HERALDIČKO KOLEKCIONARSTVO KAO STRATEGIJA IZGRADNJE DRUŠTVA U SOCIJALISTIČKOJ JUGOSLAVIJI

Željko Heimer *

DOI https://doi.org/10.5613/pol.27.1.5
UDK: 316.43(497.1)
929.6:7.074](497.1)
7.074(497.1)
Prethodno priopćenje
Primljeno: 20. XI. 2024.
Prihvaćeno: 5. XII. 2024.

SAŽETAK

Rad, primarno kroz dva izdanja albuma samoljepljivih sličica s prikazima grbova gradova u tadašnjoj Jugoslaviji, ukazuje na poveznice triju društvenih fenomena, od kojih su dva nerijetko na margini sociološkog istraživanja, a imaju ili su imala potencijal kao značajno formativno oruđe za izgradnju željenog društvenog uređenja i strukture u socijalističkoj Jugoslaviji. Prvo, fenomen sustavne brige za izgradnju društvenog identiteta pokazuje se kao značajan element društvene interakcije. Druga dva fenomena su kolekcionarstvo, sustavno sakupljanje određenih predmeta u potrošačkom društvu, povezano sa specifičnim zajednicama kolekcionara kao zanimljivom podskupinom u društvu, te heraldika, ovdje razmatrana kao fenomen uporabe grbova i drugih znakova kao simbola društvenih zajednica. Album slovenskog brenda žvakaćih guma Koloy's *Grbi Jugoslavije* objavljen je 1968. godine i u novom oblikovanju slijedi uglavnom heraldičku tradiciju ovih prostora prilagođenu novom mediju, dok album novosadskog nakladnika NIŠRO Dnevnik *Od Vardara pa do Triglava – Upoznajmo svoju domovinu*, objavljen 1985. godine, uvodi inovativnu strategiju sakupljanja sličica koje se prodaju kao razglednice te je za njihovo sakupljanje potrebno obići zemlju ili ostvariti mrežu suradnika za razmjenu tih razglednica iz raznih dijelova države. Ove razglednice imale su i nezanemarivog uspjeha u tom svom primarnom, nekolekcionarskom obliku i bile u prodaji i poštanskoj uporabi gdjegdje (gdje ideološki simboli u samim grbovima to nisu spriječili) još dugo nakon raspada zajedničke države. Rad se na koncu ukratko osvrće i na neka druga izdanja kolekcionarskih albuma s temom grbova i zastava iz istog razdoblja.

Ključne riječi: izgradnja društvenog identiteta, kolekcionarstvo, heraldika, veksilologija municipalni grb, sakupljanje sličica, album za naljepnice

* Pukovnik, nasl. doc. dr. sc. Željko Heimer, dipl. inž. elektrotehnike. Hrvatsko grboslovno i zastavoslovno društvo, predsjednik. Pazinska, 5010110 Zagreb, zheimer@gmail.com.

UVOD

Ovaj rad povezuje tri društvena fenomena, od kojih su dva nerijetko na margini sociooloških istraživanja, a, kao što će se pokazati, imaju ili su imala potencijal kao značajno formativno oruđe za izgradnju željenog društvenog uređenja i strukture u socijalističkoj Jugoslaviji, a iz njih se određene pouke mogu preslikati i na današnje, a vjerojatno i buduće društvo. Prvi fenomen je izgradnja društva i pojavljuje se, dakako, u svim manje ili više funkcionalnim društvenim uređenjima, a tamo gdje postoji sustavna briga o njemu, može se uočiti kao značajan element društvene interakcije. Druga dva fenomena su kolekcionarstvo, sustavno sakupljanje određenih predmeta u potrošačkom društvu, povezano sa specifičnim zajednicama kolekcionara kao zanimljivom podskupinom u društvu, te heraldika, ovdje manje razmatrana kao disciplina pomoćnih povijesnih znanosti i primijenjene umjetnosti, a više kao fenomen uporabe grbova i drugih znakova kao simbola društvenih zajednica, koji služe kao žarišne točke društvenih identiteta pojedinaca u društvenim zajednicama koje predstavljaju. Uz taj heraldički, na sličan se način ovdje pojavljuje kao paralelan fenomen uporabe zastava u sličnu svrhu, što proučava veksilologija, iako će se taj aspekt u ovom radu tek marginalno dodirnuti.

SOCIOLOGIJA KOLEKCIONARSTVA

Kolekcionarstvo kao društveni fenomen očituje se kao oblik potrošačkog ponašanja specifične grupe potrošača koja dijeli kulturne ili društvene interese, često izvan svojih klasnih zadatosti. Iako su si kroz povijest bogati pojedinci mogli priuštiti sakupljanje umjetničkih djela i antičkih artefakata, knjiga, kovanica, pa i drugih stvari – primjerice egzotičnih biljaka i životinja, kolekcionarstvo (sakupljanje, sabiranje) u suvremenom smislu pojavljuje se u zapadnom društvu kao specifičan oblik konzumerizma, za koji proizvođači posebno izrađuju predmete sakupljanja. Izbor predmeta sabiranja, razloge kolekcioniranja i kolekcionarske prakse naprosto nije moguće sažeti u jedinstveno obrazloženje (Belk, 1995: 83).

Sociologija kolekcionarstva područje je istraživanja koje se bavi društvenim, kulturnim i psihološkim aspektima sakupljačkih praksi. Ona razmatra kako se pojedinci i grupe bave sakupljačkim aktivnostima, smisao i motivacije za sakupljanje, društvenu dinamiku koja se pojavljuje u kolekcionarskim zajednicama. Kao područje sociološkog istraživanja pojavljuje se krajem 20. stoljeća, a među utjecajnim sociolozima koji su se bavili ovom temom i koji su oblikovali suvremeno područje sociologije kolekcionarstva može se izdvojiti nekoliko imena.

Francuski sociolog Pierre Bourdieu razmatrao je odnose između kulturnih praksi i društvenih struktura te je svojim konceptima kulturnog kapitala i distinkcije utjecao na razumijevanje kolekcionarske dinamike i uloge kolekcionarstva u izgradnji socijalnih identiteta (Bourdieu, 1979).

Američka antropologinja i muzeologinja Susan M. Pearce pridonijela je svojom studijom antropologije muzeja i društvenog značenja objekata, u kojoj istražuje značaj sakupljanja kao oblika osobnog ili društvenog sjećanja (Pearce, 1992).

Američki sociolog Russell W. Belk intenzivno se bavio istraživanjem konzumerskog ponašanja i time učinio značajan doprinos sociologiji sakupljanja. Njegov se rad fokusira na kulturne i psihološke aspekte kolekcionarstva te na motivaciju za takvo ponašanje, kao i odnose između sakupljanja i identiteta. Njegova monografija iz 1995. godine *Sakupljanje u potrošačkom društvu* temelj je suvremene sociologije kolekcionarstva (Belk, 1995).

Treba spomenuti i francuskog sociologa i filozofa Jeana Baudrillarda koji razmatra simboličke vrijednosti predmeta u potrošačkoj kulturi. Prema njemu, socijalni konstrukt značenja i uloge predmeta u simulaciji stvarnosti ima utjecaj na razumijevanje sakupljačkih praksi (Baudrillard, 1981).

Sociologija kolekcionarstva razmatra interdisciplinarnu perspektivu sociološkihh, antropoloških, kulturnih i drugih studija te istraživanja potrošačkog ponašanja, a razvija se u nizu drugih manje ili više srodnih područja.

