

# Motive nordzypriotischer Briefmarken als Spiegel der türkisch-zypriotischen Identität (II)

Wolfgang Scharlipp

## Briefmarkenausgaben zu Jahrestagen, Aufrufen u.s.w.

Die umfangreichste Abteilung sind Briefmarken, die zu bestimmten Anlässen herausgegeben werden. Die Post Nordzyperns gibt jedes Jahr einen Satz heraus, der verschiedenen Gedenktagen und anderen aktuellen Anlässen gewidmet ist. Abgesehen von den nationalen und internationalen Kategorien unterscheiden wir zwischen Marken, die 1. an Jubiläen erinnern, 2. an bestimmte bevorstehende Ereignisse oder Aktionen verschiedener Art erinnern, 3. Aufrufe (z.B. zum Blut spenden). Von allen Kategorien können nur wenige Beispiele gegeben werden. Viele Marken, die an Jubiläen erinnern, beziehen sich auf Persönlichkeiten und wurden schon behandelt. Die erste Marke, die sich auf ein bestimmtes Ereignis bezieht, ist die zur Hochzeit von Prinz Charles und Lady Diana am 29. Juli 1981 erschienene Marke mit einem Porträt des Brautpaares. Dies erinnert uns daran, dass Zypern von 1878 bis 1960 eine britische Kolonie war.

Die häufigsten Marken, die an bestimmte Daten erinnern, beziehen sich auf die eigene Geschichte, wie die verschiedenen Jahrestage der Invasion, die auf Türkisch „Friedensaktion (Baris Harekatı)“ genannt wird, so zum 5. Jahrestag 1979. Das Motiv sind eine Landkarte Zyperns, daneben ein Gewehrlauf mit einem stilisierten Olivenzweig. Zwei weitere Marken 1999 zum 25. Jahrestag, die eine mit der Aufschrift „25 Jahre Frieden in Zypern“ und als Motiv eine Landkarte der Insel, auf der Norden und Süden unterschiedliche Farben haben und von der eine Friedenstaube aufsteigt; die zweite eine ebensolche Landkarte und darauf eine Taube mit Olivenzweig im Schnabel. Das Motiv erinnert an die gesamtzypriotische Nationalflagge, die ebenfalls die Umrisse der Insel und darüber eine auffliegende Taube zeigt.

Andere Marken beziehen sich auf das Bestehen des türkisch zypriotischen Staates, wie die zum 15. Jahrestag 1989 erschienene Marke mit dem Motiv einer stilisierten türkisch zypriotischen Flagge auf dem Hintergrund eines Vogel- (sicherlich Tauben-) schwarms. Eine Marke zum

75-jährigen Bestehen der Türkischen Republik zeigt die türkische Flagge mit der Zahl 75 darauf. Solche Marken mit nationalen Gedenktagen werden – wie wir noch sehen werden – im Laufe der Zeit immer seltener.

Zahlreicher werden dagegen mit der Zeit Briefmarken, die an die Bevölkerung in verschiedener Hinsicht appellieren, wie 1990 die drei Werte zur Sicherheit im Straßenverkehr, von denen einer Verkehrszeichen und ein grosses Herz über einem Lenkrad zeigt, ein anderer u.a. ein Verkehrsschild zur Geschwindigkeitsbeschränkung und ein schnell fahrendes Auto, der dritte eine Ampel und wiederum verschiedene Verkehrszeichen. 1990 erschienen auch zwei Briefmarken zum Jahr der Alphabetisierung, die als Appell an das Bildungsbedürfnis verstanden werden können. Einer der Werte zeigt die Buchstaben a,b,c über einem Stapel Bücher und vor dem Hintergrund der Weltkarte. Der andere Wert zeigt ein Holzrelief mit einem der bekanntesten Motive der frühen Republik: Atatürk, der vor einer Tafel stehend den Zuschauern lateinische Buchstaben zeigt. Atatürk, der auch als Lehrer des Volkes gilt, hatte 1928 die Einführung des Lateinalphabets bei gleichzeitiger Abschaffung der arabischen Schrift durchgesetzt und war tatsächlich über das Land gereist, um den Erfolg der Umsetzung des Gesetzes in Augenschein zu nehmen

Ein Blick auf die Marken eines Satzes der jährlich zur Erinnerung an bestimmte Ereignisse erscheinenden Marken, machen die Vielfalt, aber auch die Beliebigkeit der Auswahl deutlich. Von den 1992 erschienenen Marken gilt eine dem neuen Elektrizitätswerk von Girne/Kyrenia, eine weitere dem 15-jährigen Bestehen der Sozialversicherung, eine erinnert an 29 Jahre veterinärmedizinischer Einrichtungen, eine gilt der Internationalen Vereinigung von Künstlerinnen.

Alle diese Marken haben gemein, dass sie voller simpler Symbole sind, die meist dem Betrachter den Inhalt der Botschaft schnell erschliessen. Wo dies nicht der Fall ist, hilft ein ein klein gedruckter Text. Erinnernde und appellierende Marken nehmen im Laufe der Jahre zu, während ihre Inhalte allerdings immer internationaler werden.

