

مغلّفات اليوم الأول للإصدار: إرشادات مؤقتة

المادة 1

العروض التنافسية

ستُعرض عروض مغلّفات اليوم الأول للإصدار "FDC" كفتة تجريبية في معرض بوسطن الدولي للطوابع لعام 2026. والهدف الأساسي هو إدخال شكل شائع من أشكال جمع الطوابع إلى المنافسة على مستوى معارض FIP الدولية، وتشجيع مزيد من الهواة على المشاركة في جمع الطوابع ومعارضها.

وبوصفها فئة تجريبية، يُشجّع العارضون على المرونة والأصالة والإبداع. كما يُشجّع الحكام على مرونة مماثلة، حتى يمكن تطوير هذه الإرشادات لاحقًا بناءً على خبرة تطبيقها على أرض الواقع.

قد تشمل عروض مغلّفات اليوم الأول للإصدار مواد من القرن التاسع عشر أو العشرين أو الحادي والعشرين، وينبغي أن تتميز عن العروض التقليدية والتاريخ البريدي والقرطاسية البريدية، بتخصيص جزء كبير من العرض (أو العرض كله) لدراسة مغلّفات اليوم الأول نفسها، بما في ذلك تواريخ الإصدار والرسوم التذكارية "الكاشيه"، ويُفضّل أن تكون صادرة عن هيئة البريد نفسها حيثما وُجدت.

المادة 2

التعريفات

2.1 يُعرّف مغلّف اليوم الأول للإصدار بأنه:

- أ. مغلّف أو بطاقة بريدية أو أي عنصر بريدي آخر، ألصق عليه طابع أو أكثر وخُتم بختم الإلغاء من قبل هيئة البريد المُصدرة في تاريخ إصدار الطابع (الطوابع). وفي الحالات التي لا يُسجّل فيها استخدام في اليوم الأول، يمكن عرض أقدم استخدام معروف موثّق "EKU"، على أن تكون هذه الإفادات موثّقة توثيقًا كاملاً استنادًا إلى إحصاء منشور أو معلومات أخرى يمكن التحقق منها.
- ب. عنصر من عناصر القرطاسية البريدية، مختوم بختم الإلغاء من قبل هيئة البريد المُصدرة في تاريخ الإصدار. وفي الحالات التي لا يُسجّل فيها استخدام في اليوم الأول، يمكن عرض أقدم استخدام معروف موثّق، على أن تكون هذه الإفادات موثّقة استنادًا إلى إحصاء منشور أو معلومات أخرى يمكن التحقق منها.
- ج. يمكن أن تأتي مغلّفات اليوم الأول للإصدار بأحجام وأشكال وصيغ مختلفة، وقد تحمل رسمًا تذكاريًا "كاشيه" أو لا تحمله. ولا توجد قيود في هذا الشأن.

2.2 أختام الإلغاء

ينبغي أن تكون أختام الإلغاء محور التركيز الأساسي لعرض مغلّفات اليوم الأول للإصدار، بما في ذلك العروض التي تُفصل أقدم استخدام معروف موثّق، على أن تكون هذه الإفادات موثّقة توثيقًا كاملاً استنادًا إلى إحصاء منشور أو معلومات أخرى يمكن التحقق منها. وفي معظم الحالات، لا تحمل مغلّفات اليوم الأول للإصدار المبكرة ختم إلغاء خاصًا، بل تحمل عادة ختم إلغاء عام لمدينة ما لإبطال الطوابع أو البيانات المطبوعة. وحيثما توقّرت أختام إلغاء مختلفة، بما فيها تلك التي تحمل عبارة "اليوم الأول للإصدار"، أو أختام الإلغاء الخاصة أو المصوّرة بعناصر رسومية أو من دونها، ينبغي عرضها، مع بيان نوع الآلة المستخدمة لختام الإلغاء والموقع الجغرافي للإلغاء حيثما أمكن.

2.3 الرسوم التذكارية "الكاشيه"

يُلاحظ أن الرسوم التذكارية لليوم الأول لم تظهر إلا ابتداءً من عام 1900 تقريبًا، ويختلف تاريخ ظهورها من بلد إلى آخر.