Općenito, kolekcionarstvo može potpomoći njegovanje osjećaja zajedničke povijesti, znanja i zajednice te pridonijeti očuvanju i razumijevanju kulturne baštine i uživanju u njoj. Stoga može obogatiti društvo promidžbom učenja i znanja, kulturne razmjene, ali i ekonomske aktivnosti, čineći kolekcije vrijednim i značajnim truda. Materijalnim značajem kolekcija bavi se niz autora, primjerice Prown (1982), Drost (2014), Riviere i Winther (2019), a kolekcionarstvom kao potencijalno turistički značajnom temom McCrone i Prentice (1995). Psihologijom sakupljanja bave se Gelfand i Diener (2012), a sakupljačkom praksom Van der Laarse (2016) te Levy i Merry (2019).

Kolekcionarstvo može doprinijeti izgradnji društva na nekoliko načina (prilagođeno prema Wasden, 2023):

1. Očuvanje i promidžba kulturne baštine: sakupljači često imaju važnu ulogu u nabavljanju i čuvanju predmeta od povijesnog, umjetničkog ili kulturnog značaja, osiguravajući da se ti predmeti zaštite, dokumentiraju i učine dostupnim narednim generacijama za istraživanje, uživanje i učenje iz njih.
2. Njegovanje zajedničkog angažmana: sakupljanje zbližava ljude koji dijele slične interese i strasti. Kolekcionari često stvaraju zajednice, klubove ili mrežne grupe kroz koje se povezuju, razmjenjuju znanje, dijele iskustva ili surađuju na projektima vezanima za njihove kolekcije. Osjećaj pripadnosti i kolegijalnosti pridonosi društvenoj koheziji i jačanju društvenih mreža.
3. Širenje obrazovanja i znanja: kolekcionari često postaju stručnjaci u svojim izabranim područjima, provode istraživanja i sabiru duboko znanje o predmetima njihova interesa. Skloni su dijeliti to znanje u publikacijama, na izložbama, radionicama, obrazovnim inicijativama i sličnom, od kojih koristi mogu imati drugi kolege, ali i šira publika. Kolekcionari mogu biti vrijedan izvor za istraživače, povjesničare, edukatore i druge, zbog širenja znanja i razumijevanja raznih aspekata društva i kulture.

4. Ekonomski utjecaj: kolekcionarstvo ima pozitivan ekonomski utjecaj na društvo. Može inicirati potražnju u srodnim branšama poput tržišta antikvitetima, galerijama, aukcijskim kućama, specijaliziranim trgovinama i sl. Entuzijazam sakupljača za nabavkom i razmjenom predmeta može potaknuti lokalne ekonomije, poduprijeti male obrte, doprinijeti turizmu i slično.
5. Dobročinstvo i javno dobro: mnogi kolekcionari postanu filantropi te doniraju ili posuđuju svoje kolekcije muzejima, galerijama i drugim javnim institucijama. To široj javnosti omogućuje pristup značajnim predmetima umjetničke ili kulturne vrijednosti. Kolekcionari su nerijetko skloni podupirati kulturne ili obrazovne inicijative kroz financiranje, sponzoriranje, školarine i slično, tako pridonoseći cjelokupnom razvoju društva.

Među prvim suvremenim predmetima kolekcionarstva iz domene masovne proizvodnje sredinom 19. stoljeća pojavljuju se poštanske marke, a ubrzo potom i razglednice – kao lako dostupni predmeti u sustavnom sakupljanju, kojim se mogu baviti mnogi slojevi društva sukladno svojem obrazovanju, intelektualnoj radoznalosti, kupovnoj moći i drugim parametrima te shodno tome kreirati svoje manje ili veće kolekcije.

Zadovoljavajući potrebe svojih kupaca, ali i upravo da se potakne kupovina i proširi komercijalna publika, mnogi industrijski proizvođači počinju rabiti kolekcionarske objekte – prije svega sličice i figurice koje prilažu svojem temeljnom proizvodu.

Naznake kolekcionarski vrijednih proizvoda na području bivše Jugoslavije imamo već u periodu između dva svjetska rata, no pravo sakupljanje sličica iz pojedinih proizvoda široke potrošnje, a kasnije i samostalnih predmeta sakupljanja pojavljuje se u godinama oporavka nakon 2. svjetskog rata, kada fenomen konzumerizma polako ulazi u socijalistički dirigirano poslijeratno jugoslavensko društvo.

HERALDIKA KAO SAKUPLJAČKO PODRUČJE

Heraldika se kao disciplina koja proučava grbove pojavljuje relativno brzo nakon nastanka samog predmeta njezina istraživanja – grbova, koji se pojavljuju kao simboli ratnika u zapadnoj Europi nakon križarskih ratova, krajem 11. i početkom 12. stoljeća. U skladu s feudalnim društvom, ti simboli se nasljeđuju i postaju grbovi (u hrvatskom i mnogim drugim slavenskim jezicima izvedeno prema njemačkoj riječi *das Erbe* – nasljedstvo, baština). U početku je reguliranje grbova spadalo u nadležnost dvorskih službenika zvanih *heroldi* – koji su bili glasnici, diplomati i zaduženi za dvorski ceremonijal. Uskoro se grbovi i s njima vezana praksa počinju sustavno proučavati te tako nastaju heraldičari. S druge strane, javljaju se heraldički umjetnici koji izgrađuju (komponiraju) grbove ili ih oslikavaju, odnosno prikazuju u raznim umjetničkim i obrtničkim tehnikama, te se heraldika može promatrati i kao određeni oblik primijenjene umjetnosti (Zmajić, 1971).

Ubrzo grbovi postaju vrlo popularni i počinju ih usvajati i rabiti ne samo pojedinci nego i korporacije, od cehova i bratovština do sveučilišta i drugih institucija, a postaju i važan element identiteta crkvenih dostojanstvenika i institucija. I fizičke i

pravne osobe svoje grbove redovito rabe u svojim pečatima, pa se tako krajem 12. i početkom 13. stoljeća pojavljuju, najčešće sačuvani na pečatima važnih povelja, i municipalni grbovi – kao simboli gradova, trgovišta, plemenitaških općina i drugih municipalnih organizacijskih oblika. Municipalni grbovi ostaju važan dio gradskog identiteta sve do 20. stoljeća, kad se njihovo značenje ne smanjuje, nego ih usvajaju na ovaj ili onaj način i u skladu s modernim grafičkim i amblemskim tendencijama mnogi gradovi širom svijeta, bez obzira na to jesu li imali ranije heraldičke tradicije ili ne (Heimer, 2022).

Društva nakon francuske građanske revolucije, koja je na grbove gledala kao na neželjeni ostatak feudalnog sustava, i nakon socijalističke revolucije gdje su grbovi bili simbol kako feudalnog tako i buržoaskog nasljeđa, u početku izbjegavaju uporabu i municipalnih grbova, no u svim takvim društvima pokazuje se da se ubrzo pojavljuju simboli gradova, manje ili više naslonjeni na heraldičku tradiciju. Ponegdje se oblikovanje namjerno odmiče od heraldičkih uzusa, pa se može i govoriti o specifičnoj socijalističkoj heraldici ili anti-heraldici, no funkcionalno se i ti novi simboli rabe na jednak način kao i tradicionalni heraldički grbovi. U socijalističkoj Jugoslaviji, nakon revolucije provedene tijekom narodno-oslobodilačke borbe municipalni grbovi (ponegdje i zastave) isprva se nakon 1945. godine toleriraju uz dodatak crvene petokrake zvijezde, da bi se uskoro pomalo u potpunosti izgubili iz javne uporabe, a tek se krajem 60-ih godina 20. stoljeća počinju usvajati grbovi tadašnjih općina – neki temeljeni na heraldičkoj tradiciji, a drugi na potpuno novim grafičko-amblemskim temeljima. No, kako je sustavno istraživanje takvih simbola bilo kao znanstvena disciplina u potpunosti zanemareno, iz cijelog toga razdoblja radovi koji sustavno obrađuju municipalne grbove (i druge simbole) gotovo da i ne postoje (Heimer, 2024a).