## Kultur

Von den Briefmarken, die den Themen Archäologie, Kunsthandwerk und Architektur gewidmet sind, ist die dritte Kategorie am stärksten vertreten. Ein Satz von vier Werten zeigt Ausgrabungsgegenstände, von denen eine eine griechische Artemis-Statue ist, die anderen drei keiner identifizierbaren Kultur zuzuordnen sind. Nach dem Befund der Archäologen sollen früheste Spuren menschlicher Besiedlung Zyperns ca. 9 000 Jahre zurückreichen. Diese Funde werden aber nicht von türkischer Seite für sich vereinnahmt. Viele Intellektuelle der modernen Türkei, allen voran der Schriftsteller Halikarnas Balıksız (1890–1973) betonen, dass die moderne Türkei-türkische Kultur auf verschiedene alte nicht-türkische Kulturen aufbaut. Seltsam vereinzelt nehmen sich die beiden Werte von 1995 aus, auf denen Ausschnitte der sogenannten Runeninschrift der 762 in der heutigen Mongolei errichteten Stele des alttürkischen Prinzen Köl Tegin abgebildet sind. Teile dieser langen Inschrift sind in den originalen Schriftzeichen und darunter in modernem Türkisch wiedergegeben. Ein aktueller Anlass für das Erscheinen dieser Motive ist nicht erkennbar. Die alttürkischen Inschriften wurden 1893 von dem dänischen Linguisten Vilhelm Thomsen und dem Deutschrussen Vilhelm Radloff entziffert.

Türkisch-zypriotisch dagegen sind die Darstellungen von Kunsthandwerk, zu dem wir auch die Kostüme zählen können, die auf dem Satz mit drei Werten 1987 abgebildet sind. Wir begegnen diesem Thema in den graphisch sehr schön gestalteten Marken von 1998, die zwei alte, geschnitzte Haustüren abbilden, den vier Werten von 2000 mit der graphisch ebenfalls ansprechenden Abbildung von Tuchstickereien. Ebenso schön sind die vier Marken von 2003 mit der Abbildung geschnitzter Holztruhen aus verschiedenen Gegenden Zyperns.



Alte Türen



Kunsthandwerk: Tuchstickereien

Architektonische Motive zeigte bereits der erste Satz des „Föderativen Staates Nordzypern“ 1975. Bei allen zehn Werten handelt es sich um ältere Bauwerke und Denkmäler Türkisch Zyperns, türkische sowie nicht-türkische, wie z.B. die schon erwähnte Lala Mustafa Moschee in Famagusta, also die ehemalige fränkisch-katholische St. Nikolaos-Kathedrale, die 1571 mit nur einem Minarett in die nach dem Eroberer Zyperns benannte Moschee umgewandelt wurde. Aber nicht nur klassische Gebäude werden dargestellt, sondern auch moderne, wie z.B. das große Hotel Salamis, das sich in der Nähe der gleichnamigen alten griechischen Tempelruinen befindet und wegen seines Strandes ein beliebtes Touristenziel ist. Dies ist eine der Europa-Marken 1977, deren zweite eine Hafensicht des romantischen Städtchens Girne/Kyrenia ist. Neben diesen eher spektakulären architektonischen Ansichten sind auch gewöhnliche Gebäude abgebildet, wie die beiden Postgebäude auf den Europa-Marken von 1990, beide alte Gebäude, wovon das eine die Hauptpost in Nikosia ist.

Neu und alt sind vereint in den jeweils zwei Werten von 1993 und 2001, auf denen alte Wohnhäuser abgebildet sind, die an die Sanierung alter Stadtteile Nikosias erinnern. Aus all diesen Motiven können wir schließen, dass zunächst die Bekanntmachung des neu gegründeten Staates im Vordergrund stand, während die späteren Marken Sorgfalt und Aktivität bei der Erhaltung kulturellen Erbes demonstrieren sollen.

Folgende Motive sind von besonderem Interesse: 1. die drei Abbildungen orthodoxer christlicher Stätten. Dies ist die St. Barnabas-Kathedrale 1993, die allerdings nun als Ikonenmuseum fungiert. Es wurden keine Kirchen in Tierställe umgewandelt, wie oft zu Propagandazwecken verbreitet wurde, sondern die sogenannte „Profanisierung“ christlicher Stätten bezog sich auf solche Fälle. Auch andere Kirchen dienen heute als Ikonenmuseen. 2. Des weiteren ist die Ruine der St. Georgos-Kathedrale in Famagusta ein Motiv 1995 und die Abtei von Bellapais auf einer Marke 1996. Dieses Gebäude ist ursprünglich ein um 1200 von den fränkischen Herrschern errichtetes Kloster, das nach der Eroberung durch die Osmanen 1570 den Katholiken abgenommen und der griechisch orthodoxen Kirche übergeben wurde. Überhaupt wurde auf der ganzen Insel die

katholische Kirche enteignet und die orthodoxen Bischöfe von den Osmanen wieder eingesetzt. Die Kirche wurde vor wenigen Jahren restauriert und ist eine beliebte Sehenswürdigkeit. Von Interesse sind weiterhin die Abbildungen auf vier Werten 1999. Es handelt sich um osmanische Bauwerke in Griechisch-Zypern: ein verziertes Steintor in Limassol, ein Minarett der „Großen Moschee (Cami-i Kebir, in Transkription der osmanischen Schreibweise)“, die verfallene Moschee von Evdim, die Bayraktar-Moschee (Banträger-Moschee) im Süden Nikosias, die in den vergangenen Jahren mehrfach in Brand gesetzt worden ist. An die osmanische Vergangenheit erinnern auch die vier Abbildungen von Brunnen 1991, einer in Famagusta, drei in Nikosia. Brunnen sind aus dem osmanischen Stadtbild nicht wegzudenken.