يمكن أن تكون الرسوم التذكارية، حيثما وُجدت، محورًا لعرض مغلّفات اليوم الأول للإصدار. وقد تحمل المغلّفات أو العناصر البريدية الأخرى المُدرّجة في العرض رسمًا تذكاريًا أُنتج بطرق مختلفة، منها على سبيل المثال لا الحصر: الطباعة الحجرية، والتصوير الغوري، والطباعة الحرارية، وطباعة الغائر، والرسوم التذكارية المُلصّقة (بما فيها أجزاء منها)، أو الرسم أو الخط اليدوي الأصلي المعاصر. وقد تتضمن هذه الرسوم كتابة فقط أو رسومًا توضيحية أيضًا.

يمكن أن يبيّن عرض مغلّفات اليوم الأول للإصدار تفاصيل إنتاج الرسوم التذكارية المعروضة، وعدد النسخ المطبوعة أو المنتجة إن كان معروفًا، ومعلومات عن نطاق الموضوع ومدى تغطيته، أي عدد الرسوم التذكارية المختلفة الموجودة وعدد العرض منها. وحيثما كان ذلك مناسبًا، ينبغي التركيز على الرسوم التذكارية التي أعدتها هيئة البريد نفسها. كما ينبغي بيان الرسوم الأندر بوضوح.

ومن الناحية المثالية، ينبغي أن يكون هناك توافق بين الطابع (الطوابع) الملصقة على المغلّف أو العنصر البريدي، والرسم التذكاري إن وُجد، وختم الإلغاء. ويُقصد بهذا التوافق أن تشترك هذه العناصر في موضوع أو مضمون واحد.

المادة 3

مبادئ تكوين العرض

يُشجّع اتباع مبادئ مختلفة في تكوين العرض.

3.1 يمكن أن تشمل العروض مواد استخدمتها هيئة البريد في تصميم الطابع (الطوابع) وإنتاجه وتطويره، بوصفها جزءًا من قصة الطابع (الطوابع) العرض، على ألا تشكّل هذه المواد سوى جزء صغير من العرض، وألا تهيمن عليه.

3.2 يمكن أن تشمل عروض مغلّفات اليوم الأول للإصدار مسودات تصميم وبروفات وعيّنات أُنتجت أثناء عملية إنتاج المغلّف أو العنصر البريدي.

3.3 يمكن أن تشمل العروض أيضًا مسودات تصميم وبصمات بروفات أعدتها هيئة البريد لأختام الإلغاء التذكارية أو الخاصة المرتبطة مباشرة بموضوع المغلّف.

3.4 يمكن أن تشمل العروض طوابع مرتبطة بمغلّفات اليوم الأول للإصدار تُظهر أخطاء أو تنوّعات في الإنتاج، ومغلّفات تُظهر أخطاء أو تنوّعات في الإنتاج تؤثر في أختام الإلغاء أو الرسوم التذكارية، ويُفضّل أن تكون صادرة عن هيئة البريد نفسها.

3.5 يمكن تضمين قدر محدود من المواد شبه البريدية، كالمواد الدعائية أو الصحفية، والإعلانات والبرامج الرسمية المرتبطة مباشرة بموضوع العرض والداعمة له.

3.6 يمكن أن تكون مغلّفات اليوم الأول للإصدار المعروضة مُعنونة أو غير مُعنونة، إلا أن المغلّفات التي مرّت فعلًا عبر البريد أفضل.

3.7 حيثما أمكن، ينبغي تضمين مغلّفات موجّهة إلى جهات محلية ودولية متنوعة، وكذلك مغلّفات تحمل علامات مساعدة. ولا تُعرض البطاقات القصوى إلا إذا حملت ختم إلغاء يعود إلى تاريخ اليوم الأول للإصدار أو إلى أقدم استخدام معروف موثّق.

3.8 في دراسات طابع واحد أو إصدار طابع واحد، يمكن تضمين استخدامات تجارية معاصرة لبيان الخدمات البريدية المناسبة التي أُنتج الطابع (الطوابع) من أجلها.

3.9 من السمات الأساسية لأي ختم إلغاء أن يكون التاريخ فيه واضحًا للقراءة.

3.10 يجب أن تكون أختام الإلغاء على مغلّفات اليوم الأول للإصدار أختام تاريخ بريدية صحيحة صادرة عن هيئة البريد، كأختام التاريخ البريدية العادية، أو أختام التاريخ المصوّرة، أو أختام الإلغاء التذكارية.