Otkriće „heraldičkih albuma za sličice", koje ovaj rad obrađuje, predstavlja jedan do sada nepoznat aspekt obrade tih simbola – u razdoblju kada se tim simbolima nije pristupalo sustavno niti su postojala sustavna istraživanja. Stoga ti albumi predstavljaju najsustavniji pregled municipalnih grbova u uporabi koji imamo sačuvan. S druge strane, mehanizmi uporabljeni u promidžbi kolekcionarskog angažmana kroz razmjenu razglednica širom države predstavljaju inovativan i nov pristup kako kolekcionarstvu s jedne strane tako i strategiji izgradnje društvenih struktura u potpori ideala „bratstva i jedinstva".

Spomen heraldičkih albuma u Jugoslaviji odmah asocira na jedinstveni album *Grbovi Jugoslavije* izdavača Kava Hag, koji je priredio Emilij Laszowski, ilustrirala Vjera Bojničić Zamola, a predgovor napisao Rudolf Horvat 1932. godine, no on nije tema ovog priloga (Laszowski et al., 1932). S jedne strane, on je u hrvatskoj historiografiji i heraldici dobro znan, a, osim toga, iako imenom album sa samoljepljivim sličicama, koje su zupčane poput poštanskih maraka, one su se nabavljale zajedno s albumom u kompletu i lijepile na odgovarajuća mjesta, bez potrebe za sakupljanjem i svim ostalim konceptima o kojima se u ovom radu raspravlja (Hartemink i Heimer, 2008).

Nakon 2. svjetskog rata i poslijeratne izgradnje, prvo sramežljivo u pedesetima, a onda više u šezdesetima, počinju se pojavljivati albumi za sličice, prvo kao pro-

motivni materijali komercijalnih proizvoda, uz koje su dolazile i sličice, a kasnije i kao samostalni proizvodi sa sličicama koje su se kupovale zasebno u paketićima od nekoliko komada. Među najpoznatijim takvim albumima bio je Krašev album *Životinjsko carstvo*, koji se pojavio 1956. godine, a objavljuje se još i danas, čije sličice su priložene u omotima istoimenih čokoladica (*Rođenje Kraša*). Sličice su često bile prilog uz žvakaće gume, a među njima vodeći proizvođač bio je slovenski Koloy's iz Kolinske (nekadašnje sjeveroistočno predgrađe Ljubljane, danas dio grada), koji je proizveo veći broj albuma na razne teme, od nogometaša, košarkaša, životinja, svjetskih čuda, pa čak i do grbova. Sličice nogometaša u albumima *Fudbaleri i timovi* (kako su se prema jednom od prvih takvih albuma svi ostali neformalno nazivali) vezale su se često uz svjetska ili europska prvenstva, a u međuvremenu su izdavani albumi vezani uz popularne filmove ili crtiće i druge teme. Fenomen sakupljanja sličica u tom razdoblju dotiče ili razmatra nekoliko znanstvenih radova (primjerice Erdei, 2006.; Filipović, 2017).

FENOMEN SAKUPLJANJA SLIČICA U BIVŠOJ JUGOSLAVIJI

Naime, sakupljanje sličica koje su bile „prilog" komercijalne robe, pa kasnije i sličica samih kao robe, važan je dio specifičnog razvoja potrošačkog društva u jugoslavenskom socijalizmu iz ideologiziranog, siromašnog i ratom razrušenog prema društvu blagostanja, konzumerizma i socijalnog mira. Duda određuje 1958. godinu kao početak razvoja potrošačkog društva, prema tada usvojenom Programu Saveza komunista Jugoslavije koji „predviđao je 'udobniji život', vlasništvo 'nad različitim predmetima potrošnje', postizanje 'boljeg usluživanja potrošača robom' i brigu za njihove 'svakodnevne potrebe i opskrbu, za njihov odmor i zabavu'" (Duda, 2010: 18).[1] Ta se godina izvrsno poklapa s gore spomenutom pojavom Kraševog albuma za sličice. Duda i drugi autori koji razmatraju ove fenomene suglasni su da vrhunac potrošačko društvo u Jugoslaviji doseže u sedamdesetima, a svojevrsnu stagnaciju u osamdesetima s pojavom „stabilizacije" (Duda, 2010: 17; Erdei, 2012: 41).

Prepuštanjem dijela kulture zakonima tržišta pojavljuju se fenomeni koji obuhvaćaju ranije kulturno marginalizirane slojeve, djecu i omladinu kao konzumente kulturnih medija za zabavu i razonodu, prema primjerima uvezenima sa zapada. To uključuje i pojavu „industrije zabave" koja uključuje popularne publikacije novih vrsta kao što su strip te albumi za sakupljanje sličica. Filipović naglašava da su ciljana skupina albuma i sličica bili djeca i omladina raznih uzrasta (Filipović, 2017: 77). Navodi da su u početku „prevladavali albumi koji nisu imali samo svrhu da se na njih potroši novac, već da se iz njih nešto i nauči" (Filipović, 2017: 79). U toj inicijalnoj fazi potrošačkog društva socijalistička ideologija uspijevala je nametnuti potrebu slanja poruke uz višu vrijednost: da osim zabave pruži priliku njezinom konzumentu da nešto nauči, u skladu sa socijalističkom perspektivom. Kao što ćemo vidjeti,

[1] Duda ovdje citira *Program Saveza komunista Jugoslavije prihvaćen na Sedmom kongresu Saveza komunista Jugoslavije (22-26. travnja 1958. u Ljubljani)*, Stvarnost, Zagreb, 1965., 128, 162, 186, 194, 202.

za razliku od albuma drugih tematika sakupljačkih sličica, heraldičko-veksiloloski albumi zadržat će većinom tu edukativnu ulogu do kraja razdoblja, čak i kad drugi albumi u potpunosti „podlegnu" čistom konzumerizmu po tematici (izmišljeni likovi, crtani junaci...), načinu distribucije sličica (kupovina paketića sa sličicama umjesto dobivanja sličice uz neki drugi proizvod), ali i drugim karakteristikama, kao što su nagrade „lojalnosti" vezane uz sakupljanje.

Sličice koje su se tako sakupljale, u „dječjem" žargonu često zvane „slije", a samoljepljive su, naravno, zvane su i naljepnice. Iz posebnog žargona sakupljača sličica može se zabilježiti da su „žive" sličice one koje nisu nikada nalijepljene/ulijepljene, dok su „nežive" ili „vađene" one koje su bile u albumu i iz njega su izrezane ili su na drugi način izvađene.

Zanimljivo je primijetiti da se u to doba popularni stripovi obraćaju istoj potrošačkoj skupini kao i albumi za sličice – pa se reklame za albume često nalaze unutar korica ili na zadnjoj stranici pojedinih brojeva najpopularnijih stripova. Primjer je za to reklama za album *Od Vardara pa do Triglava* (vidi dalje) objavljena u izuzetno popularnom stripu *Zagor* (epizoda *Opklada za strah*, 1985).[2] Reklamni tekst između ostalog naglašava da su u albumu prikazani „Grbovi SFRJ, socijalističkih republika i gradova širom zemlje", hvali se da je „Kvalitetna štampa / zaštitna plastifikacija", a najavljuje „Prvi put na jugoslovenskim kioscima / za vašu kolekciju • za razmenu • za nova drugarstva od Vardara pa do Triglava". Dakle, osim potrošačko-komercijalnih elemenata (kvaliteta, atraktivnost itd.), naglašava se i edukativni karakter, ali i onaj koji služi za izgradnju socijalističkog društva – stvaranje „novih drugarstava" širom zemlje. Taj se dio odnosi na novi koncept distribucije sličica – umjesto kao prilog uz robu široke potrošnje ili posebno distribuiranih „paketića", ove sličice su dio poštanskih razglednica, koje se pak mogu kupiti samo u mjestima koje prikazuju – pa je potrebno oblikovati široku društvenu mrežu sakupljača – razmjenjivača sličica da se dođe do onih iz daljih mjesta.

