidlertid påvirke etterspørselen, som i sin tur vil kunne ha konsekvenser med hensyn til tilbudet (jfr. *Adam Smiths lov om egeninteresse*). Det vil således uansett bestå et innbyrdes forhold

---

<sup>69</sup> Æren for å ha innført betegnelsen ”Den tredje økologiske lov” skal tilskrives den mangeårige pris- og konkurransedirektør Egil Bakke (lansert i forelesning for Utenrikdepartementets aspirantkurs høsten 1975).

(pervertert eller ei) mellom tilbud og etterspørsel. Med innføringen av frimerket som postal betalingskittering ble det samtidig skapt et attraktivt samlereobjekt, og følgelig en potensielt betydelig etterspørsel. Fordi leverandøren (dvs. de enkelte lands postmyndigheter) var monopolist – i posisjon til å øke tilbudet, og uten noen tilstrekkelig tungtveiende motiver til å begrense tilbudet - kunne denne etterspørselen generere et øket tilbud, som igjen resulterte i ytterligere etterspørsel fra samlere som ønsket å oppdatere eller komplettere sine samlinger (jfr. *Says lov*). Følgelig kunne det oppstå en vekselvirkning mellom stadig gjensidig vekst i tilbud og etterspørsel, som igjen medførte en stadig økning både i utgivelseshyppighet (volumøkning) og med hensyn til motivsammensetning. Vi har således å gjøre med en dynamikk som *både* er tilbudsrevet og etterspørselsrevet. Konsekvensen har dermed blitt en utvikling hvor utgivelsesmyndighetenes eventuelle evne og vilje til å utøve selvdisiplin er blitt den eneste effektive begrensende faktor – en faktor hvor imidlertid produsentens *egeninteresse* vil kunne spille en viss rolle.

- *Grådighet vs. egeninteresse*

Utgivelsesmyndighetenes *grådighet* er således en faktor som et stykke på vei holdes i tømme av et minstemål av selvdisiplin. Et viktig hensyn i så måte er *omdømme-effekten*: Ønsket om å unngå å bli identifisert med “Bananrepublikk-syndromet” (jfr. Kap. 3.2.2). At dette er et relevant og viktig hensyn kan illustreres ved hvordan Posten Norge – øyensynlig iallfall tildels mot bedre vitende – har klynget seg til forestillingen om at man fører en ”konservativ”, ”moderat”, ”seriøs” eller ”edruelig” utgivelsespolitikk (jfr. Kap. 3.2.1). I bunnen av denne effekten ligger således produsentens *egeninteresse* (ønsket om ikke helt å skjemme seg ut) – jfr. *Adam Smiths lov om egeninteresse*. At vi har å gjøre med en monopolsituasjon og dermed ikke et fritt marked, begrenser riktignok effekten av denne loven (konsumentenes ønsker kan lettere neglisjeres), men det betyr ikke at effekten ikke er tilstede. Likeledes vil *Loven om avtagende grensenytte* kunne forventes å bidra til en tilsvarende effekt: Dersom ubegrenset øket tilbud av varen (stadig nye frimerkeutgivelser) gir konsumentene (*in casu* samlersmarkedet) følelsen av en stadig avtagende tilleggsverdi, vil dette også kunne skape en viss erkjennelse hos utgivelsesmyndighetene av at overdrivelse kan være kontraproduktivt og uforenlig med deres rasjonelle egeninteresser.

- *Says lov*

I sin ordlyd “Tilbudet skaper sin egen etterspørsel” er *Says lov* nærmest selvforklarende. Hva mer er, den passer trolig bedre på frimerkeutgivelser enn på noe annet saksområde: I et “normalt”, noenlunde fritt marked vil det typisk være flere konkurrerende leverandører av samme vare eller varetype, samt leverandører av andre alternative (og konkurrerende) varettyper. For en gitt tilbyder vil det da kunne være en krevende utfordring å presentere sitt tilbud så attraktivt at det faktisk – som loven stipulerer - vil skape sin egen etterspørsel. Som monopolist og tilbyder av en vare som konsumenten bare *må ha*, er utgiveren av nye frimerker i en annen situasjon. Han er sikret avsetning – og til en pris han selv fastsetter – nærsagt uansett hvor store

kvanta av nye utgivelser han måtte finne for godt å tilby markedet. Man behøver ikke ty til noen grådighets-faktor for å forklare hvorfor – og hvordan – dette vil avstedkomme et konstant press i retning av et stadig større utgivelsesvolum, noe som igjen vil virke befordrende på en utvikling i retning av et øket mangfold med hensyn til motivsammensetning.

- *Grådighetsprinsippets avlegger: Greshams lov*

Selv om produsentens (utgivelsesmyndighetenes) egeninteresse skulle mane til en viss tilbakeholdenhet og bevisst moderasjon, vil effekten av *Greshams lov* slå motsatt ut. Denne effekten – at ”dårlige penger fortrenger gode penger” – finner man igjen i en rekke sammenhenger hvor publikum står overfor et utvalg goder som nominelt har samme verdi, men hvor den reelle verdi er ulik. Folk vil da hamstre de fullverdige eksemplarene – og derved skape kronisk mangel på disse – mens det blir overflod av mindreverdig stoff. *Greshams lov* viser altså hvordan denne effekten slår ut på *etterspørselssiden*. Men loven har samtidig en forutsetning på *tilbudssiden* i form av en situasjon hvor leverandøren har falt for fristelsen til å slå underlødige mynt eller la seddelpressen gå på høygir. Eller, når det gjelder frimerkeutgivelser, falt for fristelsen til å forsyne samlermarkedet med ”wallpaper stamps”. (Bemerk at vi her således ikke snakker om *Greshams lov* som en eventuell årsaksfaktor, men at loven manifesterer seg som en *virkning* av en inflatorisk utgivelsespolitikk).

- *Parkinsons lov og det offentlige byråkrati*

I utgangspunktet kan *Parkinsons lov* synes å ha liten umiddelbar relevans for et lands utgivelsespolitikk med hensyn til frimerker. Loven – og spesielt i dens avledede eller spesifikke versjoner – tilsier imidlertid at det i ethvert byråkrati vil gjøre seg gjeldende en egendynamikk i retning av øket produksjon (ikke å forveksle med produktivitet eller lønnsomhet) som betinger tilførsel av flere ressurser, inkl. personellmessige, som genererer stadig nye oppgaver for hverandre - noe som igjen skaper behov for tilførsel av nye ressurser for å utføre den stadig voksende oppgavemengde, osv. – med andre ord en selvforsterkende prosess. For den delen av en stats byråkrati som er engasjert i eller sysselsatt med frimerkeutgivelser blir dette en dynamikk som inspirerer til virketrang med tilhørende kreativitet. Slik virketrang og kreativitet vil konkret best kunne komme til uttrykk i at det lanseres og realiseres stadig flere nye forslag til frimerkeutgivelser – noe som leder til økning i volum såvel som motivmessig mangfold.

- *Den tredje økologiske lov*

Dette er loven som i all sin enkelthet sier av alt har sin pris, eller i dens engelskspråklige populærversjon: ”There ain’t no such thing as a free lunch!” Anvendt på foreliggende øvelse betyr dette at begge hovedgrupper aktører i markedet – utgivelsesmyndighetene såvel som samlerne – må vurdere sine respektive handlingsrom i lys av kostnadsdimensjonen. Fra samlersiden betyr dette at selv om tilbudet måtte øke ubegrenset, vil man ikke (til tross for *Says lov*, jfr.

over) være i stand til å opprettholde en etterspørsel på tilsvarende nivå. Fra utgivelsesmyndighetenes side vil det (iallfall idéelt) bety en erkjennelse av at en hemningsløs utgivelsespolitikk vil kunne skape en oppgitthet som kan virke ødeleggende på samlermarkedet og derved være i strid med tilbyderens egeninteresser. Vi har mao. å gjøre med en en dynamikk nært beslektet med den som følger av *Loven om avtagende grensenytte* (jfr. foran) og som gir en dempende effekt via-à-vis *Grådighetsprinsippet*.

### 8.3 Andre forklaringsvariabler

Økonomiske læresetninger kan gi et nyttig bidrag til forståelsen av de dynamiske faktorer som gjør seg gjeldende vedrørende de tilsynelatende lovmessigheter som preger frimerkeutgivelser med hensyn til volumutvikling og utviklingen i motivsammensetning, men kan vanskelig utgjøre noe tilnærmedesvis fullstendig forklaringsgrunnlag i så måte.

En alternativ eller helst supplerende innfallsvinkel til forståelsen av de observerte sammenhenger vil kunne være å peke på overordnede fellestrekk ved samfunnsutviklingen i den moderne verden (dvs. generelle trender gjennom de siste 100-150 år), samt ta i betraktning observasjoner av alment samfunnsmessig – inkl. sosialpsykologisk – karakter.

- *Endringer i statsmaktenes roller og samfunnsmessige oppgaver*

Det mest fremtredende trekk i så måte er den store – tildels enorme – utvidelsen av hva som gjengs oppfattes som offentlige (statlige eller kommunale) oppgaver. Dette er et fenomén som så å si uten unntak går igjen verden over, tilnærmet uavhengig av hvilke merkelapper (det være seg kapitalistiske, sosialistiske, diverse “tredje verden”-typer) man forøvrig måtte sette på de respektive samfunnsmodeller som vi har å gjøre med. Det betyr ikke at det ikke finnes både gradforskjeller og vesensforskjeller mellom totalitære og mer eller mindre åpne eller liberale samfunn, men også i de fleste land av sistnevnte kategori har de overordnede tendenser til utvidelse av statens oppgaver vært merkbare.<sup>70</sup> I tillegg til virksomheter som tradisjonelt har vært oppfattet som statens domène eller dens kjerneoppgaver, har trenden særlig gått i retning av å inkludere ulike sosiale velferdsordninger (“velferdssamfunnet”), en virksomhet som i stort monn også har blitt utvidet til å omfatte finansielle støtteordninger til virksomheter som i utgangspunktet er organisert i det bredere sivilsamfunnet (frivillige organisasjoner, fritidsaktiviteter). Særlig i velferdssamfunn som Norge (som ikke gjør krav på status som “totalitært”) har det vært pekt på tendenser til uttalte forventninger til offentlige leveranser av tjenester av art og omfang som har avstedkommet betegnelser som “klientsamfunnet”, “den terapeutiske stat” og en stat som “skal være alt for alle”. Denne utviklingen kan man se reflektert i

<sup>70</sup> Her beskrives dette fenoménet som et faktum, uten at dette er stedet for noen mer inngående begrunnelse, analyse eller forklaring på hvorfor denne effekten gjør seg gjeldende. Forfatteren av foreliggende studie er imidlertid av den oppfatning at dette er et fenomén som ikke primært kan forklares utifra forhold som har å gjøre med politisk ideologi, men som snarere er en funksjon av offentlige byråkratiers selvforsterkende egendynamikk, jfr. omtalen foran av Parkinsons lov.



et utall av sammenhenger og på ulike budskapsplattformer - for frimerkers vedkommende også med hensyn til utgivelsesvolum såvel som motivsammensetning. Dette betyr dermed også at selve det forhold at frimerkeutgivelser er et medium for politisk massekommunikasjon, også har fått konsekvenser for utgivelsespolitikken – hvor det mest interessante element nettopp er den sterke og vedvarende økningen både med hensyn til utgivelsesvolum og hva angår motivmangfold.

- *Globaliseringen*

Et kjennetegn ved den såkalte “globaliseringen” er hvordan fremfor alt den dramatiske utviklingen med hensyn til informasjons- og kommunikasjonsteknologi medfører at de samme globale trender slår inn i ellers ulike samfunn, som dermed antar karakter av å være deler av den ene, store ”globale landsby”. Ovenstående beskrivelse av endringer i statsmaktenes roller og samfunnsmessige oppgaver kan således samtidig betraktes som en beskrivelse av et globaliseringsfenomén. I et slikt perspektiv blir de analoge utviklingsbilder med hensyn til frimerkeutgivelser som vi har observert i Norge og Syd-Afrika å betrakte som eksponenter for en bredere global trend.

- *Flokksyndromet og “Bjellesau-effekten”*

Liksom mennesket i et evolusjonært perspektiv gjerne beskrives som et flokkdyr, er det et vel kjent fenomen at ikke bare individer, men også mer eller mindre løst sammensatte grupper og menneskeskapte sammenslutninger – organisasjoner, inkl. stater – også kan opptre i flokk. I en flokk vil det være en tilbøyelighet til at de fleste ser seg over skulderen for å observere – og så kopiere – andres adferd. Kun de færreste vil være tilbøyelig til å ønske å skille seg ut på iøynefallende vis – det være seg som ”spydspiss” (trendsetter eller foregangsmann) eller som ”sinke”. Er flokken i bevegelse, vil de fleste dilte med – hovedsakelig i samme retning og med den samme fart som de øvrige. Farten og retningen vil være en følge av den eller de bevegelser som flokkens toneangivende individ(er) – ”bjellesauen(e)” – måtte foreta, hva enten disse er bevisst gjennomtenkte eller ei. Så også med stater: Når en internasjonal trend først er etablert som toneangivende, vil den adopteres av stadig flere. Denne effekten, hva enten man måtte kalle den ”flokksyndromet” eller ”bjellesau-effekten”, er samtidig også en underliggende drivkraft i globaliseringen. Anvendt på temaet frimerkeutgivelser er dette poenget at hverken norsk eller sydafrikansk utgivelsespolitikk har vært utformet i et vakuum, men i et stadig mer globalisert aktørmiljø hvor de toneangivende internasjonale impulser og inspirasjoner plukkes opp og adopteres.

- *Forventningspress vs. selvdisciplin*

Utgivelsesmyndighetenes rulleblad med hensyn til tidligere frimerkeutgivelser er et forhold som skaper forventninger – og dermed et visst forventningspress – med hensyn til å følge opp med flere bragder. Dersom landets Postvesen først har gått med på å utgi en serie vakre frimerker i anledning av Innvikforeningens 100-årsdag, blir det vanskelig å si nei til å gjøre det samme når Utværforeningens jubileum står for

døren. Jo flere åremål, frivillige organisasjoner og ”gode formål” som markeres og hedres på denne måten, desto sterkere blir presset fra andre presumptivt verdige libehabere for at også deres hjertesaker eller preferanser må bli tilsvarende tilgodesett. Jo flere bladvotter, bringebær og brennmaneter som får pryde frimerkenes billedflater, desto mer sannsynlig vil det komme krav om at det også utgis frimerker som fremviser raggsokker, stikkelsbær og kråkeboller. Å stå imot slikt forventningspress krever fasthet og selvdisciplin fra de bestemmende utgivelsesmyndigheters side. Disse vil befinne seg under et visst krysspress, hvor ulike incentiver vil spille inn i den ene eller annen retning. I det store og hele vil imidlertid hovedtendensen være at grenser gradvis flyttes – i retning av en utgivelsespolitikk som erfaringen har vist at betyr både et økende utgivelsesvolum og et tilsvarende økende motivmangfold.

- *Murphy's lov*

*Murphy's lov* postulerer at ”Hvis noe kan gå galt, så vil det også gjøre det (og fortrinnsvis på det verst tenkelige tidspunkt)”. Denne ”loven” er stundom blitt oppfattet som en kvikk spissformulering, overdrivelse, fleip eller rett og slett overtro (Hernes 1980). I realiteten er den ingen av delene, men et uttrykk for hva vi alle – enten ved nøktern statistisk sannsynlighetsberegning eller ved bitter egenerfaring – alltid har kunnet konstatere. Grunnen til at det må være slik, er at av alle tenkelige og mulige utfall av en ”sak” (herunder enhver form for mellommenneskelig interaksjon) vil normalt kun ett, eller et ytterst lite fåtall, være ”riktige” i samsvar med fasiten, mens alle andre utfall dermed vil være mer eller mindre ”gale”. Når det likevel har seg slik at alt slett ikke alltid faktisk går galt, skyldes dette at folk flest i sin normale adferd – bevisst eller ubevisst – tar hensyn til Murphy's lov og tar de nødvendige forholdsregler i tide (gjerne benevnt ”kvalitetssikring” eller ”føre-var-prinsippet”). Så til saken: Hva har dette med frimerkeutgivelser å gjøre? Svaret er at for hver enkelt feilvurdering som foretas (hvilket nødvendigvis alltid – før eller siden – vil forekomme), skapes en ny presedens, hvor grenser flyttes og nye muligheter åpnes opp. Denne utviklingen går bare én vei – den kan (midlertidig) stoppe – men ikke reverseres: En erfaring som allerede er vunnet, kan i verste fall glemmes, men ikke gjøres om til en anti-erfaring. Dette betyr at for hver gang et lands utgivelsesmyndigheter – forsettlig eller ved en ”glipp” - flytter grensene for hvor mange frimerkeutgivelser som foretas f.eks. i løpet av et år, eller for hvor mange og hva slags typer motiver som skal pryde frimerkenes billedflater, skjer en ny omdreining i en utvikling som går i én og samme retning.

## 8.4 Tolking av de observerte sammenhenger/korrelasjoner: Tentative konklusjoner

Som anført flere steder i det foregående, er de observasjoner som beskrives i foreliggende studie, mer egnet som utgangspunkt for å stille fruktbare spørsmål heller enn som grunnlag for å trekke bastante konklusjoner. Når så er sagt, ville det være feilslått beskjedenhet å

unnlate å peke på enkelte funn og målbare enkelte betraktninger som samtidig må kunne betegnes som tentative konklusjoner.

Sammenfatningsvis skal følgende nevnes:

- Frimerkeutgivelser – og mer presist de motiver som pryder frimerkenes billedflater – benyttes i utstrakt grad som medium for samfunnsmessig kommunikasjon, herunder i betydningen politisk massekommunikasjon. Effekten av denne bruken – først og fremst hva angår grad av påvirkning på folks holdninger eller adferd – er imidlertid uviss.
- Frimerkeutgivelser – herunder volumutvikling, motivutvikling samt andre forhold som over tid inngår i begrepet utgivelsespolitikk – kan langt på vei betraktes som en funksjon av samfunnsutviklingen generelt, og som et speilbilde av denne.
- I hvilken grad det også skjer en vekselvirkning – dvs. at frimerkeutgivelser påvirker samfunnsutviklingen forøvrig, er et spørsmål som får stå åpent – det foreligger ingen sikre funn som gir holdepunkter for å anta at en slik påvirkningseffekt er mer enn marginal.
- Som utgangspunkt ble den antagelse lagt til grunn, at det over tid har skjedd en økning i utgivelsesvolum såvel som mht. motivmangfold – en antagelse som viser seg å holde stikk. Dette forholdet gjør seg gjeldende i så høy grad at det bærer preg av en lovmessighet, i den forstand at vi vil kunne finne samme mønster ved studiet av et vilkårlig utvalg andre land gjennom sammenlignbare tidsperioder.
- Det er intet som tyder på at økningen i utgivelsesvolum og med hensyn til motivmangfold har skjedd som følge av eksistensen av noen overordnet eller bakenforliggende plan – det være seg av konspiratorisk art, nedfelt i noe politisk eller ideologisk program eller ved noen annen form for organisert planmessighet – ei heller blitt drevet frem av bevisste aktører i samsvar med bestemte målsettinger i så måte.
- Det er samtidig intet som tyder på at ovennevnte preg av lovmessighet kan tilskrives snevre årsakssammenhenger eller éntydige forklaringsvariabler.
- Frimerkeutgivelers funksjon som samfunnsmessig budbringer – herunder i betydningen medium eller instrument for politisk masskommunikasjon – er i seg selv et forhold som har bidratt til å drive frem og opprettholde den tilsynelatende lovmessig vedvarende økningen i utgivelsesvolum og motivmangfold.
- De årsakssammenhenger som er observert og påvist, har gjennomgående karakter av medvirkning av og interaksjon mellom en rekke – tildels ulike, tildels innbyrdes beslektede – samfunnsmessige mekanismer, inkludert slike som er beskrevet i Kap. 8.2 og Kap. 8.3. Det er den samlede effekt av disse som kommer til syne i de utviklingsbilder som fremviser den tilsynelatende lovmessige økningen med hensyn til såvel utgivelsesvolum som motivmangfold.

Det er forfatterens oppfatning at disse tentative konklusjoner - sammen med de innsamlede og bearbejdede data, observasjoner, faktabeskrivelser og delforklaringer som ligger i bunnen - tør danne et fruktbart grunnlag for videre forskning på de problemstillinger som her avtegner seg.

## OPPSUMMERENDE EPILOG

Ethvert frimerke har en historie å fortelle – uansett om utgiveren har hatt et bevisst ønske om det eller ei. Dette gjelder selv merker med de tilsynelatende mest anonyme, intetsigende eller kjedelige billedflater, jfr. Kap. 2.1.3. Også disse bringer et vell av informasjon, som vi gjerne kan sammenfatte i ordet ”budskap”, ”narrativ” eller ”fortelling”. Og vi snakker om fortellinger med en tilnærmet ubegrenset variasjonsrikdom, samtidig som vi i så henseende kan registrere visse mønstre som går igjen – i tid og i rom.

Jeg har kalt den foreliggende tekst en ”komparativ og dynamisk studie”.

*Komparativ* fordi den sammenligner trekk ved frimerkeutgivelser - herunder spesielt hva slags budskap som kan leses ut av motivene som pryder billedflatene – i to på mange måter svært ulike land og samfunn, henholdsvis Kongeriket Norge og Republikken (tidligere Unionen) Syd-Afrika.

*Dynamisk* fordi den tar for seg utviklingen hva angår det samme tema over tid med hensyn til to parallelle og sammenlignbare – om enn ikke helt sammenfallende – tidsperioder, henholdsvis 1855-2009 for Norges vedkommende og 1910-2009 for Syd-Afrikas vedkommende.

Et hovedtrekk ved de fortellingsmønstre som avtegner seg, er den store ulikheten mellom de relativt enkle fortellinger som kommer til uttrykk ved de tidligste frimerkeutgivelser, sammenlignet med den tematiske bredde og sterkt endrede perspektiv og vektlegging i de fortellingene som målbæres i frimerkeutgivelsene i moderne tid. Dette gjelder for begge de to land, og det kommer til uttrykk på svært lik måte.

Denne endringen i tematisk bredde, perspektiv og vektlegging har – tilsynelatende paradoksalt - skjedd parallelt med en utvikling hvor frimerket i dets opprinnelige funksjon som kvittering for forhåndsbetalt postforsendelse har mistet svært mye av sin betydning og relevans, samtidig som utgivelsen av stadig nye frimerker har utvist en stadig mer bemerkelsesverdig volumøkning. Tilsynelatende paradoksalt, men likevel forklarlig i lys av hvordan frimerkeutgivelser har kommet til å tjene nye og utvidede funksjoner – hvorav vi spesielt har sett på funksjonen som *samfunnsmessig budbærer*. Dette er en funksjon som har en rekke aspekter og dimensjoner, jfr. vår drøftelse i Kap. 1.3.2.

Samtidig har vi sett at – og hvordan – de motiver som pryder frimerkenes billedflater samlet gir et speilbilde av samfunnet som helhet.

*Utviklingen* med hensyn til utgivelsesvolum og motivsammensetning blir dermed også et *mål på selve samfunnsutviklingen*. Dette er ingen oppsiktsvekkende konklusjon – snarere en bekreftelse på de antagelser og forventninger som ble antydnet i Kap. 1.3.2.

Hvorvidt foreliggende studie måtte ha frembrakt epokegjørende vitenskapelige nyvinninger, er et spørsmål som jeg trygt kan overlate til andre å vurdere. Oppsummeringsvis skal likevel følgende hovedpoenger fremholdes:

- Som nevnt i studiens **Innledning Del 1** har formålet med foreliggende skrift vært å avdekke om det kan sies noe meningsfylt om frimerkemotivenes funksjon som medium for samfunnsmessig kommunikasjon – nærmere bestemt i betydningen *politisk massekommunikasjon*.
- Mitt anliggende har videre vært å påpeke, avdekke og belyse sammenhenger som kan bidra til å frembringe en utvidet forståelse av et fenomen som har trekk som i bred forstand (i tid og rom, og i generelle henseender) avspeiler samfunnet.
- Ambisjonen, som i all beskjedenhet har pekt på nye, ennå ikke oppgatte spor innen faget, har samtidig vært å bidra til å utvide det statsvitenskapelige perspektivet på denne tematikken til å omfatte politisk massekommunikasjon i betydningen påvirkningsprosesser gjennom vedvarende eller permanent budskapsformidling ved institusjonalisert énveis-kommunikasjon.
- Mer konkret er det også mitt håp at dette kan inspirere til fruktbare spørsmåls- og problemformuleringer og analyser, samt til å identifisere ytterligere forskningsoppgaver.

I tillegg er håpet at fordypning i denne studien og i de forhold og problemstillinger som denne drøfter, også kan bibringe leseren en øket - og utbytterik – tilegnelse av kunnskap og innsikt hva gjelder de land (geografi, historie, samfunnsforhold) som man ellers måtte fatte interesse for, spesielt hvis man måtte være så heldig å få sin interesse tent av de fortellinger som landets frimerker kan formidle.

Det skal ikke underslås at forfatteren har nedlagt et betydelig antall arbeidstimer i realiseringen av foreliggende prosjekt. Det ville knapt stå til troende å hevde at man gir seg i kast med en oppgave av dette slag med det ene motiv at det hele skulle være *blott til lyst*. Selvsagt spenner aspirasjonene videre og høyere enn som så. Men en viktig og verdifull drivkraft for å gi seg i kast med en krevende utfordring, er også at man kan gjøre det for ens egen fornøyles skyld. For undertegnede har dette prosjektet vært en fornøyle, og dersom noen lesere skulle ha like stor glede av å lese dette skriftet som jeg har hatt av å skrive det, vil det være desto hyggeligere.

## LITTERATURLISTE

- Aftenposten* 2004. “Dyrt å sende kort langt”, artikkel/reportasje, *Aftenposten* (morgennr.) 5. august 2004, s.2.
- Aftenposten* 2010. “Frimerkesalget halvert”, artikkel/reportasje, *Aftenposten* 24. april 2010 (journalist Ole Magnus Rapp).
- Austin, John L. 1962. “How to do things with words”, The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. Ed. J.O. Urmson, Oxford: Clarendon 1962.
- Barthes, Roland 1964. “Rhetorique de l’image”, *Communications* 4, 1964.
- Barthes, Roland 1968. *Elements of Semiology*.
- Berner, Morten 1997. Lederartikkel i *Frimerkeposten* nr.4, 1997, s.2.
- Berner, Morten 2001. Lederartikkel i *Frimerkeposten* nr.4, 2001, s.5.
- Bourdieu, Pierre 1991. *Language and Symbolic Power*. Polity Press: Cambridge.
- Carpendale, Glen 1984. (Sammen med Slagt, Coen) *Atlas Catalogue of R.S.A.* Pretoria/Johannesburg: 1984. 108 sider.
- Crichton, Michael 1975. *The Great Train Robbery*
- Dedekam, Anders jr. 2008. “Lover, regler, paradokser og teoremer i økonomisk teori”, samlet av prof. Anders Dedekam jr., sist oppdatert 22. desember 2008; <http://home.himolde.no/~dedekam/Samfunnsokonomi/Lovsamling%20uten%20kommentarer.htm> (nedlastet 19.07.2011),
- Fasting, Halvor 2005a. “Godt nytt år!” *Frimerkeposten* nr.1, 2005, s.3.
- Fasting, Halvor 2005b. “Frimerket for fall?” *Aftenposten* (morgennr.) 3. mai 2005.
- Fasting, Halvor 2006. Artikkel i Postens informasjonshefte *Abonnement 2006/2007*, s.2.
- Forrest, Penelope 1984. *Collecting Stamps*. Cape Town.
- Foucault, Michel 1972. *The Archaeology of Knowledge*. Routledge.
- Frimerkeposten* 1995. Artikkel, *Frimerkeposten* nr.4, 1995, s.22.
- Frimerkeposten* 1996. Lederartikkel, *Frimerkeposten* nr.3, 1996, s.4.
- Frimerkeposten* 1997a. Artikkel, *Frimerkeposten* nr.1, 1997, s.16.
- Frimerkeposten* 1997b. Lederartikkel, *Frimerkeposten* (Morten Berner, red.), nr.4, 1997, s.2.