3.11 يمكن عرض مغلّفات اليوم الأول للإصدار التي تحمل توقيع شخص أو أشخاص لهم صلة مباشرة بالطابع (الطوابع المصدّر، أو بالمغلّف، أو بختم إلغاء هيئة البريد.

3.12 الدراسة التي تقتصر على أنواع أختام الإلغاء و/أو تقنيات الختم المطبّقة في اليوم الأول لاستخدام العلامة أو التقنية البريدية، تُعتبَر عرض تاريخ بريدي، لا عرض مغلّفات يوم أول.

3.13 يمكن عرض دراسات المغلّفات التذكارية أو المراسلات المصوّرة التي تحمل طابعًا أو طوابع استُخدمت في اليوم الأول للإصدار.

المادة 4

طرق تنظيم العروض

4.1 وفق طابع محدد أو إصدار طابع محدد.

4.2 وفق بلد محدد، أو مجموعة بلدان تربطها روابط جغرافية أو تاريخية أو ثقافية، أو منطقة محددة.

4.3 وفق فترة زمنية محددة.

4.4 وفق حدث أو موضوع محدد.

4.5 مغلّفات اليوم الأول للإصدار بوصفها تاريخًا بريديًا، بما يشمل دراسات مختلف علامات الإلغاء، والعلامات المساعدة، وخدمات البريد المختلفة كالتسجيل، والوجهات الخارجية، والاستخدامات ذات الأجرة الناقصة.

4.6 دراسة مغلّفات اليوم الأول للإصدار وفق نوع العنصر البريدي، كالمغلّفات المطبوع عليها طابع، أو القرطاسية البريدية، أو المغلّفات المطبوع عليها طابع، أو أوراق الرسائل الجوية.

4.7 أي طريقة تنظيم يراها العارض مناسبة، بما في ذلك الجمع بين طريقتين أو أكثر من الطرق المذكورة أعلاه.

يجب أن يكون لكل عرض عنوان وصفي دقيق وصحيح.

يجب أن يبدأ كل عرض بصفحة عنوان تمهيدية مفصّلة تقدّم المعلومات اللازمة لتفسير الموضوع العرض تفسيرًا سليماً. كما ينبغي أن تتضمن هذه الصفحة خطة توضح بنية العرض، وقائمة مراجع موجزة تبين أهم مصادر المعلومات المستخدمة. وإدراج عنصر بريدي في صفحة العنوان التمهيدية أمر اختياري.

المادة 5

عدد إطارات العرض

يجب أن يتكوّن كل عرض من 5 (خمس) إطارات قياسية، ويمكن عرضه في 8 (ثمانية) إطارات إذا حصل العرض على 85 نقطة أو أكثر في معرض تابع لـ FIP.

تُقبَل العروض المكوّنة من إطار واحد أو إطارين أو ثلاثة إطارات وفق القواعد المحددة في لوائح FIP العامة "GREX".

يجب أن يكون العرض قد حصل على 75 نقطة على الأقل أو ميدالية فضية مذهب في معرض وطني خلال السنوات الخمس السابقة لأول طلب مشاركة في معرض دولي من معارض FIP. وفي الحالات التي لا تنظّم فيها إحدى دول FIP الأعضاء معرضًا وطنيًا، أو لا تقبل فيها عروض مغلّفات اليوم الأول للإصدار في معرضها الوطني، يمكن قبول العرض في معرض FIP بناءً على توصية رئيس أو أمين عام الجهة العضو.

أما الجهات الأعضاء التي لم تنظّم معرضًا وطنيًا خلال السنوات الخمس الماضية، فيمكنها التصديق على أهلية العرض. ويجب أن يوقّع هذا التصديق رئيس الجهة العضو أو أمينها العام.