Osim spomenutih Kraša i Koloy'sa, najpoznatiji nakladnici albuma u Jugoslaviji bili su: Dečje novine iz Gornjeg Milanovca (Srbija), Jež iz Beograda (Srbija), osječki Kandit (Hrvatska), Dnevnik iz Novog Sada (Srbija) te Marketprint iz Beograda (Srbija) (Filipović, 2017: 77).[3]

[2] „*Opklada za strah* je 231. epizoda *Zagora* objavljena u *Zlatnoj seriji #*769 u izdanju *Dnevnika* iz Novog Sada. Na kioscima u bivšoj Jugoslaviji se premijerno pojavila u oktobru 1985. godine.", Wikipedija, https://sr.wikipedia.org/wiki/Opklada_za_strah_(strip).

[3] Filipović obrnuto navodi sjedišta Dnevnika i Marketprinta.



Slika 1. Naslovna i stražnja korica stripa *Zagor*, *Opklada za strah* (1985). *Roto bilioteka – Strip – Zlatna Serija*, Novi Sad: Dnevnik, sveska 769, s reklamom za samoljepljive razglednice.

HERALDIČKI ALBUMI

Opće je poznato da je heraldika u socijalizmu bila zanemarivana i da su rijetki radovi i publikacije s tom temom, a sustavno sakupljanje podataka i prikaza municipalnih grbova i njihovo objavljivanje u obliku zbornika ili makar pregleda u prilogu kakvoj publikaciji – koji se u to vrijeme ponovo pojavljuju kao fenomen – više je izuzetak nego pravilo (Heimer, 1996). Dapače, većina bi se istraživača vjerojatno složila da značajnih heraldičkih publikacija izvan uskog znanstvenog kruga pomoćnih povijesnih znanosti i muzejske djelatnosti nije ni bilo u to vrijeme. Praksa je pokazala kako to nije u potpunosti tako, što je iznenađujuće, iako se te publikacije ne navode u standardnim bibliografijama (Galović i Filipović, E. O., 2008). Dapače, popularne masovno izrađivane publikacije poput izdanja tadašnjih štamparskih radnih organizacija u pravilu nisu zabilježene ni u katalozima nacionalnih knjižnica na području bivše Jugoslavije, pa ni ne iznenađuje da su ih nacionalne historiografije do sada zanemarivale, naprosto istraživači nisu ni bili svjesni njihova postojanja kao značajnog izvora za istraživanje heraldike toga razdoblja.

Naime, najmanje dva albuma za samoljepljive sličice heraldičke tematike objavljena su u drugoj polovici 20. stoljeća i predstavljaju zanimljiv repetitorij ranije poznate municipalne heraldike pomiješan s novim heraldičkim uzusima socijalističke heraldike.

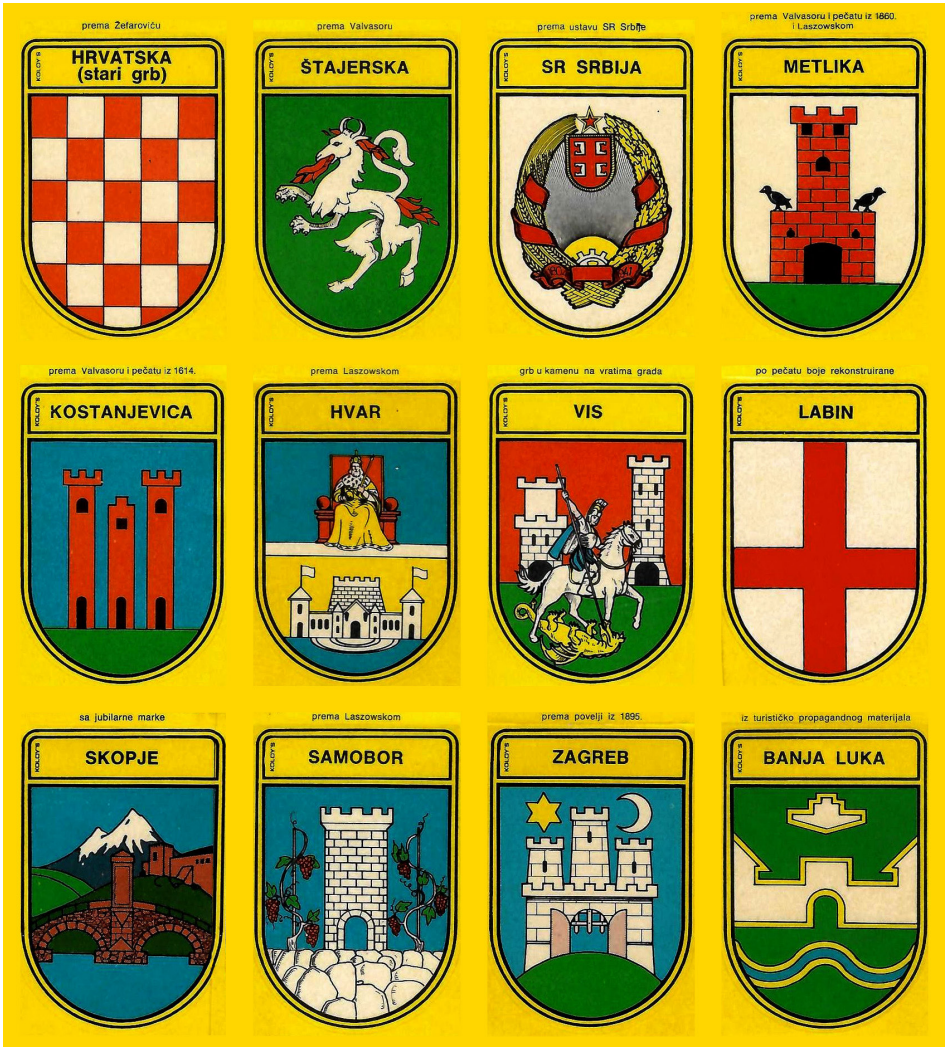
Osim toga, heraldičke i veksiološke teme obrađuje još nekoliko albuma „grbova i zastava svijeta", a grbovi i zastave pojavljuju se i u albumima nekih drugih tematika. Pojavljuju se i „grbovi" (zapravo amblemi, znakovi) sportskih klubova i nacionalnih sportskih saveza u albumima sličica s temama iz nogometa, košarke i rjeđe drugih sportova i tematika, koji se mogu razmatrati kao svojevrsni heraldički objekti u njezinom širem smislu, dok se takve sportske zastave svakako uključuju u nacionalni veksiološki korpus (Heimer, 2024b).

Koloy's – Grbi Jugoslavije

Album sa samoljepljivim sličicama slovenskog brenda žvakaćih guma Koloy's iz Kolinske s naslovom *Grbi Jugoslavije* objavljen je 1968. godine (*Koloy's – grbi Jugoslavije*, 1968). Samoljepljive sličice dolazile su u pakiranju žvakaćih guma, dimenzija 52 × 79 mm, žute boje podloge s grbom u polukružnom štitu koji pokriva veći dio naljepnice, a iznad njega je žuto zaglavlje, zaobljenih kutova, s nazivom mjesta. Uz (gledatelju) lijevi rub tog zaglavlja ispisan je naziv „KOLOY'S". Pozadina sličice je bez ikakvih natpisa i oznaka. Umnogome podsjećaju na turističke naljepnice grbova popularne u to doba, a i danas, širom svijeta. Zanimljivo je da je iznad štita na svakoj naljepnici kratka bilješka izvora prikaza: „prema povelji iz [godina]", „prema pečatu iz [godina]", „grb dodijeljen [godina]", „prema starom općinskom barjaku i pečatu", „prema pečatu boje rekonstruirane", „grb u kamenu nad vratima grada", „prema Valvasoru", „prema Laszowskom", „prema Žefaroviću", „prema ustavu [republika]", „sa jubilarne marke", „iz turističko propagandnih materijala"...