- Frimerkeposten* 1997c. Lederartikkel, *Frimerkeposten* nr.5, 1997, s.2.
- Frimerkeposten* 1999. Artikkel, *Frimerkeposten* nr.5, 1999, s.5.
- Frimerkeposten* 2001. Artikkel, *Frimerkeposten* nr.2, 2001, s.2.
- Frimerkeposten* 2005. Artikkel, *Frimerkeposten* nr.05, 2005, s.12.
- Frimerkeposten* 2006. Intervju med Dag Mejdell, *Frimerkeposten* nr.02, 2006, s.4.
- Frimerkeposten* 2008. "Vi lever for å levere", lederartikkel, *Frimerkeposten* nr.5, 2008, s.5.
- Germeten, Kjell 1999. "Trender i filatelen i det 20. århundre" *Frimerkeposten* nr.5, 1999, s.28.
- Hagen, Per (red.) 1955. *Frimerker som hobby*. Oslo: Chr. Schibsteds forlag.
- Hegge, Per Egil 2004. (Sammen med Sundsbø, Ivar) *Norge komplett 150*. Postens jubiléumbok. Oslo: Forlaget Snorre.
- Hernes, Gudmund 1980. *Hvorfor alt går galt og andre lover for det moderne menneske*. Bergen: Universitetsforlaget.
- Innis, Harold 1950. *Empire and Communication*. Oxford: Clarendon Press.
- Kverme, Eivind 2006. Leserbreve i *Norsk Filatelistisk Tidsskrift*, nr.7, 2006, s.6.
- Lasswell, Harold 1948. "The Structure and Function of Communication in Society", i Lyman Bryson (red.) *The Communication of Ideas*. Harper and Row.
- Leonard, Mark, og Small, Andrew 2003. *Norwegian Public Diplomacy* (ISBN 1-903558-15-8), London: The Foreign Policy Centre.
- McLuhan, Marshall 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- Mejdell, Dag 2006. Konsernsjef i Posten Norge AS i portrettintervju med *Frimerkeposten* nr.02, 2006, s.4.
- Midgaard, Knut 1965a. "Co-ordination in 'Tacit' Games: Some New Concepts" *Cooperation and Conflict* Vol 1, No 2 (juni 1965), s.39-52.
- Midgaard, Knut 1965b. "On Auxiliary Games and the Modes of a Game" *Cooperation and Conflict* Vol 1, No 3 (september 1965), s.64-81.

Midgaard, Knut 1993. *Strategi, politisk kommunikasjon og forhandlinger*. Oslo: Institutt for statsvitenskap, UiO 1993, 384 s.

NFT 2006a. "Fra frimerkets historie" *Norsk Filatelistisk Tidsskrift* nr.2, 2006, s.23.

NFT 2006b. "De der rare merkene... Hva skal barnet hete" *Norsk Filatelistisk Tidsskrift* nr.6, 2006, s.16-19.

NK 2010. *Norgeskatalogen 2010*. 62. utgave, Oslo Filatelistklubb. Oslo: 2009, 468 sider.

Peirce, Charles S. 1868. "Nominalism versus Realism" *Journal of Speculative Philosophy* Vol.II, No.1, St.Louis: 57-61.

Peirce, Charles S. 1887. "Logical Machines" *American Journal of Psychology* 1 (1), 165-170.

*Philatelic Newsletter* 2010. *Philatelic Newsletter – May 2010*, utg. av [www.philatelicfriends.com](http://www.philatelicfriends.com); <https://mail.google.com/mail/?shva=1>.

*Philatelic Services* 2010. *Exploring the Fascinating World of Stamps*; <http://www.sapo.co.za/philatelyimages/ExpStamp.pdf>.

Popper, Karl L. 1972. *Objective Knowledge: An Evolutionary Approach*. Oxford: Oxford University Press.

*Posten* 1986. *Enklest og sikrest: Abonnement på nye frimerker* (Bulletin MMF/1748), april 1986.

*Posten* 1990. *Frimerker er topp – ABC for frimerkesamlere* FF129/1990.

*Posten* 1994. *Norske frimerker i abonnement* (PFT/108), 1994, s.4.

*Posten* 1996. *Frimerkekatalogen 1996*. Postens handlekatalog s.26.

*Posten* 2004. "Bli med og stem på Årets frimerke" *Oss mennesker imellom* nr.4, desember 2004, s.28.

*Posten* 2005. "Frimerket fyller 150 år" *Oss mennesker imellom* nr.3, september 2005, s.18.

*Posten* 2010. *Samlerblad FDC – Nyhet*. 7. april 2010.

PWO 2011. "So Many Stamps" *Philatelic Webmasters Organization*. <http://www.pwmo.org/articles/undesirable-stamps.htm> (nedlastet 18. august 2011).

SACC 2010. *South African Stamp Colour Catalogue 2010/11*. 30<sup>th</sup> Edition. Johannesburg: 2010. 382 sider.

*SA Philatelist* 2010. Paul van Zeyl "The long-awaited SACC is squeaky clean but collector unfriendly" *The South African Philatelist* Vol 86:3, juni 2010, s.81.



*SA Post Office* 2011. *2011/2012 South African Stamp Catalogue*. South African Post Office, Pretoria: 2011. 142 sider.

*SA Stamps Monthly* 1987. "The Writing on the Wall. More and more stamps every year". *SA Stamps Monthly*. Johannesburg: Vol.8, No.4, April 1987, s.25-27.

*SA Stamps Monthly* 1989. "Otto Hornung is warning against 'Flood of Commemoratives' ", *SA Stamps Monthly*. Johannesburg: Vol.10, No.7/8, July/August 1989, s.9-10.

*Setempe* 1996a. *Setempe*. Philatelic Services, S.A. Post Office, Pretoria: Vol.1, No.1, July/August 1996.

*Setempe* 1996b. "Some trends in international philately". *Setempe*. Philatelic Services, S.A. Post Office, Pretoria: Vol.1, No.3, November/December 1996.

*SG* 1986. *Stanley Gibbons Stamp Catalogue* Part 1 – British Commonwealth. 88th Edition (ISSN: 0142-9752, ISBN: 0 85259 109 8), London: 1985.

Skagestad, Odd Gunnar 1974. *Økonomi og politikk i Syd-Afrika: En studie av sentrale frihetsdimensjoner i lys av økonomisk og politisk ulikebehandling*. Forskningsrapport innlevert Universitetet i Oslo april 1974 (ny utgivelse Nordiska Afrikainstitutet, Uppsala, januar 2004); <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/RSA-rapport74.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 1994. *Fisheries Negotiations between Norway and The European Community* (Manual for Simulation Exercise). Kurshefte. Oslo: Statskonsult 1994 (rev. 1998).

Skagestad, Odd Gunnar 1997. *Bilateral Negotiations – A Theoretical Perspective on a Practical Matter*. Introduksjonsforedrag til kurs (simuleringsøvelse/rollespill), Åsgårdstrand 29. september 1997: Statskonsult; <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/SIMEXoct97.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2000. *Norge på terskelen*. Oslo: DirekteForlaget; <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/BokNorgePaaTerskelen2000.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005a. "Frimerket for fall" *Aftenposten* 22. april 2005, s.4; <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1023504.ece>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005b. "Hundreårets øyeblikk" *Farmann Newsletter* (kronikk) Uke 23, 10. juni 2005; [http://www.farmann.no/arkiv/2005/06/hunderets\\_oeye.html](http://www.farmann.no/arkiv/2005/06/hunderets_oeye.html).

Skagestad, Odd Gunnar 2005c. "Hva skal vi med alle frimerkene?" *Farmann Newsletter* (kronikk) Uke 27, 8. juli 2005; [http://www.farmann.no/arkiv/2005/07/farmannkronikke\\_2.html](http://www.farmann.no/arkiv/2005/07/farmannkronikke_2.html).

Skagestad, Odd Gunnar 2005d. "Normalia – Norge og Somalia" *Morgenbladet* 12.-18. august 2005, s.22-23; <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/NormaliaMgblAug05.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005e. "Norge Komplett 150" *Norsk Filatelistisk Tidsskrift* nr.5 (august), 2005, s.7-11;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/NorgeKomplettNFTaug05.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005f. "Vår sydligste provins – fortellingen om Dronning Maud Land" *Nytt Norsk Tidsskrift* (ISSN 0800-336X print, ISSN 1504-3053 online), nr.3, 2005, s.343;

<http://www.idunn.no/servlets/dispatcher?marketplaceId=2000&languageId=18&siteNodeId=1770243>; samt

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/DrMaudLandNNTsep05.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005g. "Jubileum for nasjonalt visittkort" *UDposten* nr.3, oktober 2005, s.10;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/NorgeKomplettUDpostenOkt07.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005h. "Riksvåpenets varianter – og dets herkomst" *UDposten* nr.3, oktober 2005, s.18;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/RiksvaapenUDpostenOkt05.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2005i. "Riksvåpenet og Telefonkatalogen i Jubiléumsåret" *Historie* (ISSN 0803-401X) nr.4, 2005, s.6-7;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/RikstlfKatalogenHistorieDes05.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2009. "Rocken er død – leve rock'n' roll!?" *Historie* nr.3, 2009, s.22-28; <http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/RockHistorieSep09.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011a. "Post Office stamping out collecting" *The Cape Times* 21. januar 2011, s.9;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/PostOfficeCapeTimesJan11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011b. "S.A. Stamps in 100 Years – Quo Vadis?" *The Springbok*. South African Collectors' Society Quarterly, U.K. (ISSN: 0955-6753), Vol.59, No.1, januar/februar 2011, s.6-8;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/SA100SpringbokJanMar11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011c. "What happened to the Atlas Catalogue of R.S.A.?" *The Springbok*. South African Collectors' Society Quarterly, U.K. (ISSN: 0955-6753), Vol.59, No.2, april/juni 2011, s.45-46;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/AtlasSpringbokAprJun11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011d. "De Store Åremål: Frimerkeutgivelser som paradigmebærende nasjonale identitetsmarkører", *Norsk Filatelistisk Tidsskrift*, nr.5 (august) 2011, s.30-33;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/AaremaalNFTaug11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011e. "South Africa postage stamps of 1988: A unique year of major historical anniversaries" *The Springbok*. South African Collectors' Society Quarterly, U.K. (ISSN: 0955-6753), Vol.59, No.3, juli/september 2011, s.80-84;

<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/SA88SpringbokJulSep11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011f. "What happened to the Atlas Catalogue of R.S.A.?" *The S.A. Philatelist*, oktober 2011, s.168;  
<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File?AtlasSAPhilatelistOct11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011g. "Fortellingen om Syd-Afrika og frimerkeåret 1988", *Historie*, nr.3 (oktober) 2011, s.60-69;  
<http://www.frognerkulturforlag.info/attachments/File/SAfrim88HistorieOkt11.pdf>.

Skagestad, Odd Gunnar 2011h. "En brannfakkell for fred?" *Nytt Norsk Tidsskrift* (ISSN Online 1504-3053, ISSN Print 0800-336X), nr.4, 2011, s.431-437;  
[www.idunn.no/ts/nnt/2011/04/art11?languageId=2](http://www.idunn.no/ts/nnt/2011/04/art11?languageId=2).

Skagestad, Peter 1981. *The Road of Inquiry: Charles Peirce's Pragmatic Realism*. New York: Columbia University Press.

Skagestad, Peter 1993. "Thinking With Machines: Intelligence Augmentation, Evolutionary Epistemology, and Semiotic" *Journal of Social and Evolutionary Systems* 16 (2), 157-180.

Skagestad, Peter 1998. "Peirce, Virtuality and Semiotic", paper delivered at the 20<sup>th</sup> World Congress of Philosophy, Boston, Massachusetts, 14 August 1998;  
[www.bu.edu/wcp/Papers/Cogn/CognSkag.htm](http://www.bu.edu/wcp/Papers/Cogn/CognSkag.htm).

Slagt, Coen 1984. (Sammen med Carpendale, Glen) *Atlas Catalogue of R.S.A.* Pretoria/Johannesburg: 1984. 108 sider.

Small, Andrew, og Leonard, Mark 2003. *Norwegian Public Diplomacy* (ISBN 1-903558-15-8). London: The Foreign Policy Centre.

Sundsbo, Ivar 2004. (Sammen med Hegge, Per Egil) *Norge komplett 150*. Postens jubiléumbok. Oslo.

*The Economist* 2011. "Bulletins from the Future" – Special Report: The News Industry. Spesialbilag til *The Economist* 9. juli 2011, 16 sider.

Underdal, Arild 1992. *A Brief Introduction to Negotiation Theory*. Oslo: Statskonsult 1992. 26 sider.

Van Niekerk, Louise 1996. Lederartikkel i *Setempe*, Vol.1, No.1, July/August 1996, s.2.

Van Wyk, Johan 2011. Lederartikkel i *2011/2012 South African Stamp Catalogue*. Pretoria: 2011, s.5.

Van Zeyl 2010. "The long-awaited SACC is squeaky clean but collector unfriendly" *The South African Philatelist* Vol 86:3, juni 2010, s.81.

Weber, Max 1949. *The Methodology of Social Sciences*. New York: Free Press. (Første engelskspråklige utgave; orig. på tysk publ. i 1925).

Weber, Max 1978. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Guenther Roth & Claus Wittich (red.). Berkeley: University of California. (Første engelskspråklige utgave, orig. på tysk publ. i 1922).

Welsh, David 1972. "The Cultural Dimension of Apartheid" *African Affairs*, Vol.71, No.282, January 1972: 35-53.

Witzøe, Odvar Johs. 1942. *Frimerkeboka*. Oslo: N.W. Damm & Søn.

**VEDLEGG I****Norske frimerker 1855-2009****Tegnforklaring:**

- År - Utgivelsesår  
 Nr. - Katalognummer i Norgeskatalogen (NK)  
 B/S/M - Bruksfrimerke (B), Særfrimerke (S) eller Miniaturark (M)  
 Motiv - Hovedmotiv(er) på frimerkets billedflate

**Motivkategorier:**

- 1 – Rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler
- 2 – Postale symboler/postale motiver/postvirksomhet
- 3 – Markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver
- 4 – Hedring av prominente personer/jubiléer
- 5 – Natur/flora & fauna/landskap/turisme
- 6 - Byggverk/kulturseverdigheter/minnesmerker/turisme m.v.
- 7 – Kunst/kultur/folklore/dekor/ornamentikk m.v.
- 8 - Arbeidsliv/næringsliv/teknologi/forskning/vitenskap/utdanning/samferdsel/  
kommunikasjon
- 9 – Sport/idrett/underholdning/aktuelle mediabegivenheter/fritidssystemer/trivia
- 10 – Veldedighet/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/kampanjer

**Motivkategori**

År	Nr.	B/S	Motiv	Kategori
1855	1	B	Riksvåpen	1
1856	4	B	Oscar I	1
	5	B	Oscar I	1
1857	2	B	Oscar I	1
	3	B	Oscar I	1
1863	6	B	Riksvåpen	1
	7	B	Riksvåpen	1
	8	B	Riksvåpen	1
	9	B	Riksvåpen	1
	10	B	Riksvåpen	1
1867	12	B	Riksvåpen	1
	14	B	Riksvåpen	1
	15	B	Riksvåpen	1
1868	11	B	Riksvåpen	1
	13	B	Riksvåpen	1
1871	18	B	Posthorn	1-2

1872	17	B	Posthorn	1-2
	19	B	Posthorn	1-2
1873	16	B	Posthorn	1-2
	21	B	Posthorn	1-2
<hr/>				
1875	20	B	Posthorn	1-2
1876	27	B	Posthorn	1-2
1877	22	B	Posthorn	1-2
	23	B	Posthorn	1-2
	24	B	Posthorn	1-2
	25	B	Posthorn	1-2
	26	B	Posthorn	1-2
	28	B	Posthorn	1-2
	30	B	Posthorn	1-2
1878	29	B	Posthorn	1-2
	31	B	Posthorn	1-2
1878	32	B	Oscar II	1
	33	B	Oscar II	1
	34	B	Oscar II	1
1879	35	B	Posthorn	1-2
<hr/>				
1882	36	B	Posthorn	1-2
	37	B	Posthorn	1-2
	38	B	Posthorn	1-2
	39	B	Posthorn	1-2
1883	40	B	Posthorn	1-2
	41	B	Posthorn	1-2
	42	B	Posthorn	1-2
	45	B	Posthorn	1-2
1884	43	B	Posthorn	1-2
	44	B	Posthorn	1-2
	47	B	Posthorn	1-2
<hr/>				
1885	46	B	Posthorn	1-2
1886	49	B	Posthorn	1-2
	51	B	Posthorn	1-2
	52	B	Posthorn	1-2
	53	B	Posthorn	1-2
	54	B	Posthorn	1-2
	55	B	Posthorn	1-2
1888	48	B	Posthorn (provisorie)	1-2
<hr/>				
1890	50	B	Posthorn	1-2
1893	56	B	Posthorn	1-2
	58	B	Posthorn	1-2
	61	B	Posthorn	1-2
1894	57	B	Posthorn	1-2
	64	B	Posthorn	1-2
<hr/>				
1895	59	B	Posthorn	1-2

	60	B	Posthorn	1-2
	62	B	Posthorn	1-2
	63	B	Posthorn	1-2
	71	B	Posthorn	1-2
1896	66	B	Posthorn	1-2
	67	B	Posthorn	1-2
	68	B	Posthorn	1-2
	69	B	Posthorn	1-2
1897	65	B	Posthorn	1-2
	72	B	Posthorn	1-2
1898	70	B	Posthorn	1-2
	75	B	Posthorn	1-2
	76	B	Posthorn	1-2
	77	B	Posthorn	1-2
1899	73	B	Posthorn	1-2
	74	B	Posthorn	1-2
	79	B	Posthorn	1-2
-----				
1900	82	B	Posthorn	1-2
	84	B	Posthorn	1-2
1901	80	B	Posthorn	1-2
	83	B	Posthorn	1-2
-----				
1905	85	B	Riksvåpen (provisorie)	1-2
	86	B	Riksvåpen (provisorie)	1-2
	87	B	Riksvåpen (provisorie)	1-2
1906	88	B	Posthorn (provisorie)	1-2
1907	81	B	Posthorn	1-2
	89	B	Haakon VII	1
	90	B	Haakon VII	1
	91	B	Haakon VII	1
1908	78	B	Posthorn	1-2
	92	B	Posthorn (provisorie)	1-2
1909	93	B	Haakon VII	1
	95	B	Haakon VII	1
	97	B	Posthorn	1-2
	100	B	Posthorn	1-2
-----				
1910	94	B	Haakon VII	1
	108	B	Posthorn	1-2
	110	B	Haakon VII	1
	111	B	Haakon VII	1
	96	B	Posthorn	1-2
	98	B	Posthorn	1-2
	99	B	Posthorn	1-2
	102	B	Posthorn	1-2
	103	B	Posthorn	1-2
	105	B	Posthorn	1-2
	108	B	Posthorn	1-2
	109	B	Posthorn	1-2

1911	104	B	Posthorn	1-2
1914	114	S	Grunnlovsjubileum	1-3
	115	S	Grunnlovsjubileum	1-3
	116	S	Grunnlovsjubileum	1-3
-----				
1915	112	B	Haakon VII	1
1917	107	B	Posthorn	1-2
1918	101	B	Posthorn	1-2
	113	B	Haakon VII	1
1919	106	B	Posthorn	1-2
-----				
1920	121	B	Posthorn	1-2
1921	120	B	Posthorn	1-2
	122	B	Posthorn	1-2
	125	B	Posthorn	1-2
1922	117	B	Posthorn (provisorie)	1-2
	118	B	Posthorn	1-2
	123	B	Posthorn	1-2
	127	B	Riksvåpen	1
1923	126	B	Riksvåpen	1
	128	B	Riksvåpen	1
1924	129	B	Riksvåpen	1
-----				
1925	130	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	131	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	132	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	133	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	134	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	135	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	136	S	Polmerker – isbjørn & fly	3
	137	S	Svalbard – Riksvåpen	1-3
	138	S	Svalbard – Riksvåpen	1-3
	139	S	Svalbard – Riksvåpen	1-3
	140	S	Svalbard – Riksvåpen	1-3
1926	124	B	Posthorn	1-2
	141	B	Riksvåpen	1
	143	B	Riksvåpen	1
	144	B	Riksvåpen	1
	146	B	Riksvåpen	1
	151	B	Riksvåpen	1
1927	155	B	Luftpost – Akershus & fly	2-6-8
	157	B	Riksvåpen (provisorie)	1
	158	B	Riksvåpen (provisorie)	1
	145	B	Riksvåpen	1
	147	B	Riksvåpen	1
	148	B	Riksvåpen	1
	149	B	Riksvåpen	1
	152	B	Riksvåpen	1
	153	B	Riksvåpen	1
	154	B	Riksvåpen	1



1928	156	B	Riksvåpen (provisorie)	1
	159	S	Henrik Ibsen 1828-1928	4
	160	S	Henrik Ibsen 1828-1928	4
	161	S	Henrik Ibsen 1828-1928	4
	162	S	Henrik Ibsen 1828-1928	4
1929	119	B	Posthorn	1-2
	142	B	Riksvåpen	1
	163	B	Portoprovisorier	1-2
	164	B	Portoprovisorier	1-2
	165	B	Portoprovisorier	1-2
	166	B	Portoprovisorier	1-2
	167	B	Portoprovisorier	1-2
	168	B	Portoprovisorier	1-2
	169	B	Portoprovisorier	1-2
	170	B	Portoprovisorier	1-2
	171	B	Portoprovisorier	1-2
	172	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
	173	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
	174	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
	175	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
176	B	Riksvåpen (provisorie)	1	
-----				
1930	177	S	Hellig Olav	3
	178	S	Hellig Olav	3
	179	S	Hellig Olav	3
	180	S	Hellig Olav	3
	181	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	182	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	183	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
1931	184	S	Radiumshospitalet + tilleggsverdi	10
1932	185	S	Bjørnstjerne Bjørnson 1832-1932	4
	186	S	Bjørnstjerne Bjørnson 1832-1932	4
	187	S	Bjørnstjerne Bjørnson 1832-1932	4
	188	S	Bjørnstjerne Bjørnson 1832-1932	4
1934	150	B	Riksvåpen	1
	189	S	Ludvig Holberg 1684-1934	4
	190	S	Ludvig Holberg 1684-1934	4
	191	S	Ludvig Holberg 1684-1934	4
	192	S	Ludvig Holberg 1684-1934	4
-----				
1935	193	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi flyktningektr.	4-10
	194	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi flyktningektr.	4-10
	195	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi flyktningektr.	4-10
	196	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi flyktningektr.	4-10
1937	197	B	Posthorn	1-2
	198	B	Posthorn	1-2
	199	B	Posthorn	1-2
	200	B	Posthorn	1-2
	201	B	Posthorn	1-2
	202	B	Riksvåpen	1

	203	B	Riksvåpen	1
	204	B	Riksvåpen	1
	205	B	Riksvåpen	1
	206	B	Riksvåpen	1
	207	B	Riksvåpen	1
	208	B	Riksvåpen	1
	209	B	Riksvåpen	1
	210	B	Riksvåpen	1
	211	B	Riksvåpen	1
	212	B	Luftpost – Akershus & fly	2-6-8
	213	B	Haakon VII	1
1938	214	B	Haakon VII	1
	215	B	Haakon VII	1
	216	B	Haakon VII	1
	217	S	Turistmerke (reinsdyr) m/vm	5
	218	S	Turistmerke (stavkirke) m/vm	6
	219	S	Turistmerke (Jølster) m/vm	5
	223	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	224	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
1939	220	S	Turistmerke (reinsdyr) u/vm	5
	221	S	Turistmerke (stavkirke) u/vm	6
	222	S	Turistmerke (Jølster) u/vm	5
	225	S	Dronning Maud + tilleggsverdi	4-10
	226	S	Dronning Maud + tilleggsverdi	4-10
	227	S	Dronning Maud + tilleggsverdi	4-10
	228	S	Dronning Maud + tilleggsverdi	4-10
-----				
1940	229	B	Riksvåpen	1
	230	B	Riksvåpen	1
	231	B	Riksvåpen	1
	232	B	Riksvåpen	1
	233	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi Nasjonalhjelpen	4-10
	234	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi Nasjonalhjelpen	4-10
	235	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi Nasjonalhjelpen	4-10
	236	S	Fridtjof Nansen + tilleggsverdi Nasjonalhjelpen	4-10
	240	B	Posthorn	1-2
	242	B	Riksvåpen	1
	245	B	Riksvåpen	1
	246	B	Riksvåpen	1
	247	B	Riksvåpen	1
1941	237	B	Posthorn	1-2
	238	B	Posthorn	1-2
	239	B	Posthorn	1-2
	241	B	Posthorn	1-2
	243	B	Posthorn	1-2
	244	B	Riksvåpen	1
	248	B	Riksvåpen	1
	249	B	Riksvåpen	1
	250	B	Riksvåpen	1
	251	B	Riksvåpen	1

	252	B	Riksvåpen	1
	253	B	Luftpost – Akershus + fly	2-6-8
	254	S	Hålogaland + tilleggsverdi	7-8-10
	255	S	Redningsselskapet, C.Archer + tilleggsverdi	4-10
	256	S	Redningsselskapet, C.Archer + tilleggsverdi	4-10
	257	S	Redningsselskapet + tilleggsverdi	10
	258	S	Redningsselskapet + tilleggsverdi	10
	259	S	Legion + tilleggsverdi	10
	260	S	Universitetet i Oslo 1841-1941	3-6-8
	261	B	Posthorn V	1-2
	262	B	Posthorn V	1-2
	263	B	Posthorn V	1-2
	264	B	Posthorn V	1-2
	265	B	Posthorn V	1-2
	266	B	Riksvåpen V	1
	267	B	Riksvåpen V	1
	268	B	Riksvåpen V	1
	269	B	Riksvåpen V	1
	270	B	Riksvåpen V	1
	271	B	Riksvåpen V	1
	272	B	Riksvåpen V	1
	273	B	Riksvåpen V	1
	274	B	Posthorn V	1-2
	275	B	Posthorn V	1-2
	276	B	Posthorn V	1-2
	277	B	Posthorn V	1-2
	278	B	Posthorn V	1-2
	279	B	Riksvåpen V	1
	280	B	Posthorn V	1-2
	281	B	Riksvåpen V	1
	282	B	Riksvåpen V	1
	283	B	Riksvåpen V	1
	284	B	Riksvåpen V	1
	285	B	Riksvåpen V	1
	286	B	Riksvåpen V	1
	287	B	Riksvåpen V	1
	288	B	Riksvåpen V	1
	289	B	Riksvåpen V	1
	290	B	Riksvåpen V	1
	292	B	Riksvåpen V	1
	293	B	Riksvåpen hvit V	1
	294	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
	295	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
	296	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
	297	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
	298	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
	299	S	Snorre Sturlason 1178-1241	4
1942	300	S	Vidkun Quisling + tilleggsverdi	4
	301	S	Vidkun Quisling + tilleggsverdi	4
	302	S	Rikard Nordraak 1842-1942	4