تقييم العرض

6.1 تحكيم العروض

نظرًا لضرورة اتباع توزيع النقاط الوارد في لوائح FIP العامة للتقييم "GREV" لفئات المعارض، تُطبّق توزيعات النقاط التالية على جميع عروض مغلفات اليوم الأول للإصدار، بصرف النظر عن طريقة تنظيم العرض:

المعالجة والأهمية البريدية 30

المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخضيان 35

الحالة والندرة 30

طريقة العرض 5

المجموع 100

6.2 المعالجة والأهمية البريدية

المعالجة - 20 نقطة

الأهمية البريدية - 10 نقاط

تشير المعالجة إلى وضوح خطة المادة المعروضة وتنظيمها، ونطاق الموضوع أو عمقه المحدد. ويجب أن تكون الخطة مناسبة لطريقة تنظيم العرض، وأن تكون أقسام العرض متوازنة بشكل مناسب، ومتطورة منطقيًا، ومشروحة شرحًا كاملاً ودقيقًا، وأن تتألف من سلسلة فصول أو أقسام تروي قصة متكاملة.

ينبغي أن تُرتَّب دراسات أعمال صانع أو صانعي رسم تذكاري معين ترتيبًا زمنيًا.

تعتمد المعالجة المناسبة لعرض مغلفات اليوم الأول للإصدار على المواد المتوفرة لبلدان أو فترات أو موضوعات محددة. وينبغي أن يكون استخدام المواد مناسبًا وكاملاً ضمن نطاق الموضوع.

يجب أن تتضمن العروض صفحة عنوان تمهيدية تتضمن بيانًا واضحًا للهدف، وشرحًا للمعالجة المتبعة في العرض، وخطة أو فهرس محتويات. كما ينبغي تقديم قائمة موجزة بأهم مصادر البحث والمراجع الأدبية التي استخدمها العارض، لمساعدة الحكام في تحضيرهم.

وينبغي تحكيم العروض المنظمة وفق أسلوب موضوعي وفق ذلك، مع مراعاة اللوائح الخاصة "SREV" لعروض FIP الموضوعية، ومراعاة المعرفة الموضوعية والمعرفة بطوابع البريد.

ورغم أن هذه الإرشادات تهدف إلى توجيه العارضين والحكام على حدٍّ سواء، فإن الحكام سيُطبِّقون خبرتهم ومعرفتهم وحكمهم الشخصي في تقييم كل عرض. وينبغي منح تقدير مناسب للإبداع والابتكار والأصالة.

وتتطلب الأهمية البريدية تقييم الأهمية البريدية للموضوع الذي اختاره العارض، من حيث نطاقه ودرجة تعقيده واهتمام هواة الطوابع بالعرض.

6.3 المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخضيان

المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها - 25 نقطة

الدراسة والبحث الشخضيان - 10 نقاط

يُشجّع العارضون على عرض وإبراز نتائج أبحاثهم الجديدة أو اكتشافاتهم المهمة بشكل خاص المتعلقة بعرضهم.

تتطلب معايير "المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخصيان" التقييمات التالية:

- المعرفة هي درجة معرفة العارض كما تظهر من خلال العناصر المختارة للعرض ووصفها المرتبط بها
 - الدراسة الشخصية هي التحليل الصحيح للعناصر المختارة للعرض
 - البحث هو عرض حقائق جديدة متعلقة بالموضوع المختار أو بالعناصر المعروضة
- وتظهر المعرفة بطوابع البريد وما يتصل بها، والدراسة والبحث الشخصيان من خلال:

- أ. إظهار العرض فهمًا كاملاً ودقيقاً للمادة والموضوع المختارين، بما في ذلك الطوابع والرسوم التذكارية وأختام الإلغاء الخاصة بمغلفات اليوم الأول للإصدار
 - ب. اختيار العناصر المعروضة بما يعكس معرفة بالمجال المختار
 - ج. أوصاف دقيقة وموجزة ومفصلة للعناصر المعروضة
 - د. تضمين استخدامات غير معتادة أو علامات بريدية غير معتادة تم التعرف عليها ووصفها وصفاً صحيحاً
 - هـ. حيثما كان ذلك مناسباً، بيان تفاصيل الأجور الصحيحة للمغلفات أو العناصر البريدية الموجهة إلى جهات أو خدمات بريدية مختلفة، كالبريد المحلي والدولي والجوي والمسجل
 - و. الاستشهاد بالمراجع الأدبية المتوفرة في هذا المجال واستخدامها
- وتوثق الدراسة والبحث الشخصيان من خلال:

- أ. تحليل ودراسة تصميم مغلفات اليوم الأول للإصدار المعروضة وإنتاجها وإصدارها واستخدامها
- ب. دراسة أختام الإلغاء التي ينبغي أن تتوافق مع تاريخ اليوم الأول للإصدار من هيئة البريد، باستثناء:
- 1. العناصر البريدية المؤرخة بتاريخ سابق واستُخدمت خطأً قبل اليوم الأول للإصدار
- 2. تأخر الإصدار بسبب سياسات محلية أو عطلات
- 3. عدم وصول الطوابع إلى المنطقة في اليوم الأول للإصدار
- 4. أختام الإلغاء التي تحمل خطأً في التاريخ الموضح
- 5. بالنسبة للطوابع التي لا يوجد لها تاريخ إصدار واضح، يمكن عرض أقدم استخدام معروف موثق.

6.4 الحالة والندرة

الحالة - 10 نقاط

الندرة - 20 نقطة

يجب أن تكون جميع العناصر في أفضل حالة ممكنة للموضوع والفترة الزمنية المختارين:

- أ. يجب أن تكون المغلفات والطوابع والعناصر البريدية الأخرى سليمة وغير تالفة
 - ب. يجب أن تكون أختام الإلغاء والعلامات البريدية واضحة ومقروءة وكاملة
 - ج. يجب أن تكون الطوابع مربوطة بالمغلف أو العنصر البريدي الآخر بواسطة ختم الإلغاء
 - د. يمكن أن تكون المغلفات المعروضة مُعنونة أو غير مُعنونة، لكن يجب أن تكون مناسبة للسياق الذي تُعرض فيه.
- وينبغي النظر إلى الندرة من منظور متعدد الأبعاد يشمل الطوابع والرسوم التذكارية والعلامات البريدية.

وينبغي مراعاة صعوبة الاقتناء التي قد تعكس مزيجًا من عوامل مثل الفترة الزمنية التي صدر فيها الطابع (الطوابع)، أو عدد النسخ المنتجة من الطوابع أو الرسوم التذكارية. ولا تعني الندرة بالضرورة القيمة النقدية للطوابع الموجودة على المغلفات أو العناصر البريدية الأخرى، ولا القيمة النقدية للمغلف نفسه.

يجب أن تكون تصريحات الندرة التي يقدّمها العارض مُحَدَّدة الكَمّ تحديدًا دقيقًا، مع الاستشهاد بمصادر إحصائية، وألا تكون مجرد تعليق وصفي عام مثل "نادر" أو "قليل".

6.5 طريقة العرض - 5 نقاط

ينبغي أن تُظهر طريقة العرض المادة بأفضل صورة ممكنة.

ويُنظر إلى العرض بناءً على:

- أ. توزيع العناصر في كل صفحة، وفي كل إطار، وفي العرض بأكمله
- ب. يُسمح بتداخل المغلفات أو العناصر البريدية، شريطة ألا يحجب أي جانب مهم من مغلفات اليوم الأول للإصدار
- ج. ألا يكون هناك فراغ أبيض زائد في الصفحات
- د. أن يكون الشرح واضحًا وموجزًا ومرتبًا بالمادة المختارة وبموضوع العرض
- هـ. أن يكون الشرح كافيًا، دون إفراط في النص
- و. أن تكون الخطوط المستخدمة مناسبة وواضحة المقروئية
- ز. ألا تكون الرسوم التوضيحية للعلامات البريدية مهيمنة بشكل مفرط، وأن تختلف النسخ المصورة أو الممسوحة ضوئيًا للعناصر الكاملة بنسبة 25% على الأقل عن الحجم الأصلي. ويمكن عرض رسوم توضيحية أخرى بحجمها الفعلي، لكن يجب الاستشهاد بمصدرها بوضوح
- ح. ينبغي تجنّب الأخبار زاهية الألوان وصفحات الألبوم الملونة.

المادة 7

7.1 لا ينبغي استخدام العناصر البريدية المُنتجة بمخالفة اللوائح البريدية، ولا العناصر التي لا يمكن استخدامها مباشرة لأغراض الخدمة البريدية، في عروض مغلفات اليوم الأول للإصدار، إلا في الحالات التي أُرسِلت فيها فعلاً عبر البريد.

7.2 حق تفسير هذه القواعد يعود لـ FIP، وفي حال وجود أي تباين في النص ناتج عن الترجمة، يُعتمد النص الإنجليزي.