Aus dem Satz „Osmanische Brunnen“

Wurde ein Architekt mit dem Bau einer Moschee beauftragt, hieß das, ein Gesamtwerk zu schaffen, das sich in der Grösse nach dem Vermögen des Auftraggebers richtete. Zu diesem Gesamtwerk (külliye) gehörten Bäume wie auch Brunnen. Wasser repräsentiert das Paradies im Islam, woran uns insbesondere die Alhambra in Granada mit ihren verspielten Wasserläufen und Brunnen erinnert, die ein Bildnis des Paradieses auf Erden darstellen soll.

### Veränderung der Motive

In den ersten 15–20 Jahren nach Ausrufung der Selbständigkeit überwiegen Motive, die entweder durch archäologische oder architektonische Abbildungen von Gebäuden und Gegenständen im eigenen Lande dieses vorstellen. Für die Darstellung von Personen gilt, dass es sich hauptsächlich um Männer handelt, die sich um das eigene Land oder die Türkei verdient gemacht haben. Die Briefmarken der allerersten Jahre, die die neue Selbständigkeit betonen, werden schnell weniger und durch Marken ersetzt, die nur noch zu bestimmten Jahrestagen an die Umstände erinnern, die dazu führten. Allerdings gibt es auch schon Marken aus dem Gebiet „Flora und Fauna“, aber eher selten.

Seit Mitte der 90er Jahre nehmen diese durch alljährliche Abbildungen von Wildtieren und Blumen zu. Einige Beispiele: 1995 heimische Schmetterlinge, Satz mit vier Werten; 1996 heimische Fische, vier Werte; 1997 heimische

Pilze, vier Werte; Raubvögel, vier Werte; 1998 Insekten, vier Werte und so weiter bis hin zu den letzten Jahren: 2006 Seevögel, vier Werte; Wildblumen sechs Werte (Dauermarken); 2008 Wildblumen, zehn Werte (Dauermarken); 2009 Frösche, zwei Werte; Heilpflanzen, vier Werte; 2010 Seevögel, vier Werte.

### Briefmarke aus dem Dauermarkensatz „Wildblumen“



Auch Marken mit Aufrufen und Appellen werden in späteren Jahren immer internationaler. Genannt seien nur zwei Beispiele, die in der frühen Zeit der Unabhängigkeit undenkbar waren: Eine Briefmarke von 2007 mit der Aufschrift „Environment, Survival and Sustainability ESS 2007“. Diese Marke wurde aus Anlass der gleichnamigen Konferenz zum Umweltschutz in Nikosia herausgegeben, an der zahlreiche internationale Wissenschaftler teilnahmen. Ein Text am Rande der Marke lautet: „We don't have time for another ten years“. Eine Briefmarke von 2005 appelliert und informiert. Die völlige wirtschaftliche und politische Blockade des Staates seit seiner Gründung stellte diesen schnell vor nahezu unüberbare ökonomische Probleme. Ein Versuch diese zu bewältigen war, mehrere höhere Bildungsstätten zu gründen. Sowohl die „Universität des Östlichen Mittelmeeres (Dogu Akdeniz Üniversitesi)“ in Famagusta wie die „American University of Girne“ (der auch eine Marke gewidmet wurde) bieten Unterricht in englischer Sprache an, um ausländische Studenten anzuziehen. Auf dieser Briefmarke von 2005 findet man die Aufschrift: [www.studyinnorthcyprus.org](http://www.studyinnorthcyprus.org). Ruft man diesen Link auf, kommt man zu der Seite „Study in North Cyprus“ mit dem Untertitel „Education Island North Cyprus“, auf der sich aufschlussreiche Information zu diesem Thema in englischer Sprache findet.

Ein abschliessender Blick auf die Europamarken (sogenannte „Mitläufer“ in diesem Falle) der letzten Jahre zeigt, wie selbstbewusst sich Nordzypern den europäischen Staaten anschliessen versucht: 2006 Integration; 2007 Pfadfinder; 2008 der Brief; 2009 Astronomie; 2010 Kinderbücher. Es sind durchgehend dieselben Themen wie im Rest Europas. Trotz allen Bemühens um internationale Anerkennung, machen die europäischen Staaten keinen Schritt auf Nordzypern zu, entgegen den Versprechungen, die den türkischen Zyprioten von der EU nach der griechischen Ablehnung der Wiedervereinigung gemacht wurden. 