	303	S	Rikard Nordraak 1842-1942	4
	304	S	Rikard Nordraak 1842-1942	4
	305	S	Rikard Nordraak 1842-1942	4
	306	S	Vidkun Quisling + tilleggsverdi	4
	307	S	Johan Herman Wessel 1742-1942	4
	308	S	Johan Herman Wessel 1742-1942	4
	309	S	Europeisk Postforening – V.Quisling	2-4
	310	S	Europeisk Postforening – V.Quisling	2-4
1943	311	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	312	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	313	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	314	S	Edvard Grieg 1843-1943	4
	315	S	Edvard Grieg 1843-1943	4
	316	S	Edvard Grieg 1843-1943	4
	317	S	Edvard Grieg 1843-1943	4
	318	S	Frontkjemper + tilleggsverdi	10
	319	S	Landshjelpen 1943 + tilleggsverdi	5-10
	320	S	Landshjelpen 1943 + tilleggsverdi	5-10
	321	S	Landshjelpen 1943 + tilleggsverdi	5-10
	322	S	Krigsforlis + tilleggsverdi	8-10
	323	S	Krigsforlis + tilleggsverdi	8-10
	324	S	Krigsforlis + tilleggsverdi	8-10
	325	S	Tryggve Grans Nordsjøflyvning 1914	3-4-8
	326	S	Landshjelpen 1944 + tilleggsverdi	8-10
	327	S	Landshjelpen 1944 + tilleggsverdi	8-10
	328	S	Landshjelpen 1944 + tilleggsverdi	8-10
	329	S	Landshjelpen 1944 + tilleggsverdi	8-10
	333	B	Londonutgaven – Sleipner	10
	334	B	Londonutgaven – Flyver	10
	335	B	Londonutgaven – Vi Vil Vinne	10
	336	B	Londonutgaven – Konvoi	10
	337	B	Londonutgaven – Skitropp	10
	338	B	Londonutgaven - Haakon VII	1-10
-----				
1945	330	B	Hertugkrone	1
	331	B	Londonutgaven – Sleipner	10
	332	B	Londonutgaven – Konvoi	10
	339	S	Henrik Wergeland 1808-1845	4
	340	S	Henrik Wergeland 1808-1845	4
	341	S	Henrik Wergeland 1808-1845	4
	342	S	Røde Kors + tilleggsverdi	10
	343	S	Norsk Folkemuseum 1894-1944	3-7
	344	S	Norsk Folkemuseum 1894-1944	3-7
1946	345	S	Nasjonalhjelpen – Kronprins Olav + tilleggsv.	1-10
	346	S	Nasjonalhjelpen – Kronprins Olav + tilleggsv.	1-10
	347	S	Nasjonalhjelpen – Kronprins Olav + tilleggsv.	1-10
	348	S	Nasjonalhjelpen – Kronprins Olav + tilleggsv.	1-10
	349	S	Wings for Norway	3-10
	350	B	Haakon VII	1
	351	B	Haakon VII	1

	352	B	Haakon VII	1
	353	B	Haakon VII	1
	354	B	Riksvåpen	1
	356	B	Riksvåpen	1
	357	B	Riksvåpen	1
	358	B	Riksvåpen	1
1947	359	S	Postjubileum – Hannibal Sehested	2-4
	360	S	Postjubileum – Postfører	2
	361	S	Postjubileum – Tordenskiold	2-4
	362	S	Postjubileum – Christian M. Falsen	2-4
	363	S	Postjubileum – Cleng Peerson	2-4
	364	S	Postjubileum – ”Constitutionen”	2-8
	365	S	Postjubileum – Hovedbanen	2-8
	366	S	Postjubileum – Svend Foyn	2-4
	367	S	Postjubileum – Fr. Nansen/R. Amundsen	2-4
	368	S	Postjubileum – Haakon VII & Dronning Maud	1-2
	369	S	Postjubileum – Haakon VII	1
	370	S	Petter Dass 1647-1947	4
	371	S	Haakon VII 75 år	1
1948	372	S	Det Norske Skogselskap – Axel Heiberg	3-4-10
	373	S	Det Norske Skogselskap – Axel Heiberg	3-4-10
	374	S	Røde Kors + tilleggsverdi (provisorie)	10
1949	355	B	Riksvåpen	1
	375	B	Riksvåpen (provisorie)	1
	376	B	Riksvåpen (provisorie)	1
	377	S	Alexander L. Kielland 1849-1949	4
	378	S	Alexander L. Kielland 1849-1949	4
	379	S	Alexander L. Kielland 1849-1949	4
	380	S	Union Postale Universelle	2-10
	381	S	Union Postale Universelle	2-10
	382	S	Union Postale Universelle	2-10
<hr/>				
1950	383	S	Oslo 1050-1950	3
	384	S	Oslo 1050-1950	3
	385	S	Oslo 1050-1950	3
	386	S	Mot poliomyelitt + tilleggsverdi	10
	387	S	Mot poliomyelitt + tilleggsverdi	10
	388	B	Posthorn	1-2
	389	B	Posthorn	1-2
	393	B	Haakon VII	1
1951	391	B	Posthorn	1-2
	394	B	Haakon VII	1
	395	B	Haakon VII	1
	396	B	Haakon VII	1
	397	B	Haakon VII	1
	398	B	Haakon VII	1
	399	B	Haakon VII	1
	400	B	Haakon VII	1
	401	B	Haakon VII	1
	402	B	Haakon VII	1

	403	B	Haakon VII	1
	404	S	Arne Garborg 1851-1951	4
	405	S	Arne Garborg 1851-1951	4
	406	S	Arne Garborg 1851-1951	4
	407	S	Olympiske Vinterleker + tilleggsverdi	9
	408	S	Olympiske Vinterleker + tilleggsverdi	9
	409	S	Olympiske Vinterleker + tilleggsverdi	9
	410	B	Haakon VII (provisorie)	1
1952	390	B	Posthorn	1-2
	392	B	Posthorn	1-2
	411	S	Haakon VII 80 år	1
	412	S	Haakon VII 80 år	1
	413	B	Posthorn provisorie	1-2
1953	414	S	Landsforeningen mot kreft + tilleggsverdi	10
	415	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	416	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	417	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	418	S	Kirkejubileum 1153-1953	3-7
1954	419	S	Jernbanejubileum 1854-1954	3-8
	420	S	Jernbanejubileum 1854-1954	3-8
	421	S	Jernbanejubileum 1854-1954	3-8
	422	S	Telegrafjubileum 1855-1955	3-8
	423	S	Telegrafjubileum 1855-1955	3-8
	424	S	Telegrafjubileum 1855-1955	3-8
<hr/>				
1955	425	S	Frimerkejubileum 1855-1955	2-3-8
	426	S	Frimerkejubileum 1855-1955	2-3-8
	427	S	Frimerkejubileum 1855-1955	2-3-8
	428	S	Frimerkejubileum – Norwex overtrykk	2-3-8
	429	S	Frimerkejubileum – Norwex overtrykk	2-3-8
	430	S	Frimerkejubileum – Norwex overtrykk	2-3-8
	439	S	Haakon VII konge i 50 år	1-3
	440	S	Haakon VII konge i 50 år	1-3
	433	B	Haakon VII	1
	438	B	Haakon VII	1
1956	431	B	Haakon VII	1
	432	B	Haakon VII	1
	435	B	Haakon VII	1
	436	B	Haakon VII	1
	441	S	Kronprinsesse Märtha + tilleggsverdi	10
	442	S	Kronprinsesse Märtha + tilleggsverdi	10
	443	S	Nordens dag	10
	444	S	Nordens dag	10
1957	434	B	Haakon VII	1
	437	B	Haakon VII	1
	445	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	446	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	447	S	Nordkapp + tilleggsverdi	5-10
	448	S	Internasjonale Geofysiske År 1957-58	10
	449	S	Internasjonale Geofysiske År 1957-58	10

	450	S	Internasjonale Geofysiske År 1957-58	10
	451	S	Haakon VII 85 år	1
	452	S	Haakon VII 85 år	1
1958	453	B	Olav V	1
	458	B	Olav V	1
	460	B	Olav V	1
	465	B	Olav V	1
1959	455	B	Olav V	1
	461	B	Olav V	1
	463	B	Olav V	1
	467	B	Olav V	1
	468	B	Olav V	1
	469	B	Olav V	1
	470	B	Olav V	1
	471	B	Olav V	1
	472	B	Olav V	1
	473	B	Olav V	1
	474	S	Asbjørn Kloster – DNT 1859-1959	4-10
	475	S	Kgl. Selskab for Norges vel 1809-1959	3-10
	476	S	Kgl. Selskab for Norges vel 1809-1959	3-10
	477	S	Landbrukshøyskolen 1859-1959	3-8
	478	S	Landbrukshøyskolen 1859-1959	3-8
-----				
1960	456	B	Olav V	1
	466	B	Olav V	1
	479	S	Blomster + tilleggsverdi, tuberkulose/sanitet	5-10
	480	S	Blomster + tilleggsverdi, tuberkulose/sanitet	5-10
	481	S	Videnskabselskabet 1760-1960	3-8-10
	482	S	Videnskabselskabet 1760-1960	3-8-10
	483	S	Flyktningehjelp + tilleggsverdi	10
	484	S	Flyktningehjelp + tilleggsverdi	10
	485	S	Skipsmotiv	8
	486	S	Skipsmotiv	8
	487	S	Skipsmotiv	8
	488	S	Skipsmotiv	8
	489	S	Skipsmotiv	8
	490	S	Europa CEPT	2-10
1961	491	S	SAS 1950-1960	3-8-10
	492	S	Norges Idrettsforbund 100 år	3-9-10
	493	S	Norges Idrettsforbund 100 år	3-9-10
	494	S	Norges Idrettsforbund 100 år	3-9-10
	495	S	Norges Idrettsforbund 100 år	3-9-10
	496	S	Håkonshallen 1261-1961	3-6
	497	S	Håkonshallen 1261-1961	3-6
	498	S	Universitetet i Oslo 150 år	3-6-8
	499	S	Universitetet i Oslo 150 år	3-6-8
	500	S	Fridtjof Nansen 1861-1961	4
	501	S	Fridtjof Nansen 1861-1961	4
	502	S	Roald Amundsen Sydpolen 1911	3-4
	503	S	Roald Amundsen Sydpolen 1911	3-4

	504	S	Nobels fredspris – Dunant/Passy	3-4-10
	505	S	Nobels fredspris – Dunant/Passy	3-4-10
1962	454	B	Olav V	1
	457	B	Olav V	1
	459	B	Olav V	1
	462	B	Olav V	1
	464	B	Olav V	1
	506	S	Vilhelm Bjercknes 1862-1962	4
	507	S	Vilhelm Bjercknes 1862-1962	4
	508	S	Norsk flyvning 1912-1962	3
	509	S	Offentlig skogadministrasjon 1862-1962	3
	510	S	Offentlig skogadministrasjon 1862-1962	3
	511	S	Europa CEPT	2-10
	512	S	Europa CEPT	2-10
	513	B	Posthorn	1-2
	514	B	Posthorn	1-2
	515	B	Posthorn	1-2
	516	B	Posthorn	1-2
	522	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7
1963	517	B	Helleristninger	7
	518	B	Fisk & aks	7
	520	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7
	521	B	Helleristninger	7
	523	B	Fisk & aks	7
	524	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7
	526	B	Stavkirke & nordlys	7
	527	B	Stavkirke & nordlys	7
	528	B	Fisk & aks	7
	529	B	Helleristninger	7
	530	S	Camilla Collett 1813-1963	4
	531	S	Camilla Collett 1813-1963	4
	532	S	FAO kampanjen mot sult	10
	533	S	FAO kampanjen mot sult	10
	534	S	FAO kampanjen mot sult	10
	535	S	FAO kampanjen mot sult	10
	536	S	Postgang til Nord-Norge 300 år	2-8
	537	S	Postgang til Nord-Norge 300 år	2-8
	538	S	Ivar Aasen 1813-1963	4
	539	S	Ivar Aasen 1813-1963	4
	540	S	Europa CEPT	2-10
	541	S	Europa CEPT	2-10
	542	S	Norsk tekstilindustri 150 år	3-8
	543	S	Norsk tekstilindustri 150 år	3-8
	544	S	Norsk tekstilindustri 150 år	3-8
	545	S	Edvard Munch 1863-1963	4-7
	546	S	Edvard Munch 1863-1963	4-7
	547	S	Edvard Munch 1863-1963	4-7
	548	S	Edvard Munch 1863-1963	4-7
1964	519	B	Fisk & aks	7
	525	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7



	549	S	Oslo Arbeidersamfund 100 år – Eilert Sundt	3-4-10
	550	S	Oslo Arbeidersamfund 100 år	3-10
	551	S	Massevirkn.loven 100 år – Guldberg/Waage	3-4-8
	552	S	Massevirkn.loven 100 år – Guldberg/Waage	3-4-8
	553	S	Norges Grunnlov 1814-1964	1-3
	554	S	Norges Grunnlov 1814-1964	1-3
	555	S	Sjømannsmisjonen 1864-1964	3-10
	556	S	Sjømannsmisjonen 1864-1964	3-10
	557	S	Europa CEPT	2-10
	558	S	Folkehøgskole 1864-1964	3-8
	559	S	Folkehøgskole 1864-1964	3-8
<hr/>				
1965	560	S	Fjernmeldingsunionen 100 år	3-8-10
	561	S	Fjernmeldingsunionen 100 år	3-8-10
	562	S	20-årsdag for frigjøringen + tilleggsverdi	3-10
	563	S	20-årsdag for frigjøringen + tilleggsverdi	3-10
	564	S	Røde Kors 1865-1965	3-10
	565	S	Røde Kors 1865-1965	3-10
	566	S	Europa CEPT	2-10
	567	S	Europa CEPT	2-10
	568	S	Harmonien 1865-1965	2-7
	569	S	Harmonien 1865-1965	2-7
	570	S	Rondane	5-7
1966	571	S	VM på ski Oslo	9
	572	S	VM på ski Oslo	9
	573	S	VM på ski Oslo	9
	574	S	VM på ski Oslo	9
	575	S	Det norske Bibelselskap 1816-1966	3-10
	576	S	Det norske Bibelselskap 1816-1966	3-10
	577	S	Norges Bank 1816-1966	3
	578	S	Norges Bank 1816-1966	3
	579	S	Johan Sverdrup 1816-1892	4
	580	S	Johan Sverdrup 1816-1892	4
	581	S	Europa CEPT	2-10
	582	S	Europa CEPT	2-10
	583	S	Sam Eyde 1866-1940 & Kr. Birkeland 1867-1917	4-8
	584	S	Sam Eyde 1866-1940 & Kr. Birkeland 1867-1917	4-8
1967	585	S	EFTA	8-10
	586	S	EFTA	8-10
	587	S	Militær utdanning 1817-1967	3-8
	588	S	Militær utdanning 1817-1967	3-8
	589	S	Europa CEPT	2-10
	590	S	Europa CEPT	2-10
	591	S	Johanne Dybwad 1867-1950	4
	592	S	Johanne Dybwad 1867-1950	4
	593	S	Lars Skrefsrud – Santalmisjonen 1867-1967	3-4-10
	594	S	Santalmisjonen 1867-1967	3-10
	595	B	Fisk & aks	7
	596	B	Helleristninger	7
	597	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7

	598	B	Helleristninger	7
1968	599	S	Den norske Turistforening 100 år	3-9-10
	600	S	Den norske Turistforening 100 år	3-9-10
	601	S	Den norske Turistforening 100 år	3-9-10
	602	S	Norsk håndverk	8
	603	S	Norsk håndverk	8
	604	B	Fisk & aks	7
	605	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7
	606	S	A.O. Vinje 1818-1870	4
	607	S	A.O. Vinje 1818-1870	4
	608	S	Indremisjonsselskapet 100 år	3-10
	609	S	Indremisjonsselskapet 100 år	3-10
	610	B	Helleristninger	7
	611	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7
	612	B	Fisk & aks	7
	613	S	Sykepleierutdanning/Cathinka Guldberg	3-4-8
	614	S	Sykepleierutdanning/Cathinka Guldberg	3-4-8
	615	S	Nobels fredspris – Bajer/Arnoldson	3-4-10
	616	S	Nobels fredspris – Bajer/Arnoldson	3-4-10
1969	617	B	Posthorn	1-2
	618	B	Posthorn	1-2
	619	B	Posthorn	1-2
	620	B	Posthorn	1-2
	621	S	Portal fra Urnes stavkirke	7
	622	S	Nordisk samarbeid	10
	623	S	Nordisk samarbeid	10
	624	S	Rutebok for Norge 100 år	3-8
	625	S	Trygg trafikk	8-10
	626	S	Europa CEPT	2-10
	627	S	Europa CEPT	2-10
	628	S	Johan Hjort 1869-1948 – Norsk fiskerinæring	4-8
	629	S	Johan Hjort 1869-1948 – Norsk fiskerinæring	4-8
	630	B	Træna	5
	631	B	Olav V	1
	632	S	Gustav Vigeland 1869-1943	4-7
	633	S	Gustav Vigeland 1869-1943	4-7
	634	S	Folketelling 200 år	3
	635	S	Folketelling 200 år	3
	636	B	Olav V	1
	637	B	Olav V	1
	638	B	Olav V	1
	639	S	Dronning Maud 1869-1938	4
	640	S	Dronning Maud 1869-1938	4
<hr/>				
1970	641	B	Olav V	1
	642	B	Olav V	1
	643	B	Olav V	1
	644	B	Olav V	1
	645	B	Olav V	1
	646	B	Båtsmannsknop & Nordstjernen	7

	647	B	Stavkirke & nordlys	7
	648	B	Helleristninger	7
	649	S	Europeisk naturvernår	5-10
	650	S	Europeisk naturvernår	5-10
	651	S	Europeisk naturvernår	5-10
	652	S	Europeisk naturvernår	5-10
	653	S	25-årsdagen for frigjøringen	3
	654	S	25-årsdagen for frigjøringen	3
	655	S	Bergen 1070-1970	3
	656	S	Bergen 1070-1970	3
	657	S	Bergen 1070-1970	3
	658	S	FN 25 år	10
	659	S	FN 25 år	10
	660	S	Vitenskapsmenn – G.O.Sars	4-8
	661	S	Vitenskapsmenn – Hans Strøm	4-8
	662	S	Vitenskapsmenn – Johan E.Gunnerus	4-8
	663	S	Vitenskapsmenn – Michael Sars	4-8
	664	S	Fysisk Fostring 100 år	3-9
	665	S	Fysisk Fostring 100 år	3-9
1971	666	S	Tønsberg 871-1971	3
	667	S	Tønsberg 871-1971	3
	668	S	Årlige Storting 1871-1971	3
	669	S	Årlige Storting 1871-1971	3
	670	S	Flyktning 71	10
	671	S	Flyktning 71	10
	672	S	Hans Nielsen Hauge 1771-1971	4
	673	S	Hans Nielsen Hauge 1771-1971	4
	674	S	Oslo Bispedømme 900 år	3-7
	675	S	Oslo Bispedømme 900 år	3-7
	676	S	Antarktistraktaten 10 år – Roald Amundsen	3-4-10
	677	S	Eventyr	7
	678	S	Eventyr	7
	679	S	Eventyr	7
1972	680	B	Stavkirke & nordlys	7
	681	B	Helleristninger	7
	682	S	Norske sparebanker 150 år	3-7
	683	S	Norske sparebanker 150 år	3-7
	684	S	Posthornfrimerker 1872-1972	2
	685	S	Posthornfrimerker 1872-1972	2
	686	M	Posthornfrimerker 1872-1972	2
	687	S	Norges samling 872-1972	3-7
	688	S	Norges samling 872-1972	3-7
	689	S	Norges samling 872-1972	3-7
	690	S	Norges samling 872-1972	3-7
	691	S	Haakon VII 100 år	4
	692	S	Haakon VII 100 år	4
	693	S	Ungdom og fritid	9
	694	S	Ungdom og fritid	9
	695	S	Ungdom og fritid – Interjunex 72	9
	696	S	Ungdom og fritid – Interjunex 72	9

	697	S	Polarskuter – ”Maud”	7
	698	S	Polarskuter – ”Fram”	7
	699	S	Polarskuter – ”Gjøa”	7
	700	S	Eventyr	7
	701	S	Eventyr	7
	702	S	Eventyr	7
1973	703	B	Fisk & aks	7
	704	B	Helleristninger	7
	705	B	Stavkirke & nordlys	7
	706	S	Armauer Hansen – Leprabasillens oppdager 1873	3-4-7
	707	S	Armauer Hansen – Leprabasillens oppdager 1873	3-4-7
	708	S	Europa CEPT	2-10
	709	S	Europa CEPT	2-10
	710	S	Nordens Hus i Reykjavik	6-10
	711	S	Nordens Hus i Reykjavik	6-10
	712	S	Olav V 70 år	1
	713	S	Olav V 70 år	1
	714	S	Jacob Aall 1773-1844	4
	715	S	Jacob Aall 1773-1844	4
	716	S	Samisk håndverk	7
	717	S	Samisk håndverk	7
	718	S	Samisk håndverk	7
	719	S	Blomster	5
	720	S	Blomster	5
	721	S	Blomster	5
	722	S	Norges Geografiske Oppmåling 1773-1973	3-7
	723	S	Norges Geografiske Oppmåling 1773-1973	3-7
1974	724	B	Posthorn	1-2
	725	B	Fisk & aks	7
	726	B	Helleristninger	7
	727	S	Turistmerker – Lindesnes	5
	728	S	Turistmerker – Nordkapp	5
	729	S	Malerkunst – A.Tiedemand/H.Gude	6
	730	S	Malerkunst – J.C.Dahl	6
	731	S	Magnus Lagabøters Landslov 1274	3
	732	S	Magnus Lagabøters Landslov 1274	3
	733	S	Arbeidervern	7-8
	734	S	Arbeidervern	7-8
	735	S	Geologer – J.H.L.Vogt	4-8
	736	S	Geologer – V.M.Goldschmidt	4-8
	737	S	Geologer – Th.Kierulf	4-8
	738	S	Geologer – W.C.Brøgger	4-8
	739	S	Verdenspostforeningen UPU 100 år	2-10
	740	S	Verdenspostforeningen UPU 100 år	2-10
	741	S	Rosemaling	7
	742	S	Rosemaling	7
<hr/>				
1975	743	S	Skisport	9
	744	S	Skisport	9
	745	B	Helleristninger	7

	746	S	FNs Kvinneår 1975	10
	747	S	FNs Kvinneår 1975	10
	748	S	Europeisk arkitekturvernår 1975	8-10
	749	S	Europeisk arkitekturvernår 1975	8-10
	750	S	Europeisk arkitekturvernår 1975	8-10
	751	S	Mynt- og Meter-konvensjonen 100 år	3
	752	S	Mynt- og Meterkonvensjonen – O.J.Broch	3-4
	753	S	Speiderleir	9-10
	754	S	Speiderleir	9-10
	755	S	Utvandringen til Amerika - 150-årsminne	3
	756	S	Utvandringen til Amerika – Cleng Peerson	3-4
	757	S	Svalbard 1925-1975	3
	758	S	Svalbard 1925-1975	3
	759	S	Svalbard 1925-1975	3
	760	S	Kringkasting 1925-1975	3-8
	761	S	Kringkasting 1925-1975	3-8
	762	S	Takmalerier i Ål stavkirke	7
	763	S	Takmalerier i Ål stavkirke	7
	764	S	Takmalerier i Ål stavkirke	7
	765	S	Takmalerier i Ål stavkirke	7
1976	766	B	Billedportal fra Hylestad stavkirke	7
	767	S	Norsk folkedans	7
	768	S	Norsk folkedans	7
	769	S	Norsk folkedans	7
	770	S	Kunstindustrimuseet 1876	3-7
	771	S	Kunstindustrimuseet 1876	3-7
	772	S	Europa CEPT	2-7-10
	773	S	Europa CEPT	2-7-10
	774	S	Norsk natur – Prekestolen	5
	775	S	Norsk natur – Balestrand	5
	776	S	Statistisk Sentralbyrå 1876-1976	3
	777	S	Statistisk Sentralbyrå 1876-1976	3
	778	S	Olav Duun 1876-1939	4
	779	S	Olav Duun 1876-1939	4
	780	S	Malerkunst – Th.Fearnley	7
	781	S	Malerkunst – L.Hertervig	7
	782	S	Baldisholteppet	7
	783	S	Baldisholteppet	7
	784	S	Baldisholteppet	7
1977	785	S	Norden	10
	786	S	Norden	10
	787	B	Byggverk – Akershus	6
	788	B	Byggverk – Steinviksholm	6
	789	B	Byggverk – Torungen fyr	6
	790	S	Europa CEPT	2-6-10
	791	S	Europa CEPT	2-6-10
	792	S	Norske trær – gran	5
	793	S	Norske trær – furu	5
	794	S	Norske trær – bjerk	5
	795	S	Norsk kystfart	8

	796	S	Norsk kystfart	8
	797	S	Norsk kystfart	8
	798	S	Norsk kystfart	8
	799	S	Fisk og fiske	8
	800	S	Fisk og fiske	8
	801	S	Malerkunst – H.Egedius	7
	802	S	Malerkunst – A.Cappelen	7
	803	S	Aslak Bolts Bibel	7
	804	S	Aslak Bolts Bibel	7
	805	S	Aslak Bolts Bibel	7
1978	806	B	Posthorn	1-2
	807	B	Posthorn	1-2
	808	B	Posthorn	1-2
	809	B	Posthorn	1-2
	810	B	Posthorn	1-2
	811	B	Posthorn	1-2
	812	S	Henrik Ibsen 1828-1978	4
	813	S	Henrik Ibsen 1828-1978	4
	814	B	Byggverk - Austråt	6
	815	B	Byggverk – Trondenes kirke	6
	816	B	Byggverk – Hamar domkirkeruiner	6
	817	S	Europa CEPT – Heddal stavkirke	2-6-10
	818	S	Europa CEPT – Borgund stavkirke	2-6-10
	819	S	Norsk natur – fjell i Troms	5
	820	S	Norsk natur – Gaustatoppen	5
	821	S	Olav V 75 år	1
	822	S	Olav V 75 år	1
	823	S	Norwex 80 – Polmerke (isbjørn & fly)	2-8-9
	824	S	Norwex 80 – Polmerke (isbjørn & fly)	2-8-9
	825	S	Norwex 80 – Polmerke (isbjørn & fly)	2-8-9
	826	S	Norwex 80 – Polmerke (isbjørn & fly)	2-8-9
	827	S	Norwex 80 – Svalbard + Riksvåpen	1-2-8-9
	828	S	Norwex 80 – Svalbard + Riksvåpen	1-2-8-9
	829	S	Norwex 80 – Svalbard + Riksvåpen	1-2-8-9
	830	S	Norwex 80 – Svalbard + Riksvåpen	1-2-8-9
	831	S	Norske folkeinstrumenter	7
	832	S	Norske folkeinstrumenter	7
	833	S	Norske folkeinstrumenter	7
	834	S	Norske folkeinstrumenter	7
	835	S	Leketøy av tre	7
	836	S	Leketøy av tre	7
	837	S	Leketøy av tre	7
1979	838	S	Holmenkollrennene 1979	9
	839	S	Holmenkollrennene 1979	9
	840	S	Holmenkollrennene 1979	9
	841	S	Internasjonalt Barneår	7-10
	842	S	Internasjonalt Barneår	7-10
	843	S	Norsk natur	5
	844	S	Norsk natur	5
	845	S	Johan Falkberget 1879-1979	4