Ovi lapidarni natpisi ukazuju na to da je autor sličica uložio izvjestan napor da pribilježi izvore. Možda je to osjećao potrebnim, s obzirom na to da u to doba mnogi od tih grbova nisu imali službeni status, kao svojevrsno opravdanje za uključivanje tih grbova u kolekciju, kao povijesnih, a možda je to samo bila edukativna namjera. Kako bilo, autor se referira na poznate heraldičke izvore, prije svega Laszowskog, tj. spomenuti album *Grbovi Jugoslavije* izdavača Kava Hag (Laszowski et. al., 1932). Čini se da su i neki drugi navedeni izvori zapravo prepisani od Laszowskog, tamo gdje ih on navodi (prema povelji/pečatu...) ne da bi se optužilo za plagijat Laszowskog. Album sadrži, naravno, i određen broj grbova koji nisu iz Laszowskog – bilo da ta mjesta nisu bila u sastavu Jugoslavije u vrijeme izdavanja albuma *Grbovi Jugoslavije*, bilo da tada nisu imali grb ili da su u poslijeratno vrijeme usvojeni posve novi općinski grbovi/amblemi. Upravo ti su sa stanovišta heraldičke discipline najzanimljiviji s obzirom na to da uglavnom nisu zabilježeni u heraldičkoj literaturi.

Istraživanjem se nije uspjelo naći album za sličice niza Koloy's, pa o njemu za sada nije moguće više reći.



Slika 2. Sličice za album *Koloy's – Grbi Jugoslavije*, 1968.

Od Vardara pa do Triglava – Upoznajmo svoju domovinu

Novosadski nakladnik NIŠRO (Novinsko-izdavačka i štamparska radna organizacija) Dnevnik objavio je 1985. album za samoljepljive sličice pod nazivom *Od Vardara pa do Triglava – Upoznajmo svoju domovinu* (prvi dio naslova prema početnim stihovima popularne pjesme *Jugoslavijo*, tekst Milutin Popović Zahar, glazba Danilo Živković, 1974., koja je bila svojevrsna neslužbena himna 80-ih godina), koji prikazuje gradove Jugoslavije s prigodnim tekstom i fotografijom, a većina ih je i ilustrirana grbom (Nedović, 1985). Naslovnica albuma (kao i unutrašnja naslovnica) u podnaslov

dodaje „* Naši gradovi * Spomenici revolucije * Turistička mesta * Grbovi“, dok je u impresumu na stranici 96 podnaslov naveden kao „Album za kolekciju samolepljivih kolor slika »Od Vardara pa do Triglava« u izdanju »Dnevnika«“. Urednik publikacije bio je Ivan Balenović, a autor tekstova Branislav Nedović, dok je i posebno naveden autor crteža grbova Petar Radičević. Impresum dodaje i da „Izdanje je realizovano u saradnji sa Stalnom konferencijom gradova i opština Jugoslavije“ (SKGOJ). Ta je udruga municipalnih jedinica osnovana 1953. godine kao Stalna konferencija gradova i gradskih opština FNRJ, od 1956. godine Stalna konferencija gradova Jugoslavije, a od 1978. godine SKGOJ (*Historija SKGO*). Navedena naklada albuma je 20.000, što je bila neka standardna naklada albuma za sličice u to doba, iako su neki od popularnijih albuma imali i znatno veće naklade (usp. naklade koje navodi Filipović, 2017: 80–81).



Slika 3. Naslovnica albuma Nedović, B. (1985). *Od Vardara pa do Triglava – Upoznajmo svoju domovinu*, Novi Sad: NIŠRO Dnevnik, OOUR „Izdavačka djelatnost“

Album ima 96 stranica, a podijeljen je u devet poglavlja; prvo je o Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji, u kojem je obrađen i njezin glavni grad Beograd, zatim slijedi šest poglavlja za svaku od socijalističkih republika abecednim redom, a onda dva poglavlja za autonomne pokrajine, svako od tih poglavlja podijeljeno na veći broj obrađenih gradova, najmanje po pet - za Makedoniju i za Kosovo, a daleko najviše za Hrvatsku - čak 23 mjesta. Na kraju su tri dodatka: poglavlje o gradovima koji nose Titovo ime, o gradovima herojima Jugoslavije i statistički pregled broja stanovnika po općinama.



PULA

RIJEKA

ROVINJ

Slika 4. Stranice 40 i 41 iz albuma Nedović, 1985, nepopunjene sličicama.

Za svaki obrađeni grad tekstualno su prikazani povijest i značaj, uz što su prikazane u pravilu dvije slike (tek za neke veće i značajnije gradove po četiri slike), od kojih je jedna fotografija mjesta, a druga grb ili, pretpostavimo, ako grba nije bilo, druga fotografija. Naime, za svaki grad razglednice su sadržavale po dvije naljepnice za album, kao što je opisano dalje. U samom albumu mjesta za naljepnice prikazuju jednobojni otisak sadržaja ilustracije s razglednice, tiskan blijedo ružičastom bojom. Tek uljepljivanjem sličica s razglednica album dobiva svoju punu ljepotu, no na ovaj način i prazan album ima određenu atraktivnost, ali i vrijednost kao heraldički dokument jednog vremena.

U albumu je predviđeno mjesto za 190 naljepnica (iako gore spomenuta reklama govori o „200 polja za ulepljivanje slika"!), što znači da je uz album objavljeno 95 razglednica, svaka s po dvije naljepnice. Od toga 59 naljepnica prikazuje grb odnosno amblem (plus jedna, Plitvice, prikazuje znak Nacionalnog parka, ali kao manji dio naljepnice, u kutu fotografije). Među njima su i šest republičkih grbova te grb SFRJ, a ostali su u pravilu grbovi/amblemi gradova/općina koji su se u to vrijeme službeno koristili. Tek za jedan je u opisu navedeno da se radi o srednjovjekovnom grbu (Brač), a u jednom slučaju prikazan je povijesni grb (Postojna), koji se možda već i koristio, iako je službeno usvojen u socijalističkom razdoblju općinskim propisima tek 1989. godine.



Slika 5. Prednja strana nekoliko razglednica s naljepnicama za album Nedović, 1985.

Iako detaljnija heraldička analiza sadržaja ovih grbova/amblema izlazi iz okvira ovog rada, možda je zanimljivo obratiti pažnju na to da od tih 58 grbova (ne računajući povijesni grb Brača i amblem NP Plitvice, spomenute gore) čak polovica (a ako iz zbroja izbacimo sedam republičkih/federalnih grbova, još i više!), točno njih 26 ne sadrži (crvenu ili kakvu drugačiju) petokraku zvijezdu, inače sveprisutnu u socijalističkoj ikonografiji tog razdoblja.