	846	S	Johan Falkberget 1879-1979	4
	847	S	Norsk ingeniørkunst – Kylling bro	8
	848	S	Norsk ingeniørkunst – Vessingsjø dam	8
	849	S	Norsk ingeniørkunst – Statfjord A	8
	850	M	Norwex 80 – fly	2-8-9
	851	M	Norwex 80 – luftskip	2-8-9
	852	M	Norwex 80 – fly	2-8-9
	853	M	Norwex 80 – fly	2-8-9
	854	S	Blomster	5
	855	S	Blomster	5
	856	S	Blomster	5
<hr/>				
1980	857	S	Norges Kristelige Ungdomsforbund 1880-1980	3-10
	858	S	Norges Kristelige Ungdomsforbund 1880-1980	3-10
	859	B	Norske fugler	5
	860	B	Norske fugler	5
	861	B	Norske fugler	5
	862	B	Norske fugler	5
	863	S	Telefonen i Norge 100 år	3-8
	864	S	Telefonen i Norge 100 år	3-8
	865	M	Norwex 80 – hjuldamp	2-8-9
	866	M	Norwex 80 – damplokomotiv	2-8-9
	867	M	Norwex 80 – rutebil	2-8-9
	868	M	Norwex 80 – fly	2-8-9
	869	S	Norden – støpejernsovnplate	8-10
	870	S	Norden - støpejernsovnplate	8-10
	871	S	Malerkunst – N.Astrup	7
	872	S	Malerkunst – Chr.Skredsvig	7
	873	S	Blomster	5
	874	S	Blomster	5
1981	875	B	Norske fugler	5
	876	B	Norske fugler	5
	877	B	Norske fugler	5
	878	B	Norske fugler	5
	879	B	Byggverk – Stavanger domkirke	5
	880	B	Byggverk – Rosenkrantzårnet	5
	881	B	Byggverk – Tromsdalen kirke	5
	882	S	Norske melkeprodusenter – ku	5-10
	883	S	Norske melkeprodusenter – geit	5-10
	884	S	Europa CEPT	2-7-10
	885	S	Europa CEPT	2-7-10
	886	S	Seilskipsmotiver	8
	887	S	Seilskipsmotiver	8
	888	S	Seilskipsmotiver	8
	889	S	Skipsfart på norske innsjøer	8
	890	S	Skipsfart på norske innsjøer	8
	891	S	Skipsfart på norske innsjøer	8
	892	S	Skipsfart på norske innsjøer	8
	893	S	Funksjonshemmedes internasjonale år	10
	894	S	Funksjonshemmedes internasjonale år	10

	895	S	Malerkunst – H.Backer	7
	896	S	Malerkunst – K.Kielland	7
	897	S	Nobels fredspris – Lange/Branting	4-10
	898	S	Norsk billedvev	7
	899	S	Norsk billedvev	7
	900	S	Norsk billedvev	7
1982	901	S	VM på ski Oslo	9
	902	S	VM på ski Oslo	9
	903	B	Byggverk – Minnehall i Stavern	6
	904	B	Byggverk – Tofte storgård	6
	905	B	Byggverk – Oscarshall	6
	906	B	Byggverk – Damsgård	6
	907	B	Byggverk – Selje kloster	6
	908	B	Norske fugler	6
	909	B	Norske fugler	6
	910	S	Kampen mot tuberkulosen	10
	911	S	Kampen mot tuberkulosen	10
	912	B	Munnharpe	7
	913	S	Europa CEPT – Haakon VII i 1905	2-3-10
	914	S	Europa CEPT – Haakon VII i 1945	2-3-10
	915	S	Malerkunst – E.Werenskiold	7
	916	S	Malerkunst – H.Sørensen	7
	917	S	Olav V – Konge i 25 år	1-3-4
	918	S	Bjørnstjerne Bjørnson 1832-1910	4-7
	919	S	Sigrid Undset 1882-1949	4-7
	920	S	Norsk grafisk forbund 100 år	8-10
	921	S	Norsk grafisk forbund 100 år	8-10
	922	S	Nobels fredspris 1922 – Fr.Nansen	4-10
	923	S	Norsk juleskikk (A.Tidemand)	7
1983	924	B	Byggverk – Breilandsloftet	6
	925	B	Byggverk – Lindesnes fyr	6
	926	S	Norske hunderaser – buhund	6
	927	S	Norske hunderaser – elghund	5
	928	S	Norske hunderaser – lundehund	5
	929	S	Norden	5-10
	930	S	Norden	5-10
	931	B	Norske fugler	5
	932	B	Norske fugler	5
	933	S	Europa CEPT – Edvard Grieg	2-4-7-10
	934	S	Europa CEPT – Gustav Vigeland	2-4-7-10
	935	S	Verdens kommunikasjonsår	8-10
	936	S	Verdens kommunikasjonsår	8-10
	937	S	Olav V 80 år	1
	938	S	Jonas Lie 1833-1908	4
	939	S	Nord-norske båttyper	7-8
	940	S	Nord-norske båttyper	7-8
	941	B	Olav V	1
	942	S	Julemotiv – ”Kanefart” (A.Ender)	7
	943	S	Julemotiv – ”Gjestene kommer” (G.Wentzel)	7
1984	944	S	Postarbeid	2-8



	945	S	Postarbeid	2-8
	946	S	Postarbeid	2-8
	947	S	Fritidsfiske	9
	948	S	Fritidsfiske	9
	949	S	Fritidsfiske	9
	950	S	Christopher Hansteen 1784-1873	4-8
	951	S	Christopher Hansteen 1784-1873	4
	952	S	Europa CEPT	2-8-10
	953	S	Europa CEPT	2-8-10
	954	S	Det norske hageselskap 1884-1984	9-10
	955	S	Det norske hageselskap 1884-1984	9-10
	956	S	Birøkterlag 1884-1984	8-10
	957	S	Fjørfeavlslag 1884-1984	8-10
	958	S	Ludvig Holberg 1684-1754	4
	959	S	Norsk ukepresse 150 år	3-8
	960	S	Norsk ukepresse 150 år	3-8
	961	S	Parlamentarisme i 100 år	3
	962	S	Th.Egners eventyrverden	7
	963	S	Th.Egners eventyrverden	7
	964	S	Th.Egners eventyrverden	7
	965	S	Th.Egners eventyrverden	7
<hr/>				
1985	966	S	Fra Dronning Maud Land – Antarktis	5
	967	S	Fra Dronning Maud Land – Antarktis	5
	968	S	40 år siden frigjøringen	3
	969	S	De norske artillerivåpnene 300 år	3
	970	S	De norske artillerivåpnene 300 år	3
	971	S	Kongsten fort 300 år	3
	972	S	Internasjonalt ungdomsår	10
	973	S	Internasjonalt ungdomsår	10
	974	S	Europa CEPT – Myllarguten	2-4-7-10
	975	S	Europa CEPT – Ole Bull	2-4-7-10
	976	S	Elforsyningen 100 år	3-8
	977	S	Elforsyningen 100 år	3-8
	978	M	Norsk arbeidsliv – Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	979	M	Norsk arbeidsliv – Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	980	M	Norsk arbeidsliv – Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	981	M	Norsk arbeidsliv – Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	982	S	Folkebibliotekene 200 år	3-8
	983	S	Folkebibliotekene 200 år – Carl Deichman	3-4-8
	984	S	Havnevesen 250 år	3-8
	985	S	Sjømåling 200 år	3-8
	986	S	Julemotiv	7
	987	S	Julemotiv	7
1986	988	S	VM i skiskyting	9
	989	S	VM i skiskyting	9
	990	B	Solornament	7
	991	B	Stjerneornament	7
	992	S	Norges Håndverkerforbund 100 år	8-10
	993	S	Norges Håndverkerforbund 100 år	8-10

	994	S	Europa CEPT - miljøvern	2-10
	995	S	Europa CEPT - miljøvern	2-10
	996	S	Norden (Moss)	6-10
	997	S	Norden (Ålesund)	6 -10
	998	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	999	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1000	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1001	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1002	S	Hans Egede 1686-1758	4
	1003	S	Herman Wildenvey 1886-1959	4
	1004	S	Tore Ørjasæter 1886-1968	4
	1005	S	Engebret Soot 1786-1859	4
	1006	S	Glassmalerier	7
	1007	S	Glassmalerier	7
	1008	S	Internasjonalt fredsår	10
1987	1009	S	Tall i farver	7
	1010	S	Tall i farver	7
	1011	B	Marint ornament	7
	1012	B	Botanisk ornament	7
	1013	S	Europa CEPT - trearkitektur	2-8-10
	1014	S	Europa CEPT - glass- og steinarkitektur	2-8-10
	1015	S	Formannskapslovene 150 år	3
	1016	M	Røde Kors - fellesutg. Norge-Somalia	10
	1017	B	Matsopper	5
	1018	B	Matsopper	5
	1019	S	Sandvigske Samlinger, Maihaugen 100 år	3-7
	1020	S	Sandvigske Samlinger, Maihaugen 100 år	3-7
	1021	S	Fartein Valen 1887-1952	4
	1022	S	Fartein Valen 1887-1952	4
	1023	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1024	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1025	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1026	M	Norsk arbeidsliv - Frimerkets dag (tilleggspris)	2-8
	1027	S	Malerkunst - Chr.Krohg	7
	1028	S	Malerkunst - G.Munthe	7
	1029	S	Norske hesteraser	5
	1030	S	Norske hesteraser	5
	1031	S	Norske hesteraser	5
	1032	S	Juleforberedelser	7
	1033	S	Juleforberedelser	7
1988	1034	B	Norsk fauna - tiur	5
	1035	B	Norsk fauna - rein	5
	1036	S	Frelsesarméen i Norge 100 år	3-10
	1037	S	Frelsesarméen - Othilie Tonning	3-4-10
	1038	B	Matsopper	5
	1039	B	Matsopper	5
	1040	S	Fortifikasjonsetaten 300 år	3
	1041	S	Sambandstroppene 100 år	3
	1042	S	Ingeniørtroppene 100 år	3
	1043	S	Europeisk nord-sør-kampanje	10

	1044	S	Europa CEPT	2-8-10
	1045	S	Europa CEPT	2-8-10
	1046	M	Olav V 85 år	1
	1047	M	Olav V 85 år	1
	1048	M	Olav V 85 år	1
	1049	S	Olav V 85 år	1
	1050	S	Christian IV 1588-1988	4
	1051	S	Christian IV 1588-1988	4
	1052	M	Ballsport - Frimerkets dag (tilleggspris)	9
	1053	M	Ballsport - Frimerkets dag (tilleggspris)	9
	1054	M	Ballsport - Frimerkets dag (tilleggspris)	9
	1055	M	Ballsport - Frimerkets dag (tilleggspris)	9
	1056	S	Kj.Aukrusts eventyrfigur Ludvig	7
	1057	S	Kj.Aukrusts eventyrfigur Ludvig	7
1989	1058	B	Norsk fauna - rev	5
	1059	B	Norsk fauna - røyskatt	5
	1060	B	Norsk fauna - ekorn	5
	1061	B	Matsopper	5
	1062	B	Matsopper	5
	1063	S	VM i terrengløp	9
	1064	S	Vardø 200 år	3
	1065	S	Hammerfest 200 år	3
	1066	S	Norden	7-10
	1067	S	Norden	7-10
	1068	S	Europa CEPT	2-10
	1069	S	Europa CEPT	2-10
	1070	S	Grunnskolen 250 år	3-8
	1071	S	Grunnskolen 250 år	3-8
	1072	M	Malerkunst - J.Weidemann (tilleggspris)	7
	1073	M	Malerkunst - J.Weidemann (tilleggspris)	7
	1074	M	Malerkunst - J.Weidemann (tilleggspris)	7
	1075	M	Malerkunst - J.Weidemann (tilleggspris)	7
	1076	M	Norske OL-vinnere - B.E.Jensen	4-9
	1077	M	Norske OL-vinnere - E.Kvalfoss	4-9
	1078	M	Norske OL-vinnere - damestafettlag	4-9
	1080	S	Arnulf Øverland 1889-1968	4
	1081	S	Hanna Winsnes	4
	1082	S	Herregården i Larvik	6
	1083	S	Baroniet Rosendal	6
	1084	S	Juletrepynt	7
	1085	S	Juletrepynt	7
<hr/>				
1990	1086	B	Norsk fauna - knoppsvane	5
	1087	B	Norsk fauna - bever	5
	1088	B	Orkidéer	5
	1089	B	Orkidéer	5
	1090	S	Winter Cities Tromsø 1990	7-10
	1091	M	Frimerket 150 år	2-3
	1092	M	Frimerket 150 år	1-2-3
	1093	S	50 år siden overfallet på Norge	1-3

	1094	S	50 år siden overfallet på Norge	3
	1095	S	Peter Wessel Tordenskiold 1690-1990	4
	1096	S	Peter Wessel Tordenskiold 1690-1990	4
	1097	S	Europa CEPT	2-10
	1098	S	Europa CEPT	2-10
	1099	M	Norske OL-vinnere – Thorleif Haug	4-9
	1100	M	Norske OL-vinnere – Sonja Henie	4-9
	1101	M	Norske OL-vinnere – Ivar Ballangrud	4-9
	1102	M	Norske OL-vinnere – Hjalmar Andersen	4-9
	1103	S	Johan Svendsen 1840-1911	4
	1104	S	Johan Svendsen 1840-1911	4
	1105	S	Nobels fredspris – N.Söderblom	4-10
	1106	S	Barnas jul	7
	1107	S	Barnas jul	7
1991	1108	B	Norsk fauna – gaupe	5
	1109	B	Norsk fauna – perleugle	5
	1110	S	Norsk verkstedindustri	8
	1113	S	Kristiansand 1641-1991	3
	1114	S	Kristiansand 1641-1991	3
	1115	S	Redningsselskapet 100 år	3-10
	1116	S	Redningsselskapet 100 år	3-10
	1117	S	Norden – turistmål	6-10
	1118	S	Norden – turistmål	6-10
	1119	M	Frimerkets dag (tilleggspris)	2
	1120	M	Frimerkets dag (tilleggspris)	2
	1121	M	Frimerkets dag (tilleggspris)	2
	1122	M	Frimerkets dag (tilleggspris)	2
	1123	M	Norske OL-vinnere – Birger Ruud	4-9
	1124	M	Norske OL-vinnere – Johan Grøttumsbråten	4-9
	1125	M	Norske OL-vinnere – Knut Johannesen	4-9
	1126	M	Norske OL-vinnere – Magnar Solberg	4-9
	1127	B	Posthorn	1-2
	1128	B	Posthorn	1-2
	1129	B	Posthorn	1-2
	1130	B	Posthorn	1-2
	1131	S	Julebukker	7
	1132	S	Julebukker	7
1992	1133	B	Dronning Sonja	1
	1134	B	Harald V	1
	1135	B	Harald V	1
	1136	B	Harald V	1
	1137	B	Orkidéer	5
	1138	B	Orkidéer	5
	1139	M	Norske OL-vinnere – Hallgeir Brenden	4-9
	1140	M	Norske OL-vinnere – Arnfinn Bergmann	4-9
	1141	M	Norske OL-vinnere – Stein Eriksen	4-9
	1142	M	Norske OL-vinnere – Simon Slåttvik	4-9
	1143	S	Expo '92	8-9
	1144	S	Expo '92	8-9
	1145	S	Europa CEPT	2-8-10

	1146	S	Europa CEPT	2-8-10
	1147	S	Molde 250 år	3
	1148	S	Kristiansund 250 år	3
	1149	B	Harald V	1
	1150	M	Frimerkets dag – glasskunst (tilleggspris)	2-7
	1151	M	Frimerkets dag – glasskunst (tilleggspris)	2-7
	1152	M	Frimerkets dag – glasskunst (tilleggspris)	2-7
	1153	M	Frimerkets dag – glasskunst (tilleggspris)	2-7
	1154	S	OL Lillehammer '94	1-9
	1155	S	OL Lillehammer '94	1-9
	1156	B	Posthorn	1-2
	1157	B	Posthorn	1-2
	1158	B	Posthorn	1-2
	1159	B	Posthorn	1-2
	1160	B	Posthorn	1-2
	1161	S	Julenisser	7
	1162	S	Julenisser	7
1993	1163	B	Sommerfugler	5
	1164	B	Sommerfugler	5
	1165	B	Dronning Sonja	1
	1166	B	Harald V	1
	1167	B	Harald V	1
	1168	M	Norske OL-vinnere – Finn Chr. Jagge	4-9
	1169	M	Norske OL-vinnere – Bjørn Dæhlie	4-9
	1170	M	Norske OL-vinnere – Geir Karlstad	4-9
	1171	M	Norske OL-vinnere – Vegard Ulvang	4-9
	1172	S	Norden – natur/turisme	5-10
	1173	S	Norden – natur/turisme	5-10
	1174	S	Edvard Grieg 1843-1907	4
	1175	S	Edvard Grieg 1843-1907	4
	1176	S	Hurtigruten 100 år – Richard With	3-4-8
	1177	S	Hurtigruten 100 år	3-8
	1178	S	Håndball-VM	9
	1179	S	Sykkel-VM	9
	1180	B	Harald V	1
	1181	B	Harald V	1
	1182	S	Arbeidervernet 100 år – Johan Castberg	3-4
	1183	S	Arbeidervernet 100 år – Betzy Kjelsberg	3-4
	1184	M	Frimerkets dag – kunsthåndverk (tilleggspris)	2-7
	1185	M	Frimerkets dag – kunsthåndverk (tilleggspris)	2-7
	1186	M	Frimerkets dag – kunsthåndverk (tilleggspris)	2-7
	1187	M	Frimerkets dag – kunsthåndverk (tilleggspris)	2-7
	1188	S	OL Lillehammer '94	9
	1189	S	OL Lillehammer '94	9
	1190	S	Julefrimerke - kirke	6-7
	1191	S	Julefrimerke - kirke	6-7
1994	1192	B	Sommerfugler	5
	1193	B	Sommerfugler	5
	1194	S	OL Lillehammer '94	9
	1195	S	OL Lillehammer '94	9

1196	S	OL Lillehammer '96	9	
1197	S	OL Lillehammer '96	9	
1198	S	OL Lillehammer '96	9	
1199	S	OL Lillehammer '96	9	
1200	B	Harald V	1	
1201	S	Paralympics '94	9-10	
1202	S	Paralympics '94	9-10	
1203	S	Tromsø 200 år	3	
1204	S	Tromsø 200 år	3	
1205	S	Norsk natur – Fløibanen	5	
1206	S	Norsk natur – Svolværgeita	5	
1207	S	Norsk natur – Verdens ende	5	
1208	S	Eureka	8-10	
1209	S	Eureka	8-10	
1210	S	Norsk folkemuseum 100 år	3-7	
1211	S	Norsk folkemuseum 100 år	3-7	
1212	S	Elektrisk sporvei 100 år	3-8	
1213	S	Elektrisk sporvei 100 år	3-8	
1214	M	Frimerkets dag – draktsølv (tilleggspris)	2-7	
1215	M	Frimerkets dag – draktsølv (tilleggspris)	2-7	
1216	M	Frimerkets dag – draktsølv (tilleggspris)	2-7	
1217	M	Frimerkets dag – draktsølv (tilleggspris)	2-7	
1218	B	Harald V	1	
1219	S	Julefrimerke – kjelke	7	
1220	S	Julefrimerke – spark	7	
<hr/>				
1995	1221	S	Apoteket 400 år	3-8
	1222	S	Apoteket 400 år	3-8
	1223	B	Tyttebær	5
	1224	B	Blåbær	5
	1225	S	Norsk natur – Skudeneshavn	6
	1226	S	Norsk natur – Torghatten	5
	1227	S	Frigjøringen 50 år	3
	1228	S	Frigjøringen 50 år	3
	1229	S	Frigjøringen 50 år	3
	1230	S	Kirke i 1000 år	3
	1231	S	Kirke i 1000 år	3
	1232	S	Kirsten Flagstad 1895-1962	4
	1233	S	Kirsten Flagstad 1895-1962	4
	1234	S	Forlikrådet 200 år	3-10
	1235	S	Forlikrådet 200 år	3-10
	1236	S	FN 50 år – Trygve Lie	3-4-10
	1237	S	FN 50 år – rent vann	3-10
	1238	S	Posten 350 år	2
	1239	S	Posten 350 år	2
	1240	S	Posten 350 år	2
	1241	S	Posten 350 år	2
	1242	S	Posten 350 år	2
	1243	S	Posten 350 år	2
	1244	S	Posten 350 år	2

	1245	S	Posten 350 år	2
	1246	B	Harald V	1
	1247	B	Harald V	1
	1248	B	Harald V	1
	1249	S	Julefrimerke – lue	7
	1250	S	Julefrimerke – vott	7
1996	1251	S	Svalbard – Adventdalen	5
	1252	S	Svalbard – isbjørn	5
	1253	B	Markjordbær	5
	1254	B	Multer	5
	1255	S	OL 100 år	9
	1256	S	OL 100 år	9
	1257	S	Turistmerker – Besseggen	5
	1258	S	Turistmerker – Urnes stavkirke	6
	1259	S	Turistmerker – Altafeltet helleristninger	6
	1260	S	Åpning av Troll-feltet	8
	1261	S	Åpning av Troll-feltet	8
	1262	S	Urskog-Hølandsbanen 100 år	8
	1263	S	Setesdalsbanen 100 år	8
	1264	S	Filmen 100 år i Norge	7-8-9
	1265	S	Filmen 100 år i Norge	7-8-9
	1266	S	Filmen 100 år i Norge	7-8-9
	1267	S	Posten 350 år	2-8
	1268	S	Posten 350 år	2-8
	1269	S	Posten 350 år	2-8
	1270	S	Posten 350 år	2-8
	1271	S	Posten 350 år	2-8
	1272	S	Posten 350 år	2-8
	1273	S	Posten 350 år	2-8
	1274	S	Posten 350 år	2-8
	1275	S	Amalie Skram 1846-1905	4
	1276	S	Amalie Skram 1846-1905	4
	1277	S	Julefrimerke – bunadpynt	7
	1278	S	Julefrimerke – bunadpynt	7
1997	1279	B	Rødkløver	5
	1280	B	Hestehov	5
	1281	B	Liljekonvall	5
	1282	B	Blåklukke	5
	1283	B	Prestekrave	5
	1284	B	Posthorn	1-2
	1285	B	Posthorn	1-2
	1286	B	Posthorn	1-2
	1287	B	Posthorn	1-2
	1288	B	Posthorn	1-2
	1289	S	Humle	5
	1290	S	Marihøne	5
	1291	S	VM på ski	9
	1292	S	VM på ski	9
	1293	S	Harald V 60 år	1
	1294	S	Kongeparet 60 år	1

	1295	S	Posten 350 år – gjenreisning	2-8
	1296	S	Posten 350 år – ekspedisjoner/Kon-Tiki	2-9
	1297	S	Posten 350 år – miljøvern	2-10
	1298	S	Posten 350 år – velferd	2-10
	1299	S	Posten 350 år – industri	2-8
	1300	S	Posten 350 år – idrett (G.Waitz)	2-9
	1301	S	Posten 350 år – kommunikasjon	2-8
	1302	S	Posten 350 år – kultur (OL '94)	2-7-9
	1303	S	Turistfrimerke – Røros	6
	1304	S	Turistfrimerke – Færder fyr	6
	1305	S	Turistfrimerke – Nusfjord	6
	1306	S	Trondheim 1000 år	3
	1307	S	Trondheim 1000 år	3
	1308	S	Einar Gerhardsen 1897-1987	4
	1309	S	Einar Gerhardsen 1897-1987	4
	1310	S	Harald Sæverud 1897-1992	4
	1311	S	Tarjei Vesaas 1897-1970	4
	1312	S	Barnas frimerkeklubb	9
	1313	S	Barnas frimerkeklubb	9
	1314	S	Julefrimerke – primstav	7
	1315	S	Julefrimerke – primstav	7
	1316	S	Petter Dass 1647-1707	4
	1317	S	Petter Dass 1647-1707	4
	1318	S	Bekkeblom	5
	1319	S	Stemorsblomst	5
1998	1320	B	Hvitkløver	5
	1321	B	Blåveis	5
	1322	B	Mogop	5
	1323	B	Rødsildre	5
	1324	B	Øyestikker	5
	1325	B	Gresshoppe	5
	1326	S	Valentins dag	9
	1327	S	Egersund 200 år	9
	1328	S	Egersund 200 år	9
	1329	S	Kystfart	8
	1330	S	Kystfart	8
	1331	S	Turistfrimerker – Holmenkollen	6
	1332	S	Turistfrimerker – Ålesund	6
	1333	S	Turistfrimerker - Hamarøyskiftet	5
	1334	S	Mineraler – sølv	8
	1335	S	Mineraler - koboltitt	8
	1336	S	Samtidskunst – F.Widerberg	7
	1337	S	Samtidskunst – S.A.Aurdal	7
	1338	S	Samtidskunst – N.Aas	7
	1339	S	Barneleker	9
	1340	S	Barneleker	9
	1341	S	Gardermoen lufthavn	8
	1342	S	Gardermoen lufthavn	8
	1343	S	Gardermoen lufthavn	8
	1344	S	Det Kgl. slott 150 år	6



	1345	S	Det Kgl. slott 150 år	6
	1346	S	Glade jul	7
	1347	S	Deilig er den himmel blå	7
1999	1348	S	Ostehøvel	7-8
	1349	S	Binders	7-8
	1350	S	Fisk og redskap	8
	1351	S	Fisk og redskap	8
	1352	B	Rød jonsokblom	5
	1353	B	Hvitveis	5
	1354	B	Fjellfiol	5
	1355	S	Valentins dag	9
	1356	S	Turistfrimerker	5
	1357	S	Turistfrimerker	5
	1358	S	Turistfrimerker	5
	1359	S	VM i ishockey	9
	1360	S	VM i ishockey	9
	1361	S	LO 100 år	8
	1362	S	Norge 2000	3
	1363	S	Norge 2000	3-7
	1364	S	Norge 2000	3-8
	1365	S	Norge 2000	3-8
	1366	M	Bilder fra hverdagen	8
	1367	M	Bilder fra hverdagen	8
	1368	M	Bilder fra hverdagen	8
	1369	M	Bilder fra hverdagen	8
	1370	M	Bilder fra hverdagen	8
	1371	M	Bilder fra hverdagen	8
	1372	M	Bilder fra hverdagen	8
	1373	M	Bilder fra hverdagen	8
	1374	S	Barneleker	9
	1375	S	Barneleker	9
	1376	S	Julefrimerker	7
	1377	S	Julefrimerker	7
	1378	S	Nationaltheateret 100 år	9
	1379	S	Nationaltheateret 100 år	9
	1380	S	Norge 2000	5
	1381	S	Norge 2000	5
-----				
2000	1382	B	Gullmyrklegg	5
	1383	B	Hvit nøkkerose	5
	1384	B	Ballblom	5
	1385	B	Hvitbladtistel	5
	1386	S	Valentins dag	9
	1387	S	Oslo 1000 år	9
	1388	S	Oslo 1000 år	9
	1389	S	Oslo 1000 år	9
	1390	S	Oslo 1000 år	9
	1391	S	Ørn	5
	1392	S	Elg	5
	1393	S	Hval	5

	1394	S	Expo 2000	9
	1395	S	Expo 2000	9
	1396	S	Krigsskolen 250 år	3-8
	1397	S	Krigsskolen 250 år	3-8
	1398	S	Aerosolboksen	8
	1399	S	Fisk og redskap	8
	1400	S	Fisk og redskap	8
	1401	S	År 2000	9
	1402	S	År 2000	9
	1403	S	Skien 1000 år	9
	1404	S	Skien 1000 år	9
	1405	S	Lars Levi Læstadius 200 år	4
	1406	S	Tegneserier	7
	1407	S	Tegneserier	7
	1408	S	Altertavler	7
	1409	S	Altertavler	7
2001	1410	S	Roser	5
	1411	S	Roser	5
	1412	S	Husflid	6
	1413	S	Husflid	6
	1414	S	Husflid	6
	1415	S	Skuespillere – Aase Bye	4
	1416	S	Skuespillere – Per Aabel	4
	1417	S	Skuespillere – Alfred Maurstad	4
	1418	S	Skuespillere – Lillebil Ibsen	4
	1419	S	Skuespillere – Tore Segelcke	4
	1420	S	Send en hilsen (Valentins dag)	9
	1421	B	Posthorn	1-2
	1422	B	Posthorn	1-2
	1423	B	Posthorn	1-2
	1424	S	Aktiv fritid	9
	1425	S	Aktiv fritid	9
	1426	S	Skolekorpse 100 år	7-9
	1427	S	Skolekorpse 100 år	7-9
	1428	S	Arkitektur – Gamle Norges Bank	6
	1429	S	Arkitektur – Ivar Aasen-tunet	6
	1430	S	Husflid –treskjæring	7
	1431	S	Husflid – hekling	7
	1432	S	Husflid –strikking	7
	1433	S	Norske roser	5
	1434	S	Norske roser	5
	1435	S	Skuespillere – Lalla Carlsen	4
	1436	S	Skuespillere – Leif Juster	4
	1437	S	Skuespillere – Kari Diesen	4
	1438	S	Skuespillere – Arvid Nilssen	4
	1439	S	Skuespillere – Einar Rose	4
	1440	S	Nobels fredspris – A.S.S.Kyi	4-10
	1441	S	Nobels fredspris – N.Mandela	4-10
	1442	S	Nobels fredspris – A.Nobel	4-10
	1443	S	Nobels fredspris – H.Dunant	4-10

	1444	S	Nobels fredspris – Fr.Nansen	4-10
	1445	S	Nobels fredspris – M.S.Gorbatsjov	4-10
	1446	S	Nobels fredspris – M.L.King	4-10
	1447	S	Nobels fredspris – R.Menchu	4-10
	1448	S	Katter	5
	1449	S	Geitekillling	5
	1450	S	Juletradisjon – pepper kakemann	7
	1451	S	Juletradisjon – pepperk akehus	7
	1452	S	Nordlys	5
	1453	S	Nordlys	5
2002	1454	B	Posthorn	1-2
	1455	B	Posthorn	1-2
	1456	S	Skuespillere – Tordis Maurstad	4
	1457	S	Skuespillere – Rolf Just Nilsen	4
	1458	S	Skuespillere – Lars Tvinde	4
	1459	S	Skuespillere – Henry Gleditsch	4
	1460	S	Skuespillere – Norma Balean	4
	1461	S	Norges fotballforbund 100 år	9
	1462	S	Norges fotballforbund 100 år	9
	1463	S	Norges fotballforbund 100 år	9
	1464	S	Norges fotballforbund 100 år	9
	1465	S	Norden – samtidskunst	7-10
	1466	S	Norden – samtidskunst	7-10
	1467	S	Eventyr	7
	1468	S	Eventyr	7
	1469	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
	1470	S	Niels Henrik Abel 1802-1829	4
	1471	S	Holmestrand 250 år	9
	1472	S	Kongsberg 200 år	9
	1473	S	Johan Borgen 1902-1979	4
	1474	S	Nordahl Grieg 1902-1943	4
	1475	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1476	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1477	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1478	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1479	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1480	M	Norges fotballforbund 100 år	9
	1481	S	Europa CEPT – sirkus	9
	1482	S	Europa CEPT - sirkus	9
	1483	S	Nordia 2002 (NK 1469 m/overtrykk)	9
	1484	S	Nordia 2002 (NK 1470 m/overtrykk)	9
	1485	S	Julefrimerker	7
	1486	S	Julefrimerker	7
	1487	S	Magnus B. Landstad 200 år	4
	1488	S	Magnus B. Landstad 200 år	4
2003	1489	S	Norsk husflid – Doudji kniv	7
	1490	S	Norske roser	5
	1491	S	Norske roser	5
	1492	S	Grafikk (K.E.Johnson)	7
	1493	S	Grafikk (E.Hagen)	7

	1494	S	Grafikk (N.Gulbrandsen)	7
	1495	S	Grafikk (S.Strand)	7
	1496	S	Grafikk (R.Hansen)	7
	1497	S	Valentins dag	9
	1498	S	Eventyrfigurer	7
	1499	S	Eventyrfigurer	7
	1500	S	Festspillene i Bergen	9
	1501	S	Festspillene i Bergen	9
	1502	S	Offentlig helsevesen 400 år	3-8
	1503	S	Offentlig helsevesen 400 år	3-8
	1504	S	Verdens flyktningdag	10
	1505	S	Verdens flyktningdag	10
	1506	S	Olav V 100 år	4
	1507	S	Olav V 100 år	4
	1508	S	Olav V 100 år	4
	1509	S	Send en hilsen	9
	1510	S	Send en hilsen	9
	1511	S	Send en hilsen	9
	1512	S	Send en hilsen	9
	1513	S	Send en hilsen	9
	1514	S	Norsk plakatkunst (P.Krohg)	7
	1515	S	Norsk plakatkunst (K.Yran)	7
	1516	S	Norsk plakatkunst (W.Storn)	7
	1517	S	Bjørnstjerne Bjørnson – Nobelpris 1903	4-10
	1518	S	Lars Onsager – Nobelpris 1968	4-10
	1519	S	Julenissen	7
	1520	S	Julegave	7
	1521	S	Grafikk – Vinterlandskap (T.Grøstad)	7
	1522	S	Grafikk – Gjeter & geiter (R.Nesch)	7
2004	1523	S	Postens nye slagord ”Oss mennesker imellom”	2
	1524	S	Postens nye slagord ”Oss mennesker imellom”	2
	1525	S	Marint liv – kronemanet	5
	1526	S	Marint liv – steinbit	5
	1527	S	Marint liv – blekksprut	5
	1528	S	Malerkunst – Chr.Skredsvig	7
	1529	S	Malerkunst – P.Balke	7
	1530	S	Malerkunst – R.Aulie	7
	1531	S	St.Valentins dag	9
	1532	S	Ferie og fritid – Europa	9
	1533	S	Ferie og fritid – Europa	9
	1534	S	Ferie og fritid – Europa	9
	1535	S	Norrøn mytologi – Norden	7
	1536	S	Norrøn mytologi – Norden	7
	1537	S	Otto Sverdrup 1854-1930	4
	1538	S	Otto Sverdrup 1854-1930 – Polarskuta ”Fram”	4-8
	1539	S	Prinsesse Ingrid Alexandra	4
	1540	S	Håkon Håkonsson 800 år	4
	1541	S	Håkon Håkonsson 800 år	4
	1542	S	Jernbanen i Norge 150 år	3
	1543	S	Jernbanen i Norge 150 år	3

1544	S	Jernbanen i Norge 150 år	3	
1545	S	Jernbanen i Norge 150 år	3	
1546	S	Barn & ungdom	9	
1547	S	Barn & ungdom	9	
1548	S	Osebergutgravingen 100 år	3	
1549	S	Osebergutgravingen 100 år	3	
1550	S	Osebergutgravingen 100 år	3	
1551	S	Julefrimerker	7	
1552	S	Julefrimerker	7	
1553	S	Nobelpris – O.Hassel	4-10	
1554	S	Nobelpris – Chr.L.Lange	4-10	
<hr/>				
2005	1555	S	Erik Werenskiold 150 år	4-7
	1556	S	Erik Werenskiold 150 år	4-7
	1557	S	Valentinsdag	9
	1558	S	Kirkens bymisjon 150 år	3-10
	1559	S	Kirkens bymisjon 150 år	3-10
	1560	S	Caroline Schweigaard Nicolaysen 100 år	4
	1561	S	Åse Grud Skard 100 år	4
	1562	S	Norge om 100 år	3-7-9
	1563	S	Norge om 100 år	3-7-9
	1564	B	Posthorn	1-2
	1565	B	Posthorn	1-2
	1566	S	Turistmerke – norsk natur	5
	1567	S	Turistmerke – norsk natur	5
	1568	S	Turistmerke – norsk fauna (isbjørn)	5
	1569	S	Unionsoppløsning 100 år – Chr.Michelsen	3-4
	1570	S	Unionsoppløsning 100 år – Haakon VII	1-3-4
	1571	S	Hundreårets øyeblikk - Haakon VII & Maud	1-3
	1572	S	Hundreårets øyeblikk – Kronpr Olav & Max Manus	1-3
	1573	S	Hundreårets øyeblikk – Kong Olav & TV	1-3-8
	1574	S	Hundreårets øyeblikk – T.Bratteli/Ekofisk	4-8
	1575	S	Hundreårets øyeblikk - Kjetil Rekdal vs. Brasil	4-9
	1576	S	Skoleskipet Christian Radich	8
	1577	S	Skoleskipet Sørlandet	8
	1578	S	Skoleskipet Statsråd Lehmkuhl	8
	1579	B	Marint liv – spekkhugger	4
	1580	B	Marint liv – sjøanemone	4
	1581	S	Norske fyrtårn – Jomfruland	6-8
	1582	S	Norske fyrtårn – Tranøy	6-8
	1583	S	Europa XXVIII – gastronomi	2-9-10
	1584	S	Europa XXVIII- gastronomi	2-9-10
	1585	S	Telegrafverket 150 år	3-8
	1586	S	Telegrafverket 150 år	3-8
	1587	S	Norsk Geologisk Forening 150 år	10
	1588	S	Norsk Geologisk Forening	10
	1589	S	Norske frimerker 150 år	1-2-3
	1590	S	Norske frimerker 150 år	1-2-3
	1591	S	Norges kongehus 100 år	1-3
	1592	S	Norges kongehus 100 år	1-3

	1593	S	Julefrimerker	9
	1594	S	Julefrimerker	9
2006	1595	S	Valentinsdag	9
	1596	S	OL Torino – K.Traa	4-9
	1597	S	OL Torino – O.E.Bjørndalen	4-9
	1598	S	Noregs Mållag 100 år	10
	1599	S	Livredningsselskapet 100 år	10
	1600	S	Livredningsselskapet 100 år	10
	1601	S	Anledninger – Fødsel/navnedag	9
	1602	S	Anledninger – Bursdag	9
	1603	S	Anledninger – Forlovelse/kjærlighet	9
	1604	S	Anledninger – Høytid/jubileum	9
	1605	S	Norden XV	7-10
	1606	S	Norden XV	7-10
	1607	B	Marint liv – nakensnegle	5
	1608	B	Norsk fauna – Gaupe	5
	1609	B	Norsk fauna – Tiur	5
	1610	B	Norsk fauna – Kongeørn	5
	1611	B	Norsk fauna – Fjellrev	5
	1612	B	Norsk fauna – Hare	5
	1613	S	100 år i Arktis – Arctic Coal Company	3-8
	1614	S	100 år i Arktis – Taubanesentralen	3-6-8
	1615	S	100 år i Arktis – Longyearbyen	3
	1616	S	Turistmerke – Skibladner	5-6-8
	1617	S	Turistmerke – Maihaugen	5-6
	1618	S	Turistmerke – Nordkapp	5
	1619	S	Turistmerke – Nordkapp	5-6
	1620	S	Turistmerke – Bryggen i Bergen	5-6
	1621	S	Turistmerke – Atlanterhavsveien	5-6
	1622	S	Forbrukersamvirket 100 år	10
	1623	S	Personlig frimerke I - due	5-9
	1624	B	Marint liv – kråkebolle	5
	1625	B	Marint liv – blåstål	5
	1626	S	H.M. Kongens Garde 150 år	3
	1627	S	H.M. Kongens Garde 150 år	3
	1628	S	Europa XXIX – integrasjon	2-9-10
	1629	S	Europa XXIX – integrasjon	2-9-10
	1630	S	Personlig frimerke II - Lykt	9
	1631	S	Julefrimerke - barns lek	9
	1632	S	Julefrimerke – barns lek	9
2007	1633	S	Valentinsdag	9
	1634	S	Rally Norway	9
	1635	S	Rally Norway	9
	1636	S	Rally Norway	9
	1637	B	Norsk fauna – pinnsvin	5
	1638	B	Norsk fauna – ekorn	5
	1639	S	4. Internasjonale Polarår	8-10
	1640	S	4. Internasjonale Polarår	8-10
	1641	S	Harald V 70 år	1
	1642	S	Th.Kittelsen 150 år	4-7

	1643	S	Th.Kittelsen 150 år	4-7
	1644	S	Porsgrunn 200 år	3
	1645	S	Turistmerke – ”skydiving”	5-9
	1646	S	Turistmerke – syklist/Rallarvegen	5-9
	1647	S	Turistmerke – gl. bebyggelse Røros	6
	1648	S	Turistmerke – vindelbro Fr.stad	6
	1649	S	Turistmerke – Portør	5-6
	1650	S	Turistmerke – Lofoten	5-6
	1651	B	Marint liv – makrell	5
	1652	S	Arkitektur – Vår Frue Kirke 800 år	3-6
	1653	S	Arkitektur – Vardøhus festning 700 år	3-6
	1654	S	Europa XXX – Speiderbevegelsen 100 år	2-9-10
	1655	S	Europa XXX – Speiderbevegelsen 100 år	2-9-10
	1656	B	Norske fyrtårn – Ona	6-8
	1657	B	Norske fyrtårn – Tungeneset	6-8
	1658	S	Personlig frimerke III - markjordbær	9
	1659	S	Riksmålsforbundet 100 år	10
	1660	B	Marint liv – blomsterreke	5
	1661	B	Marint liv – hummer	5
	1662	B	Marint liv – taskekrabbe	5
	1663	B	Marint liv – krinakrabbe	5
	1664	S	Halldis Moren Vesaas 100 år	4
	1665	S	Kgl.Norske Bergseminarium 250 år	3-8
	1666	S	Videnskapsakademiet 150 år	3-8
	1667	S	Personlig frimerke IV – helleristning	9
	1668	S	Julefrimerke - Julestjernen	9
	1669	S	Julestjerne – Helligtrekonger	9
2008	1670	S	Valentinsdag	9
	1671	S	Valentinsdag	9
	1672	B	Norsk fauna – Elg	5
	1673	B	Norsk fauna – Brunbjørn	5
	1674	B	Norsk fauna – Ulv	5
	1675	S	Norges Skiforbund 100 år	9
	1676	S	Norges Skiforbund 100 år	9
	1677	S	Norges Skiforbund 100 år	9
	1678	S	Norges Skiforbund 100 år	9
	1679	S	Norden XVI – mytiske steder	9-10
	1680	S	Norden XVI – mytiske steder	9-10
	1681	S	Den norske Opera	6-7-9
	1682	S	Frederik Stang 200 år	4
	1683	S	Henrik Wergeland 200 år	4
	1684	S	Turistmerke – Oslo havn	6
	1685	S	Turistmerke – skulptur i Vaterlandsparken	6-7
	1686	S	Turistmerke – Sunnmørsalpene	5
	1687	S	Turistmerke – Kjeragbolten	5
	1688	S	Turistmerke – seilskute	6
	1689	S	Turistmerke – Lyngør	6
	1690	S	D/S Børøysund	3-8
	1691	S	D/S Oster	3-8
	1692	S	Norges første rutebil	3-8

	1693	S	Thamshavnbanen	3-8
	1694	S	Stavanger europeisk kulturby 2008	7-9-10
	1695	S	Stavanger europeisk kulturby 2008	7-9-10
	1696	S	Stavanger europeisk kulturby 2008	7-9-10
	1697	S	OL Beijing – A.Thorkildsen	4-9
	1698	S	OL Beijing – G.Hammerseng	4-9
	1699	S	Personlig frimerke V	2-7
	1700	B	Norsk kunst – A.Ekeland	7
	1701	B	Norsk kunst – K.Tveter	7
	1702	B	Norsk kunst – I.Sitter	7
	1703	B	Norsk kunst – T.Bergstad	7
	1704	S	Julefrimerker	7-9
	1705	S	Julefrimerker	7-9
2009	1706	B	Norsk kunst – K.Nupen	7
	1707	B	Norsk kunst – I.S.Jæger	7
	1708	B	Norsk fauna – rådyr	5
	1709	B	Norsk fauna – reinsdyr	5
	1710	B	Norsk fauna – lirype	5
	1711	S	”Global oppvarming”	9
	1712	S	”Global oppvarming”	9
	1713	S	Personlig frimerke VI – blåveis	5-9
	1714	S	Fedrelandssang ”Ja vi elsker” 150 år	1-3
	1715	S	Turistmerke – Bergensbanen	6-8
	1716	S	Turistmerke – Bergensbanen	6-8
	1717	S	Turistmerke – Støttafjorden	5
	1718	S	Turistmerke – Fjæresteiner	5
	1719	S	Turistmerke – Nordlys/Bleik	5
	1720	S	Turistmerke – Kannesteinen/Vågsøy	5
	1721	S	Europa XXXII – astronomi	2-5-10
	1722	S	Europa XXXII – astronomi	2-5-10
	1723	S	Norges Vel 200 år	3-10
	1724	S	Ubåtvåpenet 100 år	3
	1725	S	Ubåtvåpenet 100 år	3
	1726	S	Kulturminneåret 2009 – Radionette/Kurér	7-8
	1727	S	Kulturminneåret 2009 – rød tlf.kiosk	7-8
	1728	S	K.Hamsun 150 år	4
	1729	S	Norsk Rock – Per “Elvis” Granberg	4-7-9
	1730	S	Norsk Rock – Roald Stensby	4-7-9
	1731	S	Norsk Rock – “Rocke-Pelle”	4-7-9
	1732	S	Norsk Rock – Jan Rohde	4-7-9
	1733	S	Norges Rederiforbund 100 år – M/S Black Prince	8-10
	1734	S	Blindeforbundet 100 år	10
	1735	B	Norsk kunst – G.Vigeland	7
	1736	B	Norsk kunst – N.Aas	7
	1737	B	Norsk kunst – A.Haukeland	7
	1738	B	Norsk kunst – K.Blystad	7
	1739	S	Julefrimerker	7-9
	1740	S	Julefrimerker	7-9

---



I tillegg til ovenstående hovednumre, er det i tidsrommet 1972-2009 også utgitt tilsammen 37 miniatyrark, som i Norgeskatalogen er oppført i egen nummerserie med bokstavkode BL.

Det første av disse (BL1), er også oppført i hovednummerserien med nr. 686.

De påfølgende beskrives nedenfor med årstall, bokstav/nummer-angivelse, motiv og kategori:

			Kategori nr.
1979	BL2	Norwex 80 - Fly	2-8-9
1980	BL3	Norwex 80 - Samferdsel	2-8-9
1985	BL4	Norsk arbeidsliv	2-8
1986	BL5	Norsk arbeidsliv	2-8
1987	BL6	Norge/Somalia – rehabklinikk	10
1987	BL7	Fiskeoppdrett	8
1988	BL8	Olav V	1
1988	BL9	Ballspott	9
1989	BL10	Malerkunst/Weidemann	7
1989	BL11	Norske OL-vinnere	4-9
1990	BL12	Frimerket 150 år	2-3
1990	BL13	Norske OL-vinnere	4-9
1991	BL14	Stålstikk/gravyre	7-8
1991	BL15	Norske OL-vinnere	4-9
1992	BL16	Norske OL-vinnere	4-9
1992	BL17	Frimerkets dag - Norsk glasskunst	2-7
1993	BL18	Norske OL-vinnere	4-9
1993	BL19	Frimerkets dag - Treskjæring	2-7
1994	BL20	Frimerkets dag – Sølvsmedkunst	2-7
2001	BL21	Nobels fredspris 100 år	4-10
2002	BL22	Norges fotballforbund 100 år	9
2003	BL23	Olav V	1-4
2004	BL24	Norden XIV – Norrøn mytologi	7-10
2004	BL25	Otto Sverdrup 150 år	4
2004	BL26	Ingrid Alexandra	4
2005	BL27	Unionsoppløsningen	3-4
2005	BL28	Norske frimerker 150 år	2-3
2006	BL29	Norden XV – Norrøn mytologi	7-10
2006	BL30	Norge 100 år i Arktis	3-8
2006	BL31	H.M. Kongens Garde 150 år	3
2007	BL32	Motorsport – Rally	9
2007	BL33	IPY – Det internasjonale polarår	8-10
2008	BL34	Norden XVI – Norrøn mytologi	7-10
2008	BL35	Nordia 2008	2
2009	BL36	“Global oppvarming”	9
2009	BL37	Europa XXXII – Astronomi	2-5-10

**VEDLEGG II****Sydafrikanske frimerker 1910-2009****Tegnforklaring:**

År	- Utgivelsesår
Nr.	- Katalognummer i South African Colour Catalogue (SACC)
B/S/M/H/	- Bruksfrimerke (B), Særfrimerke (S), Miniatyrark (M), Hefte (H)
Motiv	- Hovedmotiv(er) på frimerkets billedflate

**Motivkategorier:**

- 1 – Rikssymboler/statssymboler/nasjonalsymboler
- 2 – Postale symboler/postale motiver/postvirksomhet
- 3 – Markering av historiske begivenheter/jubiléer/øvrige historiske motiver
- 4 – Hedring av prominente personer/jubiléer
- 5 – Natur/flora & fauna/landskap/turisme
- 6 – Byggverk/kulturseverdigheter/minnesmerker/turisme m.v.
- 7 – Kunst/kultur/folklore/dekor/ornamentikk m.v.
- 8 - Arbeidsliv/næringsliv/teknologi/forskning/vitenskap/utdanning/  
samferdsel/ kommunikasjon
- 9 – Sport/idrett/underholdning/aktuelle mediabegivenheter/fritidssysler/trivia
- 10 – Veldedighet/organisasjonsliv/gode saker/internasjonalt samarbeid/  
kampanjer

**Motivkategori**

År	Nr.	B/S	Motiv	Kategori
1910	1	B	Åpning av Parlamentet - George V	1
1913	2	B	George V	1
	3	B	George V	1
	5	B	George V	1
	6	B	George V	1
	7	B	George V	1
	8	B	George V	1
	9	B	George V	1
	10	B	George V	1
	11	B	George V	1
	13	B	George V	1
	14	B	George V	1
	15	B	George V	1
	17	B	George V	1

1914	18	B	George V	1
<hr/>				
1916	16	B	George V	1
<hr/>				
1920	4	B	George V	1
	12	B	George V	1
	19	B	George V	1
1921	20	B	George V	1
<hr/>				
1925	25	S	Luftpost	8
	26	S	Luftpost	8
	27	S	Luftpost	8
	28	S	Luftpost	8
1926	29	B	Springbok	1
	30	B	Van Riebeeck's skip	3-8
	31	B	Appelsintre	5
	32	S	Hope, trekant	1
1927	33	B	Union Buildings	6
	34	B	Groote Schuur estate	6
	35	B	Kraal	6
	36	B	To antiloper	5
	37	B	Oksevogn - forspent	5
	38	B	Oksevogn – fraspent	5
1929	39	B	Cape Town	6
	40	S	Luftpost	8
	41	S	Luftpost	8
<hr/>				
1930	42	B	Springbok	1
	43	B	Van Riebeeck' skip	3-8
1931	44	B	Union Buildings	6
	45	B	Groote Schuur estate	6
	48	B	Appelsintre	6
1932	47	B	Kraal	5
	49	B	To antiloper	5
	50	B	Oksevogn – forspent	5
1933	46	B	Groote Schuur estate	6
	52	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10
	53	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10
	54	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10
1934	62	B	Oksevogn – fraspent	5
	56	B	Van Riebeeck's skip	3-8
<hr/>				
1935	55	B	Springbok	1
	64	S	George V – Silver Jubilee	1
	65	S	George V – Silver Jubilee	1
	66	S	George V – Silver Jubilee	1
	67	S	George V – Silver Jubilee	1
1936	51	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10
	57	B	Gullgruve	5-8
	68	M	JIPEX 1936 – Springbok	2-9

1937	69	M	JIPEx 1936 – Van Riebeeck's skip	2-9	
	60	B	Appelsintre	5	
	70	S	George VI – Coronation	1-9	
	71	S	George VI – Coronation	1-9	
	72	S	George VI – Coronation	1-9	
1938	73	S	George VI – Coronation	1-9	
	58	B	Union Buildings	6	
	75	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10	
	76	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10	
	77	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10	
	78	S	Voortrekker Memorial Fund (tilleggsverdi)	3-10	
	79	S	Voortrekker Commemoration (100-årsminne)	3	
1939	80	S	Voortrekker Commemoration (100-årsminne)	3	
	61	B	To antiloper	5	
	63	B	Groot Constantia	6	
	81	S	Huguenot Commemoration (250-årsminne)	3	
	82	S	Huguenot Commemoration (250-årsminne)	3	
	83	S	Huguenot Commemoration (250-årsminne)	3	
<hr/>					
1940	59	B	Groote Schuur estate	6	
1941	86	B	Gullgruve (reduisert)	8	
	87	S	Krigsinnsats - Infanteri	10	
	88	S	Krigsinnsats – Sykepleier	10	
	90	S	Krigsinnsats – Kvinner i Forsvaret	10	
	91	S	Krigsinnsats – Kanon	10	
	92	S	Krigsinnsats – sveiser	10	
	93	S	Krigsinnsats – Matros	10	
	94	S	Krigsinnsats – Stridsvogner	10	
	1942	89	S	Krigsinnsats – Flysoldat	10
		95	S	Infanteri (reduisert format)	10
		97	S	Flysoldat (reduisert format)	10
		99	S	Kvinner i Forsvaret (reduisert format)	10
		100	S	Stridsvogn (reduisert format)	10
101		S	Sveiser (reduisert format)	10	
102		S	Stridsvogner (reduisert format)	10	
1943	96	S	Sykepleier (reduisert format)	10	
	98	S	Matros (reduisert format)	10	
	103	S	Krigsinnsats – Sambandsmann	10	
	104	B	Automatmerke – Springbok	1	
	105	B	Automatmerke – Van Riebeeck's skip	3-8	
<hr/>					
1945	106	B	Union Buildings	6	
	107	S	”Victory”	3-10	
	108	S	”Peace”	3-10	
	109	S	”Hope”	3-10	
1947	110	S	Kongebesøk – George VI	1-9	
	111	S	Kongebesøk – George VI & dr. Elizabeth	1-9	
	112	S	Kongebesøk – prinsessene Elizabeth & Margaret	1-9	
	113	B	Springbok	1	
1948	120	B	Oksevogn – forspent	5	

	123	B	Gullgruve (redusert format)	7
	124	S	George VI & dr. Elizabeth – sølvbryllup	1-9
	125	B	Springbok	1
1949	116	B	Groote Schuur estate	6
	121	B	Oksevogn - fraspent	5
	126	S	Natal settlers 1849-1949	3
	127	S	Universal Postal Union 1874-1949	2-3
	128	S	Universal Postal Union 1874-1949	2-3
	129	S	Universal Postal Union 1874-1949	2-3
	130	S	Inauguration Voortrekker Monument	6-9
	131	S	Inauguration Voortrekker Monument	6-9
	132	S	Inauguration Voortrekker Monument	6-9
-----				
1950	114	B	Van Riebeeck's skip	3-8
	115	B	Union Buildings	6
	118	B	Appelsintre	5
	119	B	To antiloper	5
	133	B	Union Buildings (redusert format)	6
1951	134	B	Van Riebeeck's skip	3-8
1952	117	B	Kraal	6
	135	S	Kappkolonien 300 år - VOC segl	3
	136	S	Kappkolonien 300 år – Maria de la Quellerie	3-4
	137	S	Kappkolonien 300 år – Table Bay m/skip	3
	138	S	Kappkolonien 300 år – Jan van Riebeeck	3-4
	139	S	Kappkolonien 300 år – landing	3
	140	S	Kappkolonien 300 år – frimerkeutstilling	2-3-9
	141	S	Kappkolonien 300 år – frimerkeutstilling	2-3-9
1953	142	S	Elizabeth II – Coronation	1-9
	143	S	Frimerkejubileum 1853-1953	2-3
	144	S	Frimerkejubileum 1853-1953	2-3
	145	B	Merino	5
	146	B	Springbok	5
	147	B	Aloes	5
1954	148	S	Oranjefristaten 1854-1954	3
	149	S	Oranjefristaten 1854-1954	3
	150	B	Vortesvin	5
	151	B	Wildebeest	5
	152	B	Leopard	5
	153	B	Zebra	5
	154	B	Neshorn	5
	155	B	Elefant	5
	156	B	Flodhest	5
	157	B	Løve	5
	158	B	Kudu	5
	159	B	Springbok	5
	160	B	Gemsbok	5
	161	B	Nyala	5
	162	B	Giraff	5
	163	B	Antilope	5