Tablica 1. Broj sličica i grbova po poglavljima u albumu *Od Vardara…*

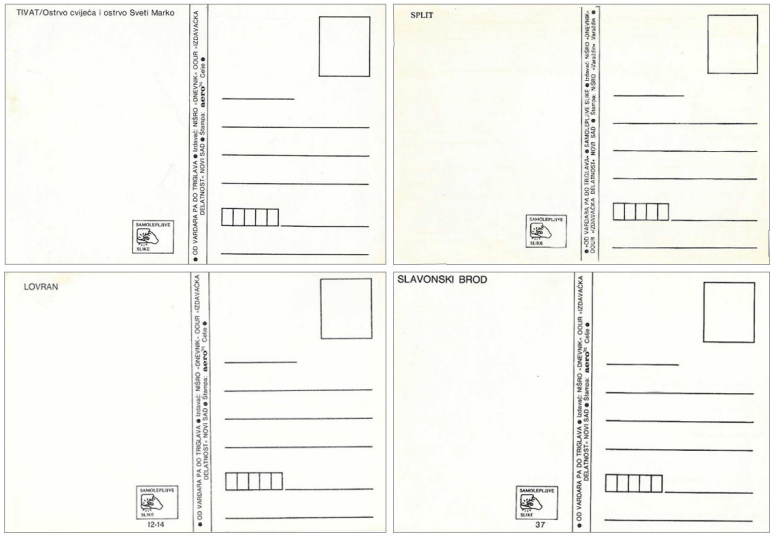
Poglavlje	Broj polja za sličice	Od toga grbova
SFRJ	7	2
Bosna i Hercegovina	22	7
Crna Gora	24	7
Hrvatska	56	*14
Makedonija	12	4
Slovenija	26	8
Srbija	27	10
Kosovo	10	1
Vojvodina	18	6
Ukupno	190	*59

(*ne ubrajajući amblem NP Plitvice)

Sličice za taj album prodavane su, dakle, kao poštanske razglednice koje su s prednje strane sadržavale dvije samoljepljive sličice u boji – jedna je bila fotografija karakteristične gradske vizure, a druga prikaz grba tog grada (ili još jedna gradska veduta). Na poleđini je tiskan klasičan obrazac dopisnice, s mjestom za marku i adresiranje na desnoj polovici, a prostorom za sadržaj poruke na lijevoj. U stupcu koji ih odvaja između dvije crte tiskan je „kolofon": naziv albuma, nakladnika i tiskare u dva reda „• »OD VARDARA PA DO TRIGLAVA« • Izdavač: NIŠRO »DNEVNIK« OOUR »IZDAVAČKA / DELATNOST« NOVI SAD • Štampa: NIŠRO »Varaždin« Varaždin •", u gornjem lijevom kutu naziv prikazanog mjesta (na nekim razglednicama ćirilicom, dok su svi ostali tekstovi latinicom), a u donjem desnom kutu lijeve polovice grafička je uputa za uporabu naljepnice, stilizirani prikaz razglednice na kojoj ruka odljepljuje naljepnicu, s tekstom „SAMOLEPLJIVE SLIKE".

Razglednice su veličine 139 × 96 mm, nešto manjih dimenzija od standardne (150 × 105 mm). Kada su izvorne količine razglednica potrošene, drugo ili neko naredno i daljnje izdanje tiskano je u celjskoj tiskari Aero, što se odrazilo i na tekst kolofona, u kojem više nema navodnika oko naziva albuma, a na kraju je navedeno ime nove tiskare: „[...] • Štampa: **aero*** Celje •" (tipografija naziva „aero" je tipa masne antikve, a završava logotipom o obliku ptice, ovdje u tekstu prikazan zvjezdicom). Ni ove dotisnute razglednice nemaju označen redni broj.

Razglednice su se u pravilu prodavale samo u mjestima koje su prikazivale, tako da je bio potreban priličan napor sakupljača da popuni album.



Slika 6. Stražnja strana razglednica sa sličicama za album Nedović, 1985, gore desno Tiskara Varaždin, ostale Tiskara Celje bez oznake broja sličice i s raznim tipovima oznake broja sličice.

Čini se da su te razglednice imale popriličnu popularnost, ne samo kao kolekcionarski objekti već i za uobičajeno poštansko dopisivanje, tako da se ubrzo objavljuju i dodatne razglednice sa samoljepljivim gradskim motivima. Koliko je za sada poznato, drugi, dodatni album, u kojem bi se sakupljale te dodatne sličice/razglednice nije objavljen.

Te nove razglednice se od prve serije razlikuju time da su na ovima prikazane po dvije ili više gradskih scena, a grb je (ako je prikazan jer, kao ni u prvoj seriji, nemaju ga sve razglednice) znatno manjih dimenzija. Koliko se čini, neki gradovi/grbovi su ponovljeni, dok su drugi novi, neobjavljeni u prvom izdanju. Većina, ako ne i sve razglednice novog izdanja tiskane su u celjskoj tiskari Aero, pa je tako i navedeno u središnjem natpisu na poleđini. Zabilježene su i novije razglednice, tiskane vjerojatno 1989. ili 1990., koje prikazuju novi znak celjske tiskare, koji se sastoji od slova različitih stilskih oblikovanja.

Dok razglednice iz izvornog albuma nisu obrojčane, razglednice kasnijih dotiskivanja ispod grafičke upute samoljepljive slike imaju označen broj: dvoznamenkasti, troznamenkasti, pa i četveroznamenkasti, ali i kombinacije dva dvoznamenkasta odvojena crticom (ali i u kombinacijama s rimskim brojkama, kao „XIX–20“). Malo je vjerojatno da je izrađeno na tisuće dodatnih razglednica, pa za sada ti brojevi ostaju svojevrstan misterij. Dvoznamenkasti brojevi pojavljuju se i na dotiskanim razglednicama sličica iz albuma, ali neke dotiskane razglednice iz albuma nose i znatno više brojke koje ne mogu označavati poziciju u izvornom albumu. Na kolekcionarskim web stranicama (Aukcije,[4] Delcampe, [5] Limundo,[6] Bolha[7]) ove novoizdane razglednice se često označavaju godinom izdanja 1988. i 1989.

Ostali heraldički-veksiloloski albumi

Uz navedene heraldičke albume koji donose vrijedne, pa i nove podatke za municipalnu heraldiku ovog razdoblja, među albumima sa sličicama pojavljuju se i oni koji prikazuju „grbove i zastave svijeta“ – simbole suverenih zemalja, bilo kao glavni sadržaj sličice ili kao njezin ilustrativni element. Vrijedi ih ovdje makar spomenuti.

Nacionalne zastave nesvrstanih zemalja prikazane su u kutu pojedinih sličica iz albuma *Zemlje i gradovi sveta*, koji je služio sa sakupljanje sličica s istoimenih Kraševih čokoladica (po svemu sličnih znatno popularnijem *Životinjskom carstvu*). Prvo izdanje iz 1965. godine nosilo je podnaslov *Mala enciklopedija u 256 slika* (Petrović, 1965), a ubrzo je slijedilo drugo 1968. godine s podnaslovom *Mala enciklopedija u 272 slike* (Petrović, 1968).

[4] Aukcije Zagreb, www.aukcije.hr, od 2003.

[5] Delcampe International srl., www.delcampe.net, od 2000.

[6] Limundo Beograd, www.limundo.com, 2006.

[7] Bolha.com, Styria digital marketplaces d.o.o., www.bolha.com, od 1999.



Slika 7. Naslovnica i jedna stranica s djelomično ulijepljenim sličicama albuma *Zemlje i gradovi svijeta* (Petrović, 1965).

Zastave suverenih država prikazane su pojedinačno „vijoreći" u albumu *Zastave sveta*, objavljenom 1977. godine (*Zastave sveta*, 1977). Sličice su se dobivale uz pekarske proizvode ljubljanske pekare *Žito produkt*. Album se sastoji od mape presavinutih listova, na pet njih su mjesta u tri reda po četiri zastave, dakle 60 sličica (zakrenutih 90 stupnjeva u odnosnu na naslovnicu). Zastave koje se vijore na stiliziranom koplju potpisane su nazivom zemlje na njezinom jeziku i na slovenskom, a isti je natpis ispod mjesta u kojem se sličice ulijepljuju. Među zastavama svijeta prikazano je i šest zastava jugoslavenskih republika. Na poleđini sličica ispisano je igličnim pisačem „ŠT XX OD 60 ZASTAVA" (gdje je XX redni broj sličice), a uz rub je crveni natpis „aero • samolepilna etiketa".