1955	164	S	Pretoria 100 år – P. Kruger	3-4
	165	S	Pretoria 100 år – M. Pretorius	3-4
	166	S	Voortrekker Covenant – stadfestelse av Pakten	3-9
1958	167	S	German settlers 1858-1958	3
1959	168	S	Academy of Science & Art 1909-1959	3-7-8
	170	B	Wildebeest	5
	171	B	Neshorn	5
	174	B	Kudu	5
	175	B	Nyala	5
	176	B	Giraff	5
	177	S	Antarktis-ekspedisjon SANAE	8
<hr/>				
1960	169	B	Vortesvin	5
	172	B	Elefant	5
	173	B	Løve	5
	178	S	S.A. Union 50 år - flagg	1-3
	179	S	S.A. Union 50 år - riksvåpen	1-3
	180	S	S.A. Union 50 år – ”fremskrittshjulet”	1-8
	181	S	S.A. Union 50 år – festivalembem	1
	182	S	S.A. jernbaner 100 år	3-8
	183	S	Union Day – 6 statsministre	1-4
	184	B	Vortesvin	5
	185	B	Wildebeest	5
	186	B	Leopard	5
	187	B	Zebra	5
	188	B	6 statsministre	1-4
	189	B	Flagg	1-3
	190	B	Løve	5
	191	B	Riksvåpen	1-3
	192	B	”Fremskrittshjulet”	1-8
	193	B	Springbok	5
	194	B	Gemsbok	5
	195	B	Giraff	5
	196	B	Antilope	5
1961	197	B	Kingfisher fugl	5
	198	B	Kafferboom blomst	5
	199	B	Okse	5
	200	B	Gullsmelting	8
	201	B	Groot Constantia	6
	202	B	Burchell's Gonolek fugl	5
	203	B	Baobab tre	5
	204	B	Mais	5
	205	B	Cape Town Castle	6
	206	B	Protea blomster	5
	207	B	Sekretærfugl	5
	208	B	Cape Town havn	6
	209	B	Strelitzia blomst	5
	210	B	Kafferboom tre	5
	211	B	Gullsmelting	7
	212	B	Groot Constantia	6

	213	B	Burchell's Gonolek fugl	5
	214	B	Baobab tre	5
	215	B	Mais	5
	216	B	Cape Town Castle	6
	217	B	Sekretærfugl	5
	218	B	Cape Town havn	8
	219	S	Første S.A. flyvning 50 år	3-8
1962	220	S	"Volkspeler" 50 år	7
	221	S	1820 Settlers' monument	3
	222	S	1820 Settlers' monument	3
1963	223	S	Kirstenbosch botanical gardens 50 år	5
	224	S	Røde Kors 1863-1963	3-10
	225	S	Røde Kors 1863-1963	3-10
	226	B	Kafferboom blomst	5
	229	B	Groot Constantia	6
	230	B	Baobab tre	5
	231	B	Mais	5
	244	S	Transkei	9
1964	228	B	Gullsmelting	8
	232	B	Cape Town Castle	6
	233	B	Sekretærfugl	5
	235	B	Strelitzia blomst	5
	236	B	Kingfisher fugl	5
	240	B	Burchell's Gonolek fugl	5
	241	B	Protea blomster	5
	245	S	S.A. Rugby Board 1889-1964	9
	246	S	S.A. Rugby Board 1889-1964	9
	247	S	Johan Calvin 1509-1564	4
	248	S	S.A. Nursing Association 50 år	9
	249	S	S.A. Nursing Association 50 år	9
-----				
1965	243	B	Strelitzia blomst	5
	250	S	ITU 1865-1965	3-8-10
	251	S	ITU 1865-1965	3-8-10
	252	S	Ned Geref Kerk 1665-1965	7-10
	253	S	Ned Geref Kerk 1665-1965	7-10
1966	254	S	Republikk 5 år - diamant	3-8
	255	S	Republikk 5 år - fugl	3-5
	256	S	Republikk 5 år - maisplante	3-5
	257	S	Republikk 5 år - fjellandskap	3-5
	258	S	Hendrik Verwoerd 1901-1966	4
	259	S	Hendrik Verwoerd 1901-1966	4
	260	S	Hendrik Verwoerd 1901-1966	4
1967	227	B	Okse	5
	237	B	Kafferboom blomst	5
	239	B	Groot Constantia	6
	242	B	Industri	8
	262	B	Kafferboom blomst	5
	263	B	Okse	5
	265	B	Groot Constantia	6

	266	B	Burchell's Gonolek fugl	5
	268	B	Mais	5
	274	S	Reformasjonen 1517 - Martin Luther	3-4
	275	S	Reformasjonen 1517	3
1968	234	B	Cape Town havn	8
	238	B	Gullsmelting	8
	261	B	Kingfisher fugl	5
	267	B	Baobab tre	5
	269	B	Cape Town Castle	6
	271	B	Sekretærfugl	5
	272	B	Cape Town havn	8
	273	B	Strelitzia blomst	5
	276	S	Pres. Jim Fouché	1-4
	277	S	Pres. Jim Fouché	1-4
	278	S	J.B. Hertzog Monument	4
	279	S	J.B. Hertzog Monument	4
	280	S	J.B. Hertzog Monument	4
1969	264	B	Gullsmelting	8
	270	B	Industri	8
	281	B	Kingfisher fugl	5
	282	B	Kafferboom blomst	5
	283	S	S.A. Games - Springbok/Fakkell/OL-ringer	9
	284	S	S.A. Games - Springbok/Fakkell/OL-ringer	9
	285	S	Hjertetransplantasjon – Chr.Barnard	4-8
	286	S	Hjertesymbol	7-8
	288	B	Kafferboom blomst	5
	289	B	Okse	5
	292	B	Shrike fugl	5
	294	B	Baobab tre	5
	296	B	Mais	5
	302	S	ZAR 1869-1969	3
	303	S	ZAR 1869-1969	3
-----				
1970	287	B	Kingfisher fugl	5
	290	B	Gullsmelting	8
	291	B	Groot Constantia	6
	298	B	Cape Town Castle	6
	299	B	Protea blomst	5
	300	B	Industri	8
	301	B	Sekretærfugl	5
	304	S	Vann	7-10
	305	S	Vann	7-10
	306	S	Bible Society 1820-1970	3-10
	307	S	Bible Society 1820-1970	3-10
	315	B	Kafferboom blomst	5
1971	293	B	Groot Constantia	6
	295	B	Mais	5
	297	B	Protea blomst	5
	308	S	Strijdom Tower	4-6
	309	S	Antarktistraktaten 1961-1971	8-10



	310	S	Republikk 10 år – britiske settlere	3
	311	S	Republikk 10 år – presidentene Steyn & Kruger	3-4
	312	S	H.F. Verwoerd Dam	8
	313	S	H.F. Verwoerd Dam	8
	314	S	H.F. Verwoerd Dam	4-8
	316	B	Gullsmelting	8
	319	B	Baobab tre	5
	321	B	Sekretærfugl	5
1972	317	B	Shrike fugl	5
	318	B	Groot Constantia	6
	320	B	Protea blomst	5
	321	B	Sau	5
	322	B	Lam	5
	324	S	SPCA 1872-1972 – katter	5-10
	327	B	Gullsmelting	8
1973	325	B	Kingfisher fugl	5
	328	B	Shrike fugl	5
	329	B	Sau	5
	330	B	Baobab tre	5
	332	B	Protea blomst	5
	333	B	Cape Town Castle	6
	335	B	Industri	8
	336	B	Cape Town havn	8
	337	B	Strelitzia blomst	5
	338	S	ESCOM 1923-1973	8
	339	S	ESCOM 1923-1973	8
	340	S	ESCOM 1923-1973	8
	341	S	Unisa 1873-1973	8
	342	S	Unisa 1873-1973	8
	343	S	Unisa 1873-1973	8
	344	S	Wolraad Woltemade 1773-1973	3-4
	345	S	Wolraad Woltemade 1773-1973	3-4
	346	S	Wolraad Woltemade 1773-1973	3-4
	347	S	C.J. Langenhoven 1873-1973	4
	348	S	C.J. Langenhoven 1873-1973	4
	349	S	C.J. Langenhoven 1873-1973	4
	350	S	World Telecommunications Day	8-10
1974	326	B	Kafferboom blomst	5
	331	B	Mais	5
	334	B	Lam	5
	351	S	Tulbagh (restauration)	6
	352	S	Tulbagh (restauration)	6
	353	S	Numismatic Convention – Burgerspond	9
	354	S	D.F. Malan 1874-1959	4
	355	S	15 <sup>th</sup> World Sugar Congress	8-9-10
	356	S	Broadcasting 1924-1974	3-8
	357	S	British Settlers Monument	6
	358	S	UPU 1874-1974	2-3
	359	B	Iris	5
	360	B	Wild Heath	5

	361	B	Geranium	5
	362	B	Arum Lily	5
	363	B	Cape Gannet	5
	364	B	Galjoen Fish	5
	365	B	Zebra Fish	5
	366	B	Angel Fish	5
	367	B	Moorish Idol	5
	368	B	Roman Fish	5
	369	B	Sunbird	5
	370	B	Hornbill	5
	371	B	Barberton Daisy	5
	372	B	Shrikes	5
	373	B	Stanley Cranes	5
	374	B	Bataleurs	5
	375	B	Iris	5
	376	B	Wild Heath	5
	377	B	Cape Gannet	5
	378	B	Moorish Idol	5
	379	S	Voortrekker Monument 25 år	6
<hr/>				
1975	380	S	SASOL 25 år	8
	381	S	President Diederichs	1-4
	382	S	President Diederichs	1-4
	383	S	Jan Smuts 1870-1950	4
	384	S	Thomas Baines 1820-1875	4-7
	385	S	Thomas Baines 1820-1875	4-7
	386	S	Thomas Baines 1820-1875	4-7
	387	S	Thomas Baines 1820-1875	4-7
	388	M	Thomas Baines 1820-1875	4-7
	389	S	GRA 1875-1975	10
	390	S	Automatisk postsortering	2-8
	391	S	Afrikaanse Taalmonument	6
	393	S	Turisme - Table Mountain	5
	394	S	Turisme - Johannesburg	6
	395	S	Turisme - Cape Vineyards	5
	396	S	Turisme - Kruger National Park	5
	397	S	Satellittkommunikasjon	8
1976	398	S	Bowling	9
	399	S	Cricket 1876-1976	9
	400	S	World Bowls Championship	9
	401	M	Malerkunst - Erich Mayer 100 år	4-7
	402	M	Malerkunst - Erich Mayer 100 år	4-7
	403	M	Malerkunst - Erich Mayer 100 år	4-7
	404	M	Malerkunst - Erich Mayer 100 år	4-7
	405	S	Cheetah	5
	406	S	Neshorn	5
	407	S	Blesbok	5
	408	S	Zebra	5
	409	S	Emily Hobhouse 1850-1926	4
	410	S	Polo	9

	411	S	Ocean Mail Service 100 år	2-8
	412	S	Familieplanlegning	10
	413	S	Golf - Gary Player	4-9
	414	M	Sports	9
	415	S	International Wine Symposium	8-9-10
1977	416	S	Prof. Jacob du Toit	4
	417	S	Transvaal Supreme Court 100 år	3
	418	B	Protea	5
	419	B	Protea	5
	420	B	Protea	5
	421	B	Protea	5
	422	B	Protea	5
	423	B	Protea	5
	424	B	Protea	5
	425	B	Protea	5
	426	B	Protea	5
	427	B	Protea	5
	428	B	Protea	5
	429	B	Protea	5
	430	B	Protea	5
	431	B	Protea	5
	432	B	Protea	5
	433	B	Protea	5
	434	B	Protea	5
	435	B	Protea	5
	436	B	Protea	5
	437	B	Protea	5
	438	B	Protea	5
	439	S	Fysisk fostring - kvinner	9-10
	440	S	Metriske system	8
	441	S	Uranutvikling 25 år	8
	442	S	Flagget 50 år	1
1978	443	S	Anneksjonen av Walvis Bay 1878	3
	444	S	Andrew Murray 1828-1978	4
	445	S	ISCOR 50 år	8
	446	S	Havn - Saldanha Bay	8
	447	S	Havn - Richards Bay	8
	448	S	Malerkunst - Jan E.A. Volschenk	4-7
	449	S	Malerkunst - Jan E.A. Volschenk	4-7
	450	S	Malerkunst - Jan E.A. Volschenk	4-7
	451	S	Malerkunst - Jan E.A. Volschenk	4-7
	452	M	Malerkunst - Jan E.A. Volschenk	4-7
	453	S	President B.J. Vorster	1
	454	S	President B.J. Vorster	1
	455	S	Turisme	5
	456	S	Turisme	5
	457	S	Turisme	5
	458	S	Turisme	5
1979	459	S	Tellurometer & dr. Wadley	4-8
	460	S	Gov't Printing Works 50 år - frimerke	2

	461	S	Save fuel/Bespaar brandstof	10
	462	S	Bespaar brandstof/Save fuel	10
	463	S	Zulukrigen 1879	3
	464	S	Zulukrigen 1879	3
	465	S	Zulukrigen 1879	3
	466	M	Zulukrigen	3
	467	S	Helse-år	10
	468	S	S.A. Christmas Fund 50 år	10
	469	S	Cape Town University 150 år	8
	470	S	Roser	5-10
	471	S	Roser	5-10
	472	S	Roser	5-10
	473	S	Roser	5-10
	474	M	Roser	5-10
	475	S	Stellenbosch 300 år	3
	476	S	Stellenbosch 300 år	3
	477	S	FAK 50 år	7-10
<hr/>				
1980	478	S	Malerkunst - Pieter Wenning	4-7
	479	S	Malerkunst - Pieter Wenning	4-7
	480	M	Malerkunst - Pieter Wenning	4-7
	481	S	Diamantkongress	8-10
	482	S	Diamantkongress	8-10
	483	S	Louis Leipoldt	4
	484	S	Pretoria University 50 år	8
	485	S	Malerkunst - National Gallery	7
	486	S	Malerkunst - National Gallery	7
	487	S	Malerkunst - National Gallery	7
	488	S	Malerkunst - National Gallery	7
	489	M	Malerkunst - National Gallery	7
	490	S	Paardekraal Monument	6
	491	S	Paardekraal Monument	6
1981	492	S	Amajuba 1881-1981	3
	493	S	Amajuba 1881-1981	3
	494	S	State Theatre Pretoria	9
	495	S	State Theatre Pretoria	3-9
	496	M	State Theatre Pretoria	3-9
	497	S	Republikk 20 år - Swart/Fouché/Diederichs/Vorster	3-4
	498	S	Republikk 20 år - president Marais Viljoen	3-4
	499	S	Døvesak	10
	500	S	Blindesak	10
	501	S	Kreftforening 50 år - mikroskop	8-10
	502	S	Orkidé-konferanse	5-10
	503	S	Orkidé-konferanse	5-10
	504	S	Orkidé-konferanse	5-10
	505	S	Orkidé-konferanse	5-10
	506	M	Orkidé-konferanse	5-10
	507	S	Voortrekker Movement 50 år	10
1982	508	S	Speiderbevegelsen 75 år - Baden-Powell	4-10
	509	S	Tub.basillen - Robert Koch	4-8

	510	S	Simonstown marinebase	3
	511	S	Simonstown marinebase	3
	512	S	Simonstown marinebase	3
	513	S	Simonstown marinebase	3
	514	M	Simonstown marinebase	3
	515	B	Old Provost Grahamstown	6
	516	B	Tuynhuys Cape Town	6
	517	B	Appélhof Bloemfontein	6
	518	B	Raadsaal Pretoria	6
	519	B	Die Kasteel Kaapstad	6
	520	B	Gouwermentsgebou Bloemfontein	6
	521	B	Drostdy Graaff-Reinet	6
	522	B	Leeuwenhof Kaapstad	6
	523	B	Libertas Pretoria	6
	524	B	Town Hall Pietermaritzburg	6
	525	B	Matjesfontein	6
	526	B	Post Office Durban	6
	527	B	Melrose House Pretoria	6
	528	B	Assembly Building Pietermaritzburg	6
	529	B	Raadsaal Bloemfontein	6
	530	B	Houses of Parliament Cape Town	6
	531	B	Union Buildings Pretoria	6
	532	B	Drostdy Swellendam	6
	533	B	Town Hall East London	6
	534	B	P.O. Rissik Street Johannesburg	6
	535	B	Morgenster Somerset West	6
	536	S	Forhistoriske dyr	5
	537	S	Forhistoriske dyr	5
	538	S	Forhistoriske dyr	5
	539	S	Forhistoriske dyr	5
	540	M	Forhistoriske dyr	5
1983	541	S	Værstasjoner	8
	542	S	Værstasjoner	8
	543	S	Værstasjoner	8
	544	S	Værstasjoner	8
	545	S	Damplokomotiver	8
	546	S	Damplokomotiver	8
	547	S	Damplokomotiver	8
	548	S	Damplokomotiver	8
	549	S	Sport	9
	550	S	Sport	9
	551	S	Sport	9
	552	S	Sport	9
	553	S	Turisme – strender	5
	554	S	Turisme – strender	5
	555	S	Turisme – strender	5
	556	S	Turisme – strender	5
	557	M	Turisme – strender	5
1984	558	S	Forfattere – Thomas Pringle	4-7
	559	S	Forfattere – Pauline Smith	4-7

	560	S	Forfattere – Olive Schreiner	4-7
	561	S	Forfattere – Percy Fitzpatrick	4-7
	562	B	City Hall Kimberley	6
	563	S	Strategiske mineraler – mangan	8
	564	S	Strategiske mineraler – krom	8
	565	S	Strategiske mineraler – vanadium	8
	566	S	Strategiske mineraler - titan	8
	567	S	Broer	5-8
	568	S	Broer	5-8
	569	S	Broer	5-8
	570	S	Broer	5-8
	571	S	Ny forfatning – forord	1
	572	S	Ny forfatning – forord	1
	573	S	Ny forfatning – nasjonalhymne	1
	574	S	Ny forfatning – riksvåpen	1
	575	S	President P.W. Botha	1
	576	S	President P.W. Botha	1
	577	S	Militære ordener	1
	578	S	Militære ordener	1
	579	S	Militære ordener	1
	580	S	Militære ordener	1
	581	M	Militære ordener	1
-----				
1985	582	S	Malerkunst - Frans Oerder	4-7
	583	S	Malerkunst – Frans Oerder	4-7
	584	S	Malerkunst – Frans Oerder	4-7
	585	S	Malerkunst – Frans Oerder	4-7
	586	M	Malerkunst – Frans Oerder	4-7
	587	B	City Hall Port Elizabeth	6
	588	S	Parlamentsbygningene 100 år	1-6
	589	S	Parlamentsbygningene 100 år	1-6
	590	S	Parlamentsbygningene 100 år	1-6
	591	S	Parlamentsbygningene 100 år	1-6
	592	S	Blomster	5
	593	S	Blomster	5
	594	S	Blomster	5
	595	S	Blomster	5
	596	S	Cape Silver	7
	597	S	Cape Silver	7
	598	S	Cape Silver	7
	599	S	Cape Silver	7
1986	600	S	Blodgivning	10
	601	S	Blodgivning	10
	602	S	Blodgivning	10
	603	S	Blodgivning	10
	604	B	City Hall Johannesburg	6
	605	S	Republikk i 25 år - flagg	1-3
	606	S	Republikk i 25 år - flagg	1-3
	607	FL	Frama label - frankeringsmerke	2
	608	S	Restaurerte byggverk	6

	609	S	Restaurerte byggverk	6
	610	S	Restaurerte byggverk	6
	611	S	Restaurerte byggverk	6
	612	S	Johannesburg 100 år	3
	613	S	Johannesburg 100 år	3
	614	S	Johannesburg 100 år	3
	615	S	Johannesburg 100 år	3
	616	S	Naturseverdigheter	5
	617	S	Naturseverdigheter	5
	618	S	Naturseverdigheter	5
	619	S	Naturseverdigheter	5
1987	620	S	Biller	5
	621	S	Biller	5
	622	S	Biller	5
	623	S	Biller	5
	624	B	City Hall Durban	6
	625	S	Hulemalerier	7
	626	S	Hulemalerier	7
	627	S	Hulemalerier	7
	628	S	Hulemalerier	7
	629	S	Paarl 300 år	3
	630	S	Paarl 300 år	3
	631	S	Paarl 300 år	3
	632	S	Paarl 300 år	3
	633	S	Flom i Natal (624 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	634	S	Flom i Natal (624 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	635	H	Flom i Natal (hefte m/ overtrykk & tilleggsverdi)	10
	636	S	Bibelen	7
	637	S	Bibelen	7
	638	S	Bibelen	7
	639	S	Bibelen	7
	640	S	Flom i Natal (636 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	641	S	Flom i Natal (636 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	642	H	Flom i Natal (hefte m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
1988	643	S	Oppdagelsen av Kapp 500 år - B. Dias	3-4
	644	S	Oppdagelsen av Kapp 500 år	3
	645	S	Oppdagelsen av Kapp 500 år	3
	646	S	Oppdagelsen av Kapp 500 år	3
	647	S	Flom i Natal (643 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	648	S	Flom i Natal (643 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	649	H	Flom i Natal (hefte m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	650	S	Hugenottene i S.A. 1688-1988	3
	651	S	Hugenottene i S.A. 1688-1988	3
	652	S	Hugenottene i S.A. 1688-1988	3
	653	S	Hugenottene i S.A. 1688-1988	3
	654	S	Flom (650 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	655	S	Flom (650 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	656	S	Flom (651 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	657	S	Flom (651 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	658	S	Flom (652 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10

	659	S	Flom (652 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	660	S	Flom (653 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	661	S	Flom (653 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	662	H	Flom (650 m/overtrykk & tilleggsverdi)	10
	663	S	Fyrtårn	6
	664	S	Fyrtårn	6
	665	S	Fyrtårn	6
	666	S	Fyrtårn	6
	667	M	Fyrtårn	6
	668	B	Sukkulenter	5
	669	B	Sukkulenter	5
	670	B	Sukkulenter	5
	671	B	Sukkulenter	5
	672	B	Sukkulenter	5
	673	B	Sukkulenter	5
	674	B	Sukkulenter	5
	675	B	Sukkulenter	5
	676	B	Sukkulenter	5
	677	B	Sukkulenter	5
	678	B	Sukkulenter	5
	679	B	Sukkulenter	5
	680	B	Sukkulenter	5
	681	B	Sukkulenter	5
	682	B	Sukkulenter	5
	683	B	Sukkulenter	5
	684	B	Sukkulenter	5
	685	B	Sukkulenter	5
	686	B	Sukkulenter	5
	687	S	Great Trek 150 år	3
	688	S	Great Trek 150 år	3
	689	S	Great Trek 150 år	3
	690	S	Great Trek 150 år	3
1989	691	S	Coelacanth	5-8
	692	S	Coelacanth	5-8
	693	S	Coelacanth	5-8
	694	S	Coelacanth	5-8
	695	B	Sukkulenter	5
	696	S	Nasjonal beitestrategi	8-10
	697	S	Nasjonal beitestrategi	8-10
	698	S	Nasjonal beitestrategi	8-10
	699	S	Nasjonal beitestrategi	8-10
	700	S	S.A. Rugby Board 1889-1989	9
	701	S	S.A. Rugby Board 1889-1989	9
	702	S	S.A. Rugby Board 1889-1989	9
	703	S	S.A. Rugby Board 1889-1989	9
	704	S	Malerkunst – J.H. Pierneef	7
	705	S	Malerkunst – J.H. Pierneef	7
	706	S	Malerkunst – J.H. Pierneef	7
	707	S	Malerkunst – J.H. Pierneef	7
	708	M	Malerkunst – J.H. Pierneef	7



	709	S	President F.W. de Klerk	1
	710	S	President F.W. de Klerk	1
	711	S	Energikilder	8
	712	S	Energikilder	8
	713	S	Energikilder	8
	714	S	Energikilder	8
-----				
1990	715	S	Samarbeid i Sydlige Afrika - Cahora Bassa	10
	716	S	Samarbeid i Sydlige Afrika - jernbaner	10
	717	S	Samarbeid i Sydlige Afrika - vannprosjekt	10
	718	S	Samarbeid i Sydlige Afrika - veterinærbistand	10
	719	M	Samarbeid i Sydlige Afrika	10
	720	B	Sukkulenter	5
	721	B	Sukkulenter	5
	722	S	Frimerkejubileum	2-3
	723	S	Frimerkejubileum	2-3
	724	S	Frimerkejubileum	2-3
	725	S	Frimerkejubileum	2-3
	726	S	Frimerkejubileum	2-3
	727	S	Fugl	5
	728	S	Fugl	5
	729	S	Fugl	5
	730	S	Fugl	5
	731	S	Turisme	5
	732	S	Turisme	5
	733	S	Turisme	5
	734	S	Turisme	6
	735	S	Ordener	1
	736	S	Ordener	1
	737	S	Ordener	1
	738	S	Ordener	1
	739	S	Ordener	1
	740	M	Ordener	1
1991	741	S	Dyreavl	5-8
	742	S	Dyreavl	5-8
	743	S	Dyreavl	5-8
	744	S	Dyreavl	5-8
	745	S	Dyreavl	5-8
	746	S	Republikk 30 år - vitenskap/teknologi	1-3-8
	747	S	Republikk 30 år - vitenskap/teknologi	1-3-8
	748	S	Republikk 30 år - vitenskap/teknologi	1-3-8
	749	S	Republikk 30 år - vitenskap/teknologi	1-3-8
	750	S	Sykepleierregistrering 1891-1991	8
	751	S	Post Office	2
	752	S	Telkom	8
	753	S	Vitenskapsmenn - A.Theiler	4-8
	754	S	Vitenskapsmenn - B. Schonland	4-8
	755	S	Vitenskapsmenn - R. Broom	4-8
	756	S	Vitenskapsmenn - A. du Toit	4-8
	757	S	Antarktistraktaten 30 år	8-10

	758	S	Antarktistraktaten 30 år	8-10
1992	759	S	Miljøvern	10
	760	S	Miljøvern	10
	761	S	Miljøvern	10
	762	S	Frimerkets dag	2
	763	S	Frimerkets dag	2
	764	S	Frimerkets dag	2
	765	S	Frimerkets dag	2
	766	S	Frimerkets dag	2
	767	S	Antikke Kapp-møbler	7
	768	S	Antikke Kapp-møbler	7
	769	S	Antikke Kapp-møbler	7
	770	S	Antikke Kapp-møbler	7
	771	S	Antikke Kapp-møbler	7
	772	S	Antikke Kapp-møbler	7
	773	S	Antikke Kapp-møbler	7
	774	S	Antikke Kapp-møbler	7
	775	S	Antikke Kapp-møbler	7
	776	S	Antikke Kapp-møbler	7
	777	M	Antikke Kapp-møbler	7
	778	S	Sport	9
	779	S	Sport	9
	780	S	Sport	9
	781	S	Sport	9
	782	S	Sport	9
	783	S	Sport	9
	784	M	Sport	9
	785	S	Skulptur - Anton van Wouw 130 år	4-7
	786	S	Skulptur - Anton van Wouw 130 år	4-7
	787	S	Skulptur - Anton van Wouw 130 år	4-7
	788	S	Skulptur - Anton van Wouw 130 år	4-7
	789	M	Skulptur - Anton van Wouw 130 år	4-7
1993	790	S	Havner	8
	791	S	Havner	8
	792	S	Havner	8
	793	S	Havner	8
	794	S	Havner	8
	795	M	Havner	8
	796	B	Sukkulenter	5
	797	S	Fly	8
	798	S	Fly	8
	799	S	Fly	8
	800	S	Fly	8
	801	S	Fly	8
	802	S	Fly	8
	803	S	Fly	8
	804	S	Fly	8
	805	S	Fly	8
	806	S	Fly	8
	807	S	Fly	8