Slika 8. Naslovnica i dio popunjenih stranica albuma *Zastave sveta*, 1977.

Najkompletniji album tog tipa je beogradski *Upoznajmo svet kroz zastave i grbove*, koji na pojedinoj sličici prikazuje zastavu ili grb zemlje.[8] Prvo izdanje objavljeno je 1983. godine, a drugo, s ažuriranim podacima, 1990. godine (Perić i Đanisijević, 1983, [2]1990).

Sličice grbova ovog izdanja su neuobičajeno kvadratnog oblika, dok su zastave uobičajene pravokutne forme. Barem u dijelu naklade naljepnica preostali bijeli dio „kvadratne" naljepnice sadrži znak jugoslavenskog nacionalnog zračnog prijevoznika JAT-a. Možemo pretpostaviti da je dio naklade dijeljen kao komercijalni poklon JAT-a. Na albumskim stranicama, koje su podijeljene za četiri zemlje, osim mjesta za naljepnice, nalaze se osnovni statistički podaci o toj zemlji: kratki i dugi naziv, glavni grad, površina, broj stanovnika, službeni jezik, valuta, godina stjecanja nezavisnosti i članstvo u međunarodnim organizacijama.

[8] Vidak Perić i Miomir Đanisijević (ur.): Upoznajmo svet kroz zastave i grbove, Izdavačka radna organizacija „Narodna knjiga", Beograd, 1983., 2. izdanje 1990.



Slika 9. Naslovnica prvog i drugog izdanja albuma *Upoznajmo svet kroz zastave i grbove sveta* (Perić i Đanisijević, 1983, [2]1990).



Slika 10. Djelomično popunjena stranica albuma *Upoznajmo svet kroz zastave i grbove sveta* (Perić i Đanisijević, 1983, [2]1990).

ZAKLJUČAK

Fenomen sakupljanja sličica u albume imao je u razdoblju socijalističke Jugoslavije važnu ulogu u formiranju potrošačkog društva i razvijanju popularne kulture. Manji dio tog fenomena odnosi se na heraldičke i veksiloloških teme, koje su, unatoč komercijalizaciji i „vesternizaciji" sakupljanja sličica prema kraju razdoblja, uspjele sačuvati edukativno-promotivnu svrhu kakvu je ovo sakupljanje imalo u počecima u skladu sa socijalističkim nazorima razvoja društvenih vrijednosti.

Osim što ovi „heraldički" albumi i sličice dokumentiraju uglavnom nedovoljno poznate municipalne grbove iz socijalističkog perioda, daju vrlo zanimljiv pogled na stanje primijenjene heraldike i odnos prema njoj u tom vremenu. Iako se ne može pretpostaviti da je u izboru i pripremi tih grbova postojalo ikakvo sustavno istraživanje, ovi dokumenti predstavljaju važan doprinos rasvjetljavanju suvremene hrvatske heraldičke prakse u 20. stoljeću i vrijedni su još jednog pogleda. S današnjeg stanovišta, ovakvi proizvodi mogli su imati utjecaja na formiranje svijesti o hrvatskoj heraldičkoj baštini, kao i na razvijanje historijske svijesti među građanstvom, kako u Hrvatskoj tako i u drugim zemljama čiju heraldiku predstavljaju.

Sa sociološkog stanovišta, cijeli koncept uporabe heraldičkih albuma za sličice predstavlja vrlo neobičan i netradicionalan pokušaj izgradnje socijalističkog društva, kreiranja snažnih veza između pojedinaca sakupljača iz raznih dijelova Jugoslavije na zajedničkoj društveno poželjnoj, iako u *mainstream* znanosti (a možda baš i zato) u to doba zanemarivanoj disciplini.

Vrhunac angažiranog sakupljanja s dobro osmišljenom strategijom koja zahtijeva od sakupljača značajno veći angažman od pukog konzumerizma „kupovine sličica na kiosku" – umrežavanje s osobama iz cijele zemlje radi razmjene razglednica sa samoljepljivim sličicama za album koje su se mogle nabaviti samo u mjestima koja su predstavljale – predstavlja novu dimenziju kolekcionarstva. U tom je primjeru „truli kapitalizam" sa zapada uvezenog konzumerizma dorađen poželjnim elementima izgradnje socijalističkog društva u posljednjem desetljeću Jugoslavije, koji je trebao izgraditi nove generacije svjesne „bratstva i jedinstva" kao najveće vrijednosti koju je taj sustav proklamirao. Povijesni razvoj događaja ubrzo je prekinuo i taj društveni eksperiment te o njegovoj eventualnoj uspješnosti možemo samo spekulirati.

Dok se veksilološki albumi i heraldičko-veksilološki sadržaji uglavnom zadržavaju na razini nacionalne simbolike suverenih država i rijetko su od interesa za istraživanje heraldičke i veksiloloških discipline, oni ipak predstavljaju važan mehanizam za razvijanje interesa za simboličke studije. Slično se može reći i za „grbove" i ambleme koji se pojavljuju u albumima za sličice sportske tematike, koji nisu obrađeni u ovom radu.

Ovime se otvara jedan novi pogled na zanemarivano poglavlje heraldičke prakse u Hrvatskoj, ali i područje za proučavanje društvenog značaja u popularnoj kulturi i razvoju potrošačkog društva do kraja socijalističkog razdoblja, a koje, bez sumnje, i danas ostavlja određeni trag na hrvatsko društvo.

LITERATURA

Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et Simulation*. Paris: Éditions Galilée.

Belk, R. W. (1995). *Collecting in a consumer society*. London: Routledge.

Bourdeau, P. (1979). *La distinction: Critique sociale du jugement*. Na hrvatskom *Distinkcija: Društvena kritika suđenja*. Prijevod: Jagoda Milinković. Zagreb: Antibarbarus, 2011.

Drost, L. (2014). „Collecting matters: A material and theoretical contribution to the study of collecting". *International Journal of Cultural Studies*, 17(1): 3-19. https://doi.org/10.1177/1367877913483423

Duda, I. (2010). *Pronađeno blagostanje. Svakodnevni život i potrošačka kultura u Hrvatskoj 1970-ih i 1980-ih godina*. Zagreb: Srednja Europa.

Erdei, I. (2006). „Odrastanje u poznom socijalizmu – od 'pionira malenih' do 'vojske potrošača'". U: Lada Čale Feldman, L. i Prica, I. (ur.). *Devijacije i promašaji*. Zagreb: Institut za etnologiju, str. 205-240.

Erdei, I. (2012). *Čekajući Ikeu. Potrošačka kultura u socijalizmu i pre njega*, Beograd: Filozofski fakultet u Beogradu.

Filipović, S. (2017). „Skupljanje albuma sa sličicama u Jugoslaviji: doprinos istraživanju potrošačkog društva i popularne kulture". U: Bonfiglioli, Ch. i Koroman, B. (ur.). *Socijalizam: izgradnja i razgradnja*. Zagreb-Pula: Srednja Europa, str. 71-96.

Galović, T. i Filipović E. O. (2008). „Prilog bibliografiji radova o heraldici (s posebnim osvrtom na Hrvatsku i Bosnu i Hercegovinu)", *Arhivski vjesnik* 51(1): 161-226.