	808	S	Fly	8
	809	S	Fly	8
	810	S	Fly	8
	811	S	Fly	8
	812	S	Fly	8
	813	S	Fly	8
	814	S	Fly	8
	815	S	Fly	8
	816	S	Fly	8
	817	S	Fly	8
	818	S	Fly	8
	819	S	Fly	8
	820	S	Fly	8
	821	S	Fly	8
	822	M	Fly	8
	823	H	Fly	8
	824	H	Neshorn	5
	825	B	Dyr	5
	826	B	Dyr	5
	827	B	Dyr	5
	828	B	Dyr	5
	829	B	Dyr	5
	830	B	Dyr	5
	831	B	Dyr	5
	832	B	Dyr	5
	833	B	Dyr	5
	834	B	Dyr	5
	835	B	Dyr	5
	836	B	Dyr	5
	837	B	Dyr	5
	838	B	Dyr	5
	839	B	Dyr	5
	840	B	Dyr	5
	841	B	Dyr	5
	842	B	Dyr	5
	843	S	Frimerkets dag	2
	844	S	Frimerkets dag	2
	845	S	Frimerkets dag	2
	846	S	Frimerkets dag	2
	847	S	Turisme	5
	848	S	Turisme	5
	849	S	Turisme	5
	850	S	Turisme	5
	851	S	Turisme	5
	852	H	Turisme	5
1994	853	S	Eksportfrukt	5
	854	S	Eksportfrukt	5
	855	S	Eksportfrukt	5
	856	S	Eksportfrukt	5
	857	S	Eksportfrukt	5

	858	S	Fred - barnekunst	7-10
	859	S	Fred - barnekunst	7-10
	860	S	Fred - barnekunst	7-10
	861	S	Fred - barnekunst	7-10
	862	S	President Nelson Mandela	1
	863	S	Nasjonalhymner	1
	864	S	Flagg	1
	865	S	Union Buildings Pretoria	1
	866	S	Slepebåter	8
	867	S	Slepebåter	8
	868	S	Slepebåter	8
	869	S	Slepebåter	8
	870	S	Slepebåter	8
	871	M	Slepebåter	8
	872	B	Reader's Digest-stripe: 825/826/826/829/829	5
	873	S	Barnekunst	7
	874	S	Barnekunst	7
	875	S	Barnekunst	7
	876	S	Barnekunst	7
	877	S	Barnekunst	7
	878	B	Reader's Digest-stripe: 827/827/828/828/829	5
	879	S	Frimerkets dag	2
	880	S	Frimerkets dag	2
	881	S	Frimerkets dag	2
	882	S	Frimerkets dag	2
	883	S	Blomster	5
	884	S	Blomster	5
	885	S	Blomster	5
	886	S	Blomster	5
	887	S	Blomster	5
<hr/>				
1995	888	S	Turisme - Transvaal/vortesvin	5
	889	S	S.A. Luftvåpen 75 år	3
	890	S	Transafrikansk flyvning 75 år	3-8
	891	H	Neshorn (831)	5
	892	S	Turisme - North-West/Lost City	6
	893	B	Reader's Digest-stripe: 827/827/828/828/829	5
	894	S	Turisme - KwaZulu-Natal/neshorn	5
	895	S	Turisme - Western Cape	6
	896	S	Rugby Worldcup	9
	897	S	Rugby Worldcup	9
	898	M	Rugby Worldcup	9
	899	S	Rugby Worldcup	9
	900	H	Rugby Worldcup (896)	9
	901	H	Rugby Worldcup (896 + 897)	9
	902	S	CSIR 50 år	8
	903	S	Rugby - S.A. world champions	9
	904	S	Rugby - S.A. world champions	9
	905	S	Turisme	5
	906	S	Turisme	5

	907	S	Turisme	5
	908	S	Turisme	5
	909	S	Turisme	5
	910	S	S.A. havforskning 100 år - dr. J.D.F.Gilchrist	4-8
	911	B	Reader's Digest-stripe: 825/826/826/827/832	5
	912	M	Filateliutstilling Singapore	2
	913	S	Pavebesøk	9
	914	S	Masakhane - Building together	10
	915	H	Masakhane - Building together	10
	916	S	Mahatma Gandhi	4
	917	S	Mahatma Gandhi	4
	918	M	Mahatma Gandhi	4
	919	B	Fugl	5
	920	S	Verdens Postdag	2
	921	M	Verdens postdag - ILSAPEX 1998	2
	922	S	FN 50 år	3-10
	923	M	UNESCO 50 år	10
	924	S	Konkylier	5
	925	S	Konkylier	5
	926	S	Konkylier	5
	927	S	Konkylier	5
	928	S	Konkylier	5
	929	B	Reader's Digest-stripe: 825/826/832/826/827	5
	930	H	Masakhane - Building together (914 redusert)	10
	931	H	Pingvin (836)	5
1996	932	B	Reader's Digest-stripe: 825/826/826/827/832	5
	933	S	Fotball – African Cup	9
	934	S	Fotball – African Cup	9
	935	S	Fotball – African Cup	9
	936	S	Fotball – African Cup	9
	937	S	Fotball – African Cup	9
	938	M	Fotball – African Cup	9
	939	S	Fotball – S.A. African champions	9
	940	S	Bloemfontein 150 år	3
	941	B	Big Five - Neshorn	5
	942	B	Big Five – Bøffel	5
	943	B	Big Five – Løve	5
	944	B	Big Five – Leopard	5
	945	B	Big Five – Elefant	5
	946	M	Big Five (941-945)	5
	947	H	Neshorn (831)	5
	948	M	China '96 frimerkeutstilling	2
	949	S	Malerkunst – Gerard Sekoto	4-7
	950	S	Malerkunst – Gerard Sekoto	4-7
	951	M	Malerkunst – Gerard Sekoto	4-7
	952	S	Comrades maraton 1921-1996	9
	953	S	Youth Day – N.Mandelas barnefond	10
	954	M	CAPEX '96 – frimerkeutstilling Toronto	2
	955	S	OL Atlanta	9
	956	S	OL Atlanta	9

	957	S	OL Atlanta	9
	958	S	OL Atlanta	9
	959	S	OL Atlanta	9
	960	S	OL Atlanta	9
	961	S	New Constitution	1
	962	S	New Constitution	1
	963	S	New Constitution	1
	964	S	New Constitution	1
	965	S	New Constitution	1
	966	B	Reader's Digest stripe: 825/826/826/828/833	5
	967	S	S.A. handelsflåte 50 år	8
	968	S	S.A. handelsflåte 50 år	8
	969	S	S.A. handelsflåte 50 år	8
	970	S	S.A. handelsflåte 50 år	8
	971	M	S.A. handelsflåte 50 år	8
	972	M	Safmarine 50 år (966)	8
	973	M	Safmarine 50 år (969)	8
	974	S	National Women's Day	10
	975	S	Julefrimerke	7
	976	M	SANTA & S.A. X-mas Stamp Fund/tilleggspris	10
	977	H	Julefrimerker	7
	978	H	Neshorn	5
	979	M	Bloemfontein 150 år – frimerkeutstilling	2-3
	980	S	Verdens postdag	2
	981	M	Nobelpris – Max Theiler	4-10
	982	M	Nobelpris – Albert Luthuli	4-10
	983	M	Alfred Nobel	4-10
	984	M	Nobelpris - Allan Cormack	4-10
	985	M	Nobelpris – Aaron Klug	4-10
	986	M	Nobelpris – Desmond Tutu	4-10
	987	M	Nobelpris – Nadine Gordimer	4-10
	988	M	Nobelpris – 1901-1996 symbol	10
	989	M	Nobelpris – Nelson Mandela	4-10
	990	M	Nobelpris F.W. de Klerk	4-10
	991	M	Nobelpris (981-990)	4-10
	992	M	Modderfontein 100 år – A.Nobel (981)	3-4
	993	B	Reader's Digest-stripe: 8235/826/827/828/833	5
	994	H	Big Five (946)	5
	995	H	Big Five (931-945)	5
1997	996	S	Bil i S.A. 100 år	3-8
	997	M	Total Sports Development	9
	998	M	Hong Kong frimerkeutstilling	2
	999	M	Agatha Coach House	5
	1000	M	Agatha Coach House	1-2-5
	1001	B	Fiskeørn	5
	1002	S	Vannkampanje	10
	1003	S	Vannkampanje	10
	1004	S	Vannkampanje	10
	1005	S	Vannkampanje	10
	1006	S	Vannkampanje	10

1007	H	Vannkampanje	10
1008	S	S.A. Marine 75 år	3
1009	S	S.A. Marine 75 år	3
1010	S	S.A. Marine 75 år	3
1011	S	S.A. Marine 75 år	3
1012	H	Neshorn	5
1013	H	Trane (839)	5
1014	S	Freedom Day (valg)	10
1015	S	Freedom Day (valg)	10
1016	S	Freedom Day (valg)	10
1017	S	Freedom Day (valg)	10
1018	S	Freedom Day (valg)	10
1019	M	SAPDA (frimerkehandlerforeningen)	2-10
1020	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1021	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1022	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1023	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1024	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1025	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1026	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1027	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1028	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1029	S	Year of Cultural Experiences	6-10
1030	M	Year of Cultural Experiences	6-10
1031	M	San Francisco frimerkeutstilling	2
1032	M	Congress Alliance 50 år – M.Gandhi	3-4
1033	S	Miljøvern – fugl	5-10
1034	S	Miljøvern – fugl	5-10
1035	S	Miljøvern – fugl	5-10
1036	S	Miljøvern – fugl	5-10
1037	S	Miljøvern – fugl	5-10
1038	S	Miljøvern – fugl	5-10
1039	S	Miljøvern – fugl	5-10
1040	S	Miljøvern – fugl	5-10
1041	S	Miljøvern – fugl	5-10
1042	S	Miljøvern – fugl	5-10
1043	M	Miljøvern – fugl	5-10
1044	M	Old Mutual Environmental Education Centre	10
1045	M	IPS/SACC 25 år (920)	2-9
1046	M	Chernobyl's Children 1986-1996 – UNESCO	10
1047	M	ExpoScience Internationale (829)	8-10
1048	M	JUNASS Junior Philately (1040)	2-9
1049	H	Neshorn (831)	5
1050	H	Big Five Thulalema	5
1051	S	Blue Train	8
1052	S	Blue Train	8
1053	S	Blue Train	8
1054	S	Blue Train	8
1055	S	Blue Train	8
1056	S	Kveg	5

	1057	S	Kveg	5
	1058	S	Kveg	5
	1059	S	Kveg	5
	1060	M	Agatha Coach House (903)	5
	1061	B	Leopardsel	5
	1062	B	Skua	5
	1063	B	Keiserpingvin	5
	1064	S	Enoch Sontonga	4
	1065	S	Enoch Sontonga – Nkosi Sikelel' iAfrika	1-4
	1066	M	Cape Stamp Show – Blue Train (1045)	2-9
	1067	M	Cape Town National Philatelic Exhibition	2-9
	1068	M	Verdens postdag	2
	1069	M	Eastgate Universal Stamps & Coins (1053)	2-8-9
	1070	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1071	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1072	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1073	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1074	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1075	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1076	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1077	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1078	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1079	S	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1080	M	SANTA – julemerker 1947-1997	10
	1081	H	Year of Cultural Experiences (1020-1029)	7-10
	1082	H	Fugl (1033-1042)	5
1998	1083	M	Tigerens år	5-9
	1084	S	Sjøredningstjenesten NSRI	10
	1085	H	Big Five (941-945)	5
	1086	H	Neshorn	5
	1087	H	Antilope – selvklebende (1089-1093)	5
	1088	M	SAPDA (frimerkehandlerforeningen)	2-10
	1089	B	Antilope	5
	1090	B	Antilope	5
	1091	B	Antilope	5
	1092	B	Antilope	5
	1093	B	Antilope	5
	1094	H	Antilope – selvklebende (1089-1093)	5
	1095	S	VM fotball	9
	1096	S	S.A. urhistorie	8
	1097	S	S.A. urhistorie	7-8
	1098	S	S.A. urhistorie	8
	1099	S	S.A. urhistorie	7-8
	1100	S	S.A. urhistorie	7-8
	1101	S	S.A. urhistorie	7-8
	1102	S	S.A. urhistorie	8
	1103	S	S.A. urhistorie	7-8
	1104	S	S.A. urhistorie	7-8
	1105	S	S.A. urhistorie	7-8
	1106	M	S.A. urhistorie	7-8



1107	H	S.A. urhistorie	7-8
1108	S	Rovfugl	5
1109	S	Rovfugl	5
1110	S	Rovfugl	5
1111	S	Rovfugl	5
1112	S	Rovfugl	5
1113	S	Rovfugl	5
1114	S	Rovfugl	5
1115	S	Rovfugl	5
1116	S	Rovfugl	5
1117	S	Rovfugl	5
1118	M	Rovfugl	5
1119	H	Rovfugl	5
1120	B	Antiloper	5
1121	B	Antiloper	5
1122	B	Antiloper	5
1123	B	Antiloper	5
1124	B	Antiloper	5
1125	S	Trær	5
1126	S	Trær	5
1127	S	Trær	5
1128	S	Trær	5
1129	S	Turisme – W.Cape	6
1130	S	Turisme – W.Cape	6
1131	S	Turisme – W.Cape	6
1132	S	Turisme – W.Cape	6
1133	S	Turisme – W.Cape	6
1134	H	Turisme – W.Cape	5
1135	S	Turisme – KwaZulu-Natal	5
1136	S	Turisme – KwaZulu-Natal	5
1137	S	Turisme – KwaZulu-Natal	5
1138	S	Turisme – KwaZulu-Natal	6
1139	S	Turisme – KwaZulu-Natal	6
1140	H	Turisme – KwaZulu-Natal	5-6
1141	S	Julen 1998	7
1142	S	Julen 1998	7
1143	S	Julen 1998	7
1144	S	Julen 1998	7
1145	S	Julen 1998	7
1146	M	Verdens postdag	2-5
1147	FL	Frama label	5
1148	FL	Frama label	5
1149	FL	Frama label	5
1150	FL	Frama label	5
1151	FL	Frama label	5
1152	FL	Frama label	5
1153	FL	Frama label	5
1154	FL	Frama label	5
1155	FL	Frama label	5
1156	M	ILSAPEX frimerkeutstilling	2-9

	1157	B	Skilpadde	5
	1158	B	Pinnsvin	5
	1159	B	Hyene	5
	1160	B	Hare	5
	1161	B	Apekatt	5
	1162	B	Sjakal	5
	1163	B	Antilope	5
	1164	B	Rovfugl	5
	1165	B	Pingvin	5
	1166	B	Trane	5
	1167	B	Svale	5
	1168	B	Giraff	5
	1169	B	Ørn	5
	1170	B	Ørn	5
	1171	B	Fiskeørn	5
	1172	S	Hval - WWF	5
	1173	S	Hval – WWF	5
	1174	S	Hval – WWF	5
	1175	S	Hval – WWF	5
	1176	M	Hval	5
	1177	H	Neshorn (831)	5
	1178	H	Big Five	5
	1179	H	Blue Train (1051-1055)	8
	1180	H	Antilope	5
	1181	M	Clover S.A. (melkeprodukter) 100 år	8
	1182	S	Menneskerettighetserklæring 1948-1998	10
1999	1183	S	UPU 125 år	2-8-10
	1184	S	UPU 125 år	2-8-10
	1185	S	UPU 125 år	2-8-10
	1186	S	UPU 125 år	2-8-10
	1187	M	Kaninens år	5-9
	1188	S	Seilskuter	8
	1189	S	Seilskuter	8
	1190	S	Seilskuter	8
	1191	S	Seilskuter	8
	1192	M	Australia 1999 frimerkeutstilling - Seilskute	2-8-9
	1193	H	AIDS awareness	10
	1194	M	Frimerkeutstilling Nürnberg – Elefant	2-5-9
	1195	M	SAPDA (frimerkehandlerforening) – Damplok	2-8-10
	1196	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1197	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1198	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1199	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1200	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1201	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1202	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1203	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1204	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1205	M	SAPDA 1999	2-8-10
	1206	M	SAPDA 1999	2-8-10

1207	S	President Thabo Mbeki	1	
1208	M	Johannesordenen 900 år – N.Mandela	4-10	
1209	S	Kunstfestival Grahamstown	7	
1210	S	Kunstfestival Grahamstown	7	
1211	S	Kunstfestival Grahamstown	7	
1212	S	Kunstfestival Grahamstown	7	
1213	S	Kunstfestival Grahamstown	7	
1214	S	Turisme – Mpumalanga/N.Province	5	
1215	S	Turisme – Mpumalanga/N.Province	5	
1216	S	Turisme – Mpumalanga/N.Province	5	
1217	S	Turisme – Mpumalanga/N.Province	6	
1218	S	Turisme – Mpumalanga/N.Province	5	
1219	H	Turisme – Mpumalanga/N.Province	5	
1220	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1221	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1222	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1223	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1224	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1225	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1226	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1227	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1228	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1229	S	Tradisjonell veggkunst	7	
1230	M	Tradisjonell veggkunst	7	
1231	H	Hval - UNESCO/WWF (1172-1175)	5-10	
1232	M	China '99 frimerkeutstilling	2-9	
1233	M	JOPEX '99 frimerkeutstilling - Strelitzia	2-9	
1234	H	Antiloper (1094-1098)	5	
1235	S	Fugl	5	
1236	S	Fugl	5	
1237	S	Fugl	5	
1238	S	Fugl	5	
1239	S	Fugl	5	
1240	S	Fugl	5	
1241	S	Fugl	5	
1242	S	Fugl	5	
1243	S	Fugl	5	
1244	S	Fugl	5	
1245	M	Fugl	5	
1246	H	Fugl	5	
1247	S	Boerkrigen 1899-1902	3	
1248	S	Boerkrigen 1899-1902	3	
1249	H	Antiloper (1089-1093)	5	
1250	H	Antiloper (1094-1098)	5	
<hr/>				
2000	1251	S	Millennium	9
	1252	S	National Lottery	10
	1253	S	Family Day	9-10
	1254	M	Frimerkeutstilling London – fugl	2-5-9
	1255	B	Lizard	5

1256	B	Ørn	5
1257	B	Gribb	5
1258	M	JUNASS 2000 frimerkeutstilling	2-5-9
1259	S	Frosk	5
1260	S	Frosk	5
1261	S	Frosk	5
1262	S	Frosk	5
1263	S	Frosk	5
1264	S	Frosk	5
1265	S	Frosk	5
1266	S	Frosk	5
1267	S	Frosk	5
1268	S	Frosk	5
1269	M	Frosk	5
1270	S	Urter	5
1271	S	Urter	5
1272	S	Urter	5
1273	S	Urter	5
1274	S	Urter	5
1275	S	Urter	5
1276	S	Urter	5
1277	S	Urter	5
1278	S	Urter	5
1279	S	Urter	5
1280	S	OL 2000	9
1281	S	OL 2000	9
1282	S	OL 2000	9
1283	S	OL 2000	1-9
1284	S	OL 2000	9
1285	S	Internasjonalt fredsår	10
1286	S	S.A. World Heritage Sites	10
1287	S	S.A. World Heritage Sites	10
1288	S	S.A. World Heritage Sites	10
1289	S	Verdens postdag	2
1290	M	Dragens år	9
1291	S	Boerkrigsskribenter – S.Plaatzje/J.Brandt	3-4
1292	S	Boerkrigsskribenter – A.C.Doyle/W.Churchill	3-4
1293	B	Fisk	5
1294	B	Fisk	5
1295	B	Fisk	5
1296	B	Fisk	5
1297	B	Fisk	5
1298	B	Fisk	5
1299	B	Fisk	5
1300	B	Fisk	5
1301	B	Fisk	5
1302	B	Fisk	5
1303	B	Fisk	5
1304	B	Blomst	5
1305	B	Blomst	5

	1306	B	Blomst	5
	1307	B	Blomst	5
	1308	B	Blomst	5
	1309	B	Sommerfugl	5
	1310	B	Sommerfugl	5
	1311	B	Sommerfugl	5
	1312	B	Fugl	5
	1313	B	Sommerfugl	5
	1314	B	Fugl	5
	1315	B	Fugl	5
	1316	B	Sommerfugl	5
	1317	B	Fugl	5
	1318	B	Sommerfugl	5
	1319	B	Fugl	5
	1320	H	Blomster	5
	1321	H	Blomster	5
	1322	H	Blomster	5
	1323	H	Blomster	5
	1324	H	Blomster	5
	1325	H	Blomster	5
	1326	H	Blomster	5
	1327	H	Blomster	5
	1328	H	Blomster	5
	1329	H	Blomster	5
	1330	H	Blomster	5
	1331	B	Blomster	5
	1332	B	Blomster	5
	1333	B	Blomster	5
	1334	B	Blomster	5
	1335	B	Blomster	5
	1336	B	Blomster	5
	1337	B	Blomster	5
	1338	B	Blomster	5
	1339	B	Blomster	5
	1340	B	Blomster	5
	1341	M	Helark gladiatorbilder (1284)	2
2001	1342	S	S.A. myter & legender	7
	1343	S	S.A. myter & legender	7
	1344	S	S.A. myter & legender	7
	1345	S	S.A. myter & legender	7
	1346	S	S.A. myter & legender	7
	1347	M	Frimerkeutstilling Hong Kong – Slangens år	2-5
	1348	S	Sportshelter – Hestrie Cloete	9
	1349	S	Sportshelter – Jonty Rhodes	9
	1350	S	Sportshelter – Terence Parkin	9
	1351	S	Sportshelter – Francois Pienaar	9
	1352	S	Sportshelter – Rosina Magola	9
	1353	S	Sportshelter – Ernie Els	9
	1354	S	Sportshelter – Hezekiel Sepeng	9
	1355	S	Sportshelter – Vuyani Bungu	9

1356	S	Sportshelter- Zanele Situ	9
1357	S	Sportshelter – Lucas Radebe	9
1358	B	Blomster	5
1359	B	Blomster	5
1360	B	Blomster	5
1361	B	Blomster	5
1362	B	Blomster	5
1363	B	Big Five, elefant setenant strip	5
1364	B	Big Five, løve setenant strip	5
1365	B	Big Five, neshorn setenant strip	5
1366	B	Big Five, leopard setnant strip	5
1367	B	Big Five, bøffel setenant strip	5
1368	M	Big Five	5
1369	H	Big Five, selvkleb. elefant	5
1370	H	Big Five, selvkleb. løve	5
1371	H	Big Five, selvkleb. neshorn	5
1372	H	Big Five, selvkleb. leopard	5
1373	H	Big Five, selvkleb. bøffel	5
1374	H	Big Five komplett hefte	5
1375	H	Big Five souvenirhefte (1363-1367)	5
1376	B	Blomster	5
1377	B	Blomster	5
1378	B	Blomster	5
1379	B	Blomster	5
1380	B	Blomster	5
1381	B	Blomster	5
1382	B	Blomster	5
1383	B	Blomster	5
1384	B	Blomster	5
1385	B	Blomster	5
1386	S	Naturpark felles med Botswana	5-10
1387	S	Naturpark felles med Botswana	5-10
1388	S	Naturpark felles med Botswana	5-10
1389	S	Naturpark felles med Botswana	5-10
1390	M	Naturpark felles med Botswana (1374-1375)	5-10
1391	S	Mot barnemishandling	10
1392	H	Flora & fauna (1393-1402)	5
1393	B	Blomster	5
1394	B	Blomster	5
1395	B	Blomster	5
1396	B	Blomster	5
1397	B	Blomster	5
1398	B	Blomster	5
1399	B	Blomster	5
1400	B	Blomster	5
1401	B	Blomster	5
1402	B	Blomster	5
1403	B	Sommerfugl	5
1404	B	Sommerfugl	5
1405	B	Sommerfugl	5

1406	B	Sommerfugl	5
1407	B	Sommerfugl	5
1408	B	Sommerfugl	5
1409	S	25 år siden Soweto-opptøyene	3
1410	S	Flaggermus	5
1411	S	Flaggermus	5
1412	S	Flaggermus	5
1413	S	Flaggermus	5
1414	S	Flaggermus	5
1415	S	Flaggermus	5
1416	S	Flaggermus	5
1417	S	Flaggermus	5
1418	S	Flaggermus	5
1419	S	Flaggermus	5
1420	M	Flaggermus	5
1421	S	Mot rasisme	10
1422	S	Mot rasisme	10
1423	S	Mot rasisme	10
1424	S	Mot rasisme	10
1425	S	Mot rasisme	10
1426	S	Mot rasisme	10
1427	S	Mot rasisme	10
1428	S	Mot rasisme	10
1429	S	Mot rasisme	10
1430	S	Mot rasisme	10
1431	S	Mot rasisme	10
1432	S	Boerkrig – barmhjertighetsengler/D.Kestell	3-4
1433	S	Boerkrig – barmhjertighetsengler/T.Crean	3-4
1434	S	Musikk	7
1435	S	Musikk	7
1436	S	Musikk	7
1437	S	Musikk	7
1438	S	Musikk	7
1439	S	Natur	5
1440	S	Natur	5
1441	S	Natur	5
1442	S	Natur	5
1443	S	Natur	5
1444	S	Natur	5
1445	S	Natur	5
1446	S	Natur	5
1447	S	Natur	5
1448	S	Natur	5
1449	S	Julefrimerke	7
1450	S	Julefrimerke	7
1451	S	Lag ditt eget frimerke	2-9
1452	S	Verden rundt seilas	9
1453	M	Verden rundt seilas	9
1454	S	Cricket World Cup	9
1455	S	Marin fauna	5

	1456	S	Marin fauna	5
	1457	S	Marin fauna	5
	1458	S	Marin fauna	5
	1459	S	Marin fauna	5
	1460	S	Marin fauna	5
	1461	S	Marin Fauna	5
	1462	S	Marin fauna	5
	1463	S	Marin fauna	5
	1464	S	Marin fauna	5
	1465	M	Marin fauna	5
	1466	S	Hestens år	5-9
	1467	S	Nelson Mandela	4
	1468	S	Nelson Mandela	4
	1469	S	Nelson Mandela	4
	1470	S	Nelson Mandela	4
	1471	S	Nelson Mandela	4
	1472	S	Nelson Mandela	4
	1473	S	Nelson Mandela	4
	1474	S	Nelson Mandela	4
	1475	S	Nelson Mandela	4
	1476	S	Nelson Mandela	4
	1477	H	Nelson Mandela	4
2002	1478	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1479	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1480	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1481	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1482	M	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1483	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1484	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1485	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1486	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1487	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1488	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1489	M	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1490	M	Boerkrigen – Kitchener/DeWet	3
	1491	H	Boerkrig – souvenirhefte	3
	1492	S	African Union toppmøte	9-10
	1493	H	Big Five	5
	1494	B	Blomster	5
	1495	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1496	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1497	S	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1498	H	Toppmøte bærekraftig utvikling	9-10
	1499	S	Cricket World Cup	9
	1500	S	Cricket World Cup	9
	1501	S	Cricket World Cup	9
	1502	S	Cricket World Cup	9
	1503	S	Cricket World Cup	9
	1504	S	Cricket World Cup	9
	1505	B	Sommerfugl	5



	1506	B	Sommerfugl	5
	1507	B	Sommerfugl	5
	1508	B	Sommerfugl	5
	1509	B	Sommerfugl	5
	1510	M	Steve Biko	4
	1511	M	Verdens postdag	2-9
	1512	M	JUNASS frimerkeutstilling	2-9
	1513	M	ALGOAPEX frim.utstilling	2-9
	1514	M	Geitens år	5-9
	1515	S	Julefrimerke	7
	1516	S	Julefrimerke	7
	1517	S	AIDS	10
	1518	S	AIDS	10
	1519	S	AIDS	10
	1520	S	AIDS	10
	1521	S	AIDS	10
	1522	S	AIDS	10
	1523	S	AIDS	10
	1524	S	AIDS	10
	1525	S	AIDS	10
	1526	S	AIDS	10
	1527	H	AIDS	10
	1528	M	Solformørkelse	9
2003	1529	S	Cricket World Cup	9
	1530	S	Cricket World Cup	9
	1531	S	Cricket World Cup	9
	1532	S	Cricket World Cup	9
	1533	S	Cricket World Cup	9
	1534	S	Cricket World Cup	9
	1535	M	Cricket World Cup	9
	1536	M	Chris Hani	4
	1537	H	Flora & fauna	5
	1538	S	Liv i uformell bosetning	7
	1539	S	Liv i uformell bosetning	7
	1540	S	Liv i uformell bosetning	7
	1541	S	Liv i uformell bosetning	7
	1542	S	Liv i uformell bosetning	7
	1543	S	Liv i uformell bosetning	7
	1544	S	Liv i uformell bosetning	7
	1545	S	Liv i uformell bosetning	7
	1546	S	Liv i uformell bosetning	7
	1547	S	Liv i uformell bosetning	7
	1548	M	Liv i uformell bosetning	7
	1549	M	Africa Day	10
	1550	M	Oliver Tambo	4
	1551	S	Ballroom dancing	9
	1552	S	Ballroom dancing	9
	1553	S	Ballroom dancing	9
	1554	S	Ballroom dancing	9
	1555	S	Ballroom dancing	9

	1556	S	Hunder	5
	1557	S	Hunder	5
	1558	S	Hunder	5
	1559	S	Hunder	5
	1560	M	Hunder	5
	1561	B	Blomster	5
	1562	B	Blomster	5
	1563	B	Blomster	5
	1564	B	Blomster	5
	1565	B	Blomster	5
	1566	M	Robert Sobukwe	4
	1567	M	Walter Sisulu	4
	1568	H	Helter (1510-1536-1549-1566-1567)	4
	1569	S	Shaka Zulu	4
	1570	S	Søknad fotball-VM	9
	1571	S	Søknad fotball-VM	9
	1572	S	”Stamp of fortune”	9
	1573	S	Ingeniørkunst	8
	1574	S	Ingeniørkunst	8
	1575	S	Ingeniørkunst	8
	1576	S	Ingeniørkunst	8
	1577	S	Ingeniørkunst	8
	1578	S	Ingeniørkunst	8
	1579	M	Ingeniørkunst	8
	1580	H	PIARC Verdens veikongress	8-10
	1581	M	10 år dipl. forb. SA/India	9-10
	1582	M	150 år Cape Triangelfrimerke	2-9
	1583	S	Julefrimerke	9
	1584	S	Julefrimerke	9
	1585	S	Julefrimerke	9
	1586	S	Julefrimerke	9
	1587	S	Julefrimerke	9
	1588	S	Julefrimerke	9
	1589	S	Julestjernen	9
	1590	S	10 år dipl. forb. SA/Thailand	9-10
	1591	S	10 år dipl. forb. SA/Thailand	9-10
	1592	S	100 år flyvning	3-8
	1593	S	100 år flyvning	3-8
	1594	S	100 år flyvning	3-8
	1595	S	100 år flyvning	3-8
	1596	S	100 år flyvning	3-8
	1597	S	100 år flyvning	3-8
	1598	S	100 år flyvning	3-8
	1599	S	100 år flyvning	3-8
	1600	S	100 år flyvning	3-8
	1601	S	100 år flyvning	3-8
	1602	M	100 år flyvning (1592-1601)	3-8
2004	1603	H	Flora & fauna	5
	1604	M	Apens år	5-9
	1605	S	Drive alive	10

1606	S	Drive alive	10
1607	S	Drive alive	10
1608	S	Drive alive	10
1609	S	Drive alive	10
1610	S	10 år frihet	3
1611	S	10 år frihet	3
1612	S	10 år frihet	3
1613	S	10 år frihet	3
1614	S	10 år frihet	3
1615	S	Slavene – legacy	3-8
1616	S	Slavene – legacy	3-8
1617	S	Slavene – legacy	3-8
1618	S	Slavene – legacy	3-8
1619	S	Slavene – legacy	3-8
1620	S	Slavene – legacy	3-8
1621	M	Slavene – legacy	3-8
1622	M	FIFA 100 år	3-9
1623	B	Flora & fauna	5
1624	S	Edderkopper	5
1625	S	Edderkopper	5
1626	S	Edderkopper	5
1627	S	Edderkopper	5
1628	S	Edderkopper	5
1629	S	Edderkopper	5
1630	S	Edderkopper	5
1631	S	Edderkopper	5
1632	S	Edderkopper	5
1633	S	Edderkopper	5
1634	M	Edderkopper (1624-1634)	5
1635	S	Frivillighetsgaver	10
1636	S	Frivillighetsgaver	10
1637	S	Frivillighetsgaver	10
1638	S	Frivillighetsgaver	10
1639	S	Frivillighetsgaver	10
1640	S	Frivillighetsgaver	10
1641	S	Frivillighetsgaver	10
1642	S	Frivillighetsgaver	10
1643	S	Frivillighetsgaver	10
1644	S	Frivillighetsgaver	10
1645	M	Frivillighetsgaver (1635-1644)	10
1646	S	Sport	9
1647	S	Sport	9
1648	S	Sport	9
1649	S	Sport	9
1650	S	Sport	9
1651	S	Sport	9
1652	S	Sport	9
1653	S	Sport	9
1654	S	Sport	9
1655	S	Sport	9

1656	M	Sport (1646-1655)	9	
1657	B	Flora & fauna	5	
1658	B	Flora & fauna	5	
1659	B	Flora & fauna	5	
1660	B	Flora & fauna	5	
1661	B	Flora & fauna	5	
1662	B	Flora & fauna	5	
1663	B	Flora & fauna	5	
1664	B	Flora & fauna	5	
1665	B	Flora & fauna	5	
1666	B	Flora & fauna	5	
1666	B	Flora & fauna	5	
1667	M	Flora & fauna (1657-1666)	5	
1668	S	Verdenspostforeningen UPU	2	
1669	S	Julefrimerke	9	
1670	S	Julefrimerke	9	
1671	M	Luftpost 75 år	2	
1672	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1673	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1674	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1675	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1676	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1677	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1678	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1679	S	SAPOA fellesutgave	2-10	
1680	M	SAPOA fellesutgave (1672-1680)	2-10	
1681	S	Politietaten	8-10	
1682	S	Politietaten	8-10	
1683	S	Politietaten	8-10	
1684	S	Politietaten	8-10	
1685	S	Politietaten	8-10	
1686	S	Politietaten	8-10	
1687	S	Politietaten	8-10	
1688	S	Politietaten	8-10	
1689	S	Politietaten	8-10	
1690	S	Politietaten	8-10	
1691	M	Politietaten (1681-1690)	8-10	
1692	S	Teleskop	8	
1693	S	Teleskop	8	
1694	S	Teleskop	8	
1695	S	Teleskop	8	
1696	S	Teleskop	8	
-----				
2005	1697	M	Hanens år	5-9
	1698	S	Rotary 100 år	10
	1699	S	Rotary 100 år	10
	1700	S	SA ordensvesen	1
	1701	S	SA ordensvesen	1
	1702	S	SA ordensvesen	1
	1703	S	SA ordensvesen	1

1704	S	SA ordensvesen	1
1705	S	SA ordensvesen	1
1706	M	SA ordensvesen	1
1707	S	Landskapsmalerier	7
1708	S	Landskapsmalerier	7
1709	S	Landskapsmalerier	7
1710	S	Landskapsmalerier	7
1711	S	Landskapsmalerier	7
1712	S	Landskapsmalerier	7
1713	S	Landskapsmalerier	7
1714	S	Landskapsmalerier	7
1715	S	Landskapsmalerier	7
1716	S	Landskapsmalerier	7
1717	M	Landskapsmalerier	7
1718	M	Freedom Charter 50 år	3
1719	S	Folklore	7
1720	S	Folklore	7
1721	S	Folklore	7
1722	S	Folklore	7
1723	S	Folklore	7
1724	S	Folklore	7
1725	S	Folklore	7
1726	S	Folklore	7
1727	S	Folklore	7
1728	S	Folklore	7
1729	M	Folklore	7
1730	S	Fysikkens år	8-9-10
1731	S	Lokal fauna	5
1732	S	Lokal fauna	5
1733	S	Lokal fauna	5
1734	S	Lokal fauna	5
1735	S	Lokal fauna	5
1736	S	Lokal fauna	5
1737	M	Lokal fauna	5
1738	S	Fremtidens energi	8
1739	S	Fremtidens energi	8
1740	S	Fremtidens energi	8
1741	S	Julefrimerke	9
1742	S	Julefrimerke	9
1743	S	Verdens postdag	2-9-10
1744	S	Verdens postdag	2-9-10
1745	S	Verdens postdag	2-9-10
1746	S	Verdens postdag	2-9-10
1747	S	Verdens postdag	2-9-10
1748	S	Verdens postdag	2-9-10
1749	S	Verdens postdag	2-9-10
1750	S	Verdens postdag	2-9-10
1751	M	Verdens postdag	2-9-10
1752	B	Big Five	5
1753	S	Blindesaken	10

2006	1754	S	Hundens år	5-9
	1755	S	Hundens år	5-9
	1756	S	Hundens år	5-9
	1757	M	Hundens år	5-9
	1758	S	Steinalderkunst	7
	1759	S	Steinalderkunst	7
	1760	S	Steinalderkunst	7
	1761	S	Steinalderkunst	7
	1762	S	Steinalderkunst	7
	1763	B	Big Five nytt design	5
	1764	B	Big Five nytt design	5
	1765	B	Big Five nytt design	5
	1766	B	Big Five nytt design	5
	1767	B	Big Five nytt design	5
	1768	M	Big Five nytt design	5
	1769	S	Verdenssyklistkonferanse	9-10
	1770	S	Helsetjeneste	10
	1771	S	Helsetjeneste	10
	1772	S	Helsetjeneste	10
	1773	S	Helsetjeneste	10
	1774	S	Helsetjeneste	10
	1775	S	Helsetjeneste	10
	1776	M	Helsetjeneste	10
	1777	H	Flora & fauna	5
	1778	S	Bhambatha- opprøret 100 år	3
	1779	S	Røde Kors barnehospital	10
	1780	S	Røde Kors barnehospital	10
	1781	M	VM fotball i SA 2010	9
	1782	M	Kvinnemarsj 50 år	3
	1783	S	Blomster	5
	1784	S	Blomster	5
	1785	S	Blomster	5
	1786	S	Blomster	5
	1787	S	Blomster	5
	1788	S	Blomster	5
	1789	M	Blomster	5
	1790	S	Dyrespor	5
	1791	S	Dyrespor	5
	1792	S	Dyrespor	5
	1793	S	Dyrespor	5
	1794	S	Dyrespor	5
	1795	S	Dyrespor	5
	1796	S	Dyrespor	5
	1797	S	Dyrespor	5
	1798	S	Dyrespor	5
	1799	S	Dyrespor	5
	1800	M	Dyrespor	5
	1801	S	Julefrimerker	9
	1802	S	Julefrimerker	9
	1803	S	Julefrimerker	9

	1804	S	Julefrimerker	9
	1805	S	Julefrimerker	9
	1806	S	Julefrimerker	9
	1807	S	Verdens postdag	2-9-10
	1808	S	Verdens postdag	2-9-10
	1809	S	Verdens postdag	2-9-10
	1810	S	Verdens postdag	2-9-10
	1811	S	Verdens postdag	2-9-10
	1812	S	Menneskets opprinnelse	7
	1813	S	Menneskets opprinnelse	7
	1814	S	Menneskets opprinnelse	7
	1815	S	Menneskets opprinnelse	7
	1816	M	Menneskets opprinnelse	7
2007	1817	H	Flora & fauna	5
	1818	S	Ugler	5
	1819	S	Ugler	5
	1820	S	Ugler	5
	1821	S	Ugler	5
	1822	S	Ugler	5
	1823	B	Big Five nytt design	5
	1824	B	Big Five nytt design	5
	1825	B	Big Five nytt design	5
	1826	B	Big Five nytt design	5
	1827	B	Big Five nytt design	5
	1828	H	Big Five nytt design	5
	1829	M	Speiderbevegelsen 100 år	9-10
	1830	M	Grisens år	5-9
	1831	H	Big Five	5
	1832	S	Verdens postdag	2-6-10
	1833	M	Verdenspostforeningens 24. kongress	2-10
	1834	B	Fauna – struts	5
	1835	B	Fauna – leopard	5
	1836	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1837	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1838	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1839	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1840	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1841	S	Det internasjonale Polarår	7-10
	1842	M	Det internasjonale Polarår	7-10
	1843	S	Møller	6
	1844	S	Møller	6
	1845	S	Møller	6
	1846	S	Møller	6
	1847	S	Møller	6
	1848	M	VM forball i SA 2010	9
	1849	S	Union Castle skip	8
	1850	S	Union Castle skip	8
	1851	S	Union Castle skip	8
	1852	S	Union Castle skip	8
	1853	S	Union Castle skip	8

2008	1854	S	Interparlamentariske Union IPU	10
	1855	M	10 år dipl. forb. SA/Kina	1-9-10
	1856	H	Big Five	5
	1857	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1858	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1859	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1860	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1861	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1862	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1863	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1864	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1865	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1866	S	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1867	M	Arkitektur – Forfatningsdomstolen	6
	1868	B	Blomster	5
	1869	B	Blomster	5
	1870	B	Blomster	5
	1871	B	Blomster	5
	1872	B	Blomster	5
	1873	B	Blomster	5
	1874	B	Blomster	5
	1875	B	Blomster	5
	1876	B	Blomster	5
	1877	B	Blomster	5
	1878	S	ICE insektskonferanse	5-7-10
	1879	M	Mandelas fødselsdag	4-9
	1880	M	Mandelas fødselsdag	4-9
	1881	S	Fugl	5
	1882	S	Fugl	5
	1883	S	Fugl	5
	1884	S	Fugl	5
	1885	S	Fugl	5
	1886	S	Namaqualand flora	5
	1887	S	Namaqualand flora	5
	1888	S	Namaqualand flora	5
	1889	S	Namaqualand flora	5
	1890	S	Namaqualand flora	5
	1891	S	Namaqualand flora	5
	1892	S	Namaqualand flora	5
	1893	S	Namaqualand flora	5
	1894	S	Namaqualand flora	5
	1895	S	Namaqualand flora	5
	1896	M	Namaqualand flora	5
	1897	H	Big Five	5
	1898	M	VM fotball i SA 2010	9
	1899	M	Helse – Alma Ata-erklæringen 30 år	10
	1900	S	SA natur	5
	1901	S	SA natur	5
	1902	S	SA natur	5
	1903	S	SA natur	5



	1904	M	SA natur	5
	1905	M	Onderspoort 100 år	3-6
	1906	S	Posthus	2-6
	1907	S	Posthus	2-6
	1908	S	Posthus	2-6
	1909	S	Posthus	2-6
	1910	S	Posthus	2-6
	1911	S	Big Five cartoon design	5
	1912	S	Big Five cartoon design	5
	1913	S	Big Five cartoon design	5
	1914	S	Big Five cartoon design	5
	1915	S	Big Five cartoon design	5
	1916	H	Big Five cartoon design	5
2009	1917	S	SAA 75 år	3-8
	1918	S	SAA 75 år	3-8
	1919	S	SAA 75 år	3-8
	1920	S	SAA 75 år	3-8
	1921	S	SAA 75 år	3-8
	1922	S	SAA 75 år	3-8
	1923	S	SAA 75 år	3-8
	1924	S	SAA 75 år	3-8
	1925	S	SAA 75 år	3-8
	1926	S	SAA 75 år	3-8
	1927	S	SAA 75 år	3-8
	1928	S	SAA 75 år	3-8
	1929	M	SAA 75 år	3-8
	1930	M	SAA 75 år	3-8
	1931	S	President Kgalema Motlanthe	1-4
	1932	S	Valentins dag	9
	1933	S	Valentins dag	9
	1934	S	Valentins dag	9
	1935	S	Valentins dag	9
	1936	S	Valentins dag	9
	1937	M	Valentins dag	9
	1938	M	Naturvern – polar	9-10
	1939	S	Yrkeshelse	8-10
	1940	S	Yrkeshelse	8-10
	1941	S	Yrkeshelse	8-10
	1942	S	Yrkeshelse	8-10
	1943	S	Yrkeshelse	8-10
	1944	H	Big Five	5
	1945	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1946	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1947	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1948	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1949	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1950	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1951	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1952	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
	1953	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7

1954	S	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
1955	M	Kunst – Forfatningsdomstolen	7
1956	M	VM fotball SA 2010	9
1957	S	Edelstener	5-7
1958	S	Edelstener	5-7
1959	S	Edelstener	5-7
1960	S	Edelstener	5-7
1961	M	Edelstener	5-7
1962	S	Sjøfugl	5
1963	S	Sjøfugl	5
1964	S	Sjøfugl	5
1965	S	Sjøfugl	5
1966	S	Sjøfugl	5
1967	S	Mapungubwe kunsthåndverk	7
1968	S	Mapungubwe kunsthåndverk	7
1969	S	Mapungubwe kunsthåndverk	7
1970	S	Mapungubwe kunsthåndverk	7
1971	S	Mapungubwe kunsthåndverk	7
1972	M	Joburg 2010 frimerkeutstilling	1-2-9
1973	M	Joburg 2010 frimerkeutstilling	2-9
1974	M	S.K. Mahlangu	4
1975	S	Dinosaurer	5
1976	S	Dinosaurer	5
1977	S	Dinosaurer	5
1978	S	Dinosaurer	5
1979	S	Dinosaurer	5
1980	S	Dinosaurer	5
1981	S	Dinosaurer	5
1982	S	Dinosaurer	5
1983	S	Dinosaurer	5
1984	S	Dinosaurer	5
1985	M	Dinosaurer	5
1986	S	President Jacob Zuma	1-4

---

VEDLEGG III**VOLUMUTVIKLING og MOTIVUTVIKLING - TABELLER****Norske frimerkeutgivelser:****Tabell 1**

Volumutvikling 1855-2009. Absolutte tall i henholdsvis 5-årsperioder t.o.m. 2009 og i 20-årsperioder t.o.m. 1994, samt i 15-årsperioden 1995-2009; gjennomsnittstall pr. år i 20-årsperioder t.o.m. 1994 og 15-årsperioden 1995-2009.

**Tabell 2**

Volumutvikling 1855-2009. Absolutte tall i 5-årsperioder t.o.m. 2009; gjennomsnittstall pr. år i 50-årsperiodene t.o.m. 2004 og i 5-årsperioden 2005-2009.

**Tabell 3**

Motivutvikling 1855-2009. Fordelingen på motivkategorier i 20-årsperioder t.o.m. 2004 samt 15-årsperioden 1995-2009. Absolutte tall oppført med blå farge, prosentandeler innenfor angjeldende tidsperiode oppført med rød farge.

**Tabell 4**

Motivutviklingen 1855-2009. Rangering av de enkelte motivkategorier i henhold til hyppighet i prosentandeler innenfor hver kronologiske tidsperiode.

**Sydafrikanske frimerkeutgivelser:****Tabell 5**

Volumutvikling 1910-2009. Absolutte tall i 5-årsperioder; gjennomsnittstall pr. år i 20-årsperioder.

**Tabell 6**

Volumutvikling 1910-2009. Absolutte tall i 5-årsperioder og 20-årsperioder; gjennomsnittstall pr. år i 20-årsperioder.

**Tabell 7**

Motivutvikling 1910-2009. Fordelingen på motivkategorier i 20-årsperioder. Absolutte tall oppført med blå farge, prosentandeler innenfor angjeldende tidsperiode oppført med rød farge.

**Tabell 8**

Motivutvikling 1910-2009. Rangering av de enkelte motivkategorier i henhold til hyppighet i prosentandeler innenfor hver kronologiske tidsperiode.

VEDLEGG IV**Diagrammer****Diagram 1 a**

NORGE – Frimerkeutgivelser - volumutvikling 1855-2009. Hver stolpe viser gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år gjennom kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 1994, samt for 15-årsperioden 1995-2009.

**Diagram 1 b**

NORGE - Frimerkeutgivelser - volumutvikling 1855-2009. Gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år, vist med en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 1994, samt 15-årsperioden 1995-2009.

**Diagram 2 a**

SYD-AFRIKA – Frimerkeutgivelser - volumutvikling 1910-2009. Hver stolpe viser gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år gjennom kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 2009.

**Diagram 2 b**

SYD-AFRIKA - Frimerkeutgivelser - volumutvikling 1910-2009. Gjennomsnittlig antall utgivelser pr. år, vist med en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 2009.

**Diagram 3**

NORGE og SYD-AFRIKA. Frimerkeutgivelser - volumutvikling hhv. 1855-2009 og 1910-2009. Sammenstilling av de to kurvene fra Diagram 1 b (tegnet med blå farge) og Diagram 2 b (tegnet med rød farge).

## VEDLEGG V

### MOTIVUTVIKLING - NORGE

#### GRAFISKE FIGURER: Stolper og kurver

##### **Kategori 1-10 - stolper**

Norske frimerkeutgivelser – motivutviklingen 1855-2009. Stolpediagrammer som viser utviklingen gjennom kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 1994, samt 15-årsperioden 1995-2009, av den prosentvise andelen av hver av de 10 motivkategoriene (tilsvarende prosentandelene oppført i Tabell 3).

##### **Kategori 1-10 - kurver**

Norske frimerkeutgivelser – motivutviklingen 1855-2009. Den prosentvise andelen av de respektive motivkategoriene vist med en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 1994, samt 15-årsperioden 1995-2009.

## VEDLEGG VI

### MOTIVUTVIKLING - SYD-AFRIKA

#### GRAFISKE FIGURER: Stolper og kurver

##### **Kategori 1-10 - stolper**

Sydafrikanske frimerkeutgivelser – motivutviklingen 1910-2009. Stolpediagrammer som viser utviklingen gjennom kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 2009, av den prosentvise andelen av hver av de 10 motivkategoriene (tilsvarende prosentandelene oppført i Tabell 7).

##### **Kategori 1-10 - kurver**

Sydafrikanske frimerkeutgivelser – motivutviklingen 1910-2009. Den prosentvise andelen av de respektive motivkategoriene vist med en sammenhengende kurve trukket gjennom punkter som hver representerer kronologiske 20-årsperioder t.o.m. 2009.

## VEDLEGG VII

### **MOTIVUTVIKLING - NORGE og SYD-AFRIKA**

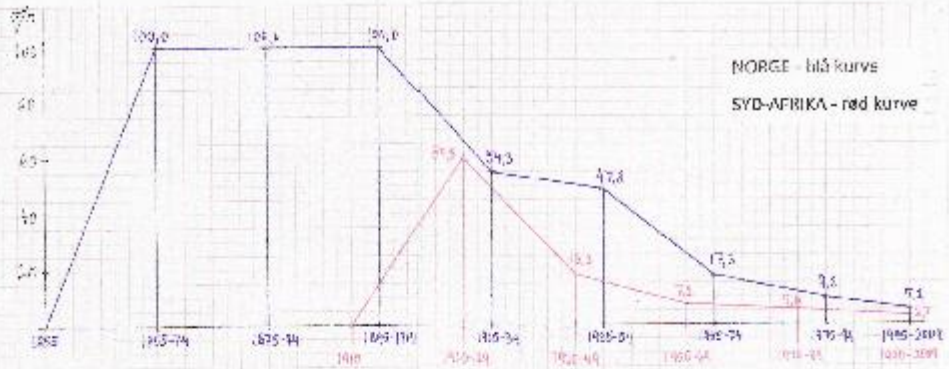
#### **GRAFISKE FIGURER: Sammenstilte kurver**

##### **Kategori 1-10 - kurver**

Norske og sydafrikanske frimerkeutgivelser – motivutviklingen henholdsvis 1855-2009 og 1910-2009. Prosentvise andeler av de respektive motivkategoriene vist med en sammenstilling av de to kurvediagrammer fra VEDLEGG V og VEDLEGG VI vedrørende henholdsvis Norge (tegnet med blå farge) og Syd-Afrika (tegnet med rød farge).

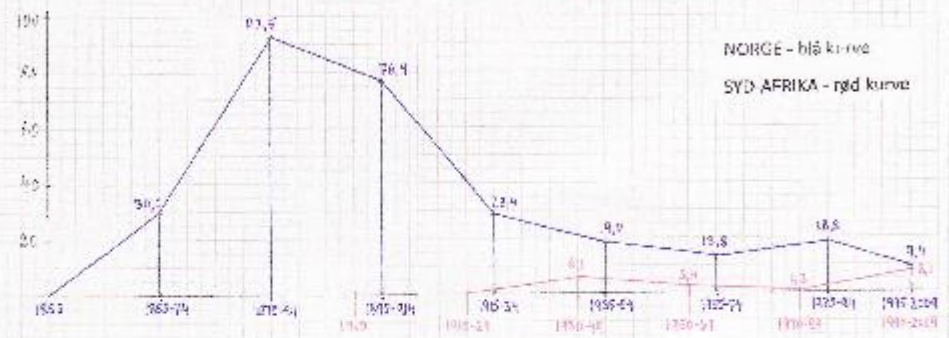
**Kategori 1**

Italiya miqdori  
Sotilaymishlar  
Taqsimot o'rinlari



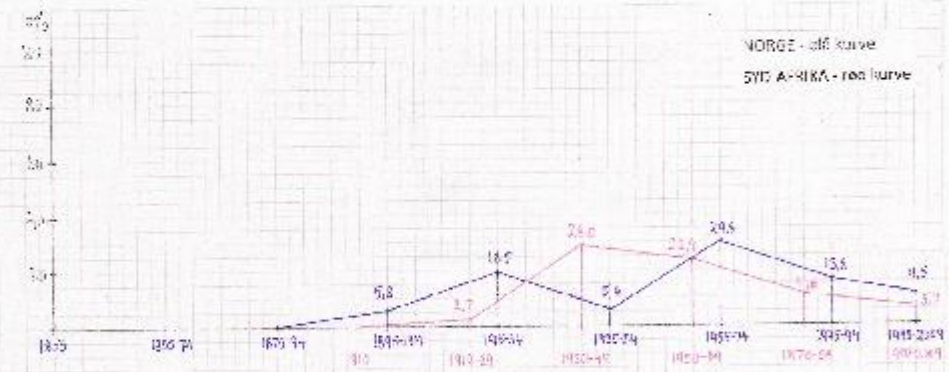
**Kategori 2**

Polsha miqdori  
Tuzilishlar  
Tuzilishlar



**Kategori 3**

Yaponiya miqdori  
Ishlab chiqarish  
Ishlab chiqarish



**Kategori 4**

Belgiya miqdori  
Ishlab chiqarish  
Ishlab chiqarish