Gelfand, L. i Diener, E. (2012). „The psychology of collecting". U: Lamberton, A. J. i Rader, C. N. (ur.). *The Routledge companion to consumer behavior*. London: Routledge, str. 169-185.

Hartemink, R. i Heimer, Ž. (2008). „Heraldički albumi tvrtke Kava Hag | Heraldic Albums of the Coffee Hag Company", *Grb i zastava*, II(4): 4-5.

Heimer, Ž. (1996). „Socijalistička heraldika?". *Grb i zastava*, 0 (nulti broj), 14.

Heimer Ž. (2022). „Historical Origins of Contemporary Croatian Municipal Flags". U: Sumner I. i Sumner M. *Proceedings of the 27th International Congress of Vexillology*. Kingston-upon-Hull: Flag Institute, str. E1:1-53. https://www.flaginstitute.org/wp/wp-content/uploads/2022/11/ICV27-E1-Heimer.pdf

Heimer, Ž. (2024a). „Suvremena hrvatska municipalna heraldika – neke osnovne značajke". U: Matijević Sokol, M., Galović T. (ur.). *Hrvatska heraldička baština I. – odabrane teme / Priručnik za studente*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu – FF press, str. 245-263.

Heimer, Ž. (2024b). „Uvod u veksilologiju". U: Matijević Sokol, M., Galović T. (ur.). *Hrvatska heraldička baština I. – odabrane teme / Priručnik za studente*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu – FF press, str. 279-296.

Historija SKGO. Stalna konferencijagradova i opština – Savez gradova i opština Srbije, https://www.skgo.org/strane/234, pristupljeno 9. veljače 2023.

Koloy's – grbi Jugoslavije, Kolinska: Koloy's, 1968. (navedeno prema Lavrenčak, 2016).

Laszowski, E., Bojničić Zamola, V. i Horvat, R. (1932). *Grbovi Jugoslavije*, Zagreb: Kava Hag d.d.

Lavrenčak, G. (2016). *Krajevni grbi in občinski žigi na današnjem ozemlju Republike Slovenije; najstarejše upodobitve naših krajev (vedute, slike, litografije, fotografije, razglednice…), kratek opis prve omembe trga, mesta ali občine, najstarejši grbi naših krajev (kamniti grbi, pečati, freske, slike …), najstarejši občinski žigi (pečati, žigi, nalepke …)*. Radovljica: Digitalni arhiv Radovljica. http://dar-radovljica.si/Uprava/Krajevni%20grbi%20in%20ob%C4%8Dinski%20%C5%BEigi.pdf, pristupljeno 9. prosinca 2022.

Levy, E. i Merry, U. (2019). *Collecting today: Concepts and practices*. London: Routledge.

McCrone, D. i Prentice, R. (1995). *The tourism development handbook: A practical approach to planning and marketing*. London: Routledge.

Nedović, B. (1985). *Od Vardara pa do Triglava – Upoznajmo svoju domovinu*, Novi Sad: NIŠRO „Dnevnik" OOUR „Izdavačka djelatnost".

„Opklada za strah" (1985). *Roto biblioteka – Strip – Zlatna Serija*, Novi Sad: Denvnik, sveska 769.

Pearce, S. M. (1992). *Museums, Objects, and Collections: A Cultural Study*, Leicester: Leicester University Press.

Perić, V. i Đanisijević M. (ur.). *Upoznajmo svet kroz zastave i grbove*. Beograd: Izdavačka radna organizacija „Narodna knjiga", 1983., 2. izdanje 1990.

Petrović,B. (1965). *Zemlje i gradovi sveta, mala enciklopedija u 256 slika*. Beograd: Prosveta.

Petrović, B. (1968). *Zemlje i gradovi sveta, II prerađeno i dopunjeno izdanje, mala enciklopedija u 272 slik*e. Beograd: Prosveta.

Prown, J. D. (1982). „Mind in matter: An introduction to material culture theory and method". *Winterthur Portfolio*, 17(1): 1-19. https://doi.org/10.1086/496065

Riviere, A.; Winther, I. (2019). *Collector practices: Materiality and sociality in collecting*. London: Routledge.

„Rođenje Kraša 1950. – 1960.", *Povijest Kraša*, https://www.kras.hr/hr/o-nama/o-nama/povijest-krasa/1950, pristupljeno 15. listopada 2022.

Van der Laarse, R. (2016). „Collecting and collections: Objects, practices and the fate of things". U: Roberts, L. i Goddard, J. (ur.). *The handbook of art and design librarianship*. London: Facet Publishing, str. 397-414.

Wasden, T. J. (2023). „The Role of Museums in Preserving Cultural Heritage". *TJ Wasden Art & Culture* (blog) https://tjwasden.org/the-role-of-museums-in-preserving-cultural-heritage/, pristupljeno 20. prosinca 2023.

Zastave sveta. Ljubljana: Žito product, 1977.

Zmajić, B. (1971). *Heraldika – sfragistika – genealogija*. Zagreb: Školska knjiga.

HERALDIC COLLECTING AS A SOCIETY-BUILDING STRATEGY IN SOCIALIST YUGOSLAVIA

Željko Heimer

EXTENDED SUMMARY

The paper examines the role of three social phenomena in shaping the social structure of socialist Yugoslavia: the building of a social identity, collecting as consumer behaviour and heraldry. The focus is on two editions of sticker albums— - "Grbi Jugoslavije" (1968) and "Od Vardara pa do Triglava" (1985) — which featured the coats of arms of various cities in the former Yugoslavia. These albums were not only popular among collectors but also served as tools for fostering a sense of shared social identity and promoting socialist values. The first phenomenon discussed is the construction of a social identity. The album stickers served as a medium for social interaction and connected people to a national identity through symbols such as coats of arms. Collecting these stickers became an important social practice, highlighting the intersection of consumption and identity formation in a socialist society. The second phenomenon is collecting as a social activity. The paper explores how collecting developed into a significant consumer behaviour, especially in post-war Yugoslavia. In the 1960s and 1970s, collecting became a widespread practise, often associated with specific communities of collectors who exchanged stickers and thus established cross-regional connections. This phenomenon paralleled the broader societal shift towards a consumer culture, as evidenced by the popularity of sticker albums associated with commercial products such as chewing gum and chocolate. The third phenomenon, heraldry, is analysed in connection with the municipal coats of arms depicted in the albums. After the Second World War, socialist Yugoslavia introduced new municipal symbols that replaced or modified older heraldic traditions. The album "Grbi Jugoslavije", for example, featured coats of arms documenting these new symbols, many of which were created after the war. The album served not only as a collector's item, but also as an educational tool that promoted knowledge about the heraldic development of Yugoslavia. The album "Od Vardara pa do Triglava" also contained these new symbols and helped to promote the unity of the different regions of the country through the collection of stickers. The albums also facilitated the exchange of stickers between collectors, with the postcards on which the stickers were sold only being available in certain regions. This strategy created a network of collectors throughout Yugoslavia and strengthened the sense of national solidarity. In addition, the albums were intended to promote socialist ideals such as "brotherhood and unity"," which was in line with the state's efforts to unite the various republics under a common identity. Through these albums, collecting became a form of cultural education that shaped national consciousness and strengthened the socialist project. They helped to preserve cultural heritage, contributed to social cohesion and supported economic activity by creating a market for collectible stickers. The albums therefore served not only as consumer goods, but were also instruments of socialisation and identity formation, linking education, culture, and politics. In conclusion, the collectible sticker albums in socialist Yugoslavia are an example of the intersection of culture, politics and consumer behaviour. These seemingly simple objects played a significant role in the ideological and social framework of the state, shaping citizens' identities and fostering a sense of unity across the diverse regions of the country.

Keywords: building social identity, collecting, heraldry, vexillology, municipal coat of arms, collecting stickers, sticker album